

T.C.
MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
FOTOĞRAF ANASANAT DALI
FOTOĞRAF PROGRAMI

**TÜRKİYE’DE BELGESEL FOTOĞRAFIN PROPAGANDA
AMAÇLI KULLANIMI**

Sanatta Yeterlik Tezi

Hazırlayan:
Mustafa Bilge SATKIN
[20066053]

Danışman:
Yrd. Doç. Çetin ERGAND

İSTANBUL - 2011

Mustafa Bilge SATKIN tarafından hazırlanan **Türkiye’de Belgesel Fotoğrafın Propaganda Amaçlı Kullanımı** adlı bu çalışma aşağıda adları yazılı jüri üyelerince Oybirliğiyle / Oyçokluğuyla Sanatta Yeterlik Tezi olarak Kabul Edilmiştir.

Kabul (Sınav) Tarihi : 23 / 06 / 2011

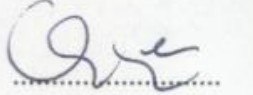
(Jüri Üyesinin Ünvanı , Adı , Soyadı ve Kurumu) :

İmzası :

Jüri Üyesi : Prof.Barbaros GÜRSEL (M.Ü.Öğr.Üy.)



Jüri Üyesi : Yrd.Doç.Çetin ERGAND (Danışman)



Jüri Üyesi : Yrd.Doç.Ozan BİLGİSEREN



Jüri Üyesi : Yrd.Doç.Seçkin TERCAN



Jüri Üyesi : Yrd.Doç.Oktay ÇOLAK (M.Ü.Öğr.Üy.)



İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ÖNSÖZ.....	V
ÖZET.....	VII
SUMMARY.....	IX
FOTOĞRAF LİSTESİ.....	XI
RESİM LİSTESİ.....	XV
GİRİŞ.....	1
1.BÖLÜM.....	7
1.1. PROPAGANDA.....	7
1.2. PROPAGANDANIN TANIMI.....	7
1.3. KURAMCILARA GÖRE ÇEŞİTLİ PROPAGANDA TANIMLAR.....	8
1.4. PROPAGANDANIN TARİHİ SEYRİ.....	12
1.4.1. Dünyada Propaganda.....	12
1.4.2. Türkiye’de Propaganda.....	21
1.5. PROPAGANDA TÜRLERİ.....	30
1.5.1. Alanı Bakımından Propaganda.....	30
1.5.1.1. İç Propaganda.....	30
1.5.1.2. Dış Propaganda.....	31
1.5.2. Kapsamı Bakımından Propaganda.....	31
1.5.2.1. Genel Propaganda.....	31
1.5.2.2. Sınırlı (Lokal) Propaganda.....	32
1.5.2.3. Kişisel (Şahsi) Propaganda.....	32
1.5.3.Yöntemine Göre Propaganda.....	32
1.5.3.1. Beyaz veya Açık Propaganda.....	33
1.5.3.2 .Kara veya Sinsi Propaganda.....	33
1.5.3.3. Gri veya Bulanık Propaganda	35
1.5.4. Konusu Bakımından Propaganda.....	36
1.5.4.1. Siyasal veya Politik Propaganda	36
1.5.4.2. Toplumsal veya Sosyolojik Propaganda.....	37
1.5.4.3. Ekonomik Propaganda.....	39

	<u>Sayfa No</u>
1.5.4.4. Kültürel Propaganda.....	39
1.5.4.5. Askeri Propaganda.....	40
1.5.5. Amacına Göre Propaganda.....	40
1.5.5.1. Destek Propaganda	40
1.5.5.2. Karşı (Alternatif) Propaganda.....	40
1.5.6. Diğer Propaganda Çeşitleri.....	44
1.5.6.1. Dikey ve Yatay Propaganda	44
1.5.6.2. Kışkırtıcı ve Bütünleştirici Propaganda.....	45
1.5.6.3. Akılcı ve Duygusal Propaganda.....	47
1.6. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE PROPAGANDA.....	48
1.6.1. Kitle İletişim Araçları.....	49
1.6.1.1. Yazılı-Basılı Araçlar.....	49
1.6.1.1.1. Gazeteler	50
1.6.1.1.2. Dergiler	51
1.6.1.1.3. Kitaplar.....	53
1.6.1.1.4. Karikatürler , Afişler ve Grafikler.....	54
1.6.1.2. İşitsel ve Görsel Araçlar	57
1.6.1.2.1. Radyo	58
1.6.1.2.2. Televizyon	60
1.6.1.3. İnteraktif Araçlar	62
1.6.1.3.1. İnternet.....	62
1.6.1.3.2. Elektronik Haberleşme (E-Posta):.....	64
1.6.1.3.3. Diğer İnteraktif Araçlar:	64
1.6.1.3.4. Web Sayfaları:.....	65
1.6.1.4. Sanatsal Araçlar.....	66
1.6.1.4.1. Fotoğraf	67
1.6.1.4.2. Sinema (Film)	69
1.6.1.4.3. Resim.....	72
1.6.1.4.4. Heykel	74
1.6.1.4.5. Mimari	76
1.7. PROPAGANDANIN AMAÇLARI ve ETKİNLİĞİ	77
1.8. PROPAGANDA TEKNİKLERİ ve TAKTİKLERİ	81

	<u>Sayfa No</u>
2. BÖLÜM.....	86
2.1. FOTOĞRAF VE PROPAGANDA.....	86
2.2. FOTOĞRAF VE GERÇEKLİK	87
2.3. İDEOLOJİ ve GERÇEKLİK.....	91
2.4. FOTOĞRAFIN BELGECİLİĞİ	94
2.5. PROPAGANDA ARACI OLARAK FOTOĞRAF.....	101
2.5.1. Fotoğrafın Propaganda Amaçlı Kullanılmasına Yerli Bir Örnek “Yıldız Albümleri”	105
2.6. FOTOĞRAFIN SAVAŞLARDA PROPAGANDA AMAÇLI KULLANIMI	108
2.6.1. Fotoğrafın Savaşlarda Propaganda Amaçlı Kullanılmasına Bir Örnek: Çanakkale Savaşı	113
2.6.2. Liderlerin Porte Fotoğraflarının Propaganda Amaçlı Kullanımı	116
2.7. HABER FOTOĞRAFI	124
2.7.1. Haber Fotoğrafının Gerçekliği.....	126
2.7.2. Haber Fotoğrafı Nasıl Olmalı?.....	127
2.7.3. Haber fotoğrafında Etik	129
2.8. BELGESEL FOTOĞRAF	132
2.8.1. Belge ve Belgesel Kavramları	133
2.8.2. Belgesel Fotoğraf ve Belgesel Fotoğrafta Gerçeklik Sunumu	134
2.8.3. Belgesel Fotoğrafçılığın Amacı, İşlevi ve İlkeleri	141
2.8.4. Belgesel Fotoğrafçılıkta Etik.....	145
2.8.5. Belgesel Fotoğraf ve Haber Fotoğrafının Farkları	149
2.9. BELGESEL FOTOĞRAF VE HABER FOTOĞRAFININ ORTAK ALANI FOTO RÖPORTAJ (PHOTO ESSAY)	151
2.10. BELGESEL FOTOĞRAFIN TARİHSEL GELİŞİMİ	158
2.10.1. Belgesel Fotoğrafın Dünyadaki Tarihsel Gelişimi ve Bazı Belgesel Fotoğrafçılar	158
2.10.2. Belgesel Fotoğrafın Türkiye'deki Tarihsel Gelişimi	164
2.11. TOPLUMSAL ELEŞTİRİ ARACI OLARAK SOSYAL BELGESEL FOTOĞRAF ANLAYIŞI.....	171
2.11.1. Sosyal Belgesel Fotoğrafın Amacı.....	174
2.12. TARİHTE ÜNLÜ BELGESEL ve SOSYAL BELGESEL FOTOĞRAF KURULUŞLARI	178

