

**T.C.**  
**HALIÇ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**FOTOĞRAF VE VİDEO**  
**ANASANAT DALI**

**SOSYAL MEDYANIN FOTOĞRAF SANATI ÜZERİNE**  
**ETKİSİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan**  
**Ersin TOZOĞLU**

**Danışmanı**  
**Yrd.Doc.Dr Zehra DOĞAN SÖZÜER**

**İstanbul – 2016**

**T.C.**  
**HALIÇ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**FOTOĞRAF VE VİDEO**  
**ANASANAT DALI**

**SOSYAL MEDYANIN FOTOĞRAF SANATI ÜZERİNE**  
**ETKİSİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan**  
**Ersin TOZOĞLU**

**Danışmanı**  
**Yrd.Doc.Dr Zehra DOĞAN SÖZÜER**

**İstanbul – 2016**

T.C.

HALIÇ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Fotoğraf ve Video Anabilim/Anasanat Dalı Fotoğraf ve Video Programı Tezli Yüksek Lisans  
öğrencisi ..... Ersin TOZGÖL ..... tarafından hazırlanan  
“ ..... Sosyal Medyanın Fotoğraf Sanatı Üzerindeki Etkisi ..... ”  
.....”

adlı bu çalışma jürimizce Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Sınav Tarihi : 21/07/2017

( Jüri Üyesinin Ünvanı, Adı, Soyadı ve Kurumu ) :

İmzası :

Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Zehra Doğan Soğuc  
Danışman: Halic Üniv. Fotoğraf ve Video ASD/ ABD Öğr. Üyesi

.....

Jüri Üyesi: Prof. Yusuf Murat Şen  
M.S.G.S.Ü. Üniv. Fotoğraf ASD/ ABD Öğr. Üyesi

.....

Jüri Üyesi: .....  
..... Üniv. .... ASD/ ABD Öğr. Üyesi

.....

Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Mustafa Gırgıler  
..... Üniv. .... ASD/ ABD Öğr. Üyesi (Yedek)

.....

Jüri Üyesi: .....  
..... Üniv. .... ASD/ ABD Öğr. Üyesi (Yedek)

.....

## ÖNSÖZ

Yapılan bu çalışma günümüzde sosyal medyanın fotoğraf sanatı üzerindeki etkisini kapsamaktadır. Bu çalışmanın sosyal medya ve fotoğraf sanatı ile ilgilenen araştırmacılara da yardımcı kaynak olmasını temenni ederim.

Yüksek lisans eğitimin boyunca, tez konusu seçiminde, tez yazım sürecinde yardım ve desteğini esirgemeyen, tüm deneyimlerini içtenlikle benimle paylaşan danışman hocam sayın Prof.Y. Murat ŞEN ve Yrd.Doc.Dr. Zehra DOĞAN SÖZÜER teşekkürlerimi sunarım.

Tüm eğitim ve öğretim hayatım süresince maddi ve manevi yardım ve desteğini esirgemeyen başta annem ve babam olmak üzere tüm aileme teşekkürü bir borç bilirim.

İstanbul, 2016

Ersin TOZOĞLU

## İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>i</b>
<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	<b>v</b>
<b>ŞEKİL LİSTESİ</b> .....	<b>vi</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>1. GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
1.1. Çalışmanın Amacı .....	1
1.2. Çalışmanın Evreni, Örnekleme, Problemin Sorusu, Kapsam ve Sınırlılıkları .....	2
<b>2. SOSYAL MEDYA KAVRAMI</b> .....	<b>3</b>
2.1. Medya Tarihi ve Fotoğrafın Medyada Kullanım Geçmişi .....	3
2.1.1. Medyanın Gücü .....	6
2.1.2. Sosyal Medyanın Gücü .....	10
2.2. Sosyal Medya ve Geleneksel Medya .....	11
2.3. Sosyal Medya Özellikleri .....	14
2.4. Sosyal Medya Uygulamaları .....	15
2.4.1. Sosyal Ağlar .....	15
2.4.2. Video Paylaşım Siteleri .....	16
2.4.3. Fotoğraf Paylaşım Siteleri .....	18
2.4.4. Dijital Ansiklopediler .....	20
2.4.5. Profesyonel Ağlar .....	20
2.4.6. Mikrobloglar .....	21
2.5. Sanat Kurumlarının Sosyal Medyayı Kullanımı .....	22
2.5.1. Müzeler .....	23
2.5.2. Vakıf, Dernek ve Festivaller .....	25
2.5.3. Galeriler .....	28
2.6. Türkiye’de Sosyal Medya .....	33
2.7. Sosyal Medyanın Avantajları ve Dezavantajları .....	35
<b>3. FOTOĞRAF VE FOTOĞRAF SANATI KAVRAMI</b> .....	<b>37</b>
3.1. Fotoğraf ve Fotoğrafçılık .....	37
3.2. Fotoğrafın Tarihsel Gelişimi .....	38
3.3. Fotoğrafın Özellikleri .....	41

3.4. Fotoğraf Türleri .....	42
3.5. Analog Fotoğrafçılık ve Yeni Anlatım Biçimi Olarak Dijital Fotoğrafçılık .....	43
3.6. Sanatsal Nesne Olarak Fotoğraf .....	44
3.7. Dijital Fotoğrafçılığın Fotoğraf Sanatına Etkileri .....	45
3.8. Çağdaş Fotoğraf Sanatı ve Sanatçıları .....	46
3.9. İletişim Araçlarında Fotoğrafın Yeri ve Önemi .....	56
<b>4. SOSYAL MEDYADA FOTOĞRAF SANATI .....</b>	<b>57</b>
4.1. Türkiye ve Dünya Genelinde Sosyal Medyada Fotoğraf Kullanımı .....	57
4.2. Sosyal Medya ve Görünür Olmak .....	59
4.3. Sosyal Medya ve Sanatçı İlişkisi .....	60
4.4. Fotoğraf Sanatçılarının ve Sanatçı Görünümdeki Fotoğrafçıların Sosyal Medya Kullanımı .....	62
4.5. Sosyal Medyanın Fotoğraf Sanatı Üzerine Etkisi .....	63
4.6. Aydın Büyüктаş Röportajı .....	65
<b>SONUÇ .....</b>	<b>70</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>73</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>79</b>

## **KISALTMALAR**

**ABD** : Amerika Birleşik Devletleri

**HD** : High Definition

**TB** : Terabayt

**K.K.T.C** : Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti

**MOMA** : Museum of Modern Art

## TABLolar LİSTESİ

**Sayfa No.**

<b>Tablo 2.1:</b> Geleneksel Medya ve Yeni Medya (Sosyal Medya) Karşılaştırması.....	14
<b>Tablo 2.2:</b> Twitter Kullanım İstatistikleri: Eylül 2016.....	22
<b>Tablo 2.3:</b> Fotoğraf Müzelerinin Sosyal Medya Uygulamalarındaki Takipçi ve Paylaşılan Sanatsal Etkinlik Sayısı.....	25
<b>Tablo 2.4:</b> Sanat Galerilerinin Sosyal Medya Uygulamalarındaki Takipçi ve Paylaşılan Sanatsal Etkinlik Sayısı.....	32
<b>Tablo 3.1:</b> Çağdaş Fotoğraf Sanatçıları Sosyal Ağ Adresleri ve Takipçi Sayıları.....	54



## ŞEKİL LİSTESİ

	<b>Sayfa No.</b>
Şekil 2.1. Anna Atkins - Cyanotype Fotogram.....	5
Şekil 2.2. Dorothea Lange - Göçmen Anne Fotoğrafi.....	8
Şekil 2.3: Sosyal Medya'nın Temel Kavramları.....	12
Şekil 2.4: Zilberman Galeri Web Sitesi Görünümü.....	29
Şekil 2.5: Arter Sanat Galeri Web Sitesi Görünümü.....	30
Şekil 2.6: Galeri Nev Web Sitesi Görünümü.....	31
Şekil 2.7: Türkiye'de Popüler Sosyal Platformlar.....	34
Şekil 3.1: Tarihin İlk Bilinen Fotoğrafi .....	38
Şekil 3.2: Tarihte İlk İnsan Unsuru Barındıran Fotoğraf.....	39
Şekil 3.3: Cindy Sherman Fotoğraf Örneği.....	49
Şekil 3.4: Richard Prince Kovboy Resmi.....	50
Şekil 3.5: Stephan Shore Fotoğraf Örneği.....	51
Şekil 3.6: Sophie Calle Fotoğraf Örneği.....	52
Şekil 3.7: Jeff Wall Fotoğraf Örneği.....	53
Şekil 4.1: Aydın Büyüktaş Fotoğraf Örneği-1.....	67
Şekil 4.2: Aydın Büyüktaş Fotoğraf Örneği-2.....	67

## GENEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı : Ersin TOZOĞLU  
Anabilim Dalı : Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Programı : Fotoğraf ve Video  
Tez Danışmanı : Yrd.Doc.Dr Zehra DOĞAN SÖZÜER  
Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans – Ocak 2017

## SOSYAL MEDYANIN FOTOĞRAF SANATI ÜZERİNE ETKİSİ

### ÖZET

Gelişen teknoloji ile birlikte internet ve sosyal medya hayatımızın merkezine hızlı bir şekilde yerleştiği görülmektedir. Bununla birlikte sosyal medya, yeni medya, dijital dünya, gibi pek çok kavramda gündelik hayatta en fazla kullanılan kavram haline gelmiştir. Kullanıcılar sosyal medya aracılığı ile fotoğraf, müzik, video ve düşüncelerini özgürce ifade edebilmektedirler. Milyonlarca fotoğrafın paylaşıldığı sosyal medyanın, fotoğraf sanatı üzerinde de bir takım etkileri olmuştur. Teknoloji gelişimi ile sıkça kullanılan sosyal medya ile fotoğraflar kolay ulaşılabilir ve çoğaltılabilir hale gelmiştir. Çalışmada sosyal medya ve fotoğraf sanatı boyutları ele alınacak olup, sosyal medya aracılığı ile insanların paylaştıkları fotoğrafların fotoğraf sanatına etkileri incelenecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Sosyal Ağlar, Fotoğraf Sanatı, Fotoğraf

## GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname : Ersin TOZOGLU  
Field : Social Sciences Institute  
Program : Photography and Video  
Supervisor : Yrd.Doc.Dr Zehra DOĞAN SÖZÜER  
Degree Awarded and Date : Master – January 2017

## THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON THE ART OF PHOTOGRAPHY

### ABSTRACT

With the developing technology, internet and social media are rapidly becoming the center of our lives. However, social media, new media, digital world, such as many concepts in everyday life has become the most used concept. Users can express freely their photos, music, videos and thoughts through social media. Social media where millions of photos are shared, there have also been some effects on the art of photography. With the development of technology and social media frequently used photos have become easily accessible and reproducible. In the study the dimensions of social media and photo art will be discussed, the effects of the photographs shared by people through the social media will be examined.

**Keywords:** Social Media, Photography, Photo.

# 1. GİRİŞ

Sosyal medya; bireylerin internet ortamında birbirleri ile yaptıkları diyalog ve paylaşımların tümüdür.

Fotoğraf sanatı; kamera ile ışıktan faydalanarak estetik görüntüler elde etme sanatıdır.

Günümüzde gelişen teknoloji ile birlikte insan hayatı geçtiğimiz her gün hızlı değişim göstermektedir. İletişime önem veren bireyler gelişen teknoloji ile birlikte hayatlarından bir takım kesitleri ve düşünceleri görsel veya yazılı yollardan sosyal medyada yer vermeye başlamıştır.

Görsel öğe olarak insanlar tarafından sosyal medyada en çok kullanılan iletişim aracı fotoğraftır. Bu duruma cep telefonlarında yer alan kameraların özelliklerinin gün geçtikçe artmasının büyük katkısı olduğu da göz ardı edilemez. Günümüz fotoğraf anlayışı değişmiş olup, fotoğraf sadece profesyonellerin ilgi alanı olmaktan çıkarak geniş kitlelerin ilgi alanı olmuştur. Fotoğraf teknolojilerindeki gelişmeler ışığında fotoğrafa teknik olarak daha kolay hakim olunabilmesi kitlelerin fotoğrafı en azından teknik olarak kabul edilebilir ölçüde hakim olmasını sağlamıştır.

## 1.1. Çalışmanın Amacı

Giriş bölümünde özetlenen konular neticesinde çalışmanın amacı, sosyal medyada fotoğrafın kazandığı yeni boyutu ve sosyal medyanın fotoğraf sanatına etkilerini incelemektir. Bu kapsamda tezin temel sorunsalı; günümüzde gelişen teknoloji ile birlikte hayatımıza yer eden sosyal medyanın fotoğraf sanatına etkisi konusunu oluşturmaktadır.

## **1.2. Çalışmanın Evreni, Örnekleme, Problemin Cümlesi, Kapsam ve Sınırlılıkları**

Çalışmada araştırma konusu seçilirken öncelikle evren belirlenmiş olup daha sonra çalışmanın örnekleme belirlenmiştir. Evren olarak fotoğraf sanatı, örneklem olarak ise sosyal medyada fotoğraf sanatı incelenecektir.

Yapılan bu çalışmada sosyal medya ve fotoğraf sanatı ilişkisi ele alınacak olup sosyal medyanın fotoğraf sanatı üzerindeki etkileri detaylandırılacaktır.

Çalışmanın sınırlılıklarını belirlemede öncelikli olarak sosyal medya kavramı, özellikleri, sosyal medya uygulamaları, Türkiye’de sosyal medya ve iletişimde sosyal medyanın rolleri incelenerek araştırmanın zemini oluşturulacaktır. Sonrasında fotoğraf sanatı, dijital ve analog fotoğraf, iletişim araçlarında fotoğrafın yeri ve öneminden bahsedilecek olup neticesinde sosyal medyada fotoğraf kullanımı, sosyal medyanın fotoğraf sanatına etkileri ve günümüzde sanatçılar sosyal medyada fotoğraflarını nasıl kullandıkları yönünde incelemeler yaparak çalışmanın sınırları belirlenmiş olacaktır.

## **2. SOSYAL MEDYA KAVRAMI**

İletişim kavramı, insanlık tarihinin var olduğu günden bugüne kadar uzanan geniş kapsamlı bir süreçtir. Bu süreç içerisinde bir çok iletişim aracı ortaya çıkmıştır. İnsanlar bu iletişim araçları sayesinde diyalog kurabilmiş ve kendisini ifade edebilmiştir.

Teknolojik gelişmeler sayesinde iletişim araçları gelişme göstermiştir. İnternet teknolojisinin gelişme göstermesi ve yaygınlaşması ile birlikte sosyal medya daha ilgi çekici hale gelmiştir.

Sosyal medya uygulamalarının popüler olması ile birlikte milyonlarca kullanıcı birbiri ile internet sayesinde kolaylıkla iletişime geçebilir hale gelmiştir. İnsanlar sosyal medya sayesinde düşüncelerini özgürce ifade edebilmekte ve düşünceler üzerinden tartışabilmektedir.

Sosyal medya aracılığı ile insanlar farklı ülke veya konumdaki diğer insanlarla kolaylıkla irtibat sağlayabilmektedirler. Bu kolaylık sebebi ile birbirinden farklı insanları bir arada tutma özelliğine sahiptir.

Günümüzde sosyal medya iletişim sağlamanın yanı sıra oyun oynama, arama yapma, bilgi edinme gibi bir çok konuda da kullanıcılarına fayda sağlamaktadır. Bu bağlamda sosyal medya geleneksel medyaya oranla daha ilgi çekici ve tercih edilir hale gelmiştir.

### **2.1. Medya Tarihi ve Fotoğrafın Medyada Kullanım Geçmişi**

Haberleşme ve iletişim aracı olarak medyanın insan hayatındaki varlığı ilk Mısır resmi gazeteleri ile ve M.Ö. 59 yılında Roma Senatosu'nun çıkarttığı günlük resmi haberlerin kaydedildiği belge olan Acta Diurna ile gerçekleşmiştir. Bilinen diğer tarihi resmi gazete ise Çin'de ipek üzerine yazılan halkın alınan karalardan haberdar olması, çıkan yasa ve mahkeme sonuçları hakkında bilgilendirmeleri içeren

Kaiyuan Za Bao'dur. 1448 yılında ise Johannes Gutenberg tarafından el ile dizilebilen harflerle basım tekniği matbaacılığın gelişimi açısından önemli kilometre taşı olmuştur. Önceleri el yazmaları ve tahta harflerle yazılan eserler metal harflerle yazım tekniği ile daha fazla üretilmeye başlanmıştır.

Medya tarihi açısından önemli gelişmelerden biri fotoğrafın bulunması olmuştur. 1826 yılında fotoğrafın ilk mucidi olarak bilinen Joseph Nicephore Niepce yaptığı çalışmalar sonucu ilk kalıcı görüntüyü elde etmeyi başarmıştır. 1835 yılında ise Daguerre rastlantı sonucu levha üzerindeki görüntünün civa buharı ile görünür hale geldiğini gözlemlemiştir. Böylelikle pozlama süresinin yüzde doksan oranında azalmasına olanak sağlamıştır. Daguerre'nin bu buluşundan sonra ışık alan stüdyolar açılmaya başlanmıştır (Dizdaroğlu, 2012, s. 16).

Erken dönem fotoğraf çalışmalarında fotojenik çizimlerin en özgün örneklerine Anna Atkins ve William Henry Fox Talbot'un çalışmalarında rastlanmaktadır. 1830'ların başlarında William Henry Fox Talbot kamera kullanarak doğadaki objelerin ince detaylarını yakalayabilmeye çalışmıştır. 1834- 1835 yıllarında gümüş tuzlarının özelliklerini incelemeye başlamış ve sonrasında gümüş klorür içeren kağıt üreterek ve ilerleyen dönemde bu kağıdı geliştirerek ışığa duyarlı bir kağıt elde etmeyi başarmıştır. Talbot ışığa duyarlı kağıtların üzerine yerleştirdiği yapraklardan ışığı geçirerek nesnelere fotogram oluşturmuştur . Bu sadece fotoğrafın başlangıcı değil aynı zamanda fotogramın lens olmadan ışığa duyarlı zeminler üzerine görüntü çizme uygulamasının başlangıcı sayılmaktadır. Talbot'un ilk fotogram görüntüleri bitki türlerinden ve tekstil malzemelerinden oluşmaktadır (Dizdaroğlu, 2012, s. 20-21)

Talbot bahsi geçen elde ettiği desenlere fotojenik çizim (photogenic drawing) ve gölge çizim ( skia-gölge, Sciagraphich) adını vermiştir. Fotojenik Çizimler ile alternatif fotoğraf baskı yöntemlerinin ilk başlangıcı olmuştur. Fotojenik Çizimler tamamen ışığın etkisi ile görüntü üretmeye dayanmaktadır. Bu dönemde yapılan fotojenik çizimler doğada yapılan bir baskı tekniğidir ve bu özelliği ile fotogram ile benzerlik göstermektedir (Yuvarlak, 2016, s. 166).

Çalışmalarında fotojenik çizimlerin özgün örneklerine rastlanan Anna Atkins; yüzlerce çeşit bitkiyi fotoğraflamıştır. Bitkilerin detaylı görüntülerini elde etmek için Cyanotypes yöntemini kullanmıştır (Algül, 2014, s. 13).

Cyanotype yöntemi demir tabanlı bir baskı tekniğidir. Görüntü demir tuzları yardımı ile oluşturulmaktadır. Yöntem mavi renginden dolayı (cyan: koyu mavi) Mavi Baskı veya ışık alan bölümlerinin mavi, almayan bölümlerinin ise beyaz olması sebebi ile Negatif Cyanotype olarak adlandırılmaktadır . Anna Atkins Cyanotype yöntemini ilk kullanan sanatçılardandır (Dizdaroğlu, 2012, s. 26)

1843 yılında Anna Atkins'in cyanotype yöntemini kullandığı ve fotografik olarak illüstre edilmiş *British Algae: Cyanotype Impressions* adlı ilk kitabı yayınlanmıştır. Kitap fotoğrafçılık tarihinde ilk fotoğraf kitabı olarak bilinmektedir. Kitapta 424 adet cyanotype yer almaktadır. Özel olarak basılan kitap on yıla yakın bir zamanda bölümler halinde yayınlanmıştır (Algül, 2014, s. 15).



**Şekil 2.1.** Anna Atkins - Cyanotype Fotogram

1850'li yıllara gelindiğinde ise fotoğrafın basın dünyasına girdiği görülmektedir. Haber veya basın fotoğrafçılığı 1855 yılında ilk Roger Fenton ile başlamıştır. 1856 yılında Fenton Kırım Savaşını görüntülemek için Kırım'a gitmiştir.



Savaşa ilişkin çektiği yüzlerce fotoğraf Fenton'un Kırım Savaşları I. Illustrated London News'te basılmıştır (T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2011, s. 5).

Fotoğrafçılıktaki bahsedilen bu gelişmelerin ardından 1860 yılında Fransa'da Pictorialist (Resimsel) akım doğmuştur. Pictorialist akım bir sanat anlayışından çok bir sanat dönemini oluşturmaktadır. Genellikle ışık figürlerin plastik değerini ortaya çıkarmak için kullanılırken Pictorialist akım ile birlikte ışık bir değer olarak kabul edilmiş ve ışığı soyut bir şekilde kullanmak yerine gerçek ışık, güneş ışığı kullanılmaya başlanmıştır. Pictorialist fotoğrafçılar akım sayesinde ışığı daha iyi kullanabilir ve yumuşak tonları tercih edebilir hale gelmişlerdir. (Erutku , 1999, s. 18).

Pictorialist akımın gelişmesindeki en önemli yayınlardan biri Alfred Stieglitz tarafından kurulan 1903-1917 yılları arasında yayınlanan Camera Work Dergisi olmuştur. Dergi sadece davet ile üye kabul eden Photo- Secession gruba ile bağlantılı olarak çalışmış ve Photo- Secession sergilerindeki fotoğraflara dergide yer vermiştir. Derginin amacı; sanatsal fotoğraf çeken fotoğrafçıların diğer fotoğrafçılardan ayırt edilebilmesini sağlamaktır. 1908 yılında Steiglitz sanat galerisi olması amacı ile Galerie 291'i kurmuştur. Picasso, Rodin, Matisse gibi sanatçıların eserlerine galeride yer vermiştir. Böylece fotoğraf ilk kez resim ve heykel gibi sanat eserleri ile birlikte sergilenmiştir. 1910 yılından itibaren dergi sadece fotoğraf yayınlamanın ötesinde modern resimlere de yer vermeye başlamıştır. 1914 yılında Modernizm'in yayılması ile birlikte Pictorialist akım etkisini kaybetmeye başlamıştır.

İlerleyen yıllarda gazete, radyo ve televizyon teknolojisi ilerlemeye devam etmiştir fakat habercilik ve medya teknolojileri için en köklü ilerleme internetin icadı olmuştur. Genel ağ olarak nitelendirilen internetin temelleri 1960'lı yıllarda atılmıştır. Türkiye'de ise ilk 1994 yılında internet kullanılmaya başlanmıştır.

### **2.1.1. Medyanın Gücü**

Kitle iletişim aracı olarak adlandırılan medya kavramı 1920'li yıllarda itibaren kullanılmaya başlanmıştır. Medya kavramı; sözlü, yazılı, basılı, görsel metin ve imgeleri içeren geniş iletişim araçlarını kapsamaktadır (Briggs & Burke, 2011).

Medya aracılığı ile her çeşit mesaj farklı kültür ve demografik özelliklere sahip kişilere, medya aracınının kendi amaçları ve özellikleri doğrultusunda bilgi ve görüşlerin yayılmasını sağlamaktadır. Medya, insanları sorumluluklar ve tehlikeler konusunda uyarmakta, toplumsal bilinç oluşturabilmektedir. Medya unsurları toplumsal konulara değinmenin yanı sıra topluma sözcülük etme görevi de yapmışlardır (Nalçaoğlu, vd., 2003, s.44).

Fotoğrafın yaptırım gücü ve toplumsal etkisi adına gerçekleşen önemli örneklerden sayılan Jacob Riis'in 1880 yılında Öteki Yarı Nasıl Yaşıyor ve 1892 yılında yayınladığı Yoksulların Çocukları başlıklı New York gecekonduarındaki yoksulluğu gösteren çalışmaları ve Lewis Line'in çocuk işçiler, yoksullar ve göçmenler konularını içeren fotoğrafları gösterilmektedir (Özdemir A. B., 2015, s. 7).

