

**T.C.  
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ  
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ  
FOTOĞRAF ANASANAT DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**İNTERNET ORTAMINDA BİR TÜKETİM NESNESİ OLARAK  
FOTOĞRAF KULLANIMI**

**HAZIRLAYAN**

**METE OKUMUŞ**

**DANIŞMAN**

**Yrd. Doç. Dr. A. Beyhan ÖZDEMİR**

**İZMİR - 2012**

## YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak “**İnternet Ortamında Bir Tüketim Nesnesi Olarak Fotoğraf Kullanımı**” adlı çalışmanın tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığının ve yaralandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunun belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

...../...../.....

Mete OKUMUŞ

## TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü'nün ....../....../..... tarih ve ..... sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü öğretim Yönetmeliğinin ..... maddesine Fotoğraf Anasanat dalı Yüksek Lisans öğrencisi Mete OKUMUŞ'un "İnternet Ortamında Bir Tüketim Nesnesi Olarak Fotoğraf Kullanımı" konulu tezi incelenmiş ve aday....../....../..... tarihinde, saat .....’da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayalı tezini savunmasından sonra ..... dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin..... olduğuna..... ile karar verildi.

**BAŞKAN**

**ÜYE**

**ÜYE**

## YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ TEZ/PROJE VERİ FORMU

**Tez No:**                      **Konu Kodu:**                      **Üniv. Kodu:**

Not: Bu bölüm merkezimiz tarafından doldurulacaktır.

Tez/Proje Yazarının

**Soyadı:** OKUMUŞ                      **Adı:** Mete

**Tezin/Projenin Türkçe Adı :** “İnternet Ortamında Bir Tüketim Nesnesi Olarak Fotoğraf Kullanımı”

**Tezin/Projenin Yabancı Dildeki Adı:** “Photography Usage as a Consumable on the Internet”

Tezin/Projenin Yapıldığı

**Üniversite:** D.E.Ü

**Enstitü:** G.S.E.

**Yıl:** 2012

**Diğer Kuruluşlar:**

**Tezin/Projenin Türü**

**Yüksek Lisans:**

**Dili:** Türkçe

**Doktora:**

**Sayfa Sayısı:** 145

**Tıpta Uzmanlık:**

**Referans Sayısı:** 109

**Sanatta Yeterlilik:**

**TEZ/ Proje Danışmanlarının**

**Ünvanı:** Yrd. Doç.Dr.

**Adı:** A. Beyhan

**Soyadı:** ÖZDEMİR

**Türkçe Anahtar Kelimeler:**

**İngilizce Anahtar Kelimeler:**

1-Sanat

1- Art

2-İnternet

2- Internet

3-Dijital Fotoğraf

3- Digital Photography

4- Fotoğraf

4-Photography

5-Medya

5-Media

**Tarih:**

**İmza:**

Tezimin Erişim Sayfasında Yayınlanmasını İstiyorum

Evet

Hayır

## ÖZET

İnsanların gerçeği kaydetme isteği, fotoğrafı her zaman cazip hale getirmiştir. Fotoğrafın belgeleme özelliği kullanılarak, dünyada keşfedilmemiş yerler insanlara kolayca aktarılmıştır. Bunun yanında sanat objesi olarak kullanılan fotoğraf, yaşamın içinde teknolojik gelişmelere ayak uydurarak varlığını devam ettirmiştir.

Kodak firmasının ürettiği fotoğraf makinaları, fotoğrafın daha yaygın olarak kullanımını sağlamıştır. Birçok alanda kullanılan fotoğraf, sanayileşmenin hızlanmasıyla birlikte, fotoğraf makinelerinin dedeğişimine ve gelişmesine sebep olmuştur. Analog fotoğraf makinelerin yerine geçen dijital fotoğraf makineleri, fotoğrafın sınırsız sayıda üretimine olanak sağlamıştır. Fotoğrafın teknolojik bir aygıt olması, gelişen diğer teknolojik yapılarla birlikte gelişim göstermiştir. Özellikle bilgisayar ve internet kullanımının yaygınlaşması, fotoğrafın çok daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır.

Sosyal paylaşım siteleri, fotoğraf paylaşım siteleri, bireysel fotoğraf siteleri gibi birçok alanda kullanılan ve tüketilen fotoğraf sayısı inanılmaz boyutlara ulaşmaktadır. Bu tez, fotoğrafın gündelik hayatımıza internet ortamından yayılışını ve ayrılmaz parçası haline gelişini inceler.

## ABSTRACT

People's desire to record facts has always made photography attractive. Unexplored places of the world can be transferred to people easily by using the documentary qualities of photography. Besides being works of art, photographs also continue their existence by keeping pace with technological development.

Cameras produced by the Eastman Kodak Company led to the widespread use of photographs. The use of photographs in many areas went hand in hand with the acceleration of industrialization, which in turn led to the increased development of cameras. The emergence of digital cameras, which have generally replaced analogue cameras, has enabled the unlimited production of photographs. The development of photographs as a technological tool has gone together with the development of other technological structures. The widespread use of computers and the internet in particular has enabled photography to reach an even wider audience.

The number of photos used and consumed in many fields such as social networking, photo sharing, and personal photo sites has reached unbelievable heights. This dissertation examines the spread of photography in the internet environment and how it has become an integral part of our daily lives.

## ÖNSÖZ

İnternetin hızlı ve dinamik bir şekilde gelişim gösterip yarattığı dünyalarla insanları kendisine bağımlı hale getirip yaşam biçimlerine yön verecek kadar güçlendiği kaçınılmaz bir gerçektir. Sanal dünyayla kurulan bağ, gerçeklik algısındaki değişime, insanların ekranlar karşısında kurdukları, gerçeklik bağlarının zayıflığına, duyarlılıktan yoksunluğuna. Birçok kere şahit olduk. Bilgisayar oyunlarını yaşayıp cinayet işleyen çocuklara defalarca şahit olduk.

Bu yoksunluktan fotoğrafta nasibini almıştır. Teknolojik bir araç olan fotoğraf makinasının bilgisayar ve internetle uyumu fotoğraf makinalarının gelişimi dijital ortama aktarım kolaylıkları, çok daha fazla fotoğraf görmemize yada bakmamıza neden olmuştur. Bu durum her ne kadar fotoğrafın gelişimi açısından önemliyse de bu denli fotoğrafa maruz kalmak, algılayabileceğimizin ötesine geçmiştir.

Yüksek Lisans tezi olarak "İnternet Ortamında Tüketim Nesnesi Olarak Fotoğraf Kullanımı" başlıklı çalışmamı hazırlarken bana her konuda yardımcı olan danışmanım Yrd. Doç. Dr. A. Beyhan Özdemir'e ve bilgi ve birikimlerinden faydalandığım bölümdeki diğer bütün hocalarıma; desteğini esirgemeyen aileme, arkadaşlarıma ve eşime teşekkürler.

Mete OKUMUŞ

## İÇİNDEKİLER

### İNTERNET ORTAMINDA BİR TÜKETİM NESNESİ OLARAK FOTOĞRAF KULLANIMI

YEMİN METNİ.....	II
TUTANAK .....	III
YÖK DÖKÜMANTASYON MERKEZİ TEZ VERİ FORMU .....	IV
ÖZET .....	V
ABSTRACT .....	VI
ÖNSÖZ .....	VII
İÇİNDEKİLER .....	VIII
TABLolar LİSTESİ .....	XI
FOTOĞRAFLAR LİSTESİ .....	XII
GİRİŞ.....	1

## I. BÖLÜM

### BİLGİSAYAR VE İNTERNET

1.Bilgisayar ve İnternet .....	2
1.1.Bilgisayarın Ortaya Çıkışı ve Gelişimi .....	2
1.2.İnternetin Teknik Yapısı .....	6
1.3.İnternetin Türkiye'deki Gelişimi .....	8
1.4. Dünyada ve Türkiye'de İnternet Kullanımı .....	10
1.4.1 Dünyada İnternet Kullanımı .....	11
1.4.2. Türkiye'de İnternet Kullanımı .....	12



**II. BÖLÜM**  
**FOTOĞRAFİN SAYISALLAŞMA SÜRECİNDE GELİŞİM**  
**AŞAMALARI**

<b>2. Fotoğrafın Sayısallaşma Sürecindeki Gelişimi .....</b>	<b>26</b>
<b>2.1. Yeni Medya .....</b>	<b>30</b>
<b>2.2. Yeni Medyada Mülkiyet Anlayışı .....</b>	<b>31</b>
<b>2.3. Yeni Medyada Fotoğrafa Yaklaşımlar .....</b>	<b>33</b>
<b>2.4. Sayısal Medyada Ajanslar .....</b>	<b>36</b>
<b>2.5. Medyada Bellek Oluşturma.....</b>	<b>42</b>
<b>2.6. Gerçeğin Yer Değişimi .....</b>	<b>45</b>
<b>2.6. Görüntü Bombardımanı .....</b>	<b>49</b>
<b>2.7. Cep Telefonu Fotoğrafçılığı .....</b>	<b>52</b>
<b>2.8. Yurttaş Muhabirlik Kavramı .....</b>	<b>55</b>
<b>2.9. İmgeler Dünyası.....</b>	<b>60</b>
<b>2.10. Sanal Fotoğraf Sayfaları .....</b>	<b>64</b>
<b>2.11. İnternette Fotoğraf Ticareti (Stok Fotoğrafçılık).....</b>	<b>66</b>
<b>2.12.Dijital Yeniden-Üretim Çağında Yabancılaşma Olgusu.....</b>	<b>70</b>

**III. BÖLÜM**  
**İNTERNET DÜNYASINDA FOTOĞRAFİK DİLİN KULLANIMI**

<b>3. Çağdaş Sanat Akımları İçinde Fotoğrafik Dilin Temelleri .....</b>	<b>74</b>
<b>3.1. Pop Art'dan Günümüze Fotoğrafik Dilin Değişimi .....</b>	<b>86</b>
<b>3.2. Dijital Sanat Ve İnternet Sanatı .....</b>	<b>91</b>
<b>3.2.1.İnternet Sanatı (interaktif sanat, web sanatı, ya da net art) .....</b>	<b>91</b>

3.2.1.Dijital Sanat .....	97
3.2.3 Dijital Fotoğrafta Manipülasyon .....	103
3.2.4. Sex, Drag ve Rock'n Roll: Terry Richardson .....	106
3.2.5. Gözden Kaçanlar: Erwin Olaf .....	110
3.2.6. Mitos'un Dijital Yaratıcısı: Alessandro Bavari .....	114
3.2.7. Herkes Ünlü Olabilir: Michael Donovan .....	118
3.2.8.Dijital Fırça: Andrzej Dragan.....	121
3.2.9. Deviantart'ın Yıldızı: Mehmet Turgut.....	126
3.2.10. Sanal Bedenler ve Sanal Mekânların Sahibi: Ali Alışır.....	128
SONUÇ .....	134
KAYNAKÇA .....	137
ÖZGEÇMİŞ	

## TABLÖLAR LİSTESİ

- 1- Dünyada İnternet Kullanıcı Sayısı
- 2- TÜİK Raporu: Türkiye Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması
- 3- Sosyal Medya Araştırması
- 4- Sosyal networklerin profil kullanıcı sayısı
- 5- Sosyal networkte profili olanların dağılımı.
- 6- Video paylaşım takip sayısı
- 7- Video paylaşım sitelerini takip edenlerin dağılımı
- 8- Video paylaşım kullanıcı sayısı
- 9- Video paylaşım sitelerinde video paylaşanların dağılımı
- 10- Fotoğraf paylaşım sitesi takip sayısı
- 11- Fotoğraf paylaşım sitelerini takip edenlerin dağılımı
- 12- Fotoğraf sitelerinde fotoğraf paylaşım oranı
- 13- Fotoğraf paylaşım sitelerinde fotoğraf paylaşanların dağılımı
- 14- Mobil cihazlar sosyal medya kullanımı
- 15- Mobil cihazlarla interneti kullananlara göre dağılımı

## FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

- 1- Joseph Nicéphore Niépce,1827
- 2- Russell Kirsch,İlk dijital baskı,1957
- 3- Thomas Ruff,“İkiz Kuleler”,2006
- 4- Stanley Kubrick,“Otomatik Portakal”,1971
- 5- Ebu Gureyb Cezaevi,2003
- 6- Jeff Widener, “Tank Adam (Meçhul İsyancı)”,1989
- 7- David Hockney, “Pearblossom Highway”,1986
- 8- Ahmet Elhan, “Yerler”,2008
- 9- Anton Giulio Bragaglia,“Photodynamic Portrait of a Woman”,1924
- 10- Alexander Rodchenko,1924
- 11- Man Ray. “Electricite”,1931
- 12- Andy Warhol, “Mao”,1973
- 13- Vuk Ćosić, “Bang, Summer Splash”,2012
- 14- Olia Lialina,“My Boy friend Came Back From the War”,1966
- 15- Ben Laposky,1950
- 16- Yoichiro Kawaguchi,“Ficco”, 2010
- 17- Laurence Gartel,“Millenium Girl” ,1997
- 18- Terry Richardson “Lil Wayne”,2009
- 19- Terry Richardson, “Pirelli Callender”,2010
- 20- Helmut Newton “Big Nude III Henrietta”,1980
- 21- Terry Richardson, “Mariana”,2012
- 22- Van Jan Hendrik“Van de Laar uit De Gebedsdienst na Ontzet Leyden”,  
1861
- 23- Erwin Olaf, “Liberty - Plague and Hunger during the Siege of Leiden”,  
2011
- 24- Erwin Olaf “Lavazza Coffee”,2011
- 25- Andrzej Dragan“Sodom ve Gomorrah” “Vision of Lot. The Door Of  
Minos”,2011

- 26- Alessandro Bavari, “Metachaos” “Horus, Krishna, Dionysus, Mithra, Christ”, 2009
- 27- Alessandro Bavari, “Pirelli”,2011
- 28- Michael Donavan, “Stardust” Lovecat magazine, 2011
- 29- Matt Black, “Ira Chernova”,2012
- 30- Michael Donavan“Smug Magazine”,2011
- 31- Sisilia Piring, 2012
- 32- Andrzej Dragan “Marta”,2006
- 33- Andrzej Dragan, “Allegory On The Truth”, 2006
- 34- Andrzej Dragan, “Converse”,2006
- 35- Annie Leibovitz, “Angelina Jolie”, 2005
- 36- Mehmet Turgut,“Ece Gürsel”,2009-
- 37- Mehmet Turgut “Ozzy Osbourne” ,2011
- 38- Mehmet Turgut,“46 Dergisi”,2011
- 39- Ali Alışır ,“Sanal Bedenler”, 2010
- 40- Ali Alışır , “Sanal Bedenler”, 2010
- 41- Ali Alışır, “ Sanal Mekanlar”, 2011

## GİRİŞ

Bilgisayar teknolojisinin gelişmesiyle birlikte, tüm Dünya’da iletişim aracı olarak yayılan internet, insanların en temel iletişim aracı haline gelmiştir. Hızlı bir şekilde gelişen internet, günümüzde her yere ulaşmış durumdadır. İster bilgisayarlarla, ister mobil aygıtlarla günümüzün her anına Dünya’da gelişen olaylara, hâkim olmamızı sağladığı gerçeğini göz ardı edemeyiz.

İnternetle birlikte oluşan sosyal paylaşım siteleri, birçok insanın sanal dünyada vakit geçirmelerini sağlamıştır. Gerçek mekânlardan çıkılıp, sanal alanlarda oluşturulan mekânlara insanlar daha fazla yönelmiştir. Sosyal paylaşım sitelerinde oluşturulan sanal âlem, insanları daha yapay olarak daha aktif konuma getirmiştir. Analog fotoğraf makinelerinin yerine dijital fotoğraf makinelerine geçilmesi, anında görüntü üretiminin yanında, sanal dünyada oluşturulan web sitelerinde paylaşımına geçilmesi, fotoğraf üretimini ciddi boyutlara ulaştırmıştır. Bu durum, fotoğraf ya da video paylaşımını önemli bir konuma getirmiş olmasının yanında, fotoğrafı, tüketim nesnesi haline de getirmiştir. İnsanların görebileceğinden daha fazla fotoğrafa maruz kalması, birkaç saniyede bakılıp geçilen bir nesne haline sokmuştur. Bu durumdan fazlasıyla çıkar sağlayan şirketleri de harekete geçirmiştir.

Tezimin ilk bölümünde, bilgisayar ve internet gelişiminin yanında, kullanım oranları da incelenmiştir. İkinci bölümünde, dijital fotoğrafçılık ve bunun sistem içindeki konumuna açıklık getirilmeye çalışılmıştır. Tezin son bölümü de ise, sanat akımları içinde fotoğrafın yeri, internet sanatı ve dijital sanat kavramlarıyla beraber, günümüz teknolojisini kullanarak üretim yapan fotoğrafçıları incelenmiştir.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## 1.BİLGİSAYAR VE İNTERNET

Günümüzde bilgisayarların yaşamımızdaki işlevlerini ve yerlerini tartışmak yersiz olacaktır. PC olarak tabir edilen kişisel bilgisayarlar artık birçok insanın yaşamındaki en önemli unsurlardan biri haline gelmiştir. İşler bilgisayarda programlanmakta, bilgiler bilgisayarda depolanmakta, çalışmalar bilgisayarda yapılmaktadır. Bunların yanı sıra bilgisayarda eğlenilmekte, vakit geçirilmekte ve paylaşılmaktadır. Bilgisayarların gelişim döneminde çıkan her yeni işlemci, daha çok Bugün bilgisayarlar yalnızca bir bilgi işleme aygıtı değil, aynı zamanda bir oyun, bir haberleşme veya tasarım aygıtları haline gelmişlerdir.

Dolayısıyla bilgi toplumu ile bilgisayar teknolojisinin gelişmesi arasında bir paralellik bulunmaktadır. Bu teknoloji gündelik hayatımızda köklü bir değişim sağlarken, düşünce ve yaşam biçimimizi de değiştirmektedir.

### 1.1. Bilgisayarın Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Bilgisayarlar, kullanıcılarından aldığı verileri, komutları aritmetik ve mantıksal işlemleri yapabilen, yapılan işlemlerin sonucunu saklayabilen elektronik bir aygıttır. Bilgisayar sözcüğü, İngilizce’de “computer” sözcüğüyle ifade edilmektedir. “Computer”un sözlük anlamı hesaplayıcıdır. Fransızca’ daki “ordinateur” sözcüğünün karşılığı ise düzenleyicidir. Ayrıca bilgisayar sözcüğündeki, “bilgi”nin; veri-enformasyon-bilgi (data-information-knowledge) şeklinde giden kavramsal hiyerarşinin son aşamasındaki bilgi olmadığı ve yalnızca veri anlamına geldiği hatırlatılırsa, Türkçe’ deki en uygun isim de, "veri-işler" olabilirdi. Bunun yanı sıra, bazıları tarafından ilk bilgisayar olarak kabul edilen MARK I makinesi için, 1944 yılında New York Herald Tribune Gazetesi "süper beyin" ifadesini kullanırken, New York Times ise "cebir makinesi" deyimini tercih etmişti.<sup>1</sup>

Günümüze gelene kadar birçok evreden geçen bilgisayarın tarihine bakacak olursak hesap işlemleri için kullanılan ilk aygıtlara kadar gitmemiz gerekmektedir.

---

<sup>1</sup> Mutlu, Erol; İletişim Sözlüğü, Ark Yayınevi, Ankara, 1994, 100s.

Hesap işlemleri için tarihte kullanılan ilk aygıt ABACUS'tür. Bu hesaplayıcının M.Ö.1000 yıllarında Çinliler tarafından kullanıldığı kabul edilmiştir.<sup>2</sup>

1801 yılında Joseph Marie Jacquard'ın dokuma tezgâhındaki işlemi otomatikleştirmek adına ürettiği delikli kartlar ise bilgisayarların gelişme sürecindeki, kısıtlı da olsa, ilk yazılımlanabilme (kurulabilme) izlerinden sayılır. Kullanıcının sağladığı bu kartlar sayesinde, dokuma tezgâhı kart üzerindeki delikler ile tarif edilen çizime işleyişini uyarlayabiliyordu.

1837 yılında Charles Babbage, adını Analytical Engine (Çözümlemeli veya analitik makine) koyduğu, ilk tam yazılımlanabilir makinesel bilgisayarı kavramsallaştırıp tasarladı. Ancak parasal nedenler ve üzerindeki çalışmalarının sonlanamaması nedeniyle bu makineyi geliştirmede.

1890 yılında Amerikalı istatistikçi Herman Hollerith nüfus sayımında delikli kart kullanarak geliştirdiği MARK-I adlı makinayı kullandı. Hollerith'in geliştirdiği bu makine J.M. Jaquard'ın 1806 yılında kullandığı kart sistemini kullanıyordu. Mark-I verilen kodlara göre delerek bilgiyi kaydediyor, delikli karttaki bilgiyi tekrar okuyabiliyor ve bu bilgiyi kullanabiliyordu. Geliştirilen makinanın daha öncelere göre üstünlükleri vardı. Fakat arzu edilen hız ve doğru sonuca ulaşamamıştı. Mark-I insan müdahalesi ile işlem gördüğü için yarı otomatik çalışıyordu. Herman, Hollerith makinasında yaptığı değişikliklere üretime 1896 yılında kutduğu "Tabulating Machine Company" adlı şirket ile devam etti. İleride bu firma başka firma ile birleşerek IBM ismini aldı.

Harvard Üniversitesinden Howard H. Aiken tasarladığı ASCC projesi ile IBM firmasına gitti. Bu projeyi biraz daha genişletilerek 1944 yılında MARK - I üretildi. Mark - I saniyede 5 işlem yapabiliyordu. 18 m uzunluğunda ve 2,5 m yüksekliğinde idi. Mark- I insan müdahalesi olmadan sürekli olarak, hazırlanan programı yürüten ilk bilgisayar idi. Bununla birlikte Mark - I elektronik bir bilgisayar değildi.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup>H. Gürsoy, Çağın Sihirli Anahtarı: İnternet, Kocaeli İl Eğitim Müdürlüğü Yayınları, 22s.

<sup>3</sup>H. Gürsoy, Çağın Sihirli Anahtarı: İnternet, Kocaeli İl Eğitim Müdürlüğü Yayınları, 22s.



Mark-I den kısa bir süre sonra Pensilvanya Üniversitesi'nde John Mauchly ile ENIAC (Elektronik sayısal Hesaplayıcı ve Doğrulayıcı ) isimli sayısal elektronik bilgisayarı 1946 yılında tamamladı. Yapımında 18,000 adet elektronik tüp kullanılan ENIAC; 150 kwatt gücünde idi ve 50 ton ağırlığıyla 167 m<sup>2</sup> yer kaplıyordu. Saniyede 5000 toplama işlemi yapabiliyordu. Mark-I 'den 1000 kat daha hızlıydı. Eniac askeri amaçla üretildi ve top mermilerinin menzillerini hesaplamak için kullanıldı.<sup>4</sup>

Aynı yıllarda matematikçi John Von Neumanın görüşleri doğrultusunda EDVAC ( Elektronik Soyut Değişken Otomatik Bilgisayar ) adlı yeni bir bilgisayar ürettiler. Bu bilgisayar ENIAC 'dan on kez daha küçük ve yüz defa daha hızlı çalışabiliyordu. Edvac, komutların diğer veriler gibi bilgisayara dışarıdan girilmesini sağlıyordu. Bu özellik programcılıkta büyük kolaylıklar sağlamıştır.

EDVAC 'dan sonra 1951 yılında UNIVAC isimli bilgisayar yapıldı. UNIVAC, ENIAC bilgisayarlarını yapan kişiler tarafından geliştirildi. UNIVAC ilk defa manyetik teyp kullanarak verileri depolayan bilgisayar idi.

1950'den sonra vakum tüplerinin sık olarak kullanılmaya başladığı dönemlerdir. Univac ve IBM 700 serisi vakum tüpler kullanılarak yapılan elektronik bilgisayarlardır. Vakum tüplerini çok enerji harcaması, ısınması bu bilgisayarların sürekli arıza yapmasına sebep oluyordu. Vakum tüplerin boyutlarının da büyük olması başka bir sorundu. Bu yıllarda program yazabilmek için kullanılan bilgisayar donanımının çok iyi bilinmesi gerekiyordu. Program yazmak için makine dili kullanılıyordu. 1947 yıllarında transistor ün kullanılmaya başladığı yıllardır. Transistörler vakum tüplere göre az enerji harcayan, az yer kaplayan, fazla ısınmayan elektronik devre elemanlarıdır. Transistörlerin kullanılmaya başlanması bilgisayar dünyasına değişik bir renk kattı. Philco Transac S-200 IBM 1401, transistor kullanılarak üretilen ilk bilgisayarlardır.

1960 'dan itibaren entegre devreler üretilmeye başlandı. Entegreler binleri transistörü içerisinde bulunduran devre elemanları idi. Entegrelerin kullanılma bilgisayarın boyutlarının küçülmesinin, maliyet azalmasına ve işlem hızının artmasına

---

<sup>4</sup>H. Gürsoy, Çağın Sihirli Anahtarı: İnternet, Kocaeli İl Eğitim Müdürlüğü Yayınları, 22 s.

1960 'dan somalar entegre devreler üretilmeye başlandı. Entegreler binleri transistoru içerisinde bulunduran devre elemanları idi. Entegrelerin kullanılma bilgisayarın boyutlarının küçülmesinin, maliyet azalmasına ve işlem hızının artmasına sebep oldu. Bu yıllarda manyetik diskler üretildi, entegrelerin kullanımı ilk merkezi işlem birimleri üretilmeye başladı. IBM 360 entegre devre elemanın kullanıldığı ilk bilgisayarlardandır.

1970'den soma entegre devre teknolojisi ile gelişimine devam etti. Ve entegreler birleştirilerek chipler üretilmeye başlandı. Intel 4004 entegreleri birleştirilmesiyle hızlanan ilk merkezi işlem birimi sayılabilir.1977 yılında piyasaya çıkan apple iki üniversite öğrencisi tarafından bir ev garajında üretilmiştir. Apple "de klavye ve monitör bulunmuyordu. Yani bu dönemden soma artık kişisel bilgisayar dönemi başlamıştır.<sup>5</sup>

Günümüzde de söz sahibi olan IBM firması ilk kişisel bilgisayarını yılında piyasaya sürdü. Kısa bir zaman diliminde standart haline gelen IBM PC 4 yılsonunda bir milyoncusu satıldı. Artık dünyanın her tarafında IBM uy bilgisayarlar üretilmeye başlandı. Üretimi uzak doğu ülkelerinde daha yaygın yapıldı. Yazılımlar da IBM PC uyumlu olarak yazılmaya başlandı.

Bu dönemden günümüze kadar bilgisayar teknolojisi akıl almaz bir hızla ilerledi. İlk üretilen bilgisayarların kullanımı zordu. Fakat bilgisayarların donanımındaki gelişmeye paralel olarak yazılım alanındaki gelişmeler bilgisayarları bütün insanların kullanabileceği seviyeye gelmesine sebep oldu. Artık bilgisayar insan hayatının ayrılmaz ve vazgeçilmez bir parçası oldu. Bilgisayarın gelişimindeki geçirdiği evreleri dönemsel olarak vermek gerekirse beş döneme ayırmak mümkündür. Bu ayırımı teknolojik ve fiziksel özelliklerine göre ayırmak mümkündür.

Birinci kuşak bilgisayarlar (1950-1958) lambalı teknolojiye dayanan ve makine dilinden başka dil kullanamayan ENIAC gibi çok büyük hacimli bilgisayarlardır. Bu

---

<sup>5</sup> a.g.e., 26 s.

bilgisayarlar, kullanılan radyo lambaları nedeniyle fazla enerji harcama ve çevreye çok fazla ısı yayma gibi sakıncalar taşıyordu.

İkinci kuşak bilgisayarlar (1958-1964) ise transistörleri kullanan ve manyetik kayıt ortamlarında bellek kullanabilen, programlama dilleri bulan bilgisayarlardır. Böylece, radyo lambaları yerini transistörlere bırakmış ve birinci kuşak bilgisayarlardan daha küçük, daha hızlı ve daha güvenilir sonuçlar alabilen bilgisayar üretimine geçilmiştir.

Üçüncü kuşak bilgisayarlar (1965-1971) transistor yerine entegre (tümleşik) devreleri kullanan, kendi aralarında iletişime olanak tanıyan ve yapısal programlama dillerini kullanan bilgisayarlardır. Üçüncü kuşak bilgisayarlarla, boyutlarının küçülmesinin yanında işlem ve erişim hızında önemli ölçüde artış sağlanarak bilgiye erişim ve işlemler saniyenin milyarda biri düzeyine indirilmiştir. Üçüncü kuşak bilgisayarlarda kullanılan entegre devrelerinin yerini "mikro işlemciler" olarak dördüncü kuşak bilgisayarlar dönemi başlamıştır.

Dördüncü kuşak bilgisayarlar (1972-...) bugün kullandığımız hızlı, yüksek bellek ve kayıt kapasitesine sahip, çok değişik programlama dillerini ve paket programları kullanan ve ağlarla birbirine bağlanan bilgisayarlardır.<sup>6</sup>

## 1.2. İnternetin Teknik Yapısı

İnternet dünya üzerindeki milyonlarca bilgisayarın fiber-optik kablolar, telekomünikasyon uyduları ve sıradan telefon hatları vasıtasıyla birbiriyle haberleşmesini sağlayan bilgisayar ağından oluşmaktadır.<sup>7</sup> İnternet, bilgisayarlardan oluşan bir iletişim ortamı olan şebekelerin şebekesi olarak tanımlanabilir. İnternet

---

<sup>6</sup>Erkan Işığışok-Kemal Sezen, Bilgisayarın ABC'si 1 Bilgisayara Giriş, Marmara Kitabevi Yayınları.1997, 10 s.

<sup>7</sup>Özdemir, Sadi, **Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme**,Timaş Yayınlan, İstanbul.1998, 137s.

çok sayıda sosyal konu hakkında fikir alışverişinde bulunulan, araştırma ve bilgilerin sürekli aktığı akışkan ve dinamik bir ortamdır.<sup>8</sup>

İki ya da daha fazla bilgisayarı birbirine bağlayan ağa yerel ağ, birden fazla bilgisayarın ya da yerel bilgisayarların bağlı olduğu ağların ağına ise internet adı verilir. İnternet, servis sağlayıcısının sunduğu alt yapı donanımları vasıtasıyla dünya üzerindeki bütün bilgisayarların birbiriyle bağlantı kurmasıdır.<sup>9</sup>

Bilgisayarların; bilgiyi depolama ve kullanıcı tarafından işlem yapmasına olanak vermesinden sonraki ikinci önemli evrede birbirleri ile bağlantılı olarak çalışmalarının sayesinde, kullanıcıların farklı ortamlarda biriktirilmiş bilgilere ışık hızına yakın bir sürede ulaşmaları sağlanmıştır. Bu konuda bir başka önemli gelişme de, kullanıcıların birbirleriyle önce sesli, sonra da görüntülü olarak iletişim kurabilmelerine olanak sağlanmasıdır. Pek çok kişinin, önceleri daktilonun seçeneği olarak veya bazı bilgilerin depolanması amacıyla kullandıkları bilgisayarlar, artık farklı bilgi kaynaklarına ulaşma, haberleşme ve kendi ürettiği bilgileri başka ortamlara iletme veya ticari işleme yapan bir araç olarak da kullanılmaktadır.<sup>10</sup>

İnternet üzerindeki her bilgisayar, sistemdeki diğer bilgisayarlar dizisine bağlıdır. Bu bağlantı, tek bir üniversiteye ya da kuruluşa ait bilgisayarları birbirine bağlayan yerel bir ağ vasıtasıyla olabileceği gibi değişik kuruluşlara ait bilgisayarlar ve ağlar arasında bağlantı kuran daha geniş bir ağ aracılığıyla da olabilir.<sup>11</sup> İnternete bağlanmak için gerekli teknik altyapıyı oluşturan herkes internet tarafından sunulan hizmetlere ulaşabilmektedir. İnternet, kullanıcıya içeriği denetleme, seçme imkânı vermenin yanında geleneksel iletişim araçlarıyla gerçekleşen tek yönlü iletişimi ortadan kaldırarak etkileşimli iletişimi gündeme getirmiştir.

Diğer kitle iletişim araçlarıyla kıyaslandığında internet kullanıcı sayısının çok hızlı bir şekilde arttığı görülmektedir. Radyo 38, televizyon 13 yılda 50 milyon

---

<sup>8</sup>Pitter, Keiko, vd. Herkes için İnternet Rehberi, Literatür Yayıncılık, İstanbul. 1995, 2 s.

<sup>9</sup>Bal, Hasan Cebi, Bilgisayar ve İnternet Kullanımı, Akademisyen Yayınevi, Rize, 2002, 318 s.

<sup>10</sup>Akçamete, Bülent M., Bilişim Toplumundan Ne Bekliyoruz?, Bu Yönde Ne Yapıyoruz?, Bilişim Toplumuna Giderken, Türkiye Bilişim Derneği Yayınları, Ankara, 2001, 5 s.

<sup>11</sup> Barret, Neil, 30 Dakikada İnternet, Çev: Doğru, Mustafa, Damla Yayınevi, İstanbul, 2000, 10 s.

kullanıcıya ulaşmışken, internet 4 yılda kullanıcı sayısını 50 milyona çıkarmıştır. İnternetin dünya çapında hızla yaygınlaşmasının en önemli nedeni, güncel bilgilerle en hızlı ve ucuz olarak ulaşmayı sağlamasıdır. İnternet üzerinde bulunan bilgilere çeşitli adresler kullanılarak ulaşılabilir. İnternet ağına bağlı olan her bilgisayarın bir adresi bulunmaktadır, bilgisayarlar arasındaki bağlantılar ve karşılıklı bilgi transferleri bu adresler kullanılarak gerçekleştirilmektedir.<sup>12</sup>İnternet, ticari alanlarda da pek çok kolaylık sağladığından hayatla daha çok iç içe geçen bir teknolojidir ve sonraki yıllarda üretilecek bilgilerin dolaşım sistemi olarak görülmektedir.

Diğer iletişim araçlarıyla kıyaslandığında internetin en önemli farkı, tek bir kişi, kurum ya da ülkenin tekelinde bulunmamasıdır. İnternet, bu teknolojiyi kullanan milyonlarca kişi, firma ve kuruluşun ortak sahipliğindedir. İsteyen herkes, istediği zaman bir bilgisayar, telefon hattı, faks modem cihazı, bir servis sağlayıcı ve çeşitli yazılımlarla İnternet'e bağlanabilmekte ve bu ortamın sunduğu imkânlardan yararlanabilmektedir.

### **1.3. İnternetin Türkiye'deki Gelişimi**

Türkiye'de genel amaçlı internetten kullanımı 1986 yılında üniversitelerin önderliğinde kurulmuştur. European Academic and Research Network (EARN) Türkiye'deki uzantısı Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı (TÜVAKA) kurulmuştur.<sup>13</sup> Kurulduğu günlerde, sadece üniversiteler ve araştırma kurumları tarafından kullanılan ve finanse edilen TÜKAVA 1989 yılında internetin kullanılmaya başlanmasıyla teknolojik gelişmeler karşısında yetersiz kalan bu ağın geliştirilmesi için. İkinci bir internet bağlantısı yapma zorunluluğu doğmuş ve ikinci internet bağlantısı Nisan 1993'te Orta Doğu Teknik Üniversiteler (ODTÜ) ve

---

<sup>12</sup>Uysal, Mithat ve Tunç, Murat; İnternet, Kullanım Tekniği ve İş Dünyasında İnternet, İstanbul, 1996, 1 s

<sup>13</sup>Çağiltay Kürşat, İnternet, Metu Press, ODTÜ Geliştirme Vakfı Yayıncılık ve İletişim A.Ş. Yayınlan, Ankara, 1997, 24s.

Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) tarafından ve ikinci internet bağlantısı ODTÜ üzerinden gerçekleştirilmiştir.<sup>14</sup>

EARN ağından ilk bağlantı 1986 yılında Ege Üniversitesi üzerinden gerçekleştirilmiştir. 1987 yılında Anadolu Üniversitesi, Yıldız Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi, Fırat Üniversitesi, Orta Doğu Üniversitesi, Bilkent Üniversitesi ve İstanbul Üniversiteleri üzerinden bağlantılar gerçekleştirilmiştir. EARN ağına yapılan 9600 bps hızındaki uluslararası bağlantı önce İtalya üzerinden gerçekleştirilmiş daha sonra EARN tarafından Fransa'ya alınmıştır<sup>15</sup>

1991 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı'nın, Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) 'na sunduğu proje ile TR-NET (Türkiye İnternet Proje Grubu) internetle ilgili çalışmaları başlatmıştır. Projede öngörüldüğü şekilde internet servisi, 12 Nisan 1993 tarihinde 64 Kbps hızındaki ODTÜ-Washington (NSFNET) kiralık hattı ile ABD üzerinden hizmete açılmıştır. Aynı yıl Ege Üniversitesi de TÜKAVA kapsamında kullanılan 64 Kbps hızındaki uluslararası hat üzerinden Bonn bağlantılı internet hizmeti kullanıma açılmıştır.<sup>16</sup> 1993-1996 yılları arasında üniversitelerin çoğu ODTÜ üzerinden internet bağlantısı gerçekleştirmişlerdir.

İnternetin Türkiye'de giderek yaygınlaşması ve internet alanında akademik kesimin ağırlığının yanı sıra ticari faktörlerin devreyi girmesi sonucunda ODTÜ ve TÜBİTAK merkezli internet ağına kısa bir süre içerisinde hem çevirmeli hatlar (dial-up) ve X25 ile hem de kiralık hatlarla önemli sayıda kamu kurumu, şirket ve kişinin bağlantısı sağlandı ve 2 yıl gibi kısa bir süre içerisinde TR-NET üzerinden sunulan internet hizmeti kapasite ve teknoloji açısından yetersiz kalmaya başlamıştır. 1996 yılında Türk Telekom Türkiye'de TURNET adı verilen Ulusal İnternet Omurgası

---

<sup>14</sup> İnan, Aslan, İnternet El Kitabı, Sistem Yayıncılık, Beşinci Basım, İstanbul,2000,7 s.

<sup>15</sup>Başaran, Funda, Özdemir, Önder, Türkiye'de İnternet'in Dünü, Bugünü ve Geleceği, A.Ü. İletişim, Fakültesi, Aralık, 2003,31s.

<sup>16</sup>Çağıltay Kürşat, İnternet, Metu Press, ODTÜ Geliştirme Vakfı Yayıncılık ve İletişim A.Ş. Yayınlan, Ankara, 1997,24 s.

kurulmasına yönelik bir ihale açmıştır. 1996 yılı Eylül ayında TURNET servisleri hizmete açılmıştır.<sup>17</sup>

TURNET servislerinin hizmete açılmasından sonra, oluşmaya başlayan Türkiye internet pazarı kısa süre içerisinde kurulan çok sayıda internet servis sağlayıcısı (İSS) ile çok fazla şirketin internet servis hizmetleri için yarış yaptığı büyük bir Pazar haline dönüşmüştür. TURNET' e bağlı kiralık devrelerle bağlı İSS sayısı 69'a ulaşmıştır. İSS'lere uluslararası bağlantı kurma hakkı tanınmasıyla, Türkiye'nin başlıca sermaye gruplarının desteklediği İSS'ler uydu üzerinden uluslararası internet bağlantısı kurarak, altyapısını geliştirdi ve yurtdışı bağlantı hızlarını arttırdılar. Bu durum, internet pazarında bazı İSS'ler yanında, kamu kurumları, üniversiteler ve daha küçük İSS'ler de uydu bağlantısı satın alarak kendi uluslararası kanallarının oluşturdu. Diğer yandan, İSS'lere uluslararası bağlantı kurma hakkı tanınması, Türkiye'de Türk Telekom ile yaptıkları gelir paylaşımı sözleşmelerine dayanarak uydu kapasitesi satma hakkı olan üç şirketin, Comsat,ERE ve Satko'nun da 1997'de internet pazarına önemli şirketler olarak giriş yapmalarına neden olmuştur. Bu şirketler, ABD'deki uluslararası bağlantı sağlayıcılara, dış dünyaya, ABD merkezli içeriklere ulaşmak için, uydu bağlantısı sağlıyordu.<sup>18</sup>

1999 yılında ticari ağ altyapısında gerçekleştirilen değişikliklerle TURNET' in yerine yüksek hızda bağlantı sağlayan TNet adında yeni bir oluşum kullanılmaya başlanmıştır. 2000'li yıllara gelindiğinde, TNet omurgası ticari kullanıcılara hizmet vermeye başlamış, ULAKNET omurgası da akademik kuruluşlara ve bu kuruluşlara bağlı birimlere hizmet vermeye devam etmiştir.<sup>19</sup>

#### **1.4. Dünyada ve Türkiye'de İnternet Kullanımı**

İnternet birçok kitle iletişim araçları içinde en hızlı yayılan ve kullanıcı sayısını her gün arttıran bir teknolojidir. İnternet kullanımıyla ilgili son veriler dünya genelindeki internet kullanıcı sayısının 2010 verilerine göre dünyada internet

---

<sup>17</sup>A.g.e. 25 s.

<sup>18</sup>Başaran, Funda, Özdemir,Önder, Türkiye'de İnternet'in Dünü, Bugünü ve Geleceği, A.Ü. İletişim Fakültesi, Aralık, 2003.32 s.

<sup>19</sup>Odabaşı,H. Ferhan, İnternet ve Çocuk ve Aile Kitapları, Kapital Medya A.Ş. İstanbul, 2002, 10-11s.

kullanımı bir önceki yıla göre yüzde 14'lük bir artış kaydederek 1.9 milyara ulaştığını göstermektedir. Türkiye’de ise internet kullanımı hızla yaygınlaşmaktadır. Yapılan son araştırmalar Türkiye’de internet kullanımı % 45 olduğunu ortaya koymuştur.

#### 1.4.1 Dünyada İnternet Kullanımı

Dünya’daki internet kullanıcı sayısı her geçen gün artmaktadır.1990 yılında 40 milyon internet kullanıcısı varken,2000 yılında 360 milyon,2011 Mart internet kullanıcısı istatistiklerine göre bu sayı 2 milyar 100 milyon internet kullanıcısı sayısına ulaşmıştır. Dünya nüfusunu 6 milyar 630 milyon olduğu varsayılırsa 21 yıl içerisinde internet kullanıcı sayısı %480 oranında ciddi bir artış görülmüştür.<sup>20</sup>Bu artışın kıtalara göre dağılımına göz atacak olursak;

Bölgeler	Nüfus 2011 (Tahmini)	İnternet Kullanıcı Sayıları Aralık2000	İnternet Kullanıcı Sayıları Güncel Veriler	İnternet Kullanım Oranları (% Nüfus)	Büyüme 2000-2011
<b>Afrika</b>	1,037,524,058	4,514,400	118,609,620	11.4 %	2,527.4 %
<b>Asya</b>	3,879,740,877	114,304,000	922,329,554	23.8 %	706.9 %
<b>Avrupa</b>	816,426,346	105,096,093	476,213,935	58.3 %	353.1 %
<b>Orta Doğu</b>	216,258,843	3,284,800	68,553,666	31.7 %	1,987.0 %
<b>Kuzey Amerika</b>	347,394,870	108,096,800	272,066,000	78.3 %	151.7 %
<b>Latin Amerika</b>	597,283,165	18,068,919	215,939,400	36.2 %	1,037.4 %
<b>Okyanusya/Avust.</b>	35,426,995	7,620,480	21,293,830	60.1 %	179.4 %
<b>Toplam</b>	6,930,055,154	360,985,492	2,095,006,005	30.2 %	480.4 %

**Tablo 1: Dünyada İnternet Kullanıcı Sayısı 31.12.2011**

En çok internet kullanıcı sayısı Asya kıtasındadır. Yaklaşık 3 milyar 900 milyon nüfuslu bu kıtada 922 milyon internet kullanıcısı var.<sup>21</sup>Kıtanın doygunluk oranı yüzde 24’e yakın. Bu kıtada özellikle geniş bant internet erişiminde büyük çalışmalar yapan Güney Kore, 48 milyonluk nüfusunun 39 milyonunu internete bağladı ve doygunluk oranı yüzde 81’e yaklaştı.Ancak en büyük artış Afrika kıtasında görülmüştür. Yaklaşık 1 milyar nüfuslu kıtada 2000 yılında sadece 4,5 milyon internet kullanıcısı varken 10 yılda bu rakam yüzde 2 bin 527 artışla 118

<sup>20</sup>Dünyada internet kullanıcı sayısı, www.kobishowroom.com

<sup>21</sup>Dünyada internet kullanıcı sayısı www.internetworldstats.com



milyonu aştı. Bu kıtada Kongo Demokratik Cumhuriyeti, 10 yıl önce sadece 500 kişi olan kullanıcı sayısını yüzde 100 bin artırarak 503 bin kişiye çıkardı.

