

T.C. MARMARA ÜNİVERSİTESİ

GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ

FOTOĞRAF ANASANAT DALI

DERGİ YAYINCILIĞINDA
FOTOĞRAF KARAKTERİNİN OLUŞTURULMASI

Yüksek Lisans Tezi

Abdüsselam FERŞATOĞLU

İstanbul – 2006

T. C. MARMARA ÜNİVERSİTESİ

GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ

FOTOĞRAF ANASANAT DALI

DERGİ YAYINCILIĞINDA
FOTOĞRAF KARAKTERİNİN OLUŞTURULMASI

Yüksek Lisans Tezi

Hazırlayan

Abdüselam FERŞATOĞLU

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Özer KANBUROĞLU

İstanbul – 2006

ÖNSÖZ

Fotoğraf hayatın her alanında kendine yer bulan çağdaş bir sanat olarak sürekli gelişme gösteriyor. Görüntülere git gide daha fazla yer verilen dünyamızda, fotoğraf artık temel bir bilgi kaynağı olarak yerini sağlamlaştırmıştır. Bir taraftan eğlence olarak ta insanların hayatlarında yer alan fotoğraf tüketilen bir olgu olarak ta karşımıza çıkmaktadır. Öte yandan bir sanat dalı olarak toplumsal fonksiyonunu da yerine getiriyor. Sosyal ve kültürel boyutlarıyla topluma ayna olmaya da devam etmektedir.

Yeni teknolojilerin fotoğrafta kullanılmasıyla, artık her insan, ilave bir eğitim almadan bu konuda daha rahatlıkla görüntü üretebilmektedir. Bu durumda ortaya görüntülerden oluşan koca bir dünya çıkmaktadır. Bilgi kaynaklarının artmasıyla insanlar bilgi bombardımanına maruz kaldığı gibi fotoğrafın her yerde yer almasıyla birlikte fotoğraftaki seçicilik de azalmıştır. Görüntüler âlemi içerisinde kuşatılmış durumda olan birey neredeyse, “bakar ama görmez” duruma gelmektedir.

Asrımızın “iletişim çağı” olarak nitelendirildiğini göz önünde bulundurursak, böyle bir ortamda fotoğrafa oldukça geniş bir alan düştüğünü görmekteyiz. Diğer taraftan etrafımızı kaplayan görsel öğeler ve fotografik öğeler öylesine artmıştır ki, “seçicilik” olgusu azalmıştır. Bu neden fotoğrafta seçicilik ve fark edilebilirlik önem kazanmaktadır.

Basılı medyada fotoğrafa daha fazla yer ayrılmakta ve bir anlatım dili olarak ayrı bir önem verilmektedir. Diğer basılı organlara göre daha oturaklı bir yere ve etkiye sahip **dergi dünyasında**, fotoğrafın nispeten bilinçli kullanıldığını görmekteyiz. Sayıları binleri bulan dergiler arasında okuyucuya doğru mesajı iletmek önem kazanmaktadır. Doğru mesaj için fotoğrafa düşen payın bilerek yönlendirilmesi ve yönetilmesi ise fotoğraf editörlerine ve fotoğrafçılara düşmektedir.

Üzerinde çalıştığımız konuyu seçerken, uzun süredir mesai verdiğimiz “dergi fotoğrafçılığı” alanında bir eksikliğin ihtiyacını duyduk. Böyle bir alanda çalışmak isteyenler için çeşitli zorlukların olduğunu fark ettik. Yapılabilecek şeyleri derli toplu bir çalışma içerisinde sunabilir miyiz? sorusuna cevap aradık. Bu konuda yok

denecek kadar az çalışmanın yer aldığı ülkemizde, küçük de olsa bir başlangıç oluşturacağını düşündüğümüz bu çalışmayı tamamlama imkânına kavuştuk. Fotoğraf ve grafik tasarım konularında tecrübeli insanların yıllardır şahsi birikimleriyle orta koydukları yararlı çalışmaları elbette ki göz ardı edemeyiz. Bu konuda ülkemizde çok değerli insanlar bulunmaktadır. Bizim yaptığımız bir akademik çalışma çerçevesinde, eğitime katkısı ve tecrübenin aktarımı noktasına yoğunlaşmak olmuştur. Bu konuda yapılabilecek daha kapsamlı çalışmalar olabilir. Bu alanda uzman hocalarımız ve değerli sanatkârlarımızın, çalışmamızı bir “deneme” olarak görmesini istirham ederiz.

Çalışmamıza başladıktan sonra bu konuda neredeyse hiçbir yayının olmadığını fark ettik. Yakın konuların yer aldığı yayınlar içerisinden araştırmamıza fayda sağlayacak kısımlardan yararlanmaya çalıştık. Bu konuda akademik çalışma yapacaklar için “harita” niteliğinde bir çalışma çıkardığımızı umuyoruz.

Çalışmalarında bana ufuk kazandıran değerli hocam Prof. Dr. Barbaros GÜRSEL’e, katkılarıyla çalışmama yön veren hocam, Doc. Dr. Özer KANBUROĞLU’na teşekkür ederim. Ayrıca çalışmam sırasında yoğun programlarına rağmen yardımlarını esirgemeyen değerli dostlarım, halkla ilişkiler uzmanı Hasan YILMAZ ve Mevdudi CAN’a, mesai arkadaşlarım, Mücahit DEMİR ve Servet DİLBER’e teşekkür ederim. Son olarak çalışmamın dil ve ifade yönüne destek veren, edebiyat araştırmacısı eşim, Hilal’e de minnettarlığımı bildiririm.

Abdüsselam FERŞATOĞLU

26.04.2006

Küçükçamlıca / İstanbul

ÖZET

“Dergi Yayıncılığında Fotoğraf Karakterinin Oluşturulması”

Dergi yayıncılığında fotoğrafın ayrı bir konu olarak ele alınması gereğinden hareketle bir çalışma hazırlanmıştır. Türkiye’de yayınlanan dergilerin haber fotoğrafçılığında ayrı bir şekilde hazırlanmasına rağmen bu konuda ayrı bir eğitim bulunmamaktadır.

Tez üç ana bölümde ele alınmaktadır.

Birinci bölümde dergi yayıncılığının gazete ve diğer yayınlar arasındaki farklarına değinilmiş, dergi fotoğrafçılığının neden ayrı bir başlıkta ele alınması gereği üzerinde durulmuştur. Fotoğraf editörlüğünün dergi yayıncılığındaki önemine, fotoğrafçı ile koordineli çalışması gerektiğine değinilmiştir. Dergide fotoğraf kimliğinin oluşturulması için yapılması gerekenler üzerinde durulmuştur. Bu konuda diğer dergiler arasında ayırıcı bir nitelik kazanmak için gerek fotoğraf tasarımında gerek fotoğrafın bakış açılarında ne gibi değişikliklere gidileceği konularında açıklamalar yapılmıştır.

Dergide fotoğraf dilinin oluşturulması konularında yapılabilecekler sıralanmıştır. Bu bölümün sonunda da dergilerde yer alan ana konular üzerinde durulmuş ve teknik açıklamalara yer verilmiştir.

İkinci bölümde Dergi fotoğrafında çekim teknikleri üzerinde durulmuştur. Gerekli ekipman tanıtılmış, ardından ışığın kullanım şekilleri anlatılmıştır. Fotoğrafta psikolojik etkilerin neler olabileceği aktarılmıştır. Bölüm sonunda da kompozisyon kuralları üzerinde yoğunlaşmıştır. Fotoğraf kompozisyonlarında uyulması gereken oranlar çeşitli başlıklar altında aktarılmıştır.

Üçüncü bölümde ise Dergide fotoğraf çekimi sonrasında yer verilmiştir. Fotoğraf çekimi sonrası yapılabilecek uygulamalar, fotoğraf üzerin yapılabilecek etkiler ve değişikliklere yer verilmiştir. Fotoğrafın baskı aşamasında karşılaşılan problemlere kısaca değinilmiştir.

Dördüncü bölümde Yukarıda ele alınan başlıklarla ilgili fotoğraflar yer verilmiş ve örnekler üzerinde değerlendirmeler yapılmıştır.

SUMMARY

“Formation of the Character of Photography in Magazine Publishing”

This study was prepared starting from the need for addressing photography as a separate subject in magazine publishing. There is no separate education on this subject although magazines published in Turkey are prepared separately from news photography.

The thesis has three main chapters.

The first chapter addresses the differences between newspapers and other publications as regards magazine publication with emphasis on why magazine photography should be addressed under a new heading. The significance of photography editorship in magazine publication and the need for coordinated work with the photographer was addressed. What is needed to be done to form the photography character in a magazine was discussed. Discussions were made on what kind of changes should take place both in protography design and also photography perspective to gain a distinctive quality from other magazines.

What can be done for forming a photography language in the magazine were set out. Main topics contained in magazines were discussed and technical explanations were provided at the end of the chapter.

Shooting techniques of magazine photography were discussed in the second chapter. Required equipment were introduced followed by light use techniques. Possible psychological effects of photography were conveyed. Composition principles were emphasized at the end of the chapter. Ratios, which must be observed in photographic compositions, were related under various headings.

The third and final chapter contains post-photo shoot in the magazine. Applications that may be carried out post-photo shoot, effects and changes which may be carried out on photograph were included. Problems faced during the printing phase of photography were touched upon briefly. Photographs relating to headings addressed above were included and evaluations were made on examples at the end of the chapter.

ÖNSÖZ	I
ÖZET ..	III
SUMMARY ..	IV
GİRİŞ	5
Konunun Tanımı	5
Problem	6
Yöntem	9
Amaç	11
I. BÖLÜM	
DERGİNİN YAYIN POLİTİKASI VE FOTOĞRAF KİMLİĞİ OLUŞTURMAK	13
1.1. Dergi Fotoğrafçılığının Özellikleri	14
1. 1. 1. Dergi Fotoğrafı Nedir?	14
1. 1. 2. Dergilerde kullanılan fotoğrafı türleri	15
1. 1. 3. Dergi fotoğrafı ve gazete fotoğrafının ayrıştığı noktalar	16
1. 1. 4. Foto muhabirlik ve Reklâm fotoğrafçılığı	18
1. 2. Dergide Fotoğraf kimliği oluşturmak	19
1. 2. 1. Yayın politikası	19
1. 2. 2. Derginin hedef kitlesi	20
1. 2. 3. Fotoğraf Editörlüğü	21
1. 2. 4. Fotoğrafçı seçimi	24
1. 2. 5. Dergi fotoğrafına karakter kazandırma	25
1. 2. 5. 1. Fotoğrafta sabitler ve değişkenler	25

1. 2. 5. 2. Fotoğrafa ayırıcı özellik kazandırılmak.....	26
1. 2. 5. 3. Fotoğraf algısı ve kültür	27
1. 2. 5. 4. Türk Basın hayatında Dergicilik ve Dergi Fotoğrafçılığı.....	29
1. 2. 5. 5. Fotoğraf telif hakları ve satın almalar	29
1. 3. Fotoğrafın dili ve Fotoğraf Yazma ve Okuma	30
1. 3. 1. Fotoğraf dili.....	31
1. 3. 2. Fotoğrafçının dili	33
1. 3. 3. Işık ve rengin etkisi.....	34
1. 4. Dergilerde ana çekim konuları.....	35
1. 4. 1. Portre.....	35
1. 4. 2. Belgesel	39
1. 4. 3. Ortam oluşturma (still life).....	39
1. 4. 4. Haber Fotoğrafı	40

II. BÖLÜM

DERGİ FOTOĞRAFÇILIĞINDA ÇEKİM TEKNİKLERİ	42
2. 1. Fotoğrafik Ekipman ve Yardımcı Malzeme Kullanımı.....	43
2. 1. 1. Film formatları	43
2. 1. 2. Objektifler	45
2. 1. 3. makineler.....	46
2. 1. 4. Yardımcı ekipman	46
2. 1. 4. 1. Fonlar.....	47
2. 1. 4. 2. Reflektör(yansıtıcı) ve difüzör(süzücü)	47
2. 1. 4. 3. Sensör	48
2. 1. 4. 4. Yapay ışık kaynakları (Flaşlar).....	48
2. 2. Çekim Teknikleri	48
2. 2. 1. Işık kullanımı	48
2. 2. 1. 1. Doğal ışıkta çekim yapmak	49
2. 2. 1. 1. 1. İnsan ve portre çekiminde ışık	50
2. 2. 1. 1. 2. Tamamen gölge bir bölgede çekim yapmak.....	51
2. 2. 1. 2. Yapay ışıkta fotoğraf çekmek	52

2. 2. 1. 3. Ana temanın aydınlatılması	54
2. 2. 1. 4. Arka planın aydınlığı	56
2. 2. 2. 1. Aydınlatma problemleri	57
2. 2. 2. 2. Işığın türleri ve etkileri	58
2. 2. 2. Netlik tercihi ve bulanık alanlar	60
2. 2. 3. Bir anı birden fazla fotoğrafla belgelemek	61
2. 3. Kompozisyon ve Tasarım	61
2. 3. 1. Fotoğrafa perspektif kazandırma	62
2. 3. 2. Obje-Zemin ilişkisi	64
2. 3. 3. Süreklilik ifadesi, çizgiler	65
2. 3. 4. Çerçeve içinde çerçeve	66
2. 3. 5. Fotoğrafta gereksiz bilginin elenmesi	67
2. 3. 6. Soyutlaştırma ve somutlaştırma	68
2. 3. 7. Oranlar	71
2. 3. 7. 1. Altın Kesit	73
2. 3. 7. 2. Çerçeveye alma	74
2. 3. 7. 4. Ufuk çizgisi	76
2. 3. 7. 5. Arka plan	77
2. 4. Fotoğraf ve Psikolojik etki	78
2. 4. 1. Fotoğrafta Etki oluşturma	79
2. 4. 1. 1. Bakış açısı, yönü ve anlamları	80
2. 4. 1. 2. Fotoğraftaki hareket	81
2. 4. 1. 3. Obje boyutlarının dengelenmesi ve boyut yanılgısı	82

III. BÖLÜM

FOTOĞRAFLARIN KULLANIMI	83
3. 1. Fotoğraf kullanım aşamasındaki uygulamalar	84
3. 1. 1. Fotoğrafa kendisine yönelik uygulamalar	84
3. 1. 1. 1. Çerçeveleme	85
3. 1. 1. 2. Dekupaj	85
3. 1. 1. 3. Fotoğrafın kadrajlanması	86
3. 1. 1. 4. Hâkim renkler ve siyah-beyaz kullanım	86

3. 1. 1. 5. Fotoğraflar arasında sıralama	86
3. 1. 1. 6. Efekt uygulamaları	87
3. 1. 1. 7. Manipülasyon	88
3. 1. 2. Fotoğrafın sayfadaki diğer grafik öğelerle ilişkisi	89
3. 1. 2. 1. Fotoğraf ve tipografi	89
3. 1. 2. 2. Fotoğraf ve Mizanpaj	89
3. 2. Baskı aşaması	90
3. 2. 1 Kreatif Uygulamalar	90
3. 2. 2 Baskı Süreci	91
IV. BÖLÜM	
ÖRNEKLER ÜZERİNDE DEĞERLENDİRMELER	93
DERGİ SAYFALARINDA FOTOĞRAF KULLANIMLARI	94
Sonuç	159
Kaynaklar	161

GİRİŞ

Konunun Tanımı

Fotoğrafçılık meslek ya da bir sanat olarak ele alındığında, uzmanlık gerektiren diğer alanlardan birisidir. Bu konuda çalışmak isteyen kişi, belli bir yeterliliği aştıktan sonra “fotoğrafçı” kimliğini taşıyabilir. Ancak fotoğrafçılık, diğer pek çok meslekte olduğu gibi yalnız isminin kapsadığı anlamıyla her çeşit fotoğraf dalında uzmanlığı ifade etmemektedir. Yani kendi içerisinde oldukça farklı dallarda uzmanlık gerektiren bir sanattır. Dallardan kastettiğimiz, reklâm fotoğrafçılığı, haber fotoğrafçılığı, doğa ve manzara fotoğrafçılığı, stüdyo fotoğrafçılığı, vahşi hayat fotoğrafçılığı ve daha bunun gibi farklı kollar sayılabilir.

Dikkat edilirse bunlardan her biri kendi içerisinde ayrı uzmanlık isteyen, uzun bir tecrübe gerektiren uğraşlardır. Yukarıda sayılan fotoğraf alanlarından her biri yine kendi içerisinde alt dallara ayrılmaktadır. Tecrübenin çok önemli olduğu alt fotoğraf dallarında uzmanlaşmış fotoğrafçılar bulunmaktadır. Örneğin bir fotoğrafçı sadece otomobil çekiminde çok beğenilen görüntüler yakalamaktadır. Bir başkası makro fotoğrafçılıkta uzman olabilir. Su altında fotoğraf çeken, ya da portre fotoğrafında mahir olan fotoğrafçıları hepimiz biliriz. Tüm bunların içerisinde “dergi fotoğrafçılığı” nereye oturmaktadır. Haber fotoğrafçısı aynı zamanda dergi fotoğrafçısı mıdır? Yoksa iyi bir tanıtım fotoğrafçısı mı dergi fotoğrafçılığını daha iyi yapabilir. Ya da stüdyo çekimlerinde uzman bir fotoğrafçıdan iyi bir dergi fotoğrafçısı olabilir mi?

Dergiler genellikle ele aldıkları konuya göre fotoğrafçı belirler ve çekim görevini belirlenen fotoğrafçıya verirler. Tarzı oturmuş, kendini ispatlamış fotoğrafçılar bu tür talepleri yerine getirirler. Dünyanın çeşitli ülkelerinde yayınlanan dergiler bu şekilde fotoğraf çekimlerini yürütmektedir. Times, National Geographic, News Week,

Business Week, Cosmopolitan, Forbes, The Economist, Wired, gibi pek çok dergi aynı yöntemle çalışmakta ve dünyanın çeşitli bölgelerinde yaşayan fotoğrafçıları ilgi ve uzmanlık alanına göre istihdam etmektedirler.

Dergilerin fotoğraf kullanımı konusunda bir tarzı olabilir. Bu daha çok grafik tasarımı ve dizayn mantığı ile ilgilidir. Fotoğraf çekimi sırasında oluşturulacak tarz daha çok fotoğrafçının tarzına bağlıdır. Fotoğrafçının yönlendirilmesi, fotoğraf editörü tarafından önceden kurgulanan tarzın aktarılması, karakteristik fotoğrafların oluşmasını sağlayacaktır. Fotoğrafçının tarzı, derginin fotoğraf karakterini ya da içeriği bastırmamalıdır. Fotoğrafın tek başına güzel olması yanında anlatım dili bakımından da birlikte olduğu konunun sınırları dâhilinde anlatıma katkı sağlayıcı nitelikte olmalıdır.

Problem

Çalışmamızda, bir dergi fotoğrafı nasıl olmalıdır? Sorusuna cevap aradık. Basın dünyası gelişmiş ülkelerde, yukarıda bazılarının isimlerin saydığımız önemli ve başarılı dergiler yer almaktadır. Ülkemizde de baskı adetleri nispeten az olsa da geniş bir dergi yayıncılığının var olduğunu biliyoruz. Bu dergilerin üretim süreçlerinin nasıl geliştiğine konunun içinde bir kimse olarak şahit olmaktayız. Bunların pek çoğunda, yazı ve fotoğrafların grafikerin tercihiyle, gelişmiş güzel sıralandığını, yaratıcı bir fikir oluşturmaksızın yayımlandığını görüyoruz.

Diğer taraftan batılı örneklerine göre çok az sayıda insan kaynağı ile çıkarılan bu dergilerin diğer grafik özellikleri ile birlikte, fotoğraf kullanım şekilleri de taklitten öteye gitmemekte, yeni ve farklı tasarımlara nadiren yer verilmemektedir. Ülkemizde yayınlanan dergilerin, dünya standartlarına ulaşması için kendine has üslup özellikleri ile basın dünyasında yer edinmeleri gereklidir. Büyük medya gruplarının bile mümkün olan en düşük maliyet hedefi ile çıkardıkları çoğu dergide fotoğraf açısından özenin yerini, üstünkörü ve gelişigüzel uygulamalar almaktadır.

Öte yandan okuyucunun beğenisini kazanacak ve dolayısıyla rekabeti oluşturacak yeni yaklaşımlarla yayınlanan dergilerin fotoğraf kullanımları sektörün kalitesini yükseltecektir. Çalışmamızda dergi fotoğrafçılığı yapacak fotoğrafçıların veya fotoğraf editörlerinin pratikte ihtiyaç duyacakları süreçler ele alınmış, alternatif uygulamalara götürecek yöntemler üzerinde durulmuştur. İçinde bulunduğumuz süreçte, bu konuda çalışma yapmak isteyen bir fotoğrafçı veya editör herhangi bir kaynağa başvurmak yerine, tabiri caiz ise “alaylı” yöntemlerle işi öğrendikten sonra iç piyasa standartlarında tasarım faaliyetini yürütmektedir. Ülkemizde doğru ve kaliteli dergi fotoğrafçılığı için yapılması gerekenleri ele alan bir kaynağın olmaması bizi bu çalışmaya sevkeden önemli sebepler arasındadır. Bir bakıma pratik bir ihtiyacın teşvikiyle böyle bir araştırma yapmaya yöneldik.

Dünyada dergi grupları, sayıları milyonları bulan tirajlarıyla milyonlarca insana ulaşmaktadırlar. Her dalda, her kategoride binlerce dergi görmek mümkündür. Aralarında yüz yılı geride bırakan, köklü gelenekleri olan dergiler de vardır. Bunların yönetimi ve işleyişi oturmuş, editoryal anlamda herhangi bir sorunları kalmamıştır.

Uluslararası elektronik bilgi ağları sayesinde fotoğraflar da dâhil olmak üzere dergi içerikleri, sayısal ortama aktarılarak transferleri kolay ve hızlı bir şekilde sağlanmaktadır. Dünyanın ücra bir bölgesinde çekilen fotoğraf saniyeler içerisinde haber merkezine ulaşmakta, gerekli yorum ve açıklamalar eklenerek kamuya duyurulması son derece hızlı bir şekilde sağlanmaktadır.

Toplumların iletişimi eskiye oranla çok daha fazla olmaktadır. Bu da yeni bazı kavramları beraberinde getirmektedir. “Global Kültür” olgusu artık ortak bir dil gibi her yanı sarmaktadır. Habercinin sorumluluğu böyle bir ortamda daha da önem kazanmaktadır. Kasıtlı ya da yanlış haberler geniş halk kitlelerini manipüle edebilmektedir. Globalizasyon aynı zamanda insanlar üzerinde olumlu tepkilerin sağlanmasında da önemli roller üstelenebilmektedir.

Bütün bu saydığımız ortamda, fotoğraf birbirinden farklı diller konuşan toplulukların ortak lisanı olarak görülebilir. Fotoğrafın kodları açıktır. Her insan onu okuyabilir, hatta yorumlayabilir. Toplumsal etki uyandırması bakımından fotoğrafa önemli sorumluluklar düşmektedir. Bugün dünyamızın kaşı karşıya kaldığı sorunları insanlara anlatmanın en etkin yolu fotoğraftır. Çevresel sorunlar, savaşlar, etnik ayrımcılık, yoksulluk, gelir adaletsizliği, emek sömürüsü, doğal felaketler gibi herkesi ilgilendiren konuları en güçlü bir şekilde aktaran fotoğraftır. Fotoğraf bu güçlü dili sayesinde harekete geçirdiği insanları, ellerinden geleni yapmaya yönlendirmektedir.

Ülkemizde ise bu kadar eski ve uzun ömürlü dergilere maalesef ki rastlamamaktayız. Osmanlı İmparatorluğunun son yıllarında başlayan ve sayfalarında fotoğrafa yer veren dergiler, Cumhuriyet Türkiye'si'yle devam etmiştir. Bir yandan, yayın hayatına son verilen dergiler olurken, diğer taraftan yeni yayınlanan dergiler piyasaya çıkmaktadır.¹ Ekonomik zorluklar, arşiv geleneği ve kültürün olmayışı, yetişmiş insan kaynağının kıtlığı, okuyucu potansiyelinin zayıflığı, gibi sıralanabilecek nedenlerden ötürü ülkemizde dergilerin ömürleri fazla uzun olamamıştır.

Son yıllarda batı kaynaklı dergilerin Türkiye edisyonlarının yayınlanmaya başladığı görülmektedir. Gelişen iletişim teknolojileri sayesinde dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir olayın, yeryüzünün her yanına yayılması artık anlık bir olay haline gelmiştir. Amerika ve Avrupa'da beğeni toplamış dergiler, şöhretlerini dünyanın kalan diğer ülkelerine de hızla yaymışlardır. Bugün artık 20 ayrı dilde edisyonu yayınlanan onlarca dergiden bahsedebilmekteyiz. Bir derginin marka bilinirliği diğer medya organları vasıtasıyla dünyanın her yerine yayılmaktadır. Dergilerin bilinirliği talep doğurarak benzer içeriklerle olarak pek çok dilde yayınlanmaktadır.

Ülkemiz şartlarında dergi yayıncılığının bir kültür olarak yerleşmesi, gelenek kazanması için uzun vadeli çalışmalar, araştırmalar mutlaka yapılmalıdır. Bilgi birikiminin ekonomik kazanç olarak kullanılmasının yanı sıra, kültürel bir değer olarak

¹ Ayrıntılı bilgi için, Bkz. Ortak yayın, **Türkiye'de Dergiler, Ansiklopediler** (1849-1984) İstanbul 1984, Gelişim yay.

milli servetimize kazandırılması gerekmektedir. Arşiv ve belge yönüyle maalesef yeterli birikime sahip değiliz. Olan kaynaklarımızı etkin bir şekilde kullanmadığımız gibi yurt dışına çeşitli yollarla götürülmesine de mani olamamış durumdayız.

Ülkemizde ciddi bir fotoğraf arşivi bulunmamaktadır. Fotoğrafçılarımızın eserleri halen geniş katılımlı diabanklarda, ulaşılabilir durumda değildir. Teknolojinin imkânlarına rağmen bilgi paylaşımı ve arşiv oluşturma faaliyetlerine yeterince ilgi gösterilmemektedir. Bu durumda yayın gurupları ihtiyaç duydukları imajları yabancı fotoğraf ajanslarından satın almaktadırlar. Dergi ve gazete gibi yayın organları o ülkenin ana bilgi birikiminden beslenir. Zengin bir arşivcilik arka planına sahip olan ülkelerin basın hayatı da doğal olarak daha tatmin edici olmaktadır.

Yöntem

Çalışmamızda önce kurgusal bir şema oluşturmaya çalıştık. Dergi yayıncılığının fotoğraf kullanımı yönüyle diğer yayınlardan farklarını esas alarak çalışmamızı şekillendirdik. Daha sonra üretim aşamasında yapılabilecekler ele alınmıştır. Fotoğraf çekimindeki teknik üretim süreci, dergi perspektifi açısından ele alınmıştır. Son bölümde tümevarım yöntemi ile konu üzerindeki başarılı örnekler incelenerek değerlendirmeler yapılmıştır. Bu örneklerden hareketle yeni ve orijinal çalışmalara ulaşılmasına katkıda bulunmak hedeflerimiz arasındadır.

Çalışmamızın ilk bölümünde, diğer dergiler arasında seçici ve ayırıcı vasıflar oluşturacak fotoğraf uygulamalarının neler olabileceği üzerinde durulmuştur. Oluşturulacak fotoğraf karakteri derginin kimliğini okuyucular arasında sağlamlaştıracaktır. Dergi için üretilecek fotoğrafın oluşum sürecinde fotoğraf editörlerine önemli sorumluluk düşmektedir. Böyle olmasına rağmen, yayınlanan çoğu dergide bu görev boş ya da kâğıt üzerinde kalmaktadır. Fotoğrafçıyı derginin fotoğraf politikasına göre yönlendirecek olan fotoğraf editörüdür. Okuyucunun bakışı ile fotoğrafçının bakışını bir bakıma örtüştürmektedir.

Basılı süreli yayınlar arasında daha kalıcı bir yere sahip olan dergicilikte, değer oluşturan fotoğrafların meydana getirilmesi için neler yapabiliriz. Dergiler yayın hayatlarına son verseler bile ele aldıkları konular kültür hayatımıza her zaman ışık tutacaklar, kütüphane ve arşivlerde kültür hayatına katkı sağlamayı sürdüreceklerdir. Dergilerin sayfaları içerisinde fotoğraf önemli bir yer işgal ettiğine göre, buralarda yer alan fotoğrafların anlatım dili, teknik anlamda doğru oluşturulmaları ve estetik endişeler açısından üzerinde yeterince durulması gerektiği kanaatindeyiz.

İkinci bölümde, belirlenen fotoğraf karakterine uygun çekim yapmak için gerekli altyapı çalışmalarını ele aldık. Şüphesiz dergi fotoğrafçılığı başka süreli yayınlara göre daha uzun uğraş gerektiren bir çalışmanın neticesidir. Bu nedenle ışık kullanımından, kompozisyon kurallarına, fotografik cihazların kullanımdan fotoğraf diline pek çok konuda fotoğrafçının kontrol altında tutması gereken hususları bu bölüm içerisinde ele alarak işledik.

Derginin hazırlık aşamasında genel tasarımı ile birlikte fotoğraf tasarımına da ayrı bir önem verilmesi gerekmektedir. Estetik kuralların itina ile uygulanması derginin okunurluluğunu artıracaktır. Fotoğrafın çekim aşamasında dikkat edilmesi gereken kuralları belirlemek gerekir. Bu kurallar dergilerin fotoğraf editörlerinin, kreatif ekibin sorumluluğundadır. Fotoğrafçı-Editör koordinasyonu sağlandığında ortaya başarılı görüntüler çıkacaktır. Dergi fotoğrafçılığında kurgunun önemi daha belirgindir. Fotoğrafçı, kendisine önceden verilmiş bazı bilgiler doğrultusunda çekimi gerçekleştirecektir.

Dergilerin fotoğraf düzeni içerisinde önemli yer tutan bir başka başlık ise, fotoğrafın kullanımı aşamasıdır. Belirli bir konuda çekilmiş fotoğraflar arasında seçim yapmak, aralarından birini ön plana çıkarmak gerektiğinde hangi esaslara göre hareket edilecektir? Fotoğrafların çekim sonrası kadrajlanması, fotoğrafın renk ve içeriğine müdahale ölçüleri gibi konular, üçüncü bölümde ele alınmıştır. Fotoğrafın dergide yer alan diğer görsel elemanlarla olan ilişkisi de üzerinde durulması gereken önemli konular arasındadır. Fotoğraf ve genel tasarım, fotoğrafın sayfa düzeni ile ilişkisinde dikkat

edilmesi gereken hususlardandır. Yine aynı bölümde fotoğrafla birlikte sayfada yer alan şekiller ve renklerin tipografi ile ilişkilendirilmesi üzerinde durulmuştur.

Basında yer alan fotoğraflarda manipülasyonla sıkça karşılaşmaktayız. Sayısallaşan bir fotoğraf üzerinde yapılamayacak şey neredeyse yoktur. Bir fotoğraftan bile söz edilemeyecek kadar yapay, ancak gerçeklik hissi uyandıran görüntüler artık bilgisayar ortamında meydana getirilmektedir. Tüm bu teknik ve teknolojik imkânlar arasında fotoğrafa müdahale ne kadar doğrudur? Yapılan müdahalelerin sınırları neler olmalıdır? Bu gibi konulara genel hatlarıyla son bölümde yer verilmiştir.

Ele aldığımız ana başlıklarda örnek fotoğraflara yer verme çalıştık. Konunun uygulamaya dönük olmasından dolayı fotoğraflar ayrı bir öneme sahiptir. Üzerinde değerlendirme yaptığımız fotoğrafların bir kısmı kendi çekimlerimiz ve uygulamalarımızdır. Dergilerde fotoğraf karakteri oluşturmak konusunda hazırladığımız bu çalışmada yabancı bazı dergilerin fotoğraf kullanımları da ele alınmıştır. Fotoğraf karakterleri incelenmiş ve genel değerlendirmeler yapılmıştır. Yayın çizgisi oturmuş bu dergilerin fotoğraf kullanımı çerçevesinde, yeni dergiler için bir perspektifte bulunulmuştur.

Amaç

Mesleki açıdan dergi sektöründe çalışan ya da çalışmak isteyen fotoğrafçılara ve fotoğraf editörlerine rehber niteliğinde sayılabilecek bir çalışma çıkarmanın çabasını gösterdik. Dergi fotoğrafçılığında karşılaştığımız zorlukları ve problemleri, edindiğimiz tecrübeler doğrultusunda yeniden araştırarak, konuyla ilgilenenlere zaman kazandıracağını düşündüğümüz bu çalışmayla ortaya çıkarmaya çalıştık.

Dergi fotoğrafı konusunu ayrı bir meslek olarak ele almak gereğini belirlemek durumundayız. Bu nedenle dergi fotoğrafçılığı genel fotoğrafçılık eğitimi üzerinden hareketle ayrı bir uzmanlık gerektirmektedir. Derginin daha iyi bir seviyeye ulaşması ve beğenilmesi açısından fotoğrafçıların ve fotoğraf editörlerinin yeni bir bakış açısıyla

yaptıkları işleri ele almaları gerekmektedir. Avrupa ve Amerika'da yayınlanan önemli dergilerde olduğu gibi Türkiye'de de görsel açıdan doyurucu, yaratıcı uygulamaların yer aldığı, özen gösterilmiş dergilerin yayınlanması için fotoğraf açısından yapılacakları çalışmamızda göstermeye çalıştık.

I. BÖLÜM

DERGİNİN YAYIN POLİTİKASI ve FOTOĞRAF KİMLİĞİ OLUŞTURMAK

1.1. Dergi Fotoğrafçılığının Özellikleri

1. 1. 1. Dergi Fotoğrafı Nedir?

Dünyada ve Türkiye’de çok sayıda dergi yayınlanmakta, he geçen gün de bunlara yenileri eklenmektedir. Haftalık, on beş günlük, aylık, iki aylık, üç aylık, altı aylık, olmak üzere süreli olarak yayınlanmaktadır. Dergiler yayınlandığı süreye göre tasnif edildikleri gibi, hedef kitlesine göre de sınıflanmaktadırlar. Ele aldıkları ağırlıklı konularına göre kamuoyunda birbirinden farklı izleyicileri olan pek çok dergi mevcuttur. Ekonomi, tarih, coğrafya sanat dalları, edebiyat, magazin, haber yorum analiz, hobi, meslek grupları, cinsiyetlere hitap eden, yaş gruplarına hitap eden, kültür ve entelektüel seviyelere göre ayrılmış, genel kültür, dini ahlaki, eğitici olmak üzere, pek çok üst kategoriler içerisinde ele alınabilir bu dergiler.