Jacob Riis çalışmaları ile New York halkını bilinçlendirmiş ve o dönemin valisi üzerinde reform önlemleri alması yönünde etkili olmuştur. Riis tarafından başlatılan toplumsal reformcu etkinlik Lewis Line tarafından sürdürülmüştür. Lewis Line 20.yy.'ın başlarına kadar göçmen çocukların olumsuz koşullarda çalıştıklarını, çocuk emeğinin sömürüldüğünü göstermiş ve bu alanda yaptığı girişimler karşısında iktidar çocuk işçiliğinin önlenmesi ve daha iyi çalışma koşullarının oluşturulması için yasaları değiştirmek için hareke geçmiştir (Özdemir Z. , 2015, s. 8).

1929 yılında gerçekleşen ekonomik krizin ardından Amerikan sosyal yaşamına ışık tutan bir çalışma olarak FSA projesi bilinmektedir. 1935 yılında Amerika'da Büyük Depresyon'un etkilerini görselleştirmek amacı ile Roy Stryker yönetiminde devlet destekli Farm Security Administration (FSA) yani Çiftlik Güvenliği Kuruluşu açılmıştır. FSA'ya göre; 1929 yılındaki ekonomik bunalım tüm çalışan kesimde olduğu gibi kırsal kesimlerde yaşayan çiftçileri de ekonomik anlamda derinden etkilemiştir. Bu nedenle FSA çiftçilerin bu durumunu çok sayıda fotoğrafçı ile belgelemiştir. FSA projesi gelir düzeyi düşük gruplarla ilgilenmiş toplumsal belgeci çalışma örneğidir. 1935 yılında başlayan 1944 yılına kadar süren çalışmada yer alan fotoğrafçılar arasında Dorothea Lange, Margaret Bourke, White Ruusell Lee, Arhur Rothstein ve Walker Evans yer almaktadır ve çalışma kapsamında 250 bin fotoğraf çekilmiştir (Burak, 2015, s. 21).

Proje dönem bilgilendirmesinin yanı sıra toplumu harekete geçirme amacı da barındırmaktadır. Bu amaçlarını gerçekleştirebilmek için ise dramatik bir dil kullanmışlardır. (Clarke, 1997, s. 148).

FSA fotoğrafları gerek Amerikan tarihi gerekse fotoğraf tarihi için önemli belgelerdir. FSA bünyesindeki uygulamalar toplumsal ikna edici tarzın gelişimini sağlamıştır (Frizot, 1998, s. 525).

FSA fotoğraflarından bazıları ekonomik bunalımın topluma yansımaları anlatan en iyi örnekler haline gelmiştir. Dorothea Lange'nin Göçmen Anne fotoğrafı buna en iyi örnektir. Göçmen Anne adlı fotoğrafı dönemi en iyi tanımlayan ve aynı zamanda fotoğraf tarihinin en ikonik görüntülerinden biri olmuştur. Fotoğrafta annenin kucağında uyuyan bir bebek, iki yanında da annenin omzuna dayanmış yüzleri arkaya dönük çocuklar bulunmaktadır. Göçmen Anne; kir ve yoksulluk içinde olan annenin ve çocuklarının aç ve umutsuz içinde uzaklara bakan halinin fotoğrafıdır (Oral, 2011, s. 22).



Şekil 2.2. Dorothea Lange - Göçmen Anne Fotoğrafı

Tarihsel süreç içerisinde diğer önemli fotoğraflar II. Dünya Savaşı, Körfez Savaşı, Vietnam Savaşı, Afganistan, Suriye ve Irak' ta çekilen fotoğraflardır. Savaş, göç, mülteci kampları ve insanlık suçu içeren bölgelerde çekilen birçok fotoğraf tarihe ışık tutmuş ve insanların savaş konusunda bilinçlenmesini sağlamıştır. Böylelikle dünyada insanlar Amerikan Yönetiminin saldırganlığını protesto etmiştir. Aynı zamanda bu fotoğraflar acı çeken insanların, göçmenlerin, sömürülen insanların hakkını korumak ve bunları fotoğraflarla belgeleyerek toplumun vicdanını harekete geçirmeyi sağlamıştır (Özdemir Z. , 2015, s. 9).

Fotoğraf ile ilgili diğer önemli olaylarda biri ise 1877-1878 yıllarında Eadweard Muybridge ilk olarak birden fazla kamera kullanarak dört nala koşan atların hareketli görüntüsünü elde etmiştir. 1879 yılında hareketli görüntünün yüzey üzerine yansımaları sağlayan Zoopraxiscope aygıtını icat etmiştir. Böylelikle hareketli görüntü çekilmesine olanak sağlayan alet sinema ve televizyonun icadına öncülük etmiştir. 1923 yılında John Logie Baird tarafından televizyon icat edilmiş ve Brain tarafından 1926 yılında ilk televizyon yayını yapılmıştır. II. Dünya Savaşı sonrasında ise elektronik hareketli görüntü yayılmaya devam etmiştir. 1980'li yılların ortalarında dünya elektronik araçları ucuzlatıp piyasa sürmesi ile birlikte elektronik hareketli görüntü dünya düzeyinde yaygınlaşmaya başlamıştır (Küçükcan, Kesim , & Altunay, 2013, s. 38-40).

Türkiye'de ise ilk kez televizyon yayını İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından 1952 yılında yapılmıştır. Böylelikle Türkiye'nin ilk televizyon kanalı İTÜ TV olmuştur. 1964 yılında TRT televizyonunun resmen kurulması ile birlikte TRT dışındaki kanallara yayın yasağı getirilmiş ve 1968 yılında ise TRT aracılığı ile ilk açık resmi televizyon yayını yapılmıştır. 1986 yılında TRT 2'nin yayına başlaması ile birlikte Türkiye'de çoklu kanal dönemine geçilmiştir (Tanrıöver, 2012, s. 11-15).

Televizyonun yaygınlaşması ve çoklu kanal dönemine geçilmesinin ardından tarihte televizyonlarda ilk defa bir savaş eş zamanlı olarak yayınlanmıştır. 1991 yılında gerçekleşen I. Körfez Savaşı'nda asker kontrolü altında foto muhabirlerinin önceden belirlenmiş yerlere girmelerine izin verilmiş ve savaş CNN televizyonu tarafından yayınlanmıştır. Haberlerin televizyon aracılığı ile ilk kez eş zamanlı

olarak iletilmesi açısından Körfez Savaşı medyada önemli bir yere sahiptir (Özkaya, 1997, s. 567).

Bahsi geçen icatlar ve gelişen teknoloji paralelinde kitle iletişim araçları da gelişme göstermiştir. Bu gelişim gösterilen araçlardan bir olan internet günümüzün vazgeçilmezleri arasında yer almaktadır (Mestçi, 2007, s. 1).

1960'lı yıllarda Arpa firması olası savaş sonrasında haberleşme yollarının kesilmesi durumunda alternatif olarak bir iletişim ağının geliştirilmesi amacı ile ARPANET bağlantısını oluşturmuşlardır. Son derece başarı olan çalışma çok sayıda üniversitenin tercihi haline gelmiştir. 1985 yılından sonra akademik kurumların tercihi ile gelişme göstermiş ve 1992 yılında da ticari kurumların tercihi ile büyümüştür. Bu nedenle büyük bir network ağı oluşmuş olup buna da internet adı verilmiştir. Türkiye'de ilk İnternet bağlantısı 1993 yılında ODTÜ aracılığı ile gerçekleştirilmiştir. İlerleyen yıllarda internet öncelikli üniversiteler ve ticari kurumların kullanımları ile artış göstermiştir. Günümüzde ise internet gelişen teknoloji ile birlikte hemen hemen her evde yerini almış ve sosyal medya uygulamaları ile çok sık kullanılmaya başlanmıştır (Gönenç, 2003, s. 88-90).

### **2.1.2. Sosyal Medyanın Gücü**

Günümüzde iletişim sosyal medya aracılığı ile çok daha kolay ve hızlı hale gelmiştir. Ekonomi, siyaset, tv programları, spor, günlük haber ve bilgiler gibi birçok konu sosyal medyada tartışılmaktadır. Özellikle sosyal medya araçlarından Twitter ve Facebook toplumsal hareketlerde de son derece önemli rol oynamaktadır (Altunbaş, s. 1).

27 Mayıs 2013 tarihinde Taksim Gezi Parkının duvarlarının yıkılması ve ağaçların sökülmesi ile başlayan olaylar, benzer düşünen kitleleri birleştirme gücüne sahip olan sosyal medyanın toplumsal olaylarda insanların üzerinde son derece etkili olduğunu göstermiştir. Gezi parkı olaylarının yaşandığı günlerde sosyal medyadan harekete yardım ve destek mesajları yayınlanmıştır. Sosyal medya sayesinde aynı fikirde olan insanlar oldukça hızlı bir şekilde organize olmuşlardır (Turgut, 2013, s. 35).

Türkiye’de toplumsal bir olay esnasında sosyal medyanın çok yoğun kullanımını ilk kez Gezi Parkı olayı ile gerçekleştirmiştir. Gezi Parkı olayı ile dünyada bir ilk gerçekleşerek twitter kullanıcı ve tweet atma sayısında olağanüstü artışlar yaşanmıştır. Gezi parkı olayların da en büyük bilgi trafiği Twitter üzerinden gerçekleşmiştir. Mayıs 2013’te twitterda bulunan 11 milyon kullanıcı 31 Mayıs- 12 Haziran tarihleri arasında %6 oranında artış göstermiştir. Aynı tarihlerde “#direngeziparkı”, “#occupygezi” ve “#direnankara” hashtagleri sık kullanılanlar arasında yer almaktadır. Toplam atılan tweet sayısı 20 milyon adettir. Böylelikle tarihte ilk defa bir olay sırasında atılan tweet rekor sayıya ulaşmıştır (İnal, 2014, s. 34).

Sosyal ağlar toplumda etkisini her geçen gün arttırmakta ve yaşanan toplumsal olaylarda kendisini göstermektedir. Olaylar esnasında kullanıcıların örgütlenmesinde ve olayların hızlı duyurulmasında etkili olan araçların başında sosyal medya gelmektedir. Taksim Gezi Parkı olayları sırasında kullanımının artması nedeni ile sosyal medya daha da fark edilir konuma gelmiştir (Batur, 2014, s. 54)

Twitter 2015 yılında Periscope adlı özelliğini devreye sokarak kullanıcılarının anlık yayın yapabilmesini sağlamıştır. Sosyal medya aracılığı Periscope uygulaması ile yapılan canlı yayınlar toplumsal olaylarda kullanıcılarına yorum yapabilme, tartışma başlıkları açabilme ve organize olabilme olanağı sağlamıştır (radikal.com.tr, 2016).

## **2.2. Sosyal Medya ve Geleneksel Medya**

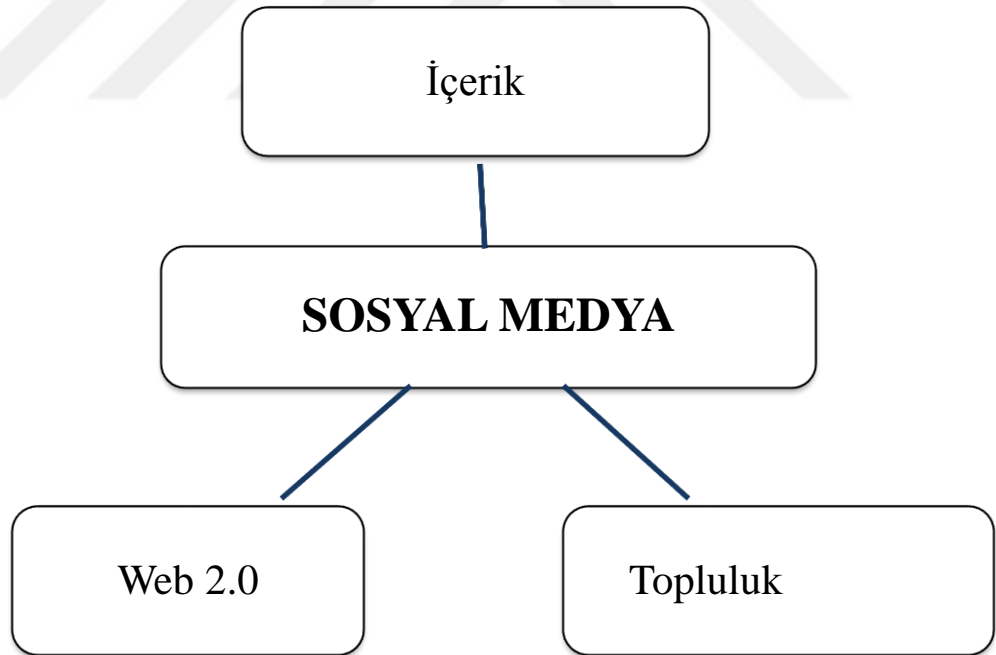
Sosyal medyanın kabul görmüş bir tanımı bulunmaması ile birlikte en genel olarak internet ortamında kullanıcıların birbirleri ile yaptıkları diyalog ve paylaşımların tümü şeklinde tanımlanabilir. Bazı kaynaklarda sosyal medya yerine Web 2.0 ifadesi de kullanılmaktadır.

Sosyal medya, kullanıcıların bilgi, düşünce ve ilgi alanlarını paylaştıkları web siteleri ve çevrimiçi araçlar için kullanılan ortak ifadedir (Solmaz, Tekin, Herzem, & Demir, 2013, s. 24).

Diğer bir ifade ile sosyal medya insanların bir araya geldikleri ve etkileşim sağladıkları platformdur (Uzundumlu, 2015, s. 24). İletişimin yanı sıra sosyal medya uygulamaları günümüzde oyun, arama, paylaşım, bilgiye erişme gibi birçok alanda kullanılarak bireylerin diğer ihtiyaçlarını da karşılamaktadır.

Danah M. Boyd ve Nicole B. Ellison sosyal medyayı; sosyal ağ sitelerini bireylerin kendi bilgi ve bağlantılarını açıkça paylaşabildikleri sınırlandırılmış bir sistem içerisinde, halka tamamen veya kısmen açık, bir profil geliştirebildikleri, web tabanlı bir hizmet yapısı olarak tanımlamıştır ve bu bağlantıların sınıflandırılması ve doğası gereği, siteden siteye çeşitlilik gösterebileceğini belirtmişlerdir (Boyd & Ellison, 2008, s. 211).

Kısaca sosyal medya, web 2.0 'ın temelleri üzerine kurulmuş, içerik üretimine ve paylaşımına imkan tanıyan sosyal etkileşim ve paylaşım alanları şeklinde Şekil 2.1 'deki gibi özetlenebilir.



Şekil 2.3: Sosyal Medya'nın Temel Kavramları

Geleneksel medya gazete, dergi, televizyon gibi görsel ve yazılı basın aracılığı ile haberlerin bireylere duyurulduğu iletişim ortamı olarak ifade edilebilir. Geleneksel medyanın özellikleri,

- Maliyeti yüksektir,
- Tek taraflı medyadır,
- Yayın organları büyük kitleleri hedef almaktadır,
- Sonuç sosyal medyaya göre daha nettir.

Geleneksel medyada paylaşılan haber yok edilemez, ertesi gün haber üzerinde düzeltme yapılabilir ancak sosyal medyada hemen değişiklikler yapılabilir.

Tablo 2.1 'de geleneksel medya ile sosyal medya arasındaki farklara değinilmiştir. Geleneksel medya yani gazete, dergi, televizyon vb. medya araçlarında yayın zamanı belli saatler veya belli kurallar çerçevesinde iken sosyal medyada yayın zamanı sınırsız ve anlıktır. İnternet kullanımının olduğu her yerde anlık haber ve olaylara erişilebilmektedir (Kara, 2013, s. 15).

Geleneksel medyaya erişebilmek için yayın araçlarının olması gerekirken yani sınırlama söz konusu iken sosyal medyaya herhangi bir yerden ulaşılabilir (Kara, 2013, s. 15).

Sosyal medyada her zaman değişkenlik söz konusudur. Geleneksel medya değişime açık değildir. Geleneksel medya televizyon, dergi vb. analog kaynaklardan takip ederken, sosyal medya daha çok dijital kaynaklardan takip edilmektedir.

Geleneksel medyayı reklam alanı olarak kullanmak isteyen kurumlar belli bir maliyeti karşılamak zorunda iken sosyal medyada şirketler veya bireyler reklamlarını ücretsiz olarak yayımlayabilmektedirler (Kara, 2013, s. 140).

Sosyal medyada kullanıcılar karşılıklı olarak gerek yüz yüze gerek yazılı yollar ile etkileşime geçebilirken, genel medya ile karşılıklı etkileşim mümkün olamamaktadır.



	<b>Geleneksel Medya</b>	<b>Yeni Medya (Sosyal Medya)</b>
<b>Yayın Zamanı</b>	Spesifik	Anlık
<b>Erişim</b>	Lokal	Herhangi Bir Yer
<b>Değişime Yatkınlık</b>	-	Her Zaman
<b>Tür</b>	Analog	Dijital
<b>Reklam Alanı</b>	Sınırlı	Sınırsız
<b>Etkileşim</b>	Sınırlı	Tam Etkileşim
<b>İzleme</b>	Zor	Kolay

**Tablo 2.1:** Geleneksel Medya ve Yeni Medya (Sosyal Medya) Karşılaştırması

Günümüzde sosyal medyanın kullanım kolaylığı ve ulaşılabilirliği sebebi ile genel medyanın önüne geçmiş olduğu düşünülse bile her iki medya türü de birbirini destekleyen kavramlardır.

Sanatçılar toplumda ilk olarak geleneksel medya ile kendini tanıtırken sonrasında sosyal medya hesapları aracılığı ile kitlelerine ulaşarak sosyal iletişim ağlarını oluşturmaya çalışırlar.

### **2.3. Sosyal Medya Özellikleri**

Sosyal medya paylaşımların en fazla yapıldığı online medyanın yeni bir türüdür ve aşağıdaki özellikleri içerir:

**Katılımcılar:** Sosyal medya kullanıcılara cesaret verir, katılımcıların geri bildirim almasına imkan sağlar. (Vural & Bat, 2010, s. 3352)

**Açıklık:** Bireyler sosyal medyada bilgilere kolaylıkla ulaşabilmektedir. Sosyal medya servisleri katılımcılara, bilginin ulaşılabilirliğine ve geribildirime açıktır (Solmaz, Tekin, Herzem, & Demir, 2013, s. 25).

**Konuşma:** Katılımcıların iki yönlü konuşmasına olanak sağlar.

**Toplum:** Sosyal medya topluma daha hızlı ulaşabilmeyi sağlar. Toplumlar sosyal medyada genellikle ilgi alanları, fotoğraf, siyasal görüşler, favori şarkı veya videoları paylaşırlar.

**Bağlantılılık:** Sosyal medya herhangi bir konuda bağlantılı linkler verilmesine olanak tanır.

## 2.4. Sosyal Medya Uygulamaları

Web 2.0 olarak adlandırılan sosyal medya araçları hayatımıza hızlı bir biçimde yerleşmiştir.

Çalışmanın bu bölümünde sosyal medyanın işlevsel dağılımı 6 farklı bölüm altında toplanarak sosyal medya araçlarının tanımlamaları yapılmıştır. Bu bölümler; Sosyal ağlar, video paylaşım siteleri, fotoğraf paylaşım siteleri, dijital ansiklopediler, profesyonel ağlar ve mikrobloğlardır.

### 2.4.1. Sosyal Ağlar

Sosyal ağ siteleri kullanıcıların profil oluşturdukları, tanıdıklarını davet ederek grup kurmalarına, sohbet etmelerine, e-posta göndermelerine ve hazırladıkları paylaşımları birbirlerine iletebilmelerine olanak sağlayan internet siteleridir. En popüler sosyal ağ siteleri Facebook, Myspace, Foursquare'dir.

**Facebook:** Kullanıcıların en yoğun ilgi gösterdiği sosyal paylaşım ağı olarak belirtilebilir. Facebook; insanların birbirleri ile iletişim kurması ve bilgi alışverişi yapmasını sağlayan sosyal ağ sitesidir. 4 Şubat 2004 tarihinde Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerber tarafından üniversitesindeki öğrenciler için kurulmuştur. 2016 yılı itibari ile Facebook'un 1.6 milyar aktif kullanıcısı bulunmaktadır (Webtures, 2016).

Site günümüzde kullanıcılarına yeni arkadaş edinme, kişisel bilgi, fotoğraf ve fikirlerini paylaşabilme olanaklarını sağlamaktadır.

Facebook'ta kişiler fotoğraflarını kendi aralarında paylaşabildikleri gibi kendilerini ve arkadaşlarını da fotoğrafların üzerine etiketleyerek paylaşabilmektedir. Paylaşılan fotoğraflar kullanıcı tarafından ayarlamalar yapılarak kapatılmadı ise herkes tarafından görülebilmektedir.

**Myspace:** Kullanıcıların video ve müzik ekleyebildikleri daha çok kişinin kendi yeteneklerini ortaya çıkartmak için kullandıkları sosyal ağıdır.

2003 yılında kurulan Myspace o dönemde kullanılan Friendster'in hedef kitlesine rakip olmuştur. Sosyal ağlarda o dönemde en çok kullanılan Friendster sitesinin üyeliğini ücretliye çevireceği haberleri kullanıcılarını yeni bir arayışa yönlendirmiştir. Bu yıllarda kurulan Myspace bu nedenle beklenenden fazla ilgi görmüştür. İlerleyen süreçlerde Friendster'in profillere getirdiği bazı sınırlamalar bağımsız rock gruplarını rahatsız etmiş ve onların Myspace'i tercih etmesini sağlamıştır. 30 Haziran 2011 tarihinde ise Myspace, Specific Media tarafından satın alınmıştır (İspir, Birsen, & Binark, 2013, s. 79).

**Foursquare:** 2009 yılında ABD'de kurulmuş olup kullanıcıların konum bildirmek amaçlı kullandıkları sosyal ağ sitesidir. Kullanıcılarına mekanlar hakkında bilgi vermektedir. Örneğin; bir kafeyi yada restorandı Foursquare'de inceleyip, mekan hakkında daha önce oraya gitmiş insanların yorumları okunabilmektedir. Uygulama akıllı telefonlara yazılım yüklenerek kullanılmaktadır (Uzundumlu, 2015, s. 29)

Foursquare'in Türkiye reklam satış ortağı firması Publik'in 2015 yılında açıkladığı verilere göre Foursquare Türkiye'de 7.2 milyon kullanıcıya sahiptir. Kullanıcılar günde ortalama 1.8 milyon check-in yapmaktadırlar. İstatistiklere göre; kullanıcılar en çok kafe, ev ve restoranda check-in yapmaktadırlar. En çok gidilen yerlere bakıldığında AWM olarak Cevahir Alışveriş Merkezi, semt olarak İstanbul'da Kadıköy, İzmir'de Alsancak, Ankara'da ise Kızılay, en gözde yollar arasında ise Bağdat ve İstiklal Caddesi yer almaktadır.

#### **2.4.2. Video Paylaşım Siteleri**

Youtube, Vimeo, Daily Motion, İzlesene siteleri en sık kullanılan video paylaşım siteleri arasında yer almaktadır.

**Youtube:** 15 Şubat 2005'te video barındırma sitesi olarak kurulmuştur. Merkezi ABD'de yer alan Kaliforniya şehridir. Eski 3 PayPal çalışanı tarafından 15 Şubat 2005'te kurulmuştur. 1.65 milyar dolara Kasım 2006'da Google tarafından satın alınmıştır.

Kullanıcılarına video yükleme, izleme ve paylaşma imkanı sağlamaktadır. Genel olarak; video klipler, dizi videoları, televizyon videoları, müzik videoları, kişilerin kendilerine ait çektikleri özgün videolar, eğitim videoları gibi içerikler bulunmaktadır. Youtube 'un günümüzde popüler olması sebebi ile birçok kişide kendilerine ait özgün video paylaşımları ile ün kazanmıştır (Uzundumlu, 2015, s. 37).