Avrupa kıtasında ise 85 milyonluk nüfusunun 65 milyonu internete bağlayan Almanya en çok internet kullanıcılarına sahipken, Norveç, 4,691 milyonluk nüfusunun 4,431'ini internete bağlayarak doygunluk oranını yüzde 94,4'e yükselmiştir.<sup>22</sup>22/11/2010 tarihinde İnfografik sosyal medya alanında çok bilinen ve satan "Socialnomicks" kitabının yazarı Erick Qualman 'ın bloğunda yayınlanan sosyal paylaşım sitelerinin en çok kullanılan sitelerin listesini yayınlamıştır. Bu listeye göre; 560 milyon kullanıcısıyla Skype en çok kullanılan sosyal paylaşım sitelerinin başında yer almaktadır. İkinci sırada Facebook 515 milyonla yer almaktadır. Türkiye de çok fazla kullanıcı olmasa da Çin'in en büyük sosyal paylaşım sitesi 485 milyon kullanıcısıyla tencent.com listede 3. Sırada yer almaktadır. Listede yer alan sitelerin bazıları belli ülkeler ve coğrafyalarda popüler iken Flickr gibi servisler ise kullanıcılarının fotoğraf paylaşımı gibi belli spesifik amaç ve ilgi alanları doğrultusunda bir araya gelmelerini sağlıyor.<sup>23</sup>2010 verilerine göre internet üzerinden elektronik posta sayısı 107 trilyon, günlük ortalama gönderim ise 294 milyondur. İnternette alan artışı ise % 7 dir.

Sosyal medyada da twitter üzerinden gönderilen mesaj sayısı geçtiğimiz yıl 25 milyarı bulmuştur. Twitter' a 2010'da yapılan yeni katsayısı ise 100 milyon. Youtube'da günde 2 milyar video izlenirken Youtube dakikada 35 dakikalık video ekleniyor. Her ay Facebook'a yüklenen video sayısı 20 milyonken, eklenen fotoğraf sayısı ise 3 milyarın üstündedir.<sup>24</sup>

#### **1.4.2. Türkiye'de İnternet Kullanımı**

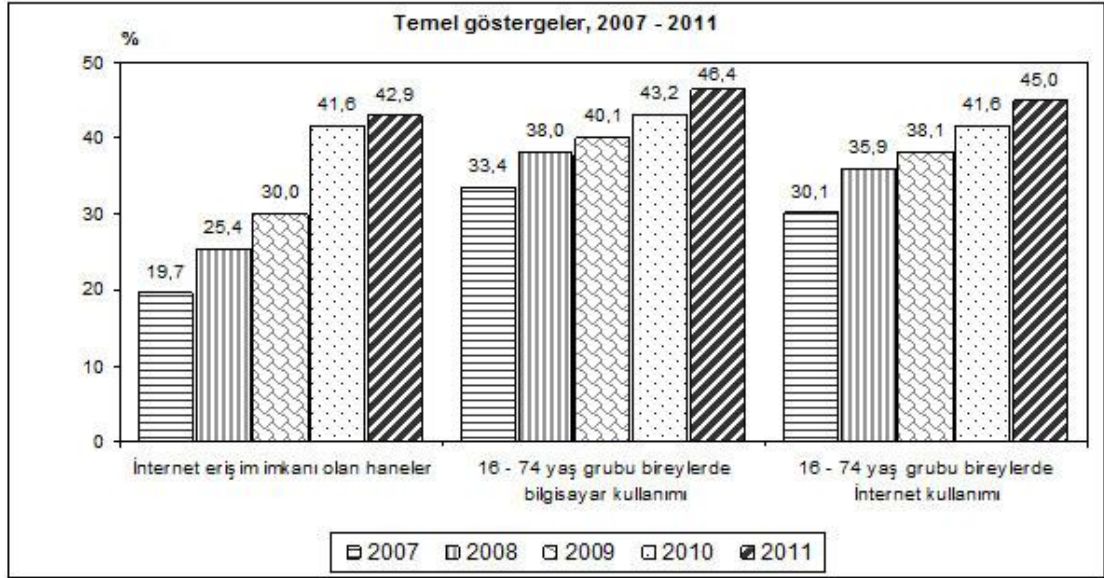
Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) Nisan ayında Avrupa Birliği yönetmeliklerine uygun olarak gerçekleştiği Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçları yayınlandı. Sonuçlara göre 2010 yılında Türkiye genelindeki hanelerin %41,6 olan internet erişimi %42,9'a yükselmiş durumda.

<sup>22</sup>Dünya Genelinde İnternet Kullanım Haritası, www.e-kobi.net

<sup>23</sup>Vodaco Agency,Sosyal Medya Araştırması,2009, www.socialmediatr.com

<sup>24</sup> Dünya internet istatistikleri, 2010, www.telekomculardernegi.org.tr

Yaş gruplarına göre bakıldığında da internet kullanımında artış olduğu gözleniyor. Araştırmaya göre 16-74 yaş grubunun bilgisayar kullanım oranı bir yıl önceki %43,2'den %46,4'e, internet kullanım oranı ise %41,6'dan %45'e yükseldi.



**Tablo 2:TÜİK Raporu: Türkiye Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması,2011**

Yaş gruplarına göre incelendiğinde internet kullanıcılarının ağırlıklı olarak erkek oldukları göze çarpıyor. 16-74 yaş grubundaki erkeklerin %54,9'u internet kullanıcısıyken, aynı yaş grubundaki kadınların internet kullanım oranı %35,3. Yaş grupları arasında internet kullanımının en yüksek olduğu grup ise 16-24 yaş aralığı olarak öne çıkıyor.

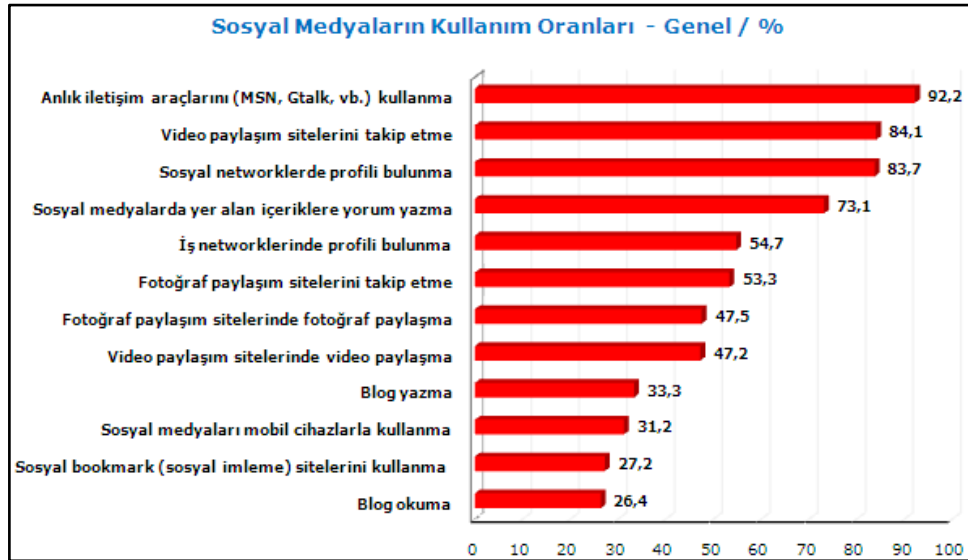
Araştırmada Türkiye'deki internet kullanıcılarının %89,5'i interneti her gün veya haftada en az bir gün düzenli olarak kullandıkları ölçülmüş. İnternet kullanıcılarının %67,6'sı internete evlerinden erişiyorlar. İş yerinden erişenlerin oranı %33 olurken, %18,7 ile internet kafeler üçüncü sırada yer alıyor.

Kullanıcıların %72,7'si interneti kullanma nedenleri haberlere ulaşmak. Sosyal ağlara erişmek için interneti kullananların oranı ise %50,8.

Raporda yer alan önemli bir istatistik ise internet üzerinden alışverişin artıyor olması. 2010 rakamlarına göre internet kullanıcılarının %15'i online alışveriş yaparken, son araştırmada bu oran%18,6'ya yükselmiş durumda.

2010 Nisan ve 2011 Mart ayları arasındaki 12 aylık süreç boyunca internet üzerinden yapılan alışverişlerin %28,8'i giyim ve spor malzemeleri, %27,8'i elektronik cihazlar, %19,8'i ev eşyası ve %17,6'sı kitap, gazete, dergi olarak ölçülmüş durumda.<sup>25</sup>

Türkiye' de yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanan sosyal medya ağlarının takip istatistik oranları Pazarlamadünyası.com ve Vodaco Agency aracılığıyla 04/08-30/09/2009 tarihleri arasında gerçekleştirdiği “Sosyal Medya” araştırması raporlarına göre blog siteleri, anlık iletişim araçları, sosyal imleme sitelerinin, video paylaşım sitelerinin, fotoğraf paylaşım sitelerinin, sosyal ve iş networklerinin kimler tarafından ne şekilde kullandığı belirlenmiştir. “İnternet kullanıcıları sosyal medyalarda ne kadar etkin?” sorusunun cevabını aşağıdaki anket sonuçlarına göre gösterilmiştir.



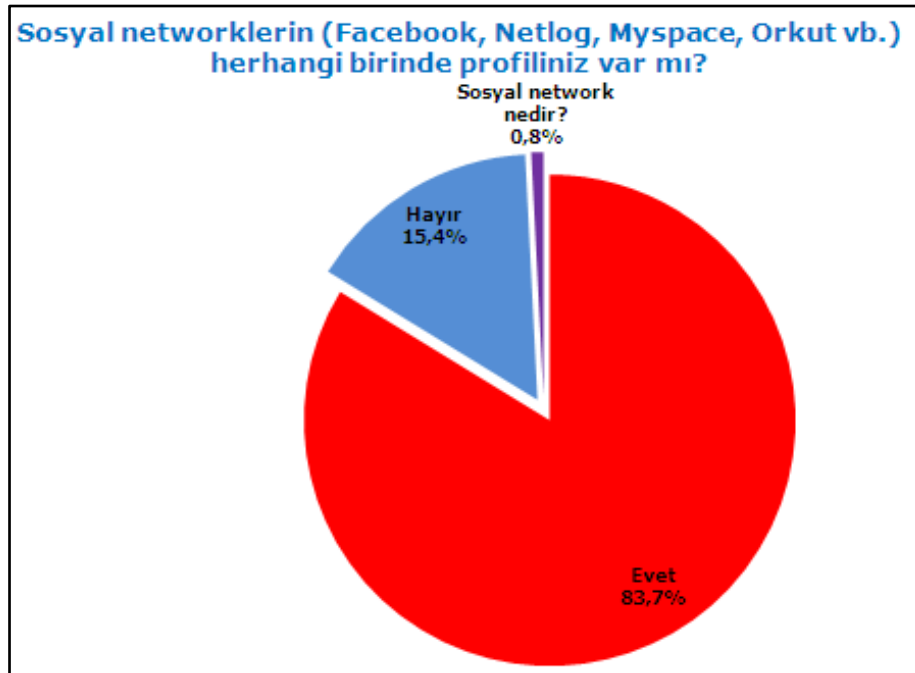
**Tablo 3:Sosyal Medya Araştırması**

<sup>25</sup><http://www.webrazzi.com/2011/08/22/tuik-raporu-turkiye-bilisim-teknolojileri-kullanim-arastirmasi/>

Araştırmaya katılanların en çok kullandıkları sosyal medya kullanımının başında yüzde 92,2 ile MSN, GTalk gibi anlık iletişim araçlarını kullanma geliyor. Anlık iletişim araçlarını yüzde 84,1 ile video paylaşım sitelerini takip etme ve yüzde 83,7 ile Facebook, MySpace gibi sosyal networklerde profile sahip olma takip ediyor. Sosyal networklerde profile sahip olma oranı yüzde 83,7 iken bu oran LinkedIn, Xing gibi iş networklerinde profile sahip olmada 54,7'ye düşüyor.

Video paylaşım sitelerini takip etme oranı yüzde 84,1 iken, video paylaşım sitelerinde video paylaşma oranı 42,7. Sosyal medyada yorum yazma oranı yüzde 73,1, sosyal medyaları mobil cihazlar ile kullanma oranı ise yüzde 31,2.

Fotoğraf paylaşım sitelerini takip etme oranı video paylaşım sitelerini takip etme oranına göre oldukça düşük seviyede (yüzde 53,3) kalırken, fotoğraf paylaşım sitelerinde fotoğraf paylaşma oranı (yüzde 47,5) video paylaşım sitelerinde video paylaşma oranından yüzde 0,3 daha yüksek. Sosyal medyada en az yapılan etkinliklerin başında ise yüzde 26,4 ile blog okumaya alıyor. Blog okuma oranının düşüklüğüne rağmen blog yazma oranının daha yüksek (yüzde 33,3) olması ilginç bir durum. Sosyal imleme (sosyal bookmark) sitelerini kullanma oranı yüzde 27,2.



**Tablo 4**

Araştırmaya katılan 83,7'sinin Facebook, Netlog, Myspace gibi sosyal networklerin her hangi birinde profili bulunurken, yüzde 1,4'ünün herhangi bir sosyal networkte profili bulunmamaktadır. Araştırmaya katılanların yüzde 0,8'i sosyal networklerin ne olduğuna dair bilgileri yoktur.

**Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre her hangi bir sosyal networkte profili olanların dağılımı.**

<b>Cinsiyet</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
Erkek	577	84,7
Kadın	464	82,6
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
15 – 20	91	89,2
21 – 25	281	87,3
26 – 30	341	86,5
31 – 35	175	82,5
36 – 40	87	80,6
41 – 45	31	70,5
46 – 50	22	62,9
51 ve üzeri	13	50,0
<b>Eğitim</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
İlköğretim	31	73,8
Lise	326	84,0
Üniversite / Yüksekokul	526	84,0
Yüksek Lisans / Doktora	158	84,5
<b>Günlük internet kullanımı</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
0 - 2 saat	164	79,6
3 - 5 saat	347	80,5
6 - 8 saat	290	85,0
9 saat ve üzeri	240	90,6

**Tablo 5**

- Erkeklerin yüzde 84,7'sinin herhangi bir sosyal networkte profili bulunurken bu oran kadınlarda yüzde 82,6.

- Yaş düştükçe sosyal networklerin kullanımı artıyor. 15–20 yaş grubunun yüzde 89,2'sinin herhangi bir sosyal networkte profili bulunurken, bu oran 51 yaş üstü yaş grubunda yüzde 50,02ye düşüyor.
- Eğitim ve günlük internet kullanım süresi arttıkça sosyal networklerde profil sahibi olma oranı artıyor.



**Tablo 6**

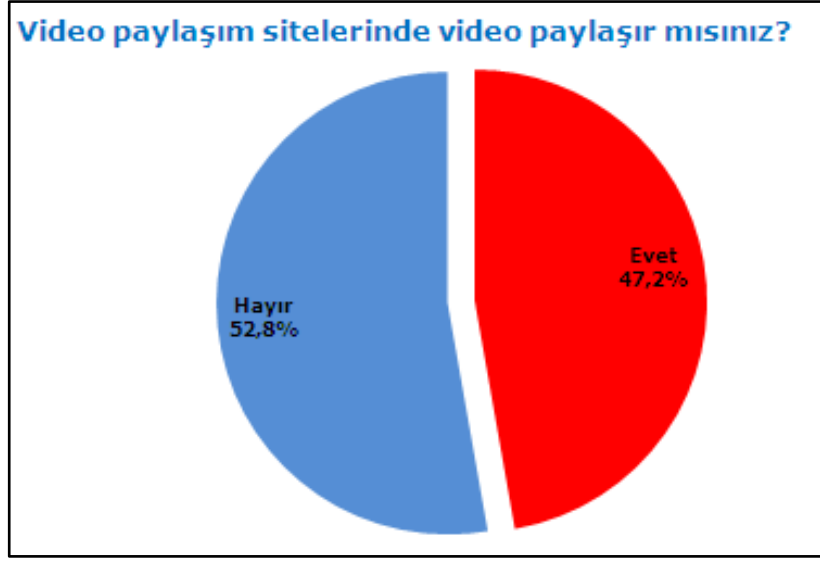
**Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre video paylaşım sitelerini takip edenlerin dağılımı.**

<b>Cinsiyet</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
Erkek	583	85,6
Kadın	462	82,2
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
15 – 20	90	88,2
21 – 25	291	90,4
26 – 30	332	84,3
31 – 35	178	84,0
36 – 40	83	76,9
41 – 45	30	68,2
46 – 50	23	65,7
51 ve üzeri	18	69,2

<b>Eğitim</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
İlköğretim	27	64,3
Lise	327	84,3
Üniversite / Yüksekokul	536	85,6
Yüksek Lisans / Doktora	155	82,9
<b>Günlük internet kullanımı</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
0 – 2 saat	165	80,1
3 – 5 saat	358	83,1
6 – 8 saat	288	84,5
9 saat ve üzeri	234	88,3

**Tablo 7**

- Erkeklerin yüzde 85,6'sı video paylaşım sitelerini takip edip video izlerken, bu oran kadınlarda yüzde 82,22ye düşüyor.
- 21 – 25 yaş grubunun yüzde 90,4'ü video paylaşım sitelerini takip ediyor.
- 44 yaş ve üzeri internet kullanıcılarının video paylaşım sitelerini takip etme oranı yüzde 65'i geçiyor. Bunu video paylaşım sitelerinde TV'de kaçırılan dizilerin izlenmesi bu sitelerde izleniyor olmasına bağlamak mümkün.
- Üniversite / Yüksekokul mezunlarının yüzde 85,6'ı video paylaşım sitelerini takip edip video izlerken, bu eğitim grubunu yüzde 84,3 ile lise mezunları takip ediyor.
- Video paylaşım sitelerini en az takip edenler yüzde 64,3 ile ilköğretim mezunları.
- Diğer sosyal medya kanallarında olduğu gibi internette geçirilen süre arttıkça video paylaşım sitelerinin takip edilme oranı artıyor.



**Tablo 8**

Araştırmaya katılanların yüzde 47,2'si video paylaşım sitelerinde paylaşımda bulunurken, video paylaşmayanların oranı yüzde 52,8'dir.

**Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre video paylaşım sitelerinde video paylaşanların dağılımı.**

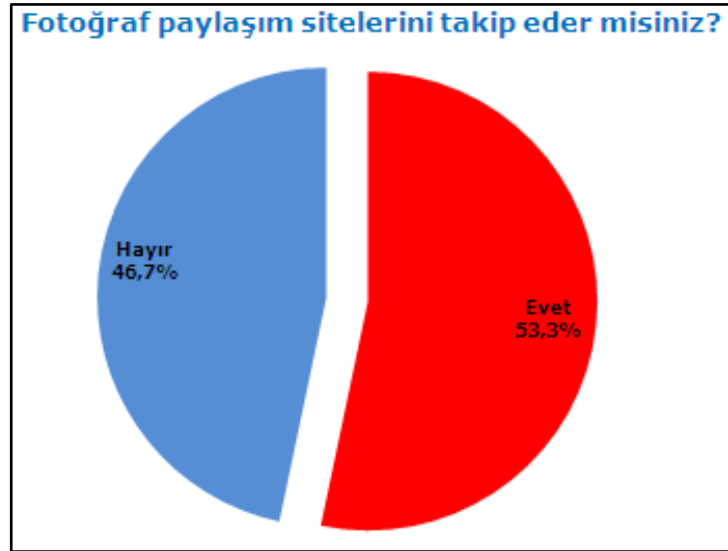
<b>Cinsiyet</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
Erkek	349	51,2
Kadın	238	42,3
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
15 - 20	69	67,6
21 - 25	171	53,1
26 - 30	178	45,2
31 - 35	98	46,2
36 - 40	42	38,9
41 - 45	14	31,8
46 - 50	9	25,7
51 ve üzeri	6	23,1
<b>Eğitim</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
İlköğretim	15	35,7
Lise	204	52,6
Üniversite / Yüksek okul	286	45,7
Yüksek Lisans / Doktora	82	43,9



Günlük internet kullanımı	n	yüzde
0 - 2 saat	86	41,7
3 - 5 saat	183	42,5
6 - 8 saat	169	49,6
9 saat ve üzeri	149	56,2

**Tablo 9**

- Erkeklerin yüzde 51,2'si video paylaşımında bulunurken, kadınların yüzde 42,3'ü video paylaşımında bulunuyor.
- 15 -20 yaş grubunun yüzde 67,6'sı video paylaşım sitelerinde video paylaşımında bulunurken, 51 yaş ve üzeri yaş grubunda bu oran yüzde 23,1'e geriliyor.
- Lise mezunları yüzde 52,6 ile video paylaşım sitelerinde video paylaşıyor.
- Günlük 9 saat ve üzerinde internet kullananların video paylaşım sitelerinde video paylaşma oranı yüzde 56,2.



**Tablo 10**

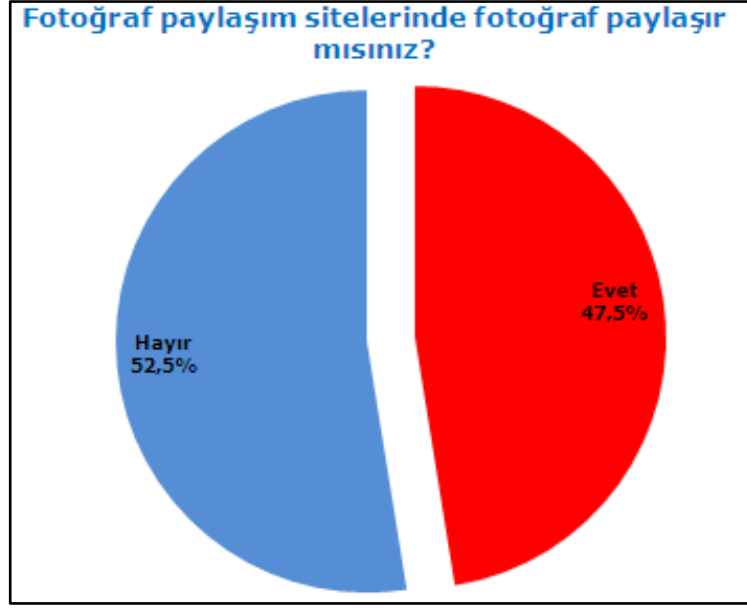
Araştırmaya katılanların yüzde 53,3'ü fotoğraf paylaşım sitelerini takip ediyor. Fotoğraf paylaşım sitelerini takip etmeyenlerin oranı yüzde 46,7.

**Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre fotoğraf paylaşım sitelerini takip edenlerin dağılımı.**

<b>Cinsiyet</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
Erkek	363	53,3
Kadın	303	53,9
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
15 - 20	64	62,7
21 - 25	192	59,6
26 - 30	209	53,0
31 - 35	112	52,8
36 - 40	55	50,9
41 - 45	16	36,4
46 - 50	11	31,4
51 ve üzeri	7	26,9
<b>Eğitim</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
İlköğretim	16	38,1
Lise	214	55,2
Üniversite / Yüksekokul	340	54,3
Yüksek Lisans / Doktora	96	51,3
<b>Günlük internet kullanımı</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
0 - 2 saat	81	39,3
3 - 5 saat	218	50,6
6 - 8 saat	185	54,3
9 saat ve üzeri	182	68,7

**Tablo 11**

- Kadınların yüzde 53, 9'u fotoğraf paylaşım sitelerini takip ederken, bu oran erkeklerde yüzde 53,3'dür.
- 15 -20 yaş grubunun yüzde 62,7'si fotoğraf paylaşım sitelerini takip ederken, 51 yaş ve üzeri yaş grubunda bu oran 26,9'a düşüyor.
- Yaş büyüdükçe fotoğraf paylaşım sitelerini takip etme oranı azalıyor.
- Lise mezunları yüzde 55,2'lik oranla fotoğraf paylaşım sitelerini takip ediyor. İlköğretim mezunlarının ise yüzde 38,1'i fotoğraf paylaşım sitelerini takip ediyor.
- İnternette geçirilen süre arttıkça fotoğraf paylaşım sitelerininin takip etme oranı artıyor.



**Tablo 12**

Araştırmaya katılanların yüzde 47,5'i fotoğraf paylaşım sitelerinde fotoğraf paylaşımında bulunurken, fotoğraf paylaşımında bulunmayanların oranı yüzde 52,5'dir.

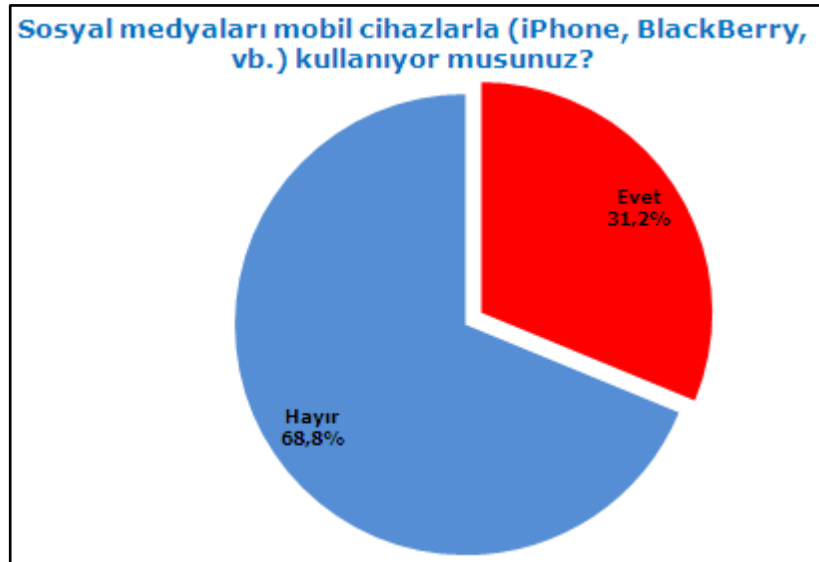
**Demografik özelliklere ve internet kullanımına göre fotoğraf paylaşım sitelerinde fotoğraf paylaşanların dağılımı.**

<b>Cinsiyet</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
Erkek	332	48,8
Kadın	258	45,9
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
15 - 20	59	57,8
21 - 25	175	54,3
26 - 30	183	46,4
31 - 35	96	45,3
36 - 40	46	42,6
41 - 45	15	34,1
46 - 50	10	28,6
51 ve üzeri	6	23,1
<b>Eğitim</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
İlköğretim	18	42,9
Lise	186	47,9
Üniversite / Yüksek okul	300	47,9
Yüksek Lisans /	86	46,0

Doktora		
<b>Günlük internet kullanımı</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
0 - 2 saat	78	37,9
3 - 5 saat	195	45,2
6 - 8 saat	160	46,9
9 saat ve üzeri	157	59,2

**Tablo 13**

- Kadınların yüzde 45,9'u fotoğraf paylaşım sitelerinde fotoğraf paylaşıırken, bu oran erkeklerde yüzde 48,8.
- Yaş büyüdükçe fotoğraf paylaşım sitelerinde paylaşımda bulunma oranı düşüyor.
- Lise ve Üniversite / Yüksekokul mezunlarının yüzde 47,9'u fotoğraf paylaşım sitelerinde paylaşımda bulunuyor.
- İnternette vakit geçirme zamanı arttıkça fotoğraf paylaşım sitelerinde fotoğraf paylaşma oranı artıyor.



**Tablo 14**

Araştırmaya katılanların yüzde 31,2'si sosyal medyaları mobil cihazlar ile kullanırken, sosyal medyaları mobil cihazlar ile kullanmayanların oranı yüzde 68,8.

**Demografik özelliklere ve mobil cihazlarla interneti kullananlara göre dağılımı.**

<b>Cinsiyet</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
Erkek	233	34,2
Kadın	155	27,6
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
15 – 20	24	23,5
21 – 25	99	30,7
26 – 30	124	31,5
31 – 35	79	37,3
36 – 40	39	36,1
41 – 45	15	34,1
46 – 50	5	14,3
51 ve üzeri	3	11,5
<b>Eğitim</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
İlköğretim	7	16,7
Lise	115	29,6
Üniversite / Yüksekokul	193	30,8
Yüksek Lisans / Doktora	73	39,0
<b>Günlük internet kullanımı</b>	<b>n</b>	<b>yüzde</b>
0 - 2 saat	59	28,6
3 - 5 saat	133	30,9
6 - 8 saat	116	34,0
9 saat ve üzeri	110	41,5

**Tablo 15**

- Erkeklerin yüzde 34,2'si sosyal medyaları mobil cihazlar ile kullanırken bu oran kadınlarda yüzde 27,6.
- Mobil cihazlarla sosyal medya kullanımı 21 yaştan 45 yaşa kadar bir artış trendi izliyor.
- Yüksek Lisans / doktora yapanların yüzde 39,0'u sosyal medyaları mobil cihazlarla da kullanıyor.
- Günde 9 saatten fazla internette olanların sosyal medyaları mobil cihazlarla da kullanım oranları yüzde 41,5.

## Araştırmanın Künyesi

- Araştırma Vodaco Agency işbirliğiyle Pazarlamadünyasi.com'u 1.243 ziyaretçisi ile gerçekleştirilmiştir.
- Araştırmaya katılanların yüzde 54,8'i erkek, yüzde 45,2'si kadındır.
- Araştırmaya başta İstanbul, Ankara ve İzmir olmak üzere 65 il ile Bulgaristan ve KKTC'den katılım olmuştur.
- Araştırmaya katılanların yüzde 31,7'si 26 - 30, 25,9'u 20 - 25, 17,1'i 31 - 35, 8,7'si 35 - 40, 8,2'si 15 - 20, 3, 5'i 41 - 45, 2,8'i 46 - 50 ve 2,1'i 51 yaş ve üzeri yaş grubunda yer almaktadır.
- Araştırmaya katılanların yüzde 50, 4'ü Üniversite / Yüksekokul, yüzde 31,2'si Lise (Lise mezunlarının %58,5'i şuan Yüksekokul / Üniversite öğrenimi görmektedir.), yüzde 15,0'i Yüksek Lisans / Doktor ve yüzde 3,4'ü ise İlköğretim eğitimi almıştır.
- Araştırmaya pazarlama, satış, finans / muhasebe, bilişim / internet, halkla ilişkiler, reklam ve eğitim başta olmak üzere 31 farklı alanda çalışanlar ile öğrenciler katılmıştır.<sup>26</sup>

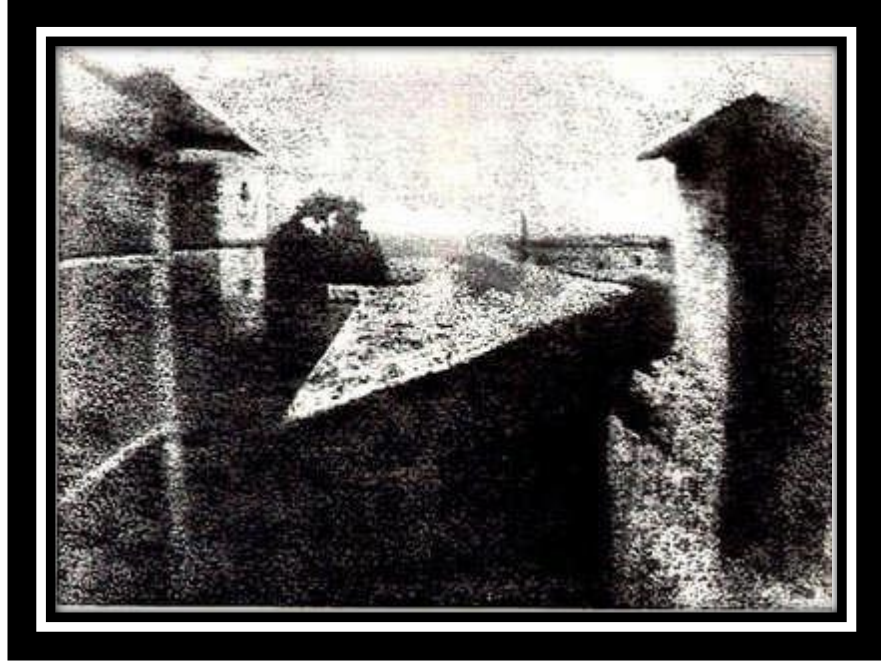
---

<sup>26</sup>Vodaco Agency, Sosyal Medya Araştırması, 2009, www.socialmediatr.com

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. FOTOĞRAFIN SAYISALLAŞMA SÜRECİNDEKİ GELİŞİM AŞAMALARI

Fotoğraf 19. yüzyılın önemli buluşlarından biri, günümüz iletişim ortamlarının ve araçlarının önemlileri arasındadır. “Fotoğraf” sözcüğü ilk kez Sir John Herschel tarafından 1839 yılında kullanılmıştır. Görüntünün bir “aygıt” kullanılarak, iki boyutlu bir yüzey üzerine kaydedilmeye başlanmasının üzerinden yaklaşık yüz seksen yıl geçti. Louis M. Daguerre bir aygıt “karanlık kutu” (camera obscura) ve ışığın marifetiyle görüntüyü bir yüzey üzerine kaydettiğini Fransız Bilimler Akademisi tarafından açıkladığı zaman takvimler 19 Ağustos 1839’u gösteriyordu. 1827 yılında ilk fotoğraf Joseph Nicéphore Niépce tarafından çekilmiştir.



**Fot.1: Joseph Nicéphore Niépce,1827**

Fotoğrafın diğer sanat dallarından ayıran en büyük özelliği çoğaltılabilir bir yapıya sahip olmasından kaynaklanan kitlesel kullanıma uygunluğudur. Ama bu durumun gelişmesi başlangıçta ileri olmaması nedeniyle ağır olarak ilerlediyse de

zamanla gelişen tekniklerle ilk önce fotogravür tekniğinin daha sonrada matbaa tekniğinin gelişmesiyle, özellikle de half-tone baskı tekniğinin gelişmesi sonucu fotoğraf kullanımı yaygınlaşmıştır.<sup>27</sup>

1902 yılında Arthur Korn isimli Alman bilimcinin foto-telgraf çalışması, 1907 yılında Berlin ve Paris arasında ilk foto-telgraf hattının kurulmasına sebep olmuştur. Bu gelişmenin ardından çok sayıda fotoğraf, dünyada eş zamanlı olarak birçok fotoğrafın kullanımını sağlamıştır. Zamanla gelişen fotoğraf makinelerinin taşınabilir boyutlarda gelişmesinden sonra fotoğraf paylaşımının kullanımı da doğru oranda artmıştır. Fotoğraf kullanımının artması sonucu çok sayıda üretilen ve kopyalanabilen bir tüketim nesnesi haline gelmiştir.<sup>28</sup> Teknolojik gelişmelerin ve bilimin bir parçası olan fotoğraf bütün gelişmelerden doğrudan veya dolaylı yönden etkilenmiştir. Fotoğraftaki gelişmeler onun tekilliğini ortadan kaldırmış ve onu kolay çoğaltılıp ve bolca kullanılabilen bir nesne durumuna getirmiştir. Bilgisayar ve internet teknolojisi fotoğrafı daha önceki dönemlerden farklı kullanım ve paylaşım olanaklarına kavuşturmuştur. Fotoğraf ve içerdiği düşünce sistemleri de teknolojik gelişmelerle paralel olarak değişmiş, “fotoğrafın gerçekliği anlatması sanat mı yoksa teknik mi” olduğu tartışma konusuyken, bu kez de tekniğiyeniden sanat yapısını oluşturması konu haline getirilmiştir. Son dönemlerde yeniden üretimin yanısıra fotoğrafın bilgisayarla birlikte nerede, nasıl, hangi şekillerde kullanılması gerektiği ve fotoğrafın güvenilirliği tartışma konusu olmuştur.

Fotoğraf ve bilgisayar teknolojisi kendilerini geliştirerek ortak bir noktada buluşmuşlardır. Artık sayısal fotoğraf bilgisayar teknolojisiyle birlikte anılır olmuştur. Fotoğraf ile benzer evrelerden geçip benzer hızla gelişmişlerdir. Mekanik başlamışlardır, önce elektromekanik özelliklere sahip olmuşlardır, sonra ise elektronik özelliklerle donatılmışlardır. Her iki buluş çeşitli şekillerde kendilerini geliştirmişlerdir. “Fotoğraf alanında, makinelerden filmlere, objektiflerden fotoğraf kartlarına kadar çeşitlilik gösteren fotoğraf ürünleri sayesinde sektör kuruluşları devleşmiştir. Bilgisayar cephesinde de boş durulmadı elbette 1980’lere gelindiğinde ilk kişisel bilgisayar tanıtıldı. Bu yolla evlere girebilme şansı doğdu, insanoğlu da

<sup>27</sup>Fritoz, Michael, A New of History Of Photography, Könemann, Köln, 1998, 76 s.

<sup>28</sup>Yaygın, Murat, Sanat, Teknoloji, Bilim ve Fotoğraf Kalkedon yayınları, İstanbul, 2010, 19 s.



bunu bekliyor olmalı ki, bu durum olağanüstü ilgi gördü”.<sup>29</sup>İlk zamanlar üretildiğinde devrim sayılan, özellikleeğence ve oyun amaçlı başlayan bir durum söz konusuyken ve geldiğimiz noktaların alt yapısını oluştururken, daha sonraki dönemlerde ise kullanıcılarını internete ulaştıran, çok hızlı yeniliklerle değişim ve gelişimi beraberinde getirmeyi sürdüren bir araç olmuştur. Bilgisayar o kadar küçüldü ki çantalarda taşınabilir hale geldi. İnsan yaşamında kapsamadığı pek az şey kaldı. Gelişmelerin devam ettiği sıralarda görsel dünyayı monitörlere indirmenin yolları arandı ve böylece fotoğraf ile bilgisayar arasında görsellikle sonuçlanacak bir ilişki başladı.

Yüzey üzerinde kayıtlı olan görüntüleri, görüntü işleme programları, görüntü basabilen yazıcılar vs. derken gün geldi teknolojinin gelişmesiyle de birlikte somut, devrim sayılabilecek önemli yenilikler fotoğraf malzemelerinde de ortaya çıktı. Araştırmalar sonucunda sayısal fotoğraf makineleri oluşturuldu. Bu yeni gelişmenin nasıl sonuçlanacağı hakkındaki düşüncelerle gerçekleşenler arasındaki mesafe her geçen gün kapandı. Sanal olan görüntü somut verilere dönüştü kimilerine göre fotoğraf elden gitmeye başladı, kimilerine göre daha da zenginleşti. Fotoğraf dünyası, bu iki farklı görüş etrafında, geleneksel fotoğraf ile sayısal fotoğrafı kıyaslamayı, tartışmayı, günümüzde de devam ettirdiği gibi uzun zamandaha da sürdüreceklerdir. “Kentleşme, sanayileşme vmodernleşme paralelinde kitle kültürü kavramı oluştu. Lonca üretiminden seri üretime geçiş, teknolojinin getirdiği kolaylıklar sayesinde olmuştur. Böylece ticari düşünceler, ürünün niteliği üzerinde bire bir etkili olmuştur. Oluşan kitle kültürünün dezavantajlarından biri orijinalliği hedef alması gereken sanatın bile seri üretim yoluyla üretilmesidir. Sanatın metalaşması kitle kültürünün klasik sanatın en olumsuz örneklerini bile içinde özümsemesine olanak vermiştir. Ayrıca klasik sanat üretiminde tasarlama, üretmek ve tüketmek aynı kişiler tarafından yapılırken, baskı tekniklerinin bu sanat araçlarının çeşitlenmesi ve gelişmesi, yeni iletişim olanaklarının doğması ile bu işlevler birbirinden ayrılarak,ayrı birer uzmanlık dalı haline gelmiştir”.<sup>30</sup> Çağımız fotoğraf anlayışında da tasarlamak ve üretmek birbirinden ayrı bir birim oldu. Hatta bu işlemlere bir yenisi daha; sanat eserlerinin paylaşım işlemi de eklendi. Aynı anda

<sup>29</sup>[http://www.fotografya.gen.tr/issue-15/sayisal\\_fotograf.htm](http://www.fotografya.gen.tr/issue-15/sayisal_fotograf.htm)

<sup>30</sup>[http://www.fotografya.gen.tr/issue-15/sayisal\\_fotograf.htm](http://www.fotografya.gen.tr/issue-15/sayisal_fotograf.htm)

farklı yer ve statüde olan ve milyonlarca insanlar tarafından tüketilen kitle ürünleri meydana geldi, bir zamanlar seçkin bir çevrenin malı olan kültür, artık herkesin ulaşabileceği bir yapıya ulaştı. Kitle kültürünün değişmeyen yapısı aynı konu ve tipleri sürekli yenilemesi ticaret adına niteliksiz, alt kültürün düzeyine göre ürünlerin meydana getirilmesiyle noktalanmıştır. Fotoğrafın ise kitle iletişim aracı olmasıyla, seri üretim ve toplumun her kesimi tarafından elde edilmesi sanat için değil de zevk için kullanılabilir hale gelmesi kültür seviyesinin düşmesi ile sonuçlanmıştır. Kitle iletişim araçları, kitlelerin etkisiz hale getirilmesi ve ideolojik düşüncelerin insanlara manipüle edilmesi sonucunda, milyonları içeren evrensel bir kentte yaşamamızı sağlamaktadır.

Fotoğrafa kolay ulaşabilme ve fotoğrafın kolay kullanılması, teknolojik gelişmelerle ve icatlarla beraber polaroid fotoğraf makineleri geliştirildi. Bu fotoğraf makineleri anında görüntü verebilme özelliklerine sahiptir, yani pozitif bir fotoğraf görüntüsünü basılmış bir halde görmek mümkündür. Ancak bu görüntünün çoğaltılması ile renkli fotokopi röprodüksiyon yoluyla mümkün hale gelir. Her iki sonuçta da kaliteden ödün verilmiş olunur. Fotoğraf görüntüsü oluşturma, çekilen görüntüler üzerinde değişim yapma ve bu fotoğrafların kullanımı olarak sıralanacak üç temel alanda oluşacak teknik imkânların fotoğrafçılık üzerine göz ardı edilemeyecek etkileri olmuştur.<sup>31</sup>Günümüzde bilgisayar ortamında farklı fotoğraf programları sayesinde, fotoğrafa müdahalelerde bulunulabiliyor. Gelişen teknolojinin getirdiği kolaylıklar fotoğrafın nasıl kullanılıp tüketildiğini önemli bir konu durumuna getirmiştir. Gerçeklik tartışmalarının da yaşandığı günümüzde kitleler tarafından sürekli izlenen fotoğrafların toplumları etkileme ve yönlendirme özelliğini artırmaktadır. Somut görünüme sahip olmayan fotoğrafların belge özelliğitaşması mümkün değildir. Teknolojinin gelişmesi ve buna bağlı olarak yeni olanakların ortaya çıkması farklı iletişim olanakları ve tüketim şekilleri oluşturmuştur.<sup>32</sup>Görüntülerin tüketilmesi ticari olanakların doğmasına da sebep olmuştur.

---

<sup>31</sup>[http://www.fotografya.gen.tr/issue-15/sayisal\\_fotograf.htm](http://www.fotografya.gen.tr/issue-15/sayisal_fotograf.htm)

<sup>32</sup>Altın, Fuat Ali Sayısal Teknolojinin Günümüz Fotoğrafçılığına Etkileri, TC Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul, 2006. 11 s.

## 2.1. Yeni Medya

Fotoğrafın sayısallaşmasıyla hızla değişen ve gelişen bir sistem içinde olması fotoğrafın sanat alanında etkilediği gibi medya kavramı üzerindeki etkisi de hızlı bir şekilde kendini göstermiştir. 20.yüzyılın sonlarına doğru bilgisayar ve internetin yaygınlaşması sayısal medya kavramını da ortaya çıkarmıştır.