	<u>Sayfa No</u>
2.12.1. Der Arbeiter Fotograf: İşçi Fotoğrafı.....	178
2.12.2. FSA (Farm Security Administration/Çiftlik Güvenliği İdaresi)	181
2.12.3. Photo League –Photo Notes (Fotoğraf Birliği-Fotoğraf Notları).....	184
2.12.4. Magnum Fotoğraf Ajansı	186
2.13.SAYISAL TEKNOLOJİLERİN GELİŞMESİYLE BELGESEL	
FOTOĞRAFÇILIĞIN YENİDEN TANIMLANMASI.....	190
2.14. BELGESEL FOTOĞRAFTA MANİPÜLASYON.....	195
2.14.1. Kavram Olarak Manipülasyon	195
2.14.2. Foto – Manipülasyon.....	196
2.14.3. Genel olarak Fotoğrafta Manipülasyon Yöntem ve Uygulamaları.....	201
2.14.4. Fotomontaj ve Fotomontaj teknikleri.....	207
2.14.5. Fotomontajın Propaganda Aracı Olarak Kullanılması	209
2.14.6.1. Berlin Dadaistleri	209
2.14.6.2. Rus Konstrüktivistleri	211
2.14.6.3. Dadaistlerle Konstrüktivistlerin Temel Farklılıkları.....	212
3. BÖLÜM.....	214
3.1. FOTOĞRAF YORUMLAMADA YÖNTEM.....	214
3.1.1. Betimsel Bilgi.....	215
3.1.2. Yorumlama.....	215
3.1.3. Bağlamlar.....	216
3.2. ÖRNEK FOTOĞRAFLAR VE BU FOTOĞRAFLARIN	
PROPAGANDACI TAVRININ YORUMU	219
3.3. PROPAGANDA FOTOĞRAFLARININ MECRALARI.....	256
4. SONUÇ	264
5. KAYNAKLAR.....	271
6. ÖZGEÇMİŞ.....	281

ÖNSÖZ

Fotoğraf makinesi, insanın yaratıcı gücünün önemli bir ürünüdür. Bulunuşundan günümüze kadar bu sihirli kutu, bireyleri daima kendine çekmiştir. Bu sihirli kutudan ortaya çıkan fotoğraf ise adeta bir fenomendir. Fenomendir, çünkü, dünyada yaşadığımız anlar, bellekte bir süre tutulduktan sonra, geri plana itilir; hatta unutulur, eskilerin deyişi ile ‘mazi’ olur. Oysa o anları belgeleyen fotoğraf, yaşadıklarımızı bize tekrar yaşatır. Bize hatırlama zevki verir. Uzun yıllar sonra o görüntülere tekrar baktığımızda, fotoğrafın bize anlattıkları daha da farklılaşır. Yaşanmış geçmişin özlemi ile karışık hüznü verir. Dünyanın neresinde olursa olsun bu böyledir.

Fotoğrafın yaşamımızdaki etkisi, toplumsal boyutta ele alındığında daha da büyük olur. Özellikle 20. Yüzyılın ilk yarısında, toplumsal eleştiri aracı olarak kullanılmasıyla birlikte fotoğraf, salt toplumsal gerçekleri görüntüleme aracı olarak değil, yöneticileri, acı çeken kitlelerin sorunlarını çözüme zorlayan, pozitif baskı aracı haline gelir. Totaliter yönetimlerde iş yerlerine ve meydanlara asılan lider portreleri, halklarını ‘gözüm üstünüzde’ der gibi denetlerken, savaş cephelerinden gelen görüntüler, savaşın dehşetini, vahşetini geniş kitlelere yansıtarak; sömürge savaşı yapanları zor durumda bırakır.

Günümüzde fotoğraf üretimi ve kullanımı kolaylaşmıştır. Eline fotoğraf makinesi alan veya cep telefonunda fotoğraf çekme sistemi bulunan pek çok kişi fotoğraf çekmektedir. Bu durum, görüntü kalitesinin azalmasına yol açarken, fotoğraf kullanımının yaygınlaşmasına neden olmakta; fotoğrafı görsel kültürün bir parçası, haline getirmektedir. Her sanat dalında olduğu gibi, fotoğraf alanında da amatörler, işin uzmanı olan kişiler veya sanatçılar tarafından üretilen çalışmaların değerinin belirlenmesinde önemli rol oynarlar.

Şu bir gerçektir ki; fotoğraf, sanatsal yanı ağır basan bir sevgi ve sorumluluk işidir. İster kişisel, ister toplumsal boyutta kullanılsın, fotoğraf, gelecek yüzyıllarda da insanları etkilemeye devam edecektir.

Çalışmalarında benden yardımını esirgemeyen, verdiği bilgiler, yol göstermeler ve yerinde yaptığı uyarılarla tezin oluşumunda büyük emeği geçen hocam, Yrd. Doç. Çetin Ergand'a, değerli arkadaşım Serkan Dora ve Hüseyin Yılmaz'a, yine tez çalışmalarım sırasında gösterdikleri sabır ve anlayıştan dolayı değerli eşime ve aileme, sonsuz teşekkürü bir borç bilirim.

Mustafa Bilge SATKIN

İstanbul-2011

ÖZET

Mustafa Bilge Satkın

(Türkiye’de Belgesel Fotoğrafın Propaganda Amaçlı Kullanımı)

Propaganda, kişilerin ve kitlelerin, düşünce, davranış, inanç, değer ve tutumlarını etki altına almak için, iletişim araçları yardımıyla yapılan yönlendirmelerdir. Propaganda kullanımının geçmişi çok eskilere dayanır. İnsanlar, tarihsel süreçte, -dönemlerinin var olan propaganda araçları ile - kitleleri ikna etmek, onlarda istedikleri davranış biçimlerini oluşturmak için büyük çaba sarf etmişlerdir. Tarihte, propagandadan yararlananlar daha çok iktidarlar iken, günümüzde, başta yönetimler, sivil toplum örgütleri, muhalefet grupları gibi siyasal, ekonomik ve kültürel amaçlı kurum ve kuruluşlar propagandanın işlevinden yararlanmaktadır.