**DailyMotion:** Youtube'dan sonra en çok ziyaret edilen Fransa kökenli video paylaşım sitesidir.

DailyMotion ile oyun, teknoloji, müzik, eğitim, sanat, haber, dizi, film gibi türlerde video izlenebilir, bu videolar favoriler kısmına eklenebilir ve diğer sosyal aylarda paylaşılabilir.

**Vimeo:** Youtube'a benzeyen video paylaşım sitesidir. ABD'li Zack Klein ve Jake Lodwick tarafından 2004 yılında kurulmuştur. HD video özelliğine sahiptir.

Yüksek çözünürlükte video izleme özelliğine sahiptir. Bu özelliği sayesinde profesyonel video ve montaj yapan kullanıcılar tarafından daha çok tercih edilmektedir. Ancak sosyal medya üzerinde paylaşımı yeterli olmayan Vimeo DailyMotion ve Youtube'un gerisinde kalmıştır (Uzundumlu, 2015, s. 37)

**İzlesene:** Türkiye'nin ilk video paylaşım sitesi olarak 2006 yılında kurulmuştur.

Sitede ayda 100 milyondan fazla video izlenmekte olup, günde 250 binden fazla tekil ziyaretçi siteye giriş yapmaktadır (izlesene.com, 2016).

### 2.4.3. Fotoğraf Paylaşım Siteleri

Instagram, Pinterest, Flickr, PhotoBucket, Imageshack, Fotolog siteleri sıklıkla kullanılan fotoğraf paylaşım siteleridir.

**Instagram:** 6 Ekim 2010 yılında kurulan kullanıcılarına video ve fotoğraf paylaşmasına olanak tanıyan uygulamadır. İlk yıllarda kullanıcılar fotoğraflarını bir kare şeklinde sınırlandırmak zorunda kalırken yeni güncellemeler sayesinde kullanıcılar özgün çerçeve oranı ile kullanabilmektedir. Aynı zamanda ilk kurulduğunda sadece fotoğraf paylaşılabilirken artık kullanıcılarına video ekleme imkanı da tanımaktadır.

2012 yılında 1 milyar dolara Facebook tarafından satın alınmıştır. Satın alınmasından sonra instagramın bilinirliğinde ve kullanıcı sayısında artış görülmüştür. Önceleri sadece apple ürünlerinde kullanılabilen iken 2012 yılında android telefonlar içinde kullanılmaya başlanması ile instagram kullanımında büyük bir artış yaşanmıştır.

Instagramın en önemli özelliklerinden bir tanesi fotoğrafların düzenlenmesi için çeşitli filtrelere sahip olmasıdır. Bu filtreler sayesinde en basit fotoğraflar bile dikkat çekici ve güzel bir görünüme sahip olabilmektedir.

**Pinterest:** Pano sistemi ile çalışan, kullanıcıların panoya fotoğraf ekleyerek paylaşımında buldukları sosyal paylaşım platformudur.

Platform 2010 yılında kurulmuştur. Merkezi San Francisco'dadır. 1402 kişiden fazla aktif çalışanı bulunmaktadır (Büyükaslan & Kırık, s. 83).

Pinterest'te kullanıcılar ilgi alanlarının duyurusunu paylaşabilmekte, diğer kullanıcıların panolarını görebilmekte, beğendikleri görselleri yeniden paylaşabilmektedir (ids, 2016).

Pinterest Twitter ve Facebook gibi diğer sosyal ağlarla ortak kullanılabilir.

**Flickr:** 2004 yılında kurulmuş olup 2005 yılında yahoo tarafından satın alınmıştır. Yahoo şirketinin fotoğraf paylaşım sitesidir. 2008 yılında video paylaşımı yapılmasına olanak sağlanmıştır Program sadece video ve fotoğraf depolamak ile sınırlı olmayıp aynı zamanda arkadaşlar ile iletişime geçilebilen ve paylaşılan resimler hakkında yorumlar yapılabilen bir sosyal ağ sitesidir. Flickr 2012 yılında İOS telefonlar için uygulanabilir hale getirildikten 5 ay sonra ise Android telefonlarda da kullanılabilir hale getirilmiştir. Program kullanıcılarına 1TB'lık depo alanı sunmaktadır. Türkçe desteği bulunmakta olup Flickr'ın en önemli özelliklerinden biri de istenilen fotoğrafların indirilmesine olanak tanımaktır (Uzundumlu, 2015, s. 78).

**PhotoBucket:** En popüler video ve fotoğraf paylaşım sitelerinden biridir. Facebook, Twitter, Myspace, eBay gibi sitelere eklenen linklere program aracılığı ile ulaşabilmektedir. Program kullanıcılarına 10 GB'lık resim ve video paylaşım alanı vermektedir (teknolojihaberleri, 2016).

**Imageshack:** 2003 yılında kurulmuş olup çevrimiçi kullanılan resim barındırma sitesidir. Türkiye'nin en çok tercih edilen resim barındırma siteleri arasında yer almaktadır. Site kabul ettikleri reklamlar aracılığı ile gelir kaynağını oluşturmuştur.

Imageshack kullanıcıları ücretsiz olarak resim ve videolarını depolayabilmektedir. Ancak sitede Şubat 2016 itibari ile Türkiye için kısıtlama bulunmaktadır. Kısıtlamaya göre siteye kayıtlı olmayan ziyaretçiler, siteye yüklenmiş resimleri göremeyecektir.

**Fotolog:** 2002 yılında kurulmuş olan bir sosyal ağ sitesidir. Kullanıcıların fotoğraflarını paylaştığı blog uygulamasıdır.

14 yaş ve üzerindeki bireyler tarafından kullanılabilir. Siteye ücretsiz kayıt olunabilmektedir ve kullanıcılar gün içerisinde bir kez fotoğraf yükleyebilmekte ve 20 yorum yapabilmektedir. Site 2007 yılında en çok kullanılan 20 web sitesinin içinde yer almıştır (sosyomag, 2016).

#### 2.4.4. Dijital Ansiklopediler

Dijital ansiklopediler internet ansiklopedisi olarak bilinen sosyal medya siteleridir.

**Wikipedia:** Dünya'nın her yerinden gönüllü insanların fikirleri ile içeriği oluşturulan, kar amacı gütmeyen ücretsiz internet ansiklopedisidir. Türkiye'de 2003 yılında hayata geçmiştir. Gelir amacı olmayan sosyal ağ Wikipedia Vakfı tarafından yönetilmektedir (nedir.com, 2016).

**Britannica:** Dünyaca ünlü olan Britannica ansiklopedisi internet üzerinden yayın yapan dijital ansiklopediler arasındadır. Dili İngilizce olan sitede farklı kategoriler altında alınan birçok bilgiye ulaşılabilmektedir.

**Webopedia:** Bilgisayar ve internet konularını kapsayan dijital ansiklopediler arasındadır. İçerik dili İngilizcedir. Sitede yer alan özel arama motoru aranan bilgilere kolaylıkla ulaşılmasını sağlamaktadır.

#### 2.4.5. Profesyonel Ağlar

Sosyal medyada profesyonel iş çevresi ile iletişimini arttırmak isteyen kullanıcıların başvurdukları ağlardır.

**LinkedIn:** 2003 yılında kullanıma açılan iş dünyasındaki kişilerin diğer kişiler ile iletişim kurmasını sağlayan profesyonel ağıdır. Yirmi dilde hizmet vermektedir. 2016 yılında Microsoft tarafından satın alınmıştır (Sosyal Medyanın ABC'si, 2014, s. 150).

LinkedIn'in kullanım amaçları;

- Kurumsal ilişkileri üst düzeyde tutmak,

- Müşteri ile veya iş yaşamından arkadaşlar ile her an iletişimde olmak,
- Yeni müşteriler bulmak ve onlara yeni aktiviteler ile ilgili tanıtım yapmak,
- Kullanıcılarla kurumsal konularla ilgili içerik paylaşmak (Büyükaslan & Kırık, s. 82).

Profesyonel ağlardan Linedin’de sanatçılara ve sanat gruplarına ait profiller de yer almaktadır. Sanatçılara ait LinkedIn profillerinde sanatçıya ait deneyimler, eğitim seviyesi, yetenekler, kişisel bilgiler, sertifikalar, takip ettiği gruplar ve şirketlerin bilgisi yer almaktadır. Sanatçıların yanı sıra fotoğraf sanatı ile ilgilenen şirketler LinkedIn profilinde kuruma ait etkinliklere sıklıkla yer vermektedirler.

#### **2.4.6. Mikrobloglar**

Mikroblog kullanıcılarının anlık olarak fotoğraf ve ileti paylaşmalarını sağlayan sosyal ağlardır.

Yazarların bloglarına yazdıkları uzun yazılar yerine daha kısa ve öz yazmaya başladıklarında mikrobloglar ortaya çıkmıştır (İspir, Birsen, & Binark, 2013, s. 85). Mikroblogların takibi, güncellenmesi, yeni yazı yazılması bloglara göre daha kolay ve hızlıdır. Günümüzde en sık kullanılan mikrobloglar Twitter ve Tumblr’dır.

**Twitter:** 2006 yılında kurulan sosyal ağ ve mikroblog sitesidir. Jack Doorsey tarafından San Fransisco’da temelleri atılan Twitter ilk kurulduğunda Twtrt olarak hizmet vermeye başlamış sonrasında ise günümüzdeki isimini almıştır (Büyükaslan & Kırık, s. 80).

Twitter’da kişiler, diğer kişileri ve kurumları takip ederek 140 yada daha az karakter içeren anlık iletileri gönderip aynı zamanda görebilmektedirler. Kullanıcılar ülke ve dünya gündeminden haberdar olabilmektedir. Ayrıca Twitter’da takipçi sayısı fazla olan popüler hesaplara fenomen adı verilmektedir.



Nielsen araştırma şirketinin 2012 yılında yapmış olduğu Social Media Report 2012 verilerine göre her ay 500 bin yeni twitter hesabı açılmaktadır ve saniyede 750 tweet atılmaktadır (Kara, 2013, s. 20).

Statistic Brain isimli web sitesinin Eylül 2016 Twitter istatistik verilerine Tablo 2.2’de yer verilmiştir (Statistic Brain, 2016). ya göre 2016 yılı itibari ile Twitterda kayıtlı kullanıcı sayısı 695.750.000, aktif kullanıcı sayısı 342.000.000, ve günlük 135.000 kullanıcının Twitter’a kayıt olduğu görülmektedir. Ayrıca Tablo 2.4’de Twitter’a ait reklam gelirleri de yer almaktadır. Değerlere bakıldığında her geçen yıl Twitter reklam gelirlerinde istikrarlı bir artış olduğu gözlemlenmektedir.

<b>Twitter İstatistikleri</b>	<b>Değer</b>
Kayıtlı kullanıcı sayısı	695.750.000
Aktif kullanıcı sayısı	342.000.000
Gün başına kayıt olan kullanıcı sayısı	135.000
Aylık ziyaretçi sayısı (Farklı kullanıcılar)	195.000.000
Gün başına atılan Tweet sayısı	58.000.000
Mobil araçlar aracılığı ile Twitter'a giriş yapan kullanıcı erişim oranı	43%
Twitter'da çalışan eleman sayısı	2500
Aylık aktif kullanıcı sayısı	115.000.000
<b>Yıllık Twitter Reklam Geliri</b>	<b>Gelir</b>
2014	\$479,078,000
2013	\$405,500,000
2012	\$259,000,000
2011	\$139,000,000
2010	\$45,000,000

**Tablo 2.2:** Twitter Kullanım İstatistikleri: Eylül 2016

**Tumblr:** 2007 yılında kurulan sosyal ağ ve blog sitesidir. Diğer sitelerden farkı, popüler sosyal ağ siteleri ile uyum içinde çalışmasıdır.

Site 2013 yılında Yahoo tarafından 1.1. milyar dolara satın alınmıştır.

## **2.5. Sanat Kurumlarının Sosyal Medyayı Kullanımı**

Günümüzde tüm sanat kurumlarının web siteleri mevcuttur. Kültür ve sanat kurumları web sitesi sayesinde vizyon, misyon ve etkinliklerini duyurabilmektedirler. Sürekli değişim ve yenilenme zorunluluğu, kültür-sanat kurumlarının internet sitelerinin haricinde, özellikle sosyal medya uygulamalarını kullanmasını kaçınılmaz kılmıştır.

### 2.5.1. Müzeler

Müzeler, sanata ve bilime ait eserlerin bir arada veya ayrı ayrı sergilendiği, korunduğu ve saklandığı yerlerdir. Kar etme düşüncesinden bağımsız, toplumun faydası için çalışan, halka açık, eserleri koruyan ve muhafaza eden, bilgiyi paylaşan, eğitim veren sürekliliği olan kurumlardır.

Bu bağlamda en bilinen müzeler arasında bulunan İstanbul Modern Sanat Müzesi, Pera Müzesi, Sakıp Sabancı Müzesi ve bahsi geçen müzelerin sosyal medya kullanımlarından bahsedilecektir.

***İstanbul Modern Sanat Müzesi:*** Türkiye'nin ilk modern sanat müzesi olan İstanbul Modern Sanat Müzesi İstanbul Modern olarakta bilinmektedir. 2004 yılında İstanbul Kültür Sanat Vakfı tarafından kurulmuştur (Üstünipek, 2013, s. 21).

Eş zamanlı sergilere imkan tanıyan müze aynı zamanda içinde barındırdığı kütüphane, restoran, mağaza ve sineması ile İstanbul'un sosyal alanlarında biri haline gelmiştir.

Müze sosyal medyayı haftalık etkinlik programını duyurmak, restoran tanıtımı ve fotoğraflarını paylaşmak, tasarımcılara ait ürünlerin satışı, takipçilerini ücretsiz sergi çekilişlerine davet etmek gibi organizasyonlar için sıklıkla kullanmaktadır.

Müzenin Facebook'ta takipçi sayısı 298.364 kişi, Instagram'daki takipçi sayısı 125.000 kişi, Twitter'daki takipçi sayısı ise 1.920.000 kişidir.

***Pera Müzesi:*** 8 Haziran 2005 tarihinde İstanbul Beyoğlu'nda açılmış özel müzedir. Suna ve İnan Kıracı Vakfı tarafından kültür sanat hizmeti vermek amacı ile kurulmuştur.

Müzedede kalıcı koleksiyonlarının bulunmasının yanı sıra süreli sergilerde yapılmaktadır. Müze kendisine ait etkinliklerini internet sitesi ve sosyal medya uygulamaları aracılığı ile duyurmaktadır. Örneğin Pera Müzesi Twitter’da kendi blok adresine yönlendirme yaparak etkinlikleri ile ilgili aşamaları ve etkinliğe ait resimleri takipçileri ile paylaşmaktadır.

Müzenin Facebook’ta takipçi sayısı 89.212 kişi, Instagram’daki takipçi sayısı 68.300 kişi, Twitter’daki takipçi sayısı ise 382.000 kişidir.

**Sakıp Sabancı Müzesi:** 1998 yılında Emirgan’da açılan müze 2002 yılında sanat müzesi kimliği kazanmış ve 2005 yılında yapılan düzenleme ile sergi alanları genişletilerek daha elverişli hale getirilmiştir (Üstünipek, 2013, s. 21).

Picasso İstanbul’da ve Heykel’in Büyük Ustası Rodin İstanbul’da isimli sergilerle müze uluslararası alanlarda dikkat çekmeye başlamıştır.

Günümüzde müze uluslararası sergiler, eğitim programları, konserler, konferans ve seminerler gibi alanlarda hizmet vermektedir. Müzenin kendi internet sitesinde etkinliklerin duyuruları yer almaktadır. Ayrıca sosyal medya uygulamalarını da etkin bir şekilde kullanan site takipçileri için etkinlik duyurusunu bu alandan da yapmaktadır.

Müzenin Facebook’ta takipçi sayısı 82.733 kişi, Instagram’daki takipçi sayısı 71.100 kişi, Twitter’daki takipçi sayısı ise 330.000 kişidir.

**İstanbul Fotoğraf Müzesi:** Fotoğraf Dostları Derneği’nin işbirliği ile kurulan müze Türkiye’nin ilk fotoğraf müzesi olarak bilinmektedir. Kadırga Kültür Merkezi Binası’nda 19 Kasım 2011 tarihinde müze olarak açılmıştır. Müze sergileri, koleksiyonları, yayınları, kütüphanesi, fotoğraf arşivi ve etkinlikleri ile hizmet sunmaktadır (istanbulkulturturizm.gov.tr, 2016).

İstanbul Fotoğraf Müzesi’nin Facebook’ta takipçi sayısı 4.124 kişi, Twitter’daki takipçi sayısı 2.842 kişidir. Müzeye ait instagram hesabı bulunmamaktadır. Tablo 2.3’de çalışma kapsamında incelenen fotoğraf müzelerinin sosyal medya uygulamalarındaki takipçi sayısı ve 2016 yılı içerisinde oluşturdukları sanatsal aktivitelerin sosyal medya uygulamalarındaki paylaşım sayıları yer almaktadır.

<b>Müzeler</b>	<b>Facebook Takipçi Sayısı</b>	<b>Twitter Takipçi Sayısı</b>	<b>Instagram Takipçi Sayısı</b>	<b>Paylaşım Sayıları</b>	<b>2016 Yılı Sosyal Medyada Paylaşılan Sanatsal Etkinlik Sayısı</b>
<b>İstanbul Modern Sanat Müzesi</b>	298.364	1.920.000	125.000	666	22
<b>Pera Müzesi</b>	89.212	382.000	68.300	744	63
<b>Sakıp Sabancı Müzesi</b>	82.733	330.000	71.100	1211	11
<b>İstanbul Fotoğraf Müzesi</b>	4.124	2.842	-	1.472	3

**Tablo 2.3:** Fotoğraf Müzelerinin Sosyal Medya Uygulamalarındaki Takipçi ve Paylaşılan Sanatsal Etkinlik Sayısı

### **2.5.2. Vakıf, Dernek ve Festivaller**

Vakıf ve dernekler sivil toplum kuruluşları olup kar amacı gütmeyen kişi topluluklarıdır. Sanatsal etkinlikleri amaç edinmiş olan vakıf ve dernekler sanatçıların eserlerini sergileme ve sanatsal eğitimler veren kurumlardır. İstanbul Kültür Sanat Vakfı, Tüyap Artist Fuarı, Contemporary İstanbul Fuarı, Nar Sanat İstanbul Eğitim Ve Kültür Sanat Derneği, Bursa Fotofest, Fotoistanbul Beşiktaş

Uluslararası Fotoğraf Festivali, İfsak Fotoğraf vakıf, dernek ve festivallere örnek olarak verilebilir.

***İstanbul Kültür Sanat Vakfı:*** 1973 yılında Nejat Eczacıbaşı önderliğinde kurulan vakıf kar amacı gütmeyen kamu yararı için çalışan bir kurumdur. Vakıf düzenli olarak müzik, film, caz ve tiyatro festivalleri düzenlemektedir. Ayrıca vakıf Aydın Gün Teşvik Ödülü ve Talât Sait Halman Çeviri Ödülü ile bireyleri teşvike ederek onların kültür sanat üretimini de desteklemektedir (www.iksv.org.tr, 2016).

Vakfın kendisine ait internet sitesi mevcuttur. Vakıf, bünyesindeki etkinlikleri ve vakfa ait ödüllerin sahiplerinin bulunması için yapılan yarışmaların duyurularını ilan etmek için sosyal medya uygulamalarından ve kendi internet sitesinden faydalanmaktadır.

***İfsak Fotoğraf Günleri:*** İstanbul Fotoğraf ve Sinema Amatörleri Derneği olarakta bilinen İfsak ülkemizde fotoğraf ve sinema sanatının gelişmesi ve yaygınlaşması sağlamak, kişilerin yeteneklerini geliştirebileceği kültür ve sanat ortamını yaratmak için kurulmuş kar amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşudur. İlk olarak 1959 yılında kurulan dernek 1962 yılında bugünkü adını almıştır.

İfsak bünyesinde 1985 yılından beri düzenlenen İstanbul Fotoğraf Günleri Türkiye’de ve İstanbul’da düzenlenmeye başlanan ilk fotoğraf festivalidir.

İfsak Derneği’nin kendisine ait internet sitesi mevcuttur. Dernek bünyesindeki tüm etkinlikleri ilan etmek için kendi sitesinden ve sosyal medya uygulamalarından faydalanmaktadır. İfsak Fotoğraf Günleri Facebook takipçi sayısı 28.297 kişi, Twitter takipçi sayısı ise 3,078 kişi olup dernek Instagram uygulaması kullanmamaktadır.

***TÜYAP Artist Fuarı:*** 26 yıldır Beylikdüzü TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi’nde Artist / Uluslararası İstanbul Sanat Fuarı düzenlenmektedir.

2016 yılında düzenlenen Artist 2016 Fuarı’nda Umulmadık Topraklar isimli geniş bir sergi, panel ve performanslar sergilenmiştir. Fuarda yurtiçi ve yurtdışından yaklaşık 1000 sanatçının eserlerine yer verilmiştir.

Fuarın kendisine ait internet sitesi mevcut olup aynı zamanda sosyal medya uygulamaları aracılığı ile fuar bünyesinde yapılan etkinlikleri duyurmaktadır. Tüyap'ta düzenlenen son sanat fuarı olan Artist 2016 hakkında Facebook uygulaması aracılığı ile 1 adet etkinlik bildirisi ve fuara ait 6 resim paylaşılmıştır. Twitter'da 3 fotoğraf paylaşımı Instagram'da ise sadece 1 adet sanat fuarı ile ilgili resim paylaşılmıştır. Fuarın Facebook'taki takipçi sayısı 39.008 kişi, instagram takipçi sayısı 2.176 kişi, Twitter takipçi sayısı 2.863 kişidir.

**Contemporary İstanbul Fuarı:** Orta Doğu, Balkanlar ve Doğu Akdeniz ülkeleri ile birlikte Avrupa ve Amerika'ya uzanan Contemporary İstanbul, tüm dünyaya hitap eden çağdaş sanat fuarıdır. 2016 yılında fuar 11. kez düzenlenen fuara 90 binin üzerinde sanatsever ziyaret etmiştir (contemporaryistanbul.com, 2016).

Contemporary İstanbul etkinliklerini kendi internet sitesi ve sosyal medya uygulamaları aracılığı ile duyurmaktadır. Facebook, Twitter ve Instagram hesapları aracılığı ile sergilerindeki sanatçılara ait eserleri ve sergi videolarını sıklıkla paylaşarak takipçileri için sosyal medya uygulamalarını güncel tutmaktadır.

Contemporary İstanbul Fuarı'nın kendisine ait internet sitesi mevcut olup aynı zamanda etkinlik bilgilerini sosyal medya uygulamaları aracılığı ile de takipçilerine iletmektedir. Fuarın Instagram'da takipçi sayısı 60.300 kişi, Facebook'ta takipçi sayısı 25.452 kişi, Twitter'da takipçi sayısı 23.400 kişidir. Fuar sosyal medya uygulamalarından Instagram aracılığı ile 1133 adet fotoğraf paylaşımı, Twitter'da 2.406 adet tweet, Facebook'ta ise 618 paylaşım ve 2016 yılında 3 adet etkinlik bildiriminde bulunmuştur.

**Bursa FotoFest:** Bursa iline ait ilk Uluslararası Fotoğraf Festivali olan Burs Fotofest Bursa Büyükşehir Belediyesi, Bursa Kent Konseyi ve Bursa Fotoğraf Sanat Derneği tarafından oluşturulmuştur. Türkiye ve Dünya fotoğraf ve fotoğrafçıları buluşturmaya amaç edinmiştir. 2016 yılında altıncısı düzenlene etkinliğe 8 yerli ve yabancı ülkeden olmak üzere toplam 130 sanatçının fotoğraflarından oluşan sergiler düzenlenmiştir. (bursaphotofest.org, 2016).

Bursa Fotofest'in Instagram'da takipçi sayısı 1.016 kişi, Facebook'ta takipçi sayısı 8.856 kişi, Twitter'da takipçi sayısı 1.370 kişidir.

***Fotoistanbul Beşiktaş Uluslararası Fotoğraf Festivali:*** Türkiye ve dünyadan bir çok fotoğraf sanatçısının bir araya gelerek eserlerini sergilediği Beşiktaş Belediyesi öncülüğünde 2016 yılında üçüncüsü düzenlenen festivaldir. Festivalde galerilerin dışına çıkarak sokaklar, unutulmuş mekanlar veya konteynırlar sergileme alanı olarak kullanılmaktadır. Festival süresince sergiler, paneller, yuvarlak masa tartışmaları, sanatçılar ile sohbetler, yarışmalar düzenlenmektedir (fotoistanbul.org, 2016).