Yeni medya olarak da adlandırılan sayısal medyanın ve onu izleyen yöndeşme (aynı yönde ilerleme) süreçlerinin tanımlanması gerekmektedir. Yeni medya, kavramı 20.yy'nin son çeyreğinde bilgisayar kökenli tüm yeni iletişim teknolojileri için dile getirilen oldukça geniş bir alanı işaret etmektedir. Gözlemlenen yeni medyanın tanımlanmasında sınırların tam anlamıyla çizilmiş olmadığıdır. Kavramın genişliği hakkında Lev Manovich yeni medya nedir sorusu altında şu tanımlamayı yapmıştır. Ona göre popüler anlamada tartışmaların yer aldığı konular kavramı tanımlamaya başlamak için başlangıç olabilir: internet, Multimedya bilgisayarlar, bilgisayar oyunları, CD-rom ve DVD'ler, Sanal gerçeklikler. Ancak, Manovich burada durmanın da yeterli açıklamayı getirmediğine inanmaktadır ve yeni medyaya sayısal video ile üretilen televizyon programları, 3-D animasyon ve sayısal kurgu içeren filmler, sayısal olarak üretilen fotoğraf görüntülerini ekler.<sup>33</sup>



**Fot.2: Russell Kirsch, İlk dijital baskı, 1957**

<sup>33</sup><http://www.manovich.net/LNM/Manovich.pdf>

Sayısal teknolojiler bağlamında karşımıza çıkan bir diğer kavram ise yöndeşmedir. Sayısal anlamda yöndeşme ses, video ve veri iletişiminin tek bir kaynaktan, tek bir vericiye ve tek bir alıcıya birleşmesi olarak tanımlanmaktadır. Sayısal teknoloji ile günümüzde, telefon ya da televizyon ile metin içerikli elektronik postalar gönderilmesi, radyo kanalları ile gerçek zaman videolarının aktarılması ve kişisel bilgisayarlardan televizyon izlenip, radyo dinlenmesi mümkün olmuştur. Çalışmada üzerine vurgu yapılan iki tür yöndeşme sürecidir. Bunlar teknolojik ve sektörel yöndeşmelerdir. Teknolojik yöndeşme başlığı altında vurgulanan sayısal medyanın yöndeşmesini iki aşamada incelememiz mümkündür. İlk boyutta, evrensel boyutta bilgi paylaşımı ve etkileşim sürecinin merkezinde yer alan internet yer almaktadır. İnternet dar bantta metinlerin, sayıların ve görüntülerin karşılıklı değişimini içermektedir. İlk aşamadaki sayısal yöndeşimin kurulan teknolojileri veri tabanları, web ve elektronik postadır. İkinci aşama ise zengin medya olarak adlandırılan, geniş bantta etkileşimli multimedya teknolojisini içermektedir. Bu aşamada ses ve video görüntüsü yöndeşme süreci içerisine girmektedir.<sup>34</sup>

Yeni medyanın anlayışının yaygınlaşması insanları pasif konumlarından aktif konuma geçirmiştir. Bu durum üretilen her çalışma internet üzerinden paylaşma olanağını ne kadar arttırsa da mülkiyet tartışmalarını da ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

## **2.2.Yeni Medyada Mülkiyet Anlayışı**

Teknolojik gelişmelere, endüstriyel toplanmaya, ve birleşmelere, yeni global ortaklıklara ve yeni iletişimsel seslere rağmen dünya enformasyon düzeni geniş anlamda yine tek bir ulusun elinde bulunacaktır. Buna rağmen Schiller veri üretiminin ve medyanın daha fazla alt merkezlerini olacağını ancak, onlarında merkezi üreticilerinin emrinde kalacağını söylemektedir. Schiller, sayısal ticaretin

---

<sup>34</sup>Hepdinçler,Tolga,Fotoğraf Ajansları Ekseninde 1950'li Yıllardan Günümüze, Dönüşen Fotoğraf Üretimi, Dağıtımı ve Mülkiyet İlişkileri 5s.

serbest akışı bağlamında, entelektüel ürünün mülkiyetinin yeni bir önem seviyesine ulaştığını söyler. Bilginin gerçek serbest akışı, entelektüel ürün yasalarının kaybına, yaratıcı çalışmanın nerede meydana geldiyse artan genel ve serbest erişimine yol açacaktır. Laster Thurow ise bu entelektüel hakların, çağdaş şirketlerin başarı ya da başarısızlığının merkezinde yer aldığını söyler. Ona göre, ortaya çıkan sayısal dönem, tarihsel bir gelişmeyi izlemektedir. Sanayi devrimi ile paralellik kurarak, tıpkı sanayi devriminin İngiltere’de müşterek topraklarını lağveden bir hareketle başlaması gibi, dünyanın şimdi, toplumsal olarak yönetilen, entelektüel mülkiyet hakları hareketine ihtiyacı olduğunu ya da İngiltere’de müşterek topraklarda üç yüz sene önce olduğu gibi, entelektüel mülkiyetin kapışılmasına seyirci kalınacağını söylemektedir.<sup>35</sup>

Teknolojik ve sektörel yöndeşme süreçleri beraberinde elektronik ve sayısal iletişim sektörünü düzenleyici reformlarını ve ekonomi-politik analizlerini etkilemiştir. Geleneksel olarak telekomünikasyon ve yayıncılık alanları olarak iki alt kategoriye ayrılan sektör, sektörün liberalleştirilmesine ve daha az seviyede globalleşmesine yoğunlaşmıştır. Michael Latzer’a göre, Multimedya, bilgi otobanları, enformasyon toplumu gibi kavramlarla açıkladığı medyanın yaşadığı dönüşümün, klasik telekomünikasyon ve yayıncılık dikotomisi ile açıklanması mümkün görünmemektedir. Ona göre oluşan yeni kategoriler, artan bir biçimde politika problemlerini, özellikle düzenleyici politika problemlerini beraberinde getirmektedir.<sup>36</sup>

Bülent Çaplı’ya göre bu süreç daha önceki yeni medya maliyet açısından içerik üretimi ve dağıtımını yapan şirketlerde çekingenlik uyandırırken, bilgisayar medyası olarak adlandırdığımız yeni medyanın öncekine kıyasla dağıtım açısından daha çok olanak sunması, bazı yayıncıların internet üzerine yatırım yapmasına neden olmuştur. Schiller’in vurguladığı açıdan bakıldığında, Microsoft gibi hem içerik üreten, hem yeni medya alt yapısını oluşturan şirketlerin pazara katılımı ve

---

<sup>35</sup>Schiller, Herbert ,Digitised Capitalism: What has Changed?, Media Power, 2000,127 s.

<sup>36</sup>Latzer, Michael, Institutionalization of Mediamatics Regulation for Converging Markets, London, 1997, 89-106s.

hakimiyeti, entelektüel mülkiyetin korunması ve sürdürülmesi bağlamında tehdit edici bir tekelleşmeye yol açmaktadır.

Ajansların üretim,-mülkiyet ve dağıtım üçgeninde bu konu ele alındığında, Sipa Ajansın Faber gibi yayıncılık alanında önemli yere sahip bir şirket tarafından satın alınması, diğer taraftan Sygma ve Gamma gibi fotoğraf ajanslarının ve ardından Bettmann gibi büyük ölçekli fotoğraf arşivlerinin Microsoft gibi bilgisayar medyası alt yapısı ve içeriği üreticileri tarafından satın alınması örnek gösterilebilir.<sup>37</sup>

### **2.3. Yeni Medyada Fotoğrafa Yaklaşımlar**

Yeni medya ile paralel olarak fotoğrafın geleceği ile ilgili varsayımlar çeşitli endişelerle birlikte ortaya çıkmıştır. Bu varsayımlar doğrudan veya dolaylı olarak, fotoğrafın üretimi ve mülkiyetini de ilgilendiren sonuçlar ortaya koymaktadır. Sayısal medyanın yaygınlaşması ile fotoğrafın geleceği ve uygulama alanları ile ilgili farklı yaklaşımlara dayalı tartışmalar meydana gelmiştir. Bu tartışmaları iki farklı kategoride sınıflandırmamız mümkündür. İlkin, sayısallaşmanın tek olarak fotoğrafa, daha çoğul anlamda uygulama alanlarına ve izleyiciye daha çok sunum, erişim sunacağını savunan liberal yaklaşım, onun tam karşısında ikinci olarak eleştirel, yeni medyanın, fotoğrafın uygulama alanlarını genişletmek yerine, onu tek bir araca bilgisayar medyasına bağlı olarak sınırlandıracağını, hatta fotoğrafın orijinalliğini yitirerek, orijinal olmayan ile yer değiştireceğini ve yeni medyaya dayalı pazarın fotoğrafa yönelik sınırlı sunumu ile izleyiciye orijinalliği olmayan kısıtlı kaynaklar sunacağı yaklaşımı.

Post-Fotografik çağ kavramının erken kullanımlarına 1991 yılında Photovideo adlı çalışmada ve 1992 yılında William Mitchell'in The Re-configured Eye adlı kitabının alt başlığı olan "Post-Fotografik Çağda Görsel Gerçeklik" başlığında rastlamamız mümkündür. Mitchell, sayısal görüntüleme teknolojisinin ortaya çıkışının, sosyal ve kültürel deneyimlerin yeni biçimlerinin ortaya

---

<sup>37</sup>Çaplı, Bülent, Yayıncılığın Sayısallaşması Belirsizlikler, İmge, Yayıncılık, Ankara, 2001, 79-92 s.

çıkışmasının neden olan özü sağlayan, yeni teknolojinin hızla kristalize olması şeklinde tanımlanabileceğini dile getirmektedir.<sup>38</sup>

1990'lı yıllar ve sonrası bilgisayarlar uygulamalarının etkin ve yaygın bir biçimde görüntü üretme süreci içerisine gireceğidir. Ayrıca bunun 1830'larda fotoğrafın doğuşu kadar önemli bir tarihsel gelişme olduğunu vurgulamaktadır. Mitchell'in tanımladığı Post-Fotografik çağ olumlu bir yaklaşım içermektedir. Onun bunu devrimci bir süreç olarak nitelendirmesinden de gözlemlememiz mümkündür. Fotoğraf, sayısallaşma ile 1830'larda keşfedilen geleneksel fotoğraftan daha yaygın ve etkin kullanım alanı bulacaktır. Bunun karşısında sanat tarihçisi Jonathan Crary Post-Fotografik çağ kavramına daha dramatik bir yaklaşım getirmektedir. Crary bilgisayar grafik tekniklerinin hızla gelişmesi ile doğanın dönüştürülmesi sürecinin ortaçağdan Rönesans bakış açısına geçişten daha çok bu yeni çağın ortaya çıkışında bulunduğunu dile getirmektedir.<sup>39</sup> Post-fotografik çağa geçiş farklı bir yorum getiren Arthur Kroker süreci sosyoekonomik boyutta, Sygma ve Gamma gibi fotoğraf ajanslarının ardından Bettmann gibi büyük ölçekli fotoğraf arşivlerinin Microsoft firması tarafından satın alınması ile ilişkilendirmektedir.<sup>40</sup>

Bu satın alma işlemi Corbis firması tarafından yapılmaktadır. Corbis firmasının sahibi ise bilindik bir isim, Bill Gates'tir. 15 Nisan 2001'de New York Times'ta yayınlanan bir haberden yola çıkmaktadır. Corbis'in tüm sayısal yayın haklarını satın aldığı Bettman arşivi on yedi milyon fotoğraftan oluşmaktadır. Bir ilginç nokta da fotoğrafların orijinal kopyalarının deprem, yangın, fırtına vb. gibi her türlü dış etkenden korunması için Pittsburgh yakınlarında depoya dönüştürülen bir kireç taşı maden ocağında saklanacağı belirtilmektedir. Corbis'in on yedi milyon fotoğraftan yalnızca %2'lik bir kısmı olan 225.000 adedini sayısallaştırdığı söylenmektedir. 20.yy'nin fotoğraf görüntüsünün egemenliği ile geçildiğini, 21.yy ise aynı görüntünün ışık hızıyla sayısallaşma içerisinde yok olduğuna tanıklık ettiğimizi söylemektedir.<sup>41</sup>

<sup>38</sup>Latzer, Michael, Multimedia-Potentials and Change from an Economic Perspective, London, 1997, 89-106 s.

<sup>39</sup>Crary, Jonathan, Techniques of The Observer, Cambridge, MIT Press, 1993. 43 s.

<sup>40</sup><http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=331>

<sup>41</sup>Kroker, Arthur, The Death of Analog / The Power of Analog, www.ctheory.net, 2002.

Bu örnekte Analog görüntünün sayısallaşması, onunla birlikte geleneksel fotoğraf araçları olan, baskılar ,negatifler ve fotoğrafçının görüntüyü oluşturmak için kullandığı her türlü araç ile görüntünün kendisinin de ortadan kalkmasına yol açmıştır. Kroker, Corbis'in fotoğraf arşivini gömmesinin altında bir takım önemli ve ciddiye alınması gereken sosyoekonomik endişenin yattığını söylemektedir.

- Sayısal olarak oluşan geleceğin fotoğraf arşivlerinde, tekelleşmeye dayalı kapitalizmin kıt kaynaklı pazar oluşturma endişesi.
- Fotoğraf tarihinin kendisini ortadan kaldırma endişesi.
- Kültürün yerine koyma endişesi, asıl fotografik yapıtların oluşturduğu arşivlerin yerine, onların kodlanmış, sayısal temsillerinin konulması.

Kroker'in bakış açısıyla sayısal fotoğrafın ortaya koyduğu post-fotografik çağ, artık nostaljik bir gelişmeyi de işaret etmektedir. Ona göre analog fotoğraf görüntüsünün gömülmesi ile, fotoğrafın nesnel varlığının da ortadan kalkacağına eğritilemesini oluşturduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda oluşturulan sayısal görüntüler orijinal fotoğrafın kendisinden çok, onun sayısal simülasyonları haline dönüşmektedir.<sup>42</sup>

Jean Baudrillard'ın vurguladığı anlamda simülasyon ya da hiper gerçeklik kavramı, bir köken ya da gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığı ile türetilmesi şeklinde açıklanmaktadır. Yine Baudrillard görüntünün simülasyona dönüşmesini üç aşamada vurgulamaktadır. İlk aşama derin bir gerçekliğin yansıması olan görüntü ve bu aşama ona göre olumludur, olumsuz olan ikinci aşama derin bir gerçekliği değiştiren ve gizleyen görüntü, üçüncü aşama ise derin bir gerçekliğin yokluğunu gizleyen görüntü, üçüncü aşamanın ardından gelen süreç ise gerçekliğin hiçbir çeşidi ile ilişkisi bulunmayan yani kendinin saf simulakrı olarak görüntüden oluşmaktadır.<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup>Yaykın, Murat; Sanat, Teknoloji, Bilim Ve Fotoğraf; Kalkedon , yayınları, İstanbul, 2010,34 s.

<sup>43</sup>Baudrillard, Jean,Simülakrlar ve Simülasyon,Çev: Oğuz Adanır. İzmir, Dokuz Eylül Yayınları, 2010,20 s.



## 2.4. Sayısal Medyada Ajanslar

Sayısallaşan dünyada kapitalizmin yeni adresi olan internet üstünden de hâkimiyetleri azımsanmayacak ölçüde artmıştır. Bunun yanında gelişen teknolojiler sayesinde aşama kaydeden fotoğraf sektöründe değişime maruz kalmış ve uyum göstermek zorunda kalmıştır. Birçok ajans analog fotoğraflardan vaz geçip dijital fotoğraf anlayışına geçmiş, bu durum ajansları internet aracılığıyla varlıklarını devam ettirmek zorunda kalmıştır bu durum kaçınılmaz olarak ajans fotoğrafçıları ya da kendi arşiv fotoğraflarını oluşturan freelance fotoğrafçıları kendi yaratıcı rollerini ve mesleki ilişkilerini yeniden gözden geçirmeye zorlamıştır. Teknolojik değişimler, editoryal fotoğrafçıların görüntülerini nasıl yayınlayacakları sorusunu da beraberinde getirmiştir.

Alan Carey, Yeni Teknolojiler, Ajanslar ve Fotoğrafçılar için yeni roller yaratıyor adlı makalesinde ortaya çıkan iki endüstri gücünün bu değişimi mobilize ettiğini söylemektedir.

- Görüntü üretmede, depolamada ve dağıtımında sayısal teknolojinin etkisi;
- Medya imparatorluklarının, mülkiyete dayalı birleşmeleri.

Bu iki gelişmenin ışığında, freelance fotoğrafçıların oluşturdukları küçük birliklerin ya da daha büyük ajansların geleneksel yöntemlerle pazara açılması ve alıcıya ulaşmasının önü, hızlı olan sayısal teknoloji ve sayısallaşma ile daha ucuz bir Pazar öneren yeni medya ortaklıkları ile kesilmiştir. Buna karşın, Carey, sayısallaşmaya daha pozitif bir yaklaşımla, sayısallaşmanın freelance fotoğrafçılar için pazarda büyük ve iyi örgütlenmiş ajanslar ile eşit şartlara sahip olabileceğini söylemektedir. Bu iyi niyetli söylemin altında internetin evrensel ya da kitlesel erişimi ile, fotoğrafçıların kendi ürünleri ile pazara açılması ve büyük kurumlar ile yarışabilecekleri yatmaktadır. Bu yaklaşım, Geleneksel olarak örgütlenmiş ajansların karşısına, fotoğrafçıların kendi internet sitelerinden ya da küçük sayısal ortaklıklar ile fotoğraf dağıtımlarını yapabilecekleri yeni bir pazarı koymaktadır. Bu bağlamda,

İnternet üzerinden kişisel-fotoğraf yayıncılığının temel problem ise, teoride potansiyel online müşteriye herkesin eşit düzeyde erişebileceği varsayımdır.

İnternet üzerinde arama motorları yolu ile fotoğraf ve arşiv ile ilgili anahtar sözcüklerle yapılacak olan bir araştırma, içerisinde bireysel arşivleri ve fotoğrafçıları ya da bir kaç başlıca fotoğraf ajansını içine alan geniş bir seçenekler listesi ortaya koyacaktır. Eşit düzeyde erişim varsayımının pratikte yaşadığı problem bu noktada karşımıza çıkmaktadır. Çözümlerden biri, bireysel girişimlerin yerin Getty Images ya da Corbis gibi iyi organize edilmiş sayısal görüntü bankalarını oluşturmaktır. Dia banklar geniş veri tabanları ve ucuz ürünler ile yeni bir pazarın oluşmasına öncülük etmişlerdir.

Sayısal medyanın özellikle de internetin gelişmesi ile ortaya çıkan, yeni mülkiyet ve üretim ilişkileri sadece bireysel fotoğrafçıları değil, ajansların da örgütlenmelerindeki geleneksel yöntemlerin terk edilmesine neden olmuştur. Hem büro bazında, hem de doğrudan fotoğraf üretiminde olan ajansların varlık nedenleri sadece internet üzerinde ajansların işlevlerini yerine getiren birçok sayısal görüntü bankasının kurulması ile tartışılmaya başlanmıştır. Sayısal görüntü bankaları, sayısal fotoğraf kullanımının yaygınlaşmasına yol açan kimi zaman tecimsel ya da yarı-tecimsel, kimi zamansa hobiye yönelik amatör girişimler olarak karşımıza çıkmaktadırlar. 2000 yılında görüntü bankası olarak faaliyet gösteren 70'den fazla şirket olduğu gözlemlenmektedir.<sup>44</sup>Bunlardan en bilineni ABD merkezli, yöneticiliğini Microsoft yazılım şirketinin de sahibi olan Bill Gates'in üstlendiği Corbis adlı firmadır. Firma İnternet üzerinde, profesyonel ve kişisel kullanım başlıkları altında fotoğraf arşivine ulaşım olanağı sağlamaktadır. Şirket hakkındaki bilgilerde; Corbis Firmasının sayısal çağda fotoğraf ve güzel sanatlar için eksiksiz bir yol çizdiği iddia edilmektedir. Ayrıca firma üç bine yakın yaratıcı kaynaktan dünyanın en büyük görsel arşivini oluşturduklarını, veri tabanında bulunan altmış beş milyon imgenin 2.1 milyonuna İnternet yoluyla çeşitli başlıklar altında ulaşılabilceğini dile getirmektedir. Bu görüntü arşivi büyük ölçüde tecimsel amaçla, çeşitli uygulama alanları için kullanıma hazır fotoğraf kaynağını oluşturmaktadır.

---

<sup>44</sup>Freeman, Laure, How great thou art;E-tailers lavish millions on marketing the masters and wunderkinds, Advertising,2000, 74s.

Görüntü bankalarının pek çoğunda telif hakkı ücretsiz olan fotoğraflara ya da diğer görüntülere rastlamamız mümkündür. Bu tür fotoğraflar daha çok İnternet üzerinde kullanıma uygun olarak, tecimsel amaçla kullanılan görüntülere kıyasla daha düşük görüntü kalitesinde veri tabanı üzerinde yer almaktadırlar. Bu tür görüntüler, genellikle üzerinde telif hakkı bulunmayan, telif hakkı zaman aşımına uğramış ya da yaratıcısı tarafından her türlü kullanım hakkı yayıncı kuruluşa bırakılmış görüntülerden oluşmaktadır.<sup>45</sup>Bu süreç ajansların geleneksel görüntü üretimi politikaları ile kıyaslandığında, görüntü kaynaklarına ulaşımında ucuz ve daha geniş olanaklar sunmuştur. Sayısal Görüntü bankaları ajanslarla kıyaslandığında, sadece yazılı basının değil sayısal ticaretin gelişmesi ile farklı medya ve bu medyanın kullanıcılarına yönelik yeni tüketim alanlarının ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik girişimlerde bulunmuşlardır. Fotoğraf ajansları da bu yeni durum karşısında kendi arşivlerini sayısallaştırarak, sayısal görüntü bankaları oluşturmuşlardır. 1999 yılında Associated Press ve Reuters onun hemen ardında 2000 yılında Magnum fotoğraf ajansı, oluşturdukları görsel veri tabanları ile yeni yapılanma içerisine girmişleridir.

Corbis Firmasının 4 Kasım 1996 tarihinde LGI isimli ağırlıklı olarak iş ve eğlence dünyası üzerinde yoğunlaşan fotoğraf ajansını satın aldığını açıklaması geleneksel anlamda fotoğraf üreten ajansların etkisini yitirmesine ilk örneği oluşturur. Bu süreç sadece LGI firması ile sona ermez 1999 yılında dünyanın en büyük haber ajanslarından biri olan Sygma'nın satın alınmasıyla devam eder. Sygma'nın satın alınmasında sonra Bill Gates Corbis Borsası adlı uluslararası düzeyde ajans işlevi görececek bir yan kuruluşun açıldığını açıklar. Sekiz ülkede Corbis Borsası adıyla doğrudan ve Türkiye'nin de dahil olduğu 25 ülkede temsilcilikler yolu ile faaliyet göstermektedir. Bill Gates'in fotoğraf ajanslarına yönelik girişiminin şimdilik son halkası 2 Mart 2000'de SABA fotoğraf ajansını satın alması olmuştur. Doğrudan ajansların elektronik görüntü ticaretine yönelmesine ilk örneği Associated Press ajansı gerçekleştirmiştir. Associated Press, Accuweather adlı kuruluş ile kurduğu AP/Accunet isimli site üzerinde, günde ortalama sekiz yüz fotoğrafın eklendiği sayısal görüntü bankasının, 1920'lerin başından bu yana AP tarafından kaydedilen ses kayıtlarının, AP arşivinde bulunan 7,500'den fazla taslak,

---

<sup>45</sup>Berinstein, Paula, Licensing Images for Use: The Royalty-Free Model,1998,81-82s.

harita, çizelgenin ve 700,000'e yakın AP haber metnin tam metin olarak yer aldığı veri tabanı oluşturmuştur. Bugün internet üzerinde Reuters, AFP ve Magnum gibi ajansların fotoğraflarını internet üzerinden dağıtımlarını yapan, Presslink, NewsCom, Archive Photos, Weick Photo Database ve Scripps Howard gibi siteler bulunmaktadır. PNI firması tarafından 1996'da Publisher Depot adı ile kurulan ve daha 98'de Picture Quest.com adını alacak olan site, 50'li yılların başından bu yana dünyanın en önemli fotoğraf ajanslarından Magnum ve spor alanında önemli fotoğraf ajanslarından biri olan Allsport gibi ajanlarında içinde bulunduğu 49 ajans tarafından üretilen fotoğrafların sayısal olarak dağıtımını sağlamaktadır.<sup>46</sup>

Corbis'in yanı sıra benzer amaçlar ile kurulmuş PictureQuest.com adıyla PNI firması ve Getty Image gibi İnternet üzerinde faaliyet göstermektedirler. 90'lı yılların sonlarına doğru sayısal görüntü ticaretinde, yaşanan hızlanmanın etkisiyle bu iki şirket ve benzerleri piyasa içerisinde etkili hale gelmişlerdir. Örneğin, Amerikan PNI firması 1998 yılında İngiliz kökenli CD-Rom tabanlı görüntü arşivine sahip Digital Vision isimli görüntü bankası ile birleşerek, 1998 yılı içerisinde dünyanın ikinci büyük sayısal görüntü bankası konumuna gelmiştir. 1995 yılında Mark Getty ve Jonatthan Klein adında iki bankacı tarafından kurulan Getty Images firması da 1998 yılında Seattle kökenli Photo Disc adlı sayısal görüntü arşivini satın alarak ve 2001 yılında da on milyon adet fotoğrafın yer aldığı National Geographic fotoğraf arşivinin sayısal yayın haklarını satın alarak, mevcut görüntü arşivini neredeyse Corbis arşivi ile eşit düzeye çıkarmıştır. Getty Images sadece fotoğraf değil aynı zamanda sinema filmlerinin de internet üzerinden satışına başlamıştır. Yaklaşık yetmiş milyon fotoğrafın yanı sıra otuz bin saatlik film arşivine sahiptir. 2001 yılının ilk altı ayda 63 milyon dolar zarar etmesine rağmen Getty Images, 2001 yılı sonuna doğru Pazar payını 1.8 milyar dolara yükselterek, görüntü bankaları arasında iddialı bir konuma gelmiştir. Bir karşılaştırma yapmak gerekirse dünyanın en önemli fotoğraf malzemesi üreticilerinden Eastman Kodak firmasının kurmuş Image Bank'ının ve Kodak Picture Exchange'inkırk milyon fotoğraf ve on beş bin saatlik film arşivine sahip olduğunu ve Pazar payının 820 milyon dolar olduğunu söyleyebiliriz. Getty Images'in kurucusu ve sahibi Klain ise şirketi Corbis ile

---

<sup>46</sup>Salgado, Robert J., On Line News Photo Sources, Editor & Publisher,26-29s.

karşılaştırırken, şirketin rakamlarının Corbis'ten daha güçlü olduğunu söylemektedir. Şirketin elinde bulunan dört arşivin hemen hemen tüm ürünlerinin satılmış olması da bu rakamların güçlenmesinde önemli rol oynamıştır. Getty Images ve Corbis firmalarının başarısında, dünyanın en çok kullanılan arama motorlarından ikisi olan Altavista ve Google arama motorlarında görüntü aramalarında kaynak bu iki görüntü bankasının arşivlerini kullanması etkili olmuştur. Görüntü bankaları arasındaki rekabetten doğan, arama motorları ile ilgili işbirlikleri yine Corbis şirketi tarafından gerçekleştirilmiştir. Sayısal görüntülere daha az yer ayıran, ağırlıklı belge düzenli veri tabanı Wamnet şirketi, şirketin internet sayfasındaki arama motorlarından tabanından Corbis'in imge veri tabanına ulaşabileceğini ilan etmiştir.

Yaklaşık otuz yıldır fotoğraf ajansı işlevini sürdüren SIPA ajansın 2001 yılı sonlarında zarar ettiği için firmayı Faber şirketler grubunun bir parçası olan medya grubu tarafından satın alınması sadece Bill Gates gibi yazılım şirketleri sahiplerinin değil, Faber gibi başka alanlarda faaliyet gösteren kuruluşlarında sayısal fotoğraf alanı içerisinde yer almaya başladığını göstermektedir. SIPA Press'in zarar etmesinde en önemli etken, şirketin sahibi Gökşin Sipahioğlu tarafından, dijital teknolojiye geçmeleriyle birlikte üç yıldır bir kriz yaşadıklarının açıklanmasıyla belirtilmiştir.<sup>47</sup> Fotoğraf ajanslarının satın alınması konusunda Corbis Firması örneğinin dışında bir başka örnek de Hachette firmasının Gamma fotoğraf ajansını satın almasıdır.

Elektronik görüntü kütüphaneleri aynı süreç içerisinde internet üzerinde yer almaya başlamıştır. Corbis Firması ve benzerlerinden daha az tecimsel hedefleri olan kuruluşlar tarafından gerçekleştirilen projeler, mevcut görsel arşivlerini internet üzerinden gerçekleştirilen basit aramalarla ulaşılır hale getirmeye yönelik projelere başlamışlardır. Amerikan Kongre Kütüphanesi 1999 itibari ile 19. ve 20.yy görüntülerine (bunların içerisinde cam tabanlı negatifler ve latern dialar da yer almaktadır. Dair geniş kapsamlı bir arşivi gerçekleştirmek için çalışmalara başlamıştır. Ağırlıklı olarak ABD'de olmak üzere dünyanın çeşitli üniversitelerinin fotoğraf tarihinin önemli örneklerini içeren arşivlere sahip oldukları ve bu arşivlerin

---

<sup>47</sup> Aktaş, Mefaret, Sipa Press Bay, Milliyet Pazar, 18 Eylül 2001.

büyük bir kısmının sayısallaştırılmış olduğu gözlemlenmektedir. Sayısal teknolojinin bu yeni ajanslarının yeni örgütlenme biçimleri özellikle fotoğrafın entelektüel mülkiyeti ve dağıtımını bağlamında farklılık göstermektedir. Oluşan yeni yapı incelendiğinde beş farklı sayısal dia bankası ya da sayısal ajans örgütlenmesi karşımıza çıkmaktadır.

- **Hak Sahipleri Ortaklığına Dayalı Dia Banklar:** Hak sahipleri için hareket eden ortaklık yapısıdır. Telif hakkı sahiplerinin, kazançlarını temsil eder. Sıklıkla, kullanıcı ya da enformasyon sağlayıcı için tek bir fiyat seviyesi ile standart şartlar ve koşullar grubu söz konusudur. Buna örnek olarak, internette varlığını sürdüren Magnum Ajansı ve Amerikan Medya Fotoğrafçıları (ASMP) girişimleri örnek verilebilir.
- **Komisyoncu Dia Banklar:** Lisans ücretinin, üçüncü parti haklarından yararlanan, fikri ürünün kullanımından doğan telif ücretinden belli bir oranda pay alan görüntü bankalarıdır. Buradan doğan şartlar çeşitlilik gösterebilir. Örnek olarak Uluslararası fotoğraf ağı (PNI), Kodak Fotoğraf değişimi (KPX) örnek gösterilebilir.
- **Yeniden Hak Satan(Üreten) Dia Banklar:** Bir üçüncü parti, fotoğrafların tüm haklarını alır, daha sonra onları asıl hak sahibine sormadan yeniden satar. Bu örnekte, Corbis Media ve Getty Images gibi dia bankası örnekleri yer almaktadır.
- **Konsorsiyum Dia Banklar :** Ortaklık organizasyonları şeklinde işleyen, A.B.D.’de kurulan Araştırma Kütüphaneleri Grubu (RLG) gibi, karşılıklı kazanç için bilgi ve görüntü değişimini onaylayan dia bankalarıdır.
- **Yer Gösterici Hizmeti Veren Dia Banklar:** Talepleri doğrudan entelektüel mülkiyet sahiplerine ileten, kazanç amaçlı kurulmamış, hak sahibi ve alıcı arasında sadece yer gösterici işlevi gören ve aralarındaki pazarlığa karışmayan, kısaca referans gösteren dia bankalarıdır. Örneğin Academic Press tarafından kurulması planlanan Görüntü Dizini (ID) hizmeti.

Geleneksel anlamda görüntü üretim ve dağıtım ilişkileri içerisinde olan ajansların ulaşamayacağı boyutta, fotoğraf trafiğine yol açan görüntü bankaları, ajansların Pazar içerisindeki etkinliğini küçültürken, ajanslar görüntü bankaları ile

benzer dağıtım yöntemlerini kullanmak zorunda kalmışlardır. Sygma ve Gamma gibi Microsoft, Sipa gibi Faber mülkiyetine geçen ajansları bir tarafa koyarsak, Magnum Ajansı gibi varlığını sürdüren ajansların, aynı Pazar yöntemlerini kullandığını gözlemleyebiliriz. Ajansın, Corbis benzeri dağıtım stratejisi, internet üzerinden tüm ürünlerin (fotoğrafların) görünebileceği, fotoğrafların altında yer alan hiper bağlantılar-ücretler ile ürünlerin sanal alışveriş sepetlerine konulabileceği, sadece basılı medyayı hedef almayan, ev kullanıcılarına da yönelik yeni bir pazarın oluştuğu dağıtım biçimlerine başvurdukları gözlemlenmektedir. AP ise Accunet ortaklığının yanı sıra, 1995 yılında kurduğu multimedya bürosu aracılığı ile The Wire adı verilen sistem ile ajansa üye olan web sitelerine, ses, hareketli görüntü ve fotoğraf aktarımına başlamıştır. Üyelik ya da ajans ortaklığı gerektirmeyen AP Wideworld isimli dia bankaları benzeri ikinci bir örgütlenme ile fotoğraf satışı gerçekleştirmektedir.<sup>48</sup>

## 2.5. Medyada Bellek Oluşturma

Görüntü oluşumunun insan bilincinde bu kadar nesnel göstergesi haline gelmesi toplumsal bilinç oluşumunda etkin rol oynayan medyanın etkin bir biçimde rol aldığı göz önünde ve aşikar bir şekilde ortadır. Tarihsel süreçte bu durum yani fotoğraflar aracılığıyla toplumsal olayları gözler önüne seren bir yapısı ve misyonu vardır.

Belgesel fotoğraf, yaşanan tarihin toplumsal belleğini oluşturur. Aynı zamanda kişisel tarihimizin de belgesi niteliğindedir. Fakat kapitalist kültürün yapısı gereği, bellek yitimi ve tarihsel bilincin körelmesinin çılginca temposu olağanca hızıyla devam etmektedir. Hızla unutturmaya dayalı televizyon politikaları ve kamu alanının giderek daha çok anlık eğlence kanallarıyla ifade bulması toplum yapısını şekillendirmektedir.

---

<sup>48</sup>Hepdinçler, Tolga, Fotoğraf Ajansları Ekseninde 1950’li Yıllardan Günümüze, Dönüşen Fotoğraf Üretimi, Dağıtımı ve Mülkiyet İlişkileri. 17 s.

Medya ürünlerinin hem kodlama süreçlerinin ana malzemesini oluşturduğu hem de kavramsallaştırma aracılığıyla bu malzemenin niteliğini belirlediği düşünülebilir. Özellikle günümüzde birincil toplumsallıkların yerini medya aracılığıyla üretilmiş ikincil ilişkilere bıraktığı düşünüldüğünde kolektif hafıza için temel malzemeyi kitle iletişim araçlarının oluşturduğu ileri sürülebilir. Günümüzde, görsel ve dijital medyanın yükselişine karşın, etkinliğini hala sürdüren en önemli kitle iletişim araçlarından biri gazetedir. Gazetenin, gelecek kuşaklar için “belge” niteliği taşıması, gelecekteki “geçmiş”i şimdi inşa edişi, işlevinin önemini kavramaya yardım edebilir. Yaygın bir deyişe göre “gazeteci, tarihin ilk taslağını yazar.”<sup>49</sup> Gazeteci; gelecekte tarih yazacak olanlara belge niteliğinde ürünler bırakır ve güncel sosyo-politik olayların ele alınış biçimini belirleyerek, şimdi içinden geleceği betimler. Bu anlamda ‘anlatı’ formunu tarih yazımı için işlevselleştiren ana kaynaklardan biridir. Kamusal meselelerin ele alınışında bir otorite olarak vardır ve güncel gerçekliğin ana inşacılarından biri olarak aslında gelecekte yazılacak geçmiş bilgisi için de otorite niteliğini devam ettirir.<sup>50</sup>

Medyanın hatırlamanın çerçevesini çizmesi ve anlık hafızayı oluşturma başarısı, sahip olduğu teknolojik avantajların ve diğer hafıza kuruculara karşı ne kadar uzak ve izole olursa olsun her tür sosyal ve beşeri alana sızma başarısıdır. Özellikle televizyon, günümüzde en önemli hafıza yeri ve hafıza kurucu haline gelmiştir.<sup>51</sup> Televizyon ve diğer kitle iletişim araçları, devlet eliyle belirlenmiş, topluluğu kurucu sembolik olay ve ulus-kurucu mit ve ritüelleri, döngüsel olarak tekrar etmek suretiyle ulusal topluluğa aynı anlam dünyası ve kodlar içinde kendini ‘hayal etme’ imkânı sağlar. Ulus-devletler çağında, merkezi gelenek baskınken küreselleşme çağında elektronik medya benzer bir işleve sahiptir.<sup>52</sup>

---

<sup>49</sup>Edy,Jill,A.Journalistic Uses of Collective Memory,2006,71-85 s.

<sup>50</sup>Zelizer,Barbie;”Why memory’s work on journalism does not reflect journalism’s work on memory?”;Memory Studies.2008.79-87s.

<sup>51</sup>Peri,Yoram.“The Media and Collective Memory of Yitzhak Rabin’s Remembrance.”Journal of Communication, 1999.106-124s.

<sup>52</sup>Sancar,Mithat “Geçmişle Hesaplaşma, Unutma Kültüründen Hatırlama Kültürüne” İletişim Yayınları,İstanbul,2007.124 s.



Yine de medya tüketicisini medya ürünlerine maruz kalan edilgen bir kitle olarak düşünmek yanıltıcı olacaktır. Kitle iletişim aracı kolektifleştikçe bu izleyici grubunun kolektif hafızasını yansıtma oranı azalacaktır. Genelde belli bir kitabın okuyucuları ya da bir televizyon programının izleyicileri birbirine bağlı ve uyumlu yorumlayıcı bir topluluk oluşturamazlar çünkü aynı medya metni farklı amaçlar için kullanılmaktadır.<sup>53</sup>

Toplumun siyasal kültürü sonucu geçmiş temsilleri hegemonik, özgürleşmiş ya da polemiksel olabilir. Geçmişin tartışılma ve gündeme gelme biçimlerini bu noktada çoğunlukla medya belirler. Otoriter ve totaliter rejimlerin baskısı altındaki medya, tek sesli bir toplum ve gerçekliğin tek yönlü bir yorumunu sunmakla yükümlü kılınır. Bu noktada iktidarın tanzim ettiği ve dayattığı bir geçmiş algısını medya sadece yansıtır ve yeniden inşa eder. Buradaki geçmiş temsilleri hegemoniktir. Çoğulculuğun ve çoksesliliğin hâkim olduğu toplumlar ise fragmanterdir ve farklı katmanlarda farklı geçmiş temsillerine rastlama olasılığı vardır. Burada geçmiş temsilleri özgürleşmiştir. Hegemonik bir tek doğrudan söz etmek olanaksızdır. Bu aynı zamanda geçmiş temsillerinin polemiksel olduğu anlamına da gelir; zira farklı gruplar arasında çatışan temsiller vardır. Medyanın buradaki rolü ise bu dinamik tartışma ve yeniden inşa sürecine dâhil olmak, farklı seslere alan açmak ve nihai sözü söylememeye dikkat etmektir.<sup>54</sup>

Toplumsal bilincin hızlı ve aktif dinamik tutarak yaşadığı çağın toplumsal bilincini oluşturan fotoğraf, televizyon ve gazete gibi önemli bir yapıların interaktif bir yapıyla sunulması sonucu oluşturulan görüntü bombardımanları sonucunda ortaya çıkması kaçınılmaz olan duyguyu yani yabancılaşmayı ortaya çıkarır. Baurillard, günümüzde nesnelere sadece görüntüde var olan, varlıkları hissedilmeyen bir hale getirildiğinden yakınıyor. Böylelikle görselleşmeyi dünyanın dolaysız algılanmasını imkânsız kıldığından bahsediyor. Jameson görselliğin arkasındaki fikri düşünmemizi engelleyici bir özellik taşıdığını savunuyor ve görsel olanı pornografik buluyor.<sup>55</sup>

<sup>53</sup><http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/0018-2656.00198/abstract>

<sup>54</sup>ilef.ankara.edu.trkigorseldosya1306411995ki\_03.pdf (medya ve toplumsal hafıza) 17 s.

<sup>55</sup>Yaygın, Murat; Fotoğraf İdeolojisi, "Algıda Gerçeğin Bozumu" Kalkedon yayınları, İstanbul, 2010, 27s.

## 2.6. Gerçeğin Yer Değişimi



**Fot.3:Thomas Ruff,“İkiz Kuleler”,2006**

Günümüz dijital çağın içinde bulunduğu durumu en iyi şekilde tanımlayan Jean Baudrillard olmuştur. Simülasyon ve Simülakr kavramlarıyla açıklamak, girilen zaman içindeki, sayısallaşan medya ve sanatın algıdaki bozumunu en iyi şekilde açıklamıştır.

Simülakr'ın anlamı, bir gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünüm. Orijinali, gerçeği, ilk örneği olamayan kendisi zaten kopya olan bir şeyin kopyasını anlatan terim.

- Simüle etmek; gerçek olmayan bir şeyi gerçekmiş gibi sunmak, göstermeye çalışmak.
- Simülasyon: Bir araç, makine, bir sistem, bir olguya özgü işleyiş biçimini inceleme, gösterilme ya da açıklanma amacıyla bir maket ya da bir bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesi.<sup>56</sup>

<sup>56</sup>Baudrillard, Jean, Simülakrlar ve Simülasyon,Çev: Oğuz Adanır. Dokuz Eylül Yayınları, İzmir,2010,

Simülasyon ise“Gerçeğe ait tüm göstergeleri ele geçirmiş ve gerçeğin yerine geçmiş sahte” olarak niteler. Simülasyon,“gerçek”in bir benzeri olmadığı gibi gerçek'miş gibi yapan bir hali de değildir. Simülasyon nasıl ve ne zaman olduğu bilinmeyen bir şekilde sinsice “gerçek”i yok edip yerine geçmiş olan onun bir hipergerçeğidir. -Miş gibi yapmak, bir şeyin gerçekte olduğu şey olmadığını anlatmaktır. Bunun için de –miş gibi olanı gerçek'e bakarak ayırt edebilme şansına sahibizdir. Oysa simülasyon hakiki ile sahte, gerçek ile imge arasındaki farkı ortadan kaldırmıştır. -Miş gibi olanı gerçeğe karşı test etmemiz ya da hangisinin gerçek hangisinin simülasyon olduğunu bilmemiz mümkün değildir. Bir simülasyonla karşı karşıya olduğumuzda böyle bir araçtan yoksun durumdayız demektir. Çünkü artık ortada iki ayrı şey, hakiki ve sahte yoktur. Karşımızda tek bir şey vardır: O da sahte bir gerçeklik olan Simülasyon'dur.

Günümüzde gerçek artık minyatürleşmiş hücreler, matrisler, bellekler vekomut modelleri tarafından üretilmektedir. Bu sayede gerçeğin sonsuz sayıda yeniden üretimimümkün olmaktadır. Bundan böyle rasyonel bir gerçeğe ihtiyacımız olmayacaktır, zira gerçekideal ya da negatif süreçlerle basa çıkabilecek bir durumda değildir. Artık işlemsel birgerçeklik vardır. Aslında gerçek bu değildir çünkü onu sarıp sarmalayan bir düşselliktenyoksundur. Bu atmosferden yoksun bir hiperuzamda kombinatuvar modellere benzeyensentetik bir şekilde üretilmiş gerçek diğer adıyla hiper gerçektir.<sup>57</sup>

Gerçek ya da hakikate özgü perspektifle bir ilişkimizin kalmadığını gösteren bu farklı bir uzama geçiş olayıyla birlikte tüm gönderen sistemlerinin tasfiye edildiği bir simülasyon çağına girilmiştir. Burada bir taklit suret ya da parodiden değil aslı yerine göstergeleri konulmuş bir gerçek bir başka deyişle her türlü gerçek süreç yerine işlemsel ikizini koyan bir caydırma olayından söz ediyoruz. Gerçeğin tüm göstergelerine sahip gerçeğin tüm aşamalarına kısa devre yaptıran kusursuz, programlanabilen göstergeleri kanserli hücreler gibi çoğaltarak dört bir yana savuran bir makineden. Bundan böyle her türlü düşsel ve gerçek ayırımından yoksun, yalnızca

---

<sup>57</sup><http://web.deu.edu.tr/sinemasal/Sayi2/simulasyon.htm>

aynı yörünge çevresinde dolanan modellere dayalı ve farklılık simülasyonu üretiminden ibaret bir hiper gerçekten söz edebiliriz.<sup>58</sup>

Bir şeyin gerçek'ten daha gerçek olduğu bir durumdan söz ettiğimiz zaman, demek ki biz artık hayâl, imge, illüzyon gibi düşgücüne ait hiçbir şeyden sözetmeyeceğiz demektir. Bu durumda yalnızca gerçek ve onun aşkın biçimi olan hipergerçek olan söz konusudur ki, o zaman diyor Baudrillard, simülasyon evreninde şeyler artık eski bilinen tanımlarını ve anlamlarını yitirmiş, içeriğinden arındırılmış içi boş saf bir biçime dönüşmüştür. Herşeyin hipergerçek boyutunda olduğu bir ortamda gerçek çok daha gerçek olma uğruna kendini feda etmiştir ve artık hiçbir şey ifade etmemektedir.

Söz konusu yapıda o an'a dek gözlenen dışa yönelik büyüme, yayılma biçimindeki gelişme son bulmuş, son hızla kendi etrafında dönme ve kısır döngü sürecine girilmiştir ki Baudrillard tüm maddelere özgü bir özellik olarak nitelediği simülasyonun bu aşamasını “kendinden geçme” (extase), “tepkisizlik” olarak nitelendirmektedir. Bu noktadan sonra artık her şey tersine dönmüştür. Gelişme ve büyümenin tüm yasa ve kuralları işlevini ve anlamını yitirmiştir. Ama herşey eskiden olduğu gibi sürüyor gibidir. Büyüme durmasına rağmen, büyümenin olduğu zamanlardaki yasalar varlığını sürdürmektedir; bu da Baudrillard'ın gelişmenin ölümcül biçimi diye nitelendirdiği, mevcut yapıda belirli sınırlar içinde, içe dönük, kanserli hücrenin (metastaz) bölünerek artmasına benzeyen ölümcül bir büyümeye, şişkoleşmeye neden olmaktadır. Sistemin içten içe çökmesine neden olan bu aşkınlık, uzmanlık bu tür sistemlerin tek yok oluş biçimidir. Bolluk, doygunluk, anormal gelişmenin neden olduğu simülasyona yönelik yok oluş biçimi işte budur.