Tarihte propaganda araçları, statü ve üstünlük göstergesi olan kılık kıyafetten, büyük mimari yapılara, resim ve heykelden, basılı ve görsel iletişim araçlarına doğru giderek artan ve çeşitlenen bir ivme ile sürekli gelişim göstermiştir. Günümüzde, propaganda araçları içinde, kitle iletilim araçlarının tartışılmaz bir üstünlüğü göze çarpmaktadır.

Görselliğin ön plana çıktığı 19.ve 20. yüzyılda, fotoğraf, en etkili propaganda araçlarından biri olmuştur. Bunun en önemli nedeni, fotoğrafın “o anda” yaşanan gerçekliği yansıttığı konusunda kitlelerde bir algının oluşmasıdır. Bu yönüyle fotoğraf, hem bir kanıt, hem de bir belge olarak propaganda tarihinde oldukça sık kullanılmış; sonuçta, belgesel fotoğraf adıyla yeni bir tarz ortaya çıkmıştır. Belgesel fotoğraflar, yazılı basın araçlarında, özellikle gazetelerde, geniş bir kullanım alanı bulmuş; fotoğraf ile haber birleşmiş; böylece, yayın organları büyük satış rakamlarına ulaşmıştır.

Kamuoyunu etkileme gücünün geniş kitleler tarafından kabul edilmesiyle birlikte fotoğraf, özellikle 20. yüzyılın başından itibaren toplumsal bir eleştiri aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Artık, fotoğrafçının amacı, salt belgelemek değil, çektiği fotoğraflar aracılığıyla toplumdaki aksaklıkları ortaya koymak ve bu konuda

ilgililerin dikkatini çekmek; çözüm üretmektir. Sosyal Belgesel adı verilen bu belgesel türünde, etkili fotoğraf birlikleri kurulmuş, dünyaca ünlü fotoğrafçılar yetişmiştir. Bu türün en iyi örneklerini, ABD’de Çiftlik Güvenliği İdaresi (FSA) ve Fotoğraf Birliği (Photo League) mensubu fotoğrafçılar ile Rus Konstrüktivist ve Alman Dadaist fotomontaj sanatçıları vermiştir.

Günümüzde, görüntülerin bilgisayar ortamına alındıktan sonra istendiği gibi değiştirilmesi sonucunda, belgesel fotoğrafların gerçekliği üzerinde kuşkular oluşmuştur. Bu bağlamda, sayısal teknolojilerin belgesel fotoğrafta kullanılmasıyla, fotografik gerçeğin ortadan kalktığı, kurgulanmış bir gerçeğin ortaya çıktığı görüşü yaygınlaşmıştır.

ANAHTAR KELİMELELER: Propaganda, fotoğraf, belgesel fotoğraf, sayısal teknoloji

SUMMARY

Mustafa Bilge Satkın

(THE USAGE OF DOCUMENTARY PHOTOGRAPHY AS PROPAGANDA TOOL IN TURKEY)

Propaganda is the direction made with the aid of media in order to influence the thoughts, behaviors, beliefs, values and attitudes of individuals and masses. The history of the use of propaganda goes back a long way. Within the historical process, people have put forth great efforts to convince the masses and to have them adopt particular behavioral patterns, by means of the propaganda tools available in their eras. While throughout the history it had been mostly the governments utilizing propaganda, today politics, economics and culture-oriented institutions and organizations such as administrations, non-governmental organizations and opposition groups make use of the functions of propaganda.

The instruments of propaganda have made a continuous progress throughout the history, with an ever-diversifying and increasing momentum from appearance, as the indicator of status and superiority, to grand architectural structures, from painting and sculpture to printed and visual media. As for today, the indisputable high ground possessed by mass media among the other tools of propaganda is prominent.

In the 19th and 20th centuries, when visuality had become prominent, photography has been the most effective tool of propaganda. The most important reason for this was the formation of a perception in the masses, pointing out that photography reflects the reality experienced "at the precise moment". With this aspect, photography has been used in the history of propaganda both as a proof and a document, and this has eventually led to the emergence of a new style called documentary photography. Photographs of documentary quality have been widely used in the instruments of printed media and particularly in newspapers, photographs have been integrated with the news and thus media organs have achieved high sales figures.

With the masses' acknowledgment of its power to influence the public opinion, photography has started to be used as an instrument of social criticism, particularly since the early 20th Century. Today, the purpose of photographers is not solely to document things but to unfold the inconveniences of the society, to draw the attention of the concerned parties to such matters and to create solutions with the photographs they shoot. In this type of documentary named as Social Documentary, active photography unions have been established and worldwide known photographers have been raised. The best examples of this type have been put forth by the member photographers of the Farm Security Administration and Photo League in the U.S.A., and the Russian Constructivist and German Dadaist photomontage artists.

With the possibility of computerizing and then editing and changing photographs as one wills, nowadays there are suspicions regarding the authenticity of documentary photographs. In this context, the opinion that the photographic reality no longer exists and instead, a fictionalized reality is brought forth with the involvement of digital technologies in documentary photography has become widespread.

KEYWORDS: Propaganda, photograph, documentary photography, digital technology

FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

Sayfa No

Fotoğraf 1.1 Joseph Goebbels, Berlin, 1933	18
Fotoğraf 1.2 Kasım 1943, El Hüseyin,	19
Fotoğraf 1.3 Aralık 1941, Hitle ve El Hüseyin	19
Fotoğraf 1.4 1 Eylül 1925, Şapka Devrimi	23
Fotoğraf 1.5 14 Şubat 1940 Cumhuriyet Gazetesi	24
Fotoğraf 1.6 Cumhuriyet Gazetesi, 8 Nisan 1945	25
Fotoğraf 1.7 24Aralık 1963, Anonim	28
Fotoğraf 1.8 28 Temmuz 1974, Anonim	28
Fotoğraf 1.9 6 Eylül 1955, İstanbul Ekspres Gazetesi	34
Fotoğraf 1.10 1955,Taksim’de yağmalanan dükkânlar	34
Fotoğraf 1.11 1955, Yağmayı önlemeye çalışan askerler	34
Fotoğraf 1.12 Hitler ve arkasındaki gençlik	41
Fotoğraf 1.13 Heartfield, Ekim 1932,	41
Fotoğraf 1.14 Ağustos 1937, LaTurquie Kamaliste	52
Fotoğraf 1.15 1935, LaTurquie Kamaliste, sayı 8	52
Fotoğraf 1.16 2003, Ebu Garip Cezaevi, Anonim	68
Fotoğraf 1.17 2003, Ebu Garip Cezaevi, Anonim	68
Fotoğraf 1.18 1933, Sergey Yutkevich - Lev Oskarovich,	71
Fotoğraf 1.19 1937, Josef Thorak , Fotoğraf: Çetin Ergand	75
Fotoğraf 1.20 1934-1935, A. Hanak, J. Thorak, Fotoğraf: Çetin Ergand	75
Fotoğraf 1.21 1661, Versailles Sarayı	76
Fotoğraf 2.1 1969, Eddie Adams	96
Fotoğraf 2.2 1936, Robert Capa	97
Fotoğraf 2.3 Haziran 1863, Timothy H. O'Sullivan	98
Fotoğraf 2.4 Anonim, İtfaiyeciler	106
Fotoğraf 2.5 1895, Ali Sami, Dalgıçlar	106
Fotoğraf 2.6 1855, Kırım Savaşı Roger Fenton,	108
Fotoğraf 2.7 1855, Balaklava, Roger Fenton	108