Bunca dergi yayını içerisinde ortak olan bir payda bulmak oldukça zordur. En genel anlamda, her bir dergide bir ifade ve anlatım dili oluşturulması mecburiyetinin bulunduğunu kabul ettiğimizde, hepsinde de kelimelerin ve cümlelerin var olduğu ortak noktanın dışında ortak bir paydaya rastlamak güçtür. İkinci ortak nokta ise nokta ise yüzde yüze varan oranda bir anlatım dili olarak fotoğrafa yer vermeleridir. Dergilerde yer alan fotoğrafların bir fotoğraf makinesi objektifinden çıkmaları yanı sıra, çok farklı ilgi konularını yansıtmaktadırlar.

Bu durumda dergi fotoğrafında, genel bazı kıstaslar çerçevesinde konuyu ele almak mecburiyetindeyiz. Belirleyeceğimiz bu kriterlere göre konuya yaklaşacağız. Genel anlamda dergi fotoğrafında ortak olabilecek konuları, fotoğraf sanatı bakımından ele alacağız. Ortak olarak ele alınabilecek konuları belirleyeceğiz. Nedir bunlar?

Fotoğraf sanatı, teşkili(plastik) sanatlar kategorisinde ele alınan bir daldır. Grafik sanatlar çatısı altında bulunması dolayısıyla diğer grafik sanatlarla da pek çok bakımdan yakın ilgisi bulunmaktadır. Dergide kullanılacak fotoğrafın bir art direktör yönetiminde sayfada yer alması, yer aldığı sayfada diğer grafik objeleriyle olan ilişkisi

bu çalışmamızda ele alınacak konular arasındadır. Mesela fotoğraf-tipografi ilişkisi, sayfada kullanılan renk-fotoğraf ilişkisi, metin-fotoğraf oranı bunlar arasındadır.

1. 1. 2. Dergilerde kullanılan fotoğrafı türleri

Dergi fotoğrafı ele aldığı konular bakımından kendi aralarında çok farklılık arz etmektedir. Her şeye rağmen ortak olabilecek konular üzerinden Dergi fotoğrafçılığını ele alacağız. Ani gelişmeler karşısında fotoğraf çekimi yapan foto-muhabirlerin çektiği fotoğrafların yer aldığı dergilerden, sektörel fotoğrafların yer aldığı daha durağan, tanıtım fotoğrafı sayılan her çeşit fotoğraf burada yer alması gayet doğaldır. Ancak problemi ele almak ve konuya eğitim açısından yaklaşmak gerektiği için biz bazı kategorilere ayırarak ele almayı uygun gördük. Dergilerde kullanılan fotoğraflar temelde şu kategoriler altında toplayabiliriz:

- a. İnsan-portre fotoğrafı
- b. Belgesel fotoğraf
- c. Ortam fotoğrafı (still life)
- d. Olay-Haber fotoğrafı

Dergi fotoğrafçılığı, ne tamamen bir foto-muhabirliktir; ne de tanıtım fotoğrafçılığıdır. Bu iki alanın arasında konumlandığımız **dergi fotoğrafçılığı**, her iki alanında da tecrübe ve uzmanlığının gerektiren bir uğraştır. Dergi fotoğrafına konu olan nesnelere, bazen bir reklâm fotoğrafı özeninde kompoze edilmelidir. Zaman ve mekân bakımından her şeyiyle fotoğrafçının kontrolü altında olduğu takdirde verimli ve okunaklı fotoğraflar ortaya çıkacaktır. Diğer taraftan, durağan ve sıradan olmaması için elinden gelen her şeyi yaparak izleyiciyi/okuyucuyu sıkmamalıdır, bir dergi fotoğrafçısı.

İşte bunları gerçekleştirmek için yapılacak şeyleri bu çalışmamızda ortaya koymaya çalışacağız. Bu konuda yazılmış kaynak yok denecek kadar azdır. Yaptığımız

araştırmalar neticesinde sadece ülkemizde değil, dünyada da bu konuda kaynak bulmanın zor olduğunu tespit ettik. Konu gelelikle foto muhabirlik (Photojournalism) çatısı altında ele alındığı için, usta fotoğrafçıların çektiği haber fotoğraflarının yer aldığı albmlerden çıkarımlarda bulunarak, ya da foto-muhabirlik eğitimiyle ilgili kitaplardan hareket edilmiştir. Veya konunun diğer ilgili dalı olan tanıtım fotoğrafçılığı ile ilgili kaynaklardan yararlanılmıştır.

Diğer taraftan **Dergi Fotoğrafçılığı**, tanıtım fotoğrafçılığı ile de yakından ilgilidir. Dergiler gazete gibi günlük haber veren diğer medya kanallarına göre daha uzun süre insanların ellerinde kaldıklarından, buralarda kullanılacak fotoğraflar hakkında daha fazla yorum yapma imkânı bulmaktadırlar. Dolayısıyla hazırlık aşamasında günlük yayınlara göre daha fazla zamana sahip olan dergi editörleri, kullandıkları fotoğrafa daha fazla ilgi göstermektedirler. Dolayısıyla da fotoğrafçıdan daha vasıflı, daha planlı, daha duru fotoğraflar talep etmektedirler. Fotoğrafçı da bu üretimi sağlamak için gerekli teknik donanım ve beceriye sahip olmalıdır.

Konumuzu bir başka ifadeyle **Dergi yayıncılığında fotoğraf tasarımı** olarak ta adlandırabiliriz. Dolayısıyla Fotoğraf tasarımında uyulması gereken kuralları, dikkat edilmesi gereken konuları belirleyecek bir çalışma yapmış olacağız. Bu çalışmayı yaparken, genel fotoğrafçılık ilkelerini göz önünde bulundurarak, bize gerekli olan taraflarıyla yeniden gözden geçireceğiz. Kompozisyon kuralları, Işığın kullanımı ve yönetimi, kamera açıları gibi konulara bir reklmcı gözüyle bakmalı aynı zamanda foto-muhabir pratikliğinde çekim yaparken dikkat edilecekleri irdeleyeceğiz.

1. 1. 3. Dergi fotoğrafı ve gazete fotoğrafının ayrıştığı noktalar

Dergi fotoğrafçılığı ayrı bir başlık ya da meslek altıda ele alınmamaktadır. Dünya da durum bu şekildedir. Ancak fiili olarak dergi fotoğrafçılığı yapan bir meslek grubu bulunmaktadır. Dergi fotoğrafı çeken bir fotoğrafçının karşılaştığı temel problemler belirli bir çerçevede ele alınmamıştır. Haber fotoğrafçılığından hareketle dergi fotoğrafları çekilmekte ya da tanıtım fotoğrafçılığından bu alana geçilmektedir.

Dergi fotoğrafçılığı ile haber fotoğrafçılığı arasındaki farkları şu şekilde sıralayabiliriz.

1. **Fotoğraf editörlüğü:** Bir dergide fotoğraf editörünün konumu gazeteye göre daha belirgindir. Fotoğraflar üzerindeki yönlendirmesi daha fazla olduğu gibi daha da gereklidir.
2. **Kurgu faktörü:** Dergi fotoğrafında fotoğrafçının bir kurgu etrafında fotoğraf çekmesi çoğu zaman gereklidir. Sıradan bir fotoğrafın kullanımını gazeteye göre daha azdır.
3. **Zaman faktörü:** Gazetelerde günlük tempo içerisinde haberin yetiştirilmesi gereği ön planda yer alır. Zamanla yarışan bir yayında fotoğrafın habere sağlayacağı katkı ve bu katkı etrafında yeterli zaman harcanması söz konusu değildir. Dergilerde ise daha uzun süreli bir hazırlık aşaması olduğu için fotoğrafa olan ilgi daha fazladır. Dolayısıyla fotoğrafçının üretim zamanı gazeteye göre daha fazla olacaktır. Editoryal ekibinin fotoğrafa olan ilgisi ve emeği gazeteye göre daha fazla olacaktır.
4. **Baskı kalitesi:** Gazetelerde yer alan fotoğraflar siyah beyaz ya da renki yer alabilmektedir. Renkli olarak yer aldıklarında bile kullanılan kağıdın ve baskı tekniğinin gereği olarak fotoğrafın orijinal renk değerleri kayba uğramaktadır. Dergilerde ise genellikle beyaz ve daha kaliteli kağıtlar kullanıldığından fotoğrafın gerçek değeri, neredeyse kayba uğramadan kendini göstermektedir. Böylece dergilerde kullanılacak fotoğrafın önemi daha da artmaktadır.
5. **Okuyucu kitlesi:** Gazeteler toplumun her kesimden insanın okuduğu, elinde taşıdığı ve gün sonunda bir kenara bıraktığı yayınlardır. Gazetenin yazı ve fotoğraflardan oluşan toplam içeriğini bir veya birkaç günden fazla elde bulundurma ihtimali oldukça düşüktür. Dergilerde ise daha ilgili okuyucu kitlesi ile karşı karşıya kalındığı görülmektedir. Kullanılacak fotoğraflara da ilgi aynı oranda artacağı

muhakkaktır. Ayrıca derginin okuyucu kitlesinin elinde kalma oranı, muhafaza edilip kütüphanelere girme ve daha sonra başkaları tarafından yeniden okunma oranı çok daha fazladır.

Genel olarak beş ana başlık altında topladığımız dergi fotoğrafçılığı ile haber(gazete) fotoğrafçılığı arasındaki fark, bu konuya ayrı bir konu olarak yaklaşmak gerektiği sonucunu doğurmaktadır.

1. 1. 4. Foto muhabirlik ve Reklâm fotoğrafçılığı

Fotoğrafa hâkimiyet bakımından dergi fotoğrafçılığı tanıtım fotoğrafçılığına (advertising photography) benzemektedir. Fotoğraftaki ışık, kompozisyon gibi unsurlar fotoğrafçının daha çok hâkimiyetinde bulunur. Fotoğrafçının fotoğraf üretiminde geçirdiği zaman çok daha fazladır. Tıpkı bir reklâm fotoğrafçısı gibi neticeye ulaşmak için birçok kez denemeler ve kurgular yapar. Neticede elde edilen görüntü de daha uzun bir emeğin ürünüdür.

Dergi fotoğrafçısını kullandığı fotografik donanım da reklâm fotoğrafçılığında kullanılanla aynıdır. İleride üzerinde durulacağı gibi bir dergi fotoğrafçısının ihtiyacı olan malzemeler oldukça fazladır. Haber fotoğrafında olduğu gibi farklı açılara sahip objektiflerin yanı sıra bir flaş ünitesi çoğu kez yeterli olmayacaktır.

Bir dergi fotoğrafçısı, gazetede olduğu gibi haber şefi ya da haber müdürünün yönlendirmesiyle fotoğraf çekmeyecektir. Bazı dergilerde böyle olsa bile çoğu zaman bir reklâm kurgusunda olduğu gibi art direktörün ya da fotoğraf editörünün yönlendirmesiyle çalışmalarını gerçekleştirecektir.

1. 2. Dergide Fotoğraf kimliği oluşturmak

1. 2. 1. Yayın politikası

Dergiler ilgi alanlarına veya hedef kitlesine göre sınıflandırılmaktadır. Bu nedenle her derginin bir uzmanlık alanında yayın yaptığı söylenbilir. Tüm yayın organlarında olduğu gibi dergilerde de bir politika etrafında yayın yapar. Dergilerin ana yayın politikaları içerisinde fotoğrafın yerini ve kullanım tarzını belirlemek konusu üzerinde duralım.

Derginin genel çizgisi fotoğraf kullanımını önemli ölçüde belirleyecektir. Fotoğrafa daha fazla yer vermesi gereken konuların yer aldığı bir derginin yanında metin içeriği oldukça yoğun dergiler de bulunacağı bilinmelidir. Yayın kimliğinin oluşumunda fotoğrafa düşen pay nelerdir? Batı dünyasında yer alan dergilerin yayın politikaları ve fotoğraf kullanım özelliklerini uygulamak “ayrıcalık” oluşturmaya yeterli olacak mıdır? Kabul etmeliyiz ki bu gün beğenerek okuduğumuz görsel yönden en başarılı dergiler batı menşelidir. Bu durumda orijinallik için öykünme yeterli bir uğraş olur mu?

Bu problem çözülmeden orijinallik beklemek güçtür. Aksi taktirde asıllarının güzel bir taklidi olan dergi yayınlamaktan öteye gidemeyeceğiz. Gültekin izgen, ulusal iradeyle sanatsal iradenin birleşmesinin beklemenin çok zor olduğunu belirttikten sonra şöyle devam ediyor. “ Türk fotoğrafının batıdan aldığı ve alabileceği şey maalesef sadece tekniktir. Fotoğraflarımızda geleneksel duyarlılığımızı yansıtmaya ve yaşatma becerisini batıdan aynı kolaylıkla ithal edemeyiz. Çünkü, batı ile bizim coğrafyamız arasında derin bir anlam ve öz ayrılığı var. Tarih ve felsefe bunu açıkça gösteriyor, ispatlıyor” Aynı yazar, her ülkenin kendi ekonomik, toplumsal ve kültürel şartlarındaki farklılıklar sebebiyle kendi özgün kimliğiyle “evrensel” zincire ayrı bir yapıda eklenmesi gereğini belirttikten sonra ř şekilde devam ediyor. “ Türk fotoğraf sanatçısı,

konusundaki bilgi ve düşünce birikiminin, süreçler içindeki gelişim ile akış serüvenini kavradıkça kendine gözgü diliyle, bu “yeni oluşuma” önemli katkılarda bulunabilecektir.”²

Dergide ihtiyaç duyulan fotoğrafların temininde ve üretiminde orijinal kaynak kullanmaya dikkat edilmelidir. Bir konuya ilişkin başka kaynaklardan da fotoğraf temin etmek mümkün olabilir. Mesela imaj banklardan alınan bazı fotoğraflar konuyu anlatmasına rağmen, hedef kitlenin kültüründen farklı içeriği olması uygun olamayabilir. Yine de bu tür kaynaklardan satın alınan fotoğraflar olsa bile kullanım aşamasında farklılaştırılabilir. Ancak belirgin bir karakter oluşturulmak, okuyucu kitlesi üzerinde etki uyandırmak isteniyorsa, bunun fotoğraf editörüyle uyumlu çalışan bir fotoğraf ekibinin elinden çıkması halinde belirgin şekilde farklı görüntüler ortaya çıkacaktır. Örneğin bir röportajda daha önceden çekilmiş görüntüler mevcut olabilir. Ancak yine de bunun, görsel kıstaslar çerçevesinde yeniden çekilmesi dergiye orijinallik bakımından değer kazandıracaktır.

1. 2. 2. Derginin hedef kitlesi

Her ürünün olduğu gibi derginin de hedeflediği bir müşteri topluluğu vardır. Ticari anlamda bir müşteri olmasalar bile hedef kitlenin algılarını hesaba katarak fotoğraf karakteri oluşturulmalı ve bu doğrultuda çekim yapılmalıdır. Fotoğrafta kullanılan imgelerin, izleyiciler tarafından algılanması için aynı dili konuşmaları şarttır. Bir röportaj yayınlanan her yerde aynı özellikler taşır, denilebilir. Ancak bilinmelidir ki fotoğrafta değişen pek çok unsurun etkisiyle sıradan bir röportaj fotoğrafı bile değişik anlatım diline sahip olacaktır.

Çocuklara yönelik bir dergide kullanılan aydınlatma tarzı ile yetişkinlere hitap eden bir dergi arasında fark olmalıdır. Örneğin açık tonlara sahip bir fotoğraf daha sevimli, narin ferahlık hissi uyandırırken, koyu ve kontrast tonlar içeren bir fotoğraf

² Gültekin Çizgen, **Fotoğraf ve Sanat Üzerine Yazılar**, İstanbul 1998, Arkeoloji ve Sanat yay. s. 17, 18.

daha korkutucu, daha ciddi sert duygular çağrıştırmaktadır. Sadece ışık yönüyle ele alınırsa bile hedef kitleye göre bir aydınlatma ve renk değerleri benimsenebilir.

Öte yandan Kullanılan objektifler ve makinenin objeler bakış açısı ve yüksekliği de belirleyici bir kriter oluşturabilir. Optik distorsiyon bir karakter unsuru olarak fotoğrafta yer alabilir. Fotoğrafta yer alan nesnelere alışılmalı bakış açıları dışında bir noktadan bakmak ve fotoğraflamakta bu şekilde karakteristik bir özellik olarak kullanılabilir.

Hedef kitlenin zeka ve kültür seviyesi de belirlenecek fotoğraf karakterinde önemli bir kriter olarak göz önünde bulundurulmalıdır. Tıpkı bir Amerikan esprisini Türk insanı gülünç bulamayacağı gibi, bir toplum için belirli bir fotoğrafın uyandıracığı duygusal tepkiyi aynı fotoğraf başka bir toplum için uyandırmayabilir. "...fotoğrafın kültürel bir nesne olması dolayısıyla, anlaşılabilirliğinin kültürlere de bağlı olduğu düşüncesini beraberinde getirir. Bireyin içinde olduğu kültürel ortam bu kodsuz mesajın algılanmasını ve anlamını etkileyebilmektedir."³

1. 2. 3. Fotoğraf Editörlüğü

Ekip çalışmasının belirgin olduğu uyumlu bir yapı içerisinde fotoğraf editörlüğü vazgeçilmez bir pozisyonudur. Dergilerin belirlenen çizgilerini tutturmaları için fotoğraf çizgisini yöneten bir editör son derece önemlidir. Fotoğrafçının tek başına vereceği kararlar isabetli olabilir. Böyle bir karar derginin genel çizgisine uygun olabilmesi için fotoğraf editörü ile koordineli bir çalışma gerekir. Bir haber ya da konunun ana kurgusunu editör yapar. Konunun nasıl görselleştirileceğine fotoğraf editörü ile birlikte karar vermeleri gerekir.

Bazı yönlerden elbette ki gazete fotoğrafçılığı ile dergi fotoğrafçılığı benzerlik gösterecektir. Hedef kitlenin ilgisini göz önünde bulundurmamak her iki yayın türü için de geçerlidir. Bu açıdan fotoğraf editörleri temelde aynı görevi yerine

³ Özer Kanburoğlu. Basında Haber Fotoğrafi Kullanımı, Ankara 2003, s. 32

getirmektedirler. “Gazetelerin haber editörleri nasıl ki, hangi haberin gazetede yayınlanıp yayınlanmayacağına karar veriyorsa fotoğraf editörü de hangi fotoğrafın gazetede yer alacağını bilen ve belirleyen kişidir. Bu anlamda fotoğraf editörü, en az üst yönetim kadar yayın politikasını, foto muhabiri kadar tekniği ve iyi fotoğrafı, haberci kadar haberi iyi bilen, karar veren kişidir. Bu yönü ile editör, foto muhabirini habere gönderirken, ne tür fotoğraf beklediğine dair bilgilendirir, yönlendirir. Foto muhabiri, çekimini yaparken editörün ne beklediğini, gazete sayfasında hangi fotoğrafa yer vereceğini bilerek seçim yapmak zorunda kalır ki bu da foto muhabirinin bilinçaltı manipüle edilmesidir.”⁴

Derginin içerik yönetiminde ilk aşama planlamadır. İçerik toplantısında konunun tarafları olan yazar, fotoğraf editörü ve fotoğrafçı üçlüsünün görüş alışverişi ile en doğru çizgi bulunur. İçeriğin nasıl olacağı ortaya konulur. Fotoğraf editörü nasıl bir görselleştirme yapacağına karar verir, fotoğrafçı da gerekli fotoğrafın nasıl üretileceğini, imkân dâhilinde olup olmayanları ortaya koyar. Neticede karar verilen şey en doğru olanıdır. Geriye uygulama aşaması kalmaktadır. Bu aşama da fotoğrafçının bilgi ve tecrübesine kalır.

Fotoğraf editörü konumunda olan kimse, fotoğrafçılığı bilen bu konuda aşama kat etmiş kimselerden seçilmelidir. Fotoğrafta uygulanabilir olanlarla olamayanları bilmeli ve ona göre fotoğrafçıyı yönlendirmelidir. Uygulaması zor ya da hayali isteklerle fotoğrafçıyı verimsiz hale getirmesi olasıdır.

Dergi yayıncılığında fotoğraf kurgusu, fotoğraf editörünün ya da fotoğraf direktörünün görevidir. Bir bakıma art direktör olarak ta adlandırılabilir. Gazete için fotoğraf editörlüğü yapan bir kimseye göre dergilerde fotoğraf editörlüğü yapan kişiye daha çok iş düşmektedir. Gazetelerde kullanılan fotoğraflar çoğunlukla ajanslardan

⁴ Ahmet İMANÇER, **Basın Fotoğraflarında Neden “O An” ?**, *Fotoğrafya Sanal Dergisi*, (www.fotografya.gen.tr) Sayı 16.

gelen ve tüm yayın kuruluşlarına aynı anda servis edilen görüntülerdir. Bu bakımdan dergide kullanılan görsel kaynaklar daha özgündür. Editöre daha geniş bir hareket alanı bırakılmaktadır. Bunun karşılığında da sorumluluğu daha fazladır.

Fotoğrafçı ile gerekli koordinasyonu sağladıktan sonra gelen fotoğrafların seçimi, kadrajlanması, renk kalibrasyonunun yapılması hatta gerekirse manipüle edilmesi tamamen fotoğraf editörünün yönetimindedir. Bir konu ile ilgili ön plana çıkarılacak fotoğrafın seçimi de fotoğraf editörünün görevidir.

Dergini fotoğraf kimliğinin oluşumunda ve sürdürülmesinde fotoğraf editörlüğü vazgeçilmez bir konumdur. Ne var ki bu konunun ülkemiz şartlarında gereği gibi doldurulduğunu söylemek güçtür. Sayfa ya da bölüm editörlerinin görevleri arasına yerleştirilen fotoğraf editörlüğü, çoğu kez kâğıt üzerinde kalan bir konum olmuştur.

Fotoğraf editörünün görevi, fotoğrafa etkili bir şekilde yer veren bir süreli yayım için son derece önemlidir. “Fotoğraf seçimi, fotoğraf editörünün en önemli işlevi, aynı zamanda da haber fotoğrafını gerçek değerine ulaşabilmesini sağlayan en önemli aşamadır. Çünkü çekilen her haber fotoğrafı, yayınlanma amacıyla çekilir. Ancak, bir habere ilişkin gelen onlarca fotoğraftan ancak biri ya da birkaçı yayınlanmaya değer görülür. Fotoğraf editörü, uyguladığı belirli ölçütler ışığında bazı fotoğrafları yayınlamak üzere seçer, diğerlerini ise reddeder.”⁵ Şebnem Soygüder, “Fotoğraf Editörlüğü” isimli makalesinde, Melih Zafer Arıcan’ın doktora tezinde, bir haber fotoğrafı seçiminde esas alınacak ölçütleri içerik, teknik ve estetik olmak üzere üç başlık altında değerlendirmesine ilave olarak, bu kriterlere dördüncüsünü "Etik kriter" olarak eklemektedir.⁶ Buna göre fotoğraf editörü haber ya da konuya uygun olması, o konuyu okuyucuya en iyi şekilde anlatan bir fotoğrafı diğer fotoğraflar arasında seçecektir. Bu içerik esasıdır. Teknik ölçüye göre, fotoğraf, ışık, netlik, kontrast ve kompozisyon gibi fotografik değerler bakımından doğru olmalıdır. Fotoğraf editörü böyle bir fotoğrafı tercih ederek baskıya göndermelidir. Estetik kıstas ise tahmin

⁵ Şebnem Soygüder, “Fotoğraf Editörlüğü, Fotoğrafya Sanal Dergisi” (www.fotografya.gen.tr), Sayı: 16

⁶ Şebnem Soygüder, a.g.m., Fotoğrafya Sanal Dergisi(www.fotografya.gen.tr), Sayı: 16

edileceği üzere fotoğrafın genel estetik oranlara uygunluğu, renk ve kontrastı, konunun fotoğraf çerçevesi içerisine kapladığı alan, bakış açısı, fotoğrafçının stili gibi dikkat edilecek hususlardır. Dördüncü ölçüt ise Etik kurallardır. Bir fotoğraf editörü seçeceği fotoğraftan sorumlu olduğunu göz önünde bulundurmalıdır. Bunun için her şeyden önce editöryal bağımsızlığının tanınmış olması şarttır. Nesnellik, tarafsızlık gibi kavramları fotoğraf tercihinde de uygulaması gerekmektedir. Ne var ki çoğu zaman bunun yerine medya patronunun “maddi ve manevi çıkarları” genel ölçü olmaktadır. Sosyal sorumluluk ve kamu yararı gözetilerek kullanılacak fotoğraflar “gazetecilik meslek ilkelerine” bağlı olmanın da doğal gereğidir.⁷ Ahlaki kurallar temelde başkalarına saygılı olmak temeline dayanır. Popülerite uğruna etik kurallar çiğnemelidir. Fotoğrafçının çektiği her fotoğraf olayı belgelemek adına önemli olabilir. Ancak bir fotoğraf editörü durumun kritiğini daha iyi ve objektif yapma sorumluluğundadır.

1. 2. 4. Fotoğrafçı seçimi

Zaman içerisinde fotoğrafçılığın pek çok uzmanlık alanı oluşmuştur. Hemen her konuda iyi fotoğrafçı denilebilecek isimler belirmiştir. Manzara fotoğrafı çekmek bile özel tecrübeleri sayesinde bu konuda isim yapmış kimselerin objektifiyle çekildiğinde daha güzel olmaktadır. Kritik anlarda uzmanlaşmış, adeta olayın kokusunu alan fotoğrafçılar bulunmaktadır. Savaş fotoğrafçıları, belgesel fotoğrafçılar, mimari fotoğrafçılar tamamen uzmanlık gerektiren alanlardır. Bunun gibi, çocuk fotoğrafı, otomobil fotoğrafı, makro fotoğrafçılık, gıda fotoğrafı, moda fotoğrafları, still-life fotoğraf gibi pek çok alt kol sayılabilir.

Dergi fotoğrafçılığı da kendi içerisinde ayrı bir uzmanlık alanı olmuştur. Dergini yayın yaptığı alan göre fotoğrafçı tercih etmek ve çekimleri ona yaptırmak, uzmanlaşmanın bir gereğidir. Bir konuda iyi fotoğrafçı olan bir kimse başka bir konuda tatmin edici fotoğraf üretemeyebilir. Kabiliyet ve tecrübesi derginin alanına giren fotoğrafçıyı bulmak ve onu yönlendirmek fotoğraf editörünün yapması gereken

⁷ Bu konuda Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin çeşitli tarihlerdeki yayımlarına bakılabilir.

işlerdendir. Gazetelerde bu özellik çok fazla ön plana çıkmamaktadır. Foto muhabirler gazetelerin bu ihtiyacını büyük oranda gidermektedir. Çünkü sıcak gelişmeler takip edilmekte ve ajanslardan gelen ve fotoğrafçının kimliğini ön plana çıkmadığı görüntüler servis edilmektedir. Fotoğrafın tarzından çok içerik önem kazanmaktadır. Dergi fotoğrafçılığında ise fotoğrafçının tarzı önemini belli eder. Derginin fotoğrafı kullanma tarzı ile fotoğrafçının üslubu örtüşmesi gerekir Ancak zaman zaman özel dosyalar ele alındığında konusunda uzman bir fotoğrafçı ihtiyacı belirlemektedir.

1. 2. 5. Dergi fotoğrafına karakter kazandırma

1. 2. 5. 1. Fotoğrafta sabitler ve değişkenler

Belirlenen fotoğraf karakteri çerçevesinde fotoğrafçıya yön verilir. Fotoğraf editörü derginin karakterini korumakla sorumludur. Derginin takip ettiği çizgi okurlar arasında yer etmiştir. Okurun beğenisini kazanan bir karakter oluşturulmuştur. Bu karakterin oluşturulmasında elbette fotoğrafa önemli bir pay düşmektedir. (Derginin içeriğine grafik sanatlar bakımından değinmemekteyiz.) İnsanlar bir dergiyi (satın) alırken görmek istedikleri şeylerle karşılaşacaklarını umacaklardır. Uzun süren bir yayın sürecinden sonra böyle bir noktaya gelinmiştir. Umulmadık bir fotoğraf kullanımı derginin imajına zarar verecektir. Sayfaları karıştıran bir okur, gördüğü bir yazı-fotoğraf kompozisyonunu zihninde belirli bir yere oturacaktır. Açıkça söylemese bile, oluşan alışkanlığa zıt bir tasarım dergiye zarar verir.

Yayına giren bir derginin önceden planlanan çizgisi belli bir süre içerisinde takipçiler/okuyucular kazanır. Buna “marka bilinirliği” de diyebiliriz. Dergi, benzer yayınlardan fotoğraf düzeni bakımından ayrışmasını, her sayısında değişmeyen bazı kurullarla sağlamış olur. Fotoğrafçıya yine da geniş bir hareket alanı bırakılmıştır. İleride bunların neler olacağı üzerinde durulacak. Bunların bir kısmı fotoğrafçının çekim esnasında dikkat edeceği karakteristik uygulamalardır. Bir kısmı ise çekim sonrası fotoğrafın, sayfada yer alan diğer grafik unsurları ile olan ilişkisinden doğan karakteristik özelliklerdir. Kompozisyon düzeni, arka planda dikkat edilmesi gereken

kurallar, ışığın kullanımı, bakış açıları, kullanılan renk dokusu gibi özelliklerde bazı genel kurallar fotoğrafın oluşum sürecinde belirlenebilir. Sayfa tasarımında, fotoğrafın tipografi ile ilişkisi, sayfada fotoğrafa ayrılan bölgeler gibi hususlar da, çekim sonrası oluşturulacak karakter özelliklerini arasındadır.

1. 2. 5. 2. Fotoğrafa ayırıcı özellik kazandırılmak

Her ay sayıları ardan dergi dünyasında farklılaşabilmek elbette zor olacaktır. Sıradan fotoğrafçıların çekebileceği görüntüleri yayınlayan bir dergi kendisinde söz ettiremez. Sadece fotoğraf yönü ile ayrılmak bir dergi için elbette ki yeterli değildir. Ancak konumuz bakımından bizi ilgilendiren fotoğrafın ayırıcı vasıflar kazanmasıdır.

Genel estetik kurallara uygun fotoğraf çekmek ana kural olmakla birlikte bir dergi, sıra dışılığı fotoğrafçılara ilke olarak benimsetmelidir. Bir konu ya da olaya herkesin bakmayacağı bir açıdan yaklaşmak bu tür bir ayrılmaya sebep olabilir. Fotoğraf kompozisyonu bakımından dikkat uyandırıcı açılar yakalamak fotoğrafçının takibinde olmalıdır.

Bir konu ya da habere fotoğraf hazırlanıyorsa sıra dışı bazı uygulamalar da kurgulanabilir. Mesela “kadınların iş gücüne katılımı arttıkça erkeklerin iş bulması zorlaşıyor” gibi istatistikî bir konuyu daha heyecanlı hale getirmek ve ilgi uyandırmak için göbekli bir erkeğe etek giydirip ve kadın saç perüğü takarak fotoğraflamak ilginç olabilir. Bu tür kurgular dünya basınında da zaman zaman rastlanan uygulamalardır.

Optik olanaklardan yararlanılarak çeşitli abartmalara gidilebilir. Netsiz veya hareket halinde pozlandırılmış fotoğraflar ilginç olduğu kadar kullanıldıkları habere göre korku veya endişe hissi de uyandırabilir. Geniş açı veya balıkgözü objektiflerin görüntü deformasyonu bir tarz olarak zaman zaman kullanılabilir. Renklerden hareketle bazı belirginleştirmelere gidilebilir. Hâkim renk mantığından hareketle bazı haber veya konulara sürekli aynı ana rengin tonlarını kullanarak farkı fotoğraflar çekilebilir.

Tüm bunlar fotoğrafta gerekli olan estetik kuralları bir tarafa bırakmadan gerçekleştirmek gerekir. Fotoğrafın karşıtlık düzeyi, kompozisyon ve oranlardaki dengesi, yeterli pozlandırılmış olması kısacası doğru fotoğraf çekiminin yapılması temel ayırıcı vasıfların başında gelmektedir. Bunlara uygun hareket edilemeden çekilen fotoğraflar bir dergiyi baştan zayıflatmış olur.

1. 2. 5. 3. Fotoğraf algısı ve kültür

Fotoğrafçının da tıpkı bir haberci gibi objektif olmak zorunda olduğu söylenir. Her mesleğin ahlak kuralları olduğu gibi fotoğrafçılığın da bağlı olduğu etik kurallar vardır. Fotoğrafları insanları yanıltıcı olmaması ve art niyet içermemesi bir üst kural olarak benimsenmiştir. Fotoğrafçı olaylara bakışında içinde bulunduğu kültürden bağımsız hareket edebilir mi? Aynı zamanda fotoğrafı izleyen kişi onu kendi kültür kodlarına göre mi okur? Yoksa hem fotoğrafçı hem de izleyici açısından beynelmilel ortak bir algı var mıdır?

Etrafımızı saran fotoğraf içerikli yayınların her biri çeşitli mesajlar içerir. Fotoğraf arkasında bir kültürün taşıyıcısıdır. Sadece olanı tespit anlamında bir belge değildir. Sorulara cevaplar içeren, fotoğrafa bakan kişi açısından bir duygu ve aksiyon değeri içerir. Bir fotoğraf, zaman, mekân, kemiyet, keyfiyet ve sebebiyet bildir? Fotoğraflarda sürekli aynı şeyi gören kişi bir süre sonra gerçek hayatta aynı durumu gördüğünde yadırgamayacak hatta benimseyecektir.