Baudrillard'a göre sanat minimal olmaya, maddesizleşmeye zorlanarak, son bir yüzyıldır yok oluşunu oynamaktadır. Oysa tüm bunlar olurken diğer yandan da her türlü içerikten arınmış saf bir biçim olarak estetik, tüm yaşam alanlarına aktarılarak maddeleşmektedir. Simülasyon evreninde, tüm yok olan biçimler gibi

---

<sup>58</sup>Baudrillard, Jean, Simülakrlar ve Simülasyon, Çev: Oğuz Adanır. Dokuz Eylül Yayınları, İzmir, 2010, 15 s.

sanat da bilinen biçimleri yok olurken, estetik Baudrillard'ın dediği gibi uçsuz bucaksız yapay bir müzede ve zincirleri boşanmış reklamcılıkta varlığını sürdürecektir. Baudrillard'a göre sanat ilk krizini gecen yüz yılın ortalarında sanayi nesnesi “salt eşya” karşısında yaşanmıştır. Sanayi makinelerinde sonsuz sayıda üretilebilmesi nedeniyle ilk kez “kullanım” ve “değişim” değerleri dışında yeni bir değer, “gösterge” değeri kazanan “eşya” böylece büyüleyici, şaşırtıcı ve şok edici bir nitelik kazanmıştır. Sanayi nesnesinin sahip olduğu bu yeni değer, yani “gösterge” değeri ona bir “aura” kazandırmıştır. Oysa insanoğlu binlerce yıl büyülenme, bakma, seyretme, arınma gibi psiko-fizyolojik etkileşimleri ve ritüelleri sanat yapıtları karşısında yaşanmıştır. Bu durumda yeni sanayi nesnesi sanat yapıtının en önemli özelliği olan “gösterge” değerini eline geçirmiştir. Bu da sanatın yokoluşu demektir. Baudrillard, bu kritik ortamda sanatçılar sanayi nesnesi yadsımak yerine tam tersini yaparak, sanayi nesnesinin taşıdığı gücül enerjileri, şaşırtma, şok etme, ayartma, gibi nitelikleri sanat yapıtına taşımışlardır. Sanat ve estetik'e ait her türlü kural ve biçimin yadsındığı, sanatçı izlenimlerinin, soyutlamalarının dünya görüşlerinin özgürce dışa vurulduğu bu dönemde sanat yapıtları, sanayi nesnelere gibi sergilenmeye başlanmıştır.<sup>59</sup>

Sanatçılar sanatsal yaratımdan çok, büyük tartışma ve sansasyonların yaratıcısı olma gibi yeni bir “yaratı” biçimi keşfedeceklerde ki, sanatçılar yaşam biçimi, sıradışılığı, marjinalliği ile bir fenomen olarak alternatif yaşamların yaratıcısı olarak geniş kitlelerin ilgi odağı olmayı, onları büyülemeyi, başaracaklardır. Ancak sanatçı yaratıcılığı, sanat yapıtından daha çok “kendini sunuş” biçiminin orjinalliği için harcanır hale gelmiştir. Yani sanatçı ürettiklerinden çok, kendisiyle kendisini üretmesiyle var olabiliyordu. Fotoğraf, sinema ve televizyon sanatçınının bu yeni oluş biçimine hizmet edip sanatçıların oyuncuların, müzisyenlerin, dansçıların aynı sanayi nesnesi gibi, birer ticari nesne halinde sunulmalarına hizmet etmişlerdir. Sanatçı ve sanat yapıtı ticari piyasanın maddi kurallarını keşfetmiştir. Ticari nesneden hiçbir farkları kalmamıştır. Sanat, büyük paralarla alınıp satılabilmeyen ötesinde, kendisi bizzat bir sanayi haline gelmiştir.

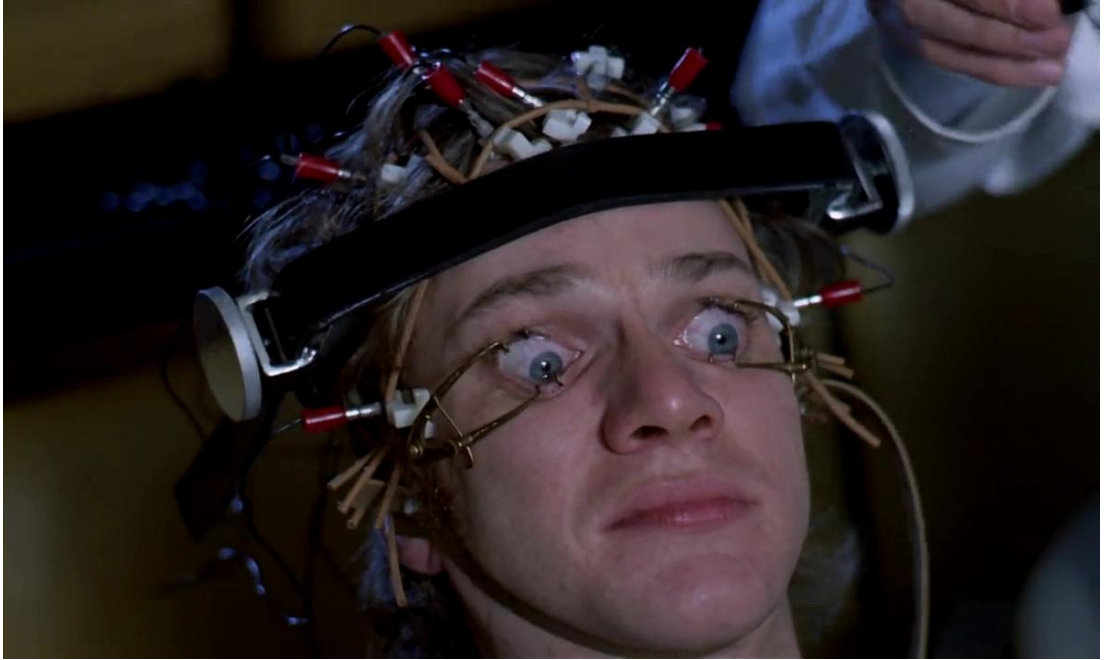
---

<sup>59</sup><http://web.deu.edu.tr/sinemasal/Sayi2/simulasyon.htm>

Batıda sanat bir zamanlar olduğu gibi ne bir meydan okuma, ne bir illüzyon sunma, ne bir başkaldırı, ne bir serüven ne de bir yanılısama yaratma misyonuyla yükümlüdür. O tek değer ölçüsünün para olduğu devasa boyutlardaki eğlence ve gösteri sanayiinin tüm dünyaya pazarlanan bir tüketim nesnesinden başka bir şey değildir.<sup>60</sup> Bu sanayi gerçeğın bozumunu, insanların duygularını köreltmek için oluşturulmuş sistemli bir yapıda çalışmaktadır.

## 2.6. Görüntü Bombardmanı

Çağımızda televizyon ve internet kültürünün giderek yaygınlaşması sonucu ortaya çıkan görüntülere insan beynini algılama sürecinin dışına çıkmıştır. Bunun sonucu gerçeklik kavramından kopuk bir algıla süreci içine girilmiştir. Evde oturulup izlenen savaş görüntüleri, internet ortamında paylaşılan pornografik görüntüler içeren katliam videoları, fotoğrafların yoğun bir şekilde nüfus etmesi sonucunda, bize iletilen araçlar sayesinde meşrulaşan görüntüler sonucu izlenen şeylerin duygudan uzaklaştırdığı aşikâr bir şekilde ortadadır.



**Fot.4:Stanley Kubrick,“Otomatik Portakal”,1971**

<sup>60</sup><http://web.deu.edu.tr/sinemasal/Sayi2/simulasyon.htm>

Şiddet içeren görüntülerin dışında yaygınlaşan, sosyal paylaşım siteleri aracılığıyla oluşturulan anı fotoğrafları yoğun bir şekilde bilgisayarlara yüklenip internet ortamına aktarılması sonucu oluşan özel hayatlara fazlasıyla dahil olma durumunu ortaya çıkarmıştır. Bu simülatif bir aktiflik var olan fotoğrafın kimlik oluşunda çıkıp dayatılan ve sürekli aktif olan görüntüler yığını haline gelmiştir.

Teknolojinin bizde uyandırdığı hayranlığı duyguyu gelişmişliğin nesnesi olarak sayıyoruz. Bu gün evlerimizde savaş alanından gelen görüntüleri izleyerek acı çekme duygusundan, yanık ve ölüm kokusundan uzak, ilerlemeci olduğunu teknolojilere hayranlığımızı dile getiriyoruz. Bombalanmaktan son anda kurtulan Iraklı bir araç General Schwarzkopf dünya medyasına ağır çekim görüntüleri tekrar tekrar göstererek “şimdi size bugün Irak’taki en şanslı adamı göstereceğim,” diyen görüntüleri izliyoruz. Ekranda izlediklerimizin bilgisayar oyunu olduğu yanılgısına düşüyor bir savaş olduğunu unutuyoruz.

Susan Sontag’ın dediği gibi hepimiz birer röntgenci konumuna düşüren görüntülerden bahsediyorum. Bu ağır çekim görüntüleri ‘teknolojik üstünlüğü’ bir kez daha geri kalmış ülke insanlarına gösteriyor. ” Sizler zavallısınız, bu güç karşısında ne yapabilirsiniz ki,” dercesine insanlığımızla dalga geçiyorlar. Savaşın gerçekliğine karşı sağırız. Yapabildiğimiz ‘Facebook’tan savaşa karşı imza kampanyalarına katılmak. Post-modernizm ise entelektüel bir söylemle, propaganda ve yanıltıcı bilgilerle savaşın seyircisi olan bizleri gerçeklikten uzaklaştırmıştır. Savaşın görsel imajları video oyunlarına benzeyen bir bilgisayar simülasyonu gibi veriliyor. Gerçekliğin yerine ekran geçmiş, Baudrillard’ın deyişiyle ‘sanal savaş’ yaratılmıştı. Kevin Robins ise savaşa video-oyunu muamelesi yapmanın imajı/ fotoğrafı belgesel niteliğinden soyutlamak anlamına geldiğini söylüyordu.<sup>61</sup> İletişimin anormal boyutlara ulaşan görüntüsü, iletişim araçları ve haber bombardımanının toplumsal yapıyı bozmalarını engelleyememektedir.

Yaygın medya tarafından bilinçli bir biçimde toplumun beynine sıklıkla enjekte edilen görüntüler aracılığıyla istenilen söylemler meşrulaştırılmaktadır.

---

<sup>61</sup>Yaygın, Murat, Sanat, Teknoloji, Bilim ve Fotoğraf Kalkedon yayınları, İstanbul, 2010, 18 s.

Gerek toplumsal boyutta oluşturulmuş görsel belleği etkilemek, gerekse istenen doğrultuda toplumu yönlendirmek amaçlı bilinçli bir şekilde yayınlanan görüntülerin kullanım biçimlerinde, gerçeğin manüplasyonu yapılmaktadır. Örneğin trajik olanın ya da şiddet görüntülerinin bombardımanı, bir süre sonra bu tip olayların her an karşılaşılabilecek rutin oluşumlar olarak kabul edilebilir hale getirir.

Kitle iletişim araçlarının kamu oyuna “tarafsızlık” ilkesinin dolaşımıyla aydınlatıldığı varsayılır. Böylece tanıklık etmek, haber vermek, eğlendirmek, eğitmek, bildirmek, açıklamak, etkilemek, belgelemek, hedefi olan görüntüler ekseninde, toplumsal değerlerin devamlılığını sağlamak amaçlanır. Oysa haber fotoğraflarının sunum biçimi sanıldığı kadar masum değildir. Medya, gösterilerinin istendiği kadarının sunulduğu; tanıklık sırasında sistemin ya da medya patronlarının çıkarlarını zedelemeyecek şekilde verilmesi gibi bir içeriğe sahiptir. Ayrıca iyi şeylere dair görüntülerin kötü olayların içine yayılması suretiyle topluma hedonistik bakış açısı aşılır. Yaygın medyada yer alan ve yoğun biçimde tüketilen haber fotoğraflarının okuyucunun görsel hafızasını nasıl biçimlendirdiğini, bu imajların amaçlı, kurgulanmış birer göstergeler oldukları bilinciyle, gösterilenlerin ardında gizlenenlerin de olduğunu dikkate almak gerekir.<sup>62</sup>

Haber, anlamla toplumsalı ardı arkası kesilmeyen bir tür nebulayı andıran yeniliklerle değil, bunun tam tersi sayılabilecek mutlak bir antropiye mahkûm ederek yapılmaktadır. Öyleyse iletişim araçları toplumsallaşmayı sağlamaya yönelik araçlar değil, toplumsalın kitleler içinde için kaynamasını erimesini sağlayan araçlardır. Zaten bu mikroskobik gösterge düzeyindeki uzantısından başka bir şey değildir. Bu olayı güncelliğini henüz tüm boyutlarıyla yitirmemiş olan Mc Luhan’ın “medium is massage” formülünden yola çıkarak çözümleyebiliriz. Burada anlam, anlama ait içeriklerin tümünün egemen bir iletişim aracı tarafından yutulması demektir. Olaya çıkmasını sağlayabilen tek şey iletişim araçlarıdır. İçeriklerin tutucu ya da yıkıcı olması arasında bir fark yoktur. Bu durum her türlü anti-medya, korsan radyoculuk gibi olaylar için de ciddi bir sorundur. Ancak Mc Luhan’ın bile içinden çıkamadığı daha ciddi sorunlar vardır, zira tüm içeriklerin nötralizasyonunun ötesinde, iletişim

---

<sup>62</sup>Yaygın, Murat, Sanat, Teknoloji, Bilim ve Fotoğraf Kalkedon yayınları, İstanbul, 2010, 21 s.



aracı kendi gücünden bir biçim olarak yararlanarak gerçeği dönüştürebilir. Tüm içerikler iptal edilseler bile bir biçim olarak iletişim aracının kendisi devrimci ya da yıkıcı bir kullanım değerine sahip olabilir. Yalnızca mesajın iletişim aracı içinde eriyip gitmesinden değil, aynı devrim içinde iletişim aracının kendi içinde eriyip gitmesiyle iletişim aracı ve gerçeğin de bir tür hipergerçek bir nebula içinde eriyip gitmesinden söz etmektedir.

Sonuç olarak medium is message yalnızca mesajın değil, aynı zamanda iletişim aracının da sonu demektir. Sözcüğün yazılı anlamında artık iletişim aracı diye bir şey yoktur. Özellikle elektronik kitle iletişim araçlarından söz ediyorum. Bir başka deyişle bir gerçeklikle bir diğeri gerçeğin bir konumuyla başka bir konumu arasında aracılık yapan süreç yoktur. Ne içerik ne de biçim düzeyinde. İçerik erimesi, anlam emilmesi, iletişim aracının giderek anlamsızlaşması, iletişim diyalektiğinin tamamının modele özgü kısır döngüleşmiş bir biçim içinde tamamıyla eriyip gitmesi, toplumsalın kitleler içinde için için kaynarak bir felaket duygusuna yol açması, insanın mutsuzluğa kapılmasına neden olabilir. Oysa bu saptama habere bakış biçimimizi temelinden belirleyen idealizme oranla doğrudur.<sup>63</sup>

## **2.7. Cep Telefonu Fotoğrafçılığı**

Günümüzde herkes fotoğrafçı ve röntgenci, artık herkes anın içinde 36 karenin dışına çıkıp milyarlarca fotoğrafın hızlıca ve kolayca tüketilmesi, sadece dijitalleşen fotoğraf makinalarının yanı sıra cebimize giren cep telefonlarının da büyük bir katkısı olduğunu söylemek yersiz olmaz. Cep telefonlarının sadece konuşma işlevinin yanında hızla gelişen yan özellikleriyle hayatımızın belli alışkanlıklarında da değişikliklere sebep olmuştur. Birçok farklı özelliği barındıran cep telefonları mp3 çalarların yerine geçmiş, Çalar saatlerimizi, kol saatlerimiz yerine; Akıllı telefonlarla da GPRS özellikleriyle yolumuzu tarif eden evimizdeki tüm özellikleri barındıran bilgisayarlarımız yerine geçip müzik, video, fotoğraf yükleyip ya da göndere bildiğimiz birer küçük bilgisayar ve fotoğraf makinaları haline gelmiştir.

---

<sup>63</sup>Baudrillard, Jean, Simülakrlar ve Simülasyon, Çev: Oğuz Adanır. Dokuz Eylül Yayınları, İzmir 2010, 121 s.

Dünya bankası verilerine göre 2000 yılında, dünya nüfusunun %12'sinin cep telefonu varken 2008'de ise dünya nüfusunun %40'ını temsil eden 3 milyar 900 milyon kişide cep telefonu kullanımı tespit edilmiştir. Türkiye'de, ilk defa 1994 yılında kullanılmaya başlandığı zaman 80 bin olan cep telefonu abonesi; 775 kat artarak 2009 yılı itibariyle yaklaşık 62 milyonu( Şu anda ülkemiz nüfusunun yaklaşık %86'si )aşmıştır.<sup>64</sup>2010 yılında Türkiye de kullanım oranı % 92'dir.<sup>65</sup>

Cep telefonunun mucidi Amerikalı Martin Cooper'dır. Motorola şirketinde mühendis olarak çalışırken 1973'te ilk cep telefonunu geliştiren Martin Cooper, "İlk cep telefonları bir kilodan ağırdı, bataryası 20 dakikadan fazla dayanmıyordu ancak bu, telefonların uzun süre elde tutulmaması açısından iyiydi" demiştir.<sup>66</sup>Fotoğraf makinası özelliği standart haline gelmesiyle yanımızda taşıdığımız kaydedici olmanın dışında haberci özelliğimizi de ortaya çıkarmıştır. İlk çıktığında 1 megapixel olan çözünürlükleri, MWC (Mobile WorldCongress) etkinliğinde Nokia, 41 megapiksel kameraya sahip PureView isimli yeni Symbian cebini tanıttı. Yani, sadece birkaç yıl önce, yoluna 1 megapikselin üçte biri kadar bir çözünürlükle başlayan cep telefonu kameraları, bugün 41 megapiksele kadar ulaşmış durumda.<sup>67</sup>Netlikleri ciddi oranda artan fotoğraflar elde edilmesini sağlamıştır. Çeşitli efektleriyle photoshop özelliklerini yanında barında cep telefonları kendine ait estetik anlayışının ortaya çıkması kaçınılmazdı. Son yıllarda fenomen haline gelen Apple firmasının ürettiği iPhone telefonlarında kullanılan *instagramefekt*i yaygın olarak kullanılan bir özellik olarak kullanılarak fotoğrafın estetik anlayışını da etkilemiştir. Dünyanın tüm ülkelerinde yoğun bir ilgi gören bu uygulama Aralık 2010 da yaklaşık bir milyondan fazla kişi kullanmaktaydı.<sup>68</sup>

Tecrübeli bir moda izleyicisi Howard Rheingold "Smart Mobs" (Akıllı Telefonlar) adlı kitabında, özellikle Japonya'da cep telefonu ile fotoğraf çekmenin kronikleştiğini kaydediyor. Tokyo'da insanların sürekli telefonları ile resim

---

<sup>64</sup><http://www.xing.com/net/gsmduyasi/gsm-duyasi-bulten-385901/dunya-da-ve-turkiyede-cep-telefonu-kullanimi-sayisi-kac-25413420/>

<sup>65</sup><http://blog.tamindir.com/dunyada-ve-turkiyede-cep-telefonu-kullanimi-1991-2010/>

<sup>66</sup>[http://tr.wikipedia.org/wiki/Cep\\_telefonu](http://tr.wikipedia.org/wiki/Cep_telefonu)

<sup>67</sup>[http://www.chip.com.tr/blog/cemsinanoglu/41-megapiksel-nokia-ve-gercekler\\_7657.html](http://www.chip.com.tr/blog/cemsinanoglu/41-megapiksel-nokia-ve-gercekler_7657.html)

<sup>68</sup><http://www.uludagsozluk.com/k/instagram/>

çekmedeki heveslerine takılıp kaldığını belirten Rheingold, geçen seneki Tokyo ziyaretinde, sokaktaki her on kişiden birisinin cep telefonu ile sürekli fotoğraf çektiğini söylüyor. Bu durumun kısa zamanda dünyada yaygınlaşacağına değinen Rheingold'a göre fotoğraf makineli cep telefonları gelmiş geçmiş en hızlı satılan aletlerden bir tanesi. Araştırmalar da bunu gösteriyor. Dijital fotoğraf makinesinden daha çok fotoğraf çeken cep telefonları satılacak.<sup>69</sup>

Cep telefonları sayesinde hayatımızdaki önemli ya da önemsiz tüm olayları kayıt altına alıp bu kaydı anında paylaşarak bir şekilde de izlemekten çok dahiliyet duygusunu yanında getirdiği açık bir şekilde ortadadır. Bu kayıt altına alma duygusu cep telefonları sayesinde işin kolaylaştığını söylemek yersiz olmaz, Her hangi bir konser dinleyicisinden çok kayıt altına alan insanlar orada bulunmaktadır. ABD'nin Washington eyaletinde 1800'lü yıllardan bu yana hizmet veren ve ABD'nin her köşesinde şubesi bulunan spor kuruluşu YMCA, cep telefonlarının vestiyere bırakılması uygulamasını bazı şubelerinde başlattı.

ABD'nin batı kıyısında, Los Angeles'daki birçok spor kulübünün de, cep telefonlarını vestiyere bırakma uygulamasına geçtiği belirtiliyor. Yeni uygulama, spor yapanların cep telefonunun çalması veya konuşmalardan rahatsız olmasından kaynaklanmıyor. Fotoğraf çekebilen cep telefonlarının her mekâna girebilmesi ve beklenmedik bir anda, kişinin haberi olmadan fotoğrafının çekilmesi riski, bu telefonlara karşı savaş açılmasına neden oldu. Özellikle spor salonlarında, soyunma odalarından alınan görüntülerin birkaç saniye içinde internet üzerinden porno siteleri dahil dağıtımının yapılabilir olması, kişisel haklar tartışmalarını başlattı.<sup>70</sup> Bu durum gazetecilerin giremediği yerlerde bile cep telefonları mutlaka var. Cep telefonlarının kaydettiği fotoğraflar ve videolar yazılı ve görsel basında kullanılmaya başlanmasıyla foto-muhabirlik kavramlarının bile değişmesine yol açmıştır. "Yurttaş foto muhabir" kavramının ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

---

<sup>69</sup><http://www.mobiletisim.com/dosyalar/fmo2.asp>

<sup>70</sup><http://www.teknoloji.tc/566/spor-salonlarinda-cep-telefonu-yasagi/>

## 2.8. Yurttaş Muhabirlik Kavramı

Fotoğraf makinası küçülüp cebe girecek boyuta ulaştıktan sonra, nerdeyse herkesin evinde bulunan fotoğraf makinaları daha çok anı amaçlı kullanılan aygıtlardı. Mesleki kavramların oluşmasına olanak sağlayan bu aygıt, günümüzün hızlı ve dinamik yapısı sonucu fotoğraf kullanımındaki mesleki alanları da etkilemiştir. Özellikle, internetin gelişimi ve yaygınlaşması, cep telefonlarının gelişimi görüntü paylaşmayı artık rutin bir olay haline almıştır. Mesleki alanda etkisi, bu paylaşımlar sonucu ortaya çıkan anlayış yeni kavramın doğmasına da sebep olmuştur. Kapitalizmin yarattığı belli bir iletişim biçimi olarak gazetecilik, içinden çıktığı toplumun değişim ve dönüşümlerine uygun yanıtlar verebilmek için kendisi de değişim ve dönüşümlere uğrar. Bu değişimlerin doğası ise basını kontrol eden güçlerin gereksinimleri ile belirlenir. Kapitalizmin bunalımlarına paralel olarak basının da periyodik olarak sorunlar yaşadığı göz önünde tutulursa, bu sorunları aşma çabasının gazetecilik pratiklerine de yansıtacağı ve sistemin kendi ideolojisi için işlevsel olan arayışlar içine gireceği açıktır. Sistem içinde kalınarak yapılan bu düzeltme çabalarının satışı ise yeni ve alternatif gibi sunulmaktadır. Bu çerçevede yurttaş gazeteciliği olgusu da, medyanın yaşadığı sorunları aşma çerçevesinde yeni bir alternatif gibi sunulmaktadır gündeme getirilmiş ve tartışılmıştır.

Yurttaş gazeteciliğinin ortaya çıkışının arkasında yatan nedenlerin açıklanmasında iki temel yaklaşım benimsenebilir. Birincisi, geleneksel medyanın kitle okuyucusu/izleyicisinin azalmasına çözüm arayışlarını ön plana çıkaran ekonomik yaklaşımdır. Bu yaklaşım tarzı, basının küresel pazarın çıkarlarına uygun olarak biçimlenirken gazetecilik pratiklerinde meydana gelen bazı değişimlerin yurttaş gazeteciliği adı altında yeni bir alternatif gibi sunulduğunu vurgular. İkinci yaklaşım ise siyasal iletişimde ortaya çıkan sorunlardan kaynaklanan sosyal ve siyasal etkenleri öne çıkarır. Yurttaş gazeteciliğini, Amerikan demokrasisinin krizine çözüm arayışı sırasında ortaya çıkan alternatif bir gazetecilik pratiği olarak sunar. Basının içinde bulunduğu sorunlara çözüm arayışında ekonomik kaygılarla sosyal ve siyasal kaygılar çakışsa da bu çalışmada, ekonomik yaklaşım temel çerçeve olarak seçilmiştir. 1990'lı yıllarda ABD'de ortaya çıkan yurttaş gazeteciliği deneyimi,

savunucularının ileri sürdüğü gibi, müzakereci demokrasiyi geliştirecek radikal bir reform olmaktan çok, haber medyasının ekonomik sorunlarına çözüm bulmak için mevcut medya sistemi içinde kalınarak yapılan bir gidişat düzeltmesi olarak değerlendirilmektedir.<sup>71</sup>

Dizüstü bilgisayarlar, dijital fotoğraf makineleri ve kameraların yaygınlaşması ve fiyatlarının giderek düşmesiyle haber kaydetme araçları olarak kullanılmaları, sıradan yurttaşlara kendi haberlerini yapmaları için olanaklar sunmaktadır. Hazırlanan haberler, haber yayma aracı olarak internet ortamının kullanılmasıyla erişime sahip olan herkese ulaşabilmektedir. Bu durum, yeni teknolojileri elde etme ve kullanma becerisine sahip her yurttaşı potansiyel muhabir haline getirir

ABD askerlerinin bayrağa sarılmış tabutlarını Irak'ta bir uçağayüklenirken gösteren dijital fotoğraflarını çekmesinden birkaç gün sonra, fotoğraflardan biri Seattle Times'ın ön sayfasında yayınlandı. Birkaç gün sonra, [www.thememoryhole.org](http://www.thememoryhole.org), Bilgi Edinme Özgürlüğü Yasası (Freedom of Information Act) hükümleri sayesinde edindiği düzinelerce benzer fotoğrafı yayınladı. Daha sonra, fotoğraflar tüm büyük gazetelerde yer aldı. Ardından Irak'taki Ebu Gireyb cezaevinden taciz ve işkence fotoğrafları akmaya başladı. ABD askerlerini üst üste binmiş çıplak Iraklı askerlerin önünde poz vermiş şekilde gösteren fotoğraflar, aslında karşı koymahakkının ve demokrasi kurumunun zaferini göstermektedir. Iraklı esirlerin fotoğrafları, gerçeği saklamak yönünde gösterilen tüm çabalara karşın, demokratik değerlerin ve yurttaşlık haklarının yaşadığının ve korunduğunun bir kanıtı olarak değerlendirilmelidir.

Teknolojik gelişmeler ve her yerde hazır ve nazır bulunan dijital kameralar nedeniyle, hangi yöne bakılsa elinde bir dijital kamera ile bir yurttaş görülebileceğini

---

<sup>71</sup>Uzun, Ruhdan, "Gazetecilikte Yeni Bir Yönelim: Yurttaş Gazeteciliği", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2006, sayı16, 633-656 s.

vurgulamaktadır: ABD'ye kalkacak bir uçağa yüklenen asker tabutlarını çeken kişinin bir gazeteci değil, eski bir kargo bölümü çalışanı olması, Bağdat yakınlarındaki Ebu Gureyb Cezaevi'nde sorgulama taktiklerini fotoğraflayanların da asker olmaları, gerçekleri ortaya çıkarabilecek olayların artık gazeteciler değil, olayı deneyimleyen ya da ona tanık olan sıradan insanlar tarafından gündeme getirilebileceğini göstermektedir.<sup>72</sup>



**Fot.5:Ebu Gureyb Cezaevi,2003**

Yurttaş fotoğrafçılığı kavramı birçok soruyu beraberinde getiriyor. Bu sorunlara ilişkin Türkiye'deki farklı gazete ve ajanslarda çalışan foto muhabirlerine yurttaş fotoğrafçılık hakkındaki düşüncelerine göz atacak olursak; Burhanettin Özbilici Associated Press foto muhabiri;

*"Yurttaş gazeteciliği" ve "katılımcı demokrasi" ile birlikte bir de "İnternet gazeteciliği" artık son yılların yaygın kavramları, tartışmaları ve bir yerde de*

---

<sup>72</sup>Uzun, Ruhdan, "Gazetecilikte Yeni Bir Yönelim: Yurttaş Gazeteciliği", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2006,sayı16,633-656 s.

dönüşü olmayan gerçekleri... Öylesine baş döndürücü bir gelişme ki yaşamakta olduğumuz süreç, bilhassa son üç yılın olayları neredeyse teknolojiye ulaşma imkanı olan herkesi bir "yurttaş muhabir" olarak görmeye zorluyor, alıştırtıyor bizi. "Yurttaş muhabirin" kişiliğinde "fotoğraf" veya "video görüntüsü" veya da her ikisi birden giderek daha belirgin bir nitelik kazanıyor. 2005 Temmuzunda Londra metrosundaki patlamaların görüntülerinden başlayarak, Saddam'ın idamı sırasında sonradan ortaya çıkan görüntüler, Rusya'da ülkeyi ayağa kaldıran, bir doğumevinde ağlamalarını önlemek için bebeklerin ağızlarının bantlanması vahşeti ve nihayet bir Türk gazetecisinin, Hrant Dink'in katilinin Atatürk'e ait bir vecizenin önünde ve Türk bayrağı ile görüntülenmesinin dehşetinin ortaya çıkması, bir yerde bu yeni tarz gazetecilik sayesinde mümkün olabilmıştır.

Kanaatimin özetini yukarıdaki son cümle ile dile getirmiş oldum. Ancak, "yurttaş gazeteciliği"nin veya "yurttaş foto muhabirliği"nin sayısız sorunlarını ve sakıncalarını da görmezden gelemeyiz. Acil ve çok kökten çözümler, tedbirler de gerekli ve asla geciktirilmemelidir. Meslektaşımız Dink'i katledenlerin internet'ten yararlandıklarını da hemen hatırlatmalıyım! Ayrıca, üzerinde yeterince durulmamış ve sorumluları cezalandırılmamış olsa da, yine mesleğimizin bir büyüğü ve Türkiye'nin bir büyük ortak değeri rahmetli Bülent Ecevit'in hasta yatağındaki görüntülerinin medyada yayımlanması sadece gazetecilik adına yüz kızartıcı bir olay değil, aynı zamanda kişi hak ve hürriyetlerine de ciddi bir saldırı örneğidir.

Takvim Gazetesi foto muhabiri Alper Yurtsever ise;

"Basit özgürlükçü bir anlayışla, "Kapalı kapılar arkasında hiçbir şey kalmamalı" denip bu görüntüler belki savunulabilir.Ebu Garip Hapisesi'ndeki insanlık dışı görüntülerde yer alan ve bu şekilde tüm dünyanın gündemine gelen görüntülerdeki insanların ve hayattalar ise ailelerinin şu andaki durumlarını, psikolojilerini hangimiz biliyoruz? O görüntülerde çırılçıplak, alt alta üst üste görüntülenmiş insanların ve yakınlarının ailelerinin şu an ne durumda, yaşıyorlarsa hangi psikolojide olduklarını hangimiz biliyoruz? Londra Metrosu'ndaki patlama sonucu kontrolsüz yayılan görüntülerin İngiliz toplumundaki terör hassasiyetini nasıl

*tetiklediğini suçsuz insanların yanlışlıkla nasıl vurulduğunu hepimiz izlemedik mi? Ya da Saddam Hüseyin'in idamının hemen ardından kalabalıklar arasına salınan bomba yüklü araçların patlatılarak onlarca insanın nasıl öldüğünü, idamı oyun sanan dünyanın farklı noktalarındaki 6 çocuğun idamcılık oynayarak öldüğünü nasıl gözardı edebiliriz? Bunlar tüm dünyanın gözleri önünde gerçekleşti.*

*Bu olayların sorumlusu "vatandaş foto muhabirliği" yapan sanal kimlikler mi? Ya da bunları yayan ilkeli haber kanalları, haber ajansları mı? Yoksa bu görüntüleri izleyip galeyana gelen halk mı?"*

Foto Muhabirleri Derneği Başkan Yardımcısı - Reuters foto muhabiri Ümit Bektaş Yurttaş gazeteciliğine daha olumlu bir yaklaşım sergilemektedir.

*"Haber fotoğrafı bir gerçekliğin belgelenmesiye bu neden sadece habercilerin tekelinde olsun! Ya da ortada bir haber varsa bunu belgeleyen neden herhangi biri olmasın! İşte yurttaş foto muhabirleri bunu yapıyor. Çevrelerinde olan biteni sadece izlemek yerine belgeliyor ve bizimle paylaşıyor.*

*Bir uçağın kargo kapağın açık olduğu için büyük bir faciadan dönüldüğü, bir savaşın görünmeyen yüzünde nelerin yaşandığı, şöyle bildiğimiz bir siyasetçinin aslında hiç de öyle biri olmadığı ve bu gibi onlarca örnekle renklendirilebilecek durumdan bizi onlar haberdar ediyor. Tabi ki hepsi doğru değil bu haberlerin ve fotoğrafların ama doğru olmayanlar yüzünden yalın gerçeklere de sırtımızı dönemeyiz ki! Önemli olan bu özgürlüğü kullanmamız ve tabi filtrelerimizi iyi çalıştırıp dezenformasyona ve yalana karşı gözlerimizi açık tutmamız.*

*Profesyonel medyaya ve medya profesyonellerine bugün ve geleceğin medyasında hep ihtiyaç duyulacak buna eminim. Ancak haberin olduğu hemen her yerde bir de yurttaş foto muhabirinin olduğunu bilmek, haberdar olmayı önemseyen dünya yurttaşlarının içini rahat tutacak. Ummadığınız bir yerde ummadığınız bir olayın fotoğrafını çeken yurttaş foto muhabiri sizin haberdar olma özgürlüğünüzü*



*biraz daha garanti altına alacak. Çekilmez denilenler çekilecek ve görmenizi istemediklerini göreceksiniz!’’<sup>73</sup>*

Yurttaş fotoğrafçılık teknolojiye endeksli hızla gelişen ve yayılan bir meslek olarak gelişmeye devam edecektir. Bu kadar çok üretilen ve aynı hızda tüketilen fotoğraf izleyiciyi ya da okuyucuyu ne kadarını benimseyip içselleştirecektir.

## 2.9. İmgeler Dünyası

İmge demek dünyanın iki boyutlu soyut görüntüsü sunmak demektir. Gerçek dünyaya özgü boyutlardan birini saf dışı ederek bir illüzyon duygusu yaratan şeyde bu iki boyutluluktur. Zihinsel imge düşüncenin bilinçte somutlandığı ve kendini düşünce olarak tanıdığı biçimdir. Bu akılsa ve bilinçli bir eylemdir. Yoksa tek başına imgenin bir anlamı yoktur. İmge nesneden farklı olarak, Gerçekliğin yokluğu biçiminde ortaya çıkar. İmge gerçek değildir, sadece bir görünüm, zihinsel aktivedir.



**Fot.6: Jeff Widener, “Tank Adam (Meçhul İsyancı)”,1989**

<sup>73</sup><http://www.fotomuhabiri.com/fotokultur/yurttas/yurttas.html>

1989 yılında Çin'in Tiananmen Meydanı'nda öğrencileri protesto tırmanışına götüren gerçeklere ilişkin sözcük özetleri hatırlanmazken, gözdağı vermek için hareket yeşil Çin tanklarının önünde duran yalnız protestocunun imgesi kolayca unutulmamaktadır.<sup>74</sup>

Bir imge, yeniden yaratılmış ya da yeniden üretilmiş görünümdür. İmge ilk kez ortaya çıktığı yerden ve zamandan- birkaç dakika ya da birkaç yüz yıl için kopmuş ve saklanmış bir görünüş ya da görünüşler düzinesidir. Her imgede bir görme biçimi yatar. Fotoğraflarda bile. Çünkü fotoğraflar çoğu zaman sanıldığı gibi mekanik kayıtlar değildir. Her bir fotoğrafa baktığınızda, ne denli az olursa olsun, fotoğrafçının sınırsız görünüm olanakları arasında o görünümü seçtiğini fark ederiz. Rastgele aile fotoğraflarında da böyledir. Her imgede bir görme biçimi yatsa da bir imgeyi algılayışımız ya da değerlendirişimiz aynı zamanda görme biçimimize de bağlıdır. Örneğin Sheila yirmi kişi arasında tek bir insandır, ama yalnız bizi ilgilendiren nedenlerle gözümüz ondan başkasını görmez.<sup>75</sup>

Heidergger'e göre imgenin sanatsal kullanım süreci dünyayı imgede ele geçirme hareketidir. Kitle iletişim araçlarından yayılan görsel imgeler anlamlı inşalardır. İmgeler temsil ettikleri gerçeklerden daha fazla ilgi çekmektedirler. İnsanlar görmek istediklerini görürken, imgeler görmek istemediklerimizi de gözler önüne sererler. Reklam sektöründe kullanılan imgelerler aracılığıyla tüketimi oranın fazlaştıran yaratılan imgelerle kültür politikalarını empoze etmek amacıyla bilinç düzeyine yavaş yavaş yerleştirilir.<sup>76</sup>

Sanat yapıtlarının üretim ve dağıtımına ilişkin teknolojik süreçlerin değişimine ve yaşamın şeyleşmesine koşut olarak sanat yapıtının özü ve doğası da değişmiştir. On dokuzuncu yüzyılda Charles Baudelaire gibi birçok sanat adamı, teknik ilerlemeyle ortaya çıkan değişimin sanatı olumsuz yönde etkileyeceğini düşünmüştür. Bu noktada Benjamin, ünlü kavramlarından biri olan "aura"yı ortaya

---

<sup>74</sup>Yaygın Murat, Fotoğraf İdeolojisi, "Algıda Gerçeğin Bozumu" Kalkedon yayınları, İstanbul, 2010, 154 s.

<sup>75</sup>Berger, John; Görme Biçimleri, Çev. Yurdanur Salman. Metis yayınları, İstanbul, 2011, 9 s 162 s.

<sup>76</sup>Yaygın Murat, a.g.e. 80 s.

atmıştır. “Aura”, özgün sanat ürününü çevreleyen kendine özgü bir aydınlık ya da parlak anlamını taşımaktadır. Sanat ürünlerine özgünlüğünü “burada” ve “şimdi” duygusu vermektedir. Dolayısıyla, bir insan ya da nesneden çıkarak onu saran tinsel örtü olarak tanımlanabilecek olan “aura”, doğada vardır ve herhangi bir uzaklığın kendine özgü bir görüntü oluşturmasıyla biçimlenmektedir. Bu erişilemezlik, sanat ürünlerinin “aura”sının temel özelliğidir. Bir sanat ürününün biricikliği de onun geleneğin dokusu içinde konumlanışından ayrılması olanaksız özelliği ile ilintilidir.<sup>77</sup>

Benjamin’e göre, “aura”lı sanat yapıtının “şimdiliği”, “buradalığı” ve “biricikliği”, özü itibariyle “gerçeklik” kavramını oluşturmaktadır. Sanat yapıtının teknik yolla yeniden üretimiyle yapıtın “şimdi”, “burada” ve “biricik” olma niteliği yok olacaktır. Bu durum, yalnızca sanat yapıtı için değil; bir filmde izleyicinin önünden geçen manzara için de geçerlidir. Sonuçta bu olay, bir sanatın nesnesinde var olan, duyarlı bir çekirdeği, yani sanat yapıtının gerçekliğini zedelemektedir. Televizyondaki görüntülerin gerçekliğini bu bağlamda tekrar düşünmek gerekir. Benjamin’in sözünü ettiği anlamda “aura”nın yitirildiği gözlemlenmekle birlikte kitle bırakarak iletişim araçlarında özellikle canlı yayınlar aracılığıyla yapay da olsa bir “aura”nın yaratılmaya çalışıldığı söylenebilir.<sup>78</sup>

Baudrillard, imge gerçeklik ilişkisini dört aşamadan geçtiğini söyler ilk aşamada imge, gerçekliğin bire bir yansımından ibarettir. İkinci aşamada gerçekliğin çarpıtılmakta, olduğundan farklı sunulmaktadır. Üçüncü aşamaya gelindiğinde ise imgenin işlevi görünüm yaratmak, gerçek diye bir şey olmadığını gerçeğini gizlemektir. Son aşamada ise imge artık görünüm değil bir simülasyon, kendi kendinin simülakrıdır.

Sanal görüntüler bizi imgenin içine çekmeye çalışarak, üç boyutlu gerçekçi bir imgeyi yaratarak bu illüzyon duygusunu yok etmektedir. Sanal teknoloji kusursuz bir gerçeklik illüzyonu yaratmaya çalışmaktadır. Oysa bunun imgeyle gerçekleştirilen yaratıcı illüzyonla bir ilişkisi yoktur. Yeniden üretim teknolojisine,

---

<sup>77</sup>JAY, Martin.Diyalektik İmgelem,çev.: Ünsal Oskay,Belge Yayınları,İstanbul.2005.303 s.

<sup>78</sup>Benjamin ,Walter. Pasajlar Çev: Ahmet Cemal.Yapı Kredi Yayınları.istanbul,2001,53 s.

gereceğin sanal düzeyde yeniden üretimine kusursuz bir biçim kazandırılarak illüzyon duygusuna son verilmektedir. Sanal gerçeklik her şeyini apaçık bir şekilde sergileyen bir fahişe, gerçekliğin yarattığı ikizi aracılığıyla yok etmeye çalışan bir şeye benzemektedir. Bunun tam tersi sayılabilecek göz yanılsamasıysa gerçek nesnelerin üçüncü boyutlarını devre dışı bırakarak onlara büyümlü bir görünüm kazandırmakta ve tamamıyla düşsel, gerçek dışı şeylere benzemelerine yol açmaktadır. Göz yanılsaması demek gerçek nesnenin sahip olduğu biçimsel özelliklerin nesneyle özdeşleştirilmesi demektir ki, bu yaklaşım biçimsel bir çekiciliğe sahip olan resme yanılsamadan kaynaklanan tinsel bir çekicilik katarken, duyguların da kandırılmasını sağlamaktadır. Resim yalnızca çok güzel değil, aynı zamanda çekici, gizemli bir görünüme sahip olmalı yani gerçeği ait olduğu gerçekliğin içinden çekip alarak bir illüzyona dönüştürmelidir. Modernleşme sürecinin bize unutturduğu şey budur; başka bir deyişle illüzyon duygusunu yaratan şey gerçeklik duygusunda görünen gevşemedir. İmgeyle gösterdiği gerçeklik parçası arasındaki bağ ne kadar zayıfsa etkileme gücü de o kadar büyüktür. Oysa biz hiç durmadan geliştirdiğimiz teknolojiyle imgeyi gerçeğinin kusursuz bir benzeri haline getirmeye çalışıyoruz. Bugün artık gösterilen şeyin görüntüde yer almayan simgesel bir anlama sahip olmasını sağlayamadığımız için ters olarak nitelendirilebilecek bir illüzyon duygusu yani gereğinden çok fazla miktarda imge üretiminin yol açtığı bir düş kırıklığı içinde olur, her yeri ekran ve imgeyle doldurmak gibi modern bir yanılsama içindeyiz.<sup>79</sup>

Sanat artık imge düşmanı bir şeye dönüşmüştür. Modern imge düşmanlığı kendini imgeleri yok etme şeklinde değil, sınırsız sayıda bomboş, üstünde görülebilecek hiçbir şey olmayan imgeler üretmek şeklinde göstermektedir.