Fotoğraf 2.8 1972, Nick Ut	109
Fotoğraf 2.9 Anonim, 2. Körfez Savaşı	112
Fotoğraf 2.10 Esir Osmanlı askerleri	114
Fotoğraf 2.11 Anonim, 1. Dünya Savaşı	115
Fotoğraf 2.12 Anonim, 1. Dünya Savaşı	115
Fotoğraf 2.13 1915, Anonim, 1. Dünya Savaşı	116
Fotoğraf 2.14 Anonim, Enver Paşa,	116
Fotoğraf 2.15 Anonim, Adnan Menderes	116
Fotoğraf 2.16 Cemal Işıksel, Mustafa Kemal Atatürk	117
Fotoğraf 2.17 Bülent Ecevit	117
Fotoğraf 2.18 Adolf Hitler, Heinrich Hoffmann	118
Fotoğraf 2.19 22 Mayıs 1932, Mussolini	118
Fotoğraf 2.20 Adolf Hitler, Fotoğraf: Heinrich Hoffmann	119
Fotoğraf 2.21 Adolf Hitler, Fotoğraf: Heinrich Hoffmann	119
Fotoğraf 2.22 Bill Clinton, Erkan bebek	120
Fotoğraf 2.23 Anonim, Barack Obama	121
Fotoğraf 2.24 Adolf Hitler, Heinrich Hoffmann	121
Fotoğraf.2.25 1876, Sultan Abdülaziz tahttan indirildikten sonra karakolda	123
Fotoğraf.2.26 1961, Menderes ve genç subaylar	124
Fotoğraf.2.27 1845, Newheaven, İskoç balıkçı köyü	159
Fotoğraf 2.28 1855, Ömer Paşa, Fenton	165
Fotoğraf 2.29 1936, Dorothea Lange	176
Fotoğraf 2.30 1931 "Der-Arbeiter-Fotoğraf"	180
Fotoğraf 2.31 1971, Eugene Smith, Japon Balıkçıları,	189
Fotoğraf 2.32 1984, Steve McCurry, Afgan Kızı	189
Fotoğraf 2.33 2003, Bagdad, Simon Norfolk	193
Fotoğraf 2.34 2003, Irak, Erhan Sevenler	193
Fotoğraf 2.35 1957, Ara Güler, Orient expres	197
Fotoğraf 2.36 1957, Ara Güler, Orient expres	197
Fotoğraf 2.37 Anonim, 1. Körfez Savaşı	204
Fotoğraf 2.38 1936, Arthur Rothstein, Güney Dakota	205
Fotoğraf 2.39 1935 - 1936, Walker Evans	205

Fotoğraf 2.40	2003, Anonim, Akp Manisa Mitingi	206
Fotoğraf 2.41	1924, Mieczyslaw Szczuka, Kemal'in İnşaa Programı	208
Fotoğraf 2.42	1932 "Yalanın bacakları kısadır", Heartfield	210
Fotoğraf 2.43	1929, El Lissitzky	212
Fotoğraf 3.1	1915 Harb Mecmuası	219
Fotoğraf 3.2	Atatürk, Anonim	221
Fotoğraf 3.3	Atatürk, Anonim	222
Fotoğraf 3.4	7 Temmuz 1935, Atatürk Anonim	223
Fotoğraf 3.5	1929, Atatürk, Anonim	223
Fotoğraf 3.6	1936 ,Othmar Pferschy	224
Fotoğraf 3.7	1945, Joe Rosenthal, " Hirojima"	226
Fotoğraf 3.8	1950, Anonim, Kore savaşı	226
Fotoğraf 3.9	1954, Menderes, Seçim meydanı	228
Fotoğraf 3.10	2010, Menderes Kitap kapağı	228
Fotoğraf 3.11	Menderes Portresi	230
Fotoğraf 3.12	2007, Menderes Kitap Kapağı	230
Fotoğraf 3.13	Şubat 1958, Menderes, Time Dergisi Kapağı	231
Fotoğraf 3.14	Menderes Kartpostalı	231
Fotoğraf 3.15	1970, Süleyman Demirel bir mitingde, Anonim	232
Fotoğraf 3.16	1987, Süleyman Demirel mitingde, Fotoğraf: Erdoğan Köseoğlu	233
Fotoğraf 3.17	1991, Süleyman Demirel, Halkın arasında, Anonim	234
Fotoğraf 3.18	1974, Kıbrıs Barış harekatı, Anonim	235
Fotoğraf 3.19	Fotoğraf: Ozan Sağdıç, Anıtkabir	237
Fotoğraf 3.20	1980, Kenan Evren ve çocuk sevgisi, Anonim	239
Fotoğraf 3.21	1982, Kenan Evren sınıfta	240
Fotoğraf 3.22	08.08.1982, Kenan Evren vatandaşa el öptürüyor.	241
Fotoğraf 3.23	Turgut Özal, Çalışırken, Anonim	242
Fotoğraf 3.24	Turgut Özal, Yurt gezisi, Anonim	242
Fotoğraf 3.25	Fotoğraf: Erol Atar, Turgut Özal ve Semra Özal	242
Fotoğraf 3.26	Tansu Çiller, Anonim	244
Fotoğraf 3.27	1996, Tansu Çiller, Yurt Gezisinde, Anonim	245
Fotoğraf 3.28	22.01.1998, Milliyet, Sayfa 1, Anonim	246