2016 yılında Türkiye ve dünyadan 60 sanatçıyı konuk eden festival aynı zamanda Artgalerim, Fotoğraf Evi, Gama, İFG, Mikser ve O'Art Sanat Platformu sergilerine de yer vermiştir.

Festivalin kendisine ait internet sitesi mevcuttur. Festival, bünyesindeki etkinlikleri ve tarihlerin duyurularını ilan etmek için sosyal medya uygulamalarından ve kendi internet sitesinden faydalanmaktadır. Sosyal medya uygulamalarından Instagramda festivali takip eden takipçi sayısı 3.305 kişi, Facebook takipçi sayısı 19.228 kişi, Twitter takipçi sayısı 492 kişidir.

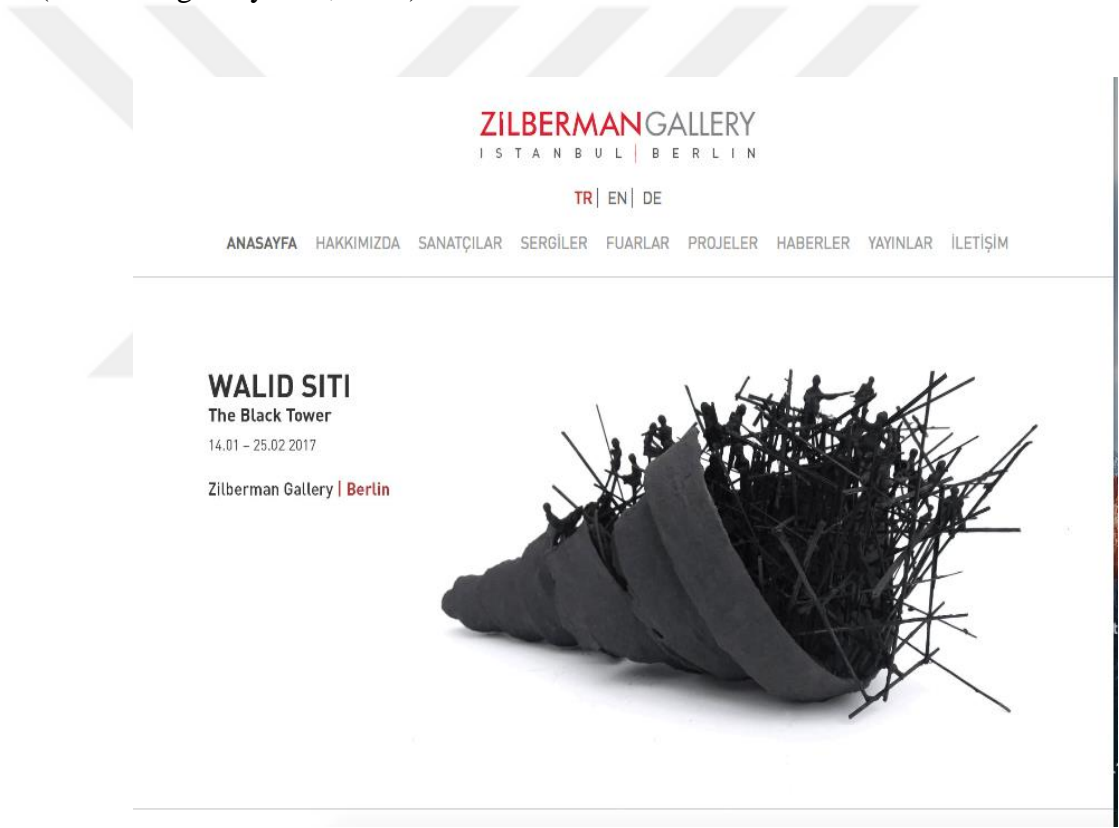
***Nar Sanat İstanbul Eğitim Ve Kültür Sanat Derneği:*** 26 Ağustos 2009 tarihinde İstanbul Bakırköy'de yaşamakta olan sanatçı ve sanatseverlerin bir araya gelerek kurduğu dernektir.

Dernek birçok alanda sanatsal eğitimler vermektedir. Müzik, görsel sanatlar, sahne sanatları, dans kursları verdikleri eğitimler arasındadır. Dernek kendi internet sitesi ve sosyal medya uygulamaları ile eğitimleri hakkında takipçilerine bilgi vermektedir.

### **2.5.3. Galeriler**

Sanatta galeri kavramı başta görsel sanatlar olmak üzere, her türlü sanatsal serginin gerçekleştirildiği özel veya kamu kuruluşlarıdır. Sanat galerilerine örnek olarak Zilberman Sanat Galerisi, Arter Sanat Galerisi, Salt Sanat Galerisi, Galeri Nev, Daire Sanat Galerisi verilebilir.

**Zilberman Sanat Galerisi:** 2008 yılında Türk çağdaş sanatçıları uluslararası platformlarda desteklemek ve ayrıca yabancı sanatçıları yerli sanatçılar ile bir araya getirmek, tanışmalarına vesile olmak amacı ile kurulmuştur. Zilberman Galeri ana sergi ve proje mekanı ile yılda 10-12 sergiye ev sahipliği yapmaktadır. 2016 yılında Zilberman Galeri Berlin’de yeni bir sanat galerisi açmıştır. Galeri aynı zamanda uluslararası sanat fuarlarında da önemli bir konuma sahiptir. Aynı zamanda galeri sosyal sorumluluk almak gerektiği düşüncesi ise kitap tanıtımları, sanatçı sohbetleri, konferanslar yaparak takipçi kitlesini genişletmeye çalışmaktadır (zilbermangallery.com, 2016).



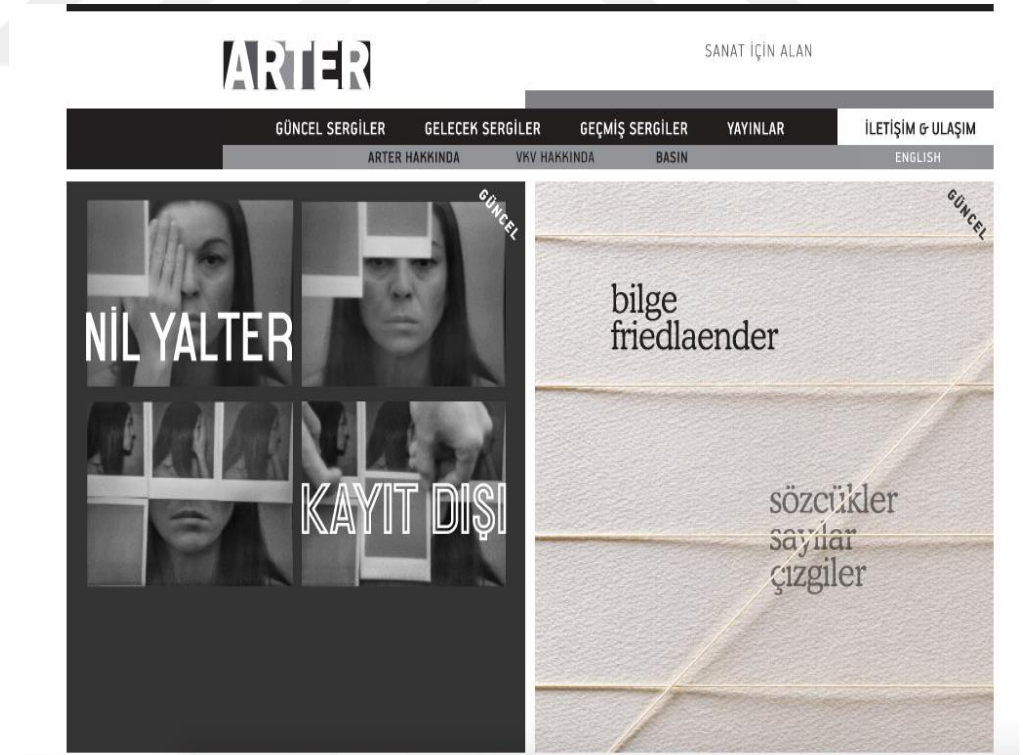
**Şekil 2.4:** Zilberman Galeri Web Sitesi Görünümü

Galeri etkinliklerini kendi web sitesi (Şekil 2.4) ve sosyal medya uygulamaları aracılığı ile duyurmaktadır. Galerinin Instagram’daki takipçi sayısı 2.884 kişi, Facebook takipçi sayısı 5.643 kişi, Twitter takipçi sayısı 2.087 kişidir.



**Arter Sanat Galerisi:** Vehbi Koç Vakfı projesi olan galeri çağdaş sanat alanında üretim ve sergileme yapabilmek amacı ile 2010 yılında İstanbul Beyoğlu'nda açılmıştır. Türkiye ve dünyadan 87 sanatçının katıldığı Starter adlı sergisi ile ilk açılışını yapmıştır. Galeri günümüzde de kişisel ve karma sergilere ev sahipliği yaparak eserlerin ve sanatçıların sanatseverler ile buluşmasına öncülük etmektedir (arter.org.tr, 2016).

Arter Sanat Galerisi'nin kendisine ait internet sitesi (Şekil 2.5) mevcut olup bünyesindeki etkinlikleri ve tarihlerin duyurularını ilan etmek için sosyal medya uygulamalarından ve kendi internet sitesinden faydalanmaktadır. Sosyal medya uygulamalarından Instagramda galeriyi takip eden takipçi sayısı 10.200 kişi, Facebook takipçi sayısı 73.254 kişi, Twitter takipçi sayısı 18.700 kişidir. Galeri isntagram aracılığı ile 348 adet paylaşım ve Facebook aracılığı ile ise 2016 yılı içerisinde gerçekleşmiş olan 18 adet etkinlik duyurusu gerçekleştirmiştir.



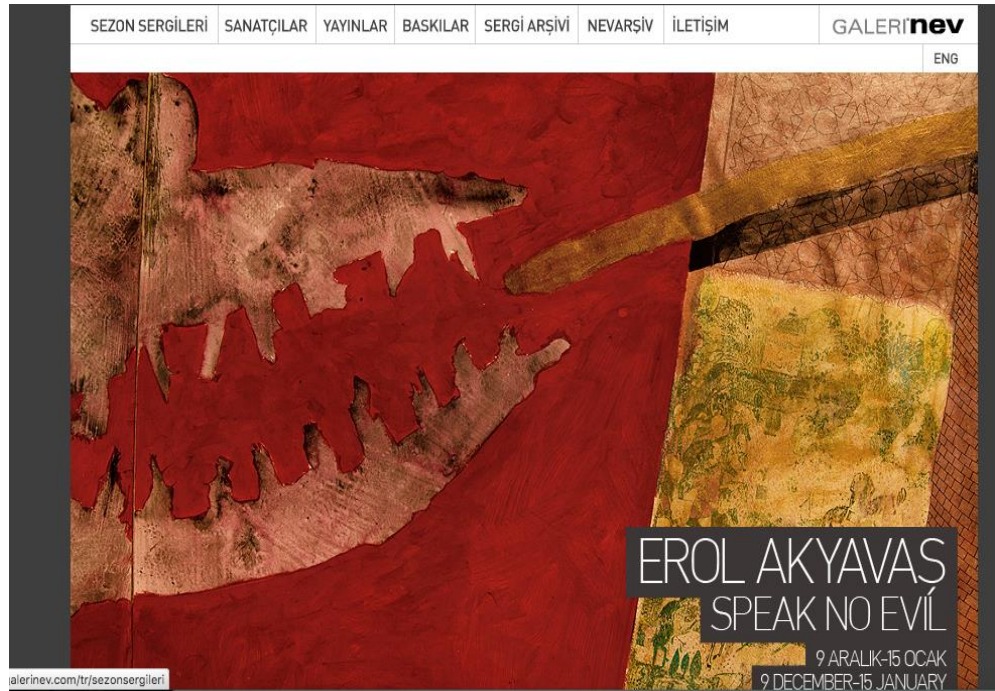
Şekil 2.5: Arter Sanat Galerisi Web Sitesi Görünümü

**Salt Sanat Galerisi:** 2011 yılında İstanbul'da kurulan Salt Sanat Galerisi galeri dışında sinema, oditoryum, konferans ve film gösterimleri de yapmaktadır. İstanbul'da Salt Beyoğlu ve Salt Galata, Ankara'da Salt Ulus üzerinden bir bütün olarak Salt etkinlikleri yürütülmektedir (saltonline.org, 2016).

Galerinin kendisine ait sitesi mevcut olup aynı zamanda sosyal medya uygulamaları aracılığı ile etkinliklerini takipçileri ile paylaşmaktadır. Facebook' ta galeriyi takip eden kişi sayısı 382.563'tür. Twitter'da takipçi sayısı 163.000 Instagram'da takipçi sayısı ise 46.600 kişidir.

**Galeri Nev:** 1984 yılında Ankara'da kurulan Galeri Nev birçok sergiye ev sahipliği yapmıştır. Sergiler ağırlıklı olarak 1950 yılları sonrasını temsil eden Türkiye'nin ilk modernistlerinin eserlerinden oluşmaktadır. Galeri Türkiye'nin sanat tarihi üretimine ve eleştirisine kuramsal bir yaklaşım getirmeyi amaç edinmiştir (galerinev.com, 2016).

Galerinin kendi sitesi mevcut olup aynı zamanda sosyal medya hesaplarında bulunmaktadır. Galeri Nev Facebook takipçi sayısı 3.249 kişi, Twitter takipçi sayısı 8.450 kişi, Instagram takipçi sayısı ise 3.034 kişidir.



**Şekil 2.6:** Galeri Nev Web Sitesi Görünümü

**Daire Sanat Galerisi:** 2008 yılında kurulmuş olan galeri çağdaş çalışmaları destekleyen, sanatçı kariyerini önemseyen galeridir. Kişisel sergilerin yanı sıra kavram odaklı sergiler oluşturarak toplumsal ve kültürel sorunları sanat çerçevesinde sorgulamayı amaç edinmiştir.

Galerinin kendi internet sitesi mevcut olup sosyal medya uygulamalarından Facebook ve Twitter hesabı bulunmaktadır. Galerinin Facebook takipçi sayısı 884 kişi, Twitter takipçi sayısı ise 6.296 kişidir.

<b>Galeriler</b>	<b>Facebook Takipçi Sayısı</b>	<b>Twitter Takipçi Sayısı</b>	<b>Instagram Takipçi Sayısı</b>	<b>Paylaşım Sayıları</b>	<b>2016 Yılı Sosyal Medyada Paylaşılan Sanatsal Etkinlik Sayısı</b>
<b>Zilberman Sanat Galerisi</b>	5.643	2.087	2.884	348	18
<b>Arter Sanat Galerisi</b>	73.254	18.700	10.200	293	19
<b>Salt Sanat Galerisi</b>	382.563	163.000	46.600	715	51
<b>Galeri Nev</b>	3.249	8.450	3.034	369	5
<b>Daire Sanat Galerisi</b>	884	6.296	-	76	-

**Tablo 2.4:** Sanat Galerilerinin Sosyal Medya Uygulamalarındaki Takipçi ve Paylaşılan Sanatsal Etkinlik Sayısı

## 2.6. Türkiye’de Sosyal Medya

Türkiye’de sosyal medya platformları 4 yıldır hayatımıza yer etmiş olmasına rağmen Dünya’da 1970’li yıllarda kurulmuştur. 1971 yılında atılan ilk e posta sosyal medyanın başlangıcı sayılmaktadır (Uzundumlu, 2015, s. 15).

Türkiye’de ise 1995 yılında Yahoo ve 1998 yılında ise Google gibi web arama siteleri kurulmuştur. 2000 yılında online alışveriş siteleri kurulmuş ve bankacılık işlemleri artık internet aracılığı ile yapılmaya başlanmıştır. Bu dönemde birçok arkadaşlık siteleri kurulmuş fakat sosyal medya olgusu 2004 yılında Facebook, 2006 yılında ise Twitter’ın kurulması ile oluşmaya başlamıştır.

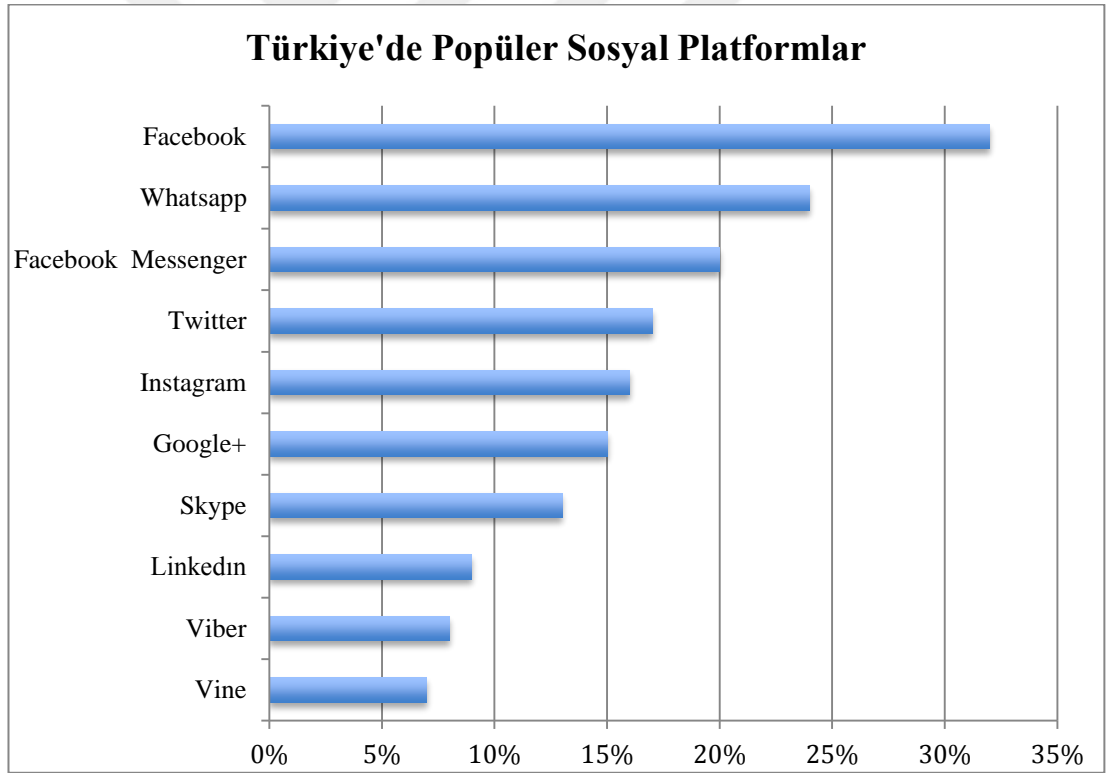
Ocak 2016 tarihide açıklanan, 2015 yılına ait, içerisinde Türkiye ile birlikte 30 ülkenin yer aldığı, global alanda faaliyet gösteren We Are Social’a ait Dijital in 2016 raporuna göre;

- 7,395 milyar kişi olan Dünya nüfusunun 3,419 milyar kişisi internete bağlanmaktadır,
- 2,307 milyar kişi Dünya’da sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır,
- Dünya’da mobil cihaz kullanıcı sayısı 3,790 milyar kişi iken, bu cihazlardan sosyal medyaya bağlanan kişi sayısı 1,968 milyar kişidir (We Are Social, 2016).

Dijital in 2016 raporuna göre Türkiye’de;

- 79.14 milyon nüfusa sahip Türkiye’de internete bağlanan kullanıcı sayısı 46.3 milyondur.
- 46.3 miilyon kişiden sosyal medyayı aktif olarak kullanan kişi sayısı 42 milyondur.
- 42 milyon aktif kullanıcınının 36 milyonu mobil cihazları ile sosyal ağlara bağlanmaktadır.

- Rapora göre Türkiye’de Facebook kullanıcılarının %37’sini kadın, %63’ünü ise erkekler oluşturmaktadır. Tüm kullanıcıların %36’lık çoğunluğu 20- 29 yaş aralığındaki kişilerden oluşmaktadır.
- Türkiye’de sosyal medya kullanıcıları bilgisayar başında yada tabletleri ile günlük 4 saat 14 dakika, mobil telefonları ile ise 2 saat 35 dakika sosyal medyada vakit geçirmektedir.
- Şekil 2.2’ye bakıldığında rapora göre sosyal medya mecralarının kullanımında ilk sırada %32 ile Facebook, %24 Whatsapp, %20 ile Facebook Messenger, %17 ile Twitter, %16 ile Instagram, %16 ile Google + takip ediyor. Sonrasında ise Skype, LinkedIn, Viber, Vine gelmektedir (We Are Social, 2016).



Şekil 2.7: Türkiye’de Popüler Sosyal Platformlar

## 2.7. Sosyal Medyanın Avantajları ve Dezavantajları

Günümüzün en önemli kitle iletişim araçları arasında yer alan sosyal medya geleneksel medyadan bir çok özelliği devralarak teknolojik yenilikler sunmasının yanında birçok sorunu da beraberinde getirmiştir. Sosyal medya hem teknolojik özgürlük hem de sonu olmayan bir ticari pazardır. Ulaşım zorluğu yaşayan insanları bir araya getirmeye yardımcı olduğu avantajının olmasının yanında birbirinin hiç yüzünü görmeyen bireylerin arkadaşlık kurmalarını sağlamak, insanların yabancılaşmasını sağlamak, evde internetten sosyalleşmeye gerek kalmadan her işini halleden bireyler yaratmak, çocukların internete bağımlı hale gelmesine sebep olan dezavantajları da bulunmaktadır (Çakır, 2013, s. 14).

Çalışmanın bu bölümünde sosyal medyanın avantaj ve dezavantajlarından maddeler halinde bahsedilecektir.

Sosyal medyanın avantajları;

- Sosyal medya sayesinde yeni bir iş kolu oluştu ve birçok kişiye istihdam sağlanmıştır.
- İletişim kolaylaştı ve arttırdı.
- Sosyal medya sayesinde kişiler uzun süredir görmedikleri arkadaşlarına, akrabalarına ulaşabilmektedirler.
- Anlık bilgi akışının olması sebebi ile her gelişmeden anında haberdar olunabilmektedir.
- Kişilerin fikirlerini özgürce paylaşabilecekleri bir ortamdır.
- Sosyal medya tabakalar arasındaki sınırları ve farklılıkları kaldırmıştır.
- Sosyal medya sayesinde toplumsal hareketler daha hızlı ve kolay yapılabilir hale gelmiştir. Bireylerde sosyal sorumluluk bilincini arttırmıştır.
- Sosyal medya şirketlerin piyasa daha hızlı girmesine olanak sağlamaktadır.

Sosyal medyanın dezavantajları;

- Sosyal medyanın aşırı kullanımını bireylerde bağımlılık yaratıp gerçek sosyal hayattan uzaklaştırmaktadır.
- İnsan ilişkileri zayıf, asosyal ve pasif kişilikler ortaya çıkarmaktadır.
- Gerçekliği araştırılmadan yayınlanan yalan haberler anında tüm kullanıcılara yayıldığı için bilgi kirliliği doğurmaktadır.



### **3. FOTOĞRAF VE FOTOĞRAF SANATI KAVRAMI**

Fotoğraflar anı yakalayabilme özelliği nedeni ile gelecek nesillere belge bırakma niteliği taşımaktadır. Fotoğraf bir tür iletişim aracıdır.

Fotoğraf, yaşadığımız dünyayı anlamlandırma ve biçimlendirme için kullandığımız basılı iletişim aracıdır. 19 yy. da kitlesel iletişim aracı olarak gelişim gösteren fotoğraf gelişen teknoloji ile dijital verilere dönüşerek daha geniş kitleler arasında paylaşım olanağı bulmuştur (Gök, 2016, s. 33).

Fotoğrafın teknik işlevlerinin yanı sıra estetik işlevleri de fotoğrafın sanatsal çevrelerde iletişim aracı olmasına sebep olmuştur. Çağdaş sanatların içinde yerini alan fotoğraf diğer sanat dalları ile de etkileşim halindedir.