## **2.10. Sanal Fotoğraf Sayfaları**

Günümüzde en geçerli iletişim aracı olarak internet olduğu aşikar bir şekilde ortada her ne kadar bilgisayarlar, cep telefonları gelişmiş olsa bile internet olmadan

---

<sup>79</sup>Baudrillard, Jean, Sanat Dünyasının Kurduğu Komplo, Çev: Oğuz Adanır, Sens & Tonka, Paris, 2005. 17 s.

işlevsellikleri dışına çıkamazlar. Bu gün dünyada gelişen olayları internet sayesinde anında görüp kişisel fikirlerimizi bile yazabileceğimiz bir platformdur. Bu interaktif eylem internet aracılığıyla bir çok alanda kişisel aktarımların yapılabileceği bir sanal alemdir. Bu sanal alemde; sosyal paylaşım siteleri, fotoğraf siteleri, kütüphaneden, gazeteye kadar bir çok kişisel ilgi alanlarımıza göre, platformlar bulunmaktadır. Özellikle teknolojiye endeksli fotoğraf makinalarının gelişmesiyle fotoğraf paylaşımı da internet üzerinden yapılmaya başlanmıştır. İster profesyonel ister amatör nerdeyse bütün fotoğrafçılar, fotoğraf sitelerinde çektikleri, oluşturdukları kişisel işlerini bu tip sitelerde paylaşmaya başlamıştır. Bu alanda toplanan diğer fotoğrafçılar ya da meraklıları fotoğraf ilişkin tüm ihtiyaçlarını karşılamaya başlamıştır. Artık sergi açmak yerine bu tip paylaşım sitelerinde oluşturdukları portfolyolarını sergileyebilir konuma gelmişlerdir.

Dünyada yaygın olarak kullanılan online fotoğraf sitelerinin başında Flickr gelmektedir. 2004 yılında Ludicorp tarafından kurulmuş olan bu site 2005 yılında 35 milyon dolara Yahoo tarafından satın alınmıştır. Ücretsiz olarak kullanılan bu site aylık 100MB boyutunda fotoğraf gönderme sınırı vardır. Başlangıçta 20 MB olan bu sınır, Kasım 2006'da yükseltilmiştir. Buradaki fotoğraflar, fotoğrafın sahibinin seçimine göre, tüm hakları fotoğrafın sahibinde kalacak şekilde ya da Creative Commons lisansıyla yayımlanabiliyor. Eylül 2010 verilerine göre 5 milyardan fazla fotoğrafı barındırmaktadır.<sup>80</sup> Photobucket ücretsiz olarak dünyanın birçok yerinde kullanıcısı olan ücretsiz fotoğraf ve video yükleme sitesidir. Anlık olarak siteye yüklenen fotoğraf sayısı aktif olarak görüne bilmektedir saniyede 70-80 kare fotoğraf yüklenen bu site Mayıs 2012 tarihinde 10 milyara yakın fotoğraf upload yapılmıştır.<sup>81</sup> Bir diğer fotoğraf, resim, grafik paylaşımının yapıldığı popüler olan site deviantArt'dır. Scott Jarkoff, Matthew Stephens tarafından 2000 yılında kullanıma açılmıştır. Sanatçıların kişisel alanlarında kategorize ettikleri portfolyolarını sergileyebiliyorlar. Sitede fotoğraf, resim, grafik işlerinin yanında dijital alanda ihtiyaç duyulan programları da barındırmaktadır. Ağustos 2010 tarihiyle 14 milyonun üzerinde kullanıcısı bulunun bu sitede, 100 milyon aktarım

---

<sup>80</sup><http://tr.wikipedia.org/wiki/Flickr>

<sup>81</sup><http://photobucket.com/>

bulunmaktadır. Günlük olarak 140 bin aktarım. Sergilenen işler için günlük 1.4 milyon yorum yazılmaktadır.<sup>82</sup>

Sosyal paylaşım sitesi olan Facebook günümüzde en aktif olarak kullanılan bir paylaşım sitesidir. Facebook, insanların arkadaşlarıyla iletişim kurmasını ve bilgi alışverişi yapmasını amaçlayan bir sosyal paylaşım web sitesidir. 4 Şubat 2004 tarihinde Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından oluşturulan Facebook, öncelikle Harvard öğrencileri için kurulmuştu.

Daha sonra Boston civarındaki okulları da içine kapsayan Facebook, iki ay içerisinde Ivy Ligi okullarının tamamını kapsadı. İlk sene içerisinde de; Amerika Birleşik Devletleri'ndeki tüm okullar Facebook'da mevcuttu. Üyeler önceleri sadece söz konusu okulun e-posta adresiyle (.edu, .ac.uk, vb.) üye olabiliyordu. Daha sonrasında da ağ içine liseler ve bazı büyük şirketler de katıldı. 11 Eylül 2006 tarihinde ise Facebook tüm e-mail adreslerine, bazı yaş sınırlandırmalarıyla açıldı. Kullanıcılar diledikleri ağlara; liseleri, çalışma yerleri ya da yaşadığı yerler itibarıyla katılım gösterebilmektedirler. 2008 Ağustos'unda Facebook'un aylık 100 milyon aktif kullanıcısı vardı. İnsanlar birbirini Facebook'a çağırırdı ve bu sayı 7 ayda iki katına çıktı. 2009 Nisanı'nda ise bu sosyal ağın ulaştığı insan sayısı 200 milyonu. 2009 Temmuz'unda ise dört aydan kısa bir sürede Facebook kullanıcı sayısı 50 milyon daha artarak 250 milyona ulaşmıştır.<sup>83</sup>2011 verilerine göre ise; Facebook kullanıcı sayısı 800 milyona ulaşmıştır. Birçok siteyi geride bırakan bu site artık her alanda paylaşımın yapıldığı bir yer olmuştur. 2010 yılında aylık olarak 3 milyar fotoğraf yüklenmiştir. Bu da yıllık 3 milyar fotoğraf yapmaktadır.<sup>84</sup>Bu durum bir nevi düşünceyi görüntüye indirgenliğini söylemek yersiz olmaz. Görsellikle, yorumlanmakta olan düşüncelerin, dönüşümleri sonucunda ortaya çıkan kimliksiz kimliğin total görüntüsü, aslında tanımlanamamanın içkinliğinin yarattığı gayri meşru bir sonuçtur. Bu süreçte ham madde, teknisyen, estetiysen sıkıntısı yoktur. Kozmopolit evrensel kültür, ütopya mühendislerince değerlendirilip, teknolojik,

---

<sup>82</sup><http://en.wikipedia.org/wiki/DeviantArt>

<sup>83</sup><http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook>

<sup>84</sup>[http://www.facebook.com/note.php?note\\_id=273718632644370](http://www.facebook.com/note.php?note_id=273718632644370)

estetik ve sosyolojik bir tasarım haline getirilir. Pazarlandığı yerlerde hiper gerçekliktir.<sup>85</sup>

Bu kadar çok fotoğrafa, resime, videoya, müziğe... maruz kalmak algıyı, estetiği ve seçiciliği olumsuz yönde etkilemektedir. Görüntü bombardımanına maruz kaldığımız bu çağda bu kadar hızlı aktarılan verilerin bilinç düzeyinde yer etmesi imkânsızdır. Bu durum yapılan ya da çekilen fotoğrafa karşı içselleştirmekten uzaklaşıp sadece birkaç saniyede bakıp geçtiğimiz birer tüketim nesnelere haline geldikleri gerçeğini gözler önüne serer.

### **2.11. İnternette Fotoğraf Ticareti (Stok Fotoğrafçılık)**

Günümüz dünyasının ticari alanda yer alamaya başladığı internet ortamı birçok ticari olanağı getirmesinin yanında görsel sanatlarla uğraşan insanları internet alanının da satış yapabilecekleri bir platform haline gelmiştir.

Stok siteleri, telif hakkı gerektiren görsel, işitsel eserlerin ve/veya çeşitli yazılımlarının proje dosyalarının internet ortamından satıldığı birer markettir. Temel amacı, ajansların, fotoğrafçı kameraman veya benzer bir uzmanlık gerektiren bir konuda birini kiralamak yerine; direk olarak beklenen ürünün (fotoğraf, video vb..) seri bir şekilde temin edilmesidir. Tüm işlemler neredeyse tamamen online olarak gerçekleşir.

Stok sitelerinin, Amazon.com gibi gerçek ürünlerin satıldığı sitelerden (marketlerden) farkı, satılan ürünlerin esasen gerçek ürün değil de dijital ortamda saklanabilen datalar olmasıdır. Satın alan kişi, siteden download ederek eseri temin eder, Alıcıları internet üzerinden download ederek satın aldığı eser; bir digital video, bir digital fotoğraf, bir jingle, bir power point dosyası olabilir.<sup>86</sup>

---

<sup>85</sup>Tümay,Sadık; Fotoğraf Neyi Anlatır Kimliğin Hiper Gerçek Boyutu ve Fotoğraf;154 s.

<sup>86</sup> Çağdaş,Özgür: Multimedya Eserlerinin Online Satış Platformu: Stok Siteleri,2010 1s.

1880'lerde gazete ve dergiler, fotoğrafı tekrar çoğaltabilme teknolojisine ulaştıktan sonra fotoğraf ihtiyacı artmaya başlamıştır. Bu da gazetelerin freelance fotoğrafçılarla çalışmasına vesile olmuştur. Fakat bugünküne benzer bir şekilde, o zaman da freelance fotoğrafçıların yetemediği durumlar olmuştur. Bu durumlar için küçük çaplı stok şirketleri kurulmuştur ama 1920'lerde fotoğrafçı H. Armstrong Roberts tarafından kurulan "RobertStock"a kadar hiçbiri büyük çaplı şirkete dönüşmemiştir. Bu şirket, bugün de "RobertStock" ismiyle devam etmektedir.<sup>87</sup>

1989'da Bill Gates (Microsoft'un kurucusu Bill Gates) "Corbis"i,<sup>88</sup> 1993 yılında Mark Getty, "Getty Image"ı, 1994'te de Alan Meckler JupiterMedia'yı kurdu. Bu 3 şirket de 1990'ların ortalarında online fotoğraf satışına başlayarak bu konuda öncü oldular ve hala da pazarın hakimi konumundalar.<sup>89</sup>

Bu üç sitenin de ortak özelliği "Macrostock olmasıydı. MacroStock, çok üst düzey kariyerli fotoğrafçıların eserlerinin yer aldığı, fotoğraf ücretlerinin çok yüksek olduğu (ortalama tek bir fotoğraf için 1.000\$), eserlerin genel olarak "Rights Managed" olduğu stok şirketlerdir.

Belli başlı Makro siteleri; ArtBeast, Corbis, Jupiter Images, Getty Image, World Of Stock, Thought Equity, National Geographic Stock, BBC Image Source, ITN Source, Alamy'dir. Mikro siteler ise, istock, shutterstock, Fotolia, StockXPert, CanStockPhoto, DigitalJuice, The 3d studio, stock.xchng, Clipdealer, Dreamstime, BigStockPhoto, Crestock, ArcticStockImages, MostPhotos, YayMicro, FotoMind, 123RF, FeaturePics, MyStock.

Bruce Livingstone 2000 yılında Istock'u kurması ile sektör yeni bir şekil almaya başladı. Çünkü istock, ajansları her eser için macro ücretler ödeme yükünden kurtaran bir "microstock" siteydi. Royalty Free fotoğraflardan oluşan koleksiyonu, 1 dolar gibi çok cüzi bir ücretle müşterilere sunması, buna ilaveten fotoğraf çeken

---

<sup>87</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Stock\\_photography](http://en.wikipedia.org/wiki/Stock_photography)

<sup>88</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Stock\\_photography](http://en.wikipedia.org/wiki/Stock_photography)

<sup>89</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Stock\\_photography](http://en.wikipedia.org/wiki/Stock_photography)



herkesin eserlerini satabilmesine olanak sağlaması Istock'u bir fenomene dönüştürdü. 2006 yılında da sektör devi Getty Images tarafından satın alındı.

Microstock siteler ilk yaygınlaştığı 2000'lerin başlarında microstock ile macrostock siteler arasında 2 temel fark vardı: Fiyat farkı ve kullanım hakkı (Royalty free ya da Rights Managed seçeneği),<sup>90</sup> Ama son yıllarda bu keskin fark değişmeye başladı. Getty Image gibi sektör lideri bir macrostock sitesinde 1 dolara royalty free fotoğraf satılırken, Getty Image'a ait Istock'un yeni başlattığı "Vetta Collection" serisinde 70 dolara fotoğraf satmaya başlamasıyla eski "MacroStock= Macro fiyat, microstock = micro fiyat" denklemi değişmeye başladı.

Stok fotoğrafçısı Yuri Arcurs günümüzde gelinen farkı şöyle özetliyor:<sup>91</sup>

- 1- Microstock'ta stil ve canlı renkler ön plandadır. MacroStock'ta sadelik ve doğal görünüm.
- 2- Macrostock'ta konunun belirgin kültürel tadı ve hissi olmalı. Bir grup İspanyol görünüşlü gencin ispanyol bir mahalledeki görüntüsü microstock'ta hiç değer görmeyebilir. Ama macrostock'ta çok ilgi görmesi muhtemeldir.
- 3- İyi bilinen ve çoğunlukla küçük bir müşteri grubuna hizmet veren bir aracının denetimindeki piyasa ya da piyasanın bir bölümüne hizmet eden fotoğraflar. Örneğin "çanak çömlek imalatçıları günlük yaşamı" ya da "kuzey kutbunda 5 gün"
- 4- Haber içerikli görüntüler macro stokta değerlidir.

Dijital ortamda ve üretilen ve tüketilen konumundaki eserlerin serbest kullanım hakkına sahipmiş gibi yanlış bir düşünce hakimdir. Özellikle telif hakkı dijital ortamda tam anlamıyla algılanıp uygulama politikalarında sıkıntı olsa da bu ticari siteler aracılığıyla üreticinin dijital ortamda çoğaltılabilen bu eserler için, eser sahibinden telif hakkını kullanma yetkisini alır. Online database'ine koyar. O eseri kullanmak isteyen bir müşteri olursa, ona "belli ölçütlere" uygun olarak kullanım

---

<sup>90</sup><http://www.arcurs.com/what-is-macro-stock>

<sup>91</sup><http://www.arcurs.com/what-is-macro-stock>

hakkını satar. Satış rakamı üzerinden bir oranı kendisi alır, bir kısmını da esersahibine bırakır. Satış fiyatı ve komisyon, siteden siteye farklılık gösterir.<sup>92</sup>

Fotoğraf kalitesi için belirli gereksinimleri karşılaması gerekir.

1-3:2 en boy oranında Çözünürlük az 4 Mp (yaklaşık 2500h1700 piksel). Bazı microstocks az 4 Mp sağlar, bu daha sadece bir kez tüm hisse senedi kuruluşları için resimler hazırlamak için etkili olacaktır.

2-Görünür gürültü olmaması% 100 skala ile.

3-Netlik (keskinlik) 100% skala ile iyi

4-Normal beyaz dengesi.

5-Filtre Wise kullanımı (örneğin, herhangi bir veya aşırı gürültü azaltma veya başka resim gölgeleri keskinleştirme) üzerinden olmamalı

6-Fotoğraf konu ticari kullanışlı olmalı, hiç kimsenin de sıradan görüntüleri gerekir. Arama motorları kullanma ve popülerlik tarafından kolayca stok fotoğraf seviyesini görebilir ve sizinki ile karşılaştırın görüntüleri sıralama.

7-Fotoğraflar imzalı modeli bültenleri olmadan tanınabilir kişi içermemelidir. Eğer fotoğraf bazı yayalar içeren örneğin, ama çok küçük mesafe nedeniyle, bu modeli açıklaması olmadan onaylanmış olabilir onları tanımak için.

8-Herhangi bir ticari marka, logo veya nesnelere telif hakkı ile resimlerinizi korumalı olmamalıdır.<sup>93</sup>

Birçok katılımcı aslında görünen ve hayal edilen yaşama sahip olamadığıdır. Yuri Arcurs Fotolia'da 1. Istock'ta 2. olan; ve daha onlarca stok şirketiyle birlikte çalışan dünyanın en çok satan fotoğrafçısı (Yıllık gelir yaklaşık 1,5 milyon dolar)

Lee Torrens, yıllık 10 bin dolar civarında gelire fotolia'da 756., istock'ta ise 1149 Fotolia'nın katılımcı sayısı 90.000, Istock'un ise 78.000 Bu verilerden yola çıkarak katılımcılardan yıllık geliri 10 bin dolar üstü olanların çok ama çok azınlıkta

<sup>92</sup><http://gettyimages.tekgroup.com/images/59/Copyright101.pdf>

<sup>93</sup>[http://microphotostocker.com/index\\_tr.htm](http://microphotostocker.com/index_tr.htm)

olduğu, (%2'ninaltında)<sup>94</sup> ve katılımcıların çoğunun açık olarak hayallerini gerçekleştiremediği gözükmeğdir.

## 2.12. Dijital Yeniden-Üretim Çağında Yabancılaşma Olgusu

Yabancılaşma olgusu yüzyıllardır önemini koruyan bir kavram olmuştur. Mekanikleşmeyle başlayan kavram günümüze gelindiğinde bu durum daha belirgin olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanın üretim süreci içersinde kendi benliğini yitirmesi ve makineleşmesi olarak tanımlanabilir. Yabancılaşma kavramını ilk kullanan ise Karl Marx'dır. Ayrıca Marx, yabancılaşmanın bireyselliğın kaybı anlamına geldiğini ve bu tür bir kaybın da aslında birey açısından ve toplum genelinde istenilmeyen bir durum olduğunu ortaya atan ilk kişidir.<sup>95</sup> Marx'a göre yabancılaşma, emeğın işçinin dışında olması, onun özüne ilişkin olmaması ve işçinin kendi emeğini, üretimini yadsıması sonucu işine, emeğine, içinde yaşadığı doğaya, kendi öz doğasına ve diğer insanlara uzaklaşmasına neden olan eylemdir. Marx için yabancılaşmanın göstergeleri emek, işbölümü ve özel mülkiyettir. İş bölümü ve özel mülkiyet geliştikçe işçi kendi emeğine karşı yabancılaşmaktadır. Emeği sonucu ürettiği nesne, kendi ürünü, işçinin karşısında onu üretenden bağımsız, yabancı bir güç olarak durmaktadır. Böylece emek artık işçinin doğasının bir parçası olmaktan çıkmıştır. Marx'a göre bu emeğın nesneleşmesidir.<sup>96</sup>

Sanayi devrimi ile başlayan ve günümüzde de devam eden hızlı değışim ve teknolojik ilerleme ile toplumsal ve kültürel yapıda, örgütlenme biçimlerinde ve buna bağılı olarak da değer sistemlerinde temel dönüşümler meydana gelmektedir. Dolayısıyla günümüz insanı ekonomik, toplumsal, siyasal alanlarda hızlı değışim ve dönüşümlerin yaşandığı bir dünyada yaşamaktadır. Özellikle teknolojik alanda yaşanan hızlı değışimler insanın yaşam tarzını hem olumlu hem de olumsuz olarak etkilemektedir. Teknolojik gelişmeler toplumların üst ve alt yapılarını, sosyo-kültürel yapılarını şekillendirmekte, bu durum da insanın topluma ve kendi özüne uyumunda

---

<sup>94</sup><http://www.microstockdiaries.com/microstockand-the-long-tail.html>

<sup>95</sup>Kanungo, Rabindra N.; "Alienation and Empowerment: Some Ethical Imperatives in Business," *Journal of Business Ethics*, 1992 Cilt: 11, Sayı: 5-6, 413-422 s.

<sup>96</sup>Marx, Karl. 1984 El Yazmaları Birikim Yayınları, Çev: Murat Belge, İstanbul. 2000.

sorunlar meydana getirmektedir. İnsanın doğası, çevresi ya da içinde bulunduğu toplum ile olan ilişkilerinde bozulmalar meydana gelmekte ve mutsuzluk hali giderek ön plana çıkmaktadır. Günümüzde ekonomik tatmin artık insan için tek başına yeterli olamamakta, manevi anlamda da tatmin sağlayamayan insan giderek yalnızlaşmakta ve yabancılaşmaktadır.<sup>97</sup>

Yabancılaşma günümüzde birçok şekilde karşımıza çıkabilmektedir. İnsanın üretimi sonucunda ortaya çıkan ürüne yabancılaşması, çalıştığı ortama yabancılaşması veya düşmanca bir ilişki içinde bulunması yabancılaşma şekillerine örnek olarak verilebilir. Fakat genel olarak yabancılaşmanın beş şekilde karşımıza çıkabileceğini söylememiz mümkündür. Dolayısıyla yabancılaşma beş boyutlu bir olgudur. İlk olarak yabancılaşan insan, kendi davranışı sonucunda istediklerini elde edemeyeceğini düşünmesinden kaynaklanan güçsüzlük duygusuna sahip olabilir. İkinci olarak yabancılaşan insan neye inanacağına karar verememekte, anlamsızlık durumu içine girmektedir. Üçüncü olarak toplumca belirlenen amaçlara ulaşmak için toplum tarafından yasaklanan yöntemlere ve davranışlara başvurmasından kaynaklanan kuralsızlık durumu içinde olabilir. Dördüncü olarak toplum tarafından özellikle yüksek değer verilen şeylere düşük değer vermesinden dolayı tecrit edilmişlik durumuyla karşılaşabilir ve son olarak ise kendinden uzaklaşmış diğer bir ifade ile kendine yabancılaşmış olabilir. Dolayısıyla yabancılaşma kişinin tam olarak duygusal yönden toplumdan kopması anlamına gelmektedir. Yabancılaşma; İnsanın gerçek özünden uzaklaşmasıdır.<sup>98</sup>

Teknoloji insanın yaşayabilmek, ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla kullandığı araç ve gereçlerin tamamı olarak tanımlanabilir. Teknolojiyi maddi ve manevi olmak üzere iki boyutta ele almıştır. Maddi boyutu, doğal kaynakları ürüne veya hizmetedönüştürmek için kullanılan makineler, enerji kaynakları gibi mekanik aletlerdir. Manevi boyutu ise, bu ürün veya hizmetleri üretilebilmek için gereken bilgi ve teknik becerileri kapsamaktadır.<sup>99</sup> İnsanın ihtiyaçlarını karşılayan, üretimi,

<sup>97</sup><http://www.kamu-is.org.tr/pdf/1015.pdf>

<sup>98</sup><http://www.kamu-is.org.tr/pdf/1015.pdf>

<sup>99</sup>Shepard, Jon M.; "Technology, Alienation and Job Satisfaction," Annual Review of Sociology, 1977,21 s.

zenginliği ve refahı arttıran teknoloji, günümüzde insanın bulunduğu her mekâna yerleşmiştir. İnsan hayatının her anında teknolojiyle yaşamakta ve sağladığı faydalardan yararlanmaktadır. Fakat her alanda var olan bu teknoloji,sonunda insanı kendisine bağımlı kılmış, denetimi altına almıştır. Teknoloji insanın inisiyatif kullanma alanını daraltmış, yeteneklerinin yok olmasına neden olmuştur. İnsan artık bir ürün meydana getirmenin mutluluğunu yaşayamamakta, emeği sonucunda ortaya çıkan ürününe yabancılaşmış durumdadır. Teknolojinin insana kendi yaşamını şekillendirme olanağı tanımadığını söylemektedir. İş yaşamı, teknolojik gelişme ile birlikte daha etkin, daha düzgün bir hal almış olsa da, sonucunda insanı kişilikten yoksun bırakmaktadır. Kişilikten yoksun kalmanın da, gittikçe artan bir duyarsızlığa yol açtığını ve insanın artık kendini işinde ifade edemediğini belirtmektedir. Ayrıca yaşamın giderek makineleşmesi, doğaya ve topluma karşı hesaplı bir bakış açısı doğurmakta ve bireyin bunlarla arasındaki birlik bağını yok etmektedir. Pappenheim'e göre teknoloji çağında yaşayan insan, işinden, kendinden ve toplumdaki yabancılaşmış durumdadır.<sup>100</sup>

Teknolojik gelişme sonucunda üretimin artan düzeyde makineleşmesi, tek başına veya doğrudan çalışanın yabancılaşmasına yol açmasa da, yabancılaşmaya katkıda bulunan ana etmenlerdendir. Kapitalist sistemle, insan yaşamı sanal bir dünyaya dönüştürülmüş gibidir. Dış dünya gerçeklerine duyarsızlaştırılan, uyuşma halindeki insanlardan oluşan bir topluluk halini almıştır. Bir insan ürünü olan fotoğraf makinesi, zaman içerisinde insanın kendine ve yaşadığı dünyaya yabancılaşmasının bir aracı olmuştur. İktidar algıda gerçekliğin bozumunu görüntü bombardımanlarıyla sağlarken bunun için kullandığı iletişim araçlarını ve fotoğraf makinesini toplumu tepkisizleştirmenin de bir aracı haline gelmiştir. Görüntü bombardımanı insanlarda yabancılaşma hissi uyandırarak toplumsal, sosyal olaylara, haksızlıklara, açlığa, yoksulluğa, sefalete, savaşlara karşı toplumun duyarsız hale gelmesinin en önemli nedenlerden biri de budur.<sup>101</sup>

---

<sup>100</sup>Pappenheim, Fritz ; Modern İnsanın Yabancılaşması: Marx'a ve Tönnies'e Dayalı Bir Yorum, Çev.: Salih Ak, Phoenix Yayınevi, Ankara.2002.

<sup>101</sup>Yaykın Murat, Fotoğraf İdeolojisi, "Algıda Gerçeğin Bozumu" Kalkedon yayınları, İstanbul,2010, 84 s.

Yeniden üretim tekniği, yeniden üretilmiş olanı geleneğin alanından koparıp almaktadır. Bu yeniden-üretilmiş çoğaltarak, onun bir defaya özđü varlığının yerine, yine onun bu kez kitlesel varlığını geçirmektedir. Ve yeniden üretilmiş olanın, alımlayıcıya bulunduğu konumda seslenmesine izin vermekle, üretilmiş olanı güncelleştirmektedir. Bu iki süreç, gelenek yoluyla aktarılmış olanın dev bir sarsıntı geçirmesine yol açmaktadır. Bu gelenek sarsıntısı, şu andaki bunalım öteki yüzünü insanlığın yenilenişini sile getirmektedir.<sup>102</sup>

Fotoğraf üretiminin ve tüketiminin bu denli hızlı olduğu bir çağda mekanik bir üretim söz konusudur. Fabrikalaşan bu üretim, fotoğrafı yanılısama ihtiyacını en pratik yönden gideren bir iletişim aracı haline gelmiştir.<sup>103</sup>

Sanatsal üretimin kolaylaşması sanat nesnesinin niteliğinde bir değişikliğe sebep olamamıştır. Gelişim ve değişimine göz atacak olursak fotoğrafın sanat akımları içerisindeki yerine internetteki konumuna bakmamız gerekmektedir.

---

<sup>102</sup>Benjamin ,Walter. Pasajlar Çev: Ahmet Cemal.Yapı Kredi Yayınları.istanbul,2001 ,55 s.

<sup>103</sup><http://www.beyhanozdemir.com/showarticle.asp?article=33>

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3.İNTERNET DÜNYASINDA FOTOGRAFİK DİLİN TEMELLERİ

Sanatı sanat yapan özellikleri, eserin dış dünya ile olan ilişkilerinde bulur ve bir aynaya benzetir sanat eserini; insanı, hayatı, toplumu yansıtan bir aynaya. Bazı kuramcılarsa sanatçıda ararlar sanatın sırrını. Duyguların anlatımı ifadesidir. Yine başka bir takım kuramlar, dış dünyayı ve sanatçıyı değil de okuru alırlar ön plana. Bu defa sanatın özü okurda uyandırdığı estetik zevk ve heyecanda aranır. Nihayet, sanatın özünü eserin başka şeylerle ilişkisinde değil de doğrudan doğruya eserin kendisinde arayan biçimci kuramlar var. Bunlara göre sanat eserini diğer yapıtlardan ayıran özellik, sanat eserlerine özgü bir yapıdır.<sup>104</sup>

Değişen ve gelişen sanat anlayışının temeline, tarihine bakmak bugün kullanılan dijital örneklerin geçmişten bu güne gelen bir gelişim süreci olduğunu göre biliriz. Çağımızın getirdiği sanatsal tüketim anlayışı, aslında her çağın kendi sanat anlayışlarının bir toplamı olduğunu görebiliriz. Sınırlı sayıda kurumların ve sanatçıların tekelinde olan fotoğraf anlayışı dijitalle beraber herkesi sanatçı konumuna taşımıştır.Bu süreç bir anda ortaya çıkan bir durum değildir. Fotoğrafın dijital manipülasyonlara maruz kalması tarihsel süreç içinde 1850'ler de Gustave LeGray'in fotoğraflarını ayrı gök ve deniz negatiflerinden yaptığı baskılar örnek verilebilir.<sup>105</sup>Gerçekte birebir karşılığı olmayan yıllarda ilk fotoğraflar arasında, aynı yıllarda, Oscar Rejlander ve Henry Peach Robinson'un ise çok sayıda negatifi birleştirerek resimlerin çağdaş örnekleri gibi görünen simgesel fotoğraflar üretiyorlardı. Onlarca ayrı negatiften oluşturdukları kompozit baskılardan söz edilebilir. Bu durumda günümüz fotoğraf anlayışının şekillenmesinde önemli bir yere sahip olduklarının birer göstergeleridir.

Sanatsal akımlar; sanatçıların yaşadıkları yerlere, dönemin getirdiği içi dinamiklerle şekillenmiştir. 20. Yüzyılın başında yer alan Dinamizm, Kübizm, Fütürizm, Dadaizm, Sürrealizm, Pop art vs. gibi akımlar fotoğrafın, çeşitli

<sup>104</sup>Moran,Berna, Edebiyat Kavramaları ve Eleştiri, Cem Yayınevi, İstanbul 1991, 5s.

<sup>105</sup>Topçuoğlu,Nazif. Fotoğraf Ölmedi Tuhaf Kokuyor.Yapı Kredi Yayınları,İstanbul, 2010, 117 s.

deneylerden ve denemelerden geçirilmiştir. Ressamlar ve fotoğrafçılar, ideolojik ve estetik düşüncelere bağlı oldukları akımların kurallarına ve amaçlarına uygun yapıtlar üretiyorlardı.<sup>106</sup> Bu üretim fotoğrafın teknik olanaklarını ileri düzeye taşıyıp yeni bir anlatım dili geliştirmeyi amaçlamışlardır. Dijital fotoğraf anlayışının ve oluşan dilin yapısına bu akımlar aracılığıyla bakmak gerekiyor.

Eflatun'a göre bu dünyada gördüklerimiz idealar dünyasının birer yansıması olduğundan duygularla algıladığımız bu dünyayı taklit eden sanat eseriyle ideal gerçekliğe ulaşamayız. Sanata "katharsis" işlevini yükleyen Aristo içinse gerçeklik duygularımızla algıladığımız dünyadır ve taklit edilecek de odur. Sanatçı tarihinin yaptığı gibi sadece olanı değil, olabilir olanı da anlatacaktır.<sup>107</sup>

XX. yüzyılın başı, doğa bilimlerindeki gelişmelerin, fotoğraf gibi buluşların ve ilkel sanat örneklerinin etkisiyle, yeni bir biçim dili arayışının sonucu olarak, sanatın sorgulandığı bir dönemdir. Bu dönemde bir kısmı kısa ömürlü olan, çok sayıda sanat akımı olmuştur. Oluşan bu akımlar kapalı bir çevre niteliği taşımadan, farklı sanatçıları bünyesinde barındırmıştır. Sanatçılar bu dönemde bir gruptan diğerine geçebiliyor ve farklı akımlara katılarak ürün verdikleri oluyordu. Fakat bütün hareketlerin ortak noktası, gerçeğin taklidine karşı çıkış ve sanatçının yapıtlarını biçimlenmesinde özgür olması düşüncesiydi. XX. yüzyıl sanatçıları yeni biçim dilini Braque ve Picasso'nun ortaklığı ile tek bakış noktasının yıkan kübizmde bulmuşlardır.<sup>108</sup>

Empresyonist akımına bir tepki olarak görülebilen kübizm akımının sanatçıları empresyonizmdeki renk oyunlarını bırakarak, varlıkları geometrik biçimler olarak resimlemişlerdir. Kübizm akımının üçüncü boyutu tuvalin üzerine perspektif olmadan getirebilmesi temel özelliği olmuş, cisimleri parçalayarak, öne arkaya katlanmış ve açılmıştır.

---

<sup>106</sup><http://www.fotoritim.com/yazi/beyhan-ozdemir-cagdas-sanat-akimlari-ve-fotograf>

<sup>107</sup>[http://www.turkishstudies.net/Makaleler/12853374\\_66y%C4%B1ld%C4%B1zalpay\\_do%C4%9Fan.pdf](http://www.turkishstudies.net/Makaleler/12853374_66y%C4%B1ld%C4%B1zalpay_do%C4%9Fan.pdf)

<sup>108</sup>Oskay, Alev. Kübist Kolajlar, İstanbul Üniversitesi Dergisi,2003,51 s.



Genel olarak kübizm iki ayrı dönemde oluşmaktadır. 1908-1912 yılları arasında “analitik (çözümsel) kübizm”, 1912-1914 yılları arasındaki dönemde ise “sentetik (bireşimsel) kübizm” olarak adlandırılmaktadır. 1910’larda resme gerçek bir plastik eleman olarak harf ve sayılar girmiş, ardından yağlıboya kum karıştıran kübistler bu malzemelerle resme maddesel nitelik kazandırmışlardır. Bu dönemde yine kübizmle resme giren eş zamanlılık kavramı ile nesnelerin izlenimci dönemde arka arkaya verilen görünüşleri yerine, farklı görünüşlerin aynı zamanda yer alabilecekleri ortaya koymuştur. Artık nesnelere tek perspektiften değil, aynı zamanda farklı bakış noktalarından verilerek, resim düzleminde iki boyutluluktan üç boyutluluğa geçilir. Analitik dönemde doğadan hareket eden akım, 1912’ye geldiğinde, doğadan tamamen bağımsız, düşünsel elemanların sentezine dayanan bir dönem başlamıştır. Sentetik kübizm olarak adlandırılan bu dönemde, artık geometrik elemanlar kullanılır ve soyut düşünsel biçimlerden doğaya gidilir. Bu anlamda da artık doğa değil, soyut düşünsel yapıt, doğa biçimlerini belirlemektedir. Bu dönemde rengin önemi artar, biçimler parçalanmış ve iki boyutlu olmakla birlikte daha büyük ve bezemeseldir. Gerçeklik ve sıradan nesne kullanımı sanat malzemesi olarak gelenekselin dışında, yeni fakat yine sıradan olan ve o güne kadar kullanılmamış seçmeye götürmüştür.<sup>109</sup>

Kübizm resim sanatında olduğu gibi fotoğrafta da etkisini göstermiştir. Fotoğrafçılarda hayata hem gerçek hem de soyut anlamda farklı açılardan baktıklarını göstererek, farklı ya da aynı kareleri üst üste ya da yan yana basıp çeşitli kolajlar oluşturmuşlardır. Kübist sanatçılar fotoğrafları çeşitli parçalara ayırmış, sonrada bu parçaları yeni bir kompozisyon içinde tekrar birleştirmişlerdir. David Hockney kübizm akımında etkilenmiş ve önemli çalışmaları olmuş bir fotoğrafçıdır.<sup>110</sup>

---

<sup>109</sup>Oskay, Alev. Kübist Kolajlar, İstanbul Üniversitesi Dergisi,2003,52

<sup>110</sup><http://www.golge-fanzin.com/forum/viewtopic.php?p=1274>



**Fot.7: David Hockney, “Pearblossom Highway”, 1986**

Günümüzde de bu akımın etkilerini hala görmekteyiz. 2008 yılında Contemporary Art Marketing (C.A.M.) galerisinde “Yerler” isimli Ahmet Elhan’a ait fotoğraf çalışmalarında da Kübizmin etkilerini açık bir şekilde ortaya koyduğunu görmekteyiz.



**Fot.8: Ahmet Elhan, “Yerler”, 2008**

Fütürizm (gelecekçilik), 20.yüzyıl başlarında, Kübizme tepki olarak ortaya çıkmış, dış dünya gerçeklerini bir tarafa bırakarak, iç dünyayı aktarmıştır. Bunun yanı sıra makineleşen çağdaş uygarlığın en önemli öğeleri olan hız ve hareketi, dolayısıyla dinamizmi sanata getirmeyi amaçlamışlardır.<sup>111</sup>

Bu akımın öncüsü ve şefi İtalyan şair, romancı, oyun yazarı ve yayın yönetmeni Filippo Tommaso Marinetti'dir. Marinetti'nin 1909'da Paris'te "Le Figaro" gazetesinde yayımladığı "manifesto futurisita" (Fütürizm Bildirisi) gelecekçiliğin manifestosu oldu. Bildiride, "Bizler müzeleri, kütüphaneleri yerle bir edip ahlakçılık, feminizm ve bütün yararçı korkaklıklarla savaşağız" deniyordu. Bu geçmişin bütünüyle reddi demekti. Aynı bildiride, "Biz dünyadaki gerçekten sağlıklı tek şeyi, yani savaşa ve ölüme götüren güzel düşünceleri yüceltiyoruz" sözleri, siyasal alanda o dönemde gelişen faşizmden yana bir tavrın da açık göstergesiydi. Süratin üstünlüğünü iddia ve ilan eden Marinetti, bir yarış arabasının Samothrake zaferinden (Yunan heykeli)daha güzel olduğunu ve buna ek olarak da: "Mutlak içinde yaşıyoruz, çünkü "her yerde hazır ve nazır olan" edebi sürati biz yarattık" demiştir.<sup>112</sup>

Fütürizm, şiir, roman, oyun, heykel, müzik, fotoğrafçılık, film ve mimarlık sanatlarını kapsayan bir akım olmuştur. Akımın iletisi ve adı, fütürist sanatın kendisinden önce ortaya çıkmıştır. Konuların açıkça, kentsel ve endüstriyel çevreden seçmeleri gerekiyordu. Ayrıca devinim olarak yorumladıkları hız kavramı vardı. Yaşadıklarının çoğaltılmış ve parçalanmış bir biçimde betimlenmesi söz konusuydu. Bu da üst üste ve saydam bir betimleme, uzak, yakın, hareket eden, duran, görünen ve anımsanan nesnelere birbirine karışması demekti.<sup>113</sup>

---

<sup>111</sup><http://www.golge-fanzin.com/forum/viewtopic.php?p=1274>

<sup>112</sup><http://tr.wikipedia.org/wiki/F%C3%BCt%C3%BCrizm>

<sup>113</sup><http://vedatkonyali.wordpress.com/2010/04/02/fotograf-akimlari-futurizm/>



**Fot.9:** Anton Giulio Bragaglia, “Photodynamic Portrait of a Woman”,1924

Fütürist bir sanatçı olan Anton Giulio Bragaglia fotoğraf alanında yaptığı çalışmalarla “Fotodinamizm” olarak adlandırdığı çalışmalar fütürizm akımının içinde önemli bir yere sahiptir. “Fotodinamizm” çalışmalarında amacı, zamanındaki birçok sanatçı gibi, hareketin karmaşıklığını, ritmini, gerçeği ve maddeleşmekten ayrılmayı yansıtan görüntüler üretmektir. 1912 yılında ürettiği “Keman yayının Ritimleri” isimli çalışmasıyla hareketin çözümlenmesini göstermiştir.<sup>114</sup>Fütürist akımın etkileri teknolojinin olanaklarının artmasıyla elektronik flaş, renkli film ve zoom objektifler gibi yeni ürün ve fotoğraf teknolojisindeki gelişmeler dinamizmin fotoğrafta uygulama olanaklarını artırmıştır. Dinamik biçim, fotoğrafçılar tarafından çok değişik amaçlarla kullanıldı: Bazıları, dinamizmi spor etkinliklerinde hareketi veya bir dansın akışını gösterebilmenin doğal yolu olarak görürken, diğerleri belgesel fotoğraf ve reklam fotoğrafçılığında kullandılar. Dinamizm Harold Edgerton, Eric Staller, Andy Earl, Ernst Haas, Jacques Henri Lartigue, Barbara Morgan gibi ünlü fotoğrafçıların çalışmalarında da görülmektedir.

<sup>114</sup><http://www.beyhanozdemir.com/showarticle.asp?article=31>

Dada, Dadaizm veya Dadacılık I.Dünya Savaşı yıllarında başlamış kültürel ve sanatsal bir akımdır. Dada Dünya Savaşının barbarlığına, sanat alanındaki ve gündelik hayattaki entelektüel katılığa ve erotizme bir protesto olmuştur. Mantıksızlık ve varolan sanatsal düzenlerin reddedilmesi Dada'nın ana karakteridir. Bu akım, dünyanın, insanların yıkılışından umutsuzluğa düşmüş, hiçbir şeyin sağlam ve sürekli olduğuna inanmayan bir felsefi yapıdan etkilenir. Birinci Dünya Savaşı'nın ardından gelen boğuntu ve dengesizliğin akımıdır. Dada'cı yazarlar, kamuoyunu şaşkınlığa düşürmek ve sarsmak istiyorlardı. Yapıtlarında alışılmış estetikçiliğe karşı çıkıyor, burjuva değerlerinin değersizliğini, pisliğini, iğrençliğini, berbatlığını vurguluyorlardı.<sup>115</sup>

Dada kelimesini 8 Şubat 1916 günü Terasse kahvesinde Tristan Tzara ve üç alman sanatçı Hugo Ball, Hans Arp, Richard Hulsenbeck toplandığı kahvede Tzara'nın Larousse sözlüğünden tesadüf sonucu bulduğu ve Fransızca da tahta at anlamına gelen Dada kelimesini bu akım için kullanmaya başladığı belirtilmektedir. Dadaizmle beraber pek çok yeni şey gelişmiştir: yeni düşünceler, yeni hedefler ve yeni insanlar gibi. Diğer sanat akımlarının aksine, dadaizm belli karakteristiklere bağlı değildi. Dadaist sanat, onu okuyan ya da gören kişinin yorumuna veya algılamasına göre değişiklik gösterebilirdi. Dadaizm sayesinde, insanların duyguları o anda nasıl hissettiklerine bağlı olarak geliştirdi. "İnsanın anlamsızlık üzerine kurduğu mantıksal zincir yerine, mantıksal bağı bulunmayan anlam dışılık konmalıdır." Dadaizm, sanata karşı doğanın yanındadır. Dadaizm'e göre doğada anlam yoktur, buna göre de sanatta da anlam olmamalıdır. Dadaizmin öncülerinden biri olan Hans Arp "Sosyal Estetik'ten zamanla daha fazla uzaklaştım" isimli yazısında Dada hareketini çok iyi bir şekilde özetliyor: "Dada insanın akla uygun aldanişlarını ortadan kaldırmayı ve de doğal ve mantıksız düzene yeniden kavuşmayı amaçlamıştır. Dada insanın mantıklı anlamsızlıklarını, mantıksız saçmalıklarla değiştirmeyi istemektedir. İşte bu yüzden biz Dada'nın büyük davulunu bütün gücümüzle çalıyoruz ve mantıksızlığın övgülerini tüm nefesimizle üflüyoruz. ...Dada için felsefeler bırakılmış eski bir diş fırçasından daha az değerlidir, Dada onları büyük dünya liderlerine bırakır. Dada erdemini resmi sözlüğünün iğrenç entrikalarını

---

<sup>115</sup><http://tr.wikipedia.org/wiki/Dadaizm>

kınamaktadır. Dada saçma olan için vardır, ki bu saçmalık anlamsızlık anlamına gelmez. Dada doğa gibi saçma ve akla aykırıdır. Dada doğadan yana ve Sanat'ın karşısındadır..."

Dada gerçek anlamda uluslararası bir özelliğe sahip ilk sanat hareketidir. I. Dünya Savaşının başlamasıyla can güvenliği gerekçesiyle pek çok sanatçıçeşitli ülkelere kaçmışlardı. Bu sanatçıların bir kısmı Zürih'te bir kısmı da New York'ta eş zamanlı olarak Dadaizm sanat akımını başlatmışlardı. 1915'de I. Dünya Savaşından kaçan Marcel Duchamp ve Picabia New York'taki Dada'nın öncüleri olmuştur.

Dada'nın klasik sanat kurallarını reddetmesi, farklı iletişim yöntemleri, yeni teknikler ortaya çıkmasına ön ayak olmuştur. Bunlar şiirde yeni ifade biçimleri, resim ve diğer görsel sanatlarda, kolaj ve fotomontaj gibi teknikler olmuştur. Bu tekniklerde, fotoğraflar, gazete parçaları, ilan ve mektuplar, bildiri vb. 'read made' (hazır nesnelere) bir araya getirilerek farklı ifade biçimleriyle dışavurulmuşlardır. Dada'nın bir çok şeyi hiçe sayması, yeni ve güçlü iletişim yöntemleri yaratmış; görsel iletişimde ise kolaj ve fotomontaj gibi tekniklerin gelişmesine neden olmuştur.<sup>116</sup>Bu tekniklerde, resimli dergilerden, eski mektuplardan, basın ilanı ve etiketlerden kesilen fotoğraflar yeni bir düzenlemeyle yapılandırılmış ve birbiriyle ilgisi olmayan bu resim ve işaret parçalarından, yeni anlamlar yaratan bağlantıların kurulduğu, genellikle kışkırtıcı nitelikte düzenlemeler oluşmuştur.