Fotoğraf 3.29 DYP Genel Başkanı, Tansu Çiller, Anonim	247
Fotoğraf 3.30 17 Kasım 1999, Hürriyet, Bill Clinton	249
Fotoğraf 3.31 Vatan Gazetesi, 17 Temmuz 2010, Recep Tayyip Erdoğan	250
Fotoğraf 3.32 Yeni Şafak Gazetesi, 19 Eylül 2009, Recep Tayyip Erdoğan	251
Fotoğraf 3.33 2004 , George W. Bush, İstanbul, Fotoğraf, RIZA ÖZEL , AA.	252
Fotoğraf 3.34 2008, Bursa Ulu Camii, Kraliçe II. Elizabeth, Fotoğraf, Rıza Özel	254
Fotoğraf 3.35 2010, Kraliçe II. Elizabeth	255
Fotoğraf 3.36 Haziran 1896, Malumat	257
Fotoğraf 3.37 Haziran 1896, Malumat	257
Fotoğraf 3.38 Haziran 1896, Malumat	257
Fotoğraf 3.39 Harp Mecmuası, Şubat 1916, sayı 4	258
Fotoğraf 3.40 1915 ,The Ironwood Times, Enver Paşa	259
Fotoğraf 3.41 1915 ,Anonim	259
Fotoğraf 3.42 Kartpostal, Enver Paşa	259
Fotoğraf 3.43 1924 , Atatürk, Foto: Esat Nedim Tengizman	260
Fotoğraf 3.44 1927, Time Dergisi Kapak	260
Fotoğraf 3.45 1963, Arjantin Pul	261
Fotoğraf 3.46 1998, Türkiye Pulu	261
Fotoğraf 3.47 1940’larda kullanılan, İnönü fotoğrafı banknot	261
Fotoğraf 3.48 Anonim, İsmet İnönü	261
Fotoğraf 3.49 Fotoğraflarla Türkiye Albümü	262
Fotoğraf 3.50 Fotoğraflarla Türkiye Albümü	262
Fotoğraf 3.51 1996, Tansu Çiller, Yurt Gezisinde, Anonim	263
Fotoğraf 3.52 06.04.1998, Milliyet sayfa.16	263
Fotoğraf 3.53 17.06.2010	263

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1.1 1950, Selçuk Milar	26
Resim 1.2 1950, “CHP seçim afişi”, Anonim	27
Resim 1.3 1917, James Montgomery Flagg	55
Resim 1.4 1914, Anonim	56
Resim 1.5 1937 “Guernica” Pablo Picasso	73

GİRİŞ

Çalışmanın Amacı

Tarihsel süreçte ve günümüzde, iktidarların, muhalefetin, toplumsal amaçlı örgütlerin, hatta bireylerin sıklıkla baş vurduğu propaganda; belli ideolojilerin ve davranış biçimlerinin benimsetilmesi ya da düşüncelerin onaylatılması için kitlelere ulaşmayı hedefler. Ülkemizde propaganda konusunda yapılan çalışmalar, propagandanın daha çok siyasal alandaki etkileri üzerinedir. Onun için çalışmamda, propagandanın bütün unsurlarını, etkili propaganda yöntemlerini, propaganda ve kitle iletişim araçlarını ayrıntılı olarak tanıtmaya amaçlanmıştır. Şüphesiz, bu araçlar içinde, görselliği ön plana çıkarması, bir belge ve kanıt olması, izleyenlerin belleklerinde daha derin iz bırakmasıyla fotoğraf; diğer propaganda türlerine göre öncelik taşımaktadır. Bu nedenle, çalışmamda, propaganda araçları içinde, ‘belgesel fotoğraf ve propaganda’ ilişkisine ağırlık verilmiştir.

Görüntü üzerinden biçimlenen simge ve sembollerle gerçekliği pekiştirmesi ve inandırıcılığı arttırması nedeniyle fotoğraf; dünya ve ülkemiz propaganda tarihinde, oldukça sık kullanılmıştır. Durum böyle olmasına rağmen, ülkemizde ‘belgesel fotoğraf türlerinin tarihsel süreçte propaganda amaçlı kullanılması’ konusunda yapılan kapsamlı bir çalışmayla karşılaşılmamıştır. Fotoğraf türleri içinde belgesel fotoğrafın etkin propaganda yapmada, kitleleri etkileme ve gerekli mesajı vermede, hem tarihi bir belge; hem de sistemli bir propaganda aracı olduğu bilindiği için, çalışmada, haber fotoğrafından, belgesel fotoğrafa, sosyal belgesel fotoğraftan, fotoröportaja kadar ‘belgeci fotoğraf’ın bütün türlerinde, bilgi aktararak o türlerin baş yapıtı sayılan örnek fotoğraflar sunma amaçlanmıştır.

Fotoğrafta sayısal teknoloji kullanımının yaygınlaşması, bizi ister istemez belgesel fotoğrafla sayısal teknoloji ilişkilerini saptamaya yöneltmiştir. Bu konuda yapılan çalışmaların son derece kısıtlı olmasından ötürü, ana hatlarıyla, sayısal teknolojilerin belgesel fotoğraf üzerindeki etkilerini saptama da hedeflenmiştir.

Çalışmamda, yazılı basında ve sanal ortamlarda kullanılan etkili propaganda fotoğrafı örneklerinden bazılarını tespit edip, tezin içine alarak; bunlardaki propagandacı tavrı belirlemeye, verdikleri mesajları anlamaya ve anlatmaya çalışılmış; bunun için ülkemizde, son yüz yıllık dönemde kullanılmış propaganda fotoğraflarından ve bunların bazılarının mecralarından söz ederek, örnekler verilerek, konunun görsel yönden pekişmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda, çalışmamın, ‘belgesel fotoğraf ve propaganda’ konusunda araştırma yapacak olanlara bir nebze ışık tutması beni mutlu edecektir.

Çalışmanın Kapsamı

Fotoğrafın propaganda aracı olarak kullanılmasının, propaganda ile doğrudan ilişkisi olması nedeniyle, çalışmamın 1. Bölüm’ü “genel olarak propaganda”ya ayrılmıştır. Propaganda konusunda yazılmış eserler ve bilimsel çalışmalar incelenmiş; bu çalışmalarda, daha çok siyasal propaganda konusuna ağırlık verildiği, propagandayı genel çerçevede, bütün yönleriyle ele alan çalışmaların yeterli olmadığı saptanınca, çalışmamın ikinci ve üçüncü bölümlerinde kapsamlı olarak incelediğim “fotoğrafın propagandacı tavrı”nın anlaşılmasını kolaylaştırması için, genel propaganda bilgilerini, biraz kapsamlı olarak vermek uygun görülmüştür.

Çalışmamın 1. Bölüm’ünde, kuramcılarının farklı propaganda tanımlamalarına ve görüşlerine yer verip, propaganda türlerine ve propagandanın tarihsel sürecine değinilmiştir. Propaganda ve kitle iletişim araçlarından; yazılı basın araçları: (gazeteler, dergiler, kitaplar, karikatürler, afişler ve grafikler), işitsel ve görsel araçlar: (radyo, televizyon), sanatsal araçlar: (fotoğraf, sinema, resim, heykel, mimarî) gibi ayrı başlıklarda bilgiler verilmiş ve konuyu zenginleştirmek için uygun görsel öğelerden yararlanılmıştır. Bu bölümün sonlarında, propagandanın amaçları, etkili ve başarılı propaganda yapmanın yolları, propagandanın teknik ve stratejileri konusunda bilgiler verilmiştir.

Çalışmanın 2. Bölüm'ünde, fotoğraf aracılığıyla yapılan propagandadan, özellikle, bütün yönleri ve türleriyle belgesel fotoğraftan söz edilmektedir.