Bir fotoğrafla ilk defa karşılaşan kişi onu algılamada içinde bulunduğu sosyolojik şartlar gereğince onu yorumlayacaktır. Aynı görsel içeriğe sahip fotoğraf her kişi için aynı anlamı ifade etmemektedir. Eğitim ve zekâ seviyeleri algıyı etkileyen önemli faktörlerdir. “Her kültürün farklı ön yargıları vardır ve her biri kendi üyelerinin hayatta olduğu gibi resimlerde de belli şeyler görmeye iterler. Aynı fotoğrafı Amerikalı

bir iş adamı, Hintli bir köylüden farklı anlayacak, bir sosyolog bir jeologdan farklı görecektir. Bir çocuk bir büyükten farklı şeyler algılayacak, öğrenecektir.”⁸

Fotoğraf çeken kişi arkasına aldığı okuyucu kitlesinin algısını, eğitim ve kültür düzeyini bu nedenle göz önüne getirmelidir. Bir konu üzerine eğildikçe daha yaratıcı görüntüler çıkaracağını bilmelidir. Görüntü ile birlikte verilecek bilginin fotoğrafçı tarafından bilinmesi de fotoğrafın oluşumuna olumlu katkı sağlayacaktır. Kompozisyonu haberci ya da editörle tartışması daha doğru görüntüleme imkanı verecektir. Fotoğrafta verilen kültür kodları okuyucu kitlesi tarafından algılanması sağlanacak düzenleme yapılmalıdır. Çocuklara yönelik bir fotoğraf elbette genç kızlara yönelik bir dergi fotoğrafından farklı olacaktır. Okuyucunun ilgisi hangi yönde açıksa o noktalara vurguda bulunmak fotoğrafın okunurluğunu artıracaktır.

Fotoğrafta yer alan öğelerin hitap ettiği kitleye verdiği bir mesaj vardır. Olumlu ya da olumsuz bir etki oluşturması, hedef kitlenin algı kodlarına hitap etmesiyle ilgilidir. Örneğin, National Geographic gibi araştırma ve keşif dergilerinde üçüncü dünya ülkelerinden sıkça görüntüler yer alır. Yayımlanan fotoğraflarda görülen siyahi insanlar genellikle beyaz ırktan araştırmacıların malzemelerini taşıyan, onlara hizmet eden görüntüleriyle görülmesi, Amerikanın sosyal yapısında yer alan ırkçılık konusunda rahatsızlık uyandırmaktadır. 1950’lerde bu tür fotoğraflar rahatsızlık doğurmazken, 1960’ların sonlarına gelindiğinde artan ırkçı olaylar karşısında dergide yer alan “siyah hizmetçi” fotoğrafları rahatsız etmeye başlamış, öfke ve isyana ekti edeceği endişesi, beyaz yolcuların fotoğraflarda görünmemesi tercihine sebep oldu.⁹

İnsanlar kamera karşısında her zamanki halleri ile bulunamayabilirler. Görüntüleniyor olmak, başkaları tarafından seyrediliyor hissi kültürden kültüre farklı neticeler doğurur. Bazıları son derece doğal davranırken bir kısım insanlar mahremiyetlerinin ihlal edildiği hissine kapılabilirler. Bilinçli bir yaklaşımla böyle bir

⁸ Richard Greenhill, Margaret Murray, Jo Spence, Fotoğraf Sanatı, Terc. Remzi Kitabevi, İstanbul 2003 s. 77.

⁹ Catherine A. Lutz, Jane L. Collins, National Geographic’i Doğru Okumak, İstanbul 2005, Agora Kit. S. 149.

tutum göstermezler. Kişinin sosyo-kültürel durumuyla ilgili bilinçaltı bir tepkidir. Örneğin çekimini yapacağımız bir insanı rahatlatmak adına, masanın üzerine uzanarak fotoğraflamak istediğimizi farz edelim. Bir Amerikalı böyle bir isteği pek rahat bir şekilde yerine getirirken, Türkiye’de yaşayan bir insan böyle bir isteği olumlu bile karşılamayabilir. İnsanlar ayaklarını uzatırken içinde buldukları kültürün kodlarından hareketle sınırlarını çizerler. Saygının algısı bizde farklı yorumlanırken Avrupa’da ha başkadır. Her kültürün algılarına göre fotoğrafa bakışı ve tutumu değişecektir.

1. 2. 5. 4. Türk Basın hayatında Dergicilik ve Dergi Fotoğrafçılığı

Fotoğrafın Osmanlı İmparatorluğunu girişiyle birlikte gazete ve dergilerdeki yerini almaya başlamıştır. Basın hayatında ilk yıllarda daha çok belgesel fotoğraflar görülmeye başlanır. Fotoğrafın ifade gücünün fark edilmesiyle de git gide kullanım oranı artmıştır. Cumhuriyet Türkiye’siyle birlikte yeni yeni fotoğrafa ağırlık veren dergiler karşımıza çıkmaktadır. Kadınlara, çocuklara, magazin hayatına ağırlık veren dergilerde geniş ölçüde fotoğrafa yer verilmiştir.

1. 2. 5. 5. Fotoğraf telif hakları ve satın almalar

Fotoğraf üretimi, önceden çekimli hazır fotoğraflara göre daha zor ve zaman alıcıdır. Konuya uygun gelen bir fotoğraf satın alınarak söz konusu yazı ya da habere yerleştirilebilir. Burada dikkat edilecek konu fotoğraftaki kültürel unsurların yabancı kalmamasıdır. Türk fotoğrafçılığı arşiv bakımında maalesef yeterince organize olmamıştır. Fotoğrafçıların ellerindeki fotoğraflar ticari ya da kültürel amaçlı geniş çaplı ortak bir arşive aktarılmamıştır. Bu nedenle piyasada oluşan ihtiyaç yabancı fotoğraf ajansları tarafından karşılanmaktadır. Yurt dışında ve bilhassa Amerika ve Avrupa’da küresel olarak faaliyet gösteren fotoğraf ajansları, binlerce fotoğrafçının milyonlarca fotoğrafını derlemişlerdir. Bu fotoğrafları çeşitli kategoriler altında tasnif etmişler ve ticari kullanıma sunmuşlardır. Önceki yıllarda sayıları çok az olan bu ajanslar, son yıllarda uluslararası elektronik bilgi ağının(internet) yaygınlaşması sayesinde daha da çoğalmışlardır.

Günümüzde gazete ve dergilerin abone olduğu fotoğraf ajansları her gün sayıları artan ve güncellenen arşivleri ile ihtiyaç duyulan fotoğrafları kısa sürede servis edebilmektedirler. Dergi ve gazetelerin yöneticileri de yerli fotoğraf sanatçılarını üretim yaptırmak yerine maliyeti çok daha ucuz olan hazır fotoğraf satın alma ya da kiralama yoluna gitmektedirler.

Ücretli çalışan fotoğrafçıların her türlü sanatsal üretimini ayrı bir ücret ödmeden kullanma yoluna giden çoğu dergi bu konuda telif haklarına riayet etmemektedir. Kanuni boşlukların yer aldığı telif hakları konusunda fotoğrafçılar da nasibini almaktadır.

1. 3. Fotoğrafın dili ve Fotoğraf Yazma ve Okuma

Bir derginin fotoğrafı oluşurken çeşitli bakış açıları bir araya gelir. Görüntü oluşup okurun karşısına gelinceye dek, çeşitli filtrelerden geçmiş olur. Önce fotoğrafı çeken kişi çekilecek objeye bir tercih süreci geçirdikten sonra fotoğraf karesine alır. Fotoğrafçı, arkasına okurun bakışını alan, onların adına görüntü nakleden bir aracı konumunda kalıp konuya yabancılaşabilir. Bu nedenle bazen çektiği konulara yabancı kalıp sadece teknik bir işlevi yerine getirdiği izlenimi de uyandırabilir.¹⁰ Fotoğrafçının bakışı okurun bakışıyla özdeşle olabilir. Ayın kültürün insanları olarak bir olaya yaklaşımda, okurla fotoğrafçı bakış açıları aynen örtüşebilir. Bu durumda okur, teknik süreç ardından, fotoğrafçının açtığı pencereden olayı seyreder.

Ardından, derginin kurumsal bakışı çekilen fotoğraflara yön verir. Fotoğrafi kadrajlamak, sıralamasını değiştirmek, altına yerleştirilen yazının tesiri altında bırakmak ve gerekirse manipüle etmek bunlardan bazılarıdır. Derginin belirlediği bakış açısı fotoğrafçınınkinden daha etkilidir. Fotoğrafçının hiç de anlatmak istemediği bir şekilde fotoğraf okuyucuya aktarılabilir.

¹⁰ Catherine A. Lutz, Jane L. Collins, a.g.e, S. 180.

Okurun bir fotoğrafa bakışı onun birikimi ve kültürel alt yapısıyla ilgilidir. Derginin anlatmak istediği bir konuda fotoğrafla elde edilmek istenen ifade sıradan bir okur için belirleyici olabilir. Bir okur dergide yer alan fotoğraftan, alt yazının dışında fotoğrafçının kastettiği anlamın dışında da yorumlar çıkarabilir.

“National Geographic’i Doğru Okumak” adlı araştırmaya imza atan C. A. Lutz ve J. L. Collins, incelemelerinde fotoğrafa konu olan kişinin bakışını da ele almışlardır. Örnekledikleri yaklaşık 500 fotoğraftan %25’inde fotoğrafı çekilen kişi fotoğrafa bakmaktadır. Dolayısıyla fotoğrafçıdan ve okurdan haberdar olduklarını var sayarak bir mesaj içerdiğini savunurlar.¹¹ Fotoğrafa konu olan kişiler, kameraya bakmanın dışına birbirlerine veya fotoğrafta yer alan başka bir nesneye, uzak bir noktaya veya ufka, son olarak ta hiçbir yere bakmamaktadırlar. Bu dört bakış türünün de fotoğrafa kattığı çeşitli anlamlar bulunur. Yüz ifadesi bu durumda mesajın temelini oluşturmaktadır.

Bir fotoğraf, doğrudan fotoğraf karesinde olmayan anlamlar da içerir. Fotoğrafın bir haber ya da yazıda yer alması olaya gerçekçilik ve etkileycilik etkisi kazandırır. Yani, konu hakkında yer alan bir fotoğraf, yazının masa başında oturulup hayali senaryolar eşliğinde yazılmadığının bir göstergesidir.

1. 3. 1. Fotoğraf dili

Duygusal dil ile yazı dili arasında fark vardır. Bazen bir fotoğrafın anlattığını sayfalarca yazı ile ifade etmenin imkânı yoktur. Fotoğrafın insan üzerinde bıraktığı etkiyi başka bir yolla sağlamanın imkânı yoktur. Bir fotoğraf sürekli karşısındakini etki

¹¹ “İrk, yaş ve cinsiyet farklılıkları, bakışa ne kadar sık ve ne kadar yoğunlukta karşılık verildiğini bağlı olarak belirir ve objektifin bakış açısına anlam kazandırır. İstatistikli açıdan incelendiğinde, karınların erkeklerden daha sık, çocuklar ve yaşlıların diğer yetişkinlerden daha sık, yoksul görünenlerin varlıklı görünenlerden, derisinin rengi çok koyu olanların esmerlerde, esmerlerin beyaz tenlilerden, yerel giysi giyenlerin Batılı giysi giyenlerden, el aletleri olanların makine kullananlardan daha sık objektife baktığını görürüz. Buradan çıkarılan sonuca göre, kültürel açıdan zayıf olarak tanımlananların, -kadın ve çocuklar, deri rengi farklı insanlar, koksular, modern değil ilkel olanlar, teknolojiye sahip olmayanlar- objektife bakma eğilimindeyken, görüntülenen daha güçlüler başka bir yere bakma eğiliminde oluyorlar” Catherine A. Lutz, Jane L. Collins, a.g.e. S. 149.

eder konumdadır. Belirli bir anı dondurması, bir daha geri gelmesi imkânsız bir anı izleyiciye aktarması aslında çok etkileyici bir özelliğidir. Fotoğraf karşısındaki insanı harekete geçirecek derecede etkilidir. Bir çocuğun acınası durumunu fotoğrafta gören her insanın yardımseverlik duyguların nasıl kabarcacağını tahmin edebiliriz.

Suat Gezgin, Okuyucuların belleğinde uyandırdığı etkinin daha uzun süreli olması olmasını sağlamak için en iyi aracın fotoğraf olduğunu söyler.¹² Çünkü görmek okumaktan daha kalıcı bir etki bıraktığından, çoğu insan gördüklerini okuduklarından daha iyi aklında tutar. Yazı ile insan arasındaki duygusal bağlar fotoğrafa göre çok daha azdır. Basılı medyada hâkimiyet yazının değil fotoğrafındır. Tüm kampanyalarda kullanılan fotoğraflar asıl etkiyi uyandırmaktadır. Örneğin savaş karşıtlığını vurgulamak isteyen bir kampanyada kadın ve çocukların perişan hallerini gösteren bir fotoğraf vermesi tüm yazılı materyalleri gölgede bırakır.

Bir fotoğrafta ilgi çeken şey gerçekte fotoğrafçının dikkat çekmek istediği ile aynı olmalıdır. Fotoğrafların bir ilgi odağı olan kısmı bulunur. Bu odak yalnızca bir şey olabileceği gibi birden fazla obje de olabilir. Birden fazla ilgi odağı olan fotoğrafı çekmek tek bir ilgi odağı olan fotoğrafı çekmekten elbette daha zor olacaktır. İlgi merkezlerini kompozisyonu, birbirleri ile olan ilişkileri, aydınlatma özellikleri tek tek hesap edilecek konular arasındadır.

Fotoğrafta ana konuya vurgu yapmanın çeşitli yolları vardır. Fotoğrafta renk ton ve biçimlerin vurgu etkisi kullanılabilir. Örneğin günlük gazete dilinde grenli ve gölgeli fotoğraflar üzücü olayların vurgulanmasında daha duygusal bir etki oluşturmak için kullanılır. Ya da fotoğrafta yer alan objelerde karşıtlık oluşturacak şekilde ilgi uyandırılabilir.¹³ Fotoğrafta ilgi odağı oluşturmanın yöntemleri bunlarla sınırlı değildir. Kullanılacak yöntemler zamanla fotoğrafçının tecrübesine bağlı olarak gelişecek ve

¹² Suat Gezgin, Basında Fotoğrafçılık, İstanbul 1993, s. 31

¹³ Richard Greenhill, Margaret Murray, Jo Spence, Fotoğraf Sanatı, Terc. Remzi Kitabevi, İstanbul 2003 s. 57.

zenginleşecektir. Yukarıda sayılan yöntemler sadece yol gösterici birkaç teknikten ibarettir. Bu konuda fotoğrafçı pek çok yaratıcı usuller geliştirebilir.

1. 3. 2. Fotoğrafçının dili

Fotoğrafçının yazısı ışıktır. Konuyu kalemle anlatmak yerine doğada var olan ışığı takip ederek düşüncesini fotoğrafa yansıtır. Yazıların ifadesi bir an ile sınırlı olabilir. Ancak bir fotoğrafçı söylediği sözü fotoğraf karesine sığdırdığı için mesajı ektisinin hiçbir zaman yitirmeyecektir. Yıllar geçse bile o fotoğrafa bakanlar içeride yazılaş satırları çok rahat bir şekilde görecekler ve yorumlayacaklardır. Kendine has üslubuyla objektifini yönlendirmelidir. Uzun soluklu ve kaliteli bir dergi yayıncılığında fotoğraf dilinde orijinalliğini koruyan fotoğrafçılarla çalışmak doğru bir karar olacaktır.

Fotoğrafçı aklı ve hisleri ile duyduklarını fotoğrafa yansıtılabildiği oranda orijinal görüntüler ortaya çıkaracaktır. Bir görüntüyü iyi bir fotokopi makinesi gibi aktarmak artı bir değer kazandırmaz. Bu yaklaşımı “nakliyecilik” tabiriyle gündeme getiren fotoğraf emektarı Gültekin Çizgen değerlendirmesine şöyle devam ediyor. “ Batı kültüründen her şeyi hazırlıp nakletme kolaycılığı ve merakı, çağdaşlaşma sürecinde geleneklerden sentez gerekliliğini ve sanatta bir ulusal kimlik olması haysiyetini unutturmuştur”¹⁴

Üslup bakımından her fotoğrafçının ayrı bir bakışı vardır. Bu bakış doğrudan fotoğrafa yansır. Örneğin on ayrı fotoğrafçıya aynı yerde fotoğraf çekmeleri söylene hepsi farklı bir şeylere yönelecektir. Neticede ortaya birbirine yakın olsa bile farklı içerlikleri, farklı duygusal etkileri olan fotoğraflar çıkacaktır. Dergi yayıncılığında fotoğrafçının üslubu daha ön plana çıkmakta ve daha da önem kazanmaktadır. Çünkü özel ilgi alanlarına göre fotoğraf kullanımına olan ihtiyaç bunu gerektirmektedir. Örneğin özel röportajlarda başarılı olan bir fotoğrafçıya önemli veya meşhur

¹⁴ Gültekin Çizgen, a.g.e, s. 16

şahsiyetlerin fotoğraflarını çekirmek neticenin iyi olacağını baştan bilmek anlamına gelebilir.

1. 3. 3. Işık ve rengin etkisi

Koyu ve kontrast donlar ciddiyeti ve sertliği yansıtır. Buna karşılık daha açık ve yumuşak tonların kullanıldığı bir fotoğraf daha sıcak ve hafif bir duygusal etki bırakır. Renkler insanın duygusal hallerinin yansıtması bakımında etkili mesajlar içerir. Kızgınlık kırmızı ile, utanç mor ile korku sarı ile dile getirilmiştir. Deyimlere kadar yerleşen bu renk-anlam birlikteliği fotoğrafta da kullanılabilir. Rengin etkisini fotoğrafta kullanabilmek oldukça ustalaşmayı gerektirir.

Fotoğrafta ışık dokuyu ortaya çıkardığından okunaklılık bu ışığın gücüne ve yönüne balıdır. Soluk bir fotoğraf istenen etkiyi bırakmayacaktır. Işığın dokuyu ortaya çıkarmasından sonra mevcut etki, renklere vurguda bulunarak artırılabilir.“ Bir görüntüde tek başına kendini gösteren ve çok renkli özellikteki bir unsur son derece güçlü bir mesaj verebilir. İster manzara, ister mimari isterseniz de doğa yada insan fotoğrafı çekiyor olun, solgun bir ortama canlı renklerden oluşan lekeler katılması, sıradan bir görüntüyü çarpıcı hale getirebilir”¹⁵

Öte yandan insanların renklere karşı hissettikleri tamamen doğadan gelen bir özelliktir. Güneşin rengini yansıtan sarı ve kırmızı tonlar sıcaklık duygusu verirken yine aynı rengin başka tonları rahatsızlık veren bir etki de bırakabilir. Suyun mavi oluşu ferahlık ve serinlik duygularını canlandırırken, tonun laciverte kaçması bu etkiyi kaybettirmektedir. Bitkilerin yeşil oluşundan hareketle sükûnet ve dinginlik hissi doğadan insan algısına yansıyan renk tesirleridir.

¹⁵ Jim Zuckerman, **Fotoğrafta Rengin Sırları**, Türkçesi: Nedim Sipahi, İstanbul 2004, Homer Kitabevi. s. 94

1. 4. Dergilerde ana çekim konuları

Dünya üzerin hedef kitlesine, ilgi konusuna göre binlerce dergi yayınlanmaktadır. Konularına göre çeşitli fotoğra dallarında çekim yapılsa da belli başlı kategorilere genel hatlarıyla rastlamak mümkündür. Ortalama bir dergide bulunan konuları çeşitli başlıklar altında toplarsak şunları sıralayabiliriz.

1. 4. 1. Portre

İnsanların tanıtılması amacıyla çekilmiş fotoğraflardır. Çoğu kimse fotoğrafının çekilmesi sırasında tedirgin olur ve doğal haliyle bulunamaz. Vesikalık fotoğraf gibi bir görüntü de dergilerde kullanılması tercih edilemeyeceğine göre iyi bir portre çekiminde nelere dikkat etmek gerekir.



fotoğraf 1, Bir portre örneği, Çekim: Abdüsselam Ferşatoğlu

Habere konu olan kişinin dünyasını yansıtmayı amaçlayan portre fotoğrafları yazılı dilden daha fazla şey anlatır. Hem fiziki hem de ruhi yapı hakkında bilgi vermesi bakımından portre fotoğrafı çekiminde fotoğrafçı karşısındaki kişiyi rahatlatmalıdır. Bu yüzden fotoğrafçı portresini çekeceği kişi ile sıcak bir etkileşim içerisinde olmalıdır.

Kişiyi mümkün olduğu kadar doğal ortamında fotoğraflamayı tercih etmek gerekir. Bir yazarsa çalışma ortamında bir iş adamıysa fabrikasında, bir bilim adamıysa laboratuvarında olmalıdır. Gözler portre fotoğraflarında en önemli noktalardır. İnsanlar fotoğrafta gördükleri kişinin gözlerine kaçınılmaz bir şekilde bakma isteği hissederler. Bu nedenle gözlerin mümkün olduğu kadar belirgin olmasına dikkat etmek gerekir. Fotoğraf çekiminde kameraya bakmaması istemek her zaman yerinde olmayabilir. Kameraya bakmak, esasen okuyucuya bakmak demektir aynı zamanda. Bu nedenle kameraya yönelik sıcak, kendine güvenen ve doğal bakışlarını yansıtacak bir fotoğraf portrelerde mutlaka olması gerekenler arasındadır.



fotoğraf 2, Yayın plan bir portre. Çekim: Abdüsselam Ferşatoğlu

Ellerin duruşu fotoğrafı çekilen kişi bakımından en zor noktalardan biridir. Ellerini kendi vaziyetine bırakması çoğu insanın üstesinden gelemeyeceği bir problemdir. Eller beden dilini konuşuran en önemli uzuvlardır. Tedirgin ya da kendinden emin bir duruş ellerin pozisyonundan hemen belli olur. Elin bir fonksiyon icra etmesini sağlayıp fotoğraf çekmek bu sorunu çözmeye yardımcı olacaktır. Örneğin eline yaslanmak, ya da eline bir şey almak böyle bir şeyde pratik çözümdür.



fotoğraf 3, 4, Çekim: Abdüsselam Ferşatoğlu



Bir başka insanla konuşurken ya da muhabirle röportaj esnasında yapılan çekimlerde hem el hareketleri daha doğaldır hem de kişinin mimikleri rahatça yakalanabilir. Ayrıca sürat kısmının tamamı cepheden fotoğraf karesine sığacak şekilde alınmamalıdır. Böyle bir görüntü çok sıradan hatta istenmeyecek derecede sıkıcı olacaktır. Bunun yerine profilden yüzün bir bölümü çok daha etkileyici olacaktır.

Bazı bedensel özellikler görüntü bakımından istenmez. Bunlar hangi insan olursa olsun fotoğrafta ön plana çıkmasından rahatsızlık duyar. Bazılarını ele alıp fotoğrafa olumsuz olarak yansımaları için yapılabilecekleri sıralayalım.

Geniş surat: alan derinli oldukça az olan çekim yapılabilir. Yüzün $\frac{3}{4}$ ü çekilebilir doğrudan ışık yerine kontür ışık tercih edilebilir.

Dar surat: alan derinliği sağlanmalı ve yüz tek başına değil vücudun başka organları ile birlikte lanse edilmelidir.

Kırııklık: Mümkün olduğu kadar süzölmüş ve yansımış ışık kullanılmalı sert gölgelerden uzak durulmalıdır.

Sarkık gerdan ve çene altı: Kamera bakışı mümkün olduğu kadar yukarıdan ve yandan olmalıdır. Çene de dik pozisyonda olmalıdır.

Çıkık alın: Kamera mümkün olduğu kadar çene hizasına yakın bir noktada bulunmalıdır.

Uzun ve köşeli burun. Tam karşıdan ve göz hizasında fotoğraf çekilmeli, gölge bırakmayan bir yönden ışık verilmelidir.

Dar çene: Kamere yüksekte bakacak şekilde ayarlanmalıdır.

Kellik: Baş hizasından daha aşağı bir noktadan kamera yaklaşmalı ve saç ışığı kullanılmamalıdır.

Kepçe kulak: Karşı cepheye yakın bir noktadan çekim yapılmalı gölge etkisi bırakamamalıdır.

Gözlüklü insanlar: Işığı göz hizasının üstünden verilmesi sağlanabilir. Kişinin de aşağıya doğru fazlaca eğilmeden bakması sağlanır.

Çökük göz çukuru: Gölge etkisi zayıf bir ışık kullanılabilir. Aynı zamanda arka plan da daha fazla aydınlatılmalıdır.

Çıkık göz: Hafifçe aşağıya doğru bakması sağlanmalıdır.

Şişmanlık: Alan derinliği düşük olmalı, arka plan koyu kalmalıdır. Kıyafet olarak ta koyu renkler tercih edilmelidir. Dikey çizgilerin yer aldığı kıyafetler şişmanlık etkisini daha az göstermektedir.

1. 4. 2. Belgesel

Bir konu hakkında etraflı bilgi veren fotoğraflardır. Konular çoğunlukla doğal ışık ortamlarında çekilirler. Belgesel fotoğraflar gerçeği olduğu gibi yansıtmayı amaçlamışlardır. Fotoğrafa bu bakımdan herhangi bir kurgu girmez. Ancak yine de fotoğrafçının tercihi bakımından belgesel fotoğrafta da bir izafilik söz konusudur. Belgelenen kişi ya da olaya konu olanların olduğu gibi yansıtılması, fotoğrafçının görmek istediği şeylerle ilgilidir. Konuyu olduğundan çok daha dramatik hale getirmek ya da, sıkıntılı bir olayı seyirlik eğence haline getirmek fotoğrafçının tercihine balıdır.

Belgesel fotoğraflar dergilerde daha çok tanıtım yazılarında kendini gösterir. Bir bölgenin tarihi veya turistik bir ortamın tanıtılması buna örnek olarak verilebilir. Bir meslek erbabının günlük yaşamı doğal işleyiş süreci bir yapmacığı ve kurguya gitmeden okuyucuya aktarılmalıdır. Amerikalı bir Kızılderili kabilesine para karşılığı tören yaptırıp bunu fotoğraflamak belgesel fotoğrafçılık olmayacak, sahtekarlık olacaktır.¹⁶

1. 4. 3. Ortam oluşturma (still life)

Bazı konular ancak kurgu ile oluşturulabilir. Gerekli ışık ortamı ya da kompozisyonun gerçek ortamda fotoğraflanması çok zor olabilir. Böyle durumlarda stüdyoda ya da harici başka bir mekanda gerekli düzenek kurulur. İfadesi zor bazı soyut kavramlar bu şekilde fotoğrafa yansıtılmış olur. Fotografik kalite bakımında daha

¹⁶ Susan Sontag, **Fotoğraf Üzerine**, Türkçesi: Reha Akçakaya, İstanbul 1999, Altıkkırkbeş Yay. s. 84

etkileyici ve yaratıcı olabilir. Fotoğrafçını elinde istediği gibi yönlendireceği bir ışık kaynağı bulunmaktadır. Bu sayede renkler, kontrast değerleri, net ve netsiz alanların tercih tamamen fotoğrafçının elindedir.

Stüdyo veya benzeri bir ortamda oluşturulan bu görüntüler habere kavramsal bir değer katar. Doğrudan konuyu anlatan fotoğraflar değildir. Haber fotoğraflarına göre daha fazla bilgi içerir. Suat Gezgin buna “Süsleme Fotoğrafçılığı” demektedir.¹⁷ Güncel bilgiden ziyade genel geçer bilgiler içeren fotoğraf süsleme fotoğrafıdır. İmaj fotoğrafçılığında fotoğrafçıya daha fazla hareket imkânı verir. Haber fotoğrafında çoğu kez farklı bir yoruma ihtiyaç bırakmayacak kadar konu kesindir. Fotoğrafçıya objeyi belli bir açı dışında fotoğraf çekme imkânı bırakmaz. İmaj fotoğrafında ise zaten asıl görev budur. Sahnenin kontrolü tamamen fotoğrafçının elindedir. İmaj fotoğrafında daha ağır ve pahalı fotografik donanıma ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle Dergilerde genellikle bu tür fotoğraf çekimleri dışarıdan bazı fotoğrafçılara verilir. Fotoğrafçının kendine has üslubu sayesinde fotoğraf çekimleri böyle bir fotoğrafçıdan istenebilir. İstenilen neticeye ulaşmıncaya kadar bir tanıtım fotoğrafçısından tekrar tekrar çekim yapması olağandır.

1. 4. 4. Haber Fotoğrafı

Haber fotoğrafçılığın önemi sıcak ve hızlı gelişmeleri ele almasıdır. Bir haber fotoğrafçısının toplumsal sorumluluğu da gündeme gelmektedir. “Haber fotoğrafçısı olayın özünü arar, yakalar ve deklanşöre basar. Böylece bize nadiren görebileceklerimizi gösteren, bizi normalde gidemeyeceğimiz yerlere götüren, dünyanın eğrisini doğrusunu gösteren”¹⁸, bir görev üstlenmektedirler.

Haber fotoğrafçılığında mesleki tecrübenin doğurduğu bir önsezi muhakkak bulunur. Objektifini yönelttiği olayların hangi detayında tüm dünyayı ilgilendirecek bir an yakalayacağını hisseder. Habere ağırlık veren dergilerde bu tür fotoğraflar daha çok

¹⁷ Suat Gezgin, a.g.e

¹⁸ Özer Kanburoğlu. **Basında Haber Fotoğrafı Kullanımı**, Ankara 2003, Gazeteciler Cemiyeti Yay. s. 44.

yer alacaktır. Haber fotoğrafında dergi ya da gazete ayrımı yapmak güçtür. Daha kaliteli baskı tekniğine sahip olduğundan dergiler fotoğrafı daha güçlü bir şekilde yansıtacaklardır. Dolayısıyla fotoğrafta yer alan en ufak fotografik hatalar bile görüneceğinden olabilecek en iyi fotoğraf, fotoğraf editörü tarafından tercih edilecektir.

Bir haber fotoğrafında ana konunun karede kapladığı alan fotoğrafın anlatım gücü bakımından önem kazanmaktadır. Ana obje yeteri miktarda büyük olmalı ve arka planın çevre ile olan ilişkisi iyi dengelenmelidir. Fotoğraf kareyi tamamen kaplayan ve arka plana hiç yer bırakmayan bir fotoğrafın da ifade dili yetersiz kalacaktır. ¹⁹

¹⁹ Belgesel ve Haber fotoğrafçılığı üzerine araştırmasında Şeyda Sever, şu bilgilere yer vermektedir. “Fotoğrafın en temel özelliği ve aynı zamanda da işlevi, olaylar karşısındaki tarihsel tanıklığıdır. Belgesel fotoğrafın bu tarzı, fotoğrafın en etkin ve temel uygulama alanlarından biri olagelmiştir. Ancak belgesel bir teknik değil bir yaklaşımdır; belgesel bir iddia değil bir saptamadır. Belgesel fotoğraf, varlığını yaşamın gerçeklerinde bulur. Belgesel fotoğrafın amacı insanları, olayları, insanların ve olayların bulunduğu çevreyi betimlemek ve kaydetmektir. Fotoğrafın gerçeğin aynını yakaladığına duyulan inanç belge fotoğrafçılığının varlık unsuru olmuştur. Belgesel fotoğraf dış gerçekliğin, kendini okura anlatmak isteyen fotoğrafçı tarafından tasvir edilmesidir.

Belgesel fotoğraf terimi daha önce farklı biçimlerde kullanılmakla birlikte ilk kez ekonomik bunalım yıllarında Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan fotoğraf çalışmaları için kullanılmıştı. Ancak şimdiye kadar üzerinde anlaşılmış bir tanımı bulunmamaktadır. Çoğu zaman doğrudan fotoğraf, haber fotoğrafı ile birlikte tanımlanır. Ancak belgesel fotoğraf hem doğrudan fotoğraftan hem de haber fotoğrafından pek çok noktada ayrılır. Doğrudan fotoğraf hem belgesel hem de foto muhabirliğini kapsar çünkü hem bir yaklaşım hem de bir tekniktir. Doğrudan fotoğraf anlayışında fotografik görüntünün hiçbir teknik müdahaleye uğramadan doğrudan doğruya çekildiği gibi basılması esas alınmıştır. Bu teknikte çekilmiş her fotoğraf doğrudan fotoğraf örneğidir. Uzak ülkeler, buralarda yaşayan insanların hayatları, doğa, doğrudan fotoğrafın konusu olabilir. Ancak her doğrudan fotoğraf belgesel fotoğraf örneği değildir. Çünkü Belgesel fotoğraf her fotoğrafın sahip olmadığı bazı unsurlara sahip olmalıdır. Bunların başında mesaj taşıma özelliği gelir. Belgesel fotoğraf bir mesaj taşımalı, söyleyecek bir şeyleri olmalıdır, toplumsal bir olayı yansıtabilmelidir. Yaşadığımız dünyaya ilişkin farklı bakış açıları geliştirebilmelidir. Belgesel fotoğraf haber fotoğrafı da değildir. Belgesel fotoğrafın taşıdığı mesajlar haber fotoğrafının tersine spesifik olarak tek bir olay üzerinde yoğunlaşmaz. Belgesel fotoğraf daha uzun ömürlü ve sosyal mesajlar yaratır.” *Şeyda Sever, Belgesel Fotoğraf ve Haber Fotoğrafı; Fark Nerede? Fotoğrafya Sanal Dergisi*, sayı: 12, (www.fotografya.gen.tr)

II. BÖLÜM

DERGİ FOTOĞRAFÇILIĞINDA ÇEKİM TEKNİKLERİ

2. 1. Fotoğrafik Ekipman ve Yardımcı Malzeme Kullanımı

Fotoğrafçılığın her alanında olduğu gibi, dergi fotoğrafçılığında da iyi bir netice almak için en önemli şart fotoğrafçının mahareti olsa da, ihtiyaca uygun fotografik donanım olan ihtiyaç yadsınamaz bir gerçektir. Bir fotoğrafçı, haberinde karşılaşacağı objeye ya da konuya göre farklı techizata ihtiyaç duyar. Çeşitli fotoğraf makinelerinden, geniş açılı ve tele objektiflere kadar geniş bir yelpazede hareket kabiliyetinin olması gereklidir. Bunlar fotoğraf çekimi için yeterli olmayacaklardır. Tamamlayıcı diğer yardımcı unsurlar da yerine göre çok önemli görevler üstelenecektir. Örneğin bir portre çekiminde bir ışık kaynağı çoğu zaman yeterli olmaz. İkinci, üçüncü ışık kaynakları bir portre çekiminde çoğu kez vazgeçilmez derecede önemlidir. Bu ışık kaynakları arasında senkronizasyonu sağlayacak fotosel, yansıtıcı (reflektör) veya süzücü (difüzör) gibi malzemeler, şüphesiz önemli ve kritik görev üstelenen yardımcı malzemelerdir. Şimdi bu malzemeleri genel olarak ele alalım.