Marcel Duchamp Dada hareketinin Amerika'daki en önemli temsilcisiydi.Duchamp'ın ana fikri, geleneksel ve kabul gören sanat üretim yöntemlerini eleştirmek olmuştur. Duchamp'ın en çarpıcı buluşlarından birisi sonrasında sanat alanında bir devrimniteliğinde sayılabilecek ve diğer sanatçılara da ilham kaynağı oluşturacak hazır nesnelereydi. 1913'te ortaya koyduğu ilk hazır nesneli işi 'Bisiklet tekerleği' adlı çalışmasıdır. Duchamp, kendisini geleneksel resimden uzaklaştırarak sanat eserinin kavramsal değerini ortaya çıkarmaya çalışarak, hazır nesnelere sanat eseri olabileceğini, çünkü bunların da sanatçı tarafından tasarlandığını belirtmiştir. Duchamp'ın en ünlü hazır nesneli çalışması bir pisuar olan

---

<sup>116</sup>Özdemir,Beyhan,A. Fotoğraf Neyi Anlatır." Çağdaş Sanat ve Fotoğraf" Hayal Baz Kitaplığı.2007. 90 s.

“Çeşme”dir. Bu çalışma halkın beğenisinin ve sanatsal tekniklerin sınırlarını zorlamıştır. Duchamp 1913’te seri üretim nesnelere imzalayıp sanat sergilerine gönderdiğinde, bireysel üretim denen şeyle dalga geçmeyi amaçlamıştı. Bu çalışmasıyla eserin varlığının sanatçıya bağlı olduğunu kanıtlıyordu. Böylelikle her türlü bireysel yaratıcılık iddiası alaya alınmıştı. Bu bir sanat çalışması değil, bir tür kışkırtmaydı. İmzanın, eserin niteliğinden daha önemli sayıldığı sanat piyasasının maskesini düşürmeyi amaçlayan bir kışkırtmaydı.

Yapıbozumcu bir tavır olarak ready-made orijinal olanayönelttiği radikal eleştirel çalışmalarla gündeme gelen Sherrie Levine; Walker Evans, Rodchenko ve Mondrian gibi tanınmış sanatçıların çalışmalarını yeniden fotoğraflamakta ve sonrasında ise bu fotoğrafların altına imzasını atarak kendine mal etmekteydi. Sanatçı daha sonra ise bu kez Marcel Duchamp’ın pisuarını kullanarak, hazır yapımın hazır yapımını üretmiştir. Levine’in Neo-Dada olarak nitelenebilecek bu işleri, kopyalananın ya da gerçek yerine ikame edilen fabrikasyon nesnenin gücünü vurgulamaktadır. Sanat nesnesinin böylesine sıradanlaştırılması, elbette ki ona atfedilen değerini alacağı edilmesi ve pazardaki tecimsel değerinin sorgulanmasıdır. Paradoksal olan ise, bu çalışmaların hem tartışmalı bir yan taşıdıkları, hem de postmodern ilişkilerinden ötürü sınırsızcasına çoğaltılabildikleri için giderek pazarlama değerlerini arttıran bir niteliğe sahip olmalarıdır. Levine’in diğer sanatçıların işlerini kullanması, kopya ve orijinal olan arasındaki tartışmaları yeniden gündeme getirmiştir. Gerçekte bu, Duchamp’ın sadece mekanik üretim sürecine dayalı olmayan fakat aynı zamanda bir nesnenin çoğaltılarak bir sanat nesnesi olarak sergilenmesi düşüncesine dayalı hazır yapımlarının farklı bir tezahürü gibidir.



**Fot.10: Alexander Rodchenko, 1924**

Fotoğraf alanında propaganda savaş karşıtı birçok çalışma yapılmıştır bu fotoğraf çalışmaları fotomontaj teknikleri uygulanarak üretilmiştir. Berlin dadacıları Helmut Herzfeld diğer adıyla John Heartfield, George Grosz ve Raoul Hausmann yaptıkları fotoğraf çalışmaları gazetelerden, reklamlardan oluşan görüntüleri yan yana üst üste getirilen görüntüler, içeriklerin gerçekliği yüzünden her hangi bir iletiyi çarpıcı bir şekilde aktara biliyorlardı. fotomontaj ve foto kolaj tekniğinde ilginç örnekler verdiler. Benzer bir eğilimle, fotoğrafı kullanan bir başka grup da RusKontrüktivistleri'dir. Vladimir Tatlin'in öncülüğünü yaptığı grup, sanatçıları, 1917 Devrimi sonrasında, oluşturulmaya çalışılan yeni sosyalist düzeni yapılandıracak kişiler olarak görür. Bu bağlamda da fotoğrafçılar, fotoğrafın inandırıcılığını da kullanarak yeni düzenin halka duyurulmasında ve benimsetilmesinde aracılık yapan önemli kişiler haline gelirler. Bununla birlikte, Alexander Rodchenko, Elizar Langman, Boris Ignatovich gibi fotoğrafçıların çarpık



kadrajlarla, alt ve üst bakış açılarıyla çektikleri fotoğraflar, eski düzenin yıkılışının ve yeni düzenin gelişiminin de sembolü olur.<sup>117</sup>

Fotoğraf provokatif anlatımlarına gelişi güzel düzenlemelerinde dadanın amacına birebir uygundu. Dada fotomontaj ve kolaj tekniğinin en ilgi çekici örneklerini verirken, bu teknikleri daha önce fütüristler ve kübistlerde kullanmışlardır. Fütüristler fotomontajı kullanırken kübistlerde başka malzemeleri resimlerine sokup, fotoğrafın bir nesne olarak sanat yapıtı içine girmesini sağlamışlardır.

Dadaizm gibi, sürrealizm de bir felsefi akım olarak ortaya çıkmıştır. Gerçeküstücülük temelde, 1910'ların ortalarında usçuluğu yadsıyarak karşı-sanat anlayışı doğrultusunda çalışan ilk dadacıların yapıtlarından kaynaklanır. Sürrealistler, geçmişte Avrupa sanatını ve siyasal yaşamını yönlendiren usçuluğun, I. Dünya Savaşı gibi bir felaketle doruğa ulaşan bir yıkıma yol açtığına inanıyor ve bu tür usçuluğa karşı tavır alıyorlardı.1924'te "Manifeste du Surrealisme"i (Sürrealizm Manifestosu) hazırlayan şair Andre Breton'a göre gerçeküstücülük, bilinç ile bilinç dışını birleştiren bir yoldur. Gerçeküstücülük akımı, gerçek dışı anlamında değil aksine gerçeğin insandaki iz düşümü şeklinde bir yaklaşımdır.<sup>118</sup>Sürrealizm akımı Freud'un "sübjektif idealist teorisine" dayanmaktadır. Sürrealizme göre sanatın içeriği, cinsel güdülerle ölüm korkusu ve yaşama içgüdülerinden gelir. Sürrealizm, rüyanın içgüdünün, arzusunun ve başkaldırmanın üst bir güç olduğunu öne sürer; mantıksal ahlaksal ve sosyal her türlü kalıplaşma ve düzene karşı çıkar.<sup>119</sup>

Sürrealist sanatın dünyası, bilinçaltının karanlık dünyasıdır. Donuk bir ışık altında uzayıp giden boşluklar, ölü kentler, kararmış ağaç kütükleri, fosilleşmiş kuşlar, teller, hurda yığınları, makine insanlar, manken ve heykeller sürrealist resimlerde en çok rastlanan motiflerdir. Bilinçaltı öğretisine ve psikoanaliz incelemelerine yabancı olmayan biri, bu motifleri sürekli bir gerilim içinde yaşayan günümüz insanının korkulu rüyaları olarak yorumlayacaktır. Sürrealistler bilinçaltı dünyasını sanata yansıtırken, geleneksel sanatın biçim-dilini değiştirmeyi

<sup>117</sup>Şahiner, R. Avangardın Tarihsel Dönüşümü, Cumhuriyet Gazetesi, 'Kitap'eki',2005,805s.

<sup>118</sup><http://tr.wikipedia.org/wiki/Ger%C3%A7ek%C3%BCst%C3%BCc%C3%BCI%C3%BCk>

<sup>119</sup><http://www.beyhanozdemir.com/showarticle.asp?article=31>

gereksinmezler. Hatta böyle bir değişikliğe karşı çıkarlar. Çünkü bilinçaltı dünyasının, bilinçli bir sanat etkinliğiyle değil, akıl ve iradenin işe karışmadığı bir otomatizm içinde ortaya çıkabileceğine inanırlar. Sanatçının abartılan yaratma gücü, Max Ernst'e göre "bir masal, yaratma mitosunun duygusal bir kalıntısı"dır. Dali ise sanatın "her türlü modernizm'e karşı korunması gerektiği kanısındadır. Metafizik resmin öncüsü Chirico da bu düşünceyi onunla paylaşır ve günümüz sanatçılarına, eski ustalarının yolundan şaşmamalarını söyler. Bu sanatçıların tutucu yanları ilk bakışta yapıtlarından belli olur. Bilinçaltı mekanizmasının ürünü olduğunu söyledikleri bu yapıtlar, mantık dışı, olmayacak çağrışımlarla dolu oldukları halde, Rönesans sanatçılarını anımsatan şaşmaz bir el ustalığı gösterirler.<sup>120</sup>

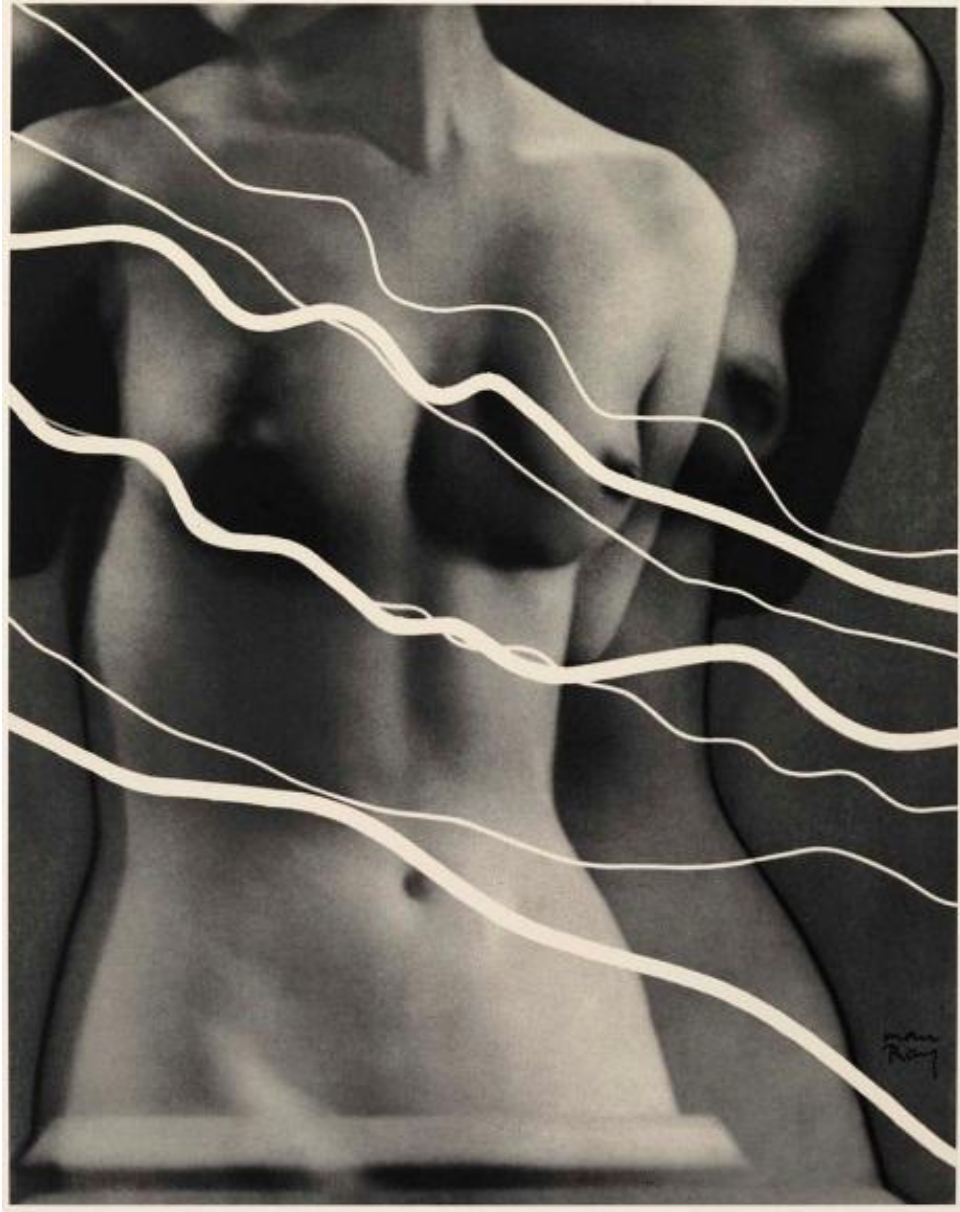
İlk örneklerini André Masson üretmiştir. Max Ernst, Man Ray, Joan Miro, Salvador Dali, Jean Arp ve Andre Breton'dur. Hayaller ve fantazilere dayanan sürrealizm fotoğrafın gerçekliği kaydedici özelliğinden fazlaca yararlanmışlardır. Fotoğrafın detayları kaydedebilme yeteneği, gerçekliği ve doğruluğu, fantezilerin gerçekmiş gibi algılanmasını sağlayabilmektedir. Fotoğrafta kübizm ve Dadaizm akımında olduğu gibi birçok yeni tekniğin denendiği bir akım olmuştur. Çekim teknikleriyle görüntüye müdahale ettikleri çoklu baskı, superpozeler, solarizasyon, gibi birçok tekniği bir araya getirip kullanmışlardır. Sürrealizm akımında öne çıkan fotoğrafçılar arasında Man Ray ve Laszlo Moholy-Nagy'dir. Savaş öncesi fotoğrafa karşı oluşturdukları duruşlarında " yeni gerçeklik" akımıyla dalga geçercesine üst üste baskılar, kolajlar, solarizasyon teknikleriyle soyut fotoğraf üretmişlerdir. İlk soyut fotoğraf tekniği bu akımla gerçekleşmiştir. Man Ray fotoğraf makinası kullanmadan gerçekleştirdiği tekniğe "Rayograf" adını vermiştir. Duyarlı bir kağıt üzerine yerleştirilen objeler ışığa maruz bırakılıp oluşan silüet görüntü ilk soyut fotoğraf olarak nitelenmektedir.<sup>121</sup>Solarizasyon tekniğini ise filmin geliştirilme aşamasında ışıklandırılmasına dayanır, bu yöntem, negatifin yanlışlıkla ışık alması

---

<sup>120</sup>Passeron, Rene. Sürrealizm Sanat Ansiklopedisi. İstanbul, Remzi Kitabevi, 1990. 295 s.

<sup>121</sup><http://www.beyhanozdemir.com/showarticle.asp?article=31>

sonucunda bulunmuştur. Man Ray'ın kareleri gerçek ile hayalin birleştiği karelerdir, bunun için onlara "Rüyaların fotoğrafları" ismini vermiştir.<sup>122</sup>



**Fot.11: Man Ray, “Electricite”, 1931**

---

<sup>122</sup><http://www.tutunamayanlar.net/detail.php?id=107>

### 3.1. Pop Art'dan Günümüze Fotoğrafik Dilin Değişimi

1950'lerde, özellikle ABD ve İngiltere'de soyut dışavurumculuğa tepki gösteren genç sanatçıların 1960'larda bir akım haline getirdikleri sanat türüdür. İngiltere ve ABD'de değişik koşullarda ve birbirinden bağımsız olarak ortaya çıkmıştır. Marcel Duchamp'ın 20. yüzyıl başında hazır yapım nesnelere bağlamaları nedeniyle sanat eseri olarak sunmuş olması, pop sanatçılarının popüler kültür imgelerini benzer bir motivasyonla sunmalarında etkili olmuştur.<sup>123</sup> Richard Hamilton'ın 1956 yılında yaptığı avangard kolaj çalışmaları, İngiliz Pop-Art sanatının ilk örnekleri arasında gösterilmektedir. Amerika'da ise ilk Pop Art örneği Claes Oldenburg'un 1959 tarihli "Sokak" adlı çalışmasıdır.<sup>124</sup>

İkinci dünya savaşı sonrası, Amerika Birleşik Devleti'nin endüstriyel alanda güçlenmesi sonucunda tüketim dayalı bir yaşam biçimi ortaya çıkmıştır. Bu tüketim sonucu kalabalıklaşan kentler, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması; reklam panoları, moda, gazete illüstrasyonları... günlük yaşamın getirdiği nesnelere yararlanılıp sanatsal objelere üretilmeye başlanmıştır. Bu yüzyıldaki sanat anlayışı daha önceki yüzyılların sanat anlayışından, estetik yargılarını bir kenara bırakmıştır. Sanatçılar teknolojinin sunduğu kolaylıklardan yararlanmışlardır. Marcel Duchamp'la başlayan hazır nesnelere sanat nesnesi olarak kullanılması, Jasper Johns, Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Richard Hamilton, Peter Blake, Robert Rauschenberg, Tom Wesselmann, Claes Oldenburg gibi sanatçılarda devam ettirmiştir.<sup>125</sup>

Pop sözcüğü sanat etkinliklerinde geniş bir alanı kapsar. Bu sayısız etkinliklerin paylaştığı ortak yön kitle iletişim imgelerine dayanmaları ve bazen de aynı yaratma sürecinden geçmeleridir. Bu yeni akım için başka pek çok isim önerilmiştir. 'New Vulgarism' (Yeni Bayağılık, Adilik) eleştirmenlerin duyduğu

<sup>123</sup><http://www.msxlabs.org/forum/sanat/12538-sanat-akimlari-pop-art-pop-sanati.html>

<sup>124</sup>[http://tr.wikipedia.org/wiki/Pop\\_sanat%C4%B1](http://tr.wikipedia.org/wiki/Pop_sanat%C4%B1)

<sup>125</sup>Mesut Yasar, Tüketim Toplumu ve Sanat İlişkisi, <http://www.e-sosder.com/dergi/16114-121.pdf>,

tiksintiyi ifade ederken, ‘Yeni Gerçeklik’ ve ‘Yeni Dadacılık’ gibi isimlerle bu akımların sanat tarihiyle olan bağlarını vurgular. ‘Pop’ isminin tutmasının nedeni, televizyon, radyo, gazete gibi kitle iletişim araçlarına ilgiyi çekmesidir. Kitle iletişim araçları (televizyon, gazete, radyo, dergiler...) başka hiçbir sanat akımında bir katılımla, Pop Art adlı bu hareketin gelişmesine destek olmuştur.<sup>126</sup>

Jasper Johns, Pop Art’ın gelişimindeki en önemli sanatçılardan biridir. Yapılan her tablonun konu ile olan ilişkisini yorumlayarak soyut dışavurumculuğun sıkıntısını önlemeye çalışmıştır. 1955 yılında yaptığı birebir aynısını yansıtan Amerikan bayrağıyla Marcel Duchamp’a yaklaştığı söylenebilir. Pop Art sanatına birçok katkı sağlayan sanatçı olmasına rağmen Andy Warhol katkılarının yanı sıra kişisel özelliğiyle Amerika’da ve dünyada pop sanatının tanınmasına katkı sağladığı yadsınamaz bir gerçektir. Andy Warhol 1962-1963 yıllarında, gerçekleştirdiği ve o yılların Amerikan halk kültürünün en belirgin simgeleri olan, “Campbell” marka çorba kutuları ve Marilyn Monroe serileri ile tanınmıştır. Warhol’un kutuları “Coca-Cola” gibi bir tüketim malzemesine dönüşmüş ve seri röpröduksiyonlar haline gelmiştir. Coca-Cola’nın halk tarafından yüceltildiğini görüp, sanat yoluyla da yüceltmıştır. Yapıtlarında endüstriyel serigrafî tekniğini kullanmıştır.



**Fot.12: Andy Warhol, “Mao”,1973**

<sup>126</sup>Norbert Lynton, Modern Sanatın Öyküsü, çev. Cevat Çapan, Sadi Özis,3.Basım, Remzi Kitabevi,İstanbul, 2004, 289 s.

Warhol bu alanda uzmanlaşmış kişilerle çalışmış ve böyle bir işbirliği sanatçı ile yapıt arasında bir mesafe koyarken öte yandan yapıtın oluşumunda diğer kişilerin katkısına yer vermiştir. Böylece Warhol, sanat eseri yaratmakla, maddesel üretimi birbirinden ayırmıştır. Onun bu tavrı, kavramsal sanatın habercisi sayılmıştır. Andy Warhol çağının dışına çıkan sanatçılardandır. Günümüzde birçok çalışmanın esin kaynağı olduğu açık bir şekilde kendini göstermektedir. Hatta kendisini tatmin edecek bir çağın yaşandığı açık bir şekilde ortada medyayı bu kadar iyi kullanan bir sanatçının günümüzün internet ortamını nasıl değerlendireceği merak konusu “Bir gün herkes 15 dakikalığına ünlü olacak” sözü günümüzde, sahne sanatlarıyla uğraşmayan fakat medya aracılığıyla bir anda ünlü olan sıradan insanlardan bahsedilirken kullanılıyor. Medyada, reality show’lar veya yarışma programlarında görünüp çok kısa zamanda milyonlarca kişi tarafından tanınan, bir anda gündeme oturan sıradan insanları artık kanıksadık. Kısa zamanda elde edilen bu şöhretin arkasını dolduracak bir nitelik olmadığında, gündem değişiyor ve o “ünlü” hemen unutuluyor. Geniş kitlelere hitap eden bir mecra olan internette, kelimenin tam anlamıyla “herkes” ünlü olma potansiyeline sahip. Özellikle de sosyal medyada beğenilen bir şeyin (resim, video vb.) paylaşılma ve yayılma hızı düşünülecek olursa... Müzik, sinema ya da diğer performans sanatlarıyla uğraşanlar, bu “denemesi bedava” platformda sık sık şanslarını deniyorlar. Youtube, Myspace ve diğer sosyal paylaşım sitelerinde amatör videolarını yayınlayan pek çok kişinin ortak bir amacı var: Sesini duyurmak ve 15 dakika için bile olsa, ünlü olmak.

İnternette gördüğümüz amatör bir video, görüntü veya ses kalitesi bakımından yetersiz olsa da, önyargılı olmamak gerek; çünkü bu tür videolar büyük bir yetenek içeriyor olabilir. Günümüzde gösteri dünyasında kendine henüz bir yer bulamamış, keşfedilmeyi bekleyen yeteneklerin, internet videoları yardımıyla bir yapımcının dikkatini çekmeye çalışması çok sık rastlanan bir durum. Nitekim müzik dünyasının başarılı isimlerinden Lily Allen Myspace, Justin Bieber ise Youtube’da yayınlanan videoları sayesinde yapımcıların dikkatini çekmişti. Yaşı küçük olan Justin Bieber’in performansını kaydeden annesi, bu videoları kendi dostlarıyla paylaşmak için

internete yüklemişti ve oğlunun internette bu kadar beğeni toplayacağını muhtemelen hiç düşünmemişti.<sup>127</sup>

Baudrillard'ın Warhol'a ilgi duymasına neden olan şey onun büyük bir sanatçı olması değil, nasıl olup da kusursuz bir makinaya dönüşmüş olduğudur. Buz gibi bir kişiliğe sahip olan Warhol'un sanatı da kendine benzemekle birlikte, yirminci yüzyıl sonlarında olabilecek en uç biçimlere sahip tek radikal alternatiftir; başka bir deyişle Warhol sanat yapmaktan tamamen vazgeçerek ticari nesnelere sanatsal bir biçim kazandırmaya çalışmıştır. Bu süreçte ortaya çıkan eserin daha sonra ticari bir sanatsal ürüne dönüşmesinin ve daha sonraları da bizzat Warhol'un bir makineye benzemeyi kısmen yadsımaya çalışmış olmasının hiçbir önemi yoktur. Andy Warhol, düş gücü denilen şeyi umursamadığını gösterebilmek amacıyla eline geçirdiği her imgeyi hiç ayırım yapmaksızın tamamıyla görsel bir ürüne dönüştürüyordu. Sonuca bakılarak bunun düz mantık ürünü saf bir simülakr olduğu söylenebilir. Steve Miller (ve videoya kaydedilmiş imgeyi, bilimsel ya da bilgisayarla elde edilmiş sentetik imgeyi yeniden işleyip ona "estetik" bir boyut kazandırmaya çalışan herkes) Warhol'un yaptığıının tam tersini yapmaktadır(lar). Başka bir deyişle işlenmemiş bir malzemedan yola çıkarak ona estetik bir görünüm kazandırmaya çalışmaktadırlar. Biri sanat yapabilmek amacıyla makineye ihtiyaç duyarken, diğeri (Warhol) bizzat makinenin kendisi olmaya çalışmaktadır.<sup>128</sup>Elindeki malzemeye gerçek anlamda mekanik bir müdahalede bulunan ve ona farklı bir biçim kazandıran kişi Warhol'dur.

Andy Warhol, yaşama sevincini yitirmiş bir sanatsal üretim dönemini kapatarak, mekanik bir yeniden üretim dönemini başlatmıştır. Bu üretim biçimi de sonuç olarak sıradanlaşmaktan kurtulamamıştır. Bu saatten sonra sanat adına ortaya çıkan ne varsa sıradanlığı yeniden sıradanlaştırmak ve amacını çoktan yitirmiş bir sanata umarsız çırpınışlarla yeniden bir amaç kazandırmak zorundaydı. Nereye gideceğini bilemeyen bir sanat her şeyi denedi ya da hiçbir şey yapamadı diyebiliriz.<sup>129</sup>

---

<sup>127</sup><http://www.ttnetplus.com/blog/internette-herkes-unlu-olabilir.aspx>

<sup>128</sup>Baudrillard, Jean, Sanat Dünyasının Kurduğu Komplo, Çev: Oğuz Adanır Sens& Tonka. Paris. 2005  
18 s.

<sup>129</sup>A.g.e.8 s.

## 3.2. Dijital Sanat Ve İnternet Sanatı

Dijital sanat ve internet sanatı bir birbiriyle ilişkili olup sanatın herkes tarafından yapılabileceği kolay erişebileceği bir alan oluşturduğundan daha önceki bölümlerde bahsedildi. Birçok sanat akımının iç içe olduğu en önemli platform olan medyayı yeni medya olarak nitelenebileceği olanda toplanıyor olması internetinde kendisini bir sanat nesnesi durumuna getirdiğini görüyoruz.

### 3.2.1. İnternet Sanatı (interaktif sanat, web sanatı, ya da netart)

Hem sanatçının hem izleyicinin olağanüstü bir yaratıcılık özgürlüğüne sahip olma imkânı bulduğu bir teknolojik formatta, “izm”ler- evrimci dönemlerle birbirini izleyen avangard hareketler artık mümkün değildir. İnternetin sanat sayılabilmesi için mecranın sahip olduğu bazı özellikleriyle de, kendi deyimiyle, oynaması gerektiğini ileri sürmüştür. İnternet sanatı, fotoğraf ve video gibi diğer eski yeni medya sanatlarında olduğu gibi, konusunu kullandığı mecradan alan bir sanattır ve konusuna göre ağ sanatı (network art), yazılım sanatı (software art) vb. olarak da adlandırılabilir. Yeni Medya sanatları (New Media Arts) içinde en yenisi olarak yerini alan İnternet sanatını Walker Art Center eski küratörü Steve Dietz ‘internet sanatı projeleri, izlenmesi/ ifade edilmesi/katılımının sağlanması için İnternet’in hem gerekli hem de yeterli koşul olduğu projelerdir.’<sup>130</sup> Şeklinde tanımlamıştır.

Maddesiz ve yapıtsız bir sanat olan internet sanatı adını kullandığı ortamdan almakta, web sanatı, ağ sanatı, net sanatı olarak da isimlendirilmektedir. Net sanatı isim olarak 1994-1999 yılları arasında erken dönem internet sanatı ve Vuk Ćosić, Alexei Shulgin, Olia Lialina, Heath Bunting and Valéry Granher, Etoy gibi sanatçı ve sanatçı grupları için kullanılmaktadır. İnternet sanatı sanatsal web sitelerinde biçimlendiği gibi, email projeleri, online video, internet bazlı yazılımlar, internet bazlı enstalasyonlar, ses ve radyo işleri, tarayıcı sanatı, spam sanatı, kod şiiri gibi uygulamaları da kapsar. İnternet’in getirdiği yeniliklerle sanatçıların önünde sınırsız

---

<sup>130</sup>Kutup, Nejat. **İnternet ve Sanat, Yeni Medya ve net.art. İzmir, Ekonomi, Üniversitesi** ,5 s.



imkânlar açılmış, bu internet sanatı terimini biraz belirsiz ve fazla genel kıldıysa da, genel anlamda çağdaş sanatın değişmesi ve genişlemesine katkıda bulunmuştur.



**Fot.13: Vuk Ćosić, “Bang, Summer Splash”,2012**

İnternet sanatı, oturmuş bir terminolojiye sahip değildir. 'İnternet sanatı', 'web sanatı', 'ağ sanatı', 'net sanatı', 'net-art', 'net.art' gibi terimler birarada kullanılabilir. Bunlardan sadece net art çoğunlukla erken dönem internet sanatı için kullanılır.<sup>131</sup>1989'da İngiliz bilimci Timothy Berners-Lee (1955) tarafından Avrupa Parçacık Fizik Laboratuvarı'nda çalışan fizikçilere yardımcı olması için bulup geliştirdiği World Wide Web, kendi sitelerine sahip, yalnızca 5000 kullanıcının bulunduğu 1990'lı yılların ortalarında sanat pratiğine uygun bir form haline gelmiştir. 1993'te Mosaic, 1994'de Netscape Navigator ve 1995'te Internet Explorer'ın yaygınlaşmasıyla internet sanatı, performans sanatı, pop sanat, kavramsal sanat gibi farklı sanat biçimleriyle etkileşim içerisinde gelişmiştir.<sup>132</sup>Bir grup kavramsal sanatçı yalnızca sözcükleri kullanan bir elektronik sanatın ilk örnekleri verilmeye başlandı. Sanat izleyicisi, elektronik posta aracılığıyla dağıtılan bu mektuplara müdahale ederek sanatçının arzuladığı etkileşimi gerçekleştirdi ve net

<sup>131</sup>[http://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0internet\\_sanat%C4%B1](http://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0internet_sanat%C4%B1)

<sup>132</sup>Amy Dempsey, Modern Çağda Sanat, Çeviri: Osman Akınhay, Akbank Yayınları.2007, İstanbul,286s.

sanat doğmuş oldu. Kimliğinden çok yapıtıyla ortada olmayı yeğleyen, dolayısıyla kimliğini gizleyen, sürekli kimlik değiştiren her yerde olan ama hiçbir yerde olmayan kişilerin yaşadığı elektronik siteler oluştu. Son otuz yılın sanatsal yaklaşımlarının kaygılarını taşıyan, sanat dünyasındaki hegomaniye karşı çıkan, anarşik bildirilerle desteklenmiş bir protesto başladı. İnternet var oldukça küresel bir izleyici kitlesine sahip, eklemeler ve oynamalarla sürekli değişen, sonlanmayan, dinamik, kopyalanıp çoğaltılabilen, aynı anda ayrı yerlerde var olabilen, izleyicinin kullandığı bilgisayarların olanaklarına ve internet bağlantısının hızına göre değişik görünümler alabilen, akıcı, yapımı ve yayımı ucuz, istendiğinde iz bırakmadan yok olabilen, piyasası olmayan bir sanat olmuştur.

Olga Lialina'nın "My Boy friend Came Back From the War (1966) adlı çalışması, izleyicinin mahvolup biten bir aşk ilişkisinin farklı versiyonlarını yaratmak için sıralayacağı bir görüntüler ve metinler repertuarıyla, hem kişisel hem de siyasal tarihi ön plana çıkaran bir eserdir.



**Fot.14: Olga Lialina, "My Boy friend Came Back From the War", 1966**

1994'te Irational.org'u kuran İngiliz sistemler analisti Heath Bunting, web'in birbirine bağıllığından başka yollarla faydalanmıştır. Onun King's Cross Phone-In çalışması, izleyicileri semtin sakinleriyle konuşmaya ve sohbete davet ederek, iş rutinine beklenmedik bir sosyallik ve anarşi boyutu katarak Londra'daki demiryolu istasyonunda ve civarda bulunan 36 telefon kulübesinin telefon numaralarını web'e aktarmıştı. Bu proje ayrıca internet sanatının nasıl durmadan yeni kalıplara girebileceğini Performans sanatı gibi başka sanat formlarıyla akıcı biçimde karşılıklı bağ kurabileceğini göstermiş oluyordu.<sup>133</sup>Joan Heemskerk (JODI) ve Dirk Paesmans, en tanınmış internet sanatçı grubudur. 1990'ların ortalarından beri web projeleri, absürd yazılım, oyunlar and eski moda bilgisayar imgeleri kullanan enstalasyonlar yapıp, bilgisayar virüsleri, hata mesajları ve sistem çökmelerine göndermelerde bulunmuşlardır. Karışık navigasyon sistemleriyle bir anti-arayüz yaratmışlardır. Jodi'nin web sayfalarından birisi olan, 404.jodi.org, boş bir sayfa ve bastıkça sarı, kırmızı ve mavi renkler almakta olan ekranlardan oluşmaktadır. Sadece sol üst köşede 404 yazısı sabit kalmaktadır. Hepimizin çok yakından bildiği ve zaman zaman karşılaştığı gibi, bu bir Internet mesajıdır ve bulanamayan, yüklenemeyen bir sayfayı belirtmek için kullanılmaktadır.<sup>134</sup>

Sanatçıların gözünde internet, biricik özellikleriyle yeni bir araç ve yeni bir paylaşım tarzı getirmiştir. Bu özelliklerden biri, sanatçıların malzemelerine şekil veren teknolojinin kendisidir. Genellikle gizlenmiş olan HTML gibi kodları görünür kılmak, teknolojinin görünürdeki kaosunu ifşa eden taktiklerden birisidir. Vektör tabanlı web araçlarının kullanılması başka bir örnektir. Dijitalize edilmiş fotoğraf gibi piksel tabanlı süreçlerden farklı olarak vektör tabanlı formlar, kalite kaybı olmadan her boyuta uydurulabilir. Peter Stanick(1953-)"Pop benzeri ve pop sanatçıları Roy Lichtenstein ile Andy Warhol'un mekanik yaklaşımlarının devamı olarak gördüğü New York sokak manzaralarıyla çok etkili, dijital resimler üretmiştir.Başka sanatçılar da web teknolojisine özgü renk paletleriyle, heksademik renk paleti gibi boyanın fiziksel özellikleri karşısında makine teknolojisinden gelen araçlarla deneyler yapmaya koyulmuşlardır.Jake Tilson'un (1958-) süregelen çalışması

---

<sup>133</sup> Amy Dempsey,Modern Çağda Sanat, Çeviri: Osman Akınhay, Akbank Yayınları,2007, İstanbul,288s.

<sup>134</sup>[http://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0internet\\_sanat%C4%B1](http://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0internet_sanat%C4%B1)

The Cooker internet sanatının başka kilit özelliğine ışık tutuyordu; hem sanatçılar hem de izleyiciler arasında olağanüstü coğrafik bağlantılar kurma imkânı. Buckminster Fuller'in 1960'larda öngördüğü doğrultuda, teknoloji dünyayı arka bahçemize getirme gibi bir sonuç doğurmuştu. Tilson'un Cooker'ı, genel bir yiyecek temasına bağlı olarak dünyanın dört bir köşesinden hayret uyandıracak derecede çeşitli görüntüler, metinler, deneyimleri bir araya toplamaktadır. Örneğin "Macro Meals", bilgisayarı başında oturan izleyicinin, tren ve yiyecek görüntüleri eşliğinde Hindistan'ı ziyaret edip Rajasthan Express'te kahvaltı "sipariş" etmesini, hatta yemeğin hazırlanış ve servis edilmesinin seslerini duymasını sağlamaktadır.<sup>135</sup>

İnternet sanatının uygulayıcıları çok çeşitli kökenlerden gelmiştir. Bazıları güzel sanatlar eğitimi almışken, bazıları iş dünyasından, teknoloji ve grafik tasarım alanından gelmişlerdir. Örneğin Ada web'in kökleri anaakım sanat dünyasında aranabilir. Bu merkezin küratörlü Benjamin Weil, site yaratmakta kendi tasarımcılarıyla işbirliğine gitsinler diye, Jennv Holser ve Lawrence Weiner gibi yerleşik sanatçılara samimi çağrılar yapmıştır. Holzer'in izleyicileri genelgeçer önermeleri (mesela, "Aşk İçin Kendini Yiyip Bitirmek Güzel Ama Aptalcadır") 'geliştirmeye' davet eden sitesi Please Change Beliefs, internetin etkileşimli doğasının, izleyicilerin kendi fikirlerini devreye sokarak yerleşik bir sanatı nasıl genişletebileceğinin göstergesidir. Massachusetts Institute of Technology (MIT) Medya Laboratuvarı'nda Estetik ve Kompütasyon Grubu direktörü John Maeda, önce MIT'te bilgisayar bilimcisi eğitimi almış, daha sonra Japonya'da sanat ve tasarım öğrenimi görmüştü. Onun sanatının önemli bir kısmının kaynağı teknolojiydi: konularını da görsel sanat ile bilgisayar bilimini mükemmel bir şekilde harmanlayarak ve genellikle Op Sanat'ı akla getiren optik bir dinamizm sergileyerek, genellikle insan ile makine arasındaki etkileşimden seçiyordu. İnternet projelerinin pek çoğu, kaçınılmaz şekilde, sanatçılar ile izleyiciler arasındaki etkileşimin yanı sıra sanatçılar ile teknisyenler arasındaki işbirliğine bağlıdır. İnternet sanatı gelişmeye devam etmektedir ve teknolojik ilerlemenin yansımaları dahil olarak gelecekte kuşkusuz yeni gelişmelere gebe olacaktır. Bu yüzden sanatçılar da bu araç değiştiği kendi pratiklerini değiştirme yükümlülüğü -ya da yetkinliğiyle- başbaşa dırlar.

---

<sup>135</sup>[http://www.felsefeekibi.com/sanat/sanatakimlari/sanat\\_akimlari\\_%C4%B0internetSanati.html](http://www.felsefeekibi.com/sanat/sanatakimlari/sanat_akimlari_%C4%B0internetSanati.html)

İnternet televizyonla bütünleşip, daha rahat bir atmosferde daha büyük bir ekranda izlendikçe, internet sanatının televizyon, video ve eğlenceyle yeni bir ilişki ve birlik kuracağı muhakkaktır.<sup>136</sup>

Türkiye'de internet sanatı, dünyada olduğu gibi bir gelişme göstermemesine rağmen, bu konuda üretilmiş kişiler ve gruplar bulunmaktadır. Bunların başında yer alan Xurban, Hakan Topal ve Güven İncirlioğlu'ndan oluşmaktadır. Xurban, felsefi ve siyasi fikirlerini cesurca ileri süren, yaptıkları işlerde fotoğraf, video, bilgisayar grafikleri, enstalasyon ve etkileşimli dijital medyayı birleştiren bir gruptur. Ağ ortamındaki ilk eserlerini 1990'ların sonlarında vermeye başlayan Genco Gülan, el yordamıyla ilerlemek durumunda kaldığı alanda birçok tekniği ve tanımı kendi geliştirmek zorunda kalmış, 2000'lerin başından itibaren İnternet ortamında "canlı reklâmlar"ı, "canlı kameralar"ı ve "canlı sesler"i birleştirerek internet sanatı ya da kısaca net sanatı adı verilen işleri çıkarmıştır. Sanat ve teknolojinin yenilikçilik ve toplumsal etki konusundaki kesişimleri dışında, çağdaş sanatın diğer disiplinlerle olan etkileşimi ile ilgilenen Ali Mihrabi gibi isimler de sayılabilmektedir.<sup>137</sup> İnternet hala çok hızla gelişen ve yapılanan teknolojilere sahiptir. Alışıl gelmiş, geleneksel sanat yapıtları hala karşımızda beton ve taş gibi elle tutulur metalar olarak görülebilse ve izlenebilse de, net üzerinde kişisel yaratıcılıkların daha çok ortaya çıktığını görmekteyiz. Net art sanatçıları bilgi, iletişim birikimlerini gerçek yaşantı ile karşılaştırarak benzeşimler yaratmakta ve bu birikimlerini üst üste koyarak sanal ziyaretçilerine sunmaktadırlar.

Kolaj tekniklerinin kullanımının modern sanatın ayrılmaz bir parçası hatta bir akımın yaratıcısı bile olduğu Kübistlerden bu yana apaçık bir durumdur. İlk parlak çıkış dönemlerinde PopArt'ın bu tekniği giderek bir "çılgınlık" derecesine vardığı da doğrudur. Eserlerini neredeyse montaj sanayii teknikleriyle üretilen Andy Warhol etrafında örülen "sanatçı kültürü", her bakımdan PopArt'ın artık miadını doldurmaya başladığını pek erkenden işaretlemişti. Ancak bir sanat akımının ya da

---

<sup>136</sup> Amy Dempsey, Modern Çağda Sanat, Çeviri: Osman Akınhay, Akbank Yayınları 2007, İstanbul, 275s.

<sup>137</sup> Sağlamtimur, Ö.Zühal. Dijital Sanat. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt.10, Sayı.3, 2010, 226 s.

grubunun miadını doldurması, ne kullandıkları tekniklerin sona erdiği anlamına gelir, ne de sanatın kendisinin.<sup>138</sup>

Günümüzde net sanatının geldiği nokta karşı duruşların yıkıldığı kapital yapının hâkimiyetini de her alanda gösterdiği gibi internet sanatında göstermiştir. 11 Temmuz 2001’de başlayan etkinlik kuşukları haklı çıkarıyor: Sponsorluğunu sanatçılara tehlikeli addedilen şirketlerden Intel’in yaptığı, San Francisco Modern Sanat Müzesi’nin ana binasında ve internet mekanında (<http://010101.sfmoma.org>) 010101: Teknolojik çağlarda sanat sergisi net sanatının değişen yapısını gösteriyor. Serginin kataloğundaki bir yazı, net sanatının yükselişi sırasında tuval ressamlarının da boş durmadığından, yeni teknolojiyi yapıtlarına başarıyla uyguladıklarından söz ediliyor.<sup>139</sup>

### 3.2.2. Dijital Sanat

Dijital sanat veya sayısal sanat, genel anlamda üretilişinde bilgisayarın rol aldığı, fiziksel olmayan nesnelerin yani sanal nesnelerin estetik değerlerle kurgulandığı sanat biçimine üretilmesiyle gerçekleşen sanat biçimine denir. Dijital Sanat ve Baskı sözlüğüne göre, dijital sanat “bir veya daha fazla dijital işlem ya da teknolojiyle yaratılan sanat” olarak tanımlanmaktadır.<sup>140</sup>Bir diğer tanım ise; matematiksel olarak 0 ve 1’lerin oluşturduğu yeni teknik dille ekranda geliştirilen görselin grafik programlarla veya özel yazılımlarla dijital sanat üretiminde, teknolojinin yanı sıra sanatın diğer alanlarda olduğu gibi, nokta, çizgi, ışık, form, doku renk vb temel sanat öğeleri kullanılmakta, düşünce sınırlarını aşan bir hayal gücü, yaratıcılık gerekmektedir.<sup>141</sup>

<sup>138</sup>Kutup, Nejat.İnternet ve Sanat, Yeni Medya ve net.art. İzmir, Ekonomi, Üniversitesi 7s.

<sup>139</sup>Ulay, Furkan.Tek Başına Ama Hep Birlikte: Net Sanat ,Sanat Dünyamız. Sayı.81, 47 s.

<sup>140</sup>[http://tr.wikipedia.org/wiki/Dijital\\_sanat#Dijital\\_teknolojilerin\\_ara.C3.A7\\_olarak\\_kullan.C4.B1lma\\_s.C4.B1](http://tr.wikipedia.org/wiki/Dijital_sanat#Dijital_teknolojilerin_ara.C3.A7_olarak_kullan.C4.B1lma_s.C4.B1)

<sup>141</sup>Çizgen, Gültekin. Sanat Köprüsü Sırat Köprüsü. Arkeoloji Sanat Yayınları: İstanbul.2007 55 s.



**Fot.15: Ben Laposky,1950**

Dijital sanatın ilk öncülerinden sayılan Amerikalı matematikçi ve sanatçı Ben Laposky, 1950’li yılların başında dalga formlarından elektronik görüntüler yaratmıştır. Soyut Geometrik Resim, Kübizm, Senkronizm ve Fütürizm’den esinlenmiş ve çalışmalarını ilişkilendirdiği sanat formları arasında Op Sanat’ı göstermiştir. Öncülerden kabul edilen bir başka sanatçı ve matematikçi Herbert W. Franke, 1956’da yaptığı ilk çalışmaları olan “Elektronik Soyutlamalar” Ben Laposky’nin çalışmaları ile büyük benzerlik göstermiştir.1966 yılında New York’ta Amerikan Sanat ve Teknoloji Deneyleleri (EAT) adlı bir kuruluş oluşturulmuştur. Bu kuruluşun amacı Teknoloji alanında uzmanlaşmış bilim adamları ile sanatçıları bir araya getirip dijital platformda sanatsal bir gelişim sağlamak amacıyla kurulmuştur.