Bilindiği gibi fotoğraf, 1839 yılında bulunuşundan bu yana, estetik anlatım tarzıyla, doğanın ve yaşamın gerçekliklerini aktarmada önemli bir işlev üstlenmiştir. Bu nedenle fotoğraf, günümüze kadar, eğitim, politika, kültür ve sanat alanlarında önemli bir aktarıcı; gerçekleri görme ve gösterme aracı olarak kabul edilmiştir. Yaşanan an'ın gerçekliğini ve geçmişin belleklerde, belgelerde, anılarda kalan öykülerini aktaran fotoğraf, bu yönleriyle yüzyıllar boyu an'ları belgelemekte, bunları kalıcı kılmaktadır.

Fotoğrafın bulunuşuyla birlikte, görsel yönden bilgi edinme çağı başlamıştır, diyebiliriz. Tarihi boyunca fotoğraf, bilgi edinmenin yanında, gerçeklikle kurduğu ilişki kapsamında, gerek toplumların, gerekse bireylerin yaşamında belge olma görevi üstlenmiştir. Bu nedenle, tarihsel süreçte ve günümüzde, yönetimler, sivil toplum örgütleri, muhalefet grupları, fotoğrafla propaganda yapmaya daha çok önem vermişlerdir. Fotoğrafın etkili bir propaganda aracı olduğunu, öncelikle keşfedenler, siyasal yönetimler olmuştur. 20. yüzyılın ilk yarısında örneklerini görmeye başladığımız belgesel fotoğrafçılık, toplumsal konuları işlemesi ve kamuoyuna iletecek bir mesajının olması nedeniyle kısa sürede yaygınlaşmıştır. Bu kullanımın dünyadaki en iyi örneklerini, Amerika'da, Tarım Çiftliği Örgütü, Fotoğraf Birliği, Avrupa'da, Rus Konstrüktivistleri ve Alman Dada fotomontajları, ülkemizde ise, İkinci Abdülhamit döneminde oluşturulan 'Yıldız Albümleri', 1932'de kurulan Halkevleri, 1970'li yıllarda, ideolojik yayın yapan AFSAD (Ankara Fotoğraf Sanatçıları Derneği) Fotoğraf Dergisi mensupları vermiştir.

Fotoğrafın, özellikle, belgesel fotoğrafın, belge olması ve gerçeği yansıtması konusundaki görüşler, 20. yüzyıl ortalarından itibaren değişmeye başlamıştır. Öncelikle belgesel fotoğrafta, fotoğrafçının seçim ve yorum hakkının bulunması nedeniyle, gerçekliğin tamamen nesnel olarak aktarılmasının olanaklı olamayacağı ileri sürülmüş; sayısal teknolojilerin yaygınlaşması ile birlikte fotoğrafın gerçekliği

bire bir yansıttığı iddiaları yıkılarak, sayısal fotoğrafçılıkla birlikte fotografik gerçeklik tartışması yeni bir boyut kazanmıştır. Sayısal fotoğraf teknolojilerinde fotoğrafa müdahale etmenin daha kolay ve hızlı olması, manipülasyon ve fotomontaj uygulamalarının kolaylaşması, belgesel fotoğraflarda, ‘gerçekliğin yeniden üretilerek değiştirildiği’ konusunu gündeme getirmiş; sayısal fotoğrafçılıktaki değişimler ile birlikte bu durum, gerçeklik olgusunun yeniden ele alınmasını gerektirmiştir. Bu nedenle çalışmanın 2. Bölüm’ünde, ‘fotoğrafın gerçekliği ve yeniden tanımlanması’ konusu üzerinde de bilgi verilmiş; belgesel fotoğrafla yakın ilişkisi nedeniyle haber fotoğrafı, belgesel fotoğraflarda gerçekliğin sunumu, belgesel fotoğrafın belge ve kanıt olma özelliği, sosyal belgesel fotoğraf anlayışı, fotoröportaj konuları incelenerek, belgesel fotoğrafla ilgili türler hakkında kapsamlı bilgiler aktarılmıştır. Bu bölümün devamında, dünyada ve Türkiye’de geçmişten günümüze belgesel fotoğrafın tarihi, alanlarında isim yapmış ünlü belgesel fotoğrafçılar, onların baş yapıtları, fotoğraf tarihi içinde klâsikleşen eserleri örnekler verilerek işlenmiştir. Sayısal teknolojilerin fotoğrafta kullanılmasıyla değişen belgesel fotoğrafın konumunu belirlemek için, “Sayısal Teknolojilerin Gelişmesiyle Belgesel Fotoğrafçılığın Yeniden Tanımlanması” başlığı altında bazı bilgiler verilip, belgesel fotoğrafta, biçim veya içerik bağlamında manipülasyondan ve manipülasyon tekniklerinden söz edilmiş; bu yolla, yeni bir alan olduğu için üzerinde fazla çalışma yapılmamış olan “sayısal teknolojiler bağlamında yeni belgesel fotoğraf anlayışı” ile ilgili – fazla ayrıntılı olmasa da – bilgiler aktarılmıştır.

Çalışmamın 3. Bölüm’ünde, ülkemiz basını ağırlıklı olmak üzere, tarihin değişik dönemlerinde propaganda amacıyla çekilmiş veya kullanılmış fotoğraf örneklerine ve bunları yorumlamaya ve - saptayabildiğim kadarıyla - mecralarına değinilmiştir. Bu bölümde kullandığım fotoğraf örnekleriyle, İkinci Abdülhamit dönemindeki propaganda fotoğraflarından, 2000’li yıllarda kullanılanlara kadar, yüz yıldan fazla bir süreyi içine alan genişçe bir dönem yansıtılmaya çalışılmıştır. Bu fotoğrafların propagandacı tavrı okunurken, fotoğrafların yansıttığı ideolojiler geri

planda tutulmuş; genellikle, teknik okumaya ve fotoğrafların aktarmaya çalıştığı mesajları belirlemeye ağırlık verilmiştir.

Çalışmanın Yöntemi

Çalışmaya, öncelikle, “propaganda” konusunda yazılmış kitap, bilimsel eser (tezler) ve makaleleri taramakla başlanmıştır. Bu kaynak araştırmaları sonunda, Batıdaki eserlerden çevrilenler dahil, propaganda konusunda yazılmış kitapların kısıtlı ve dar kapsamlı olduğu; var olanların genellikle propagandanın bir yönünü (siyasal propagandayı) ele almış oldukları saptanmış; bu durum, bazı alıntılarımızın, genel propaganda konusunda çalışmış belli birkaç yazar ve eser etrafında yoğunlaşmasına neden olmuştur. Propaganda araçları konusunda bilgi aktarırken; görsel zenginlik oluşturmak ve konuyu pekiştirmek için konu başlıklarına uygun fotoğraf ve bazı görseller de (afiş örnekleri vs.) kullanılmıştır.