2. 1. 1. Film formatları

Fotoğraf literatüründe filmler 3 ana formata ayrılmaktadır. Geniş, Orta ve Küçük olarak adlandırılan bu formatlar, kullanılan filmlerin ölçüsüne göre tasnif edilmiştir. Büyük (Large) 10x12 cm ve üzeri film kullanan makinelerdir. Orta format (Medium) 4,5x6 cm ile 6x9 cm arası film kullanırken, Küçük formatlı makineler ise yaygın olarak 2.4x3.6 cm'lik filmler kullanmaktadır.

Film formatlarının değişmesi sadece film taşıyıcı ünitelerin farklılaşmasına neden olmamaktadır. Fotoğraf makinelerinin gövde yapısından, kullanılan objektiflere kadar hemen her parçası değişmektedir. Genellikle Büyük format makineler küçük format filmleri bir adaptör yardımıyla kullanabilir. Ancak küçük format için böyle bir imkan söz konusu değildir. Fotoğraf formatları büyüdükçe makineler de büyümekte ve ağırlaşmaktadırlar. Bu nedenle Foto-muhabirler tarafından küçük format fotoğraf

makinaleri tercih edilmektedir. Ancak küçük formatta kullanılan filmlerin geren yapısı göz önünde bulundurulursa, gelişmiş ofset teknolojileri fotoğraftaki istenilen canlılığı çoğu zaman yansıtmayacağı görülecektir.

Fotoğraf formatlarının büyük olması çözünürlük, renk derinliği ve canlılığı artırıcı temel unsurdur. Pratik olmaması gibi dezavantajlarının yanında sunduğu kalite ile Dergi fotoğrafçılığında tercih edilmektedir. Konunun başında da belirttiğimiz gibi, Dergi fotoğrafçısı, bir gazete foto-muhabiri gibi haberin ardından koşmak ve “o an”ı ne pahasına olursa olsun yakalamak durumunda çoğu zaman olmayacaktır. Bu nedenle iyi fotoğraf çekmek için çoğu kez gerekli zamanı bulacağından, orta format fotoğraf makinesinin sunduğu imkânı dergisine yansıtacaktır.

Film formatların arasında gelişme gösteren bir başka konu da dijital arkalıklardır. Orta ve geniş ve küçük format fotoğraf makinesi sistemlerinin film düzeneklerine adapte olan dijital film yatakları objektiflerden gelen kapasitelerine göre yansıtmaktadırlar. Ancak teknolojinin pahalı olmasından dolayı, bilinen pek çok fotoğraf makinesi üreticisi, küçük formatın çerçeve ölçüsü olan 2,4x3,6 cm.’lik alanı etkin olarak kullanmamaktadır. Bunun yerine bu alanı daha daraltarak kullanmakta ve dijital görüntü algılayıcıları daha dar bir alana yerleştirmektedirler. Bunun sonucunda kullanılan objektiflerin etkin açıları da değişikliğe uğramış olmaktadır. Fotoğraf uzmanlarının kullandığı tam çerçeve (full frame) fotoğraf makineleri film formatlarının etkili film çerçevesini tam kullanmaktadırlar. Bunun yanında sundukları bazı modellerde küçük format makinelerin etkili alanına yakın bir dijital görüntü algılayıcı kullanan modeller sunmaktadırlar. Ancak bu tür makinelerin objektiflerinin etkili alanlarında istenmeyen daralmalar oluşturmaktadır. Dijital algılayıcının etkili alanını daha dar kullanmanın sonucu olarak, çoğunlukla objektiflerin açılarında 1,6’lık bir daralma olmaktadır. Örneğin, Küçük formattaki 50 mm.’lik normal bir objektif tam çerçeve(full frame) kullanılmayan bir dijital fotoğraf makinesinde aynı objektif 80 mm.’lik bir açıya daralmaktadır. Fotoğrafçının geniş açıya olan ihtiyacını gidermek için üretilen objektiflerde ise optik kusurlar daha da artmaktadır.

2. 1. 2. Objektifler

İyi fotoğraf çekmek için diyafram değeri düşük objektifler tercih edilir. Düşük diyaframlı objektifler ise sabit zoomlu objektiflerdir. Hem düşük diyaframlı, hem de zoom objektifler oldukça pahalı olmasına rağmen, belli bir diyafram değerinin altına da düşmemektedirler. Bu nedenle düşük ışık ortamı için sabit odaklı ve düşük diyaframlı objektifler bir fotoğrafçının sürekli ihtiyaç duyacağı objektiftir. Gerekli aydınlatmanın mümkün olamayacağı durumlarda bu objektiflerden yararlanır. Aynı zamanda ortamın duygusal etkisini aynen yansıtmak, hareket eden objeleri film ortamına aktarmanın çoğu zaman tek yolu düşük diyaframlı objektif kullanmakla mümkün olacaktır.

İstenen fotoğraf anını yakalamak düşük diyaframlı objektiflerle çok daha imkân dâhilinde olacaktır. Düşük ışık değerlerine sahip, yarı loş ortamların duygusal etkileri, ışığa doymuş, her tarafı iyi aydınlatmış bir kareye göre duygusal ifadesi daha zengin olacaktır. Bu durumda yapılacak tek şey düşük diyaframlı bir objektife sahip olmaktır.

Yukarıda da belirtildiği üzere, Orta ve üzeri formatlarda değişen sadece film taşıyıcıları değildir. Fotoğraf makinelerinde kullanılan lenslerin çapı da büyümektedir. Buna bağlı olarak objektiflerin görüş açıları da değişmektedir. Orta ve Geniş format objektiflerde perspektif kusurları küçük formata göre çok daha azdır. Bu nedenle objelerin fotoğrafa yansımaları daha gerçekçidir. Objektiflerdeki kırılmalar, kenarlardaki değer kayıpları, küresel kusurlar lenslerin çapı küçüldükçe daha rahatsız edici bir hal almaktadır. Fotoğraf karesine giren nesnelere uygun açılarda ayarlanırsa bile, film formatlarına göre kusurlu görüntüler aşağıdan yukarıya doğru azalma göstermektedir.

2. 1. 3. makineler

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte fotoğraf makinelerinin görüntü kaydetme imkânları da artmıştır. Önceleri fotoğraf karesine kaydedilemeyen, ya da karmaşık düzenekler sonucu elde edilebilen pek çok görüntü bugünkü gelişmiş fotoğraf makineleriyle rahatlıkla elde edilebilmektedir. Radyo dalgalarıyla kontrol edilen deklanşörler, 1/8000 perde hızına varan obtüratör hızları, saniyede 10 kareye kadar çekim motor hızları, 45 noktadan netleme ve ölçüm yapan prizmalar gibi pek çok konuda teknolojiden yararlanılmaktadır. Bunların tamamı fotoğrafta istenen anı yakalamaya yardımcı olan, işi kolaylaştıran yardımcılardır.

Aynı ortamı geniş açıyla fotoğrafladıktan sonra detay almak isteyen bir fotoğrafçı çoğu zaman objektif değiştirecek vakit bulamaz. Bu durumda ideal çözümler ikinci bir fotoğraf makinesini hazır bulundurmadır. Farklı odak uzaklıklarına sahip objektiflerin takılı olduğu makinelerin hazır bulunması fotoğrafçıya daha rahat bir çalışma imkânı sunar. Yapay ışığın yeterli aydınlatma sağladığı ortamlarda, bu ihtiyaç zoom objektiflerle çözümlenebilir de, optik kusurların mümkün olduğu kadar azaltılması isteniyorsa, sabit odaklı optikler çok daha iyi netice verecektir. Ayrıca doğal ortam aydınlığından en iyi şekilde yararlanmanın yolu da yine düşük odaklı objektiflerin takılı olduğu ayrı ayrı fotoğraf makinelerinden geçmektedir.

2. 1. 4. Yardımcı ekipman

Bir tripodun eksikliği sebebiyle son derece önemli fotoğraflar kaçırılmış olabilir. Bu nedenle, bir dergi fotoğrafçısını çekimde kullanması gereken yardımcı ekipmanın arasında üçayak olmalıdır. Düşük ışık ortamlarında keskin görüntüler elde etmenin en pratik yolu tripod kullanmaktır. Eğer fotoğrafa konu olan nesne de hareketli ise tripodun dışında bazı yardımcılar gerekir. Üçayak sadece ışık kaynağının yetersizliğinde, fotoğraf makinesinin titreşimini durdurup net fotoğraflar elde etmeyi

sağlamaz. Aynı zamanda kompozisyon oluşturmada da fotoğrafçıya yardımcı olur. Tripodun, yatay ve düşey hareketleri sayesinde ufuk çizgisinin fotoğraf karesine oturtulması, oranların yerli yerince kullanılması, gereksiz nesnelere fotoğraf karesinden elenmesinde de yardımcı olur.

2. 1. 4. 1. Fonlar

Aşırı yoğun bir arka plandan konuyu kurtarmanın bazı yolları vardır. Bir telefoto lensle arka bulanık kılınabilir. Ancak bu her durumda kullanılamaz. Dar alanlarda, fotoğrafçıya geriye açılma imkânı kalmaz. Ya da çekilecek onu oldukça büyük olabilir. Rulo halinde taşınabilen bir fon, geniş açılı objektiflerde, konuyu arka plandan ayırmak için kullanılabilir.

2. 1. 4. 2. Reflektör(yansıtıcı) ve difüzör(süzücü)

Işık fotoğraf makinesi istikametinden fotoğraf çekimine konu olan objeye doğru direk olarak gelmesi tercih edilen bir durum değildir. Keskin gölgeler ve karanlık arka planlar, aşırı kontrast bir görüntü hiç de yayınlanabilir bir fotoğraf değildir. Fotoğraf makinesine bağlı flaş yansıtarak konunun üzerine düşürmeye yarayan bir reflektör daha yumuşak gölgelere sahip bir fotoğraf verecektir. Ya da bir metrekairelik bir yansıtıcı levha ana ışığı yumuşatmada kullanılabilir.

Işık kaynağının önüne yarı geçirgen malzemeler konularak ışığın sertliği giderilebilir. Dış ortamda, güneşin doğrudan ışığı altında yapılacak çekimler insan gözünü kamaştırdığından fotoğrafta iyi görüntü vermez. Aynı zamanda çok sert geldiğinden gölge etkisi de yükündür. Güneş ışığının önüne yarı saydam bir tül gerekerek portre çekmek daha doğru bir uygulama olacaktır.

Yapay ışık kaynakları için de aynı yöntem uygulanabilir. Örneğin flaş ışığının önüne bir aydınlatıcı yerleştirilmesi durumunda, ışığın bıraktığı sert gölgeler yumuşayacaktır. Çekim anında fotoğrafçının yararlanacağı çeşitli ışık süzücü nesnelere

bulunabilir. Bir buzlu camın ardından veya tül perdenin ardından gelen ışık daha doğal bir ekti bırakacaktır.

2. 1. 4. 3. Sensör

Fotoğraf çekiminde iç mekânlarda genellikle yapay ışık kullanılır. Bu durumda ikinci ışık kaynağın tetiklenmesinde bir fotosel pratik olarak fotoğrafçıya yardımcı olacaktır.

2. 1. 4. 4. Yapay ışık kaynakları (Flaşlar)

Önceden kurgulanmış ve uygun vakte sahip bir fotoğraf çekiminde, fotoğrafçıya yeterli zaman kalacaktır. Güçlü flaşlar kullanılarak konu istenilen biçimde aydınlatılır. Böylece fotoğrafçının anlatmak istediği fotografik ortam oluşur. Ancak çoğu kez fotoğrafçı bir foto muhabir gibi vakitle yarışarak fotoğraf çekmek sorunda da kalabilir. Dergilerin renkli ve yüksek kaliteli baskı makineleri karşısında doygun ışığa sahip fotoğrafa ihtiyaçları olacaktır. Pillerle çalışabilen küçük birkaç flaş, fotoseller yardımıyla konunun aydınlatılmasında kullanılabilir. Fotoğraf makinesinin ilk tetiklemeyi yapmasıyla diğer küçük yardımcı ışıklar önemli bir görevi yerine getireceklerdir. Gölgelemin yumuşatılmasında ya da, konuya doku kazandırılmasında veya kontrol oluşturmak için bu ışıklar kolayca kullanılabilir.

2. 2. Çekim Teknikleri

2. 2. 1. Işık kullanımı

Fotoğrafa konu olması bakımından iki tür ışık kaynağı vardır. Bunlar flaş gibi suni ışık kaynaklar ile güneş ve onun yansımından meydana gelen doğal kaynaklardır. Yapay kaynaklar fotoğrafçının kontrolü altındadır. Şiddeti ve yönü kontrol edilebilir. Doğal kaynak ise kontrolü daha zordur. Çekim yapan kişi kendisi ve makinesini çoğu kez bu kaynağa göre ayarlamak durumundadır. Fotoğrafa konu olan nesnelere ışığa göre pozisyonlandırmak için konuyu çevirmek ya da fotoğrafçının

konumunu değiştirmesi gerekecektir. Her iki durumunda mümkün olamayacağı durumlarda ise yardımcı ışık kaynaklarından destek alarak fotoğraf çekimi yapılabilir. Doğal ışık altında çok etkileyici fotoğraflar çekilebilir. Bu tamamen fotoğrafçının anlatmak istediği şeyi, ışığı istediği gibi kullanabilme kabiliyetine bağlıdır.

Işığın fotoğraftaki fonksiyonları kısaca şunlardır: Konuyu ortaya çıkarır, Fotoğrafa boyut katar, Gölge ve Aydınlık bölgeleri ortaya koyar, Rengi belli eder.²⁰ Bilindiği gibi ışığı olmadığı durumda fotoğrafta olmayacaktır. Fiziki olarak fotoğraf olayının meydana gelmesi için ışık şarttır. Işık devreye girdiğinde ise yukarıda belirtilen dört özelliği ile birlikte fonksiyon icra eder. Konumuz itibariyle ışığı nasıl yönlendireceğine, fotoğrafa konun olan nesnenin ışığa ne şekilde maruz bırakılacağına karar vermek bir fotoğrafçının en önemli tercihidir. Tesadüfen değil de bilinçli olarak ışık kaynağını kullanmak konuyu en doğru şekilde yansıtmaktır.

2. 2. 1. 1. Doğal ışıkta çekim yapmak

En etkili fotoğraf, objeye yandan gelen ışığın aydınlatmasıyla çekilmesiyle elde edilir. Çünkü fotoğraf aslında iki boyutlu bir görüntüleme sağlar. Yandan gelen bu ışık fotoğraftaki derinlik hissini artırdığı için daha etkileyici olur. Ancak zaman zaman, farklı ışık yönleri altında da anlamlı fotoğraflar elde edilebilir. Yukarıda da belirtildiği gibi önemli olan anlatılmak istenen duygunun bilinçli bir şekilde fotoğraf diline aktarılmasıdır. Bunu sağlamak için ışık her yönüyle kullanılmalıdır.

²⁰ zer Kanburoğlu, , **A'dan Z'ye Fotoğraf**, İstanbul 2004, Say Yayınları, s. 149



fotoğraf 4-6, Güneşli ve gölgeli ortamda gerçekleştirilmiş iki portre, çekim: A. Ferşatoğlu

Doğal ışık altında yapılan çekimlerin avantajları olduğu gibi, bazı zorlukları bulunur. Bir stüdyo ortamında olduğu gibi her yönüyle kontrol edilemez. Aşırı kontrastlık verecek şiddette olabileceği gibi, tamamen difüz ve soft olabilir. Doğal ışık altında yapılan çekimlerde dikkat edilecek hususlar şunlardır.

2. 2. 1. 1. 1. İnsan ve portre çekiminde ışık

Gün ışığından yararlanmak bir fotoğrafçıya kolaylık sağlayabilir. Ancak sert ve aşırı şiddette gelen ışık altında portre fotoğrafı çekilemez. Yoğun gün ışığı altında çekim yapabilmek için uyulması gereken bazı kurallar vardır.

Güneşi çekimi yapılacak objenin arkasına alıp gölgede kalan yüzeye flaş veya yansıtıcı bir levha ile dolgu yapılabilir. Ters ışık altında yapılacak böyle bir çekimde, yansıtıcı yüzeyi (reflektör) tutacak ve yönlendirecek kimse yoksa flaş ışığı kullanmak daha pratik olacaktır.

Gölgede kalan kısımları aydınlatmak için reflektör kullanılması halinde de yine yanal olarak ışığı yansıtmak doğru olacaktır. Yansıtıcı yüzey aşırı parlaksa çekimi yapılacak kişinin gözlerini kamaştırabilir. Bu durumda yüz bölgesinde istenmeyen bir kasilma belirecektir. Aynı zamanda böyle bir yansıtıcının bırakacağı gölgeler de çok sert olacak, ikinci bir yumuşatıcı reflektör ihtiyaç duyulacaktır. Reflektör olarak mat bir levha veya beyaz bir kumaş tercih edilirse daha doğru fotoğraflar elde edilir.

2. 2. 1. 1. 2. Tamamen gölge bir bölgede çekim yapmak

Gün ışığı altında çekim yapmanın bir başka yöntemi de tam gölge bir ortamda çekim yapmaktır. Yüksek bir binanın gölgesi, büyük bir ağacın gölgesi böyle bir ortam oluşturabilir. Bu durumda dikkat edilmesi gerekenler şunlardır: Konu ve arka plan aynı anda gölgede bulunmalıdır. Konu gölgede arka plan gün ışığının doğrudan aydınlattığı bölgelerden oluşuyorsa aşırı stop farkı meydana gelecektir. Ön planda kalan nesnede detay oluşurken arka plan oldukça fazla pozlandırılmış olacak hatta neredeyse hiçbir şey gözükmeyecektir. Buradaki diyafram farkını azaltmanın yolu yoktur. Pozometre ölçümünün aydınlık bölgelere göre yapılması durumunda ise, gölgede kalan objeler, eksik pozlandırmadan dolayı karanlık çıkacaktır.



fotoğraf 5, Doğal ışıktaki, gölgeli bir alanda portre çekimi, Çekim: Abdüsselam Ferşatoğlu

Gün ışığının yoğun olduğu saatlerde yapılacak çekimlerde bir başka yöntem de difüze edilmiş (süzülmüş) ışık kullanmaktır. Objeye, açık renkli, ışığı geçiren bir şemse veya tentenin altında çekilebilir. Ya da fotoğrafçının yanında ince beyaz bir kumaş bulunması böyle durumlar için idealdir. Difüzer olarak kullanılacak böyle bir kumaş, güneş ışınlarını objeye geliş yönünün önüne gerilerek yumuşaması sağlanabilir. Böyle bir difüzör aşırı diyafram farkı oluşturmayacağı gibi istenilen derecede gölgeleri de yumuşatacaktır.

2. 2. 1. 2. Yapay ışıktaki fotoğraf çekmek

Çoğu dergide fotoğraf bir senaryodan veya bir yazıdan bağımsız olarak kullanılmaz. Dergide kullanılan fotoğraf, bir haberin oluşumunu, detayını gösterecek bir konumda olabileceği gibi tamamen kurgusal çerçevede oluşturulan bir imaj da olabilir.



fotoğraf 6, Stüdyo ortamında oluşturulmuş bir kompozisyon, Çekim, A. Feriŕatođlu

Stüdyo ortamında gerekleŕtirilen kurguların bir reklâm fotoğrafı mantığında oluğunu söyleyebiliriz. Haberin ya da ana fikrin okuyucuya aktarılmasında, fotoğrafa düŕen görev ne ise, bu çerçeve de kurgulanacak fotoğraf, en ince ayrıntısına kadar hassasiyet gösterilerek çekilecektir. Örneğin, son zamanlarda simitçi dükkânların artışı nı konu edinen bir yazıda editörün tercihi bir stüdyo fotoğrafı olabilir. Simitle susamlarının iŕtah açıcı beraberliğini yansıtan fotoğraflarla okuyucuyu cezp etmek istemektedir. Bu nedenle fotoğrafçıdan susam taneleri sayılacak kadar canlı, yanında çekici kızılığı ile bir bardak çay olan bir masa fotoğrafı isteyebilir. Belki de böyle bir fotoğraf foto-montaj tekniği ile bir simit salonundaki görüntüye adapte edilerek yeni bir imaj elde edilmek istenebilir. Bu hayali senaryo gibi pek çok konuda, tanıtım fotoğrafı için gerekli becerinin sergilenmesi fotoğrafçıdan istenebilir.

Bizim burada ele alacağımız konu daha çok stüdyo dıŕında yapay aydınlatma olacaktır. Stüdyo tekniklerini ilgili branŕa bırakarak, dergi fotoğrafında daha çok ihtiyaç duyulan harici ortamlarda yapay ıŕık kullanımını ele alacağız.

2. 2. 1. 3. Ana temanın aydınlatılması

Yapay ışıkla yapılan çekimlerde ölçüm imkânı varsa, hata payı çok aza inecektir. Ne var ki her çekimde yeteri vakit bulunmayabilir. Fazla ya da eksik ışığa sahip fotoğrafların okunurluğunu azaltacaktır. Bu konuda Prof. Dr. Suat Gezgin, “Basında Fotoğrafçılık” isimli kitabında şunları söylemektedir. “ Yanlış ayarlanan bir flaş görüntüyü okunaksız kılabilir. Örneğin, kişi flaşa çok yakınsa, yüzü beyaz bir nokta olarak belirir fotoğrafta. Ya da bunun tam tersi gerçekleşir: Çok uzak duruyorsa, yüzü koyu çıkar ve tanınmaz olur. Bu nedenle flaş ayarı ve okunabilirlik çok ender bir arada yürür.”²¹

Bir portre çekiminde ana ışık sağ veya sol üst yanlardan gelmelidir. Işığın en doğal yönü bu şekilde olacaktır. Ancak tavan yüksekliğinin yeterli olmadığı durumlarda yeterli yükseklik sağlamakta güçlük çekilebilir. Bir başka problem de ışığın geliş yönüne doğru, ışık kaynağına yakın olan tarafla uzak olan taraf arasındaki diyafram farkıdır. 1 Stoptan daha fazla olan durumlarda istenmeyen görüntüler oluşacaktır. Stop farkını azaltmak veya dengelemek için ışık kaynağının aksi istikametine bir reflektör yerleştirmekle mümkün olabilir. Ancak bu uygulama da belli bir noktaya kadar yarar sağlar. Stop farkı daha fazla ise ikinci bir ışık kaynağını kullanmak gerekecektir.

²¹ Suat Gezgin, **Basında Fotoğrafçılık**, İstanbul 1994, Der Yayınları, s.37



fotoğraf 7, Arka plan bulunmasına rağmen sadece ana tema aydınlatılmıştır. Çekim: A. Feriatoğlu

Koyu ve açık tonların bir arada olduğu bir boy fotoğrafında da benzer bir problem meydana gelecektir. Bu kez diyafram farkı oluşmasa bile, objenin üzerinde yar alan tonlardan dolayı ışığı geçiren veya yansıması durumundan kaynaklanan stop farkları meydana gelecektir. Örneğin beyaz bir gömlek ve siyah bir pantolon giyen bir kimseyi çekmek isteyen fotoğrafçı oldukça zorlanacaktır. Yapılacak olan şey koyu olan bölgeleri lokal olarak ilaveten aydınlatmaktır. Bunu sağlamak için ışığın aydınlatacağı bölgelerin sınırlarını hassas olarak kontrol etmek gerekmektedir. Bu hassasiyet sağlanmazsa, beyaz olan bölgeler bir kat daha fazla ışığa maruz kalacağından detayları tamamen kaybolacaktır. Lokal aydınlatma için fotosel yardımıyla senkronize çalışan küçük flaşlar pratik bir çözüm olarak önerilebilir.

2. 2. 1. 4. Arka planın aydınlığı

Arka planın aydınlatılması veya ortam ışığından yararlanmak

Güçlü ortam ışığına sahip olmayan durumlarda, fotoğraf makinesine yakın bir noktadan gelen flaş ışığı arka planın olduğundan daha karanlık çıkmasına neden olacaktır. Bu durum fotoğrafçı tarafından bilinçli olarak kullanılıyorsa koyuyu arka plandan ayırt etmek için oldukça pratik bir yoldur. Ancak arka planda fotoğraf kompozisyonunda bir şeyler ifade edecek nesnelere varsa ve bunların da görüntüde yer alması isteniyorsa arka planın aydınlatmasını sağlamak gerekir.



fotoğraf 8, Yeterli arka plan aydınlığı sağlanmış bir örnek, çekim, A. Feriatoğlu

Arka planın daha aydınlık çıkmasını için, düşük perde hızları ile çalışmak bir miktar yarar sağlayacaktır. Örneğin Flaş senkronu 1/125 ise, uygun diyafram tercihini

sağladıktan sonra 1/30 gibi bir obtüratör hızı tercih edilebilir. Bu durumda arka plan daha parlak çıkacaktır. Ancak yine de yeterli olmuyorsa, konuyu durağanlığına göre daha uzun süreli pozlandırma ile birlikte flaş kullanılabilir. Konu hareket eden bir nesne değilse ışıkla boyama yöntemine gidilebilir.²²

Araka plan için yeterli ışık kaynağı bulunması durumunda doğrudan aydınlatma sağlanabilir. Ancak sınırlı aydınlatma imkanları varsa bu durumda arak plan mümkün olduğu kadar kısa tutmak yararlıdır. Örneğin uzayıp gider bir koridor ve ya geniş bir ofis arka planında, arkayı aydınlatma oldukça zordur. Yapılacak şek arka planı birkaç metre ile sınırlamak ve eldeki aydınlatma imkanlarının yeterli olacağı bir alanla bu bölgeyi belirlemektir.

Kapalı alanlarda bulunan ve arka planı yeterli gün ışığına sahip olan ortamlarda yapılacak çekimlerde şunlara dikkat etmek gerekir. Arka planda yer alan gün ışığına göre pozlandırma yaptıktan sonra, flaş ışığının şiddetini ve diyaframı belirlemek. Örneğin, 1/125 enstantane de diyafram 11 olarak ayarlandığında flaş ışığı yeterli olacaktır, ancak arka planda gün ışığının ölçümünde 11 diyafram, 1/30 la sağlanıyorsa buna göre çekim yapmak daha doğru olacaktır.

2. 2. 2. 1. Aydınlatma problemleri

Yeterli yüksekliğe sahip olmayan iç mekânlarda yapay ışık (flaş) kullanımı zorluklar doğuracaktır. Çekim yapılacak nesnenin aydınlatılmasında istenilen kontrollerin sağlanması zorlaşır. Homojen aydınlatma sağlanması zorlaşacağı gibi aşırı gölgeler de belirecektir. Konunun yüksekte kalan kısmı ile alçakta kalan kısmı arasındaki diyafram farkı telafi edilemeyecek derecede fazla olabilir. Örneğin bir insan çekerken üst taraftan verilecek ışık baş kısmına çok yakın olacağından aşağılara doğru aşırı diyafram farkı doğurur. Böyle bir durumda yapılacak en kolay ve etkili çözüm ışığı sektirerek kullanmaktır. Doğrudan ya da bir şemsiyeden objeye doğru verilecek ışık çok keskin gölgelere ve aşırı diyafram farkına neden olur. Açık renkli bir duvardan ya da

²² Özer Kanburoğlu, **Fotoğrafta Çekim Tetkikleri**, İstanbul 2002, Kansı Matbaacılık, s. 70

tavandan sektirilecek ışık yeterli yumuşaklığa ulaşacaktır. Çok alçak tavandan yapılan sektirmeler eğer objenin hemen üzerinde bulunan bir noktadan verilirse yine aşırı diyafram farkı oluşacaktır. Bu nedenle sektirme işlemini konuya uzak bir noktadan ya da yan duvarlardan yararlanarak yapmak daha doğru olacaktır. Aynı zamanda filmde[dijital] görüntünün oluşmasını sağlayacak ışık gücünü de verecektir.

Dış mekânda yapılan çekimlerde, güneş ışığı modelin göz kapaklarını aşırı kısmasına neden olur. Modelin objektife bakması gereken durumlarda istenmeyen görüntülerin ortaya çıkmasına sebep olur. Bu durumu engellemenin en kolay yolu, modelin yünü gölge tarafta kalacak şekilde, önden flaş ışığı uygulamak olacaktır. Yarı şeffaf tenteler ve geçirgen çadır gölgelikler de güneş ışığı altında çekim yapılırken ışığın aşırı etkisini yumuşatmada kullanılabilir pratik objelerdir.

2. 2. 2. 2. Işığın türleri ve etkileri

Işık bir objeye 3 türlü tatbik edilir. Yandan, önden ve arkadan olmak üzere üç ana istikamete aydınlatma gerçekleşir. Bunlar aynı zamanda doğada görülen ışık yönleridir. Bunun dışında da bazı ışık kullanım şekilleri de vardır. Çeşitli etkiler elde etmek ve doğal ışık yollarıyla ortaya çıkamayan bazı görüntüler ve ifadeler bu yöntemlerde elde edilebilir. Mesela, ışığı alttan vermek böyledir. Doğal olarak gün ışığı, alttan gelerek objeleri aydınlatmaz. İnsan algısının alışık olmadığı bu tür ışıklar genellikle korku hissi uyandırır. Ya da bir objenin olduğundan daha büyük görünmesine neden olabilir. Eğer fotoğrafçı tarafından böyle bir etki uyandırılmak isteniyorsa zaman zaman kullanılabilir.



fotoğraf 9, Yandan ışık uygulaması yapılmış bir portre, A. Feriatoğlu

Yanal ışık objeleri daha belirgin kılar. Fotoğraf iki boyutlu bir sanat olmasına karşın, üçüncü boyutu yani derinlik hissini uyandıran yanal ışıktır. Dikkat edilirse güçlü fotoğraflar yandan gelen ışığın yoğun olduğu saatlerde çekilmişlerdir. Mesela gün batımına yakın ve gün doğumundan hemen sonraki birkaç saatte çekilen manzara fotoğrafları çok daha etkileyicidir. Bir portreye de aynı durum uygulanabilir.

Üstten ve önden gelen ışık altında çekilen fotoğrafların etkisi çok zayıftır. Bu nedenle gün ışığında çekim yapılması durumunda öğlen saatleri ve buna yakın birkaç saate fotoğraf çekimi için tavsiye edilmez. Dergi fotoğrafçılığında da durum böyledir. Yeterli aydınlatmanın bulunduğu bir gün ortası çekimi portre için tercih edilemeyeceği gibi ortam fotoğrafları için de iyi netice vermeyecektir.

2. 2. 2. Netlik tercihi ve bulanık alanlar

Fotoğrafta iletilen mesaja bağıl olarak ana nesne ve yardımcı nesnelere olabilir. Ön planda veya arka planda kalan ana nesne diğerlerinden ayırt edilmesi için başvurulacak yöntemlerden birisi de netlik alanlarını kontrol altında tutmaktır. Böyle bir uygulama uzak odaklı objektiflerde daha kolay gerçekleştirilebilir. Geniş açılı objektiflerin alan derinlikleri daha yüksek olduğu için hemen hemen fotoğraf karesine giren her nesne eşit, netlik derecesinde olacaktır. Aynı fotoğraf karesinde net alanla bulanık alanı ayırtmak için mümkün olduğu kadar düşük diyafram kullanmak gerekir. Ön planla arka plan arasında yeterli mesafe farkı bulunuyorsa düşük diyafram kullanarak bulanık ve net alan oluşturmaya gerek kalmayabilir.



fotoğraf 10, Netlik bölgesi değiştirilmiş iki fotoğraf, Çekim, A. Feriatoğlu

Netsiz alanlarla çevrelenmiş bir obje, fotoğrafa bakan kişinin daha çok ilgisini çekecektir. Aynı zamanda konuya şekil-zemin ilişkisi bakımından da uyumlu bir kompozisyon oluşmuş olacaktır. Tercih edilen netsizlik alanı fotoğrafa bakan kişi itibarıyla arka planda kalabileceği gibi, ön planda kalabilir. Dikkat edilmesi gereken arka net alanla net olmayan alan arasında aşırı diyafram farkının olmamasıdır. Net olan

alan yeterli aydınlatmaya sahipken bulanık alan aşırı ışık alırsa arka, bulanık arka plan etkisi meydana gelmeyecek, daha çok dekupajlı bir görüntü ortaya çıkacaktır.

2. 2. 3. Bir anı birden fazla fotoğrafla belgelemek

Bir spor fotoğrafçısı, futbol maçında, gol esnasının an be an yakalamak isteyebilir. Belki de bu ona, tek kritik fotoğrafı çeken kişi özelliğini katacaktır. Bu kadar kritik olmasa birle bir foto-ropörtajda ardı ardına yapılan çekimlerden belki de 10 kareden sadece biri tam istendiği gibi olacaktır. Ya da hareketli bir ortamda, bir olayın takibi esnasında birbiri ardınca yapılan çekimlerden hangisini işe yarayacağını, yada hangisinin daha güçlü bir dile sahip olacağını o anda bilmenin imkanı yoktur. Editörün masasına yerleşen bu fotoğraflar arasından en iyisi, en güçlüsü seçilecektir. Dijital teknolojinin ilerlemesi ile birlikte ardı ardına çekimlerin maliyeti de son derece azalmıştır. Analog yöntemle çekilen ardışık fotoğraflarda bu tür uygulamalar maliyetli görülse de yeri geldiğinde bu uygulama çok doğru olacaktır.

2. 3. Kompozisyon ve Tasarım

Bir Fotoğrafçı çektiği fotoğrafla bir fikir ya da konu anlatmaktadır. Eğer böyle değilse, rasgele bir yerlere doğru kamerasını çevirdiğinde karşısına çıkacağı objelerden bir kompozisyon çıkarması çok zordur. Kullanılacak optik, netlik tercihleri, bakış açısı, kareye sığdıracağı veya ayrı tutacağı nesnelerin tercihi, arka planın ne olacağı gibi değişken unsurlardan hangilerini seçeceğini belirlemek, bir düşünceden hareket etmeyen fotoğrafçı için çok zor tercihlerdir.

Öte yandan dergi fotoğrafçılığında belirlenen ana karakter ve yaklaşım tarzı fotoğrafçıya büyük oranda yardımcı olacaktır. Ayrıca üzerinde çalıştığı bir haber veya konu olması, gerekli ön hazırlığı fotoğrafçının zihninde hazırlamaktadır. Geriye

fotoğrafçının bunu ne şekilde anlatacağı kalmaktadır. Konuyu fotoğraf diliyle anlatmak için Günlük yayınların fotoğrafçılarına göre, yeterli zamana da sahip olduğunu farz ettiğimizde, bir dergi fotoğrafçısı nasıl hareket edecektir?