Bir sanat eseri genel itibari ile kalıcılık, orjinallik, çağdaşlık ve evrensellik özelliklerini barındırmalıdır. Fotoğraf sanatı fotoğraf tekniği kullanılarak yapılan sanatsal eserleridir. Fotoğraf sanatında en önemli unsurlardan biri fotoğrafı çeken kişinin bakış açısıdır. Bu nedenle fotoğrafın sanat olup olmadığı veya hangi fotoğrafın sanatsal nitelik taşıdığı tartışmaları geçmişten günümüze kadar süregelmiştir.

#### **3.1. Fotoğraf ve Fotoğrafçılık**

Fotoğraf; optik ve kimyasal öğeleri kullanarak zemin üzerinde kalıcı görüntü elde etmektir. Görüntü ise, üçboyutlu nesnelerin ışık yardımı ile zemin üzerindeki suretidir (Kılıç, 2012, s. 11).

Fotoğraf; nesnelerin görüntüsünün fotoğraf makinesi aracılığı ile resmedilmesi işlemidir.

Fotoğraf çekiminde ışık son derece önemli bir faktördür. Işık nesnelerin üzerine düşerek nesnelerin görünebilirliğini sağlar ve fotoğrafın oluşumuna katkı sağlar. Fotoğraf çekiminde ikinci önemli unsur ise çekilecek makinenin objektifidir.



Objektifin diyafram değeri ne kadar küçük ise çekilecek fotoğrafın kalitesi o kadar yüksek olmaktadır.

Fotoğrafçılık ise; kamera ile ışığı bir yüzeye kaydederek görüntü yaratma işlevidir. Fotoğrafçılık estetik yönüyle bir sanat dalı olarak kabul edilmektedir. Fotoğrafçılık terimini 1839 yılında Sir John Herschel Londra'da verdiği bir derste ilk kez dünyaya tanıtmıştır.

### **3.2. Fotoğrafın Tarihsel Gelişimi**

Tarihte fotoğrafın bulunuşu farklı ortamlar için üç bölümde incelenebilir. Bunlar; resmetme tekniği olarak fotoğraf, çoğaltma tekniği olarak fotoğraf, sanatın ortamında fotoğraf şeklindedir.

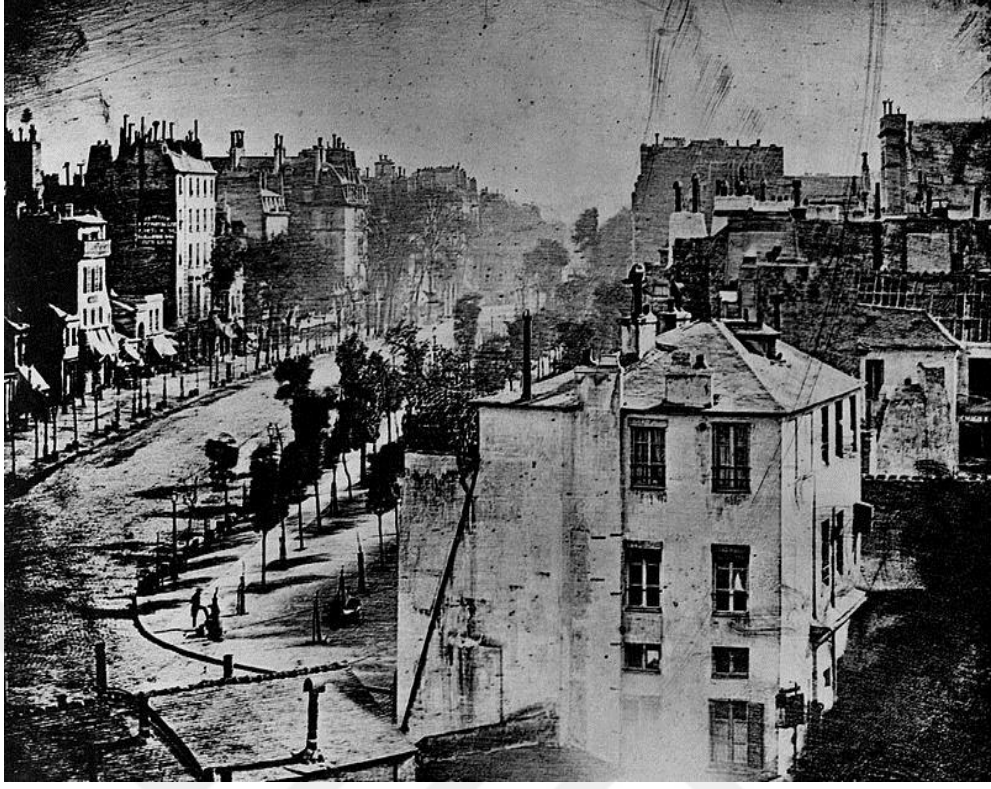
Resmetme tekniği olarak fotoğraf; tarihinin temeli mağara duvarına çizilen resimlere dayanmaktadır. Tarihi kesin olarak bilinmemekle birlikte mağara duvarlarına çizilen resimlerin M.Ö dördüncü yüzyıla dayandığı söylenmektedir (Zengin, 2009, s. 2). Bu dönem 1260-1390 yılları arasını kapsamaktadır.

Yapılan teknik çalışmaların sonucunda 1826 yılında Joseph Nicéphore Niepce evinin penceresinden, sekiz saatlik pozlandırma sonucu dışarıdaki avlunun çok net olamayan görüntüsünü yakalamıştır. Bahsedilen şekil 3.1'deki fotoğraf Dünya'nın bilinen ilk fotoğrafıdır. Le Gras'ın Penceresinden Görünüş olarak isimlendirilmiştir. Günümüzde fotoğraf New York Kodak Müzesi'nde sergilenmektedir (estambul.com, 2016).



**Şekil 3.1.** Tarihin İlk Bilinen Fotoğrafi

Joseph Nicéphore Niepce'in ölümünden sonra L.Daguerre fotoğraf üzerine çalışmalara devam etmiştir. Civa buharından geliştirerek Daugerreotype adını verdiği yöntem ile 1839 yılında Fransız Bilimler Akademisi'nden fotoğrafın icat edildiğini dünyaya duyurmuştur (Güler, 2013, s. 3).



**Şekil 3.2:** Tarihte İlk İnsan Unsuru Barındıran Fotoğraf

Şekil 3.2’de 1839’da Daguerre evinin penceresinden çektiği ilk insan unsurunu barındırdığı fotoğraf görülmektedir. Fotoğrafın çekim süresi 10 dakikadan fazla sürmüştür (fotografium.com, 2016).

Çoğaltma tekniği olarak fotoğraf; negatif film yüzeyine görüntünün kaydedilmesi işlemidir. Bu sayede fotoğraf kaydedilen görüntüyü çoğaltarak yayan bir hal almıştır. Teknik 1841 yılında William Henry Fox Talbot tarafından bulunmuştur (Kılıç, 2012, s. 7).

Sanat ortamı olarak fotoğraf ise resmetme ve çoğaltma tekniğinin unsurları kullanılarak fotoğrafın sanat dallarına dahil edilmesidir. David Octavius Hill (1802-1870), Robert Adamson (1821-1848), G.F.T. Nadar (1820-1910), Oskar Gustave Rejlander (1813-1875), Julia Margaret Cameron (1815-1879) 1845 yılından itibaren fotoğrafı sanatın ortamına dahil etmişlerdir.

1855 yılında Roger Fenton Kırım Savaşında belgesel fotoğrafın ilk örneğini çekmiştir. G.F.T. Nadar ise 1855 yılında Pierrot Dinliyor isimli fotoğrafı çekmiştir.

1857-1858 yıllarında Oscar G. Rejlander ve Henry P. Robinson, fotoğrafı sanatın ortamına sokmuşlardır.

1865 yılında ise Julia M. Cameron çoğunlukla dramatik portreler çekmiştir. Cameron çektiği fotoğraflarda odak kayması, filmlerde parmak izi ve kırılmalar sebebi ile döneminde çok eleştiriler almıştır. Ancak ünlü sanatçı bu kusurlar ile ilgilenmek yerine daha çok fotoğraflarının derinlikleri ile ilgilenmiştir. Bu sebep ile fotoğrafları dönemin en iyi çalışmaları arasında yer almıştır.

1888 yılında George Eastman Kodak marka fotoğraf makinesini üretmiş ve büyük bir ticari atılım yapmıştır. 1889 yılında ise George Eastman, ilk defa rulo halindeki filmleri tanıtmıştır.

Fotoğraf ile ilgili diğer önemli gelişme ise renkli fotoğrafın bulunması olmuştur. 1935 yılında Kodak firması ilk renkli filmi üretmiştir. Böylelikle fotoğrafın hayatımızdaki etki alanı genişlemiştir (İlkyaz & Şahin, 2014, s. 163).

### 3.3. Fotoğrafın Özellikleri

Çalışmanın bu bölümünde fotoğrafların özelliklerinden bahsedilecektir. Bunlar (Kılıç, 2012, s. 14):

- **Asıl nesnenin fotoğrafının çekilerek çoğaltılması:** Her fotoğraf, çekilen nesnenin görüntüsünü çoğaltmaktadır. Fotoğrafın türü ve teknolojisi değişse bile çoğaltma özelliği değişmemektedir.
- **Fotoğrafın anı çekerek sonsuzlaştırması:** Yüzeyin ve bireyin fotoğrafı çekildiğinde aynı zamanda yüzeyin ve insanın görüntüsü sonsuzlaştırılmış olur.
- **Fotoğraf yaşamdan çekilen detaydır:** Fotoğrafı çeken kişi yaşadığı hayat içinde seçtiği anı resmeder. Kendi yaşamından sadece bir anı kaydeder.

- **Fotoğraf mekan ve zamanı değiştirmektedir:** Bir nesnenin fotoğrafını çeken kişi fotoğrafın çekiş tekniğine bağlı olarak nesneyi farklı mekan boyutu ile sunabilmektedir. Örneğin gerçekte birbirine uzak olan iki bina fotoğrafta birbirine yakınmiş gibi gözükebilir. Aynı şekilde fotoğrafta zaman kavramı da filtreler sayesinde farklılaştırılabilir.

### 3.4. Fotoğraf Türleri

Geçmişten günümüze kadar çok çeşitli fotoğraflar çekilmektedir. Öncelikli olarak bu bölümde fotoğrafı siyah-beyaz, renkli ve dijital fotoğraf olmak üzere üç bölümde inceleyeceğiz.

**Renkli Fotoğraflar;** İlk kez 19. Yüzyılda kullanılmaya başlamış olup günümüzde de en çok kullanılan fotoğraf türüdür. Manzara fotoğrafları en çok kullanılan türüdür.

**Dijital Fotoğraflar;** Piksel adı verilen milyonlarca küçük noktacıktan oluşan görüntüdür. Dijital fotoğraf makineleri hayatımıza ilk olarak 1975 yılında girmiştir. İlk renkli dijital fotoğraf makinesi ise 1994 yılında Apple tarafından ABD’de piyasaya sunulmuştur.

Fotoğrafın çekimlerine göre sınıflandırmakta mümkündür. Manzara, porte, makro, gece ve panoramik olmak üzere 5 bölüme ayrılmaktadır.

**Manzara Fotoğrafları;** Doğa unsurlarını anlatan fotoğraf türüdür. Çoğunlukla bu türde renkli fotoğraflar çekilmektedir.

**Portre Fotoğrafları;** Kişinin sadece baş kısmını yer aldığı fotoğraflardır. Vesikalık fotoğraflarda portre fotoğrafı olarak ifade edilebilir. Türkiye’de portre fotoğrafının en bilinen temsilcilerinden birisi Ara Güler’dir.

**Makro Fotoğraflar;** Gün ışığında çekilecek nesneye çok fazla yaklaşılarak çekilen fotoğraflardır.

**Gece Fotoğrafları;** Gece çekilen fotoğraflardır. Gündüz çekilen fotoğraflara göre çok daha zor çekilir. Kısıtlı zaman içermektedir.

**Panoramik Fotoğraflar;** Kamera ile 360 derece dönerek çekim yapılan fotoğraflardır.

### **3.5. Analog Fotoğrafçılık ve Yeni Anlatım Biçimi Olarak Dijital Fotoğrafçılık**

Fotoğraf kimyasal tabanlı fotoğraf alanını temsil eder. Kağıt ve filmlerle üretilen fotoğraf alanını temsil eder. Çekilen fotoğraflar daha sonra film banyosu yaptırılır. Bu aşamaya kadar analog fotoğraf makineleri ile çekilen fotoğraflar görülememektedir.

Dijital fotoğraf piksel olarak adlandırılan milyonlarca noktacıktan oluşan görüntüdür. Dijital fotoğrafçılık ise dijital veriler kullanılarak yapılan fotoğrafçılığın genel adıdır. Dijital fotoğrafçılık sayısal fotoğrafçılık olarak da bilinmektedir.

Dijital fotoğrafçılığın ortaya çıkması ile birlikte analog fotoğrafçılıkta kullanılan film ve karanlık oda kullanımı ortadan kalkmıştır. Günümüzde cep telefonu ve bilgisayarların fotoğraf çekimi için de kullanılabilir olması fotoğraf makinesi firmalarını da büyük ölçüde etkilemiştir.

Dijital fotoğrafçılıkta analog fotoğrafçılığın aksine çekilen resimler anında görülebilmektedir ve resimlerde değişiklikler yapılabilmektedir. Analog fotoğrafçılıkta bir aksilik olduğu takdirde çekilen tüm resimler yanabilir. Dijital fotoğraf makinelerinde fotoğrafın yanı sıra videoda çekilebilmektedir.

Analog fotoğrafçılıkta fotoğrafın filmi, banyosu, taratması, baskısı ve ayrıca analog fotoğraf makineleri oldukça pahalıdır. Fotoğrafları bilgisayar ortamına aktarmakta oldukça zahmetlidir. Ancak analog fotoğraf makinesini ayarları düzgün yapıldığı takdirde dijital fotoğrafçılıktan daha iyi görüntü kalitesi elde edilebilmektedir.

### 3.6. Sanatsal Nesne Olarak Fotoğraf

Fotoğraf sanatından bahsetmeden önce sanattan ve bir sanat eserinde olması gereken özelliklerden bahsetmekte fayda bulunmaktadır.

Sanat; genel ifade ile hayal gücünün simgesidir. Sanatçının seçtiği sanat türüne uygun kendi fikirlerini barındıran kalıcı eser bırakması şeklinde de ifade edilebilir.

Sanat öncelikli olarak bir düşünce aktarma yöntemi sonrasında ise sanatçının özgün yani tek eserler yaratması sonucu ortaya çıkan nesnedir. Sanat bir iletişim aracıdır. E.H. Gombrich'e göre sanat yapıtı sadece içerdiği mesaja yada kullanılan tekniğe indirgenemez, sanat yapıtı gizemli bir ürün olmayıp, insanın diğer insanlar için yaptığı nesnedir (Çakır, 2013, s. 137).

Ernst Fischer'a göre sanat insan ile doğa arasındaki kopukluğa karşılık bozulan düzenin arayışı olarak tanımlanırken; Terry Eagleton'a göre tekil ve çoğulun uyumlu şekilde geçindiği nesnedir (Çakır, 2013, s. 142).

Tolstoy için sanat; duyguların aktarımını sağlayan araçtır.

Geçmişten günümüze kadar literatürde sanatın tanımı ile ilgili bir çok kaynak bulunmakta olup bunun yanı sıra neyin sanat olarak adlandırılacağı yönünde sürekli değişik fikirler ortaya atılmıştır.

Bir sanat eseri genel itibari ile kalıcılık, orijinallik, çağdaşlık ve evrensellik özelliklerini barındırmalıdır. Yapılan sanat eseri mutlaka yayınlanmalıdır. Aksi takdirde eser sadece sanatçının şahsi eseri olmaktan öteye gidemez.

Fotoğraf sanatı, fotoğraf tekniği kullanılarak yapılan sanatsal eserleridir. Fotoğraf sanatında belirleyici fotoğraf makinesinden ziyade fotoğrafı çeken kişinin bakış açısıdır. Aynı görüntü aynı makine ile çekildiğinde bile çok farklı sonuçlar doğurabilmektedir.

Walter Benjamin'in "Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilebildiği Çağda Sanat Yapıtı" isimli makalesine göre fotoğraf sanatı ile birlikte resim yeniden üretim sürecine girmiş olup en önemli sanatsal sorumluluklarından kurtulmuştur. Bu sorumluluklar fotoğraf sanatına yüklenmiştir. Benjamin fotoğraf alanındaki sergileme isteğinin resmin kült değerini tahribata uğratmış olduğunu düşünmektedir. İnsan yüzünün o anda çekilerek ölümsüzleştirilmesi, kişilerin uzaktaki veya ölmüş

sevdiklerinin anılarını canlı olarak tutma isteği resmin kült değerinin önüne geçmeye başlamıştır. Benjamin için fotoğraf; zamanın durdurulmasına ve sonrasında geçmişin imgesi olmasına aracılık etmektedir. Sanatsal fotoğraflarda estetik ön plandadır. Sanatta fotoğraf fotoğrafçının bakışına göre geçmişi o anda kaydeder ve geçmişin özelliklerini geleceğe taşır. Bu nedenle fotoğraf sanatı durağan ve anla sınırlı kalan bir sanat türü değildir (Benjamin , 1995).

### **3.7. Dijital Fotoğrafçılığın Fotoğraf Sanatına Etkileri**

1980’li yıllarda dünya ilk kez kişisel bilgisayarlarla tanışmış olup bu süreci takip eden yıllarda dijital yada sayısal fotoğrafçılık uygulama alanı bulmaya başlamıştır. 1990 yıllarda ise yaygınlık kazanmıştır (. Sağlamtimur, 2016, s. 221) .

Günümüzde dijital fotoğrafçılık fotoğrafçılar arasında pek çok tartışmalara yol açmıştır. Radikal değişimlere açık olan fotoğrafçılar dijital fotoğrafçılığı kolaylıkla benimserken, değişime karşı olan fotoğrafçılar ise analog fotoğrafçılıktan vazgeememişlerdir. Tıpkı fotoğraf ilk bulunduğunda ressamların fotoğrafı kabullenmemeleri ve fotoğrafın bir sanat dalı olmadığını savunmaları gibi.

Deneysel fotoğrafçılar karanlık oda ile uğraşmak zorunda kalmadıkları için dijital fotoğrafçılık uygulamalarını daha kolay kabullenmişlerdir. Belgesel fotoğraf anlayışına yakın kişiler tarafından kabul görmemiştir ve dijital fotoğrafçılığın ürünlerini fotoğraf olarak kabul etmemişlerdir.

Dijital fotoğraf makineleri ile çekilen fotoğrafın sanat olmadığı düşünen birçok fotoğrafçı bulunmaktadır. Diğer bir görüş olarak ise dijital fotoęrafılıкта bilgisayarda çalışırken fotoğrafta yer alan hataların tümünün ortadan kaldırılabildiğini ancak bu esnada fotoğraftaki ruhunda ortadan kalkacağını ve karanlık odada çalışmanın bilgisayar başında oturarak çalışma ile yer değiştirmemesi gerektiğini savunmuşlardır.

Bütün bu görüşlere karşı olarak dijital fotoğrafçılığın son derece kolaylık olduğunu, teknolojik ilerlemelerin gerisinde kalınmaması gerektiğini düşünen kişilerde mevcuttur. Dijital fotoğrafçılığın yaygınlaşması ile birlikte sadece bu konu



ile ilgili dergilerde yayımlanmaya başlamıştır. Sadece dijital fotoğrafçılığı konu alan dergiler arasında Photo Dijital ve Dijital SLR Photography yer almaktadır.

Fotoğrafta sanat söz konusu ise geleneksel yada dijital arasında farkın olmadığını önemli olan kişinin yaratıcılığı ve elindeki malzemeyi kullanma becerisi olduğunu savunan görüşlerde vardır.

Oldukça yaygın olan dijital fotoğrafçılık gün geçtikçe daha da yaygınlaşacağı ve geleceğin fotoğraf sanatında yerini daha yukarılara taşıyacağı da düşünceler arasında yer almaktadır.

### **3.8. Çağdaş Fotoğraf Sanatı ve Sanatçıları**

Günümüzde çağdaş sanat tanımı, kapsamı ve dönemi hakkında birçok tartışma bulunmaktadır. Ancak tarihsel anlamda sanat kavramının tartışılması 19. yüzyıl sonlarında başlamıştır. Bazı sanat tarihi araştırmacıları 1860-1960 arası döneme modernizm, 1960 sonrasında ise postmodern dönem adı vermektedirler.

Çağdaş sanat; çağın koşullarına uyarak ve bu koşulları yansıtıp geliştirerek üretilen sanat kavramı olarak ifade edilebilir. Danto'ya göre çağdaş sanat; geçmişin sanatına karşı gelmeyecek, önceki sanatları reddetmenin aksine bugünün sanatçısının ona nasıl fayda sağlamak istediğine bağlı olarak şekillendirilebileceğine imkan veren sanat türü olduğunu vurgulamıştır (Danto, 2014).

Çağdaş fotoğraf sanatı kavramı ilk olarak Bernd ve Hilla Bencher çiftinin kurucusu olduğu Düsseldorf Sanat Okulu ile gündeme gelmiştir. Alman fotoğraf gündeminde önemli yere sahip olan Düsseldorf Sanat Okulu, öğretim görevlisi olan Bernd ve Hilla Becher çiftinin 1950'li yıllardan günümüze modern sanayi ve tarım alanında yer alan mimari öğelerin fotoğraf serilerinin yapılmasını sağlayan vizyonları sayesinde doğmuştur. Çiftin çalıştıkları konular arasında; taş ocakları, gaz tankları, depolar, su kuleleri gibi yok olmaya yüz tutmuş yapılar bulunmaktadır. Endüstriyel yapıları fotoğraflayan çift mimari yapıları insansız ve soyut olarak tipoloji yöntemi ile yorumlamıştır. Çiftin yapıtlarında insan resminin olamaması bilinçli tercihtir (Birinci , 2016, s. 12).

1974 yılında Klaus Rinke, 1976 yılında Bernd Becher, 1979 yılında ise Nam June Paik öğretim görevlisi olarak çalışmış ve Alman çehresini oluşturacak bir çok fotoğrafçı ve sanatçı mezun etmişlerdir. (Apan, 2011, s. 70). Yetiştirdikleri önemli öğrenciler arasında; Thomas Ruff, Andreas Gursky, Thomas Struth, Candida Höfer, Axel Hütte bulunmaktadır. Öğrenciler hocaları ile benzer yolları izlemiş ancak onlardan farklı olarak, hayvanat bahçeleri, lobiler, bekleme salonu, kantin gibi alanlarda da eserlerini oluşturmuşlardır.

Çalışmanın bu bölümünde Düsselldorf Sanat Okulu mezunu olan ve ayrıca dünyada bilinen çağdaş fotoğraf sanatçıları Cindy Sherman, Richard Prince, Stephen Shore, Andreas Gursky, Sophie Calle, Jeff Wall, Thomas Ruff'dan söz edilecektir.

***Cindy Sherman:*** Cindy Sherman 1954 yılında ABD doğumlu fotoğraf sanatçısı ve film yönetmenidir. Ünlü fotoğraf sanatçısı üniversite yıllarında kılık değiştirme ve makyaj ile görüntüsünü değiştirerek otoportrelerini çekerek fotoğrafçılığa başlamıştır. İlerleyen yıllarda filmlerde rol verilen kadınların klişe rollerini sorgulayan model olarak, kendisini kullandığı fotoğrafları çok ses getirmiş, hatta fotoğrafları yüksek ücretten satın alınmıştır. Böylelikle sanat dünyasında ismini duyurmuş ve tartışmasız yerini almıştır. Cindy Sherman fotoğrafı kavramsal sanat malzemesi olarak ele almaktadır. Fotoğraflarını modern dünya ile ilgili çeşitli konularda yorumda bulunmak için kullanmaktadır. Sherman kavramsal sanatçı ve gösteri sanatçısıdır (Yabanlıoğlu, 2012, s. 33-34).



**Şekil 3.3:** Cindy Sherman Fotoğraf Örneği

Sherman'ın model olarak kendisini kullandığı *İsimsiz Film Kareleri* isimli eserini eserinin 1995 yılında Modern Sanatlar Müzesi (MOMA) tarafından satın alınması fotoğrafın sanat olarak kabulünü gösteren ilk kilometre taşı olmuştur. Böylece çağdaş fotoğraf sanatçısı Sherman'ın sanat dünyasındaki yeri ve önemi tartışmasız hale gelmiştir.