Çalışmamın belgesel fotoğraf ve propaganda bölümünde, eser ve kaynak taraması yapılırken, “propaganda” bölümündekiyle benzer durumlarla karşılaşmıştır. Yazılan eser sayısında bir çeşitlilik olmasına rağmen, bunların ‘genel olarak belgesel fotoğraf’ konusunda bilgi aktardıkları görülmüş; ‘belgesel fotoğraf türlerinin propaganda amaçlı kullanılması’ konusunda kapsamlı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bölümde, her ne kadar fazlaca kaynağa yer verildi ise de, bu kaynaklarda tekrarlanan bazı fotoğraf örnekleri dışında, yeni ve değişik fotoğraf bulmakta güçlük çekilmiş; 3. Bölüm’de, bu eksikliği, bir nebze de olsa gidermek ve konuyu daha iyi anlatmak için - bu konuda bir başlangıç olarak - örnek okuma ve yorumlarla, ülkemizde tarihsel süreçte kullanılan bazı propaganda fotoğrafları ile bunlardan bazılarının kullanım mecraları sunulmuştur. Bu fotoğrafların çoğu, arşivlerden, bazı günlük gazetelerin taranmasıyla elde edildi ise de, daha net görüntü elde edilmesi, fotoğraf okumada açık bir fikir vermesi ve teknik yeterlilik oluşturması açısından, bazı fotoğraflar, Foto Muhabirleri Derneği (FMD) ve internet ortamındaki sayısal gazete arşivlerinden alınmış; teknik okumalar ve yorumlar eşliğinde, bu fotoğraflardaki propagandacı tavır belirlenmeye çalışılmıştır. Seçilen

örnek fotoğraflar, betimsel bilgi, bağlamlar ve yorumlama başlıkları altında incelenmiş; betimsel bilgide, fotoğrafın konusu, konuyu aktarma aracı ve yöntemleri; yorumlamada; fotoğrafın çerçeve içindeki göstergeleri ve betimlenmiş nitelikler ile fotoğraf arasında anlam ilişkileri belirlenmiş; bağlamlar yönünden de fotoğrafın içinde bulunduğu ya da sunulduğu durum ortaya konmuştur.

1.BÖLÜM

1.1. PROPAGANDA

1.2 PROPAGANDANIN TANIMI

“Propaganda kelime olarak, Lâtince yaymak anlamına gelen “propagare” kelimesinden doğmuştur.”¹

Dilbilimde propaganda, “yaymak, ekmek,” kelimesi ile açıklanmasına rağmen; halk kitleleri arasında yaygın anlamı ile propaganda, bir olumsuzluk ifadesi olarak; “gerçeği saklamak ve değiştirmek” biçiminde anlaşılagelmiştir.

Tarihsel süreçte propaganda, çeşitli biçimlerde tanımlanmıştır. *Meydan Larousse*’de “Bir öğreti, düşünce, inancı ve benzerini başkalarına tanıtmak, benimsetmek amacını güden söz, yazı ve benzeri araçlarla gerçekleştirilen eylem.”² olarak tarif edilirken, *Büyük Sözlük*’te, propagandanın; “ Herhangi bir düşünceyi bir konuyu yaymak ve ondan yana olanları çoğaltmak için söz, yazı ya da başka araçlarla yapılan etki.”³ olarak tanımlandığını görmekteyiz. Değişik yazarlar tarafından çeşitli biçimlerde tanımlanan propagandanın tüm tanımlamalarında görülen ortak özellik; propagandanın en temel görevinin, insan düşüncelerini her türlü olanaktan yararlanarak etkilemek olduğudur. Propaganda yapılırken, kişinin serbest iradesini kullanarak bir karara varma yetisi büyük ölçüde etkilenir. Bireye verilmek istenen düşünce ve davranış biçimi, birey fark etmeden bilinçaltına yerleştirilir.

¹ *Büyük Larousse*, 9582

² *Meydan Larousse*, 298

³ *Büyük sözlük*, 1734

1.3 KURAMCILARA GÖRE ÇEŞİTLİ PROPAGANDA TANIMLARI

Propagandanın anlamı ve tanımlanması üzerindeki çalışmalar, 19. yüzyılın sonlarında ortaya çıkmıştır. Başlangıçta bu çalışmalar, propaganda teriminin kötü çağrışımlardan sıyırmaya ve olumlu anlama kavuşturmaya yöneliktir ve dar kapsamlıdır. Propaganda, işlevini arttırdıkça ve yaygın olarak kullanılmaya başlanınca, pek çok kuramcı, kavram kargaşasını gidermek ve bu konuda görüş beyan etmek için, propagandanın tüm işlevlerini kapsayacak tanımlamalara girişmiş; “geniş anlamda propaganda” tanımlamaları yapılmıştır. Bu tanımlamalar yapılırken çıkan tartışmalar sonucunda, onlarca eserden oluşan bibliyografyalar oluşmuştur. Bu tartışmalarda yer alan bazı kuramcıların görüşlerine değinerek, değişik propaganda tanımlarını ve görüşlerini vermeye çalışalım:

Propagandayı tanımlamak için yapılan kapsamlı çalışmalardan ilki Lasswell'in, *“Birinci Dünya Savaşında Propaganda Tekniği”* (*Propaganda Technique in the World War*) adlı eseridir. Lasswell'e göre propaganda "anlamalı semboller ya da öyküler, söylentiler, haberler, resimler ve toplumsal iletişimin diğer biçimleriyle düşüncelerinin denetimini ifade eder."⁴ Lasswell, geniş anlamda propagandayı da; "...daha geniş anlamıyla propaganda, sunumların yönlendirmesiyle insan eylemini etkileme tekniğidir. Söz konusu sunumlar sözlü, yazılı, resimsel ya da müziksel biçimde olabilir."⁵ şeklinde ifade etmeye çalışmıştır. Bu ifadelerden anlaşılıyor ki Lasswell; propagandayı, ilk tanımında, “düşüncelerin denetimi,” ikinci tanımında; . “insan eylemini etkileme tekniği” olarak nitelemiş; propagandanın asıl amacının insan eylemlerini etkilemek, düşünceyi pratiğe dönüştürmek olduğunu vurgulamıştır.

Bir başka tanımında Laswell, propagandayı; “sunumların manipülasyonu ile insan eylemlerini etkileme tekniği olarak görmekte; umarak girişilen bilinçli bir

⁴ Arsev BEKTAŞ, **Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi**, 150, Harold D. LASSWELL "Propaganda," eds. E.R.A. Seligman ve A. Johnson. *Encyclopaedia of the Social Sciences* (New York: MacMillan, 52'den alıntı.

⁵ BEKTAŞ, A.g.e. 150. LASSWELL , A.g.e. 22'den alıntı.

iletişim faaliyeti olarak”⁶ niteleyerek, manipölasyonu propagandanın önemli bir parçası olarak kabul etmektedir.