Görüntüde yer alan unsurlardan her biri kendi başına bir şeyler ifade edebilir. Ancak bu karmaşık bir fotoğraf olacaktır. Vizörden bakıldığında karşılaşılan sahnenin düzenlenmesi için fotoğrafçı devreye girmeli ve zihinde yer alan fikir doğrultusunda, fotoğrafta düzenlemeler yapılmalıdır. Kısaca, "... Görüntüdeki nesnelerin her biri kendi başına bir şeyler anlatıyormuş izleniminden ziyade, fotoğrafçının söylemek istediği şey"²³ i ilgi odağı haline getirmek doğru bir fotoğraf olacaktır.

2. 3. 1. Fotoğrafa perspektif kazandırma

Fotoğraf iki boyutlu bir görüntüleme biçimi olmasına rağmen 3. boyut olan derinlik hissi uyandırmak için perspektife başvurulur. Objelerin taşıdıkları çapraz çizgileri derinlik hissi uyandırmada kullanmak fotoğraftaki etkiyi artıracaktır. "... Derinlik izlenimini, perspektifi uygun ve gerekli yerlerde rastlantıya bırakmadan kullanmak gereklidir. Bir konuya tam cepheden bakıldığında perspektif oluşmaz, ancak konuya açılı bakarsak birbirine paralel olan çizgiler çok uzakta bir kaçma noktasında birleşiyor izlenimi verir."²⁴

²³ Tom Girt, Mark Scanlon, a.g.e, s. 22

²⁴ Nihal Kafalı, "Fotoğrafın Görsel Öğeleri", **Fotoğraf Dergisi**, sayı 27, ist. 1999, Ant Yayıncılık, s.70.



fotoğraf 11, derinlik etkisi belirgin bir örnek, A. Feriatoğlu

Fotoğrafta odak uzaklığı değiştikçe perspektifte değişmektedir. Konu ile objektif arasında kalan mesafe perspektif etkisini belirleyecektir. Objektife yakın olan konularda perspektif etkisi g¼c¼l¼ iken uzak kalan konularda perspektif etkisi zayıf kalır.

Dergi yayıncılığında kullanılacak fotoğrafta 3. boyutun anlatım g¼c¼nden yararlanmak fotoğraf dili açısından daha doğru olacaktır. Perspektif etkisi olmayan fotoğraflar daha durağan g¼r¼n¼ml¼ ve heyecandan uzaktır. Fotoğrafçı konuya viz¼r ardından baktığında hemen çekimi yapmamalı, farklı açılar ve perspektifler denedikten sonra en doğru olan açıya karar vermeli ve daha sonra çekimini tamamlamalarıdır.

2. 3. 2. Obje-Zemin ilişkisi

Fotoğrafa konu olan objenin arka planıyla olan ilişkisi kompozisyon açısından önemli olduğu gibi, renk ve aydınlatma bakımından da tamamlayıcı olmalıdır. Dergi gibi her türlü yayın aracında istenen fotoğraf okunaklılıktır. Okunaklı olması bakımından fotoğrafın zemini ile olan ilişkisini iyi ayarlamak gerekir. Ana objeye yardımcı olması bakımından arka planda kalan unsurlara yardımcı fikirler diyebiliriz. Burada arka plan dediğimizde ana konu arkada kalabilir, bu durumda ön plan zemin olacak ana konu(obje) arkada kalacaktır.



fotoğraf 12, uzun odaklı bir objektifle düşük diyafram uygulayarak ana objeyi arka plandan soyutlaştırma örneği, Çekim, A. Ferşatoğlu

Belirli bir fikri anlatması bakımından fotoğrafta bir karmaşa bulunmaması gerekir. Okuyucu-izleyici obje zemin ilişkisini hemen fark edebilecek derecede duru olmalıdır. Zeminle objenin birbirinden ayırt edilemediği fotoğraflar okuyucuya

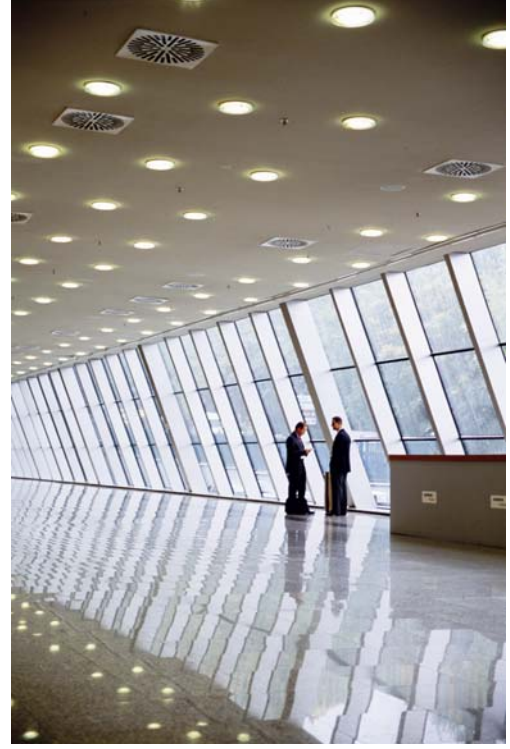
rahatsızlık verir. Zeminle iç içe girmiş karışık bir fotoğraf ifade bakımından da başarısızdır. Fotoğrafçı çekim esnasında objektifin açısının değiştirme, kendi pozisyonunu, bakış yüksekliğini farklılaştırarak zemini daha duru hale getirebilir. İstenmeyen arka plan şekilleri, renk uyumsuzluğu gibi etkenlerden bu sayede kurtulabilir.

Arka plandan objeyi tamamen soyutlamak bazı durumlarda gerekebilir. Böyle bir uygulama çekim sonrası grafik etkileriyle yapılabilse de doğallığın verdiği heyecandan uzaktır. Böyle bir durumda yapılacak olan şey zemini karartmak ve objeyi ön plana çıkarmaktır.

Işığı sadece objenin üzerine düşürmek diğer bölgeleri karanlıkta bırakmak böyle bir yöntemdir. Ya da arka planı karartmak için önden gelen ışığı sadece objeye çarptırmakla gerçekleştirilebilir. Zeminden objeyi ayırmanın bir başka yolu da uzak odaklı objektifler kullanıp alan derinliğini mümkün olduğu kadar düşük tutmaktır.

2. 3. 3. Süreklilik ifadesi, çizgiler

Arka planda çapraz (diagonal) olarak uzayan bir yol çizgisi bu yolun devamı olduğu anlamında bir his bırakır. Aynı fotoğrafı yolu yan cepheden çekilecek olursak daha durağan bir görüntü verecektir. Bu da izleyiciye daha sıkıcı bir ekti bırakır. Uzayıp giden bir çizginin bir bölümünü almak, izleyiciye o konu hakkında yorum yapma payı vermektir. Böyle bir yorumu izleyici bilinç altında yapar. Fotoğraftaki durağanlık uzayıp giden çizgilerin kareye uygun biçimde yerleştirilmesiyle, daha dinamik bir hal alabilir.



fotoğraf 13, Süreklilik ifadesi kazandıran çizgilerden hareket edilmiş,iki kompozisyon, çekim. A. Feriatoğlu

2. 3. 4. Çerçeve içinde çerçeve

Film formatları dikdörtgen ya da kare olarak fotoğrafa ev sahipliği yapar. Fotoğrafın basılacağı dergi, gazete gibi yayım kanalları da aynı şekilde fotoğrafı bir çoğunlukla kare ya da dikdörtgen bir form içerisinde yayınlar. Fotoğrafçı fotoğrafın dış çerçevesinde önce fotoğrafta bir çerçeve daha kullanarak görüntüyü yansıtabilir. Böyle bir uygulama algıyı kolaylaştıracaağı gibi, çerçeveye alınmış objenin önemine vurguda bulunur. Görüntünün toparlanması bakımından arka plandan soyutlanmış doğal bir forma sokmak için böyle bir uygulamaya gidilebilir. Bir kapı veya pencereden yararlanarak onları da konuya dâhil ederek çekim yapmak mümkündür. Duvarda ki bir gedik ya da bir mimari kemeri fotoğraf çerçeve kabul ederek görüntü yakalamak fotoğrafa etkileyici bir grafik özellik kazandıracaktır.



fotoğraf 14, Çerçeve içerisinde çerçeveli fotoğraf çekim örneği, çekim, A. Feriatoğlu

2. 3. 5. Fotoğrafta gereksiz bilginin elenmesi

Fotoğrafta tıpkı bir yazı gibi anlama katkı yapacak cümlelerden oluşur. Bir paragraf yazı bir konuyu ele alıyorsa, bir fotoğrafta kendi içinde bütünlük göstermelidir. Fotoğraf okumayı zorlaştıran fikir sapmalarına neden olacak farklı görüntüler içermemelidir. Şüphesiz yazı dili ile fotoğraf dili arasında büyük farklılıklar vardır. Fotoğrafın dil bilgisi gibi sınırları kesin kuralları olmasa da, görsel dil açısından algıyı etkileyici genel kurallara uyulması gerekir.

Objektifi konuya doğru yönelttiğimizde ilk bulduğumuz açığı hemen kaydetmemeliyiz. Bilinçli bir yaklaşımla çerçeve içerisine giren görüntüleri ele alıp değerlendirmeli, konuya katkı yapan unsurları seçmeli, konuyu ön plana çıkaracak açığı bulmalı ve daha sonra fotoğrafı çekmeliyiz. Fotoğrafçının iradesi dışında kalan bir nokta kalmadığı noktada fotoğraf çekilebilir haldedir. Dergi gibi daha itina gerektiren, basım öncesi yeterince ilgi emek sarf edilen bir yayının türünün çekimlerinde daha fazla

dikkat edilmelidir. Fotoğraf karesine dâhil olan dikkatten kaçmış bir unsurun fotoğrafa olumsuz katkısını engellemek için böyle bir planlamayı önceden yapmak gerekir. Fotoğrafçılar çekim yaparken fotoğrafa dâhil olmuş bu tür gözden kaçmış istenmeyen durumlarla sıkça karşılaşır. Çekimden sonra yapılan değerlendirmede, “şöyle veya böyle yapılıysaydı” değerlendirmesini yapıldığı durum pek çoktur. O nedenle sadece konuya odaklanıp geri kalan unsurları göz ardı etmeksizin, fotoğraf karesine komple hakim olmaya özen göstermek gerekir.

2. 3. 6. Soyutlaştırma ve somutlaştırma

Bazı konularda fotoğrafın doğrudan ve bir anda algılanması okuyucunun ilgisini başka yönler kaydırmasına neden olabilir. Fotoğrafa bakan kişinin hemen anlamakta güçlük çekeceği ve bir süre dikkatini verdikten sonra yapacağı yorumun ardından konu hakkında fikir sahibi olacak şekilde bazı fotoğraflar çekilebilir. Böyle bir fotoğraf çekiminin belirli bir kuralı yoktur. Fotoğrafçının tecrübesi, bilgisi, yaratıcılığı ve o anki karşı karşıya kaldığı duruma göre böyle bir fotoğraf uygulamasına gidilebilir. Mesela, konuya alışık olunmayan bir açıdan yaklaşmak, bir başka objeyle üst üste getirerek yeni bir formda imiş gibi göstermek, yansımış bir yüzeyden fotoğraf almak bunlardan bazıları olabilir.



fotoğraf 15, Soyut bir konuda kullanılabilecek fotoğraf örneği, çekim. A. Ferşatoğlu

Sürelı yayınlarda kullanılan fotoğraflarda zaman zaman grafik öğelere daha fazla vurguda bulunmak istenebilir. Soyutlaştırma bu durumda dana etkin bir şekilde kullanılabilir. Herhangi bir fotoğraf karesini soyutlaştırmak için mutlaka uygulanması zor işlemlere başvurmak gerekmez. Fotoğrafçının kontrolü altında bulunan öğelerle bu tür bir işlem kolayca yapılabilir. Soyutlaştırmadan kasıt, insan gözünün normal olarak baktığında gördüğü durumu fotoğraf makinesinin imkânlarını kullanarak değiştirmektir.

Örneğin normal olarak aydınlatılmış, tıpkı çıplak gözle baktığımızda gördüğümüz bir insan portresi ilgi çekici olmayabilir. Oysa aynı görüntü siluet olarak fotoğraflandığında daha güçlü bir grafik etki bırakacaktır. Siluet görüntü aynı fotoğrafın normal aydınlatılmış haline göre daha soyutlaştırılmıştır.

İçerik anlamında soyut fotoğraf, konunun bir başka yönünü oluşturmaktadır. Soyut bir konuyu fotoğraf dili ile somutlaştırılması daha zordur. Bir duygu veya düşünceyi yansıtabilmek, bu konuda inandırıcı olmak, fotoğrafa bakan kişide uyandıracak tepkiler bakımında hassastır. Duygusal bir derinlik vermeye çalışırken komik bir imaj vermek olasıdır.

Kavramsal konuların fotoğrafla ifadesi gerektiğinde, fotoğrafçı kendine has bir üslup geliştirecektir. Fotoğrafla doğrudan ifade edilmesi güç konu ve kavramlar soyut olarak nitelendirilebilir. Adalet, barış, inanç, ısı, tat, koku gibi kavramlar bunlara örnek olarak verilebilir. Fotoğrafi çeken kişi bu iletilmek istenen mesajı önceden bilmeli ve bunun için bir kurgu oluşturmalıdır. Bu tip kavramları görüntülemek için Suat Gezgin beş yönteme başvurulabileceğini belirtir.²⁵

1. **ikizleme:** Koku duygusu için parfüm şişesi, inanç ifadesi için dua eden insan görüntüsü, bir kavramın fotoğrafa yansıyan benzer görüntüsü ile ele alınabilir.
2. **Şifreleme:** Önceden bilinen ve kabul edilen algılardan hareketle bazı soyut kavramlar belirgin nesnelere ifade edilebilir. Silah tutan bir el şiddeti, terazi adetleri, güvercin barışı sembolize eder.
3. **Ruhsal tepki:** Beden dili de diyebileceğimiz bu tür somutlaştırmalar insan hareketlerinin kaynağı hakkında fikir verir. Bir hayvana kötü davranan insan görüntüsü bozuk ruh halini, veya canlılara saygı duymayan insan imajının destekleyebilir.

²⁵ Suat Gezgin, **a.g.e.**, İstanbul 1993, s. 70

4. **Doğrudan yöntem:** Bazı soyut durumlar fotoğrafa doğrudan yansıyabilir. Gitmek, terk etmek kavramı, arkasını dönmüş uzaklaşan bir insan görüntüsü ile doğrudan ifade edilebilir.
5. **Tümden gelim:** Bir fotoğrafta yer alan nesnelere tek başına bir anlam ifade edilebilir. Ancak bir arada kullanıldıklarında yeni bir kavrama karşılık gelebilir. Boş bir sandalye kendi anlamı dışında bir şey ifade etmezken, üzerine ters çevrilip konulmuş bir kitap, kitabı yarım bırakıp giden ve bir vakit sonra tekrar gelecek bir okuyucunun varlığına işaret edecektir.

2. 3. 7. Oranlar

İnsan zihin belirli şekillerden hareketle fotoğraf üzerinde yorum yapma imkânına kavuşur. Önceden kabul edilmiş, ya da doğada alışılmış formlar yardımıyla bu şekiller oluşmuştur. “Zihin görsel anlamda ham verileri emer; çevresel hatlara, şekillere, renkler ve diğer tanıdık biçim ve ipuçlarına bakar ve algıladığı kişisel görüntüleri görülen sahnenin genel yorumlamasıyla harmanlar. Bu süreç isem dışında neredeyse anlık bir zaman diliminde gerçekleşir.”²⁶ Fotoğrafçı da çekim yaparken seçeceği kadrada dikkat edeceği şekiller ve orantılar bulunur. Hiçbir şeyin rasgele olmadığı doğal yaratılış formlarını fotoğrafta da yakalamak fotoğrafçının sorumluluğundadır. Dikkat edildiğinde beğenilen tüm fotoğraflarda bu oranlara dikkat edildiği görülecektir.

²⁶ T. Gird, M. Scanlon, a.g.e, s. 30



fotoğraf 16, Oransal özellikleri belirgin bir fotoğraf örneği, çekim, A. Feriatoğlu

Fotoğraftaki kompozisyonu, Özer Kanburoğlu ikiye ayırmaktadır. Birincisi biçimse, ikincisi içeriksel.²⁷ Fotoğraf çekiminde, önce biçimsel kompozisyonun geldiğini söyleyen Kanburoğlu, çekim yaparken her ikisini birlikte değerlendirip deklanşöre basılmasını belirtmektedir. Dergilerde yayınlanan fotografik içerik ne olursa olsun, bunların öncesinde uyulması gereken biçimsel kompozisyon kuralları vardır. Grafik sanatların her dalında geçerli ve uzun tecrübelerin ortak neticesi olan ara oranlar şunlardır.

²⁷ Özer Kanburoğlu, **A'dan Z'ye Fotoğraf**, İstanbul 2005, Say Yayınları, s. 167

2. 3. 7. 1. Altın Kesit

Diğer formlarda olduğu gibi “Altın Kesit” kuralı da doğadaki gözlemden hareketle elde edilmiştir. Bitki ve hayvanların ve bunlara ait detayların tasarımında bu orana sıkça rastlanır. Altın kesit; “kısa kenar boyunun uzun kenara oranının, uzun kenar boyunun uzun ve kısa kenar boylarının toplamına oranıyla aynı olduğu bir dikdörtgene verilen isimdir.”²⁸ Günümüzde pratik hayatta, mimari yapılarda ve sanat eserlerinde sıkça kullanılan bu oran aynı zamanda insan gözüne de çok güzel gelmektedir.



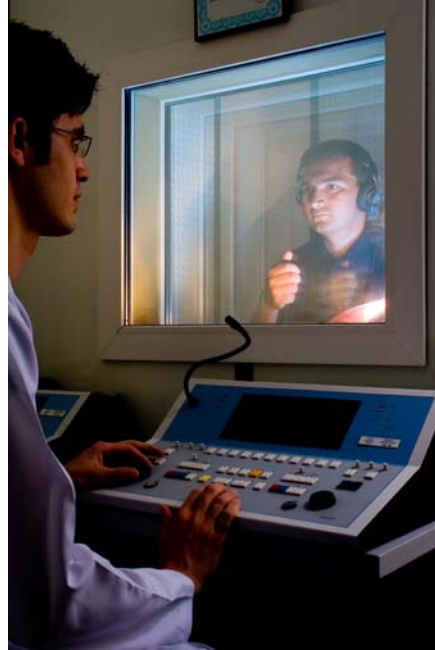
fotoğraf 17, 3/1 oranı dikkate alınarak yapılmış bir çekim, A. Feriatoğlu

²⁸ T. Girl, M. Scanlon, a.g.e, s. 30

Bu oran matematiksel olarak 8/5 olarak ifade edilmektedir. Daha pratik olarak 3/1 oranı olarak ta kullanılır. 35 mm lik fotoğraf karesinin de bu orana yakın olduğu görülmektedir. Fotoğraf çekimi yaparken konunun bu oranın içine yerleştirilmesi, geri kalan kısma da “nefes alma payı” olarak bırakmak izleyiciye rahat bir görüş kazandıracaktır. Örneğin bir foto-röportajda fotoğrafın yaklaşık 3/1’lik bir alanına konuyu, kalan kısma da arka planı yerleştirmek gayet dengeli bir çekim kompozisyonu olacaktır.(Fotoğraf)

2. 3. 7. 2. Çerçeveye alma

Fotoğraf karesinin dikdörtgen ya da kare olan çerçevesi konu bütünlüğünü sağlamak için fotoğrafçıya yardımcı olur. Konunun alt ya da üst kısmın bir noktadan itibaren fotoğraf çerçevesinin bir köşesin dayamak bu noktadan hareketle arkada uzayıp giden diğer kısımlara bakışı yönlendirecektir. Fotoğrafa bakan kişiye sabit bir nokta, ya da bir hareket noktası göstermek güçlü bir fotoğraf imajı sağlayacaktır. Zihni algının rahatlamasını ve daha rahat yorum yapmasına imkân verir.



fotoğraf 18, ana görüntünün yardımcı öğelerle çerçelenmiş bir çekim, A. Feriatoğlu

Fotoğrafta yer alan ana konuyu kurgusal bazı çerçevelerle kuşatmak, eğer konunun önemine vurgu yapacaksa, bu yönetime başvurulabilir. Mesela bir fabrikadaki robot kollarını sağlı sollu çerçeveye alıp ortadan bir sanayi işçisinin mesaisini görüntülemek fotoğrafa anlam katacaktır. Fotoğrafçı tarafından verilmek istenen ana konu hakkında daha detaylı bilgiler içeren çerçeve objeler fotoğrafa katkı sağlar. Dikkat edilmesi gereken bu tür kompozisyonda çerçevenin ana konunun önemini kapatacak derecede dikkat çekmemesidir. Diğer taraftan konuya bir anlam katmayacak derecede zayıf ve gereksiz çerçevelemeden de kaçınmak gerekir. Böyle bir çerçeve fotoğrafta gereksiz bir alan olarak yer işgal edecektir.

2. 3. 7. 3. Merkeze alma

Tüm kompozisyon kuralları fotoğrafçının ne söylemek istediği, konuyu nasıl aktarmak istediği ile ilgilidir. Fotoğrafta yer alan öğelerin her biri yerleşim düzeni, fotoğraf dilinde farklı anlamlar doğurur. Konunun fotoğrafın ortasında yer alması, yer aldığı noktada etrafıyla olan büyüklük orantısı ifadeye ekti edecektir. Geniş bir çerçeve içerisinde ortada küçük kalan bir nesne kalabalık duygusu uyandırır. Aksi durumda merkezde kalan nesnenin büyük olup, etrafında nispeten küçük çerçeveli bir alan kalması yalnızlık hissi doğuracaktır.



fotoğraf 19, Konunun merkezde olduğu bir uygulama, Çekim: A. Ferşatoğlu

Merkez ve etraf arasındaki denge birbirini örtmeyecek şekilde ayarlanmalıdır. Merkezde kalan ana objenin fark edilmeyecek kadar küçük görünmesi fotoğrafta anlatım/ ifade bozukluğuna yol açar. Aynı şekilde etrafıyla ilişkisi kurulamayacak kadar kadrajın sınırlarına yakın yerleştirilmiş bir obje de, sıkıcı bir dile sahip olacaktır.

2. 3. 7. 4. Ufuk çizgisi

Dış ortamda, manzara türü çekimlerde temel kompozisyon kurallarından biri de ufuk çizgisinin fotoğraf karesindeki yerleşimidir. Bir habere konu olabilmesi muhtemel manzara veya ufukun yer aldığı görüntülerde dikkat edilmesi gereken kurallar şunlardır. Ufuk çizgisini fotoğrafı tam ortadan ikiye bölecek şekilde kompozisyona oturtmak yanlıştır. Ufuk çizgisi doğal bir ayırım olduğu için iki eşit ifade gücüne sahip

fotoğrafi aynı karede göstermek gibi bir ikilem doğurur. Bu durumda ufuk çizgisini fotoğraf çerçevesinin alt ya da üst çizgiye daha yakın tutarak bölgelerden biri daha büyük tutulmuş olacaktır.



fotoğraf 20, ufuk çizgisi ve 1/3 oranı, çekim, A. Feriatoğlu

Ufkun alt ya da üst tarafında kalan bölgelerden hangisi daha önemliyse fotoğrafçı buna göre tercihini yapacaktır. Genel olarak ufuk çizgisini çerçeveye oran altın kesit olan 3/1 oranı ile ifade edilse de bu durum konunun durumuna ve fotoğrafçının tercihinine göre değişir. Kamburoğlu'na göre bu oran 1/4, 1/5 hatta 1/7 ye kadar çıkabilir.²⁹

2. 3. 7. 5. Arka palan

Ana konunun arka planıyla olan ilişkisi çeşitli yönleriyle ele alınabilir. Bir kısmını “nesne-zemin ilişkisi” başlığı altında ele aldık. Burada konuya muhteva yönüyle yaklaşacağız. Basıma gidecek bir fotoğrafın her yönüyle temiz ve planlı olması gerekecektir. Kontrol edilebilir arka planlar fotoğrafçının dikkatinden kaçmalıdır. Haber takibi yapan bir foto-muhabir arka planın tercihi konusunda fazla

²⁹ Özer Kanburoğlu, **A'dan Z'ye Fotoğraf**, İstanbul 2005, Say Yayınları, s. 167

seçeneği olmayabilir. Ancak bir foto-ropörtajda arka plan kontrol altında tutulabilir. Örnek olarak, bir portre çekiminde, yan taraftan gözüken bir kalorifer peteği rahatsız edicidir. Bir rafın köşesi, çekimi yapılan bir insanın baş kısmını arka planda ikiye bölmesi de görsel yönden istenmeyen bir durumdur. Düzenli bir masanın ardından gözüken dağınık bir ofis arka planı da aynı şekilde duygusal olarak rahatsızlık uyandırır.



fotoğraf 21, arka plana dikkat çekilen eř zamanlı iki fotoğraf. A. Ferşatoğlu

Bir Fotoğraf editörünün fotoğrafçıdan isteyeceği arka palan, ana konuya uyumlu olmasıdır. İşinin başında bir fabrika müdürünü görüntülemek isteyen fotoğrafçı onu düz bir duvarı arka plan yaparak çekmesi anlamsız olur. Diğer fotografik kompozisyon kuralları yerinde olsa bile editoryal anlamda yanlış bir fotoğraftır. Burada doğru olan, arka planda çalışan insanların, makinelerin ve benzeri öğelerin yer aldığı bir arka plandır.

2. 4. Fotoğraf ve Psikolojik etki

İletişim kanalları içerisinde duygusal etkisi en fazla olan şüphesiz fotoğraftır. Hızlı etki bırakan ve etkisi uzun süren neredeyse başka bir görsel araç yoktur. Sayfalar dolusu yazı ile anlatılamayacak bir duygu, bir fotoğrafla pek ala verilebilir. Psikolojik

ektisi güçlü fotoğraflar karşısında insanların duyduğu heyecan, başka şekilde temin edilemez. Ne var ki, bu duygusal ekteyi oluşturmak çoğu kez, yazı yazmaktan daha zor olabilir. Ancak fotoğrafın mekanik ve fiziki sınırlar içerisinde gerçekleşen yapısı dolayısıyla, kolay olduğu sanılabilir. Fotoğrafla mesleki olarak ilgilenmeyenlerce sıradan gibi gelen bu uğraşın anlatıma bilinçli olarak dönmesi uzun bir tecrübe gerektirmektedir.

Duygusal etki unsurları insandan insana, kültürden kültüre farklılık gösterse de, genel geçer olan kurallar vardır ki, herkesçe beğenilen, ortak takdir toplamış pek çok fotoğraf vardır. İfadesi zengin bir fotoğraf, fotoğrafçı tarafında istenilen ekteyi bırakması istenilen özelliştir. Fotoğrafçısı tarafından ifade edilmeyen ancak fotoğrafta yer alan duygusal ifadeler de zaman zaman gerçekleşebilir. Ne var ki bu durum istisnadan öteye geçemez. Her fotoğrafçı bilerek, önceden planlayarak ne ifade etmek istiyorsa onu fotoğraf karesine yansıtabilmenin çabası içerisinde olmalıdır.

2. 4. 1. Fotoğrafta Ekte oluşturma

Fotoğraf bir anda oluşan görüntünün kaydedilmesinden ibarettir. Sinema gibi “o anın” öncesi ve sonrası izleyiciye aktarılamamakla birlikte bu konularda bazı ipuçları barındırır. İnsan zihninin tecrübelerine dayanarak oluşturduğu yargılara dayanarak bazı çıkarımları var saydığı düşünüldüğünde, fotoğrafı anlatımı bazı ön kabulleri gerekli kılmaktadır. Aslında “... Olmadığı halde varmış gibi algılanan çizgiler, izleyiciyi ve bakışlarını fiziken var olan çizgiler kadar etkin bir biçimde kontrol altına alabilir...”³⁰ olduğu kabul edilmektedir.

Fotoğrafçı bu psikolojik hatların bilincinde olarak görüntüyü yansıtmalıdır. Psikolojik çizgilerin yer aldığı fotoğrafta T. Girl ve M. Scanlon’un da dediği gibi “neredeyse karşı konulmaz bir biçimde” izleyici gerçekte olmayan bu hattı takip eder.

³⁰ Tom Girl, Mark Scanlon, Çev. Nedim Sipahi, Fotoğrafta Kompozisyon, İstanbul 2003, s. 46

Mesela, birbirine bakan iki kişinin bakışları arasında gerçekte bir hat varmışçasına izleyiciyi bu noktaya yönlendirir.³¹

Bu tür psikolojik çizgiler fotoğrafa güç katar. Sadece canlı çisimler arasındaki etkileşim bu tür psikolojik etki bırakmaz. Bir hareketi donduran fotoğraf karesin de öncesi ve sonrası insan algısında hazır imgelere dayanarak bazı izler bırakır. Mesela dolmak üzere olan bir bardağa sürahidenden su dökülmesi anının gösteren bir fotoğraf birazdan olacak taşma hissini uyandırır.

Klasik aile ya da toplu hatıra fotoğraflarında psikolojik etkinin gereğini daha çok hissederiz. Heyecandan uzak bir duruşla, herkesin kameraya baktığı fotoğraf karesi ile doğal hallerinde karşılıklı etkileşim halinde olan insanların verdiği görünü çok daha anlamlıdır.

Bir fotoğrafçı mevcut psikolojik çizgileri en iyi şekilde kullanabilmek için bir görüntüdeki akışı tahmin edebilmelidir. Fotoğrafta insanlar söz konusu olunca psikolojik ilişki öğeleri her zaman mevcuttur ve cesurca kullanıldıklarında fotoğrafı güzelleştirirler. Mesela

2. 4. 1. 1. Bakış açısı, yönü ve anlamları

Kameranın objelere bakış noktasından itibaren elde edilen fotoğraf bir mesaj içermektedir. “Fotoğrafın konusu, kompozisyonu, bakış açısı, odak ayarının netliği veya derinliği, renk dengesi, çerçeveleme ve diğer üslup öğeleri, fotoğrafçının istek veya itirazlarıyla fotoğrafı çekilenlerin seçimlerinin sonucudur”³² Dergi okuru fotoğrafçının baktığı açıdan görüntüyü izlemek durumundadır. Ancak yine de bakış açısının fotoğrafçı tercihin dışında okumaları da mümkündür. Dergi fotoğrafında, fotoğrafçının bakış açısı

³¹ Tom Gird, Mark Scanlon, a.g.e, s. 47

³² Catherine A. Lutz / Jane L. Collins, **National Geographic'i Doğru Okumak** [Geary, Christraud M. Images from Bamum: German Colonial Photography at the Court of King Njoya, Cameroon, West Africa'dan alıntı] Agora Yay. İstanbul 2005; s. 162

sadece fotoğrafçının tercihini de yansıtmaz. Fotoğrafçının editör tarafından yönlendirmesi görüş açısını belirleyecektir. Ayrıca fotoğraf çekimi bittikten sonra grafik ve mizanpaj aşamasında yapılacak değişikliklerle ilgi odağı ve vurgu değiştirilebilir.

Ortalama bir insanın boyuna göre, görüş yüksekliğine göre objelere bakış normal bir görüntüdür. Dünyaya, küçük bir çocuğun gözüyle bakacak olursak, her şey bize büyük gözükecektir. Yetişkin insanları daha aşağından göreceğimiz gibi, daha küçük nesnelere de belki tam karşısından bakmış olacağız.

Dikey düzlemde (vertical) yukarıdan bir objeye yaklaşmak psikolojik olarak onu küçük ve basit algılama hissi vermektedir. Tam tersini düşündüğümüzde, yani bir objeyi aşağıdan yaklaşarak görüntülemek onu olduğundan büyük görmeye böyle algılamaya neden olur. Psikolojik olarak büyüklük, korku ve saygı ifadelerini içinde taşıyabilir. Bilinçli bir fotoğrafçı tüm bunları dikkate alarak fotoğraf karesini yakalar.

2. 4. 1. 2. Fotoğraftaki hareket

Hareket hissini fotoğrafta uygulamanın bazı yolları vardır. Bunlar çekim sırasında yapılan grafik ektilerdir. Fotoğrafın pozlandırma işlemi sırasında zoom hareketi yapılarak hareket etki verilebilir. Ya da hareket eden bir nesneyi paralel olarak aynı hızda takip edersek hareketin paralel yönünde bazı çizgiler oluşur. Bu da izleyiciye hareket hissi verir. Fotoğrafa hareket kazandırmanın bir başka yolu da psikolojik ekiye bağlı olarak gerçekleştirilir. Kürek çeken veya yüzen bir sporcunun fotoğrafı onun hareket halinde olduğunu göstermeye yeterlidir.



fotoğraf 22, Fotoğrafa hareket hissi kazandıran, zoom in/out uygulaması, çekim, A. Feriatoğlu

2. 4. 1. 3. Obje boyutlarının dengelenmesi ve boyut yanılgısı

Fotoğrafçı ile konu arasındaki uzaklık görüntüye yansıyan nesnelerin boyutlarını doğru olarak algılamayı sağlar. Mesafenin izleyici tarafından tahmini bir mesafesi şuur altında yapılır. Bu durum fotoğrafçı tarafından kasten çarpıtılarak fotoğrafa yansıtılabilir. Nesnelerin boyutlarında algı yanılgısı oluşturulabilir. Küçük nesnelere büyük, büyük nesnelere küçük olarak fotoğrafa yansıtılabilir.