Fotoğraf alanında ve görsel iletişim alanında önemli bir yere sahip olan Stuttgart Teknik Yüksek Okulu, ilk kez New York’da Howard Wise Gallery’de bilgisayar sanatı sergileri açmaya başlamıştır. 1968’de ise, Londra Çağdaş Sanatlar Enstitüsü-ICA’da Avrupa’da ilk bilgisayar sanatı sergisi açılmış, arkası çeşitlenerek, güçlenerek gelmiştir.

Bilgisayar teknolojilerinin sanata dokunduğu genel bazı alanları ayırt etmeliyiz: Birincisi "dijital" sanat diyebileceğimiz bir boyuttur. Unutulmamalı ki, bilgisayarlar yalnızca bulunmuş ya da taranmış resimlerle, metinlerle, ses ya da video kayıtlarıyla "kolajlamayı" kolaylaştırmakla kalmazlar. Aynı zamanda yalnızca bilgisayar aracılığıyla elde edilebilecek görüntü, hareket-animasyon ve seslerin de sanatsal amaçlı kullanılabilmesini de bize hatırlatırlar. Genel olarak "dijital sanatlar" adı verilen bu alan içerisinde, en basitinden bir Paint-Shop ya da Photoshop resminden oldukça karmaşık matematiksel fonksiyonlar aracılığıyla kurgulanan fraktal görüntü ya da seslere varıncaya kadar geniş bir olanaklar kümesinin varlığı söz konusudur. Bilgisayar kullanılarak, klasik anlamda resim ve ses duyularının sanatsal kullanımına başvuran görüntüler, animasyonlar ve müzik üretilebilir. Oysa doğrudan doğruya matematiksel fonksiyonlar aracılığıyla üretilenlerin, insan faaliyetinin icra edildiği biçim açısından daha önemli bir farkı bulunuyor. Çoğu zaman, "image processing" teknikleriyle görüntüler ekranda hiç görülmeden işlenebiliyorlar.<sup>142</sup>

Bilgisayar teknolojilerinin kullanıldığı ilk grafik düzenlemelerden, geleneksel sanat formlarının sınırlarının genişletilmesi, yeniden üretilmesi, kopyalanması, çoğaltımı ve arşivlenmesi için kullanılmasına; günümüz mühendislik inşası, etkileşimli gerçek/sanal ortamlara ya da yapay zekanın gelişim sürecini ve sonuçlarını ortaya koymaya yönelik projelere dek neredeyse bütün çalışmalar dijital sanat başlığı altında tanımlanmaktadır.<sup>143</sup> Bilgisayar, dijital sanat üretiminde geleneksel anlamda bir yardımcı araçtan vazgeçilmez bir ortak yaratıcı konumuna kadar uzanmaktadır. Bu bağlamda dijital sanat içerisinde bilgisayar sadece ifadeyi somut bir şekilde anlatmakta kullanılan, bir ressam için tuval, fırça veya boya gibi bir yardımcı araç değil, aynı zamanda üretim sürecine ortak olan bir yaratıcı konumuna ulaşmıştır. Digital Art sanatçısı dikkat çekmektedir. Abe, yapıtlarında geometrik nesnelere, çoğunlukla da hiperbolik ve parabolik yüzeyler ile rastlantısal öğelerin oluşum süreçlerini konu almıştır. Yıllardır birçok uluslararası "Elektronik Sanat" sergisinde yapıtları yer alan Abe'nin de konu hakkında birçok yayını bulunmaktadır. Ayrıca dijital sanat ürünü veren Ruth Leavitt, Lillian Schwartz, Vera Molnar, George

<sup>142</sup>Kutup, Nejat. *İnternet ve Sanat, Yeni Medya ve net.art*. İzmir, Ekonomi, Üniversitesi 8 s.

<sup>143</sup>Çuhacı, Gülizar 2009. "Dijital Sanat ve Beden". [http://gulizarcuhaci.com/marmara\\_full.html](http://gulizarcuhaci.com/marmara_full.html). 2009



Nees, Manfred Mohr, Yoichiro Kawaguchi, Laurence Gartel, Jean-Pierre Hébert gibi pek çok isim sayılabilmektedir.

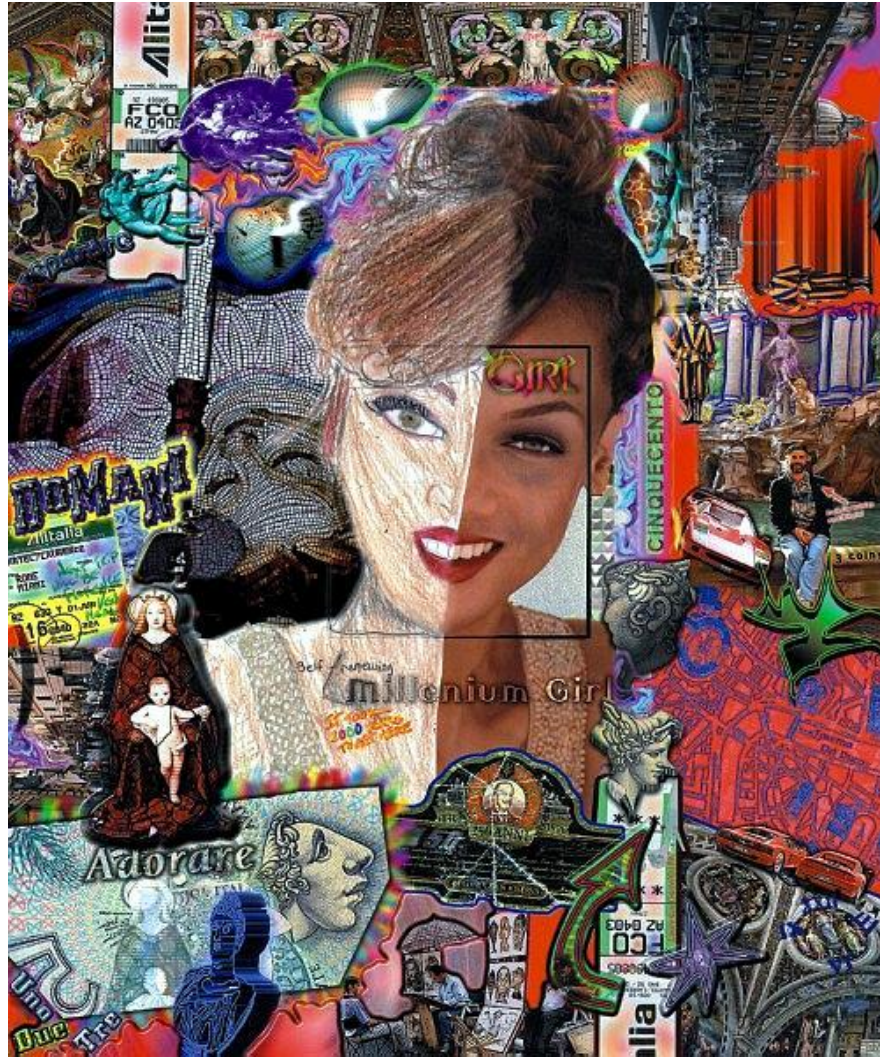


**Fot.16: Yoichiro Kawaguchi, "Ficco", 2010**

Dijital sanat, hem çağdaş sanata karakterini veren kavramsal alt yapıyı paylaşmakta hatta genişletmekte- hem de sosyal ve matematik bilimlerin verilerini sanatsal sürece katmaktadır. Bunun yanında bu sanat biçimi, yaratı ve denetimleme için de yeni imkanlar yaratmaktadır.<sup>144</sup> Dijital sanat, interneti, ağ bağlantılarını, özgün yazılımları, sanal gerçekliği, sanal ortamları, yapay yaşamı ve organizmaları, GPS teknolojilerini, veri tabanlarını, robotları, bedene takılan başlıkları, protezleri, makine uzantılarını kullanılmakta, yapay zeka, veri görüntüleme ve haritalama, hiper-metinsel (hypertextual) anlatılar ve oyunlar dijital sanat eseri olarak kabul edilmektedir. Geleneksel sanat eseriyle aksine günümüzde insan tarafından algılanan

<sup>144</sup> A.g.e. 2 s.

biçimiyle sanat eseri aynı şey değildir. Temel biçim, teknoloji ile insan tarafından algısal, duygusal, zihinsel, fiziksel ve tinsel hale getirilmiştir. Teknolojinin sanatsal etkinliğe katıldığı dijital sanatta deneyimleme, hem zihinsel hem de fiziksel bir eyleme dönüşmüş, bütün duyuları içine almaya başlamıştır. Dijital sanat, temelde insanın çevresiyle, bilgiyle, teknolojiyle, estetikle ve bunların sonucunda öz bilinciyle olan etkileşimini sorgulamaktadır. Bu etkileşim içinde sanatsal ifadenin rolü, bünyesinde barındırdığı anlam çeşitliliği ve eyleme dönük yönelimleriyle, tıpkı kavramsal sanatta olduğu gibi önem taşımaktadır.



**Fot.17: Laurence Gartel, "Millenium Girl" ,1997**

Sanat yapıtı, genellikle izleyicinin katılımı ile başlayan, interaktif yöntemlerle süren, yön değiştiren, sonlanan ya da sonsuz bir sürece dönüşen bir hal alabilmektedir. Dijital sanat, bazen teknolojinin, bazen de kavramların sınırlarını

zorlayarak sanat olgusunu başlı başına bir deneyimleme olarak gören felsefeye daha da fazla yaklaşmaktadır. Dijital sanatın ağırlıklı yayılma mecrası internettir. İnternet, insanların her geçen gün gittikçe artarak üretilen bilgiyi saklama, paylaşma ve ulaşma istekleri sonrasında ortaya çıkmış bir teknolojidir. Dijital sanat, genel olarak internette yayıldığı için, bu sanat dalı teknoloji yatkını belirli bir kitle tarafından daha yoğun bir şekilde bilinmekte ve kabul edilmektedir. Ancak şu da bir gerçektir ki, günümüzde dijital sanata yönelik pek çok önemli sergi, önemli sanat galerilerinde yapılmış ve sanatseverlerce ilgiyle izlenmiştir. Dijital sanat eserleri, müzeler, kurumlar ve özel koleksiyonerler tarafından toplanmaktadır. Türkiye’de ise dijital sanatla tanıştıran Özcan Onur’dur. 1960 yılında Güzel Sanatlar Akademinden mezun olduktan sonra resim ve heykel alanında çalışmalar yapan sanatçı, Dijital ortamda üretilen çalışmaları da yakından takip etmiştir. Paris’te bilgisayar ortamında grafik programları geliştiren ekibe dahil olmuştur. Özcan Onur, o günlerde ürettiği görüntü demetlerini bugünün dijital ortamındaki aktarım ve çıktı olanakları olmadığı için, ekrandan fotoğrafik yolla çekip, basmış ve bunları İstanbul’da ve Paris’te 1986 yılında “Elektropentür” isimli sergisinde izleyicisine sunmuştur.<sup>145</sup>

Türkiye’de dijital sanatın yaygınlaşması için kurulan birçok vakıf ve kuruluş vardır. 2002 yılında bağımsız bir oluşum olarak kurulan NOMAD 2006 yılında dernek olmuştur. NOMAD, diğer disiplinlerin ışığında dijital sanat alanında yeni kalıplar üretmeyi hedefler. Çekirdek yapısını tasarımcılar, mühendisler, mimarlar, küratörler ve yazarlardan oluşur. Sanatçılar arasında işbirliği sağlamayı hedefleyen teknik ve teorik bir altyapı üzerine kuruludur. NOMAD’ın yapım ağı, dijital kültür üzerine kurulu projelerle sınırlar ötesi güçlü bağlar kurmayı hedefler. Projelerinin ana hedefi, verimli bir iletişim kanalı oluşturarak yeni enformasyon kaynaklarına erişim sağlamaktır. Ana ekip Başak Şenova, Emre Erkal ve Erhan Muratoğlu’ndan oluşur.<sup>146</sup>

Dijital sanatın sınıflandırmasını yapan Cristina Paul; “Digital Art”, bu sanat biçimin içeriğinin tanımlanmasında ve sınıflandırılmasında önemli yapı taşlarından biri olarak kabul edilmektedir. Paul’e göre, dijital sanata yönelik sınıflayıcı önemli

<sup>145</sup>Çizgen, Gültekin. Sanat Köprüsü, Sırat Köprüsü. Arkeoloji Sanat Yayınları: İstanbul.2007, 68 s.

<sup>146</sup><http://tr.wikipedia.org/wiki/NOMAD>

ayrımardan biri, teknolojinin “araç” ve “ortam” olmasına yöneliktir. Fotoğraf, baskı, heykel ya da müzik gibi geleneksel sanat nesnelerinin oluşturulması için bir “araç” olan dijital teknolojiler, üretilen, saklanan ve sadece dijital formatta sunulan, etkileşimli veya katılımcı özelliklerini kullanan dijital teknolojiler için “ortam” olarak kullanılmaktadır. Paul’e göre, bu iki tür dijital teknoloji kullanımının ana özelliklerinin bir kısmı ortak olmasına rağmen, dışavurumları ve estetik ifadelerinde farklılıklar bulunmaktadır. Bu iki kategoriye kesin bir sınıflama olarak değil, bir melez tür olarak görmek gerekmektedir.<sup>147</sup>

### 3.2.3. Dijital Fotoğrafta Manipülasyon

Fotoğraf ister negatif olsun ister dijital olsun her döneminde gerçekliğin temsili olan fotoğrafı bağlamından koparıp sanatçının dönemi içinde yarattığı çalışmaların ürünü haline gelmiştir. Fotoğrafın bugünkü geldiği konuma bakacak olursak gerçeklik fotoğrafın gerçeklik sorgusu daha çok sorgulanmaya başlanmıştır. Dijital teknolojinin hızla ilerlemesi fotoğrafa yardımcı ya da geliştirici programların Photoshop veya Paint Shop gibi görüntü işleme yazılımların yardımıyla, ister makinaların içinde var olan rötuş programlarıyla küçük müdahalelerde bulunarak değiştirilebilir ya da dönüştürülebilir.<sup>148</sup>Dijital fotoğraflar, renkli yazıcılar aracılığıyla evde basılabilir, İnternet üzerinde herhangi bir paylaşım sitesinde yayımlatılabilir. Televizyon, bilgisayar, telefon sayısal verileri saklana bileceği bir çok aygıtta tutulup depolanabilir. Fotoğrafların dijital enformasyon biçiminde kaydedilmesiyle, bu süreç yoktan var olan görüntüleri üretebilir hale getirmiştir. Dijital görüntülemenin temelinde, geleneksel tekniklerden dijital teknolojiye sanatçılar çalışmalarını üretirken fotoğraftan oldukça yoğun bir şekilde faydalanmış, gerçek hayatta aslı olmayan kompozit fotoğraflar üretmişlerdir.

Görsel tasarımda bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ve fotoğrafsal/ optik imge üretimini hızla artması sonucunda artık karşımıza çıkan görüntülerin çoğu şu veya bu şekilde ekranlarda üretilmektedir. Bu görüntüler de geniş anlamıyla foto-

<sup>147</sup>Paul, Christiane. Digital Art. Thames and Hudson: London.2008, 8 s.

<sup>148</sup>Bajac, Quentin. Fotoğraftan sonra; Analog fotoğraftan sonra DijitalDevrime. Çev: Marja Franco ,Yky,İstanbul. 104 S.

kolajlar olarak tanımlanabilirler. Her şeyden önce kolaj tekniklerinin kullanımının modern sanatın şanından olduğu Kübistlerden bu yana apaçık bir durumdur. İlk parlak çıkış dönemlerinde PopArt'ın bu tekniği giderek bir "çılgınlık" derecesine vardığı da doğrudur. Eserlerini neredeyse montaj sanayii teknikleriyle üretilen Andy Warhol etrafında örülen "sanatçı kültü" her bakımdan PopArt'ın artık miadını doldurmaya başladığını pek erkenden işaretlemişti. Ancak bir sanat akımının ya da grubunun miadını doldurması, ne kullandıkları tekniklerin sona erdiği anlamına gelir, ne de sanatın kendisinin.<sup>149</sup> Bilgisayar teknolojilerinin sanata dokunduğu iki genel alanı ayırdetmeliyiz: Birincisi "dijital" ya da "fraktal" sanat diyebileceğimiz bir boyuttur. Unutulmamalı ki, bilgisayarlar yalnızca bulunmuş ya da taranmış resimlerle, metinlerle, ses ya da video kayıtlarıyla "kolajlamayı" kolaylaştırmakla kalmazlar. Aynı zamanda yalnızca bilgisayar aracılığıyla elde edilebilecek görüntü, hareket-animasyon ve seslerin de sanatsal amaçlı kullanılabilmesini de hatırlamak gerekir. Genel olarak "fraktal sanatlar" adı verilen bu alan içerisinde, en basitinden bir Paint-Shop ya da Photoshop resminden oldukça karmaşık matematiksel fonksiyonlar aracılığıyla kurgulanan fraktal görüntü ya da seslere varıncaya kadar geniş bir olanaklar kümesinin varlığı söz konusu. Bu noktada sorulması gereken bir soru var: Bilgisayar kullanılarak, klasik anlamda resim ve ses duyularının sanatsal kullanımına başvuran görüntüler, animasyonlar ve müzik üretilebilir. Oysa doğrudan doğruya matematiksel fonksiyonlar aracılığıyla üretilenlerin, insan faaliyetinin icra edildiği biçim açısından bundan önemli bir farkı bulunuyor. Çoğu zaman, "image processing" teknikleriyle görüntüler ekranda hiç görülmeden işlenebiliyorlar.<sup>150</sup>

Walter Benjamin "Mekanik Yeniden Üretim Çağında Sanat Yapıtı" adlı çalışmasında, mekanik yeniden üretimin sanat yapıtına olan etkisinin onun tekilliğini ortadan kaldırması olduğunu söyler. Bu şekilde sanat yapıtı tekilliğinin ona sunduğu etki alanın aurasını kaybedecektir. Yeniden üretim ile sanat yapıtı evlerimize kadar girecek ve sergilenmiş orjinalin aurası yitecektir. Dünyada tek bir Mona Lisa tablosu olmasına rağmen internet üzerinde yapılan bir arama ile pek çok Mona Lisa kopyasına ulaşılmaktadır. Louvre Müzesinde yer alan Mona Lisa tablosu gibi, müzenin sanal ortama tamamen taşınması üç bine yakın sanat eserinin müzenin web

<sup>149</sup> Baker, Ulus. İnternette sanat Mümkün mü?, www.korotonomedia.net

<sup>150</sup> A.g.e.

sayfasında milyonlarca izleyiciye ulaşmasını sağlamıştır.<sup>151</sup> Bu durum auranın yok olup olmadığına ilişkinin yanında asıl önemlisi ulaşılabilirliğe sahip olması. Sanatın her zaman geleneksel durumdan çıkıp teknolojik sürece geçerken oluşturduğu sancılı süreç günümüzde de devam etmektedir her ne kadar sanat çevrelerince tartışılan bir konu olsa da yaşamla bağlantılı olan sanat kendi çağının getirdiği teknolojik, sosyolojik, ekonomik, etkilerden kendini sıyıramayacağını biliyoruz. Fotoğrafın her dönem sıkıntısı olmuştur. Örneğin; A.B.D. klasik fotoğrafçı Edward Steichen ve Alfred Steiglitz'in birlikte çıkarttığı 1903 yılında yayınlanan Camera Work dergisinin birinci sayısında “Aslında her fotoğraf başından sonuna sahtedir. Pratik olarak tamamıyla manipüle edilmemiş öznelikten uzak bir fotoğraf çekilmesi mümkün değildir.”<sup>152</sup>Sözü bile yeterince açıklayıcı olmuştur.

Fotoğrafta yapılan her türlü değişiklik sayısal olarak üretilmiş görüntüleri değiştirerek izleyicileri yönlendiren sanatçının, hayal ve imaj dünyasının sunduğu görüntüler aracılığıyla gerçeklik bağlamından koparılan fotoğraflara yapılan müdahaleye manipülasyon denir. Farklı şekillerde manipülasyon yapılmaktadır.

**İmgelerin manipüle edilmesi:** Bilgisayar programları ile fotoğrafın pozunu, rengi, kontrastı vb. üzerinde yapılan değişikliklerdir. Böylece görüntü üzerinde istenildiği şekilde etki yaratılabilir. Sözgelimi haber fotoğrafı az pozlanmışsa gereken ışık, program ile eklenebilmektedir. Ya da çekilen fotoğrafta renkler doygun değilse, doygun renk yine bu programla sağlanabilir.

**İmgelerin kadrajlama ile manipüle edilmesi:** Fotoğraf karesinde yer alan görüntülerin, istenildiği şekilde anlamlandırılmasını sağlamak amacıyla kadrajlanmasıdır.

**İmgelere altyazı ekleyerek anlamın manipüle edilmesi:** Haber fotoğrafının iletmediği anlamı, altyazı ile değiştirmek mümkündür. Aynı görüntüye farklı altyazı ile farklı anlam yüklenebilir.

---

<sup>151</sup>Hepdinçler, Tolga. Teknolojik Gelişmeler İle Dönüşen Fotoğraf Kavramı  
<http://tolgason.tripod.com/digital.htm>

<sup>152</sup>Topçuoğlu, Nazif. Fotoğraf Ölmedi Tuhaf Kokuyor.Y.K.Y.İstanbul. 2010. 126 s.

**İmgelerin kurgulanması yoluyla manipülasyon:** İmgelerin kurgulanması, gazetecilerin ellerinde bulunan herhangi bir haberi daha çarpıcı hale getirmek, güçlendirmek ya da benzeri kaygılarla görüntüyü yeniden oluşturmak amacıyla yaptıkları değişiklik ya da düzenlemeler olarak tanımlanabilir.

**İmgelerin seçilerek kullanılması yoluyla manipülasyon:** Fotoğrafçı görüntüler karşısında seçicidir. Fotoğrafçının görme biçimi konuyu seçişine yansır. Bir insanı sevimli, neşeli, güçlü bir çerçevede gösterebileceği gibi sevimsiz, güvenilmez, sıkıcı bir kişilik olarak da gösterebilir. Gazetelerde yer alacak fotoğraflarda da o kişi nasıl gösterilmek isteniyorsa ona göre görüntü seçilir.

**İmgelerin teknik olanaklar kullanılarak manipüle edilmesi:** Klasik yöntemlerle yapılan manipülasyon, çok zaman alan bir işlem iken, bugünün teknolojisi ile bilgisayar ortamında neredeyse anlık iş haline gelmiştir. Anlaşılması güç işlemlerin kısa sürede gerçekleşmesi gerçekte, gerçek olmayı ayırt etmede zorluk yaratmıştır. Böylece görüntü öğeleri istenildiği gibi değiştirilebilmekte, var olanlar yok, yok olanlar da var edilebilmektedir. Bu durum görüntüde sınırsız oynanabilme kolaylığını getirirken, güvenilirlikle ilgili de sıkıntı yaratmaktadır.<sup>153</sup>

Günümüz de birçok fotoğrafçının bilgisayar programları aracılığıyla, manipülasyon uygulamalarından geçip oluşturulan fotoğraflar, internet aracılığıyla fotoğrafçının ister bireysel internet sitelerinde, ister sosyal paylaşım sitelerinde yaptıkları, çektikleri fotoğrafları proje şeklinde yada günlük olarak yükleyerek takipçilerine sunmaktadırlar. İster profesyonel fotoğrafçı olsun ister amatör internet siteleri aracılığıyla kendilerini ifade edebildikleri bir alan oluşturabilmektedirler.

### **3.2.4. Sex, Drag ve Rock'n Roll: Terry Richardson**

Terry Richardson 1990'ların başında fotoğraf çekmeye başlayan, asıl çıkışını 2000'lerde yapan bir fotoğrafçıdır. Terry Richardson'ın tüm işleri seksle ilgilidir. Tarzı çok ama çok doğrudan, çok kaba, pornografik ve erotizm çizgisindedir.

---

<sup>153</sup>Tiryakioğlu, Filiz. Teknolojik Gelişmeler ve Yenilikler Arttıkça Fotoğrafa Olan Güven Azalıyor mu? Anadolu Üniversitesi. 8 s.

Cinselliğin pazarlama da modada, eğlence endüstrisinde seks, erotizm, cinsellik en fazla işlenen konudur.<sup>154</sup>

Richardson ilk kez 1991’de Vibe dergisi için yaptığı sokak modası çekimiyle dikkat çekti. 2000’lere gelindiğindeyse Gucci, Levi’s, Miu Miu, Eres, Tommy Hilfiger, Club Monaco, Supreme, Hugo Boss, Sisley gibi markalara iş yapmış bir moda fotoğrafçısı oldu. Vogue, Harper’s Bazaar, Penthouse, The Face, GQ, Nylon, Sports Illustrated ve daha pek çok dergiye çekimler yaptı.

Amerika’nın birçok ünlü ismiyle çalışan fotoğrafçı Amerika Devlet Başkanı Barack Obama’dan, Kate Moss, Lady Gaga, Jeff Bridges gibi ünlülerin yanında undergrand yaşam biçimini oluşturan insanları, travestileri, bağımlıları, porno yıldızları v.b. birçok farklı tarzdaki insanları kendi stiliyle beyaz fon önünde en yalın hallerini dijital müdahaleler olmadan belgelemiştir.



**Fot.18: Terry Richardson “Lil Wayne”,2009**

<sup>154</sup><http://www.milliyet.com.tr/porno-estetigini-sanata-tasidi/haberdetay/29.11.2009/1167310/default>.



Terry Richardson, figürleri moda trendlerinin belirlediği karmaşık ve yapay içeriklerden ve gösterişten uzak bir şekilde resmediyor. Fotoğrafçının sadelik ve esas olana odaklanma yaklaşımı doğrultusunda ortamda gösterişli arka planlar bulunmuyor. Richardson, “*Usta bir fotoğrafçı anı yakalar; işte bu nedenle çekimleri ekstra ekipman ve asistan olmadan gerçekleştirdim. Kullandığım teknik, tekniksizlik: Mercekler benim gözlerim, etkileyiciliğim, nerede olursa olsun anın gerçekliğini yakalama kabiliyetim; görüntü açıları, renk ışık, sahne kullanımı, tüm bunlar daima fotoğraf sanatının temel unsurları olmuştur.*”<sup>155</sup>

Terry Richardson, 2010 yılında Pirelli takvimi için “The Female Beauty” çalışması yapan sanatçı, 30 fotoğrafta oyunbozan ve saf Aşk Tanrısı Erosa çağrışım yapıyor. Terry Richardson, merceği ile dişiliğin en parlak yönünü yakalayan bir sadelikle fantezilerin peşinde koşuyor ve doğallığı cezbeden, klişelerden kurtulmaya çalışan, üzerindeki tek örtülü ironi olan kadını resmediyor. Böylelikle, Robert Freeman (1964), Brian Duff (1965) Ve Harry Peccinotti’nin (1968 ve 1969)<sup>156</sup> imza attığı ilk sayılara benzerliğiyle dikkat çeken 2010 Pirelli Takvimi, takvimin 60’lı ve 70’li yılların doğal ve özgün atmosferine yani kendi özüne geri dönüyor. Terry Richardson, takvim yaprakarında ünlü selefleri gibi rötuş yapmaksızın doğallığın ağır bastığı, gerçek kadını açığa çıkaran ve günümüzün revaçta olan yapay aşırılıkların ortadan kaldıran tekniğiyle basit bir fotoğrafçılığı gözler önüne seriyor.

---

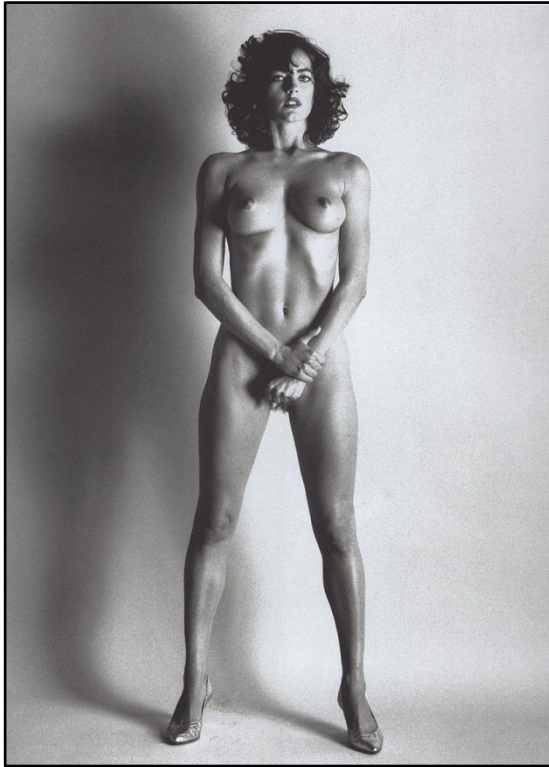
<sup>155</sup><http://hippikiz.com/pirelli-efsanesi-zamana-acilan-kadinlar/>

<sup>156</sup><http://hippikiz.com/pirelli-efsanesi-zamana-acilan-kadinlar/>



**Fot.19: Terry Richardson, “Pirelli Callender”,2010**

Helmut Newton’un fotoğrafa anlayışının günümüze uyarlanmış halini görmek mümkündür. Özellikle, Helmut Newton’un 1980 yılında gerçekleştirdiği “Big Nude” fotoğraf çalışmalarına benzerlik söz konusudur.



**Fot.20:Helmut Newton,1980**



**Fot.21: Terry Richardson,2012**

Fotoğraf anlayışında Photoshop uygulamalarına yer vermese de interneti aktif olarak kullanan sanatçıların başında gelmektedir. Günlük olarak nitelendirdiği hatta ismini de buradan alan sitesinde gerçekleştirdiği fotoğraf çalışmalarını paylaşmaktadır. Bunun yanında sosyal medyada facebook, twitter gibi gibi paylaşım sitelerinde de fotoğraf paylaşımları yapmaktadır.

### 3.2.5. Gözden Kaçanlar: Erwin Olaf

Bilgisayarda üretilmiş kompozit fotoğrafların önemli temsilcilerinden Erwin Olaf dijital teknolojiyi en iyi kullanan sanatçıların başında yer almaktadır. 1959 yılında Hilversum Hollanda doğumlu olan sanatçı ilk önce gazete fotoğrafçılığından, stüdyo fotoğrafçılığına geçiş yapmıştır. Uluslararası sanat sahnesinde ilk kez, 1988 Chessman (Satranç Taşı) serisi ile Avrupa Genç Fotoğrafçılar ödülünü almıştır. Birçok fotoğraf sergisi açan sanatçı çalışmalarını cinsiyet, duygusallık, mizah, umutsuzluk ve zerafet üzerine kurmuştur.<sup>157</sup>Olaf'ın sanat anlayışı, kolay bir belgeselleştirme yerine, söylenmemiş olanı ve gözden kaçanları görselleştirme üzerine kuruludur. En belirgin özelliği ise; sosyal konulara ve tabulara çok stilize ve kurnazcayaklaşmasıdır. İzleyici, sanatçının fotoğraf serilerindeki gizliliği baştan kabul etmek durumundadır; çünkü jilet keskinliğindeki estetik sezgisi ile Erwin Olaf, kasıtlı olarak serilerindeki temayı gizler. Nihayetinde sıra dışı tarzıyla dramatik ve duygusal görüntüler sunmaktan asla kaçınmaz.

Her sanatçı gibi Olaf'ta etkilendiği birçok sanatçı olmuştur. Çalışmalarında Diane Arbus, Robert Mapplethorpe, Joel-Peter Witkin'in etkileri rahatlıkla görülmektedir. Özellikle 1987 yılında "Chessmen" adlı çalışmasında etkileri açıkça görülmektedir. Bu çalışması için Erwin Olaf verdiği bir röportajda "Hayattaki şahların ve vezirlerin dışında da insanlar olabileceği, toplumun bu insanları sosyal

---

<sup>157</sup><http://www.fotoritim.com/yazi/erwin-olaf-ile-roportaj>

hayattan soyutlayarak uzaklaştırdığı, adaletsiz bir oyun için duyduğu öfke yüzünden böyle bir çalışma yaptığını”<sup>158</sup> ifade ediyor.

“Yağmur” (Rain,2004) serisi, “Amerika’daki 11 Eylül olayından sonra bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Amerika’nın olumsuz imajına karşıydım ve Amerikalıların olumlu yönlerini göstermek istedim.” “Yağmur”serisi; 1960’ların tipik Amerikan setinde geçiyor ve “etki-tepki” temasını ele alıyor. “Bu tarz boşlukların toplumlar arasında da oluştuğunu düşünüyorum. Bu durumun karşısında felç olmuşçasına tepkisiz kaldığımız düşüncesini fotoğraflarda yakalamaya çalıştım.”“Cennet” (Paradise Portraits, 2001) serisinde ise, “Dünyanın çeşitli yerlerinde baskı ve eziyet gören kadınlarla eşcinsellerin durumu da beni etkiledi.” Ve son olarak “Yas” (2007) serisi; “yaşlanmam ve akciğer hastalığına yakalanmam gibi zamanın getirdiği faktörler yüzünden gençliğe bir nevi veda niteliği taşıyan, durumu kabullenişimle ilgili bir çalışma.”<sup>159</sup>

Umut (Hope, 2005), Hüzün (Grief,2007) ve Yağmur (Rain,2004) bu üç seri birbirini tamamlar niteliktedir. “Bir fotoğraf çekimi için Hollanda da iyi tanınan bir kişinin evinde idim. Büyük ve güzel olan bu yer yaşamak için yaşamak için o kadar muhteşemdi ki, o an aklımdan böyle güzel bir eve sahip olup da mutlu değil de üzgünseniz nasıl olur diye geçti. O insanın mutsuz olduğundan filan değil, ben böyle düşünüyordum. Sanatta, elitin mutsuzluğu, fakir insanların mutsuzluğundan çok daha ilgi çekicidir.” Globalleşmenin getirdiği ortak köy imajındaki “tek-tipleşmeye” karşı bir direnişle bu fotoğraflarda sanki yeni bir ruhun kendinde var olan, ama görülemeyen bedenlerine bir gönderme yapıyor.<sup>160</sup>

1999 yılında yaptığı Olgun (Mature) isimli çalışmasında altın renge boyanmış top model pozunu veren yaşlı kadınlarla çalışmıştır. Moda Kurbanları (Fashion Victims,2000) cinselliğin ve bununla ilintili tasarımcı etiketlerinin tüketimde kullanımına ilişkin çalışmasıdır. Asil Kan (Royal Blood 2000) Aristokrasi üyelerinin

<sup>158</sup><http://www.fotoritim.com/yazi/aytac-togay--yoksa-barthesin-bahsettiği-sessiz-fotoğraflar-bunlar-mi-bir-erwin-olaf-denemesi>

<sup>159</sup><http://www.andmagonline.com/exclusive-1/erwin-olaf>

<sup>160</sup><http://www.yeniduzen.com/detay.asp?a=33637>

kinici doğalarını vurgulayan çözümlenemeyen ölümlerine ilişkin minimalist porte çalışmalarıdır. Son olarak 2011 yılında tamamladığı Leiden'in Kuşatılması ve Kurtuluşu (The Siege and Relief of Leiden) serisinde Leiden şehrinin 1574 tarihinde maruz kaldığı kuşatmanın, içlerinden Otto van Veen, Simon Opzzoomer gibi ressamların tasvir ettiği resimlerinden ilham alarak çektiğı savaş kareleri ve portreleriyle giriyor izleyicinin belleğine sanatçının kusursuz bir yapıyla oluşturduğu eserlerinin onlarda yarattığı ve alt metinlerde toplumsal, tarihsel, varoluşsal birçok göndermenin var olduğu bir çok eser üretmiştir.<sup>161</sup>



**Fot.22: Van Jan Hendrik**

**“Van de Laar uit De Gebedsdienst na Ontzet Leyden”, 1861**

---

<sup>161</sup><http://www.fotoritim.com/yazi/aytac-togay--yoksa-barthesin-bahsettigi-sessiz-fotograflar-bunlar-mi-bir-erwin-olaf-denemesi>



**Fot.23: Erwin Olaf, “Liberty - Plague and Hunger during the Siege of Leiden”,2011**

Erwin Olaf, sanatçı kişiliğinin yanında, reklam alanında da dünyaca tanınan bir sanatçıdır. Kendine has yarattığı dünyaların yansımaları reklam fotoğraflarında da görmek mümkündür. Birçok önemli firmayla çalışan sanatçı, Lavazza firmasıyla çalışma sürecini; *“benden fikirlerimle ilgili çizimler istedi. Bazılarını kabul ettiler, bazılarını reddettiler. Derken aynı çizgiye geldik. En baştabana istediğin gibi takıl demişlerdi. -Tamam o zaman kahve fincanını çıkartalım, dediğimdeyse tabii ki mümkün olmadı. Sonuçta ürünü göstermek zorundasınız. Yani ne kadar özgürlükçü bir firma da olsa, ticari kaygılar ve dolayısıyla birtakım kurallar her zaman oluyor.”*<sup>162</sup> BMW, Microsoft, Nintendo, Diesel Jeans gibi birçok önemli firmayla çalışmaktadır.

<sup>162</sup><http://www.fotoritim.com/yazi/erwin-olaf-ile-roportaj>



**Fot.24: Erwin Olaf “Lavazza Coffee”,2011**

### **3.2.6.Mitos’un Dijital Yaratıcısı Alessandro Bavari**

Alessandro Bavari, 1963’te İtalya, Roma’nın güneyinde bir sahil kasabası olan Latina’da doğdu.15 yaşında fotomontajlar yapmaya başladığında sanat okuluna katılmaya kara verdi. Yağlı boya, sulu boya ve oymacılık teknikleri gibi konularda kuvvetli bir birikim oluşturduğu Roma’daki Güzel Sanatlar Akademisi’nde, ebru, zank, endüstriyel boya ve fotoğraf basım teknikleri araştırmaları tecrübe ederken,

aynı zamanda perspektif kullanma, fotoğrafçılık, sanat tarihi gibi konular üzerinde araştırmalar yapmıştır.

İnsanlar ve hayvanlarla ilgili konuları, objeler ve mimarlık, resimler ve peyzajlar, fosiller ve materyaller üzerine zihinsel müzesine eklenen çok sayıda fotoğraf çekme alışkanlığı elde etti. 14.ve 15. Yüzyıl sanatçıları kadar Hint, Avrupa efsaneleri ve alegorilerinden etkilendi.<sup>163</sup>1993'ten bu yana fotoğrafik süreçten önce endüstriyel ve doğadan gelen organik ürünleri kullanarak sonrasında, dijital teknolojinin sunduğu olanakları sonra resim ve fotoğraf tekniklerini birleştirerek Photoshop programıyla dijital olarak işlediği fotoğrafları kendine has bir teknik ve yaratım sürecinden geçirmiştir yaratmıştır.<sup>164</sup>En önemli eseri “Sodom ve Gomorrah” adlı çalışmasıdır. Dinsel olguları kendi zihin dünyasında birleştirip sunduğu başarılı bir çalışmadır. “Sodom ve Gomorrah” çalışmasının oluştururken izlediği yol hakkında kişisel sitesinde de paylaşmaktadır.



**Fot.25: Alessandro Bavari,“Sodom ve Gomorrah”**

**“Vision of Lot. The Door Of Minos”,2011**

<sup>163</sup><http://www.alessandrobavari.com/english/biography/biography.htm>

<sup>164</sup><http://www.fotoritim.com/yazi/alessandro-bavari--sodom-ve-gomorrah>



Sodom ve Gomorra hakkındaki bilgiler Yahudi- Hristiyan kültüründe adı sapkınlıkla özdeşleşmiş varlığı tartışmalı olan bir kenttir. Kur'an-ı Kerim'e göre; Lutik olarak ve kapalı biçimde yer alan olay. Eski Ahitte ayrıntılı olarak tasvir edilir.

Hikâyede İbrahim ile Lût, Kenan topraklarında çobanlar olarak sürülerini otlatırlar. Hayvanlar çoğalınca ülke ikisine de yetmez. Bunun üzerine İbrahim ayrılmalarına karar verir ve gideceği yeri ilk seçme hakkını Lût'a verir. Lût, Şeria Vadisinin bol sulu ovasını seçer ve "havzanın beş zengin kentinden" biri olan Sodom yakınlarına yerleşir. Diğer kentler Adma, Tseboim ve Tsoar'dır. Ancak Sodom erkekleri günahkâr eşcinsellerdir ve Tanrı eğer pişmanlık getirmediikleri takdirde hepsini yok edeceği uyarısında bulunmuştur. İbrahim, Tanrı ile suçluların yanı sıra dürüst insanları da yok etmenin ahlaklılığını tartışır; sonunda Sodom'daki tek dürüst insanın Lût olduğu anlaşılır.

Lût'u Sodom'u bekleyen felaket konusunda uyarmak üzere iki melek gönderilir. Sodomlular Lût'un tanrısal ziyaretçilerini duyunca evine gidip görmek isterler. Kötü Sodomlular'ın melekleri taciz edeceklerinden korkan Lût, kalabalığa onlar yerine iki bakire kızını sunar. Melekler kapı önündeki Sodomlular'ı kör edip Lût'a ailesini alıp kaçmasının söylerler.

Tanrı Sodom ve Gomorra kentlerine kükürt ve ateş yağdırırken Lût karısı ve iki kızıyla Tsoar kentine kaçmaya başlar. Ancak yolda Lût'un karısı Tanrı'nın arkasına bakmama emrine uymayınca bir tuz "direğine" dönüşür. Lût, Tsoar'da kalmaya korkarak kızlarıyla bir mağaraya sığınır. Kızlar uzun bir tecrit döneminden sonra kendilerine bir çocuk verip soylarının devamını sağlayacak bir erkek bulamayacaklarından korkarlar. Bu nedenle babalarını sarhoş edip ne yaptığını fark edemeyeceği bir sırada iğfal etmeye karar verirler. Bu zina birleşmesinden iki erkek

evlat doğar: Moablılar ve Ammonoğulları kabilelerinin ataları olan Moab ve Ben-ammi.<sup>165</sup>

Bavari'ye göre; “İnsanların toplu ahlak noksanlığı içinde mutlu yaşadığı yasak ve lanetli iki kentin metaforuna taşıyan bu düşsel yolculukta, günlük hayatın parçası olan ihtiras ve günaha adanmış her türlü seksüel sapkınlığa dair metaryeller sunulmuştur. Bir kişinin kaybolabileceği ve kavramsal oluşundan ötürü yarı robotmuşçasına sıradan günlük hayatı gözden geçirebileceği ve sonrasında bir başkasının yolunu bularak, belki de tekrar kaybolacağı bir ızgara gibi, kitsch ve geometrik mantıkla, tasarlanmış olağan dışı sunumudur.”<sup>166</sup>



**Fot.26: Alessandro Bavari, “Metachaos”**

**“Horus, Krishna, Dionysus, Mithra, Christ”, 2009**

<sup>165</sup><http://tarih.sitesi.web.tr/kayip-sodom-ve-gomorra.html>

<sup>166</sup><http://www.fotoritim.com/yazi/alessandro-bavari--sodom-ve-gomorra>

Miscellaneous,1994/1999,Tryptichon,2006,Metachaos,2009, Sodom ve Gomorrah, 2000/ 2011 adı birçok çalışması bulunun sanatçı video çalışmalarının yanında reklam fotoğrafçılığı alanında da çalışmaktadır dijital manipülasyon tekniklerini mükemmel incelikle kullanan sanatçı reklam dünyasında da teknolojiye hakimiyetiyle farklı bir alanda bulunmaktadır çalışmaları resmi web sayfasında yayınlamaktadır.



**Fot.27: Alessandro Bavari, “Pirelli”,2011**

### **3.2.7. Herkes Ünlü Olabilir: Michael Donovan**

1977 yılında doğan Amerikalı moda fotoğrafçısı, çağın fotoğrafçılığını en iyi şekilde yansıtan fotoğrafçılardan biridir. Michael Donovan dijital fotoğrafçılığın yanında internet aracılığıyla popüler olan sanatçılardan biridir. Sosyal Paylaşım siteleri aracılığıyla fotoğrafçı kimliğini öne çıkaran, uyguladığı dijital kolajların yanında günün sırdan anlarının fotoğraflayıp bunu web sayfasında dijital günlüğünü

sergilemektedir. Sanat eğitimi almamış olan Michael Donovan insanların sertliklerini, mutluluklarını, üzüntülerini, gerçeklikleriyle göstermeyi amaçlamak olduğunu söylemiştir.<sup>167</sup>



**Fot.28: Michael Donovan, "Stardust" Lovecat magazine, 2011**

<sup>167</sup><http://500photographers.blogspot.com/2011/03/photographer-237-michael-donovan.html>

Michael Donovan'ın fotoğraf üretimi günümüz popüler kültürün bir yansıması gibi, dijital teknolojiyle yaygınlaşan fotoğraf iletişimi bir birinin kopyası konumunda üretimleri doğurmuştur. İnternet ortamında paylaşılan fotoğraflar ne kadar çok farklı sitede görünmeye başlarsa popülerlikte o oranda artmaya başlıyor. Fotoğrafçılık kavramı alt yapıdan çok, görsel olanın tüketimi konumuna geldiği görünmektedir. Bir fotoğrafçı ya da artık her türlü sanat kavramlar içinde rahatlıkla söylenebilir ne kadar çok üretim yapıp bunları internet ortamında paylaşırsa, tanınma ve başarı oranı o oranda artmaya başlıyor.