**Richard Prince:** 1949 doğumlu Alman ressam ve fotoğraf sanatçısıdır. Çağdaş sanat fotoğrafçısı olarak bilinen Prince yeniden fotoğrafı kullanma yöntemini kullanarak eserlerini üretmiştir. Tamamen yeni fotoğraf üretme gibi bir çabası olmayan çağdaş sanatçı 1970 yıllarında çeşitli dergilerden aldığı fotoğrafları

röprodüksiyon adı verilen yöntemi kullanarak yeniden çekmiş ve oluşturduğu eserler de modern hayatın ironi eleştirilerini yapmıştır (Kınlı, 2011, s. 95). Çalışmalarında seçtiği fotoğraflar çoğunlukla popüler kültüre ve reklam fotoğraflarına ait eserler olmuştur (Şahin, 2016, s. 261).

Sam Abell tarafından çekilen ve Marbora tarafından kullanılan kovboy resmi 1989 yılında çağdaş sanatçı Richard Prince tarafından röprodüksiyon yöntemi kullanılarak yeniden çekilmiştir. Kovboy adı verilen bu fotoğraf 2005 yılında bir açık arttırmada satılarak dünyanın en pahalı 10 fotoğrafı arasında yer almıştır.



**Şekil 3.4:** Richard Prince Kovboy Resmi

Sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanan sanatçı birtakım insanların Instagramda yer alan fotoğraflarının üzerinde değişiklikler yaparak New York'ta kişisel sergi açmıştır.

**Stephen Shore:** Stephen Shore 14 yaşında Modern Sanatlar Müzesi'nde (MOMA) fotoğraflarının sergilenmesi ile birlikte kariyerine başlamıştır. 1971

yılında, Shore Metropolitan Sanat Müzesi'nde kişisel sergisini yapabilen ikinci sanatçı olmuştur. 1972 yılında ülkeler arası yolculuklar yapmaya başlayan sanatçı, yolculuğu sırasında renklerin cazibesine kapılıp sokak, köy ve kasabaların doğal manzaralarını fotoğraflamaya başlamıştır. Bu fotoğrafların çekiminde ilk kez 35mm'lik el kamerası kullanmıştır.



**Şekil 3.5:** Stephan Shore Fotoğraf Örneği

İlerleyen süreçlerde fotoğrafları NEA (National Endowment for the Arts), Guggenheim ve MoMa tarafından desteklenmiştir. Birçok sanatçı tarafından çekmiş olduğu renkli fotoğraflar ve fotoğraflarında yansıtmış olduğu renkler fotoğrafçıların İncil'i olarak kabul edilmiştir (stephenshore.net, 2016)

**Andreas Gursky:** 1955 doğumlu Andreas Gursky geniş formattaki fotoğrafları ile bilinen sanatçı 99 Cent II Diptychon adlı eserine ödenen en yüksek fiyat sebebi ile dünyanın en pahalı fotoğrafçısı unvanına sahiptir. Fotoğrafçı 1981-

1987 yılları arasında Düsseldorf Okulu'nda Bencher çiftinin öğrencisi olmuştur (Orhan, Suzan;, 2016, s. 12).



Şekil 3.6: Andreas Gursky Fotoğraf Örneği

Çok büyük ölçüde büyütülmüş fotoğrafları ve renk kullanımı ile ön plana çıkan sanatçı 1990 yılında dijital teknolojiyi ilk kullanan fotoğrafçılardan birisi olmuştur .

**Sophie Calle:** 1953 doğumlu Fransız sanatçı eserlerinde insanı vücudu, davranışları, kederlerini, heyecanlarını konu almıştır. Fotoğraflarında insan zaafı, mahremiyeti, kimliğini tasvir eden Calle, günümüzün yaşayan en büyük çağdaş sanatçıları arasında yer almaktadır.

Sophie Calle 2011 yılında Newsweek Dergisi tarafından günümüzün en önemli 10 sanatçısı arasında gösterilmiştir (europe.newsweek.com, 2016).

Ünlü sanatçının fotoğraf ve videolardan oluşan Denizi Görmek isimli sergisi Sabancı Müzesi'nde sergilenmektedir.



Şekil 3.6: Sophie Calle Fotoğraf Örneği

**Jeff Wall:** 1946 doğumlu Kanadalı fotoğraf sanatçısı ilk olarak 1967 yılında fotoğraf çekmeye başlamıştır.

Sinema afişlerinden esinlenerek ışık kutusu tekniğini geliştiren Wall, çağdaş sanat dünyasının en önemli fotoğrafçıları arasında yer almaktadır. 1978'de ilk kendi ışık kutusunu yaratmıştır.

Çalışmalarında çağdaş sanat teorilerinden beslenen Jeff Wall, anında olayların görüntüsünü kurgulamak yerine çektiği resimleri senaryolaştırıp kurgulayarak fotoğraflamaktadır.



**Şekil 3.7:** Jeff Wall Fotoğraf Örneği

Wall; Köprü (1980), Eski Cezaevi (1987), Köşegenli Kompozisyonlar (1990), Dev(1992), Ani Bir Rüzgar (1993), Gönüllü (1996), Sabah Temizliği (1999) gibi eserleri ünlü fotoğrafçının bilinen eserleri arasında yer almaktadır. Jeff Wall 2002 yılında Hasselblad Kurumu'nun Uluslararası Fotoğraf ödülünü almıştır.



**Tablo 3.1.** Çağdaş Fotoğraf Sanatçıları Sosyal Ağ Adresleri ve Takipçi Sayıları

<b>ÇAĞDAŞ FOTOĞRAF SANATÇILARI</b>		
<b>CINDY SHERMAN</b>	Kişisel Web Sitesi	<a href="http://www.cindysherman.com">www.cindysherman.com</a>
	Facebook Adresi	<a href="https://tr-tr.facebook.com/shermancindy/">https://tr-tr.facebook.com/shermancindy/</a>
	Twitter Adresi	<a href="https://twitter.com/cndsherman">https://twitter.com/cndsherman</a>
	Instagram Adresi	<a href="https://www.instagram.com/cindyshermancomplete/">https://www.instagram.com/cindyshermancomplete/</a>
	Takipçi Sayısı	40,198 kişi
<b>RICHARD PRINCE</b>	Kişisel Web Sitesi	<a href="http://www.richardprince.com/">http://www.richardprince.com/</a>
	Facebook Adresi	-
	Twitter Adresi	<a href="https://twitter.com/RichardPrince4">https://twitter.com/RichardPrince4</a>
	Instagram Adresi	<a href="https://www.instagram.com/richardprince1234/">https://www.instagram.com/richardprince1234/</a>
	Takipçi Sayısı	19,200 kişi
<b>STEPHAN SHORE</b>	Kişisel Web Sitesi	<a href="http://www.stephenshore.net/">http://www.stephenshore.net/</a>
	Facebook Adresi	<a href="https://www.facebook.com/pages/Stephen-Shore/53445189694">https://www.facebook.com/pages/Stephen-Shore/53445189694</a>
	Twitter Adresi	-
	Instagram Adresi	<a href="https://www.instagram.com/stephen.shore/?ref=badge">https://www.instagram.com/stephen.shore/?ref=badge</a>
	Takipçi Sayısı	13,217 kişi
<b>ANDREAS GURSKY</b>	Kişisel Web Sitesi	<a href="http://www.andreasgursky.com/en">http://www.andreasgursky.com/en</a>
	Facebook Adresi	-
	Twitter Adresi	-
	Instagram Adresi	-
	Takipçi Sayısı	-
<b>SOPHIE CALLE</b>	Kişisel Web Sitesi	-
	Facebook Adresi	<a href="https://www.facebook.com/callesophie/">https://www.facebook.com/callesophie/</a>
	Twitter Adresi	-
	Instagram Adresi	-
	Takipçi Sayısı	121,509 kişi
<b>JEFF WALL</b>	Kişisel Web Sitesi	<a href="http://jeffwalls.com/">http://jeffwalls.com/</a>
	Facebook Adresi	-
	Twitter Adresi	-
	Instagram Adresi	-
	Takipçi Sayısı	-

**John Szarkowski:** 1962- 1991 yılları arasında New York MoMA'nın Fotoğraf Direktörlüğünü yapmıştır.

1978 yılında Modern Sanatlar Müzesi (MOMA) fotoğraf bölümü başkanlığı yapmıştır. MOMA'da Mirrors we Windows: American Photography since 1960 adında büyük boyutlu sergi düzenlemiştir ve bu sergi ile fotoğrafları kendi anlayışına göre iki guruba ayırmıştır: Pencere ve Ayna. Sanatçıya göre aynacılar romantik anlayış ile kendi duyarlılıklarını, görüşlerini dile getirenler, pencere fotoğrafçıları ise dünyayı kendi gerçekleri içinde gösteren fotoğrafçılar olarak tanımlamıştır (Alptürk, 2015, s. 48).

Szarkowski Moma'da Lartigue, Brassai ve Cartier-Bresson gibi Avrupalı fotoğrafçıların sergilerine ev sahipliği yaptı ve 1969'da Eugene Atget'in arşivinin büyük bir bölümünün müzeye devredilmesini sağladı. Sanatçı 1976'da henüz adı duyulmamış William Eggleston'un çalışmaları sergilemiştir. Sergi Moma'da açılan ilk renkli fotoğraf sergisidir (O'Hagan, 2010, s. 13).

Szarkowski'ye göre fotoğrafçılık "bir yolculuktan ziyade bir büyüme olduğu" için diğer sanat biçimlerinden farklıdır (O'Hagan, 2010, s. 12).

John Szarkowski fotoğrafçılık tarihi ile ilgili düşünceleri aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Fotoğrafçılık ve onu anlama şeklimiz bir merkezden yayılmış; zerk edilme yoluyla bilinçaltımıza nüfus edilmişti. Tıpkı bir organizma gibi fotoğrafta bir bütün olarak doğmuştu. Bizim onu halen sürdüregelen keşfimizin ardında tarihçesi yatıyor."

John Szarkowski New York Modern Sanatlar Müzesi Fotoğraf Bölümü'nün eski Müdürü olarak çalıştığı dönemdeki gözlemlerini şöyle ifade etmektedir:

"Kendilerine sempatiyle bakmayan gözlemciler, yeni fotoğrafçılara kalitenin canı cehenneme ekolü diyorlar."

Ayrıca fotoğrafçılara ait fotoğraflar için ise:

"Tabii olarak gerçek hayatın akışı içerisinde çekilip çıkarıldığı hissi uyandırıyor, kurallara ve hesaplara değil, iç görü ve güçlü hislere dayandıkları anlaşılıyor." şeklinde söylemleri olmuştur.

**Thomas Ruff:** 1977- 1985 yılları arasında fotoğrafa olan merakı sebebi ile fotoğraf eğitimi alan sanatçı, ilk grup çalışmasını 1979 yılında Alman apartmanlarının girişlerine ait detayları tespit ederek başlamıştır. 1982 yılında bu apartmanların iç mekan düzenlemelerini ortaya koyan 30 fotografik dizisinde Alman toplumunun sosyo –kültürel- ekonomik yapısının örneklerini sergilemiştir.

### 3.9. İletişim Araçlarında Fotoğrafın Yeri ve Önemi

Kitle iletişim araçlarında ifade edilmek istenen düşünce ve olaylar anlatılırken en sık kullanılan araç fotoğraftır. Çünkü fotoğraf gerçeğin kendisini anında sunabilme özelliğine sahiptir (Uzundumlu, 2015, s. 68). Gerçeği yansıtmaya isteği ilk resim sanatı ile ortaya çıkmış sonrasında ise fotoğraf olarak hayatımıza girmiştir.

Günümüzde iletişim araçları ileti dağıtan bir araç olarak kullanılmaktadır. En etkili iletişim türü ise görsel iletişimdir.

İletişim araçlarını kullanan birçok kişi günün çoğunu sosyal medya ağlarından fotoğraflar ile anlatmaktadır. İletişim olarak fotoğraf bir çok sektörde kullanılmaktadır.

Sektörlere göre fotoğrafın kullanım alanları;

**Reklam Sektörü;** Afiş, broşür ve bilbord,

**Medya Sektörü;** Televizyon, gazete, dergi ve internet

**Moda Sektörü;** Katalog çekimleri, vesikalık çekimler şeklindedir.

Fotoğraf bilgi ve belge niteliği barındıran her konu için önemli bir araçtır. İletişim araçlarında fotoğrafın yeri ise iletilmek istenen konuyu iletişim araçlarında biri olan fotoğraflar ile somut hale getirmektir (Uzundumlu, 2015, s. 71).

## **4. SOSYAL MEDYADA FOTOĞRAF SANATI VE AYDIN BÜYÜKTAŞ RÖPORTAJI**

Fotoğraf sanatının ortaya konduğu, ürünlerin yayınlanması konusunda kullanılan en etkili araçlardan biri internet teknolojisinin gelişmesine paralel olarak hayatımıza giren sosyal medyadır. Güç ve hız açısından dünya çapındaki iletişimi ve paylaşımı saniyeler içinde gerçekleştiren sosyal medya sanat ve sanatçılar açısından bir devrim olmuştur (Çoban & Kıyar, 2015, s. 40).

Zaman ve mekân kavramını yok eden internet teknolojisi, aynı zamanda sanatın topluma sunulmasını da sosyal medya uygulamalarına taşımıştır. Sanatçı hiçbir galeriye, kuruma veya bir küratöre ihtiyaç duymadan eserini dünya üzerindeki milyonlarca sanat takipçileriyle kısıtlama olmadan sosyal medya uygulamalarında paylaşılabilir duruma gelmiştir (Çoban & Kıyar, 2015, s. 41).

Fotoğraf sanatı açısından sosyal medyanın gücü sanat eseri fiyatları, devam etmekte olan ve gelecekte açılacak sergilerin bilgisi gibi konulara kolaylıkla ulaşılabilmesinden kaynaklanmaktadır. Fotoğraf sanatında sosyal medya aynı zamanda sanal galerilere, genç ve tanınmayan fotoğraf sanatçılarını kendilerini göstermeleri için fırsat alanıdır (Büyükaslan & Kırık, s. 266).

Fotoğraf sanatında sosyal medyanın yanlış amaçlar ile kullanılmasını önleyici mekanizmanın olmaması, canlı fotoğraflar ile karşılaşamamak, dijital imgeyle hissedilemeyen detaylı görememek, yanlış ve eksik bilgiye bazen de fazla bilginin okumaması gibi dezavantajları da ortaya çıkabilmektedir.

### **4.1. Türkiye ve Dünya Geneline Sosyal Medyada Fotoğraf Kullanımı**

Fotoğraf bir iletişim belgesidir. Dünyanın her yerinde anlaşılabilir ortak dil fotoğrafıdır. Fotoğraf teknoloji ile birlikte hayatın vazgeçilmezi olmuştur.

Türkiye’de ilk internet sitelerinde fotoğraf teknik yetersizlikler sebebi ile çok fazla kullanılmamıştır. İlk yıllar da internet askeri ve üniversitelerde kullanılmaya

başlamış olup ardından Amerika'da 1995 yılında özel işletmeler tarafından kullanılmaya başlamıştır. Ancak o dönemlerde de fotoğrafın çok yer tutması ve hızın yavaşlamasına sebep olması nedeni ile yazı fotoğraftan daha çok kullanılmıştır (Ayvaz, 2008, s. 25).

İlerleyen yıllarda gelişen teknoloji ile birlikte fotoğrafa olan talep artmış ve fotoğraf basımı gerekliliği doğmuştur. Talepler 1930 yıllarında ajansların kurulmasına sebebiyet vermiştir (Uzundumlu, 2015, s. 72).

Dünyada geçmişte günümüze kadar uzanan popüler ajanslardan olan Magnum Ajansı, Black Star ve Getty Images ajansı fotoğrafçıların bir araya gelerek kurduğu ajanslardır.

Magnum Ajansı; dünya çapında geçmişten günümüze kadar gelen fotoğraf ajansıdır. 1947 yılında başta Henri Cartier-Bresson olmak üzere David Seymour, George Rodger ve Robert Caba tarafından kurulmuştur. Firmanın New York, Paris, Tokyo ve Londra'da ofisleri bulunmaktadır. Çok kısa zaman da dünyanın en iyi ve önemli ajansı olmuştur. Ajans İkinci Dünya Savaşı sırasında savaşa fotoğrafçı gönderip çekilen fotoğrafları satarak iyi paralar kazanmıştır.

Black Star Ajansı; 1935 yılında New York'ta kurulmuştur. Ajans stok fotoğrafçılığı, haber fotoğrafçılığı ve kurumsal fotoğrafçılık alanlarında çalışmalarını sürdürmektedir (Özel, 2014, s. 8). Günümüzde ajans hala çalışmalarına devam etmektedir.

Getty Images Ajansı; 1995 yılında Getty Investments LLC adı altında kurulmuştur. 1997 yılında fotoğraf ajansı PhotoDisc Inc ile birleşerek Getty Image adını almıştır (Özel, 2014, s. 10). Şirket kullanım haklarını satın alan kişiler için görüntüleri indirmeye izin veren elektronik ticaret sitesidir ve aynı zamanda kurumsal müşteriler için özel fotoğraf hizmetleri sunmaktadır.

Ülkemizde ise sosyal ağların yükselişi ile birlikte fotoğraf herkesin yaşamının her anını olaylıkla görüntülemek için kullanılmaya başlamıştır. Sosyal ağların yükselişi ile birlikte ağ kullanıcılarında fotoğraf çekme ve paylaşım yapma pratiği oluşmaktadır. 18. ve 19. yüzyılda orta sınıfların toplumsal statülerini belgeleyen resim ve sonrası da yaygınlaşan portre fotoğrafçılığı 20. yüzyıl itibari ile yerini sosyal medyada yer alan amatör fotoğrafçılığa bırakmıştır (Şener & Özkoçak, 2013, s. 1).

Dijital kültüründe artması ile birlikte fotoğraf çekmek anlık ve çok fazla uğraş istemeyen bir işleve dönüşmüştür. Kişilerin sosyal ağlarda paylaştıkları fotoğraflar kişisel duygu ve düşüncelerin hatırasını simgelemekten çok gündelik hayatın uğraşlarını anlatan sıradan bir hal almıştır (Özdemir, 2015, s. 122).

Sosyal ağlarda kullanıcılar ilk olarak profil oluştururken fotoğraf kullanmaktadır. Oluşturulan profil resimleri kişinin kendini ifade etmesi, sunması anlamına gelmektedir. Paylaşılan her fotoğraf kişi hakkında ipuçları vermeye yaramaktadır. Siteler aynı zamanda kullanıcıların fotoğraflarını arşivlemektedir.

Fotoğraf kişinin kendisini sunması, duygu ve düşüncelerini ifade etmesi iken hayatımıza sosyal medyanın girmesi ile birlikte fotoğraf farklı kullanıcılar tarafından onaylanma ve beğenilme arzusu haline gelmiştir (Özdemir, 2015, s. 123).

#### **4.2. Sosyal Medya ve Görünür Olmak**

Bireyler yüzyıllardır kendilerini görmek istemişlerdir. Öyle ki bireyler kendilerini görmekten haz duymaktadırlar. Bu nedendir ki padişahların, kralların ve ailelerinin portreleri tarih boyunca yapılmıştır. Böylelikle görünür olma isteği portre resim sanatı ile başlamıştır (Uludağ Eraslan, 2013, s. 30).

Portre fotoğrafçılığı kişinin görünür olma isteğinin kısa sürede kolay çoğaltılabilmesi sebebi ile gün geçtikçe tüm dünyada çok yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır (Uludağ Eraslan, 2013, s. 31).

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte portre sanatı günümüzde fotoğraf sanatı ve sosyal medya ile birleşerek en üst düzeyde kullanıma ulaşmıştır.

Beğenilmek, takdir görmek her insanın temel duyguları arasında yer almaktadır. Görünür olmak, beğenilmek her insanın özünde olan bir duygu olsa da günlük hayatımızda bunu açığa çıkarmak isteriz. Giyimimiz, hareketlerimiz, taktığımız bir aksesuar hatta bazen hazırlanan yemek bile bu isteğimizi açığa çıkartmaktadır. Bunun en net örneklerini sosyal medyada sıklıkla görmekteyiz. Sosyal ağlarda gün içinde yedikleri yemeği, gittiği yerleri, okuduğu kitabı, ailesini, çocuklarını, söz, nişan, düğün fotoğraflarını paylaşan kişiler bulunmaktadır (Uzundumlu, 2015, s. 114).

Yapılan tüm bu paylaşımların sebebi kişilerin beğenilme arzudur. Sosyal ağ sitelerinde beğen tuşunun varlığı da bireylerdeki beğenilme arzusunun olmasından kaynaklanmaktadır.

Sosyal ağlarda her yaşta insanlar fotoğraf paylaşmaktadır. Son dönemlerde selfie çekmenin popüler olması ile birlikte paylaşılan fotoğraflarda gözle görülür bir artış olmuştur.

Prof. Dr. Koray Karabekiroğlu Hürriyet Gazetesi'ne verdiği röportajında insanların hep görünmek veya beğenildiğini net bir şekilde hissetmeyi istemekte olduğunu belirtmiş ancak bu istek başka alanlarda karşılanabiliyorsa sosyal medyaya daha az ihtiyaç duyulduğunu belirtmiştir. Karabekiroğlu'na göre sosyal kaygı yaşayan kişilerde sosyal medya kullanımı daha fazla görülmektedir. Bazı kişilerde ise sosyal medya kullanımının bağımlılık yarattığını da belirtmiştir. Karabekiroğlu erkeklerde dikkat bozukluğu ve hiperaktivitenin daha fazla görülmesi sebebi ile onlarda oyun bağımlılığı, kızlarda ise beğenilme arzusunun daha fazla olması sebebi ile sosyal medya bağımlılığının daha fazla görüldüğünü de dile getirmiştir (hurriyet.com, 2016).

Glasgow Üniversitesi'nden Dr. Heather Cleland ve Holly Scott'un araştırmalarına göre devamlı sosyal medyada online olma ve tüm yazılanlara cevap verme çabası kişilerde kötü uyku kalitesi, düşük özsaygı ve yüksek depresyona sebep vermektedir (istanbulhaber.com, 2015)

### **4.3. Sosyal Medya ve Sanatçı İlişkisi**

Sosyal medyada yer alan ünlüler ve sanatçıları iki ayrı bölümde incelemek daha doğru olacaktır. Birincisi; kim olduğu önceden bilinmeyen, sosyal medya araçları tarafından herkesin tanıdığı, teşhir edilen ünlüler ve sanatçılardır. Sosyal medya tarafından tanınan bu kişiler sosyal medya tarafından yaşatılmaktadır. Bu kişilere göre reklam çok önemlidir ve reklamın iyisi kötüsü olmaz anlayışını benimsemektedir (Çakır, 2013, s. 29). Bu kişilere fenomen adı da verilmektedir.

İkinci olarak ise yıllardır geleneksel medyadan takip edilip tanınan ünlüler ve sanatçılardır. Çalışmamızın bundan sonraki bölümlerinde ünlü veya sanatçı olarak ifade edilen kelime ile bu tanım kastetmiş olunacaktır.

Sosyal medyanın hayatımıza yer etmiş olması ile birlikte geleneksel medyadan tanınan ünlü ve sanatçılarda, kendilerine ait paylaşımlarda bulunmak için, sosyal medyada yer almaya başlamışlardır. Sanatçılar sevenleri ile iletişimde bulunmak, fikirlerini ve eserlerini duyurmak için kitle iletişim araçlarını kullanmak zorundadırlar. En yaygın olarak tercih edilen kitle iletişim aracı son dönemlerde sosyal medya olmuştur.

Sosyal medya sanatçılara ürününü zahmet çekmeden diğer insanlara ulaştırabilme imkanı tanımıştır. Beğenilen bir resmin, fotoğrafın veya bir videonun paylaşımı sosyal medyada tahmin edilemeyecek kadar hızlı olmaktadır. Kullanıcılar paylaşımların altına yazdıkları yorumlarla sanatçıya yön verir hale gelmiştir. Örneğin müzik dünyasında sanatçılar zaman zaman beğeni sayısına göre hangi şarkısına klip çekmesi gerektiğine karar vermektedirler (sosyalmedyahaber.com, 2016).