Fotoğrafçı istediği perspektifi elde edebilmek için durması gereken noktayı belirledikten sonra, konunun ne kadarını çerçevenin içerisine dâhil edeceğiyle ilgili tercihi doğrultusunda kullanması gereken objektif tipine, çerçeve içerisinde ilgi alanının ne kadar büyük olması gerektiğine ve farklı odak uzaklıklarının optik özelliklerine göre kararlarını oluşturur.³³

³³ Tom Girl, Mark Scanlon, a.g.e, s. 78

III. BÖLÜM

FOTOĞRAFLARIN KULLANIMI

3. 1. Fotoğraf kullanım aşamasındaki uygulamalar

3. 1. 1. Fotoğrafa kendisine yönelik uygulamalar

Çalışmamızın ilk bölümünde fotoğrafın çekim öncesi tasarım aşamasında yapılacakları ele aldık. Fotoğrafın kendisi ile ilgili karakteristik özellik kazandırma üzerinde durmuştuk. İkinci bölümde ise uygulama konularına yer verdik. Oluşturulan fotoğraf kimliğini çekimi esnasında yapılacaklar sıralanmış oldu. Şimdi ise çekim sonrası ele alacağız. Dergi yayıncılığında fotoğraf karakterinin oluşturulmasının bir ayağı da çekim sonrası grafik uygulamalarıdır. Bu uygulamalar içerisinde fotoğrafın kendisine müdahale yapılabileceği gibi oluşturdukları bütünün diğer elemanlarıyla olan ilişkisini de sağlamak gerekmektedir. Dergi sayfasında fotoğraf her ne kadar zaman zaman, tek başına bulunup hiçbir grafik unsurla bir arada olmasa bile sayfanın ebadıyla sınırlandırılmış olması bile göz önünde bulundurulmalıdır.

Genellikle dergilerde fotoğraflarla, yazılar, illüstrasyonlar, tablo ve grafiklerle bir arada bulunur. Sayfa bütünlüğünün tamamlanması için genel estetik kurallara uygun tasarım yapılması gerekmektedir. Mesela bir fotoğrafın içerdiği kalıp ve şekiller yanında yer alacağı başlığın hangi fonla yazılacağı önemlidir. Aynı şekilde fotoğrafın içerdiği hâkim renk ile yazı ve diğer grafik unsurlarda kullanılacak renklerin uyumlu olması gerekir.

Fotoğrafın dergini ebatlarıyla sınırlı olması, yatay ya da dikey kadraj kullanımları önem kazanmaktadır. Örneğin bir fotoğrafı büyük kullanmak istiyorsak, dergimiz de dikey dikdörtgen formatta ise yapılacak şey dikey formatta bir fotoğraf bulmak olacaktır. Dikey kullanım fotoğrafı bölmeden kullanmak için idealdir. Ancak elimizdeki fotoğraf yataysa ve biz yine de fotoğrafı büyük kullanmak istiyorsak karşılıklı iki sayfayı kullanarak bunu yapabiliriz. Cilt probleminden dolayı fotoğrafın bir bölümü kayba uğrayacaktır. Ortada kalan kısım tam olarak görülemeyecektir. Böyle bir bölünme istenmeyebilir. Ya da bölünmeyi grafik bir unsur olarak ele almak ta mümkün

olabilir. Bütün bunlar fotoğraf direktörünün bilinçli tercihiyle yapılması gereken uygulamalardır.

Fotoğraf kullanımında yapılabilecek uygulamaları sırasıyla ele alalım.

3. 1. 1. 1. Çerçeveleme

Fotoğraf bir dergi sayfasında yer alırken çeşitli şekillerde çerçvelenebilir. Fotoğrafın etrafına hiçbir çerçeve atmamak ta bir tercihtir. Kâğıtla fotoğrafın kesiştiği bölgeyi herhangi bir ayraç belirlemez. Fotoğrafın kâğıtla olan ton farkı doğal bir çerçeve oluşturur. Kâğıt üzerinde belli olmayacak tram değerine sahip açık alanlar aşırı yer tutuyorsa ince de olsa bir çerçeve konulabilir.

Sayfa sınırlarını çerçeve olarak kullanmaya bir yöntem olarak sıkça başvurulur. “Silme kullanım” olarak adlandırılan bu uygulamada fotoğrafın kenarlarından birkaç milimetrelilik taşma payı bırakılır. Derginin kenarları giyotinle kesildiğinde hiç beyaz alan kalmaz.

3. 1. 1. 2. Dekupaj

Sınırları belirgin olan bazı objeler arka planlarından koparılabilir. Bu uygulamanın çeşitli nedenleri olabilir. Arka palan istenmeyen görüntüler içerebilir. Ya da konuya tek başına yer verilerek dikkat çekilmek istenebilir. Okuyucunun, fotoğrafa konu olan objenin sadece kendisi ile ilgilenmesi istenebilir. Buna benzer farklı gerekçelerle böyle bir uygulama yapılabilir.

Fotoğrafta yer alan bir obje tamamen dekupe edilebileceği gibi kısmen de arka planından soyutlanabilir. Mesela, bir masanın ayakları arka planından koparılırken üstte kalan bölgesine dokunulmadan verilebilir. Bir fotoğraf başka bir fotoğraftaki arka plana yerleştirilebilir. Editörün yaratıcılığına bağlı olarak çeşitli etkiler yapılabilir.

3. 1. 1. 3. Fotoğrafın kadrajlanması

Çekim aşamasında yapılan kadrajlar fotoğrafçının tercihine bağlıdır. Basım öncesi hazırlık aşamasında bir fotoğraftan kesit alınabilir. Ya da alışlagelmiş dikdörtgen düzenin dışına çıkılıp dikey ve yatay panoramik görüntüler elde edilebilir. Kadrajlanan bir fotoğraf artık farklı bir dile sahiptir. Esasen farklı bir fotoğaftır da. Yeni bir içerik kazanmıştır. Beraber yer aldığı habere göre farklı şekillerde yorumlanabilen yeni bir fotoğraf oluşur.

3. 1. 1. 4. Hâkim renkler ve siyah-beyaz kullanım

Dergide fotoğraf karakteri oluşturmanın yollarından biri de hâkim renk kullanımıdır. Fotoğrafın renk tonlarında abartmaya gitmeden bir renge vurguda bulunulabilir. Fotoğrafın gerçeklik etkisini ortadan kaldıran grafik uygulamaları da pek çok dergide yapılmaktadır. Ancak bu fotoğraf kullanımından çok genel anlamda kreatif ekibin grafik uygulamaları içinde değerlendirilebilir.

Renk tonlamalarında Abartılma gerçeklik hissini ortadan kaldırır. Aşırı tonlamalar, daha etkili grafik anlatımı için zaman zaman tercih edilebilir. Fotoğraf üzerinde yapılacak bu uygulamalar gerçeklik etkisini yitirmesi de bir karakter olarak derginin uygulamaları arasına eklenebilir.

3. 1. 1. 5. Fotoğraflar arasında sıralama

Bir konu birden fazla fotoğrafla aktarılabilir. Bu bir foto-röportaj olabileceği gibi belgesel bir konu da olabilir. Haberin başlığına taşınacak fotoğraf daha kapsamlı olmalıdır. Okuyucunun ilgisini daha fazla uyandıracak bir fotoğraf ta tercih edilebilir. Başlıkta kullanılan fotoğraf okuyucuya enteresan gelebilir. Ya da konuyu en kapsamlı anlatan bir fotoğraf seçilebilir. Aynı fotoğrafın varyantları şeklinde yapılan yerleştirmek okuyucuya sıkıcı gelecektir. Seçilen her bir fotoğraf konunun bir başka yönünü

belgelemeli ve yeni bir şeyler ifade etmelidir. Dergilerde bu uygulama fotoğraf editörünün sorumluluğundadır.

3. 1. 1. 6. Efekt uygulamaları

Fotoğraf makinesinden filme yansıyan görüntüleri oluğu gibi kullanmak, onlara hiç etki etmemek dergi yayıncılığında çok az gerçekleşir. Bir fotoğrafın renk tonuna, kontrast veya aydınlığına müdahale edildiğinde daha etkileyici şekilde basıldığı görülür. Bilhassa sürekli gelişen dijital(sayısal) fotoğraf makineleriyle elde edilen görüntülerin yukarıdan belirtilen özelliklerine mutla müdahale edilmesi gerekir. RGB³⁴ (Red[kırmızı]-Green[yeşil]-Blue[mavi]) birleşimsel renk skalasından, matbaa baskı sisteminin kullandığı CMYK³⁵ (cyan[siyan]-magenta[lacivert]-yellow[sarı]-black[siyah]) çıkarımsal skalasına geçişte renkler belirli oranlarda değişime uğrar. Genellikle RGB'den CMYK'ya geçişte, renklere bir miktar solma gözlenmektedir. Bu değişikliğin telafisi için fotoğraf yeniden kalibre edilir. RGB'den CMYK'ya geçişte Black(siyah) renge aşırı yüklenme gerçekleşirken diğer tonların tram değerlerinde azalmalar meydana gelir. Bu nedenle baskı aşamasında istenmeyen neticeler meydana gelir. Diapozitif(saydam) fotoğraf filmlerinin sayısallaştırılması sırasında kullanılan CMYK sistemli tarayıcılar, taram dağılımını daha doğru bir düzeyde tutmaktadır. Bu nedenle dijital fotoğraf makinelerinden çoğu kez tam verim alınmamaktadır. Uygun tram dağılımının sağlanması için Photoshop gibi bir sayısal görüntü işleyicisi programla koyu ve açık değerler yeniden belirlenmeli, ana renk değerleri yeniden saptanmalıdır.

Fotoğraftaki aşırı aydınlık veya karanlık bölgelerdeki dokular belirginleştirilmelidir. Yumuşak geçişli bölgesel seçicilerle bu bölgelerin aydınlık değeri üzerinde değişikliklere gidilir. Yapılacak işlem bir insan gözünün algı hassasiyetine sahip olmayan fotoğraf sistemine kısmi müdahaledir. Fotoğraftaki en koyu ile en açık nokta arasındaki diyafram farkı arttıkça görüntünün doku belirginliği

³⁴ RGB: Red Gren Blue (Kırmızı Yeşil Mavi) dan oluşan üçlü renk sistemi fotoğraf emisyonlarında ve monitörlerde kullanılır.

³⁵ CMYK: Cyan, Magenta, Yellow, Black (Mavi, Kızıl, Sarı, Siyah) dan oluşan dörtlü renk sistemi Matbaa basımlarında kullanılan renk dağılım sistemidir.

azalacaktır. Bazı bölgeler az pozlandırılırken bazıları ise aşırı ışığa maruz kalmaktan dolayı kayba uğrayacaktır. Yapılacak bölgesel aydınlatma müdahaleleriyle bu oran belirli bir oranda azaltılacaktır.

Fotoğrafların kullanımı sırasında gerçek değerlere yaklaştırmak için yapılacak efektif uygulamaların yanı sıra tam tersi işlemlere de başvurulabilir. Fotoğrafın grafik etkisini artırmak için kontrastına tersi yönde müdahale edildiğinde silüet görüntü ortaya çıkar. Yeni oluşan fotografik değer daha vurgulu bir dile sahip olabilir. Fotoğraf editörünün bilinçli tercihi ile pek çok efektif uygulama yapılabilir.

3. 1. 1. 7. Manipülasyon

Haber fotoğrafında aslolan doğru-gerçekçi fotoğraf çekmektir. Gerçeği olduğu gibi yansıtmak fotoğrafçının sorumluluğudur. Her ne kadar gerçekçilik fotoğrafçının tercihleri ile sınırlı bir yaklaşım olsa da, bilinçli bir çarpıtmaya engel olmak adına önemli bir ahlâk değeridir. Fotoğrafın basın yoluyla kamuya yayıldığı günden itibaren, bilinçli bazı saptırmalar gerçekleştirilmiştir. Yalan ya da saptırma haberi okuyan kişinin, bunun gerçek olduğuna inandırmak için fotoğraf üzerinde hilelere gidilmiştir. Gelişen bilgisayar teknikleri ile bu imkân daha da artmıştır.

Fotoğrafta sahtecilik olarak bilinen uygulamalar dergi yayıncılığında farklı şekillerde de kullanılabilir. Sanal Gerçeklik oluşturmak için gerçeği değiştirmek, yeni bir anlatım dili oluşturmak mümkündür. Sahtecik adına olmayan düzenlemeler ilgi uyandırdığından okuyucuyu etkilemek için denenebilir.

3. 1. 2. Fotoğrafın sayfadaki diğer grafik öğelerle ilişkisi

3. 1. 2. 1. Fotoğraf ve tipografi

Karşılıklı sayfalarda yer alan tüm grafik unsurlar ve görsel öğeler bir bütündür. Aralarında olumlu ya da olumsuz etkileşim söz konusudur. Fotoğraf yanı başında yer alan yazı karakteriyle uyumlu olmak durumundadır. Binlerce yazı karakteri içerisinde tercih yapılacak, yazı ve başlığın büyüklüğüne, rengine, sayfadaki konumuna dikkat edilecektir. Gerekirse fotoğrafın üzerine yerleştirilecek bir yazı stilinde estetik ölçülere dikkat edilmesi gerekmektedir.

3. 1. 2. 2. Fotoğraf ve Mizanpaj

Tipografide olduğu gibi, diğer grafik unsurları ile fotoğraf uyumlu bir tasarımla ele alınmalıdır. Fotoğrafın dili okuyucuya daha kısa sürede bir şeyler anlatmaya uygundur. Bu nedenler asıl vurucu olan grafik öğe fotoğraftır. Haber ve anlatım değeri bakımından fotoğraf her zaman tercihe edile gelmiştir. Medya kanalları, reklam ve tanıtım dünyası da dâhil olmak üzere fotoğrafa birincil rol vermektedirler. İzleyici tarafından hemen algılanması, etkisinin daha uzun süreli oluşu fotoğrafa bu rolün verilemesini sağlamıştır. Dergi yayıncılığında da fotoğraf hâkim unsur olduğuna göre diğer grafik öğelerle olan ilişkisi iyi estetize edilmelidir.



fotoğraf 23, Fotoğraf üzerinde tipografi uygulaması, çekim: A. Feriatoğlu, grafik: M¼cahir Demir, Yayınlayan: İnfomag

3. 2. Baskı aşaması

3. 2. 1 Kreatif Uygulamalar

Baskı sırasında oluşturulacak bir takım karakteristik uygulamalar olabilir. Fotoğrafın alışılagelmiş beyaz zeminli bir kâğıda basılmasının dışında farklı renkteki bir kâğıt ayırıcı bir tercih olabilir. Örneğin yıldız kâğıtlar üzerine basılmış bir kapak fotoğrafı sıra dışı görüntü oluşturabilir. Ya da fotoğrafın üzerine ilave basılan, parlaklığı artırıcı ya da matlaştırıcı vernikler kısmen veya tamamen uygulanabilir. Veya renklerden birini florasan veya sim boyalarla basmak böyle bir uygulama olabilir. Yapılacak

yaratıcı uygulamalar bir defaya mahsus kalabileceği gibi, her sayıda aynı tarzın devamı dergiye farklılık kazandırabilir.

Fotoğrafın katlanabilen 3 ya da daha fazla sayfaya basılması da bazı dergilerin uyguladığı tarzlar arasındadır. Dergilerin ebatlarında küçük değişikliklere gidilerek farklılık yaratılabilir. Alışlagelmiş A4 formunun dışında, daha çüğü, daha dar veya biraz uzun formatlar denebilir. Ancak temelde fotoğraf formatlarından yola çıkıldığı için 4/3 veya 3/2(boy/en) oranına bağı kalınarak boyutlandırma yapılabilir. Çünkü profesyonel ya da amatör pek çok fotoğraf makinesi bu ölçüde film/sensör yatağına sahiptir. Zaman zaman panoramik ya da kare formatta çekim yapan kameralar kullanılsa da, böyle bir ölçünün dergi formatına uygulanması, basım, paketleme, dağıtım ve okuma kullanışlığına daha az elverişlidir.

3. 2. 2 Baskı Süreci

Fotoğrafın sayfa tasarımındaki yeri oluşturulduktan sonra artık fotoğraf ve kreatif ekibinin yapacağı çok bir şey kalmamıştır. Baskının istenilen kalitede canlı ve doğru renklerle yapılması, teknik olarak farklı bir süreçtir. Baskı teknolojileri sürekli gelişme kaydetmektedir. Görüntünün sayısal ortamdan basılı materyallere aktarılmasında mümkün olduğu kadar az kayıp veren çok yeni sistemler bulunmaktadır. Baskı adetleri fazla olan dergiler WEB³⁶ tesislerinde basılmaktadır. Görüntü kalitesi oldukça iyi olan bu makineler, aynı zamanda çok ince kâğıtlara baskı yapabilmektedir. Temelde aynı ofset tekniğine (cmyk renk sistemi) dayalı tabaka baskı makineleri ise daha az sayıdaki basımlar için tercih edilmektedir.

³⁶ Web: Saatte 100 bin baskıyı kapasitesini aşan bu makinelerde satış adeti fazla olan dergi ve gazeteler, kısa sürede basılır. Kullanılan kağıtlar tabakalar halinde değil bobin şeklindedir. Kağıdın ön ve arka yüzeylerine aynı anda baskı yapıldıktan sonra yüksek ısı altında fırınlanan kağıdın mürekkebi kurutulur. Böylece 8 renk merdanesinden geçen kağıt üzerindeki tramlar birbirini etkilemeden kurutulduğu için renkler çok daha canlı çıkmaktadır. Aynı zamanda çok katlama aşamasında da herhangi bir mürekkeplerin birbirine sürtünmesi ile oluşabilecek kirlenme meydana gelmez. Basım, katlama, ciltleme ve paketleme dahil olmak üzere baskının tüm süreci entegre biçimde neticelendirilir. Daha detaylı bilgi için bkz.: Hasan Fehmi Ketenci, Can Bilgili, **Göresel İletişim ve Grafik Tasarımı**, İstanbul 2006. Beta Basım, s. 148

Renk ayrımını asetat film tabakaları üzerine yapan baskı tekniği yavaş yavaş yerini CTP (computer to plate) tekniğine bırakmaktadır. Bu teknikte baskı aşamasına gelmiş sayısal görüntüler direkt matbaa kalıbına pozlandırılmaktadır. Dolayısıyla, uygulamada film aşaması ortadan kalkmaktadır. Yine de hala çok sayıda dergi film üzerine renk ayrımı tekniği ile basılmaktadır. Baskı aşamasında renklerin istenilene yakın çıkması için renk ayrımı ve baskı makinelerindeki aşamalar sürekli kontrol edilmelidir. Sık rastlanan taram³⁷ kayması ve mürekkep oranlarındaki dengesiz dağılım hataları, matbu görüntünün rahatsızlık verecek derecede bozuk çıkmasına neden olur.

³⁷ Tram: Görüntünün basılı bir materyale aktarılmasında, ara tonların oluşmasını sağlayan binlerce küçük noktacıktan her birine verilen ad. Detaylı bilgi için bkz. Emre Becer, **İletişim ve Grafik Tasarım**, Ankara 2005, Dost Yayınevi, s. 129

IV. BÖLÜM

ÖRNEKLER ÜZERİNDE DEĞERLENDİRMELER

Dergi Sayfalarında Fotoğraf Kullanımları

Bu bölümde 63 adet sayfa tasarımına ve burada kullanılmış fotoğraflara yer verdik. Yerli ve yabancı dergiler arasında fotoğrafa kullanımına karakter kazandırmış yayınları seçmeye çalıştık. Bunların içerisinde bir kısmı kendi çekimlerimiz ve İnfomag Dergisinde yayına girmiş uygulamalardır. National Geographic Türkiye, Business Week Türkiye ve Times gibi Türk okuyucusun bildiği dergilerden seçtiğimiz sayfaları değerlendirdik. Son bölümdeki on üç adet tasarım, çeşitli dergilerde yayınlanmış ve Amerikan Yayıncı Tasarımcılar Birliği (SPD)'nin yıllıklarında yer almış olanlardan seçilmiştir.

Çalışmamızın ilk üç bölümünde yer alan başlıklardan hareketle buradaki fotoğraf kullanımları değerlendirilmiştir. Sayfaların genel grafik özelliklerinin yanı sıra fotoğrafların iç tasarımına da değindik. Fotoğraftaki kompozisyon, sayfadaki diğer grafik unsurların fotoğrafla uyumu, tipografi ve fotoğraf ilişkisi, renk düzeni gibi ölçütler bunlardan bazılarıdır.



Konuya uygun fotoğraf seçimi yapılmıştır. Karşılıklı iki sayfada taşınan konu girişinde fotoğrafa yarıdan fazla yer verilmiştir. Sayfanın kenarlarında yarım santim kadar çerçeveye özelliği kazandırarak beyaz alan bırakılmıştır. Güçlü aydınlatma sistemi kullanılarak fotoğraflama yapılmıştır.

infomag 2004/50, s. 105.
Fotoğraf, Abdisselam Ferhatoğlu

“İş Yine Devlete Düşüyor”

Siz bir yatırım yapmak için devletleri, borçsuz tasarcılar ve yarı-
lı devletinüzü cevap 3 yıl sonra "Tala hazırla, bilgi bekliyor
musunuz?" şeklinde gelirken ne gelecek ne düşünürdünüz? Her ne kadar
yine devlete düşüyor belki de emekler, gerekçe de, iş dönüp dolmuş
m ortadan kaldırılmıyor. Sanayicinin önündeki engeller, bunları
Ankara Sanayi Odası Başkanı Zafir Çağlayan, serdik

Önce bir yatırım yapmak için devletleri, borçsuz tasarcılar ve yarı-
lı devletinüzü cevap 3 yıl sonra "Tala hazırla, bilgi bekliyor
musunuz?" şeklinde gelirken ne gelecek ne düşünürdünüz? Her ne kadar
yine devlete düşüyor belki de emekler, gerekçe de, iş dönüp dolmuş
m ortadan kaldırılmıyor. Sanayicinin önündeki engeller, bunları
Ankara Sanayi Odası Başkanı Zafir Çağlayan, serdik



Ele alınan konularda fotoğrafın anlatım diline ayrı bir önem veriliyor. Solda görülen örnekte kısa bir yazı olmasına rağmen beş fotoğrafa yer verilmektedir. Başlık olarak yazı dilinden daha çok fotoğrafın ön plana çıktığı görülüyor. Okuyucuya sıcak bir atmosfer vermesi için modelin kameraya bakması istenmiştir. Canlı ve etki bir fotoğraf oluşumu için profesyonel aydınlatma sistemleri kullanılmıştır.

İnfomag, 2004/49, s. 118 Fotoğraf, Abdüsselam Feriçatoğlu

GYAD, AB Kapisını Aralıyor

Sivil Toplum Kuruluşları AB'ye hazırlık için hazırladıkları 'Genç Yöneticiler ve Liderler Programı' (GYAD) düzenlediği eğitim programını ve özel projeleriyle hem yurtiçi hem de yurtdışı Türkiye'nin

AB'ye hazırlık sürecinde en büyük katkı veren Sivil Toplum Kuruluşları (STK) olarak kabul edilen GYAD, Türkiye ve AB arasında derinleşen ilişkilerde önemli rol oynuyor. Üçüncü sektörde 353 bin üyesiyle, 471 adet gönüllü üyesiyle aktif olarak çalışan GYAD, Türkiye'nin AB'ye hazırlık sürecinde önemli rol oynuyor. Üçüncü sektörde 353 bin üyesiyle, 471 adet gönüllü üyesiyle aktif olarak çalışan GYAD, Türkiye'nin AB'ye hazırlık sürecinde önemli rol oynuyor.

AB'ye hazırlık sürecinde en büyük katkı veren Sivil Toplum Kuruluşları (STK) olarak kabul edilen GYAD, Türkiye ve AB arasında derinleşen ilişkilerde önemli rol oynuyor. Üçüncü sektörde 353 bin üyesiyle, 471 adet gönüllü üyesiyle aktif olarak çalışan GYAD, Türkiye'nin AB'ye hazırlık sürecinde önemli rol oynuyor. Üçüncü sektörde 353 bin üyesiyle, 471 adet gönüllü üyesiyle aktif olarak çalışan GYAD, Türkiye'nin AB'ye hazırlık sürecinde önemli rol oynuyor.

GYAD Başkanı Ömer İyem



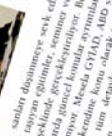
İnsan'a göre onlar yeni Türkiye'nin durumunu alma işçilerini üstlenmiş büyük bir dünyanın parçası haline gelme yolunda adlarını bir parçası...

Fikr Akisleri Sağlanıyor

İnsan'a göre onlar yeni Türkiye'nin durumunu alma işçilerini üstlenmiş büyük bir dünyanın parçası haline gelme yolunda adlarını bir parçası...

Yeni Türkiye'nin Tokunları

İnsan'a göre onlar yeni Türkiye'nin durumunu alma işçilerini üstlenmiş büyük bir dünyanın parçası haline gelme yolunda adlarını bir parçası...



GYAD Başkanı Ömer İyem

İnsan'a göre onlar yeni Türkiye'nin durumunu alma işçilerini üstlenmiş büyük bir dünyanın parçası haline gelme yolunda adlarını bir parçası...

Devlet Kucuk Meclis

İnsan'a göre onlar yeni Türkiye'nin durumunu alma işçilerini üstlenmiş büyük bir dünyanın parçası haline gelme yolunda adlarını bir parçası...

Sivil Toplumcular Elele

İnsan'a göre onlar yeni Türkiye'nin durumunu alma işçilerini üstlenmiş büyük bir dünyanın parçası haline gelme yolunda adlarını bir parçası...

Fotoğrafın üzerinde yer alan doku, metin alanı olarak kullanımı. Burada konunun özeti ve başlığı verilmiştir. Ayrıca başlığa uygun bir fotoğraf sipariş edilmiş, ya da fotoğrafa uygun bir başlık seçilmiştir. Dergide bu tür uygulamaların sıklıkla yapıldığı görülmektedir. Çekim tekniği olarak birden fazla ışık kaynağının kullanıldığı görülmüştür.

İnformag, 2004/50, s.38, Fotoğraf: Abdişselam Feriştaroğlu

Sayfada, fotoğraf ve tipografi ilişkisi üzerinde durulmuştur. Çalışma esnasında renk, şekil ve yazı karakteri üzerinde estetik denemeler yapılmıştır. Fotoğrafla Renk ve tipografi arasında kurulan ilişkiyi oldukça başarılıdır. Gün ışığı altında yapılan bir çekim olduğu için gölgeler dengelidir.

Infomag, 2004/50, s. 123,

Fotoğraf. Abdüsselam Feriyoğlu.





Yan tarafa bir ara sayfa kullanım örneği görülmektedir. Üç sütüne bölünen sayfa tasarımı, orta sütünde boydan boya yerini fotoğrafa bırakmıştır. Sık görülmeyen bu tür bir uygulama hem fotoğraf kullanımına bir karakter kazandırmış hem de okuyucunun ilgisini çekebilecek bir uygulamaya gidilmiştir.

Infomag, 2004/50, s. 135. Fotoğraf. Abdişselam Fezaoğlu

Haberin devamı
niteliğindeki
bölümde görüldüğü
üzere fotoğrafa geniş
yer verilmiştir. Bu
haberde olayın
çeşitli aşamaları
fotoğraf kareleriyle
okuyucuya
yansıtılmıştır.
Durağanlık
fotoğrafların yatay,
dikey ve dekupajlı
kullanımıyla
aşılıma
çalışılmıştır. Çekim
sirasında modelin
etrafında duran
objeler yeniden
kompoze edilmiştir.
Kameranın bakış
açısı oldukça geniş
tutulmuştur.

İnformag, 2006/3, s. 158,
Fotoğraf, Abdişselam
Feriyoğlu



arti TASARIM



PÜNYA SÖZİYESİNE SATIYOR
Ertürk, tasarımcı olarak ün kazanmış ve bu nedenle Türkiye'de en çok satılan markalar arasında yer almaktadır. Ertürk, Türkiye'de en çok satılan markalar arasında yer almaktadır. Ertürk, Türkiye'de en çok satılan markalar arasında yer almaktadır.

başlamadan önce cesur olan... Ertürk, Türkiye'de en çok satılan markalar arasında yer almaktadır. Ertürk, Türkiye'de en çok satılan markalar arasında yer almaktadır.



Tasarımlarını New York sosyetesine satan Emre Ertürk, simdi de Türkiye için kollarını sıvadı.

Franchise veren Ertürk, Türkiye'de en çok satılan markalar arasında yer almaktadır. Ertürk, Türkiye'de en çok satılan markalar arasında yer almaktadır.



TÜRKİYE'DE ATKI SATIYOR
Türkiye'ye geldiği 2 ay olan Emre Ertürk'ün en çok tercih edilen ürünleri, atkı ve şapka...

Emre Ertürk, Türkiye'de en çok satılan markalar arasında yer almaktadır. Ertürk, Türkiye'de en çok satılan markalar arasında yer almaktadır.

Yazıda kullanılan ana fotoğraf, ikinci sayfaya taşırılmıştır. Karakteristik bir uygulama olarak derginin sık başvurduğu bir yöntemdir. Bu sayede fotoğrafa geniş bir yer ayrılıyor aynı zamanda, dikkörtgen sayfada kare formu uygulanmış olmaktadır. Fotoğrafa kullanılan aydınlatma sistemi dikkat çekmektedir. Arka plan sade tutulmuş ve ayrıca aydınlatılmıştır. Model, yan cepheden tek ışıkla aydınlatılmıştır.

infomag, 2005/59, s.42,
Fotoğraf, Abdüsselam Feriçatoğlu

kapak

Yeni Hedef Amerika

İsadalımları ile hic durmadın dünyanın her yerine gidip Türkiye yi ve Türk mallarını tanıtmaya çalışıyor. Türkiye nin ihracatı artırca Türk dış ticaretinin patronu olarak durup dimlenmeden çalışan Kürşad Tuzmen ile ihracatı, ithalatı ve yeni hedefleri konuşuyor. Ayrıca, dünya ekonomisinin durumu, petrol fiyatları ve dolar hakkında gelecekle ilgili tavsiyeleri da aldık...

İlde ay içinde 10 binleri aşmış durumda. Herkesin Türkiye yi tanımasını istiyor. Çeşitli ürün almasını istiyor. Yeni Türk Lirası. Herkesin Türkiye yi tanımasını istiyor. Çeşitli ürün almasını istiyor. Çeşitli ürün almasını istiyor. Çeşitli ürün almasını istiyor.

Yeni Hedef Amerika başlıklı yazı. Kürşad Tuzmen ile ihracatı, ithalatı ve yeni hedefleri konuşuyor. Ayrıca, dünya ekonomisinin durumu, petrol fiyatları ve dolar hakkında gelecekle ilgili tavsiyeleri da aldık...

Tipografide kullanılan renk fotoğraflatan alınmıştır. Fotoğrafta yer alan düz zemin yazı alanı olarak kullanılmıştır. Karşılıklı sayfaya yayılan tek fotoğraf kenarlarda yarım santimlik boşluklarla çerçevelenmiştir. Ortam aydınlığından yararlanarak çekim gerçekleştirilmiştir. Florasan ışığı fabrika ortamını daha belirgin biçimde yansıtmaktadır.

İnformag, 2004/44, s. 76,
Fotoğraf: Abdisselam
Ferhatoğlu





Fotoğraf mümkün olduğu kadar büyük görünmesi için karşılıklı sayfalara yayılmıştır. Fotoğrafta iç kompozisyon açısından oranlara dikkat edilmiştir. Fotoğraf editörünün direktifi üzerine bazı objeler ön planda tutulmuştur. Fotoğrafta yarım santimlik siyah çerçeve kullanılmıştır. Tipografik renkler Fotoğrafta uyumludur.

Infomag, 2003/38, s. 92, Fotoğraf Abdülkadir Feriçoğlu

Müşterilere IQ Testi...

Müşteri zekası, Yeni bir kavram mı? Yoksa durgunlaşan pazar-
daki sorunlarımızı SAS Institute International'in başkan yardımcısı Phil J. Winters'a sorduk.

Phil J. Winters, öncelikle müşteri ilişkilerinde CRM'in sadece bir bütünün küçük kısmı olduğunu vurguluyor. Yeni tekniklerin, müşteriyi sadece satış yapmak için değil, müşteriyle ilişkileri sürdürmek için de kullanılmaya başladığını belirtiyor. Müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) bir araç değil, bir süreçtir. Müşteri ilişkileri yönetimi, müşterinin ihtiyaçlarına göre strateji geliştirilmesini sağlar. Müşteri ilişkileri yönetimi, müşterinin ihtiyaçlarına göre strateji geliştirilmesini sağlar. Müşteri ilişkileri yönetimi, müşterinin ihtiyaçlarına göre strateji geliştirilmesini sağlar.

CRM'in amacı, müşterinin ihtiyaçlarına göre strateji geliştirilmesini sağlamaktır. Müşteri ilişkileri yönetimi, müşterinin ihtiyaçlarına göre strateji geliştirilmesini sağlar. Müşteri ilişkileri yönetimi, müşterinin ihtiyaçlarına göre strateji geliştirilmesini sağlar. Müşteri ilişkileri yönetimi, müşterinin ihtiyaçlarına göre strateji geliştirilmesini sağlar.



10 Soruda 1 Hisse Senedi

görselimleri için büyük bir fırsatlar dünyası iken bazıları için büyük tehlikelem bulunduğu bir kumar dünyası. Her ne kadar bu pahasız kalan yatırımcıların hazin hikayelerini sıkça duyuyorduk.

Dünyanın içinde geçen iş dergileri, 2004 yılında yatırım için bir rehber olarak kapıda bekliyor. 2004 'Innovate Guide' olarak adlandırılan bu rehber, yatırımcıların dikkatlerini çekecek bir dizi yatırım fırsatını sunuyor. Her yatırımcının bir hisse senedi seçmesi gereken 10 soru soruluyor.

[1] Sirket, Rakiplerine Göre Nasıl Performans Sırgılıyor?

[2] Nefis Alın Ne Derece Sağlıklı?

[3] Bu Hisseyi Çiğnemek İçin Ne Zaman Almalıyım?

[4] Ekonomik Konjonktür Nasıl Etkilenecek?

[5] Bu Hisseyi Çiğnemek İçin Ne Zaman Almalıyım?

[6] Bu Hisseyi Çiğnemek İçin Ne Zaman Almalıyım?

[7] Bu Hisseyi Çiğnemek İçin Ne Zaman Almalıyım?

[8] Bu Hisseyi Çiğnemek İçin Ne Zaman Almalıyım?

[9] Bu Hisseyi Çiğnemek İçin Ne Zaman Almalıyım?

[10] Bu Hisseyi Çiğnemek İçin Ne Zaman Almalıyım?

Fotoğrafta yer alan düz zemin(gökyüzü) yazı alanı olarak kullanılmıştır. Sayfa düzeninde fotoğraf kullanımı uyumludur. Çekimde 3/1 oranına dikkat edilmiştir. Gün ışında yapılan çekimde modelin gözü kısık çıkmaması için ışık yandan gelmesi sağlanmıştır.