**Fot.29:Matt Black,2012**

**Fot.30:Michael Donovan,2011**



**Fot.31:Sisilia Piring, 2012**

### **3.2.8. Dijital Fırça: Andrzej Dragan**

1978 Varşova doğumlu olan Andrzej Dragan kuantum fiziği üzerine doktorasını yapmış olup burslu olarak Oxford'da Lizbon'da ve Amsterdam'da okumuştur. Varşova Üniversitesinde fizik dersleri veren Andrzej Dragan, müzisyen kişiliğinin yanında fotoğraf alanında da çağı yakalamanın yanında kendi “ Dragan Effect” geliştirdiği teknikle tüm dünyada tanınmıştır.

Andrzej Dragan bu tekniğin temellerini analog fotoğraf tekniğini, dijital fotoğraf tekniğine uygulanabilirliğini göstermiştir. “Işıkla boyama” tekniğini Photoshop görüntü işleme programlarıyla yeniden yaratılmasına katkı sağlamıştır. Analog fotoğrafta uygulaması ustalık isteyen ışıkla boyama tekniğinin geniş fotoğrafçı kitlelerince kullanılabildiği açısından önemli bir yeniliktir. Bu tekniği

sadece ışıkla boyama tekniğinin yanında dijital fotoğrafçılığın getirdiği birçok eklemeye olanak tanır ve değişik kullanımlarla yaratıcılığa katkı sağlar.<sup>168</sup>

Dragan çoğu meslektaşından ayrı olarak fotoğrafın ruhu meselesine inanmamakla birlikte sadece kendini mutlu etmek amaçlı fotoğraf çektiğini söyler. Beğenilmesi ya da beğenilmemesi durumuna fazla kafayı takan bir adam değil açıkçası. Dragan bir işin özgün olabilmesi için başkalarının işlerini takip etmek ve onları taklitten yola çıkmak yerine, kendine has olanı yaratmaya çalışmanın daha önemli olduğunu belirtiyor.<sup>169</sup> Fotoğraflarında insanların ilginç bulduğu noktaları öne çıkartan fotoğrafçı, fotoğrafın bir felsefe ya da bir bilgelik değil, sadece göze hoş gözükken bir hobi olduğunu düşünüyor.

Portre fotoğrafları çeken Dragan *“Portre gerçek bir kişinin hayali görüntüsüdür. İnsanlar, portrelerin kişiler ve onların hikâyeleriyle ilgili bazı şeyler ortaya koymasını bekler. Bunun doğru olup olmadığını bilmiyorum, genel olarak doğru olabilir ama eğer öyle ise, tanımadığınız bir insanın resmetmek imkânsız olurdu. Eğer insanlar bunu portre olarak adlandırmazlarsa bu benim için sorun değil. İsimlerle ilgilenmiyorum.”*

*“Çektiğim tüm fotoğraflardan sadece biri “kesin gerçek” olarak düşünülebilir: bu 18 yaşında, model olan, çok uzun ve çok tatlı ama çok zayıf, anoreksik bir kızın portresidir. Henüz onu tamamen işlemedim. Görüntüyü bozulmamış olarak bıraktım. Ve bu, insanların daha az güvendiği resimlerden biridir. Onlara önerdiğim doğruya güvenmezler ve basit bir bilgisayar hilesi sunduğumdan şüphelenirler. Bu gerçek kavramıyla oynamak ilginç çünkü o her zaman büyük yanlış anlamalara sebep olabilir. Bir başka örnek: İsa’yı tasvir eden favori modelimin portresi. Bu portre hakkında birileriyle aydınlatıcı bir konuşma yaptım. Dini nedenlerle itici hissetti ve ona sordum: “Tamam onu sevmedin ama*

<sup>168</sup><http://www.eksisozluk.com/show.asp?t=andrzej+dragan>

<sup>169</sup><http://www.kanguncesi.com/kgv4/haftalik/sayi-1/andrzej-dragan>

onda ne gördün?” ve o cevapladı: İsa’yı gördüm. “O İsa mı? Emin misin?” dedim. Ama İsa olmadığı açıktı, sadece bir modeldi, başka biriydi. Hatta çok iyi görünmüyordu. Acımasız gözleri vardı. İsa’nın iyi bir canlandırması bile olamazdı. Bu çalışmada gerçek olan hiçbir şey yoktu. Eğer yaralar gerçek olsaydı acı içinde görünürdü ama değildi. Sessiz, sakindi, dikenli tacını giymişti ki o da sahteydi, plastikten yapılmıştı. Ve daha fazlası, hareketi Aziz Thomas’ın İsa’ya yaralarının gerçek olup olmadığını sormasına atfedilmiştir, onlara dokunmadan inanamadı. Hepimiz bunun sadece bir makyaj hilesi, bir aldatmaca olduğunu biliyorken bizim “İsa” parmağıyla yaralarının gerçek olduğunu gösteriyor. Sonundaki buradaki her şeyin sahte olduğuna karar verdi. Hatta boş olan fotoğraf arka planı da bunun sadece kamera önündeki bir poz olduğu fikrini veriyor.”<sup>170</sup>



**Fot.32: Andrzej Dragan “Marta”,2006**

<sup>170</sup><http://www.fotoritim.com/yazi/andrzej-dragan--fotograf-cekmekten-hoslanmiyorum>





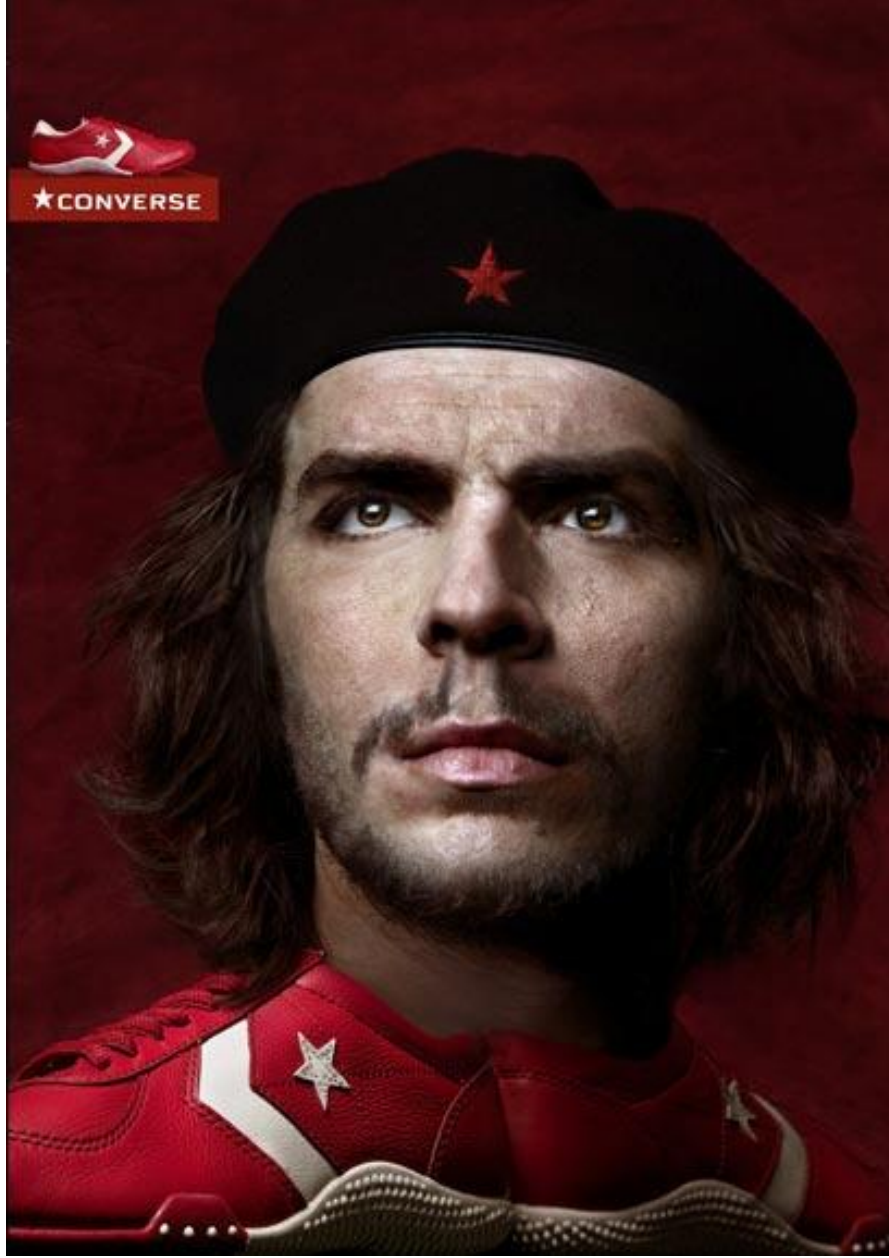
**Fot.33: Andrzej Dragan, “Allegory On The Truth”, 2006**

*“Tek bir fotoğrafi işlemek bir ay kadar zamanımı alıyor. İzlemeye ve düşünmeye çok vakit harcıyorum ve genellikle birkaç portreden hangisini kullanacağıma saatler sonra karar verebiliyorum. Bu, dijital sonradan işleme süreci başladıktan sonra böyle. Eğer fırça da kullansam bu yöntem bazı açılardan resim yapmaya benziyor. Sadece benim fırçam dijital. Yeni unsurlar eklememeye çalışıyorum, görüntünün güzelliğini artırmak ya da altını çizmeyi tercih ediyorum.”*

171

---

<sup>171</sup><http://www.fotoritim.com/yazi/andrzej-dragan--fotograf-cekmeden-hoslanmiyorum>



**Fot.34: Andrzej Dragan, "Converse",2006**

Bugün Dragan effect birçok fotoğrafçı tanıtım, reklam ya da kişisel çalışmalarında da uyguladığı bir yöntemdir. Türkiye de bu Dragan effect'i kullanan en aktif fotoğrafçılardan biride Mehmet Turgut'tur.

### 3.2.9. Deviantart'ın yıldızı: Mehmet Turgut

Deviantart Fotokritik gibi fotoğraf sitesinde paylaştığı fotoğraf çalışmalarıyla tanınan Mehmet Turgut İnterneti başarılı bir paylaşım ağı olarak kullanan fotoğrafçılardan biridir. 1971 Ankara doğumlu olan sanatçı<sup>172</sup>, reklam fotoğrafçılığında Türkiye’de önemli bir popülariteye sahiptir.

Fotoğraf çalışmalarını photoshop programı aracılığıyla uygulayan Mehmet Turgut birçok çalışmasında Dragan Effect renk uygulamasıyla ve Andrej Dragan’dan esinlendiği birçok çalışmasıyla Türkiye temsili gibi görülebilir. Bugün Türkiye’nin en çok konuşulan fotoğrafçıları konumunda olan Mehmet Turgut medyanın yakından takip ettiği sanatçılardan biridir. Ticari kaygılar üretim açısından yaratım sürecini taklit ya da esinlenme adı altında ürettiği bir gerçektir.



**Fot.35: Annie Leibovitz, “Angelina Jolie”, 2005**

---

<sup>172</sup><http://www.mehmetturgut.com/>



**Fot.36: Mehmet Turgut, “Ece Gürsel”,2009**

Dijital çağla birlikte fotoğraf alanında özgün yaratımlar neredeyse imkânsız hale getirdiği bir gerçektir. Dünyanın birçok alanında bu tip bir üretim yaratım sıkışması görüldüğü bir gerçektir. Fotokopi makinasından çıkmış olan görüntülerden oluşan anlayışın artacağı bir gerçektir.



**Fot.37: Mehmet Turgut “Ozzy Osbourne” ,2011**



Fot.38: Mehmet Turgut, “46 Dergisi”, 2011

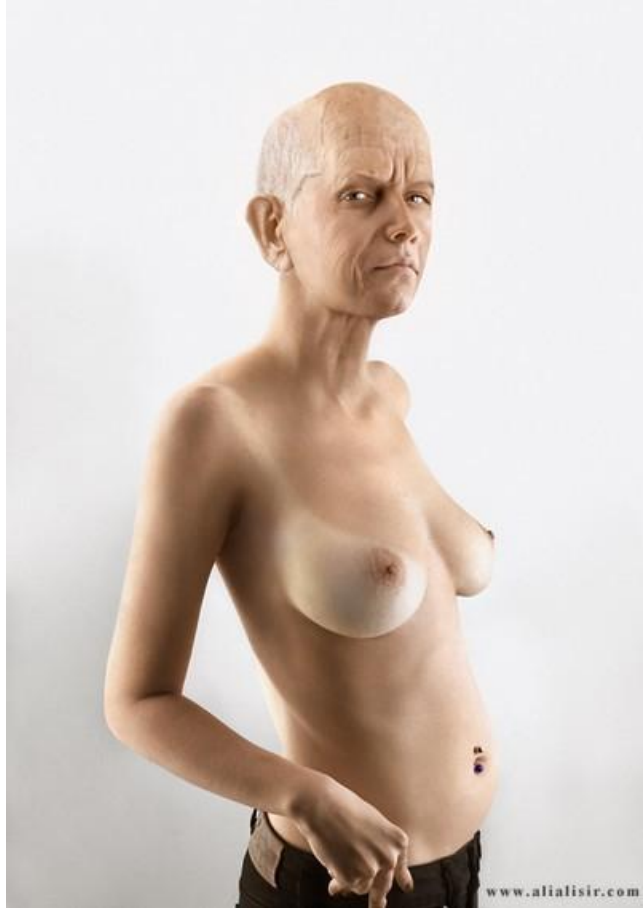
Mehmet Turgut’un kendisine ait “46” isimli magazin dergisiyle fotoğraf çalışmalarını sunmasının yanında, internette Devianart sitesinde de ve kendi kişisel sitesinde fotoğraf çalışmalarını sergilemektedir.

### 3.2.10. Sanal Bedenler ve Sanal Mekânların Sahibi: Ali Alışır

1978 yılında İstanbul’da doğan Ali Alışır sanat yaşamına 1996 yılında Yeditepe Üniversitesi Güzle sanatlar fakültesinden aldığı başarı bursu ile grafik eğitimine başladı. Eğitim süresi boyunca çeşitli akademik programlardan yararlanarak resim ve fotoğraf dallarında deneyi kazandı. Eğitim sonrası İtalya’ya

taşındı. Dijital fotoğraf sanatı alanında çalışmalarda bulundu. 2004 Yılında Floransa’da Accademia Italiana’da fotoğraf bölümünü kazanıp bu alanda master yaptı. Yüksek lisans eğitimi boyunca fotoğrafta dijital kurgu üzerine yoğunlaştı.

2006 yılında okulunu birinci olarak bitirdi. Alı Alışır’ın 2009 yılından itibaren odaklandığı “sanal” kavramı yapıtlarının merkezini oluşturmaktadır. Felsefeden, sosyolojiye, edebiyattan, sinemaya kadar toplumsal soruları özel olarak ürettiği dijital fotoğraflarıyla irdeleyerek cesur, bir dille gündeme taşımakta ve günümüzde bireyinin içine sürüklediği durumu gözler önüne sermektedir. Fotoğraf sanatının olanaklarıyla yepyeni imgelerin gündeme gelmesini sağlarken yarattığı imge düzeniyle yeni bir boşluk uyarısında bulunmaktadır.<sup>173</sup>



**Fotoğraf 39: Ali Alışır,“ Sanal Bedenler”,2010**

<sup>173</sup><http://www.eksisozluk.com/show.asp?t=ali+al%C4%B1%C5%9F%C4%B1r>

Uluslararası birçok başarısı bulunan sanatçı tüketim toplumundaki bedenin konumunun ve bireyleri sorguladığı “ Sanal Bedenler” adlı çalışması sürekli cinsel, siyasi ve dinsel manipölasyonlara tabi tutulan bireyin parçalanmışlığını ve çaresizliğini konu almaktadır.



**Fot.40: Ali Alışır, “Sanal Bedenler”,2010**

Ali Alışır'ın yaşadığımız çağı ve yaptığı çalışmaları fütüristik bir sıkışmanın ürünün olarak nitelendirmek yanlış olmaz. 2011 yılında “Sanatın Yeniden Doğuşu” makalesinde; Dünya yeni bir yüzyılın kırılmasını tüm hızıyla yaşarken bizler değişen bu yeniçağda her şeyden biraz “izlenim” edinerek yaşıyoruz. Her gün elimize geçen gazete, kitap, dergiye göz atarken, aynı zamanda hem internette sörf yapıp hem de cep telefonlarına yanıt verip hayatımızı bir saatlik hatta bir dakikalık zaman dilimleri içine sığdırmaya çalışıyoruz.<sup>174</sup>

Sanatta modern dönemden post dijital döneme geçiş ve bunun sanat eserlerine, gerçeğin kendisine ve algısına, taklit/kopya, simülasyon ve simulakr kavramları<sup>175</sup> Ali Alışır'ın eserlerini ve günümüz birçok sanat anlayışı tanımlamamız için kullanılan kavramlardır.

“Bütün bu fütüristik trafik sıkışıklığında ülkeler nerdeyse o hızda birleşiyor ve ayrılıyor. Sevinçler, hüznler, öfkeler bir o kadar kısa ömürlü oluyor. Sanatın ve sanatçının sayısı bir o kadar hızlı artarken, bir dönemler sıkça kullandığımız “biz en gelişmiş çağda yaşıyoruz” lafı da şimdiden içi boş, nostaljik bir iddiaya dönüşüyor...”<sup>176</sup>

Fotoğrafın icadıyla izlenimciliği tetikleyen ve bütün bildiğimiz “izm”ler dönemi böylece başlamış oldu. Bu tavrın önde gelen isimlerinden Marcel Duchamp “eğer sanatçının işini artık bir makina yapabiliyorsa, sanatçılar o zaman bu tavrı terk etmelidirler deyip galerinin ortasına “pisuar” koymaya kadar işi götürüyordu. Böylece, herkesin ortak düşüncesi olan “sanatçı yetenekli olmalıdır” sözü de anlamını yitirdi. Teknoloji ürünlerinin insan yapımı ürünlerden daha işlevsel oluşu, insanların da ona karşı bir eziklik duymasını getirmişti. İnsan, bir makinanın üretimi kadar kusursuz iş yapamıyorsa, o halde kendi kusurlarını sevmeli ve onu savunmalıydı. Bu noktada Manet'in gerek sanatındaki biçimsel savrukluğu gerekse toplumsal ahlaka alaycı yaklaşımı, bu durumun belirtileri olarak görülebilir.<sup>177</sup>

---

<sup>174</sup><http://alialisiryazilar.wordpress.com/2010/08/05/sanatin-yeniden-dogusu/>

<sup>175</sup><http://fotografnotlarim.blogspot.com/2011/06/soylesi-merih-akogul-ali-alsr.html>

<sup>176</sup><http://alialisiryazilar.wordpress.com/2010/08/05/sanatin-yeniden-dogusu/>

<sup>177</sup><http://alialisiryazilar.wordpress.com/2010/08/05/sanatin-yeniden-dogusu/>

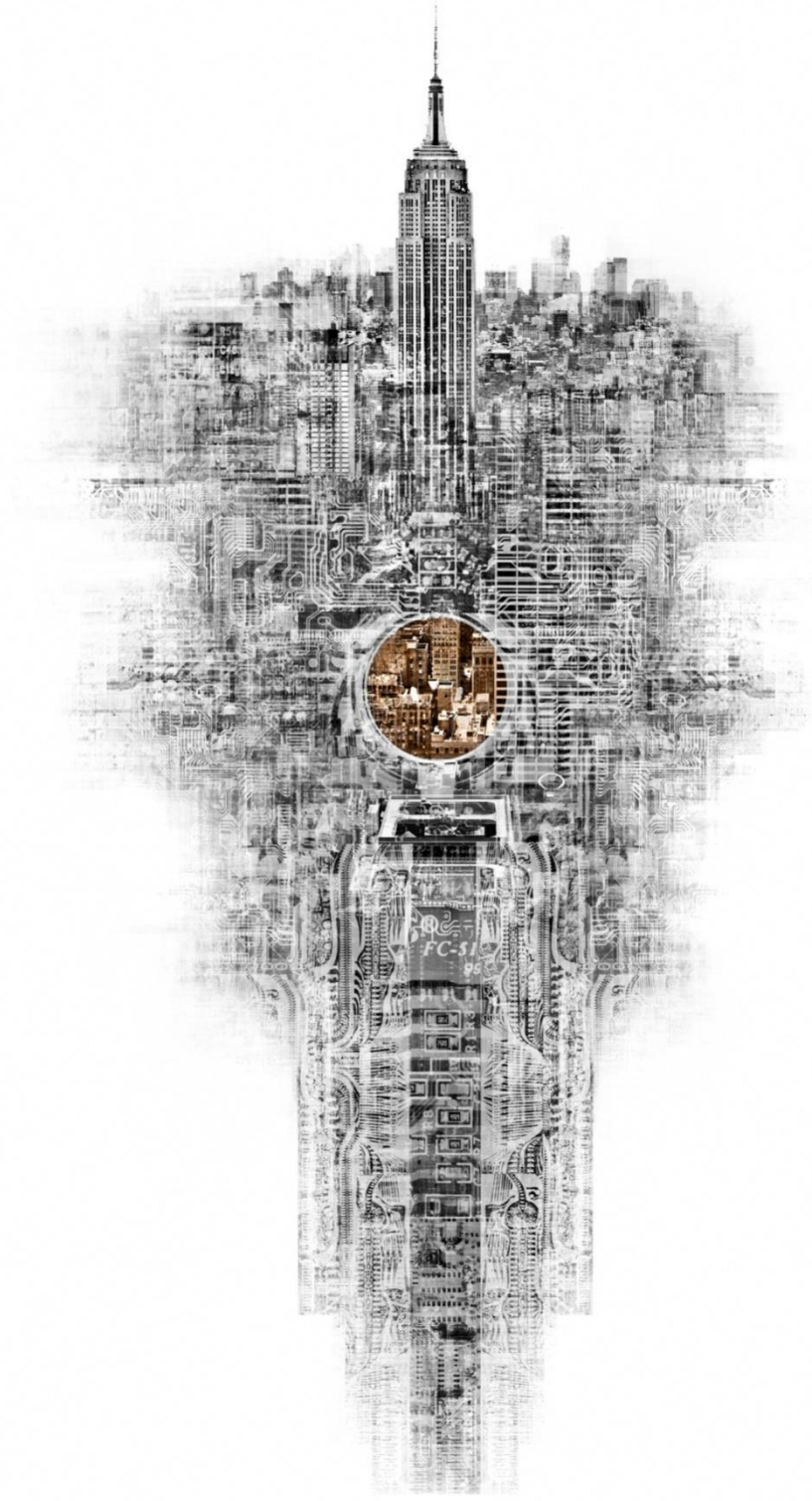


2011 yılında yapmış olduğu “Sanal Mekanlar” adlı çalışması Avrupa’da ilgiyle karşılanmıştır. Sanal Mekanlar Projesi; *“Ortaçağın tersten perspektifi ile Rönesansın’ın merkezi perspektifi arasındaki kırılmanın sanatsal bir yorumudur. Sosyal hayatlarımızı paylaşıp yaşadığımız ve ticaret yaptığımız mekanlar algılanabilecek bir derinlik ve kaçış noktası kalmamıştır. Bizleri bir dönem çevreleyen bu kasvetli ağır mimarilerin yerini günümüzde arayüz ve ağ temsillerinin çalışması şekilleri almıştır. Elektronik devreler (cep telefonları, internet) yoluyla birbirimize bağladığımız ve sınırsız bilgi ağının kullanarak seyahat ettiğimiz bu mekanlar artık yerçekimsiz ve ölçü kurallarına bağlı kalmayan etkileşimli alanlara dönüşmüşlerdir. Sanal Mekanlar Projesi sürekli yer değiştiren bu bilgi ve imgelerin, fiziki mekanından zihnen uzaklaşan bireylerin üzerindeki sonsuz sayıdaki çoğaltmaya ve müdahaleye imkan veren teknolojik etkisinin sanatsal bir eleştirisidir”*.<sup>178</sup>



**Fot.41: Ali Alışır, “Sanal Mekanlar”,2011**

<sup>178</sup>[http://www.alialisir.com/UserFiles/File/kitapcik\\_converted2.pdf](http://www.alialisir.com/UserFiles/File/kitapcik_converted2.pdf)



**Fot.42: Ali Alışır, “ Sanal Mekanlar”,2011**

## SONUÇ

Sanatın özellikle de fotoğraf sanatının yeni alanı, sanat galerileri ve sergi salonları gibi gerçek sanat mekânları yerine internette oluşturulan sanal galeriler, kişisel web sayfaları ve sosyal paylaşım sitelerine yüklenen fotoğraflar günümüz sanat anlayışının tamamen olmasa da geleceğin ön gördüğü sanat alanlarını oluşturduğu bir gerçektir. Hızlı bir üretim ve değişim süreci içinde olan fotoğraf ve hızla yüklenen fotoğraflar, insan algısının ötesine geçmiştir. Sanal dünyada yer alan tüm fotoğraflar her ne kadar özgür bir anlayışla üretilmiş olsa bile kullanımı, yayınlanması ve çoğaltılması yasalarla belirlenmiş olan kriterlere uygun olması gerekmektedir. Bu kriterlere uymayan çalışmalar, ilgili kişi, kurum ya da site yönetimleri tarafından kontrol altına tutularak sansürlenmeye maruz kalıp, yayınlanmadan kaldırılabilir.

Dijital teknoloji ve internet ortamıyla birlikte seyahat, tatil, düğün, doğum ve kısaca yaşamın her anını yansıtan fotoğraflar, kişisel albümlerin yerine, sosyal paylaşım sitelerinde oluşturulan sanal albümlerde yer almaya başlamıştır. Kişiyeye özel olan an'ların paylaşım sitelerinde herkese açık bir konuma getirilmesi, bir bakıma teşhircilik duygusunun oluşturulduğu bir platform halini almıştır.

Gün geçtikçe fotoğraf çekmek için gerekli olan fotoğraf makinelerinin yerini, son derece gelişmiş teknolojiyle donatılmış cep telefonları almaktadır. Bu nedenle de anında internet üzerinden fotoğraf yüklenebilmesi paylaşım oranını arttırmıştır. Teknolojik gelişim ve toplumsal değişim birçok sanatsal yeniliğin ve yaratıcılığın yanında, hız ve rekabeti de kaçınılmaz hale getirmektedir. Dijital fotoğrafın getirdiği sınırsız anlatım olanaklarını kullanan fotoğrafçıların yanında, daha yalın, günlük olarak üretim yapan fotoğrafçılar da ortaya çıkmıştır. Fotoğraf sanatının dinamik bir yapıya sahip olması nedeniyle üretim hızla artmasıyla insanlar, sanal ortamda görsel bombardımana maruz kalmaktadır. Bu bombardıman sonucu, oluşan ürüne yabancılaşma ve duyarlılıkların azalması, dünyanın birçok noktasından yüklenen,

ister anı, ister haber, ister sanat fotoğrafı olsun, bir önceki görüntüyle ayırt edilemeyecek konuma gelmiştir.

Yenidünyanın anahtarı konumundaki bilgisayarın icadıyla başlayan süreç, 20. yüzyılın ortalarında, iletişim alanındaki devrim ve toplumsal değişimlerin yanında, sanatsal değişimlerle de internet, kendine ait bir dünyaya insanları çekmeyi başarmıştır. Dijital alandaki gelişim sanatsal anlatım olanaklarını da değiştirmiş, tüm görsel-işitsel sanatlarda olduğu gibi fotoğraf sanatında da gözle görülebilecek değişimler gerçekleşmiştir. Analog fotoğraf makinalarıyla üretim yapan birçok fotoğraf sanatçısı, gelişen ve her alana yayılan dijital fotoğraf makinalarına kayıtsız kalmamayacağı gerçeğiyle yüzleşmek zorunda kalmışlardır. Bugün cep telefonları ve dijital fotoğraf makinalarıyla üretilen görüntülerle, “Yurttaş Foto-Muhabirlik” kavramının ortaya çıkmasına, bu sayede basın fotoğrafçıların yanında cep telefonu ya da dijital fotoğraf makinası olan herkesin, yurttaş muhabir olma isteğini ve merakını ortaya çıkarmıştır.

Fotoğrafın tarihsel süreç içindeki konumuna baktığımızda gerçekliği kaydetme, belgeleme özelliği, pratik bir makine aracılığıyla gerçekleştirebiliyor olunması her zaman büyük bir ilgi görmesine sebep olmuştur. Fotoğrafın sanat akımları içindeki yerine baktığımızda birçok sanatçının, fotoğrafın gerçekliği kaydetme özelliğini, değiştirme ya da kendi gerçekliğini kazandırmaya çalıştığını görmek mümkündür. Dijital fotoğrafla bu gerçeklik sorgusu daha fazla sorgulanmaya başlansa da fotoğrafın, internet ortamında paylaşım oranının bu gerçeklikle ilgilenmediğini rahatlıkla söyleyebilmek mümkündür. Sanal dünyalarda kurulan paylaşımlar, fotoğrafın bir üretim nesnesi olmasının yanında görsel bir tüketim nesnesi haline getirmektedir.

Sonuç olarak bu çalışmada, internetin iletişim teknolojisine getirdiği yeni kavramları, yeni medyanın olumlu ve olumsuz taraflarının incelendiği, dijital teknolojisiyle gelişen ve değişen fotoğraf anlayışının, toplumsal yaşamı nasıl ve ne şekilde etkilediği çeşitli araştırmalarla irdelenmiştir. İnternetle beraber insanların bu

yeni medyadaki, fotoğraf üretim değerlerinin üst seviyelerde olduğunu bunun sonucunda ortaya çıkan tabloda fotoğrafın bir tüketim nesnesi haline geldiğini görmekteyiz.

## KAYNAKÇA

### KİTAPLAR

Amy Dempsey,**Modern Çağda Sanat**, Çeviri: Osman Akınhay, Akbank Yayınları,2007,**286 S.**

Aydemir,Caner. **Fotoğraf Neyi Anlatır**. Hayalbaz Kitaplığı, İstanbul,2007, 90 S.

Berger,John;**Görme Biçimleri**,Çev.Yurdanur Salman. Metis Yayınları, İstanbul,2001,162 S.

Bal, Hasan Cebi, **Bilgisayar ve İnternet Kullanımı**, Akademisyen Yayınevi, Rize, 2002,423 S.

Barrett, Neil,**30 Dakikada İnternet**, Çev. Mustafa Doğru, Damla Yayınevi, İstanbul,2000,78 S.

Baudrillard,Jean,**Simülakrlarve Simülasyon**, İzmir, Dokuz Eylül Yayınları,2010,221 S.

Benjamin,Walter. **Pasajlar** Çev: Ahmet Cemal Y.K.Y.İstanbul,2001,277 S.

Bajac,Quentin. **Fotoğraftan sonra; Analog Fotoğraftan sonra Dijital Devrime**. Çev: Marja Franco, YKY,İstanbul. 104 S.

Çağiltay Kürşat, **İnternet**, Metu Press,ODTÜ Geliştirme Vakfı Yayıncılık ve İletişim A.Ş. Yayınlan, Ankara, 1997, 306 S.

Çizgen,Gültekin. **Sanat Köprüsü Sırat Köprüsü**.Arkeoloji Sanat Yayınları,İstanbul.2007, 124 S.

Çaplı, Bülent, **Medya Politikaları, “Yayıncılığın Sayısallaşması Belirsizlikler”**, İmge Yayıncılık, Ankara, 2001, 360 S.

Erkan Işığışok-Kemal Sezen, **Bilgisayarın ABC'si 1 Bilgisayara Giriş**, Marmara Kitabevi Yayınları, 1997, 341

Frizot, Michel. A. **New History of Photography**, [Fotoğrafın Yeni Tarihi], Könenmann, Köln, 1998, 776

H.Gürsoy, **Çağın Sihirli Anahtarı: İnternet**, Kocaeli İl Eğitim Müdürlüğü Yayınları, 2011, 288

İnan, Aslan, **İnternet El Kitabı**, Sistem Yayıncılık, Beşinci Basım, İstanbul, 2000, 571 S.

JAY, Martin. **Diayalektik İmgelem**, Çev.: Ünsal Oskay, Belge Yayınları İstanbul. 2005, 500 S.

Mutlu, Erol ; **İletişim Sözlüğü**, Ark Yayınevi, Ankara, 1994, 415 S.

Marx, Karl. **1984 El Yazmaları**, Birikim Yayınları, Çev.: Murat Belge, İstanbul. 2000. 182 S.

Moran, Berna. **Edebiyat Kavramaları ve Eleştiri**, Cem Yayınevi, İstanbul 1991, 330 S.

S.Norbert Lynton, **Modern Sanatın Öyküsü**, Çev. Cevat Çapan, Sadi Özis, 3. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2004, 400 S.

Shepard, Jon M.; **Technology, Alienation and Job Satisfaction**, [İş Tatmini ve Teknolojik Yabancılaşmak], Annual Review of Sociology, Cilt 3, 1977, 21 S.

Salgado, Robert J.,**Online News Photo Sources**,[Online fotoğraf haberleri kaynakları],Editor & Publisher, Sayı 130.1997.26-29 S.

Sancar,Mithat,**Geçmişle Hesaplaşma, Unutma Kültüründen Hatırlama Kültürüne**, İletişim Yayınları,İstanbul,2007. 272 S.

Schiller,Herbert,**Digitised Capitalism: Whathas Changed?**[Sayısallatırılmış Kapitalizmde ne değişti?], Media Power, 2000, 127 S.

Topçuoğlu,Nazif.**Fotoğraf Ölmedi Tuhaf Kokuyor**.Y.K.Y,İstanbul,2010, 248 S.

Odabaşı, H. Ferhan, **İnternet ve Çocuk, Çocuk ve Aile Kitapları**, Kapital Medya A.Ş., İstanbul,2002,75 S.

Özdemir, Sadi ,**Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme**, Timaş Yayınlan, İstanbul,1998,240 S.

Passeron,Rene. **Sürrealizm Sanat Ansiklopedisi**.Çev.:Sezer Tansuğ,İstanbul, Remzi Kitabevi, 1990. 295 S.

Pappenheim, Fritz ; **Modern İnsanın Yabancılaşması: Marx'a ve Tönnies'e Dayalı Bir Yorum**, Çev.: Salih Ak, Phoenix Yayınevi, Ankara.2002.179 S.

Pitter, Keiko; **Herkes için İnternet Rehberi**, Çev. Tolga Ulus, Liter İstanbul,1995,172 S.

Paul, Christiane. **Digital Art**.[Dijital Sanat] Thames and Hudson: London.2008,224 S.



Uysal, Mithat-Tunç, Murat. **İnternet Kullanım Tekniğiyle ve İş Dünyasında İnternet**, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, 1996, 344 S.

Yaykın Murat, **Sanat, Teknoloji, Bilim ve Fotoğraf**, Kalkedon Yayınları, İstanbul, 2010. 120 S.

Yaykın, Murat; **Fotoğraf İdeolojisi, "Algıda Gerçeğin Bozumu"**, Kalkedon Yayınları, İstanbul. 180 S.

Zelizer, Barbie;" Why memory's work on journalism does not reflect journalism's work on memory?"; [Hafızanın işinin gazetecilikte çalışıyor olması gazeteciliğin hafıza için çalışmasına neden bir etki etmiyor?], Memory Studies. 2008

## **MAKALELER**

Alışır, Ali. **"Sanatın Yeniden Doğuşu"** World Press, İnternet Yayını, 2010.

Akçamete, Bülent M.;"**Bilişim Toplumundan Ne Bekliyoruz, Bu Yönde Ne Yapıyoruz**", **Bilişim Toplumuna Giderken**, Türkiye Bilişim Derneği Yayınları, Ankara, 2001.

Başaran Funda – Özdemir Önder, **Türkiye'de İnternet'in Dünü, Bugünü ve Geleceği**, A.Ü. İletişim Fakültesi, 2003.

Baudrillard, Jean **Sanat Dünyasının Kurduğu Komplo, "Estetik Bir İllüzyonu Yitirmek"** Çev: Oğuz Adanır Sens& Tonka. Paris. 2005.

Crary, Jonathan, **Techniques of Observer**, [Gözlemcinin Teknikleri] Cambridge, MIT Press, 1993.

Çağdaş, Özgür; **Multimedya Eserlerinin Online Satış Platformu: Stok Siteleri**, 2010

Hepdinçler, Tolga, **Fotoğraf Ajansları Ekseninde 1950’li Yıllardan Günümüze, Dönüşen Fotoğraf Üretimi, Dağıtımı ve Mülkiyet İlişkileri**

İnce Başaran Gökçe; **Medya Ve Toplumsal Hafıza**,Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi.2010.Sayı.13.9-29 S.

Kanungo, Rabindra N.; “**Alienation and Empowerment: Some Ethical Imperatives in Business**,”[Yabancılaştırma ve Güçlendirme: Bazı iş emir etikleri.]Journal of Business Ethics,1992 Cilt: 11,Sayı:5–6,413–422 S.

Kutup, Nejat.**İnternet ve Sanat, Yeni Medya ve net.art. İzmir, Ekonomi, Üniversitesi**.2011.

Latzer, Michael, **Institutionalization of Mediamatics Regulation for Converging Markets**, [Piyasayı bir noktaya yöneltmek, Mediamatics kurumsallaşmayı düzenleme] London, 1997, 89-106 S.

Özdemir,Beyhan,A. **Fotoğraf Neyi Anlatır.”Çağdaş Sanat ve Fotoğraf”** Hayal Baz Kitaplığı.2007.81 S.

Tiryakioğlu,Filiz.**Teknolojik Gelişmeler ve Yenilikler Arttıkça Fotoğrafa Olan Güven Azalıyor mu?** Anadolu Üniversitesi.

Tümay,Sadık;**Fotoğraf Neyi Anlatır.”Kimliğin Hiper Gerçek Boyutu ve Fotoğraf”**.Hayal Baz Kitaplığı.2007.154 S.

## TEZLER

Altın,FuatAli.SayısalTeknolojininGünümüzFotoğrafçılığınaEtkileri,  
(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) T.C. Marmara Üniversitesi Güzel  
Sanatlar Enstitüsü, İstanbul,2006.

Bektaş,Tülay.Yeni Bir İletişim Teknolojisi olarak İnternet ve Bilgi Açığı,  
(Yayınlanmamış Doktora Tezi) T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler  
Entitüsü. Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, Konya,2004.

Ebru,Duygu. Türkiye’de Gündelik Yaşam İçinde Fotoğrafın Yeri,  
(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) T.C. Dokuz Eylül Güzel Sanatlar  
Enstitüsü. Fotoğraf Ana Sanat Dalı,İzmir. 2008.

## DERGİLER VE GAZETELER

Aktaş, **Mefaret**, Sipa Press Bay, Milliyet Pazar, 18 Eylül 2001

Berinstein, Paula, **Licensing Images for Use: The Royalty-Free Model**  
[Telif ücreti ödemedi: Lisanslı imajları kullanmak] ,Online,1998,Sayı:22,  
81-82S.

Edy,Jill,A.**Journalistic Uses of Collective Memory**,[Gazetecilikte Kolektif  
Bilinç],2006,71-85S.

Freeman, Laure, How Great Thou Art;E-Tailers Lavish Millions On  
Marketing The Masters and Wunderkinds,[Sanat sen ne kadar büyüksün]  
Advertising,2000,Sayı 71,74 S.

Güvenç,Gülnur.**Tertium Non Data**. Dijital Art. Sayı,1,2006. 14 S.

Oskay, Alev. **Kübist Kolajlar**, İstanbul Üniversitesi Dergisi,2003,51S.

Peri, Yoram.**The Media and Collective Memory of Yitzhak Rabin's Remembrance**.[İzak Rabin'i anma,Medya ve Kollektif Hafıza Journal of Communication, 1999. 106-124 S.

Sağlamtimur,Ö.Zühal. **Dijital Sanat**.Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt.10, Sayı.3,2010

Şahiner, Rıfat **Avangardın Tarihsel Dönüşümü**, Cumhuriyet Gazetesi, 'Kitap'eki',2005,805S.

Uzun,Ruhdan, **"Gazetecilikte Yeni Bir Yönelim: Yurttaş Gazeteciliği"**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,2006,sayı16,633-656 S.

Ulay, Furkan.**Tek Başına Ama Hep Birlikte:Net Sanat**, Sanat Dünyamız Dergisi,Sayı:81.İstanbul.2001.47 S.

## **İNTERNET SİTELERİ**

[www.andmagonline.com](http://www.andmagonline.com)

<http://www.alialisir.com>

<http://alialisiryazilar.wordpress.com>

[www.beyhanozdemir.com](http://www.beyhanozdemir.com)

<http://blog.tamindir.com>

[www.chip.com.tr](http://www.chip.com.tr)

[www.ctheory.net](http://www.ctheory.net)

[www.e-kobi.net](http://www.e-kobi.net)

[www.e-sosder.com](http://www.e-sosder.com)

[www.facebook.com/](http://www.facebook.com/)

[www.felsefeekibi.com](http://www.felsefeekibi.com)

[www.fotografya.gen.tr](http://www.fotografya.gen.tr)

[www.fotomuhabiri.com](http://www.fotomuhabiri.com)  
[www.foritim.com](http://www.foritim.com)  
<http://fotografnotlarim.blogspot.com>  
[www.gulizarcuhacl.com](http://www.gulizarcuhacl.com)  
[www.golge-fanzin.com](http://www.golge-fanzin.com)  
<http://hippikiz.com>  
[www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)  
<http://idc.sdu.edu.tr>  
[www.kamu-is.org.tr](http://www.kamu-is.org.tr)  
[www.kanguncesi.com](http://www.kanguncesi.com)  
[www.korotonomedia.net](http://www.korotonomedia.net)  
[www.manovich.net](http://www.manovich.net)  
[www.meleklermekani.com](http://www.meleklermekani.com)  
[www.mobiletisim.com](http://www.mobiletisim.com)  
[www.milliyet.com.tr](http://www.milliyet.com.tr)  
<http://microphotostocker.com>  
<http://onlinelibrary.wiley.com>  
[www.photobucket.com/](http://www.photobucket.com/)  
[www.socialmediatr.com](http://www.socialmediatr.com)  
<http://tarih.sitesi.web.tr>  
[www.telekomculardernegi.org.tr](http://www.telekomculardernegi.org.tr)  
[www.teknoloji.tc](http://www.teknoloji.tc)  
[www.ttnetplus.com](http://www.ttnetplus.com)  
[www.tutunamayanlar.net](http://www.tutunamayanlar.net)  
[www.turkishstudies.net](http://www.turkishstudies.net)  
<http://tr.wikipedia.org>  
[www.uludagsozluk.com](http://www.uludagsozluk.com)  
<http://vedatkonyali.wordpress.com/>  
[www.yeniduzen.com](http://www.yeniduzen.com)  
<http://web.deu.edu.tr>  
<http://www.webrazzi.com>  
<http://www.xing.com>

<http://500photographers.blogspot.com>

**ÖZGEÇMİŞ**

Ad, Soyad: Mete Okumuş

Doğum yeri ve yılı: Berlin 1979

Yabancı Dil: İngilizce

Eğitim: Üniversite

Lisans: D.E.Ü. Güzel Sanatlar Fakültesi Fotoğraf Bölümü

Lise: Simav Cumhuriyet Lisesi

İş Tecrübesi:

2002-2006	Freelance fotoğrafçı
2006-2007	Mavi Şehir Life Dergisi: Fotoğrafçı
2007-2012	Zone-stüdyo: Fotoğrafçı - Sanat Yönetmeni

Sergiler:

2003	Hüsnü Tekin Karma Fotoğraf Sergisi
2003	Dokuz Eylül Üniversitesi Karma Fotoğraf Sergisi
2004	“Zaman” Video art
2004	Çağdaş Yaşam Derneği “Serbest” Fotoğraf Yarışması Sergileme İzmir
2005	Sabancı Kültür Merkezi “Arkeoloji” Karma Fotoğraf Sergisi
2007	Hüsnü Tekin Karma Fotoğraf Sergisi
2007	Mete Okumuş-Ethem Onur Parlar “Fotoğraf On Cinayet”Fotoğraf Sergisi
2007	“Dönüşüm” Fotoğraf Sergisi
2011	Mete Okumuş-Ethem Onur Parlar “ Kadın” Fotoğraf sergisi
2011	“Lübitel” 1. Uluslararası İzmir Sanat Bienali Fotoğraf Sergisi