Sanatçılar; eserlerinin daha fazla rağbet görmesi, çalışmalarının daha fazla insana duyurabilmesi ve bunların sonucunda maddi kazanç sağlayabilmesi için sosyal medyaya bağımlı hale gelmişlerdir. Çünkü sanatçıyı ve ürettiği eseri ayakta tutan iletişim araçlarıdır (Çakır, 2013, s. 45).

Sanatçılar ya medyaya bağlanmayı yada medyadan ayrı yaşamayı tercih etmek zorunda bırakılmıştır. Medya ile bağımlı hale gelip para, rahat ve lüks yaşamı seçerek yada kendi özerk yolunda daha zor süreçlerden geçerek yaşamayı tercih edeceklerdir. Çoğunlukla sanatçıların rahat ve lüks yaşamı tercih etmektedir.

Sosyal medyanın sanatçıya sağladığı avantajlarının yanı sıra sosyal mecralardaki iletilerin çokluğu ve yapılan paylaşımlarda yanlış kaynak gösterilmesi, sanat değeri bulunmayan fotoğrafların paylaşılması sebebi ile bilgi kirliliğini de beraberinde getirmiştir. Ayrıca sanatçılar sosyal medya aracılığı ile paylaşım yaptıklarında eserlerinin çalınabileceğini ve bu mecraların teklif haklarını koruyan kanunlara sahip olmadığı düşüncesine sahiptirler.



#### **4.4. Fotoğraf Sanatçılarının ve Sanatçı Görünümdeki Fotoğrafçıların Sosyal Medya Kullanımı**

Sanatçılar kendilerini anlayan insanlarla iletişim kurmayı ve olabildiğince geniş çevrelere hitap etmeyi her zaman tercih etmişlerdir. Buda sanatçının, her zaman ihtiyacı olan, eserlerinin takdir edilmesi isteğinden ileri gelmektedir.

İnternetin 90'lı yılların ortalarından itibaren yaygın olarak kullanılmaya başlaması ile birlikte sanatçılarda sosyal medyayı sanat için kullanmaya başlamışlardır (Türkmenoğlu, 2014, s. 93).

Sanatçılar, sosyal medya aracılığı ile, ilk defa kendilerini bağlı hissetmeden özgürce, sansürden uzak eserlerini gösterebilme olanağına kavuştuklarını hissetmişlerdir. Pek çok çalışma sosyal medya aracılığı ile internette dolaşıma sunulmuştur. Günümüzde binlerce sanatçının sosyal medya hesabı, kişisel web siteleri bulunmaktadır. Bunun dışında sanat portalları, galeriler, müzelerde de sanatçılar ve eserleri hakkında bilgiler verilmektedir (Türkmenoğlu, 2014, s. 93).

Sanatçılar galeriye veya hiçbir kuruma ihtiyaç duymadan eserlerini milyonlarca takipçisi ile paylaşabilir hale gelmiştir.

Sanatçıların yanı sıra sanatçı görünümündeki fotoğrafçılar yeni medya ile akıllanan cep telefonları sayesinde sosyal medyada yer alan fotoğraf paylaşım uygulamaları aracılığı ile fotoğraf satışları yapabilmektedirler. Özellikle sosyal medya uygulamalarından instagramda profesyonel olmayan fotoğrafçıların veya fenomen olarak adlandırılan kişilerin belirli bir ücret karşılığında reklam amacı ile çektikleri fotoğraflara sıklıkla rastlanmaktadır (Uzundumlu, 2015, s. 88).

Büyük bir market haline gelen cep telefonu sektörü ticari fotoğrafların cep telefonları ile çekilmeye başlanmasına sebep olmuştur. Stok fotoğrafı satan siteler cep telefonu fotoğrafları için çalışmaya başlamıştır. Günümüzde mobil fotoğrafçılık olarak adlandırılan bu tür, profesyonel fotoğraf sanatçıları tarafından tercih edilmesinin yanı sıra amatör fotoğraflar çeken insanların ticari amaçla kullandıkları bir tür haline gelmiştir.

Günümüzde çekilen fotoğrafların satılabileceği sitelerde mevcuttur. Bu sitelerde fotoğraf yükleyerek para kazanmak için kaliteli resimler çekmek veya profesyonel fotoğrafçı olmak gerekmemektedir. Amatör olarak çekilen fotoğraflar

karşılığında farklı oranlarda para kazanılabilmektedir. Sitelere yüklenen fotoğrafları içerik yayınlayan dergi, ajans, gazete, sosyal medya, internet siteleri almaktadır.

Profesyonellikten uzak, teknik bilgi ve kaliteden uzak bu fotoğraflar kişilerin fotoğrafa bakış açısını değiştirmekte, sosyal medya ve internette sanatsal fotoğraf adı altında birçok profesyonel olmayan fotoğrafların çoğalmasını yaygınlaştırmakta ve fotoğrafın konumu başlangıç seviyesine indirmektedir.

#### **4.5. Sosyal Medyanın Fotoğraf Sanatı Üzerine Etkisi**

Teknolojinin gelişimi ile sanat eserleri, fotoğraflar kolaylıkla çoğaltılabilir hale gelmiştir. Bu sanatçıların sanat eserlerinin mülkiyeti konusunda sorun oluşturmuştur. Diğer bir ifade ile sanat eserleri izinsiz olarak çoğaltılabilmektedir diyebiliriz. Günümüzde bir fotoğraf sanatçısının fotoğrafı izinsiz olarak sosyal medya uygulamalarında rahatlıkla paylaşılabilir. Diğer sanat dallarında bu durum için telif ücreti talep edilirken sosyal medya uygulamaları için böyle bir imkan bulunmamaktadır.

Günümüzde de sanatın teknikle olan ilişkisi ve çoğaltılabilir olması konusunda yapılan tartışmalar genellikle Walter Benjamin'in Teknik Olanaklarıyla Yeniden- Üretilmediği Çağda Sanat Yapıtı adlı makalesi etrafında sürdürülmektedir. Benjamin'e göre teknik olarak sanat yapıtının üretilmesinin yeni bir boyut olduğunu ve yeniden üretim tekniklerinin sanattaki biricikliğini yok etmekte, yapıtın hakikiliğini yitirmekte ve sanat yapıtındaki tarihsel tanıklıktan uzaklaştırmaktadır (Çakır, 2013, s. 38).

21. yüzyılı yaşarken sanatçıların ürettiği fotoğraflar internet ortamında kolaylıkla ulaşılabilir ve hatta izinsiz sosyal medya uygulamalarında paylaşılabilir hale gelmiştir. Sanatçılar tarafından ortaya çıkarılan fotoğraf çalışmaları; içinde barındırdığı içerik, duygu ve sanatsal teknikten ziyade endüstri unsuru olarak endüstri dünyasının dayatmaları doğrultusunda kullanılmaya başlanmıştır.

Sosyal medyada birçok kullanıcı ellerindeki dijital imkanlar doğrultusunda çektikleri fotoğrafları paylaşmaktadır. Kullanıcılar fotoğraf sanatçıları gibi fotoğrafın duyguları ifade etme aracı olduğunu sosyal medyanın hayatımıza girmesi ile daha da

benimser hale gelmiştir. Ancak sosyal medyada dijital teknolojinin gelişmesi ile paylaşılan fotoğraflar birbirinin benzeri ve kişilerin gün içi geçirdiği vakitleri ifade eden fotoğraflardır.

Sosyal ağlarda fotoğraf sanat eserinden ziyade ilk olarak kişinin kendisini sunum ifadesi olarak kullanılmaktadır. Paylaşımı yapılan her fotoğraf kişinin kimliği hakkında diğer bireylere ipuçları vermeye yaramaktadır. İkinci olarak sosyal ağlarda fotoğraf toplumsal ilişkileri sağlayan bir araç olarak kullanılmaktadır. Üçüncü olarak beğenilme arzusunun giderilmesi, başkaları tarafından onaylanma arzusu için kullanılmaktadır. Dördüncü olarak ise sosyal ağlarda fotoğraf bir anı nesnesi olma özelliğine sahiptir (Özdemir, 2015, s. 122-123).

Geçmişte fotoğraf çekebilmek maharet ve bilgi isteyen bir iş iken günümüzde dijital fotoğrafçılık fotoğraf çekebilme işlevini daha da kolaylaştırmıştır. Kolaylaşan fotoğraf çekimi ve sosyal medya kullanımının oldukça yaygınlaşması ile birlikte görüntü kirliliği de oluşmaya başlamıştır. Bir çok amatör sitelerde ve sosyal medya uygulamalarında amatörce çekilen sınırsız sayıda fotoğraflar bulunmaktadır.

Sınırsız görüntü istilasına uğratılan bireyler, arzulanandan çok daha fazla fotoğraf görmeye başlamıştır. Fotoğraf paylaşımındaki artış, resim ve fotoğrafta nasıl ve ne sorularının yanıtını zorlaştırmış ve önceden pek çok fotoğrafın kullanılmış olması merak duygusunu uyandıracak malzemeleri tüketmiş ve sanat yapımını zorlaştırmıştır (Çakır, 2013, s. 42).

Sosyal medyada paylaşılan bir sanat eserinin fotoğrafı biçimsel ölçüleri bakımından mutlaka değişime uğruyor. Örneğin 20\*30 metrelik bir tablo 5\*7 santimetrelik minik bir fotoğrafa dönüşüyor. Bireyler eserin gerçeği yerine sadece minik bir fotoğrafını görebiliyor (Çakır, 2013, s. 244).

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte bilgisayar teknolojisi fotoğraf sanatını dönüşüme uğratmakla kalmamış internet sanatı, dijital sanat gibi tüm yeni formlarında kabul görmesini sağlamıştır (Türkmenoğlu, 2014, s. 90). Dijital sanat; dijital ortamlarda üretilen sanattır şeklinde tanımlanabilir. Dijital sanatta eser direk dijital ortamda üretilebildiği gibi, geleneksel yöntemlerle üretilen eserlerde dijital ortam aracılığı ile sergilenerek geniş kitlelere ulaştırılabilir.

Sanatçının elinden çıkan fotoğraf ister teknoloji yardımı ile olsun isterse geleneksel yollarla üretilmiş olsun aklın, yüreğin ışıkla, perspektifle birleşerek anlam

kazandığı görüntüdür. Dijital teknoloji yardımı ile fotoğraflara müdahaleler yaparak yeni görüntüler oluşturan öncü sanatçılar arasında Nancy Burson, Lillian Schwartz, Robert Rauschenberg, Andreas Müler-Pohle gibi isimler Türkiye’de ise Sadık Demiröz, Orhan Cem etin, İlke Veral, Tahir n ve Mehmet Turgut gibi isimler bulunmaktadır.

Zaman ve mekan sınırlaması olmadan kullanılabilen sosyal medya ortamı sanatın topluma kolaylıkla sunulabilmesini sağlamıştır (oban & Kıyar, 2015, s. 39).

#### **4.6. Aydın Büyüktaş Röportajı**

Fotoğraf sanatçısı Aydın Büyüktaş’ın internet ve sosyal medya kullanımı ile kendisinin fotoğraf anlayışı üzerine sohbet edilmiş olup, kendisine sosyal medyayı fotoğraf sanatı için nasıl kullandığı, sosyal medyanın fotoğraf sanatına olumlu ve olumsuz etkilerinin neler olabileceği, ayrıca sosyal medyada görünür olma arzusunun fotoğraf sanatına yansımaları konusunda sorular yöneltilmiştir.

Çalışmanın bu bölümünde Aydın Büyüktaş ile yapılan röportajda kendisine sorulan soru ve cevaplara yer vermiştir.

#### **Soru 1: Aydın Büyüktaş kimdir ve internet ortamını nasıl kullanır?**

**Cevap 1:** 1972’ de Ankara’da doğdum. Bilkent Üniversitesi Turizm İşletmeciliği bölümünü hayallerimde yer tutmadığı için bıraktım. 2000 li yıllarda İstanbul’a yerleşerek visual effect, 3D, animasyon ve video alanlarında kendimi geliştirip Sinefekt ve Makinefx gibi alanında lider şirketlerde çalışırken ödül almış pek çok sinema filmi ve reklam kampanyasının içinde yer aldım. 2008 de tasarladığım 3D karakterin, uluslararası popülarite kazanmasıyla freelance işlere ağırlık vermeye başladım. Eş zamanlı fotoğrafa olan ilgim nedeni ile bu yönde çalışmalara ağırlık verdim.

İnternetin, öğrendikçe büyüyen bir bilgi okyanus olduğunu düşünüyorum. Yeni bir şey öğrendikçe siz ne kadar az şey bildiğinizi görüyor ve bu bilgi okyanusunun düşündüğünüzden daha da büyük olduğunu fark ediyorsunuz. 2000 yılından itibaren internette geçirdiğim zamanların %95’ini araştırma ve kişisel

gelişim için kullandığımı söyleyebilirim. Görsel effect, 3D, Animasyon, photoshop vb konuların tamamını internet üzerinden öğrenmişimdir.

**Soru 2: Fotoğraf sanatına bakış açınız nedir? Fotoğraf eğitiminiz var mıdır?**

**Cevap 2:** Sanat bir bütündür. Fotoğrafi bu bütün içerisinde bir araç olarak görüyorum. İlerde video, 3D yada başka bir aracı yine anlatmak istediklerim için bir araç olarak kullanabilirim.

Sanat ve fotoğrafa ilgi gösterdiğim dönemlerde fark ettim ki sadece internet üzerinden kendinizi eğitme çabanız bazı konulara da sizi eksik bırakabiliyor. Bu nedenle 2012 yılından MSGSÜ fotoğraf bölümünde akademik eğitime başladım ve 2016 yılında mezun oldum.

**Soru 3: Fotoğrafa yaklaşımınızı açıklar mısınız? Mesaj kaygısı var mı?**

**Cevap 3:** Yukarıda da bahsettiğim gibi öncelikle anlatmak istediklerim için bir araç olarak görüyorum. Buna ek olarak fotoğraf sanatı içerisinde farklı ve sorgulatan bir anlatım yolu tercih ediyorum.

Çalışmalarında, gündelik yaşam mekanlarını olduğundan farklı göstererek şaşırtma ve sorgulatma kaygısı ön planda gözükse de, temelinde bilimsel terimleri, bilim kurgu ve bilimsel kitapları kullanarak bu bölgenin insanına dayatılmak istenen konulardan biraz uzaklaşarak farklılık yaratmak istiyorum. Bu topraklarda üretilmesini istedikleri sanatın bile ısmarlama konulardan oluştuğunu Avrupa birliğinin ülkemizde açtığı fotoğraf yarışmalarının konularından çok net anlayabiliriz.



Şekil 4.1: Aydın Büyüktaş Fotoğraf Örneği-1



Şekil 4.2: Aydın Büyüktaş Fotoğraf Örneği-2

**Soru 4: Sosyal medyayı fotoğraf sanatı için nasıl kullanmaya başladınız?**

**Cevap 4:** Sosyal medyayı kullanmaya mecbur kaldım diyebiliriz. Bu mecburiyet şu şekilde başladı: Sanat dünyasında, işler sergilenmeden önce sosyal medyada paylaşılsa işlerin eskiyeceği ve bir daha hiç sergilenmeyeceği gibi genel bir kanı var. Ben de bu şekilde düşünerek “Flatland”dan önceki çalışmalarımı eskimesinler diye sosyal medyada paylaşmadım ancak bunları bir yerde sergileme fırsatım da olmayınca işler, kimse görmeden tozlanmaya başladı. “Flatland” içinde aynı yolu izledim. Pek çok galeriye başvurmama rağmen sergileme taleplerim hep olumsuz yanıtlar aldı. Bende madem sergileyemiyorum bari eşim dostum görsün diyerek Facebook’ta ve Instagram’da paylaşmaya başladım. Bir kaç kişi ve blog paylaştı ve daha sonra kontrolden çıktı. Tüm dünya işlerimi paylaşmak ya da basmak için mesaj atmaya başladı.

**Soru 5: Başarıya ulaşmak için nasıl bir yol izlediniz?**

**Cevap 5:** Projeyi planlarken üretirken çok çalışmıştım. Pek çok bilimsel kitap okumuştum ama başarıya ulaştıktan sonra farklı konularda da daha çok çalışmam gerektiğini hiç düşünmemiştim. Yüzlerce dergiye, gazeteye, binlerce insanın bireysel tebriklerine ve sorularına aylarca çok az uyuyarak cevap vermeye çalıştım.

**Soru 6: Başarı ile beğeni alma arasında bağlantı var mı?**

**Cevap 6:** Evet var. Beğeniler ve paylaşımlar diğer insanların üzerinde sizin için pozitif bir baskı oluşturuyor. İşlerinize bakış açısını değiştiriyor. Başlarda işlerimi sergilemek istemeyen gönderdiğim maillere yanıt vermeyen galerilerin pek çoğu daha sonra oluşan bu baskıdan etkilenerek farklı davrandılar.

**Soru 7: Beğendiğiniz ve zevkle takip ettiğiniz fotoğrafçılar var mı?**

**Cevap 7:** Evet, Andreas Gursky ve Gregory Crewdson'un işlerini zevkle takip ediyorum.

**Soru 8: Sosyal medyanın fotoğraf sanatına olumlu-olumsuz etkileri nelerdir?**

**Cevap 8:** Olumlu etkisi olarak benim yaşadığım durumu gösterebiliriz. Artık bahanelerin ardına saklanmayıp, üretmek istediğimiz şeyleri kim ne düşünürse düşünsün üretmek gerekiyor. Olumlu etkileri o kadar çok ki olumsuzlar bunların yanında çok bölgesel, kişisel ya da ufak kalıyor.

**Soru 9: Sosyal medyada beğenilme arzusu yada egosu , fotoğraf çekimine paylaşım tarzına yansır mı?**

**Cevap 9:** İlk zamanlarda evet bu ego ve arzu ağır basıyordu. Üzerimde bu gün ne paylaşacağım gibi bir baskı oluşmuştu. Sürekli takipçi sayımı kontrol ediyordum. Ama belli bir süre sonra alıştım ve bu gün ne paylaşacağım sorusundan çok eskiden olduğu gibi bir şey üretirsem paylaşmaya başladım. Bu nedenle uzun bir süre bir şey paylaşmadığımda oluyor artık. Takipçi sayısında hiç bakmıyorum. Artık biliyorum ki güzel bir şeyler üretirsem yine milyonlara hatta milyarlaraya sergileyebileceğim.



## SONUÇ

İnsanoğlu var olduğu günden itibaren iletişim kurma ihtiyacı hissetmiştir. Günümüz teknoloji çağı olarak bilinmektedir ve bu zaman da sosyal medya en etkin iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlar sosyal medya aracılığı ile hem iletişim kurmakta hem de eğlenmektedirler. Bu yönü ile geleneksel medyadan ayrılmış ve insanlar tarafından daha çok tercih edilen iletişim aracı olarak günümüzde kullanılmaktadır.

Dijital teknolojinin gelişmesi ile birlikte sosyal medya hayatımızda daha çok yer kaplamaya başlamıştır. Özellikle cep telefonu teknolojisinin gelişmesi ile birlikte internet ve sosyal medya uygulamalarının telefon aracılığı ile kullanılabilir olması sosyal medyayı insan hayatının ayrılmaz bir parçası haline getirmektedir. Öyle ki cep telefonları dijital fotoğraf makinesi yerine geçmiştir. Cep telefonu ile çekilen fotoğraflar internet aracılığı ile çok kısa sürede sosyal medya uygulamalarında paylaşılabilir. Sosyal medya tüm dünyada kişiler arasında güçlü bir iletişim kurma aracı olarak kullanılmaktadır.

Türkiye’de 2016 yılı verilerine göre en çok kullanılan sosyal ağ uygulamaları Facebook, Whatsapp, Facebook Messenger, Twitter ve Instagram olmuştur. İnsanlar sosyal ağlarda kişiler ile iletişim kurmanın yanı sıra fotoğraf paylaşımında da bulunmaktadır.

Teknolojinin etkisi ile zaman zaman kullanım alanları ve amacı değişmiş olsa da fotoğraf bazen bir sanat öğesi, bazen bireylerin kendini ifade etme yöntemi, bazense gerçeği kanıtlamak, tarihe ortak olmak gibi görevleri her zaman üstlenmektedir. Teknolojinin fotoğrafa ısrarcı mücadelesine rağmen bireyler teknolojik ortamlarda ürettikleri fotoğrafa dokunmak ve tüketmekten vazgeçememektedir. Bu nedenle fotoğraf sadece bir sanat unsuru olmanın ötesine geçebileceğini hep kanıtlamaktadır.

Hayatımıza sosyal medya girdikten sonra bu platformlarda paylaşılan fotoğraflar kimi bireylerde fotoğrafçılığın ve fotoğraf sanatının deklanşöre basarak görüntü elde etmekten ibaret olduğu düşüncesini doğurmaktadır. Sosyal medyada

yapılan fotoğraf paylaşımları çoğunlukla kişinin kendisini tanıtmayı sağlayan, dijital teknoloji ile üretilen sanatsal unsurlar içermeyen nitelikte fotoğraflardır. Bu nedenle insanlar sınırsız görüntü istilasına uğratılmakta, fotoğrafa olan ilgi azalmakta ve sanatsal fotoğraf üretimini zorlaşmaktadır. Sosyal medyanın kullanımının günümüzde fazla olması sebebi ile bireylerin dijital fotoğrafçılığa yönelmesi inkar edilemez bir gerçek haline gelmektedir.

Analog fotoğraf makineleri ile çekilen sanatsal nitelik taşıyan fotoğrafların aynı zamanda dijital makineler ile çekilmeye başlanması ortaya dijital sanat terimini çıkartmıştır.

Araştırma sonucuna göre dijital fotoğraf makinesi ve analog fotoğraf makinesi ile çekilen fotoğrafların günümüzde aynı koşullarda karşılaştırılıp yorumlanması bir çok fotoğraf sanatçısı tarafından eleştirilmektedir. Fotoğraf sanatçılarından bir kısmı dijital makineler ile müdahale edilerek çekilen fotoğrafın sanatsal unsurlar içermeyeceğini savunmaktadırlar. Diğer kısmı ise dijital veya analog makine kullanımının önemli olmadığını, fotoğraf çekiminde önemli olan faktörün kişinin bakış açısı ve aklından geçenlerin ifade edilme biçimi olduğunu savunmaktadır. Bu görüş ayrılıklarının aksine fotoğraf sanatçıları, sosyal medya kullanıcılarının bireysel hesaplarında paylaştıkları fotoğrafların, daha çok kişilerin ailesini, kendisini, gün içindeki çeşitli aktivitelerini, doğa ve hayvan unsurlarını içerdiği için bu tür fotoğrafların sanat fotoğrafı olmadığı yönünde genel fikir ortaklığına sahiptirler. Sanatçılara göre bu fotoğraflar kişinin kendisini ifade etmesi amacı ile amatörce çekilen fotoğraflardır.

Sosyal medyanın yaygın olarak kullanılması sebebi ile pek çok sanatçı da bu uygulamaları kullanmaktadır. Günümüz fotoğraf sanatçılarında Aydın Büyüктаş ile röportaj yapılmış olup internet, sosyal medya ve fotoğraf sanatı anlayışı ile ilgili sorular sorulmuştur. Sanatçı sanatı bir bütün, fotoğrafı ise bu bütünün bir parçası olarak gördüğünü belirtmiştir.

Büyüктаş fotoğrafları ile gündelik yaşam mekanlarını olduğundan farklı göstererek çalışmalarını yapmaktadır. Sanatçı fotoğraf sanatı için ilk sosyal medyayı fotoğraflarının galeriler tarafından sergilenmemesi üzerine kullanmaya başladığını ifade ederek sosyal medyada fotoğraflarını paylaştıktan sonra tüm dünyanın işlerini paylaşmak yada basmak için aramaya başladığını söyledi. İlk sosyal medya

kullandığı dönemlerde bu uygulamaların kendisinde beğenilme arzusu oluşturduğunu bunun için sürekli takipçi sayısını kontrol etmeye başladığını, her gün hangi fotoğrafı paylaşısam diye düşünmeye başladığını belirtmiştir. Ancak sonraları bu süreçte alışarak sadece üretim yaptığı zaman fotoğraflarını paylaştığını dile getirmiştir.