Infomag, 2004/39, s. 50, Fotoğraf: Abdülislem Feriataroğlu

Yazı başlığında kullanılan renkler fotoğrafla uyumludur. Fotoğrafa olduğu gibi sayfanın genelinde de sadelik üzerine bir tasarım kurgulanmıştır. Orta format diapositif filmin doku zenginliği ve renk derinliği fotoğrafa değer katmıştır. Güçlü bir ışık kaynağı yandan uygulanmış, fotoğrafta üçüncü boyut etkisi artırılmıştır.

Infomag, 2004/39, s. 90
Fotoğraf: Abdüsselam Feriçatoğlu



Sabancı Piyale ile Mutluluğumuzda

Sabancı piyale, sabancı piyalesi olarak da bilinen, Türkiye'nin en eski kurumu olan Sabancı Grubu'nun, 1950'li yıllarda kurulan Sabancı Kurumu tarafından geliştirilmiştir. Sabancı Kurumu, Sabancı Grubu'nun en önemli kuruluşlarıdır. Sabancı Kurumu, Sabancı Grubu'nun en önemli kuruluşlarıdır. Sabancı Kurumu, Sabancı Grubu'nun en önemli kuruluşlarıdır.

Sabancı piyale, Sabancı Grubu'nun en önemli kuruluşlarıdır. Sabancı Kurumu, Sabancı Grubu'nun en önemli kuruluşlarıdır. Sabancı Kurumu, Sabancı Grubu'nun en önemli kuruluşlarıdır.

Sabancı Piyale, Sabancı Grubu'nun en önemli kuruluşlarıdır.

Stüdyo ortamında yapılan çekimde kalite vurgusu üzerinde durulmuştur. Oтра format diapozitifin doku detayı okuyucuya başarılı bir şekilde yansıtılmıştır. Fotoğrafta diyagonal bir oran kurulmuş, yazı ile fotoğraf oranı dengelenmiştir.

*Infomag, 2004/41, s. 72
Fotoğraf: Abdüsselam Feriyoğlu*





Kargo Şirketleri Başarıyı Nasıl Taşır?

Eskiden sadece PTT'ard mekullarmızı, özel dnyarmızı taşıyan Oya ained en ufak eşyarmızda en değerli dokumanımız kaddar taşıyan Kargo şirketleri...

T

Türkiye'de Kargo Şirketleri...
Eskiden sadece PTT'ard mekullarmızı, özel dnyarmızı taşıyan Oya ained en ufak eşyarmızda en değerli dokumanımız kaddar taşıyan Kargo şirketleri...

Kargo Şirketlerinin Başarıları

Kargo şirketleri, Türkiye'de son yıllarda büyük başarılar elde etmiştir. Bu başarıların ardında, şirketlerin teknolojiye yatırım yapması, müşteri hizmetlerini iyileştirmesi ve operasyonel verimliliğini artırması gibi faktörler yer almaktadır. Özellikle son yıllarda, e-ticaretin hızla büyümesiyle birlikte, kargo şirketleri için talep artmıştır. Bu durum, şirketlerin pazar payını artırmalarına ve yeni müşteriler kazanmalarına olanak sağlamıştır.

Kargo Şirketlerinin Çıkarımları

Kargo şirketleri, Türkiye'de son yıllarda büyük başarılar elde etmiştir. Bu başarıların ardında, şirketlerin teknolojiye yatırım yapması, müşteri hizmetlerini iyileştirmesi ve operasyonel verimliliğini artırması gibi faktörler yer almaktadır. Özellikle son yıllarda, e-ticaretin hızla büyümesiyle birlikte, kargo şirketleri için talep artmıştır. Bu durum, şirketlerin pazar payını artırmalarına ve yeni müşteriler kazanmalarına olanak sağlamıştır.

Fotoğraf ortam ışığı altında çekilmiş, modelin 3 saniye içerisinde üç hareket yapması istenmiştir. Böylece fotoğrafta hareket hissi doğuracak netsiz kısımlar oluşmuştur. Kısımlı dekupe uygulaması ile fotoğrafın grafik ektisi artırılmıştır.

İfomag, 2004/41, s. 90 Fotoğraf. Abdüsselam Feriatoğlu



Little Big'in Başarılı Duruşu

Tekstil sektörü uzun yıllardır ülkemizin ekonomik sektörlerinden biri olarak anılıyor. Proje ve diğer sektörler için sadece büyük olan şirketler değil, küçük ve orta ölçekli işletmeler de bu sektörde başarılı olabiliyorlar. İşte bu noktada Little Big'in başarısını inceleyelim.

Sektörün en başarılı firmalarından biri olan Little Big, tekstil sektöründe başarılı olmanın yollarını göstermektedir. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim.

Little Big'in başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim.

Özellikle Özyurt Kurumun Değişim... Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim.

Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim.

Juan Yáñez'in Değer

Juan Yáñez'in değerini inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim.



Denim ürünlerinin değerini inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim.

Denim Ürünlerinin Değerini İnceleyelim

Denim ürünlerinin değerini inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim.

Avrupa Pazarı Çok Önemli

Avrupa pazarının önemini inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim.



Denim ürünlerinin değerini inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim.

Çi Fasho Çevre Biz

Çi Fasho Çevre Biz'in başarısını inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim. Şirketin başarısının ardındaki nedenleri inceleyelim.

Konu görselleştirilerek aktarılmıştır.

Fotoğrafta beden dili üzerinde durulmuş arka plan

aydınlatılarak ana konunun öne çıkması sağlanmıştır. Yanal ışık kaynağı

kullanılarak gölge etkisi artırılmıştır. Bazı objeler arka

planlarından soyutlanarak kullanılmış, doku özelliklerine vurguda bulunulmuştur.

Infomag, 2004/42, s. 48
Fotoğraf: Abdüsselam Feriçatoğlu

Konu ile ilgili pek çok fotoğraf çekilmiş olmasına rağmen, kreatif direktörün tercihi yanda görülen yatay kadraja sahip fotoğrafı manşete taşımak olmuştur.

Fotoğrafa hareket kazandırmak için model aracını hareket etmek üzereymiş gibi bir etki oluşturacak çekim yapılmıştır.

Fotoğrafta diyagonal oranı dikkat çekmektedir. Fotoğraf makinesinin üzerine monte edilen flaşla yakın plandaki gölgeler giderilmiştir. Hava kapalı olmasına rağmen belirgin bir kontrast yakalanmıştır.

infomag, 2004/43, s. 80
Fotoğraf: Abdüsselam Feriçoğlu



Hyundai Rakiplerini Kızdırıyor

Hyundai, Türkiye'de en çok satılan otomobil markası olarak Hyundai'nin rakiplerini kızdırıyor. Bu başarıya Hyundai'nin teknolojik yenilikleri, geniş ürün yelpesesi ve müşteri odaklı yaklaşımı katkı sağlıyor. Hyundai, Türkiye'de en çok satılan otomobil markası olarak Hyundai'nin rakiplerini kızdırıyor. Bu başarıya Hyundai'nin teknolojik yenilikleri, geniş ürün yelpesesi ve müşteri odaklı yaklaşımı katkı sağlıyor.

Hyundai, Türkiye'de en çok satılan otomobil markası olarak Hyundai'nin rakiplerini kızdırıyor. Bu başarıya Hyundai'nin teknolojik yenilikleri, geniş ürün yelpesesi ve müşteri odaklı yaklaşımı katkı sağlıyor. Hyundai, Türkiye'de en çok satılan otomobil markası olarak Hyundai'nin rakiplerini kızdırıyor. Bu başarıya Hyundai'nin teknolojik yenilikleri, geniş ürün yelpesesi ve müşteri odaklı yaklaşımı katkı sağlıyor.

Abdüsselam Feriçoğlu'nun Hyundai'nin rakiplerini kızdırıyor başlıklı fotoğrafı, infomag dergisinin 2004/43 sayısında yer almıştır. Fotoğraf: Abdüsselam Feriçoğlu

Sağlık Sektörünün COOL Markası

Çok sayıda özel hastanenin, acımasıyla ciddi bir rekabet alanına
dönüşen sağlık sektöründe, dünya çapında hasta küçüğü ama Day alınarak sırayla alarına
marka olmanın rahatlığıyla rekabete zincire giriyor. Amerikan Hastanesi, bir
kaliteli üst düzeyde sağlanmak ve bu süreçte ulaşmaz Olmak
Marka olma sürecini hepiz yeni yeni salınıp Türkiye'ye
aktarılmış olma sürecinde, özellikle çoklu ve büyük ölçekli
markaların, daha önce oluşturulmuş olup, bu süreçte olgularla
mücadele edenler, bu süreçte olgularla mücadele edenler.
Yeni bir dünya için, Amerika'da başlayan bu süreç,
Türkiye'ye de yayılmaya başlamıştır.

Marka Olmak

Fotoğrafta birlikte
tipografik etki ön
plana çıkmaktadır.
Fotoğrafta Siyah-
beyaz kullanımın
verdiği ağır duruş,
tipografik ektiyile
güçlendirilmiştir.
Fotoğraf kare
formatında
kullanılmış bu
nedenle kısmen
yan sayfaya
geçilmiştir.
Fotoğrafta 1/3
oranına dikkat
edilmiştir.

Infomag, 2004/43, s.106
Fotoğraf: Abdüsselam
Ferhatoğlu





Habere konu olan kişinin yaptığı işi fotoğraf diliyle en iyi şekilde anlatmanın yolları aranmıştır. Modelin kameraya – dolayısıyla okurasıcak bir gülümseme vermesi istenmiştir. Ortam güçlü bir paraflaştırma aydınlatılmış, oldukça kontrast bir görüntü elde edilmiştir.

*Infomag, 2004/47, s. 86
Fotoğraf, Abdüsselam Feriçoğlu*



Yıldırım Akademi, 2014 yılında İstanbul'da kurulmuş bir kurumdur. Kurumun amacı, öğrencilerin akademik başarılarını artırarak, onları üniversiteye hazırlamak ve onların yaşam kalitesini yükseltmektir. Kurumun faaliyetleri, öğrencilerin akademik başarılarını artırarak, onları üniversiteye hazırlamak ve onların yaşam kalitesini yükseltmektir.

Mövenpîç, Sıyır ve Pazarlama Kurumları ile birlikte, Kurumun Akademi Kurumları'nı oluşturmuştur. Kurumun amacı, öğrencilerin akademik başarılarını artırarak, onları üniversiteye hazırlamak ve onların yaşam kalitesini yükseltmektir.



Kurumun, Sıyır ve Pazarlama Kurumları ile birlikte, Kurumun Akademi Kurumları'nı oluşturmuştur. Kurumun amacı, öğrencilerin akademik başarılarını artırarak, onları üniversiteye hazırlamak ve onların yaşam kalitesini yükseltmektir.

Mövenpîç, Sıyır ve Pazarlama Kurumları ile birlikte, Kurumun Akademi Kurumları'nı oluşturmuştur. Kurumun amacı, öğrencilerin akademik başarılarını artırarak, onları üniversiteye hazırlamak ve onların yaşam kalitesini yükseltmektir.



Siz bakmayın daha önce hiç mutfakta girmedikleri şeyleri, şimdi yapıyorlar. Genç Müdri, almaya hak olan da oyle. Eczacıbaşı Sadık ve Cezir, benim en önemli arkadaşlarımdır. Genç Müdri, almaya hak olan da oyle. Eczacıbaşı Sadık ve Cezir, benim en önemli arkadaşlarımdır.



Siz bakmayın daha önce hiç mutfakta girmedikleri şeyleri, şimdi yapıyorlar. Genç Müdri, almaya hak olan da oyle. Eczacıbaşı Sadık ve Cezir, benim en önemli arkadaşlarımdır. Genç Müdri, almaya hak olan da oyle. Eczacıbaşı Sadık ve Cezir, benim en önemli arkadaşlarımdır.

Aynı konu sekiz adet fotoğraf eşliğinde okuyucuya yansıtılmıştır. İki sayfa için yoğun bir kullanım olmasına rağmen fotoğrafların altlı üstü ve büyük küçük kullanılması yaratıcı bir uygulama olmuştur. Fotoğrafları bu şekilde bir olayı aşamalarıyla belgelенmesine “story board” denilmektedir ki yayın dünyasında zaman zaman bu tarz kullanımlarla karşılaşılmaktadır.

KOBİ'lerle 'Yaşama' Rehberi

Herkesin gözde KOBİ'leri var. Ama her KOBİ'ye 'ne kadar önem veriyorlar?' sorusu gelmeli. Çünkü KOBİ'ler, Türkiye'nin geleceği için her şeyden önce birer 'yaşam alanı' olarak düşünülmeli. Çünkü KOBİ'lerin varlığı, bir ülkenin ekonomik gelişmişliğinin en önemli göstergesidir. KOBİ'lerin varlığı, bir ülkenin ekonomik gelişmişliğinin en önemli göstergesidir. KOBİ'lerin varlığı, bir ülkenin ekonomik gelişmişliğinin en önemli göstergesidir.

D

Herkesin gözde KOBİ'leri var. Ama her KOBİ'ye 'ne kadar önem veriyorlar?' sorusu gelmeli. Çünkü KOBİ'ler, Türkiye'nin geleceği için her şeyden önce birer 'yaşam alanı' olarak düşünülmeli. Çünkü KOBİ'lerin varlığı, bir ülkenin ekonomik gelişmişliğinin en önemli göstergesidir. KOBİ'lerin varlığı, bir ülkenin ekonomik gelişmişliğinin en önemli göstergesidir. KOBİ'lerin varlığı, bir ülkenin ekonomik gelişmişliğinin en önemli göstergesidir.

Fotoğraf üzerinde tipografik uygulamalara gidilmiş çizgisel grafiklerle desteklenmiştir. Kare formunda kullanılan fotoğraf ortam ışığından yararlanılarak çekilmiştir. Fotoğraf sayfa kenarlarında sıfır noktasından kesilmemiş, yarım santim bırakılarak çerçevelenmiştir.

Fotograf, 2004/45, s. 72
Fotograf: Abdüsselam Feriatoğlu



Çekimler stüdyo ortamında gerçekleştirilmiştir. Belirli bir senaryo eşliğinde Photoshop uygulamaları ile fotoğrafa farklı bir dil kazandırılmıştır. Sayfa düzeninde tipografi ile fotoğraf iç içe girmiş, oldukça yoğun bir grafik uygulaması yapılmıştır.

Infomag, 2004/45, s. 110
Fotoğraf: Abdüsselam Feriatoğlu



Sayfa tasarımında orijinal bir denemeyi gidilmiştir. Fotoğraftaki kurumsal renkler kullanılan yazı karakterine taşınmış, oradan da tekrar fotoğrafı yansıtılmıştır. Fotoğraf illüstre edilerek kullanılmıştır. Fotoğraf çekiminde güçlü ışık kaynakları kullanılmış, detaylar ön planda tutulmaya çalışılmıştır.

Infomag, 2004/46, s. 70.
Fotoğraf: Abdüsselam Feriatoğlu



Fotoğrafta rengin etkili kullanımı göze çarpmaktadır. Tamamen siyah sayfa rengi içerisine oldukça renkli bir fotoğraf yerleştirilmiş, güçlü başlıkla konu desteklenmiştir.

Business Week Türkiye,
3 Aralık 2005/3 s. 72

ÖZEL DOSYA

Dış Kaynak Kullanımının Geleceği

DIS KAYNAK KULLANIMI
TUM ENDUSTRİK KOLLARININ
SEKİLİNİ VE ÇALIŞMALARINI
NASIL DEĞİSTİRİYOR?

PETE ENGARDIO

KÜREKLEŞME PAPER
Üretimi için Çin, Orta Asya, Güney Amerika, Avrupa, Afrika ve Latin Amerika gibi bölgelere yatırım yapmak için büyük bir çaba göstermektedir. Ancak her bölge farklı avantajlar ve zorluklar sunmaktadır. Bu nedenle, şirketlerin bu bölgelere yatırım yapmadan önce dikkatli bir şekilde araştırma yapmaları gerekmektedir.

PCMC'nin yeni CEO'su, Orta Asya bölgesindeki büyüme potansiyelini vurguluyor. PCMC'nin, Çin, Güney Amerika ve Latin Amerika gibi bölgelere yatırım yapması, şirketin küresel büyüme stratejisinin bir parçasıdır. Bu bölgelerdeki pazarlar, şirketin mevcut pazarlarına kıyasla daha hızlı büyümeye olanak sağlar. Ancak, bu bölgelere yatırım yapmak, şirketin yerel pazarlardaki rekabet gücünü zayıflatmayacağına emin olmalıdır. Ayrıca, bu bölgelerdeki yasal ve düzenleyici ortamın da şirketin başarısını etkileyecektir.

İngilizceyi öğrenen, Afrika'ya ulaşmaya çalışıyor. Afrika, şirketin büyüme potansiyeli yüksek bir bölgedir. Ancak, bu bölgeye yatırım yapmak, şirketin yerel pazarlardaki rekabet gücünü zayıflatmayacağına emin olmalıdır. Ayrıca, bu bölgedeki yasal ve düzenleyici ortamın da şirketin başarısını etkileyecektir.

56 BusinessWeek Türkiye | 21 Ocak 2006



Geniş bir ortam özel olarak aydınlatılmıştır. Arka plana da özel önem verilmiş konu merkeze alınarak çekim yapılmıştır. Bir tam sayfada kullanılan fotoğraf alt yazı ile desteklenmiştir.

BusinessWeek Türkiye, 31 Ocak 2006/4 s. 56



Yüz ifadesi ön plana çıkarılmış bir fotoğraf yayınlanmıştır. Tek bir ışık kaynağından hareketle gölge etkisi artırılmıştır. Tanınan kişilikler yakın plan kullamlararak okuyucu ilgisini sağlamıştır.

3 ocak 2006/1, s. 50
Fotograf: Abdüsselam Feriştatoğlu

Kişisel Sağlık Sigortaları

Policeniz Sizi Yarı Yolda Bırakmasın

Özel sağlık sigortası yaparken teminat ve indirimlere dikkat etmeniz hayatınızı kurtarabilir

AYRILAR SAĞLIK sigortası yaptırdığınızdan emin değilseniz, 2010 yılında da bu konuda dikkatli olmanız gerekiyor. Çünkü sağlık sigortası yaptırdığınızda, teminat ve indirimlere dikkat etmeniz hayatınızı kurtarabilir.

EN KÜÇÜK PUNTOYU BİLE OKUYUN
SAĞLIK sigortası yaptırdığınızda, teminat ve indirimlere dikkat etmeniz hayatınızı kurtarabilir.

YÜZDE 10 İNDİRİM
SAĞLIK sigortası yaptırdığınızda, teminat ve indirimlere dikkat etmeniz hayatınızı kurtarabilir.

SAĞLIK SİGORTASINDA İZLENEN ÜYELERİN YENİDEN YERLEŞTİRİLMESİ
SAĞLIK sigortası yaptırdığınızda, teminat ve indirimlere dikkat etmeniz hayatınızı kurtarabilir.

AYAKTA TEDAVİ PRİMİ YÜKSELİYOR
SAĞLIK sigortası yaptırdığınızda, teminat ve indirimlere dikkat etmeniz hayatınızı kurtarabilir.

SAĞLIK SİGORTASINDA İZLENEN ÜYELERİN YENİDEN YERLEŞTİRİLMESİ
SAĞLIK sigortası yaptırdığınızda, teminat ve indirimlere dikkat etmeniz hayatınızı kurtarabilir.

AYAKTA TEDAVİ PRİMİ YÜKSELİYOR
SAĞLIK sigortası yaptırdığınızda, teminat ve indirimlere dikkat etmeniz hayatınızı kurtarabilir.

SAĞLIK SİGORTASINDA İZLENEN ÜYELERİN YENİDEN YERLEŞTİRİLMESİ
SAĞLIK sigortası yaptırdığınızda, teminat ve indirimlere dikkat etmeniz hayatınızı kurtarabilir.

AYAKTA TEDAVİ PRİMİ YÜKSELİYOR
SAĞLIK sigortası yaptırdığınızda, teminat ve indirimlere dikkat etmeniz hayatınızı kurtarabilir.

Konu soyut olduğundan görselleştirmek maksadıyla bir obje fotoğrafı kullanılmıştır. Fotoğrafın gölgesi ile birlikte kullanımını gerçekçilik hissini artırmıştır. Sayfa düzenin fotoğrafın grafik etkisi üzerine kurulmuştur.

Business Week Türkiye, 3 ocak 2006/1, s. 90

ÖZEL DOSYA

Arzunun Bilimi

Her gün daha fazla şirket tüketiciye odaklandığı için etnografiya ve destekçileri yıldız oyuncular haline geldi

4 Haziran 2006

BusinessWeek Türkiye | 81

UYDU RADYO SAVAŞI SADECE

Howard Stern'ın ardından kazandı. Bu radyo programının kazandı.

2004'te 300 milyon dolara bir kazandı.

Programdaki (Orion) bir televizyon hemon kazandı.

Hidrojen eylemine rakibi RSM Satellite Radio kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Yayıncı ve stratejisi Ziba Design, dijital tasarlama kazandı.

Birden fazla fotoğraf sayısal ortamda birleştirilmiştir. Fotoğrafın anlatım dili üzerinde durulmuş, yazıya göre daha fazla yer ayrılmıştır.

Business Week Türkiye, 4 Haziran 2006/22, s. 80

İNTERNET

TEKRAR DÖNMÜŞ GİBİ

Silikon Vadisi'nde yeni bir internet gelişmelerinin endişe yaratıp yaratmayacağı tartışma konusu

F

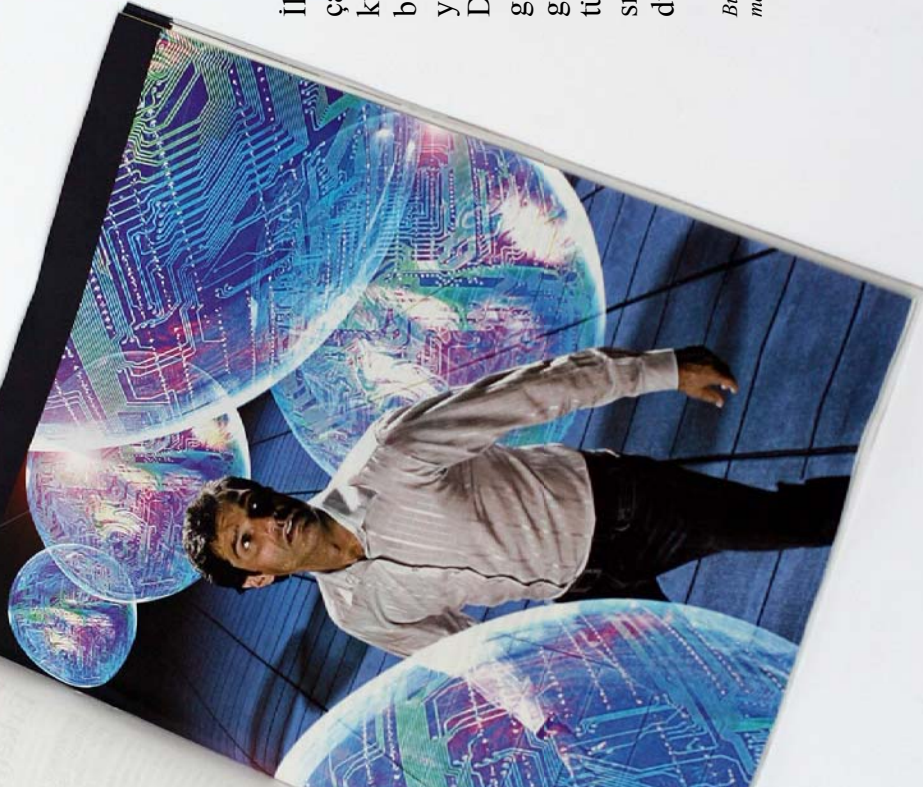
LEKİNE FİTİSİZKAY PAZAR...
Mevcut teknolojiye göre...
Mevcut teknolojiye göre...
Mevcut teknolojiye göre...

KÖTÜLÜK YOK

BİR ÖZETLEME...
Balonun...
Balonun...
Balonun...

Balonun...
Balonun...
Balonun...

36 BusinessWeek Türkiye 17 Mayıs 2006



İllüstrasyon çalışmasında kullanılmak üzere bir insan çekimi yaptırılmıştır. Dergiler konuyu görsel hale getirmek için bu tür uygulamalara sıkça ihtiyaç duyarlar.

Business Week Türkiye, 21 Mayıs 2006/20, s. 36

ÖZEL DOSYA

AMERİKA'DA EN ÇILGIN REKLAMCILARIN YENİDEN CANLANDIRILMASI İÇİN HAZIRLANDIĞI ÇILGIN VE HIRSLI PLAN



Amerika'nın En Çılgın Reklamcıları

→ Crispin Porter + Bogusky'nin ABD'de Volkswagen'e duyulan aşkı hazırladıkları çılgın ve hırslı plan

DAVID KILLEY

VOLKSWAGEN'İN RABBIT MODELİNİ MATRİLA gördükten beri bu Volkswagen'in en başarılı reklam kampanyası olarak kabul edilir. VW'nin bu kampanyayı sadece ABD'de değil, aynı zamanda İngiltere, Almanya ve Fransa'da da yürütmeye başladığı bilinmektedir. Ancak bu kampanyanın başarısının arkasında sadece Volkswagen'in değil, aynı zamanda Crispin Porter + Bogusky'nin de büyük rolü vardır. Bu reklam ajansı, Volkswagen'in ABD'deki pazar payını artırmak için hazırladığı kampanyanın yaratıcısıdır. Ajansın başkanı David Killey, kampanyanın başarısını şöyle açıklıyor: "Bizim için Volkswagen'in bu kampanyası sadece bir araç değil, aynı zamanda bir yaşam tarzıdır. Bizim amacımız, bu yaşam tarzını daha fazla tanıtmak ve insanların bu araçla yaşamayı istemelerini sağlamaktır."

NEFRET DOLU POSTA

PEK ÇOK KESİ Rabbit reklamını nefretli buldu. Bu da onun için bir meydan okuma oldu. VW'nin bu kampanyasını eleştirenlerin sayısı arttı. Ancak bu eleştirilere rağmen, kampanya büyük başarıya ulaştı. Bu başarıyı sağlayan şey, kampanyanın yaratıcısının, eleştirilere rağmen inancını kaybetmediği ve kampanyayı sürdürdüğüdür. Bu inanca sahip olmak, bir reklam insanı için çok önemlidir. Çünkü bir reklam insanı, sadece bir araç değil, aynı zamanda bir yaşam tarzıdır. Bu yaşam tarzını tanıtmak ve insanların bu yaşam tarzını benimsemesini sağlamak, bir reklam insanının en büyük amacıdır. Rabbit reklamının başarısı, bu inanca sahip olmak ve inancını kaybetmemektir.

Fotoğraf dekapajlı kullanılmıştır. Sayfa düzeninde fotoğraf kullanımını yaklaşık 1/3 oranındadır. Modellerle özel pozlar verdirilmiştir.

Business Week Türkiye, 21 Mayıs 2006/20, s. 72



Bir görüntünün iki sayfadan fazla alanda kullanılması sayfaların katlanarak ciltlenmesiyle gerçekleştirilmektedir. Fotoğrafa gösterilen önem gereği bazı yayımlar bu pahalı uygulamayı kullanmaktadırlar. Yukarıdaki örnekte fotoğraf tek başına kullanılmamış, olayın çeşitli safhaları panolar halinde ana fotoğraf üzerine yerleştirilmiştir. Fotoğraf altı açıklamalarla birlikte sayfa yoğun bir hal almıştır.

[Kaktovik]

Kaktovik'teki Inupit-
artar bir balıncıyı
döğüyor. Her yıl üç
balina öldürmelerine
izin veriliyor. Bu av,
gerek basın gerekse
kültürel anlamda
yöre halkının varlığını
sürdürmesinde
önemli bir rol üstle-
yor. Ama denizde
petrol arama çabı-
malarından kayrak-
lanın gücünü kırılgan-
lıklarından kıydan
uzaklaştırıyor. Bu
da balina avcılığını
tehlikeye sokuyor.



SON ÇIĞLIK 405

Karakteristik bir uygulama olarak fotoğraf iki sayfanın toplam boyutunda %25 daha küçük kullanılmaktadır. Karşılıklı iki sayfa tek bir sayfa olarak kullanılıyor ve fotoğraf sayfanı bir tarafa bloklayıyor. Arta kalan boşluklar da uygun bir şekilde yazı alanı olarak kullanılıyor.

National Geographic
Türkiye, Mayıs 2006 s. 165



Sudaki Hayat: Myanmar

Irrawaddy Nehri, çatışmaların hüküm sürdüğü bir ülkede halkın umut kaynağı. Nehirde yıkıyor, nehrin suyunu içiyor, nehirde yol alıyor ve yine orada dua ediyorlar.

188 NATIONAL GEOGRAPHIC • MAYIS 2006

Göçmenin işçilik yaparak kazanan Than Swe Thant, Irrawaddy Nehri'nde yıkıyor.

Fotoğrafçılar çekimlerini yaparken kadrajlarını dergi sayfasına uygun olarak düzenlerler. Yandaki sayfada görüldüğü üzere ana obje fotoğrafın tam ortasına yerleştirilmiş, bir tarafa doğru kaydırılmıştır. Fotoğrafın genelir istenen etkiyi uyandırmakla birlikte oranlarda yerinde kullanılmıştır.

National Geographic Türkiye, Mayıs 2006 s. 188



YAZI: DAN BUETTNER FOTOGRAFÇI: DAVID MCLAIN

Uzun Yaşamın Sırları

OKINAWA, JAPONYA

Kaygan zeminde sabahca coşkun 85 yaşındaki Per. Bu yavaş, bir tutam üzün ve sönük inisi-
lemlerle başlayan yaşamın arka planında, 85 yaşındaki en
uzun yaşayan kadın, 90 yaşındaki en uzun yaşayan erkek,
dijital teknoloji, sosyal beklentiler, Japonlar Okina-
wa'da yaşamın gerçeği. Bu ve diğer yavaş yaşamın sırları,
90 yaşına kadar yaşamın sırlarını keşfetmek için.

90 YAŞINA KADAR YAŞAMIN Sırları, Kasım 2005

Fotoğrafta ön-arka plan dengesi gayet başarılı bir şekilde dengelenmiştir. Gölgede kalan kısımlar bir reflektör ya da flaşla aydınlatılmış bu sayede fotoğrafın belirginliği sağlanmıştır. Fotoğrafın sade kullanımı dikkat çekmektedir.

National Geographic Türkiye, Kasım 2005 S. 96



Ağaçtaki Hayalet

Genç bir kaplan kedisini ormanda yam
vayıp bu affaçta ağaçta ağaçta yam
akını için kendini ölümlü ağaçta yam
Pencere de, sessiz bir balık ağaçta yam
de Ağaçta ağaçta ağaçta ağaçta yam
potunuleni (BC) kaplan Barro - Colona-
Hariken fotoğrafları Christian Ziegler'in
"Buzlar" adlı kitabında Christian Ziegler'in
düşünceleri. Çoğu zaman yam ağaçta yam
ve neli onları görmek de fotoğrafçı
kızıllıkta ağaçta yam de fotoğrafçı
gan dital bir yam ağaçta yam ağaçta yam
izeme kedisini ormanda ağaçta yam
Byator eğitiminde olan ağaçta yam ağaçta yam
Kapan ve pengi ağaçta yam ağaçta yam
kennirgiler, spuz ağaçta yam ağaçta yam
Yen kuzular gibi küçük hayvanların ağaçta yam
sürekli yer olan ağaçta yam ağaçta yam
kilo olan kaplan ağaçta yam ağaçta yam
büyük hayvanların ağaçta yam ağaçta yam
terribel hayvanların ağaçta yam ağaçta yam
diklerin gözümlü ve ağaçta yam ağaçta yam
dok bu lunan ağaçta yam ağaçta yam ağaçta yam
-19 kılolan ağaçta yam ağaçta yam ağaçta yam
yedigine tanık ağaçta yam ağaçta yam ağaçta yam

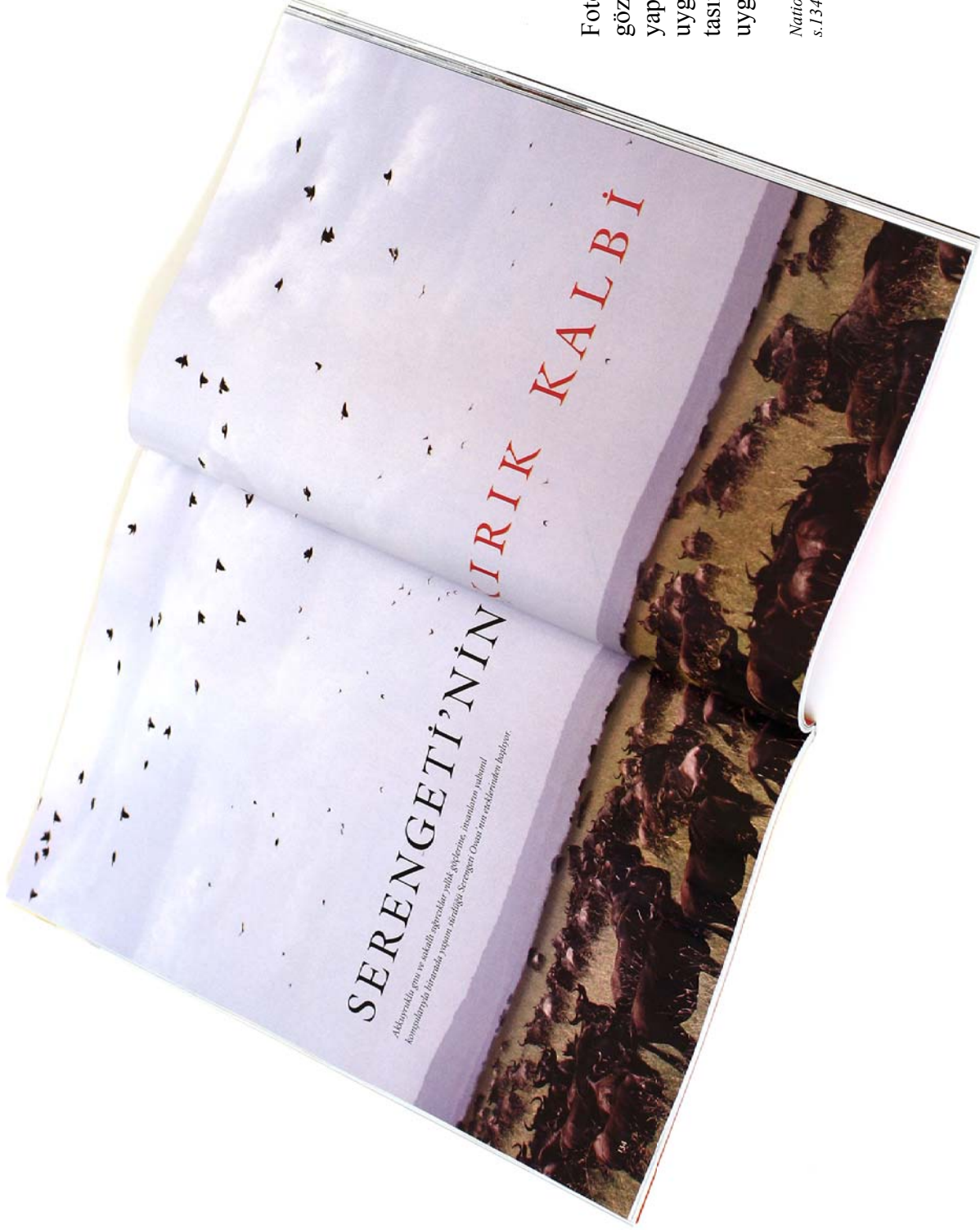
KAPLAN REDJAI 165

164 NATIONAL GEOGRAPHIC KATIN 2005

Aynı olay ardışık
fotoğraflarla belgelenmiştir.
Sayfa düzeni içerisinde aynı
düzen sağlanmıştır.