Sanatçı sosyal medyanın kendi hayatına daha çok olumlu açıdan etki ettiğini söylemiştir. Aydın Büyüktaş gibi kimi sanatçılar eserlerini sosyal medya aracılığı ile paylaşmanın eserlerini tanıtmada aşamasında fayda sağlayacağını düşünürken kimi sanatçılar ise eserlerin paylaşılması ile emek hırsızlığının oluşabileceğini düşünmektedirler. Sosyal medya uygulamalarında eserlerin telif haklarının korunması için yürürlükte olan henüz bir kanun bulunmamaktadır.

Sosyal medya sayesinde sanatçılar zaman ve mekan sınırı olmadan eserlerini paylaşabilmeye başlamışlardır. Hatta ünlü fotoğraf sanatçıları açacakları sergilerin tarih ve yer bilgilerini takipçileri ile sosyal medya aracılığı ile paylaşabilmektedirler. Böylelikle takipçi kitlelerini yönlendirebilmektedirler. Bu sayede sosyal medya uygulamaları gerçekten fotoğraf sanatı ile ilgilenen insanların sevdikleri sanatçıların eserlerine kolaylıkla ulaşılabilir olmasını sağlamıştır.

Kısacası günümüz fotoğraf anlayışı teknolojinin gelişiminden sonra ortaya çıkan sosyal medya ağları ile değişmiş ve ilgi odağı haline gelmiştir. Ancak bu süreçte fotoğraflar sanatsal öge olmaktan çıkıp sosyal medya kullanıcılarının hayatlarını anlatan, günlük yapılan olayları konu alan, kişinin kendisini sunma biçimi haline gelmiştir. Fotoğraf sanatı ile ilgilenen bazı bireylerin ve fotoğraf sanatçılarının ise sosyal medya uygulamalarından zaman zaman eserlerinin çalınabileceği konusunda çekinceleri bulunması sebebi ile eserlerini paylaşmaktan kaçınmaktadırlar. Çekinceleri olan kullanıcılar daha çok sergi, galeri, söyleşi yapılacak yerleri ve zamanları sosyal ağlarında paylaşarak takipçilerini bilgilendirmektedirler. Bahsedilenin aksine sosyal ağları kullanmayı tercih eden sanatçılar eserlerini paylaşarak takipçilerinden gelen yorumları dikkate alarak eserlerine yön vermeyi de tercih edebilmektedirler.

## KAYNAKÇA

- Algül, A. (2014). Fotogramın Tarihçesi ve Güncel Yaklaşımlar. İstanbul: Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Fotoğraf ve Video Anasanat Dalı.
- Alptürk, O. (2015). Fotoğrafçı-Fotoğraf-Temsil. Afsad Kontrast Fotoğraf Dergisi , 48.
- Altunbaş, F. Sosyal Medya ve Toplumsal Olaylar: Gezi Parkı Olayları Örneği. 2014: Çizgi Yayınevi.
- Anonim. (2014). Sosyal Medyanın ABC'si. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Apan, M. (2011). Mimaride Etki Ve Görsel Algı Bağlamında "Fotoğraf". İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Ayvaz, Ç. (2008). Türkiye'de İnternet Haberciliğinde Fotoğraf. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Fotoğraf Anasanat Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Büyükaslan, A., & Kırık, A. M. Sosyal Medya Araştırmaları 1 "Sosyalleşen Birey". Konya: Çizgi Kitapevi.
- Bakanlığı, T. M. (2011). Basın Fotoğrafçılığı. Ankara: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı.
- Batur, M. (2014). Gezi Parkı Olaylarının Sosyal Medyaya Yansıma Biçiminin Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Değerlendirilmesi: Facebook Örneği. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı.
- Benjamin , W. (1995). Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilebildiği Çağda Sanat Yapıtı. (A. Cemal, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Birinci , G. (2016). Çağdaş Fotoğraf Sanatında Deneysel Yaklaşımlar. Yedi: Sanat, Tasarı Ve Bilim Dergisi .
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13 , 211.
- Briggs , A., & Burke, P. (2011). Medyanın Toplumsal Tarihi. İstanbul: Kırmızı Yayınları.

- Burak, O. (2015). Fotoğraf ve İletişim. Ankara: Ankara Üniversitesi Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı.
- Clarke, G. (1997). The Photograph. New York: OUP.
- Çakır, M. (2013). Medya ve Sanat. İstanbul: Parşömen Yayıncılık.
- Çoban, İ., & Kıyar, N. (2015). Yaratıcı Fotoğrafçılıkta Geleneksel, Dijital ve İnteraktif Dönem. Ulakbilge , 39.
- Danto, A. C. (2014). Sanatın Sonundan Sonra: Çağdaş Sanat Ve Tarihin Sınır Çizgisi. (Z. Demisu, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dizdaroğlu, T. (2012). Alternatif Fotoğraf. İstanbul: Sokak Kitapları Yayıncılık.
- Erutku , B. (1999). Fotoğraf Akımları Ve Kullanılan Teknikler. İstanbul: M.Ü.G.S.F Fotoğraf Bölümü Kültür Yayınları.
- Frizot, M. (1998). A New History Of Photography. Köln: Amilcare Pizzi.
- Gök, C. (2016, 11 16). Resim ve Fotoğraf Sanatında Portre Geleneğinden Selfi'ye. Medeniyet Sanat, İMÜ Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Dergisi .
- Gönenç, E. Ö. (2003). İnternet Ve Türkiye'deki Gelişimi. İletişim Fakültesi Dergisi Sayı:16 .
- Güler, F. N. (2013). Dijital Fotoğraf Öncesi Çağdaş Türk Fotoğraf Sanatı. İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü Grafik Tasarımı Anasanat Dalı.
- İlkyaz, A., & Şahin, D. (2014). Fotoğrafın Sanat Serüveni. İdil Dergisi, Cilt 3, Sayı 14, Volume 3, Issue 14 , 163.
- İnal, K. (2014). Gezi, İsyen, Özgürlük: Sokağın Şenlikli Muhalefeti. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- İspir, B., Birsen, H., & Binark, F. M. (2013). Dijital İletişim ve Yeni Medya. Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Üstünipek, M. (2013). İstanbul Sanat Müzeleri Ve Sosyal-Medya: Twitter Örneği. Art and Communication .
- Küçükcan, U., Kesim , M., & Altunay, M. C. (2013). Hareketli Görüntünün Tarihi. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2410.
- Kılıç, L. (2012). Temel Fotoğrafçılık. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No:2558.

- Kınlı, N. (2011). Postmodernizm Ve Fotoğraf İlişkisi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Fotoğraf Anasanat Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Kara, T. (2013). Sosyal Medya Endüstrisi. İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Mestçi, A. (2007). Türkiye İnternet Raporu. Ankara: İnternetpazarlama. Net.
- Nalçaoğlu, H., İnal, A., & Alankuş, S. (2003). Medya Ve Toplum İlişkisini Anlatmak Üzere Bir Çerçeve. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- O'Hagan, S. (2010). XX. yy. Fotoğrafının En Etkin Adamı John Sharkowski Miydi? Gölge Fanzin , 13.
- Oral, M. (2011). Toplumsal Belgesi Fotoğraf ve Fikret Otyam Örneği. İstanbul: Espas Sanat Kuram Yayınları.
- Orhan, Suzan;. (2016). Çağdaş Megakent ev Periferisinin Fotografik İmgesi. Yedi: Sanat Tasarım ve Bilim Dergisi , 14.
- Ö. Sağlamtimur, Z. (2016, 11 17). Dijital Sanat. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 2010 , 10 (3).
- Özdemir, A. B. (2015, 07-08-09). Zafer Simgesi Olarak Fotoğraf. Kontrast .
- Özdemir, Z. (2015, 04). Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı. Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi .
- Özel, Z. (2014, 07). Fotoğraf Ajanslarının Doğuşu ve Gelişimi. Kontrast Fotoğraf Dergisi .
- Özkaya, A. (1997). Medya Ve Körfez Savaşı. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi Cilt:52, Sayı:1 .
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., & Demir, M. (2013). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama. Selçuk İletişim Dergisi, 7,4 , 24.
- Şahin, D. (2016, 11 11). Postmodernizm ve Fotoğraf. s. 261.
- Şener, G., & Özkoçak, Y. (2013). Sosyal Ağlarda Görünür Olmak: Facebook Fotoğraflarında Kendini Sunum Stratejileri. İstanbul: Grafik Tasarım Yayınları.
- Türkmenoğlu, H. (2014). Teknoloji İle Sanat İlişkisi Ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak Instagram. Ulakbilge , 90.
- Tanrıöver, H. U. (2012). Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları Yayın No: 2011-24.

- Turgut, S. (2013). Yeni Medya. İstanbul: Destek Yayınları.
- Uludağ Eraslan, R. (2013, 10). Sosyal Medya Her An Her Yerde Görünür Olmak. The Turkish Online Journal Of Design, Art And Communication-Tojdac .
- Uzundumlu, Ö. (2015). Bir İletişim Formu Olarak Sosyal Medyada Fotoğraf Paylaşımı: Selfie Örneği. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı.
- Vural, Z., & Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. Journal of Yaşar University , 3352.
- Yüksel, U. (2012). Geleneksel Medya ve Yeni Medya. GRA 331- Dijital Kültür , 13.
- Yabanlıoğlu, D. İ. (2012). La la la İnsan Adımları. Ankara: Artist Actual.
- Yuvarlak, Ş. K. (2016, 03). Alternatif Fotoğraf Üretim Yöntemleri Bağlamında Fotogram ve Yeni Yaklaşımlar. Kesit Akademi Dergisi Sayı: 3 .
- Zengin, S. (2009). Türk Fotoğraf Sanatında Adapazarı'nın Yeri. İstanbul: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Fotoğraf Anasanat Dalı.

## **İnternet Kaynakları**

Fotografya, Erişim Tarihi: 01 Ekim 2016, [fotografya.fotografya.gen.tr/issue-2/deneme.html](http://fotografya.fotografya.gen.tr/issue-2/deneme.html)

Arter, Erişim Tarihi: 10 Aralık 2016, [www.arter.org.tr/W3/](http://www.arter.org.tr/W3/)

Baytan, Erişim Tarihi: 01 Ekim 2016 [www.baytan.org/prak/fsanat.html](http://www.baytan.org/prak/fsanat.html)

Bursaphotofest.org, Erişim Tarihi: 09 Aralık 2016, [www.bursaphotofest.org/contact.php?Ing=tr](http://www.bursaphotofest.org/contact.php?Ing=tr)

Contemporaryistanbul, Erişim Tarihi: 16 Kasım 2016, [contemporaryistanbul.com](http://contemporaryistanbul.com)

Estanbul.com, Erişim Tarihi: 26 Eylül 2016, [estanbul.com](http://estanbul.com):  
<http://www.estanbul.com/dunyada-cekilen-ilk-fotograf-178276.html>

Europe.newsweek.com, Erişim Tarihi: 11 Kasım 2016, [europe.newsweek.com/10-most-important-artist-today-67947?rm=eu](http://europe.newsweek.com/10-most-important-artist-today-67947?rm=eu)

Fotografium.com, Erişim Tarihi: 27 Eylül 2016, <https://blog.fotografium.com/tarihte-cekilen-ilk-fotograflar/>

Fotoistanbul, Erişim Tarihi: 09 Aralık 2016, [fotoistanbul.org](http://fotoistanbul.org)

Galerinev, Erişim Tarihi 10 Aralık 2016, [www.galerinev.com/tr](http://www.galerinev.com/tr)

Hürriyet, Erişim Tarihi: 04 Eylül 2016, [www.hurriyet.com/gorunur-olma-istegi-sosyal-medyaya-itiyor-40085170](http://www.hurriyet.com/gorunur-olma-istegi-sosyal-medyaya-itiyor-40085170)

İds, Erişim Tarihi: 19 Eylül 2016, [www.ids.com.tr/Teknolojik-Haberler/114/Pinterest-Nedir-Nasıl-Kullanilir](http://www.ids.com.tr/Teknolojik-Haberler/114/Pinterest-Nedir-Nasıl-Kullanilir)

İstanbulhaber.com, Erişim Tarihi: 05 Eylül 2016, [www.istanbulhaber.com.tr/depresyonun-nedeni-sosyal-medyada-gorunur-olmak-haber-233546.htm](http://www.istanbulhaber.com.tr/depresyonun-nedeni-sosyal-medyada-gorunur-olmak-haber-233546.htm)

İstanbulkültürturizm, Erişim Tarihi: 09 Aralık 2016, [www.istanbulkulturturizm.gov.tr/tr/gezilecek-yer/istanbul-fotoğraf-müzesi](http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/tr/gezilecek-yer/istanbul-fotoğraf-müzesi)

İzlesene.com, Erişim Tarihi: 18 Eylül 2016 [izlesene.com](http://izlesene.com):  
<https://www.izlesene.com/yaritim/hakkimizda>

Nedir.com, Erişim Tarihi: 24 Eylül 2016, [www.nedir.com/vikipedi](http://www.nedir.com/vikipedi)



Patikafilm, Erişim Tarihi: 07 Ekim 2016, [www.patikafilm.com/tag/unlu-fotoşrafçılar/](http://www.patikafilm.com/tag/unlu-fotoşrafçılar/)

Radikal, Erişim Tarihi: 16 Aralık 2016, [www.radikal.com.tr/teknoloji/10-maddede-periscope-nedir-kullanirken-nelere-dikkat-etmek-gerekir-1345131/](http://www.radikal.com.tr/teknoloji/10-maddede-periscope-nedir-kullanirken-nelere-dikkat-etmek-gerekir-1345131/)

Saltonline.org, Erişim Tarihi: 10 Aralık 2016, [saltonline.org](http://saltonline.org)

Sosyalmedyahaber.com, Erişim Tarihi: 15 Ekim 2016  
<http://www.sosyalmedyahaber.com/2012/12/sosyal-medya-ve-sanatçılar>

Sosyomag, Erişim Tarihi: 24 Eylül 2016, [www.sosyomag.com/tag/fotolog-nedir](http://www.sosyomag.com/tag/fotolog-nedir)

Statistic Brain, Erişim Tarihi: 24 Eylül 2016, (2016). [www.statisticbrain.com/twitter-statistics/](http://www.statisticbrain.com/twitter-statistics/)

Stephenshore.net, Erişim Tarih: 17 Aralık 2016,  
[www.stephenshore.net/bio.php?menu=info](http://www.stephenshore.net/bio.php?menu=info)

Teknolojihaberleri, Erişim Tarihi: 24 Eylül 2016,  
[teknolojihaberleri.blogspot.com/2012/03/photobucket-nedir-ozellikleri-nelerdir.html](http://teknolojihaberleri.blogspot.com/2012/03/photobucket-nedir-ozellikleri-nelerdir.html)

We Are Social, Erişim Tarihi: 18 Eylül 2016, [wearesocial.com/uk/special-reports/dijital-in-2016](http://wearesocial.com/uk/special-reports/dijital-in-2016)

Webtures, Erişim Tarihi: 15 Eylül 2016, <https://www.webtures.com.tr/blog/sosyal-medya-kullanıcıleri-2016-istatistikleri/3/>

İKSV, Erişim tarihi: 15 Kasım 2016, [www.iksv.org.tr](http://www.iksv.org.tr)

Zilbermangallery, Erişim Tarihi: 16 Kasım 2016, [zilbermangallery.com/tr-about-us.asp](http://zilbermangallery.com/tr-about-us.asp)

## Turnitin Originality Report

tez by Ersin Tozoğlu

From ersin (fotoğraf video)



- Processed on 23-Dec-2016 14:43 EET
- ID: 755848257
- Word Count: 15643

## Similarity Index

8%

## Similarity by Source

## Internet Sources:

7%

## Publications:

1%

## Student Papers:

3%

## sources:

- 1 1% match (Internet from 24-Jul-2016)  
<https://issuu.com/golgefanzin/docs/gf11>
- 2 < 1% match (Internet from 10-Jan-2015)  
[http://earsiv.atauni.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/123456789/941/mevl%C3%BCde\\_batur\\_tez.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://earsiv.atauni.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/123456789/941/mevl%C3%BCde_batur_tez.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- 3 < 1% match (Internet from 01-Sep-2016)  
<http://tunayildirim.blogspot.com/>
- 4 < 1% match (Internet from 26-Apr-2016)  
<http://sanatkaravani.com/aydin-buyuktas/>
- 5 < 1% match (Internet from 08-Oct-2014)  
<http://www.birkarefotograf.com/fotografin-bulunusu/>
- 6 < 1% match (Internet from 03-Apr-2013)  
<http://belgeselfotograf.com/aid=187.phtml>
- 7 < 1% match (Internet from 26-May-2015)  
[http://www.duyguguncesi.net/sunular/COMU\\_bildiri.pdf](http://www.duyguguncesi.net/sunular/COMU_bildiri.pdf)
- 8 < 1% match (Internet from 30-Mar-2010)  
<http://www.fotografya.gen.tr/cnd/index.php?id=303.0.0.1.0.0>
- 9 < 1% match (publications)  
Ilkyaz, Atilla. "ART ADVENTURE OF PHOTOGRAPHY", *Idil Journal of Art and Language*, 2014.
- 10 < 1% match (student papers from 17-May-2016)  
[Submitted to Nigde University on 2016-05-17](#)
- 11 < 1% match (Internet from 18-May-2016)  
<http://ijmeb.org/index.php/zkesbe/article/download/962/537>
- 12 < 1% match (Internet from 02-Apr-2015)  
[http://www.sbedergi.ibu.edu.tr:8080/Makaleler/830801453\\_makale14.pdf](http://www.sbedergi.ibu.edu.tr:8080/Makaleler/830801453_makale14.pdf)
- 13 < 1% match (Internet from 26-Jun-2014)  
<http://nedirnedemek.net/misafir-olmak.html>
- 14 < 1% match (student papers from 07-Jun-2016)  
[Submitted to Galatasaray University on 2016-06-07](#)

- 15 < 1% match (student papers from 03-Apr-2012)  
[Submitted to Napier University on 2012-04-03](#)
- 
- 16 < 1% match (Internet from 17-Sep-2016)  
<http://dalidaozatay.blogspot.com/>
- 
- 17 < 1% match (student papers from 26-May-2015)  
[Submitted to Beykent Universitesi on 2015-05-26](#)
- 
- 18 < 1% match (Internet from 07-Jul-2015)  
<http://www.halic.edu.tr/tr/duyurular/lisansustu-mulakat-sonuclari>
- 
- 19 < 1% match (Internet from 28-Feb-2012)  
[http://fotograflar.net/?page=yazi\\_detay&id=35](http://fotograflar.net/?page=yazi_detay&id=35)
- 
- 20 < 1% match (Internet from 10-Jul-2016)  
[https://tr.wikipedia.org/wiki/Getty\\_Images](https://tr.wikipedia.org/wiki/Getty_Images)
- 
- 21 < 1% match (student papers from 17-Feb-2014)  
[Submitted to Kennesaw State University on 2014-02-17](#)
- 
- 22 < 1% match (Internet from 24-Jun-2015)  
<http://kybele.anadolu.edu.tr/tezler/2012/676516.pdf>
- 
- 23 < 1% match (student papers from 08-Jun-2016)  
[Submitted to Ankara University on 2016-06-08](#)
- 
- 24 < 1% match (student papers from 27-May-2015)  
[Submitted to TechKnowledge Turkey on 2015-05-27](#)
- 
- 25 < 1% match (student papers from 02-May-2016)  
[Submitted to Bahcesehir University on 2016-05-02](#)
- 
- 26 < 1% match (Internet from 24-Jul-2012)  
<http://www.birmakale.net/blog/>
- 
- 27 < 1% match (Internet from 31-Mar-2016)  
<http://www.jayhon.com/turkce/?cat=10>
- 
- 28 < 1% match (student papers from 21-Dec-2016)  
[Submitted to Istanbul Ticaret Universitesi on 2016-12-21](#)
- 
- 29 < 1% match (Internet from 18-Nov-2016)  
<http://intermedia2.ticaret.edu.tr/index.php/intermedia/article/download/54/41>
- 
- 30 < 1% match (Internet from 01-Nov-2016)  
<https://issuu.com/pldtrkiye/docs/sayi-16>
- 
- 31 < 1% match (Internet from 07-Apr-2016)  
<http://www.eera-ecer.de/ecer-programmes/conference/8/contribution/21524/>
- 
- 32 < 1% match (student papers from 10-May-2016)  
[Submitted to Istanbul Aydin University on 2016-05-10](#)
- 
- 33 < 1% match (student papers from 20-Nov-2015)  
[Submitted to Istanbul Ticaret Universitesi on 2015-11-20](#)
- 
- 34 < 1% match (student papers from 01-Jul-2015)  
[Submitted to Fatih University on 2015-07-01](#)
- 
- 35 < 1% match (student papers from 15-Feb-2016)

Submitted to Mugla University on 2016-02-15

- 36 < 1% match (Internet from 21-Mar-2016)  
<http://iletisimdergi.maltepe.edu.tr/index.php/iled/article/download/23/18>
- 37 < 1% match (Internet from 10-Jan-2016)  
<http://www.turkcebilgi.com/sall>
- 38 < 1% match (student papers from 21-Jun-2016)  
Submitted to Marmara University on 2016-06-21
- 39 < 1% match (student papers from 06-Jun-2014)  
Submitted to Girne American University on 2014-06-06
- 40 < 1% match (Internet from 30-Jun-2015)  
<http://istanbularinternational.net/diger-sanat-mekanlari/>
- 41 < 1% match (Internet from 06-Dec-2014)  
<http://tr.wikipedia.org/wiki/Foto%C4%9Fraf%C3%A7%C4%B1>
- 42 < 1% match (student papers from 22-Dec-2015)  
Submitted to TechKnowledge Turkey on 2015-12-22
- 43 < 1% match (student papers from 14-Jul-2015)  
Submitted to Beykent Universitesi on 2015-07-14
- 44 < 1% match (Internet from 28-Jan-2013)  
<http://www.mikserdekibeyin.com/elizabeth-heyerl-yolcular-postmortem-fotografcilik/>
- 45 < 1% match (Internet from 07-Jun-2012)  
<http://www.netfotograf.com/etkinlik.asp?gun=23&ay=10&yil=2011>
- 46 < 1% match (student papers from 18-Jun-2015)  
Submitted to Anadolu University on 2015-06-18
- 47 < 1% match (student papers from 11-May-2015)  
Submitted to Bahcesehir University on 2015-05-11
- 48 < 1% match (student papers from 07-Jan-2016)  
Submitted to Anadolu University on 2016-01-07
- 49 < 1% match (Internet from 30-Jan-2013)  
<http://www.ijtase.net/ojs/index.php/IJTASE/article/download/83/169>
- 50 < 1% match (Internet from 03-Jun-2015)  
<http://utkukaynar.com/2009/08/04/fotografa-yeni-baslayanlar-icin-en-iyi-on-kitap/>
- 51 < 1% match (Internet from 22-May-2016)  
<http://www.ids.com.tr/Teknolojik-Haberler/114/Pinterest-Nedir-Nasil-Kullanilir->
- 52 < 1% match (Internet from 26-May-2013)  
<http://www.fotobelgesel.net/tarihce/JacobRiis.html>
- 53 < 1% match (Internet from 25-Jul-2013)  
<http://www.3gistanbul.com/rehber/27/sergi-alanlari/1392/abra-sanat-galerisi>
- 54 < 1% match (student papers from 14-Jan-2016)  
Submitted to Istanbul University on 2016-01-14
- 55 < 1% match (Internet from 28-May-2016)  
<http://docplayer.biz.tr/621801-Siyasal-iletisim-kampanyalarinda-sosyal-medyanin-kullanimi-12-haziran-2011-secimleri-twitter-ornegi.html>

## ÖZGEÇMİŞ

Ersin TOZOĞLU 9 Mayıs 1991'de Tokat'ın Turhal ilçesinde doğdu. İlköğretim okulunu doğduğu ilçedeki Atatürk İlköğretim okulunda okudu. Lise öğrenimi Tokat Anadolu Güzel Sanatlar lisesinde Resim bölümünü başarı ile bitirdikten sonra 2010 yılında Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi'nde Resim öğretmenliği bölümünü okudu ve ardından Haliç Üniversitesinde Fotoğraf ve Video ana sanat dalında Yüksek lisans a başladı.