Sayfanın ferah kullanımını
gözü yormadan okumayı
sağlamakta, fotoğrafın ön
planda olduğu bir tasarım
dikkat çekmektedir.

National Geographic Türkiye, Kasım
2005 S. 165.



SERENGETİ'NİN CİRİK KALBI

Akkoraklı göç ve sakallı sırtaklar yıla göre, insanlara yaband komşularıyla birarada yaşamı sürdürüyor. Serengeti Ovası'nın en büyük hayvan topluluğudur.

Fotoğraf 1/3 oranı
gözetilerek çekim
yapılmıştır. Aynı orana
uygun olarak sayfa
tasarımında tipografi
uygulaması yer almaktadır.

National Geographic Türkiye, Şubat 2006
s.134



Ana objenin merkeze alındığı bir fotoğraf çekimi yapmıştır. Kreatif editör bu fotoğrafı büyük kullanmak için iki sayfayı da değerlendirmiş ve simetri sağlamıştır. Aynı zamanda karakteristik bir uygulama olarak fotoğrafın yanında başka hiçbir grafik öğe kullanılmamıştır.

*National Geographic Türkiye,
Mart, 2004 s. 98.*

Biyolog Mike Fay, ora Afrika'da yaptığı 3200 kilometrelik zorlu bir işe başladı: bugüne kadar görmüş olduğu en yabani yerlerin kurtarılması için kulis yapmak. 20 ay sonra Fay ve diğerleri, Gabon Başkanı Ömer Bongo'yu ülkenin yüzde 1'ini koruma altındaki ulusal park alanı olarak ayırmaya ikna etti -bu koruma çabaları için büyük bir ödülünü.

DAVID QUAMMEN çevreci bir başarı öyküsü anlatıyor.

Afrika'nın Cenneti Güvende

Fotoğraflar:
MICHAEL NICHOLS



Mike Fay, başkanlık sarayında Gabon Başkanı Ömer Bongo'ya hiç farkı olmayan ülke müserresimlerini ulusal park kurulu sunuyor. Kraliçe Galler'i esgisi yoktu. Gabon'daki parklara denk düşerdi.

71

Klasik haber fotoğrafı formatında çekilmiş bir fotoğraf deri sayfasına taşınmıştır. Fotoğraf kullanım özelliklerinde biri olan karşılıklı sayfaları değerlendirme tarzı uygulanmıştır. Fotoğrafın bazı ölü bölgeleri yazı alanı olarak kullanılmıştır.

National Geographic Türkiye, Eylül 2003 s. 70



Beynin
görevi
akıl
üretimi

Tipografik fotoğraf
dengesi kurulan bir
tasarım yapılmıştır.
Tipografik renkler
fotoğraftan alınmıştır.
Simetrik tasarım
dikkat çekmektedir.

*National Geographic Türkiye,
Mart 2005 s. 68,*

Düşük Maliyet Yüksek Bedel KOMÜR

Kömür yine kral! Petrol rezervleri kısıtlı ve doğal gaz fiyatları da giderek yükseliyor. Ev-lerimizin aydınlatılması ve fabrikalarımızın işlemesi için gerekli elektriğin elde edilmesinde kullanılacak bir diğer kaynağımız kömürdür. Ancak yıllar boyunca yetecek miktarda kömür barındıran rezervlerin getireceği enerji bolluğunun bedeli çok yüksek olabilir. Kömüre çalışan yeni termik santrallerin oluşturduğu devasa kalabalık, küresel iklim üzerinde büyük etkilere yol açabilir. Bu tehlike ise ancak geliştirilecek yeni teknolojiler sayesinde önlenebilir.

HAM GÜÇ | Üstün Yarı (ARD) Hunter santrali günde 12 000 ton kömür yakarak, küçük bir miktarda baccalardan her gün, kulhanı metre yüksekliğindeki tencere olan bir binlerce ton CO₂ de tüpüyor.

© 2005 NATIONAL GEOGRAPHIC TÜRKİYE

Gün ışığından faydalanılarak yapıla çekim belgesel fotoğraf olara değerlendirilmiştir. Fotoğraf karşılıklı sayfalarda büyük olarak kullanılmıştır. Fotoğrafın üzerine lens uygulaması yapılarak yazı alanı açılmıştır.

National Geographic Türkiye,
Mart 2005 s. 132,



Fotoğrafin sayfa
içerisindeki
konumlandırması sol
üst köşeye yapılmıştır.
Sayfanın sağ tarafı yazı
alanı olarak
kullanılmıştır.
Tipografi ise
fotoğrafin kenarı
oyularak fotoğrafın
içerisine
yerleştirilmiştir.

National Geographic Türkiye,
Mart 2005 s. 140

Dergide yer alan bazı fotoğraflar kartpostal boyutunda bir alt yazı ile sıralanmaktadır.

Aynı konuda 5-6 fotoğraf bir anlatım dili olarak ard arda yerleştirilmektedir. Bu tarzda yayınlanan fotoğraflara herhangi bir grafik müdahale yapılmamıştır.

Sol sayfadaki kullanımında görüldüğü üzere kenarda oldukça büyük bir alan bırakılmıştır.

Fotoğraf kullanım tarzı olarak sayfalarda yer alan fotoğrafa mümkün olduğu kadar diğer grafik objelerden bağımsız ve sade olarak yer verilmeye çalışılmıştır.

National Geographic Türkiye,
Şubat 2006 s. 108





Fotoğrafın karşılıklı sayfalarda kullanılmıştır. Tipografi oldukça büyük yer almış, fotoğraf üzeri açıklamalarla desteklenmiştir. Fotoğrafta ufuk çizgisi 1/3 oranına yerleştirilerek çekim yapılmıştır.

Time, 22 Mayıs 2006 s. 20, 21



Land of Smiles

Germany's new Chancellor, ANGELA MERKEL, is winning the popularity contest. But what will happen when she gets down to business? By Andrew Purvis

THERE'S SOMETHING DIFFERENT ABOUT ANGELA MERKEL. Germans remain spellbound by the novelty of a female leader, but it's not down to her in Europe's approach, for just as Merkel said there's delight in her election, the high physics of a party already with a commanding lead in the opinion polls. As she has been seen in the world with rapt attention, she has told her main Chancellor's aide, "This won't be the last time I'll be asked to get out of the country." The prospect of a woman leader is not only a recent phenomenon in Germany, but also a landmark in the world's political history. Merkel's rise to power is a triumph for women in politics, and a sign of a new era in German politics. She is the first woman to lead a major party in Germany, and the first woman to become Chancellor of a major European country. Her election is a landmark in the history of women in politics, and a sign of a new era in German politics. She is the first woman to lead a major party in Germany, and the first woman to become Chancellor of a major European country. Her election is a landmark in the history of women in politics, and a sign of a new era in German politics.

Fotografa yakın plan kullanımına iyi bir örnek uyumlu görülmektedir. Fotoğrafta yüz ifadelerine ve beden diline vurguda bulunulmuştur. Fotoğrafın arka planı yazı alanı olarak kullanılmıştır.

Time, 10 nisan 2006, s. 34-35.



Dergide, konunun ifade biçimi siyah-beyaz fotoğraf kullanımına uygun olması halinde bu tarza arada bir rastlamaktayız. Karşılıklı sayfalar fotoğraf için ayrılmış, bir sütün ise yazı alanı olarak değerlendirilmiştir.

Time, 27 Mart 2006, s.22-23



It's High Time for Mixing Brands

BY PETER GUMBEL

Mergers are back with a vengeance. But will this round fall prey to the excesses of the bubble era?

WHILE MUCH OF CORPORATE FUDGING SHUT DOWN LAST WEEK, TOP OFFICIALS at the Lucores of just a few days ago snatched up 25% of a Turkish polo stake in two Costa Rica firms and more on Dec. 23, when Citicoid steel company announced a \$4.2 billion hostile takeover bid for Canada's ThyssenKrupp. In the space of just a few days, a European investment bank announced a \$4.2 billion hostile takeover offer by Germany's ThyssenKrupp. The firm has no sign of 2006 has for the year, but the offer's announcement has sent the firm's stock price soaring.

Academy is the first to announce its merger with producer Defacto, topping an agreed offer by Germany's ThyssenKrupp. The firm has no sign of 2006 has for the year, but the offer's announcement has sent the firm's stock price soaring.



mergers

the key... Ricard... mergers... Ricard... mergers...

The first half of 2006 has to be the best seller's market for a long time.

they believe... Ricard... mergers... Ricard... mergers...



Fotografılar dekupajlı olarak kullanıldığından grafik özelliği dikkat çekmektedir. Yazı karakterleri fotoğraftan hareketle renklendirilmiştir.

Time, 9 Ocak 2006 s. 32, 33



HOLLYWOOD'S ASIAN ROMANCE

ROMANCE

It took seven years and a lot of crying, but *Memoirs of a Geisha* is now a movie. TIME peeks behind the scenes



POSTER FOR 'A LADY HONORABLE' WITH EXPOSED ARMS, 'WITH ZHANG, AT RIGHT, AND LEFT'

By RICHARD CORLISS / LOS ANGELES

GING LEEI ATTACHED THE BESTER PLANS of her... the road she took to her voice... not an irremediable obstacle to Chinese... international star actress. From... early films like *Pi Dou* and... which she made... Yimou, she has... them. Of women you wouldn't dare mess with, yet would love to try.

Now she has found a role that she has like the... the elegant, elegant, elegant, elegant... Hatanomoto, then to the heroine Sita... in... of a *Geisha*, the first... in... experience to host Asian actors in... 2005... roles. Hatanomoto, queen of... (geisha houses where Soyuri... woman at... taunts and... to the situation... as... in... Yimou's leading lady... the... House of Flying Daggers... on the rise... stars dangers that... a support with... Any actor must... secret... octane... sees the... as... as... to... of... to... through... to... through... "She is a rebel," she says... could... "In those days... had a lover... her... her own... of... great... Then she was... great... like... great...

Fotoğraf iki sayfaya büyütülerek kullanılmasına rağmen iki sütünlük bir yazı bloğu ile kesilmiştir. Karakteristik bir uygulama olarak dikkat çekmektedir. Tipografideki renkler fotoğrafla uyumludur.

9 Ocak 2006 Tipografi ve fotoğraf, 38, 39



Fotoğrafı diagonal bir orantı sağlanmış. Süreklilik ifadesi sağlayacak biçimde kadrajlanan fotoğraf etkileyici bir anlatım diline sahiptir. Fotoğrafa göre yazı ikinci planda bırakılmıştır.

Time, 9 Ocak 2006 Fotoğrafı Anlatım, 35, 36

Fotoğraftaki detaydan hareketle özenle hazırlanmış bir başlık görülmektedir.

Fotoğrafta kullanılan renkler fotoğraf editörünün tercihi olduğu gibi, sayfa tasarımında buradaki renk ve doku esas alınmıştır. Dergide yer alan bu tarz fotoğraf ve grafik uygulamaları geniş bir kadro ile gerçekleştirilmektedir.

Yayıncı: Martha Stewart Living Omnimedia

Kreatif direktör: Gael Towey

Art Direktörler: Jennifer Wagner, Brooke Reynolds, Jennifer Dahl

İllustratörler: Calef Brown, Greg Clarke, Lane Smith,

David Sheldon, Ross Macdonald

Fotoğraf Editörü: Stacie McCormick, Jamie Bass Perrotta

Fotoğrafçılar: William Abranowicz, Sang An, Christopher

Baker, Frank Heckers, Gentl +

Hyers, Stephen Lewis, Tosca

Radigonda, Victor Schrager, Philip Newton

Stylists Jodi Levine, Ayesha Patel,

Tara Bench, Anna Beckman,

Shannon Carter, Sarah Conroy,

Charlyne Mattox

Yayın tarihi: Kış/İlkbahar, 2003



Özel olarak hazırlanmış bir objenin fotoğrafı başlık olarak verilmiştir. Fotoğrafın anlatım diline burada ayrı bir önem verildiği görülmektedir. Fotoğrafın grafiksel kullanımı ön plana çıkarılmıştır. Aynı zamanda grafik objelerle desteklenmiştir.

Yayınca: *Popular Science Design*
Art Direktör: *Hylah Hill*
Dizayn: *Hylah Hill, Dirk Barnett*
Fotoğraf Editörü: *Kris Lamanna*
Fotoğrafçı: *Holly Linden*
Yayın tarihi: *Nisan 2003*





[SPOOKY PORCHES]

ON HALLOWEEN, THE SLIGHTEST WISP OF THE IMAGINATION CAN TRANSFORM OTHERWISE ORDINARY CROWS OR PEACEFUL OTHERWISE ORDINARY TERRIBLE, HAIR-RAISING GARAGE SPIDERS—INTO LIES THE **THRILL** OF TRICK-OR-TREATING—INTO CANDY IS NOT THE SWEETS SO MUCH AS THE MEMORABLE PORCH OR ENTRYWAY WITH BEASTLY **BIRDS** AND OVERSIZE **ARACHNIDS**, THEN WATCH THE COSTUMED CREATURES DESCEND IN DROVES.

PHOTOGRAPH BY THOMAS CHAPMAN. PHOTO BY RICHARD HARRISON.

Fotoğraf dili tipografi ile desteklenmektedir. Yazılarda kullanılan renkler fotoğraflakilerle uyumludur.

Yayıncı: Martha Stewart Living Omnimedia

Kreatif Direktör: Eric Pike

Art Direktör: James Dunlinson

Fotoğraf Editörleri: Stacie McCormick, Beth Krzyzkowski

Fotoğraflar: David Prince, Gentl & Hyers,

Antonis Achilleos, Charles Schiller, Mark

Williams, Natasha Milne, Bill Batten, Dana

Gallagher, Lisa Romerein, William Abranowicz,

Victor Schrager, Victoria Pearson,

Thibault Jeanson, Earl Carter

Yayın tarihi: Ekim 2003



Fotoğrafta dijital gerçeklik sağlanmıştır. İki ayrı fotoğraf bir sahneymişcesine başarılı bir şekilde birleştirilmiştir. Sıradan çizgi ve çerçeveler yerine farklı bir çerçeve ile fotoğraf belirginlik kazanmıştır. Fotoğraf ve tipografik bir arada kullanılmış, okurun dikkatini çeken bir uygulama yapılmıştır. Resim altı yazısı ile fotoğrafa açıklık getirilmiştir.

Yayıncı: Entertainment Weekly Time Inc.
 Kreatif Direktör: Geraldine Hessler
 Dizayın: Lee Berresford
 Fotoğraf Editörü: Richard Maltz
 Fotoğrafçı: Michael Lewis
 Fotoğraf Direktörü: Fiona McDonagh
 Yayın tarihi: 17 Ekim, 2003

Tipografi ile fotoğraf uyumlu bir kompozisyona sahiptir. Fotoğrafi üzerinde herhangi bir manipülasyona gidilmemiştir. Buna karşılık yazı karakteri sıra dışı uygulamalarla dikkat çekmektedir. Fotoğrafta Siyah-Beyaz kullanımına gidilmiştir.

*Yayıncı: Men's Style Australia
(Australian Consolidated Press)
Kreatif Direktör: Andy Foster
Dizayn: Andy Foster
İllustratörler: Nigel Buchanan, Jeff Raglus, Rosanna Vecchio
Edvina White, John Yates
Fotoğraflar: Patrizio di Renzo,
Stephen Oxenbury, Philip Riches
Thomas Dworzak, Richard Weinstein,
Sage, Kerry Wilson
Frances Mocnik, Harold David,
Geoffrey Boccaltate, Louise Lister
Andreas Bommert, Jim Marshall, Simon Davidson,
Richard Mortimer, Julian Kingma, Sion Toulhig
Yayın tarihi: Eylül 2003*



Fotoğraftaki sadeliğe dikkat edilmiştir. Buna karşılık grafik uygulamalar yan sayfada kendini göstermektedir. Tasarımdaki görsel unsurların tamamı birbirini tamamlayıcı niteliktedir. Fotoğraf, grafik-illüstrasyon ve tipografi bir arada kullanıldığından güçlü bir etki oluşturmaktadır.

Yayıncı: Hollywood Life (Line Publications)
Kreatif Direktör: Robert Priest
Dizayn: Robert Priest, Peter Cury, Ron Jones
Fotoğraf Editörü: Aya Muto
Fotoğrafçılar: Yarıv Milehan, Lorenzo Aguis, Matt Jones
Yayın tarihi: Temmuz/Ağustos 2003



THE PRANKSTER

THE PRANKSTER
BY GUY W. YORKER

THE PRANKSTER
BY GUY W. YORKER
The prankster is a man who is...
The prankster is a man who is...
The prankster is a man who is...



THE NEW YORKER, OCTOBER 4, 2004

Editörün tercihi ön plandadır. Siyah beyaz fotoğraf kullanımına gidilmiştir. Fotoğrafa metinden daha fazla yer ayrılmıştır. Fotoğrafın güçlü anlatım dili kullamlarak okuyucuya seslenilmektedir.

Yayınca: The New Yorker
Görsel Yönetmen: Elisabeth Biondi
Fotoğraf editörü: Natasha Lunn
Fotoğrafçı: Richard Avedon
Yayın tarihi: 4 Ekim 2004

2.15.04 Style

Longing

By Cindy Hays

The best possible response to spring couture
is of course to look at it. — Henry James

The latest ready-to-wear collections are a little more than a step removed from the runway. The fabric choices are more conservative, the colors more muted, and the silhouettes more practical. But the best news is that the collections are still so close to the runway that you can see the fashion designer's hand in every detail. It's as if the fashion designer were saying, "Look, I'm not a genius, but I can still make something out of this." It's a good thing, because it's the only way to see the fashion designer's hand in the work.

Styling by ANNE CHRISTENSEN

Photo: Jeffery M. Hayes / Getty Images
Styling: Anna Karl / Fashion Stylists; Hair: Kristin and Carol Green / Hair; E. J. Michaels / Sherry; Makeup: Elio / Esté Lauder; Jewelry: J. H. Jones / J. H. Jones; Shoes: Christian Louboutin; Accessories: D'Adda and L'Oréal / L'Oréal; Eyewear: J. H. Jones / J. H. Jones

Photographed by JEAN-BAPTISTE MONDINO



Fotoğraftaki
simgelerden
hareketle tipografi
uygulamasına
gidilmiştir. Kadın
bedeninin estetiğini
yansıtan fotoğraf,
kıvrımlı forma sahip
karakterlerle
benzeştirilmiştir.
Konuya uygun
olarak soft ışık tercih
edilmiştir.

Yayıncı: The New Yorker
Görsel Yönetmen: Elisabeth
Biondi
Fotoğraf editörü: Natasha
Lunn
Fotoğrafçı: Richard Avedon
Yayın tarihi: 4 Ekim 2004

Fotoğrafla tipografi
iç içe girmiş, güzel
bir tasarım
uygulaması
yapılmıştır.
Tipografide
kullanılan renk
seçimi, tamamen
fotoğraf karesinden
alınmıştır.



Yayıncı: Outside (Mariah Media, Inc.)
Kreatif Direktör: Hannah Meccaughy
Art Direktörler: Lisa The, Susanne Ducker
Dizayn: Jana Meier
Fotoğraf editörleri: Rob Haggart, Brenda Millis, Kin Plett
Fotoğrafçılar: Peggy Sirota, William Huber, Anton Corbijn
Yayın tarihi: Kasım/Aralık 2004

Modern bir sayfa tasarımı yapılmıştır. Farklı sayfa düzeni uygulamasının yanı sıra, fotoğraftaki detay ön plana çıkarılmıştır. Baskı kalitesine bağlı olarak kullanılan fotoğraf başarılı bir şekilde kağıda yansıtılmıştır.

Yayıncı: Time Inc
Kreatif Direktör: Steven Hoffman
Yayın tarihi: 6 Nisan 2004



1972
MARK SPITZ
The 1972 Olympic gold medalist who set a world record in the 100-yard freestyle, Spitz is shown here in a moment of intense effort during a race.

Best of the
50
OL

LONG BEFORE THERE WAS
a Thrax, there was Mark Spitz, who became a global poster boy for the 1972 Olympics. Possibly, many of the most iconic photos of the 1970s were taken for the Spitz, who set a world record in the 100-yard freestyle. The photo shows Spitz in a moment of intense effort during a race. The photo is a classic example of the "splashing" style of photography that was popular in the 1970s. Spitz's new personality as a swimmer is captured in this photo, one of the most iconic of the 1970s.

Fotoğrafta manipülasyona gidilmiştir. Dijital gerçeklik oluşturularak okuyucunun dikkati kazanılmaya çalışılmıştır. Bunun için illüstrasyon ve fotoğraf yöntemleri bir arada kullanılmıştır. Fotoğrafta yer alan formdan hareket edilerek sayfa düzeni uygulanmıştır.

Yayıncı: The Oprah Magazine
(The Hearst Corporation)
Kreatif direktör: Carla Frank
Dizayn: Kristin Fitzpatrick
Fotoğraf editörü: Karen Frank
Fotoğrafçı: Ryszard Horowitz
Yayın tarihi: Şubat 2004



Stüdyo ortamında, bir senaryo eşliğinde fotoğraf çekimi gerçekleştirilmiştir. Okuyucuya yönelik dikkat çekici bir anlatım dili meydana getirilmiştir. Bu tasarımda tipografik anlatım fotoğrafla güçlendirilmiştir.

Yayıncı: *Psychology Today*
(Sussex)
Kreatif Direktör: *Edward Levine*
Fotoğraf Editörü: *Claudia Stefczitus*
Fotoğrafçı: *Karjean Levine*
Yayın tarihi: *Kasım/Aralık 2004*



SONUÇ

“Dergi Yayıncılığında Fotoğraf Karakterinin Oluşturulması” isimli bu çalışmamızda, ülkemizde ve dünyada yayınlanan dergilerin fotoğraf kullanma özelliklerini inceledik. Ardından da uygulamaya yönelik perspektifler geliştirip sunmaya çalıştık. Fotoğrafların dergi formatında çekilmesi ve yayınlanmasında bazı temel değişikliklerin varlığı üzerinde durduk. Gazete yayıncılığı ile dergi yayıncılığının arasında fotoğraf kullanımı bakımından önemli farklar bulunduğunu, bu nedenle fotoğrafın çekim aşamasında, sayfa düzeni ve basım aşamalarında özel uygulamalar gerektiğini belirttik. Pratikte neler yapılacağını sistemli bir şekilde sıralamaya çalıştık.

Basın dünyasında fotoğrafçı olarak çalışacakların bu ayrımı gözeterek çekim yapmalarını, art direktör veya görsel yönetmen olarak çalışacakların da fotoğrafı ne şekilde kullanacaklarını sistematik bir şekilde ortaya koymaya çalıştık. Konuya bilinçli yaklaşılması, ortaya çıkan dergilerin doğru ve kaliteli olmasını sağlayacaktır. Bu ise okurun beğenisiyle birlikte dergi tirajlarının artmasıyla sonuçlanacaktır.

Dergi yayıncılığında fotoğraf kullanım özelliklerini incelerken yabancı yayınlara kendi yayınlarımızı karşılaştırdık. Uzun süredir çalıştığımız sektör olması bakımından dünyadaki örneklerini, farklı uygulamaları, yaratıcı çalışmaları yakından takip ettik. Ülkemizin büyük medya gruplarının elinde onlarca dergi olmasına rağmen bu konuda yeterli özenin olmadığını, ellerinde imkân olmasına rağmen insan kaynağına yeterince yatırım yapılmadığının gördük. Batılı dergi yayınlarında fotoğraf ekibiyle birlikte kreatif ekipte 20; hatta 30 kişi yer almaktayken, dergilerin ülkemizdeki muadili sayılanlarında 2-3 kişi ile bu görev yerine getirilmeye çalışılmaktadır. İşin daha da ilginç bu sayıyı yeterli ve hatta fazla bile gören yönetim anlayışı mevcuttur. Konuya bu zihniyetle yaklaşıldığında geleceğe yönelik bir gelişme ve ilerleme beklemenin de yeri kalmamaktadır.

Mevcut yayın ortamımızı bu şekilde tasvir ettikten sonra çalışmamızdan çıkan sonucu ve yapılabilecekleri ortaya koyalım. Bir dergi yayınında imkânlar ölçüsünde elbette yapılabilecek daha iyi şeyler olabilir. Başta fotoğrafçının yaptığı işi bilmesi gerekir. Yani, dergi fotoğrafçılığının farklı bir fotoğraf uğraşısı olduğunu

bilmesi, konuya daha özel yaklaşmasını sağlayacaktır. İyi bir dergi, ekip çalışmasının ürünüdür. Hazırlık safhasında, içerik oluşturma toplantılarında görüş alışverişleri, yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasını sağlayabilir. Burada fotoğrafçı ile fotoğraf editörünün orijinal fikirler etrafında uyumlu bir koordinasyon sağlaması kaliteyi yükseltecektir.

Fotoğraf üretimindeki teknik süreç, estetik kaygılar çerçevesinde uygulandığında ortaya herkesin beğenisini kazanan dergiler ortaya çıkaracaktır. Uluslar arası standartlarda dergilerimizin olması böyle bir çalışmayla mümkündür. Beğenerek sayfalarını çevirdiğimiz yabancı dergileri taklit etmek yerine, “bizden” çıkan fikirler doğrultusunda orijinal fotoğraflar çekerek sayfa düzeni ile birlikte yayınladığımızda, bu konudaki uluslararası değerlendirme kuruluşlarından ödüller almak hiç de imkânsız değildir.

Başta belirttiğimiz araştırma konumuz penceresinden var olan dergilerimize geri dönüp baktığımızda birçoğunun gelişigüzel bir fotoğraf kullanımına sahip olduğunu görmekteyiz. Daha doğru bir ifadeyle ortada bir “fotoğraf karakteri”nin olmadığını fark etmekteyiz. Özenle uygulanmış ve yalnızca belirli bir dergiye ait yaratıcı uygulamalarla hedef kitle/okur adeta cezbedilmelidir. Çalışmamızla düzensiz ve kimliksiz fotoğraf uygulamaları ile yayın yapan dergilerin “karakter kazanmasına” sebep olmasını umuyoruz. Eğer büyük bir dergi, özenle hazırlanmış bir karakteristik fotoğraf uygulamasını hayata geçirirse, elbette bu piyasadaki genel standartlar yükselecek ve iyi yönde bir rekabet başlayacaktır. Fotoğrafta gerçek sanatçılara olan talep de artacaktır. Herhangi bir fotoğrafçının herhangi bir derginin çekimlerini yaptığı düşük seviye, belki de yakın bir gelecekte yerini gerçek fotoğrafçıların, seviyeli dergilerde çekim yaptığı bir ortama bırakacaktır.

Görselliğin önemini her geçen gün daha fazla artırdığı çağımızda ulusal medyamızın yapması gerekenler başta akademik çalışmalarla yönlendirilmelidir. Elbette sadece dergi dünyasında değil, basılı ve görüntülü diğer yayıncılık faaliyetlerinde görsel sanatlar açısından doğru yönlendirmelerle seviye kazanacağı kesindir. Fotoğrafla aynı kaynaktan beslenen, diğer grafik sanatlar, sinema ve televizyon sektörü de benzer çalışmalarla ulusal yayıncılık standartlarını uluslararası düzeye çıkaracaktır.

KAYNAKLAR

AYTEK Laleper, **Kendine Ait Bir fotoğraf**, İstanbul, Bileşim yay. 2005.

BARTES, Rolan, **Camere Lucida**, Türkçesi: Raha Akçakaya, İstanbul, Altıkırbeş Yay. 2000

BECER Emre, **İletişim Ve Grafik Tasarımı**, Ankara, Dost Kitabevi, 2000.

BELSEY Andrew, CHADWICK, Ruth **Medya Ve Gazetecilikte Etik Sorunları**, Orj. adı : Ethical Issues in Journalism and The Media. Derleyen: çev. Nurçay Türkoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998.

BERGER, John, **Görme Biçimleri**, Türkçesi: Yurdanur Salman, İstanbul, Metis Yay., 2005

BOUBAT Edouart, **Fotoğraf Sanatı**, Çev. N. Nejat Özcan, İstanbul, İnkılap Yay. 1991.

Business Week (ABD) Türkiye Edisyonu (Aralık 2005-Mayıs 2006 sayıları)

CHARON Jean. **Medya Dünyası** orj.adı: Letat Des Medias, Türkçesi: Oya Tatlıpınar. İstanbul, İletişim Yayınları, 1992.

CHILD John/ GALER Mark, **Photographic Lighting**, İngiltere(Londra), Focal Press, 2003.

ÇİZGEN Gültekin, **Fotoğrafın Görsel Dili**, İstanbul, Arkeoloji ve Sanat yay. 1998.

ÇİZGEN, Gültekin, **Fotoğraf Sanatı**, İstanbul 2002, Beril Yay.

ERZEN, Jane, **Fotoğraf Notları**, İstanbul, Say Yay. 2004

FLUSSER, Vilem, **Bir Fotoğraf Felsefesine Doğru**, Türkçesi: İhsan Derman, İstanbul, Ağaç Yay. 1991

Fotografya Sanal Dergisi, www. Fotografya.gen.tr

Fotoğraf Dergisi , Sayı 24, İstanbul, Ant Yayıncılık, 1999

Fotoğraf Dergisi , Sayı 27, İstanbul, Ant Yayıncılık, 1999

Fotoğraf Dergisi , Sayı 34, İstanbul, Ant Yayıncılık, 1999

GEZGİN Suat, **Basında Fotoğrafçılık**, Der Yayınları, İstanbul 1994.

GREENHILL Richard, MURRAY Margaret, SPENCE Jo, **Fotoğraf Sanatı**, Çeviri, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2003

GRIL Tom / SACANLON Mark, **Fotoğrafta Kompozisyon**, Çev. Nedim Sipahi, İstanbul, Homer Kitabevi, 2003

HİÇYILMAZ Ergun, EVREN Burçak, “Magazin Dergiciliği” **Türkiye'de Dergiler Ansiklopediler**, İstanbul, Gelişim Yay., 1984

İnfomag Aylık İş dünyası Dergisi, İnfomag yayıncılık. İstanbul 2004-2005-2006 (30 sayı)

İSPIRLİ Muhammet, **Medya gerçeği ve haberciler**, Ankara, Akçağ Yayınları, 2000.

KALFAGİL Sabit, **Fotoğraf Teorisi Ders Notları**, İstanbul 1998.

KANBUROĞLU Özer, **A'dan Z'ye Fotoğraf**, Say Yay. İstanbul 2004.

KANBUROĞLU Özer, **Basında Haber Fotoğrafı Kullanımı**, Ankara, Gazeteciler Cemiyeti Yay. 2003.

KANBUROĞLU Özer, **Fotoğrafta Çekim Teknikleri**, İstanbul, Kansu Matbaacılık, 2002

KARADAĞ, Çerkes. **Görme Kültürü 1. 2. 3.**, Ankara, Doruk yay. 2004

KASIM Metin, **Reklam Fotoğrafçılığı**, Çizgi Kitabevi, Konya 2005.

KEJANLIOĞLU, D. Beybin, **Türkiye’de medyanın dönüşümü**, Ankara, İmge Kitabevi, 2004.

KETENCİ Hasan Fehmi/ BİLGİLİ Can, **Görsel İletişim ve Grafik Tasarımı**, Beta Basım Yayım, İstanbul 2006

LUTZ Catherine A. / COLLİNS Jane L., **National Geographic’i Doğru Okumak**

Nationan Geographic Türkiye Edisyonu (2004-2005 Sayıları)

NURAYDIN Kemal(editör), **National Geographic Fotoğrafçılarından Fotoğraf Çekmenin Sırları**, Türkçesi: Tuğçe Ebesek, National Geographic Türkiye eki, İstanbul, Stil Matbaacılık, Mayıs 2005

ÖZTÜRK Mesut, **Grafik Sanatında Kullanılabilecek fotografi Teknikleri**, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Bolu, Abant İzzet Baysal Ün. 2000.

PRICE Mary, **Fotoğrafa Çerçevdeki Gizem**, Türkçesi, Ayşenas/Kubilay Koş, İstanbul, Ayrıntı Yay., 2004

ROBINS Kevin, **İmaj, Görmenin Kültür ve politikası**, İstanbul, Ayrıntı yay. 1999.

SMITH Bill, **Design a Photograph**, Amphoto, New York 1985.

SONTAG Susan, **Fotoğraf Üzerine**, Çev. Reha Akçakaya, İstanbul, Altıkkırkbeş Yay., 1999. Türkçesi: Mefkure Bayatlı, İstanbul, Agora Kitaplığı 2005,

The SPD 39th Publication Design Annual, The Society of Publication Designers,
Newyork 2004.

The SPD 40th Publication Design Annual, The Society of Publication Designers,
Newyork 2004.

Time Dergisi, New York (2005-2006 sayıları)

TOPÇUOĞLU N. Nur, **Basında Reklam ve Tüketim Olgusu**, Ankara Vadi Yayınları,
1996

ZUCKERMAN Jim, **Fotoğrafta Rengin Sırları**, Çev. Nedim Sipahi, Homer yay.
İstanbul 2004

ZWICKEL Steven, **Magazine Photography**, Wisconsin Engineer magazine, by Faculty
Advisor, January, 2000