Leonard W. Doob; 1989 yılında yayımladığı bir makalesinde; “propagandanın, açık, net bir tanımının ne mümkün ne de arzu edilen bir şey olduğunu belirterek, toplum içindeki inanışlarla ilişkili konuların karmaşıklığı, zaman ve kültür farklılıkları yüzünden propagandanın çağdaş bir tanımını yapmayı reddetmiştir.”⁷ Doob, 1966 yılında yayımladığı “*Kamu Fikri ve Propaganda*” adlı kitabında, propagandayı kişilik ve davranış bilimleri çerçevesinde ele almaktadır. O’na göre propaganda, “...bir toplumda, belirli bir zamanda, kişilikleri etkilemeye ve bireylerin bilimsel olmayan ya da şüpheli değerler olarak kabul edilen amaçlara yönelik davranışlarının kontrol edilmesi için yapılan girişim”⁸ dir.

Doob'a göre; "maksatlı" ve "maksatsız" olmak üzere iki türlü propaganda söz konusudur. “Maksatlı propaganda, ilgili birey veya bireyler aracılığıyla ve ikna yoluyla diğer bireylerin tavır ve hareketlerini kontrol etmek ya da etkilemek isteğiyle sistematik bir girişimde bulunmaktır. Bu tür propagandada, propagandacı yaptığının farkındadır. Yani bilerek, isteyerek ve aynı zamanda her tür tekniği deneyerek kamuoyunu etkilemeye çalışmaktadır. Maksatsız propaganda ise, sırf ikna yolu ile bir gruptaki bireylerin tavır ve hareketlerini kontrol etmektir. Propagandacı girişmiş olduğu hareketlerin toplumsal etkilerinin bilincinde değildir. Doob, çalışmasında işaret ettiği pek çok örnek olayda, bireylerin bir sonuç elde etmeyi amaçlamaksızın ya da bir propaganda sürecinin oluştuğunun dahi farkında olmaksızın kanaatler yaymak yoluyla diğerlerini ikna ettiklerini tespit etmiştir.”⁹

William Albig, geniş anlamda propagandayı; “...sosyal psikologların onu tanımlarken yaptıkları gibi, en geniş anlamıyla kullanıldığında, yalın olarak tüm

⁶ Gülbin ÖZDAMAR, *Belgesel Fotoğrafın Propagandacı Tavrı: Afsad Fotoğraf Dergisi’ndeki İşçi Fotoğraflarının İncelenmesi(1978-1979)*, 20. Garth S. JOWETT. - Victoria O’DONNEL, *Propaganda and Persuasion, Third Edition*, 4 ‘ten. alıntı

⁷ Harry JAMIESON, *İletişim ve İkna*, Çev. Necdet ATABEK ve Banu DAĞTAŞ , 185

⁸ BEKTAŞ, A.g.e. 150. Leonard W. DOOB, *Public Opinion and Propaganda*, 40.’tan alıntı.

⁹ BEKTAŞ, A.g.e. 151. Leonard W. DOOB, A.g.e. 240.’tan alıntı

iletişim, eğitim ve tanıtımı kapsayan fikir ve kanaatleri etkilemek amacıyla yapılan bir girişim.”¹⁰ olarak tanımlar.

Bu tanıma ilâve olarak Albig, propagandayı, iletişim süreci içinde, örgütlü bir grup çalışması olarak görür: " propaganda, diğer her yerde basit olarak 'belirli bir veya bir dizi doktrini yaymak için gerçekleştirilen herhangi bir örgütlü ya da düzenli grup çabasına atıfta bulunurken, çağdaş demokrasilerde suçlayıcı bir biçimde muhalefet grupları ve görüşlerine itibar kırıcı sıfat yakıştırma biçimi kazanmıştır. Bundan dolayı, en basit ve kapsayıcı anlamıyla propaganda süreci, bir ikna etme sürecidir. Albig, aynı zamanda, propagandanın kanaatlerin şiddet yoluyla ya da diğer davranış biçimleriyle kontrolünün aksine, iletişim süreci içinde oluştuğuna işaret eder.”¹¹

Qualter H. Terence: *'Propaganda Teorisi ve Propagandanın Gelişimi'* başlıklı makalesinde, propagandayı şöyle tanımlar; “propagandanın, bir bireyin veya grubun başka bireylerin veya grupların tutumlarını belirleyip biçimlendirmek, kontrol altına almak veya değiştirmek için haberleşme araçlarından yararlanarak ve bu bireylerin veya grupların belirli bir durum veya konumdaki tepkilerinin kendi amaçlarına uygun tepkiler şeklinde olacağını umarak giriştikleri bilinçli bir faaliyet olarak tanımlanması mümkündür.... Bu tanımdaki “bilinçli girişim” terimi propaganda kavramının en can alıcı yanını dile getirmektedir.”¹² Terence’e göre bu terim, propaganda olanla, propaganda olmayanı birbirinden ayırmaktadır.

Propaganda konusunda önemli çalışmalar yapan yazarlardan biri de Jacques Ellul’dur. Ellul, genel olarak propagandayı, “... insan davranışlarının kontrol edilmesi için yapılan girişim” olarak tanımlar. Ellul’a göre propaganda, psikolojik yönlendirmedir. Toplumdaki tüm ön yargılı mesajların, bu önyargılar bilinçsiz dahi olsa, Ellul, propagandanın gücü ve etki alanına da dikkati çekmiş ve propagandayı

¹⁰ BEKTAŞ, A.g.e., 151. William ALBIG, **Modern Public Opinion**, 302’den alıntı.

¹¹ BEKTAŞ, A.g.e., 152. ALBIG, A.g.e. 29’den alıntı.

¹² Qualter TERENCE, “**Propaganda Teorisi ve Propagandanın Gelişimi**” 279.

‘sosyal bir fenomen’¹³ olarak tanımlamıştır. Çünkü ona göre propaganda; “kendi kendine bir teknik değil, aynı zamanda o teknik ilerlemenin gelişmesi ve teknolojik bir modernleşmenin kurulması için vazgeçilmez bir şarttır. İkna etme yöntemi olarak bu sosyal fenomen, kimin tarafından yapılırsa yapılsın -çok dürüst ve iyi niyetli kişiler tarafından da yapılsa - propagandadır.”¹⁴

Tonnies, propagandayı; " bir fikri, doğruluk veya kesinliği ile bağlantısız olarak yaymak amacıyla kamuoyunun etkin biçimde uyarılması"¹⁵ olarak nitelendirmektedir. F. E. Lumley'e göre propaganda; “belli bir fikir ve davranışın (1) kökenini, (2) bununla ilgili çıkarı, (3) kullandığı yöntemleri, (4) yaymak istediği içeriği ve (5) benimseyenlerin karşılaşacağı sonuçları göz önünde tutarak, bu hususlardan birini, birkaçını ya da hepsini gözetmek suretiyle onu yayma ve kabul ettirme gayretidir.”¹⁶

Ogle, propagandanın tanımını en kısa ifadesiyle; "en yalın ve en kapsayıcı biçimiyle ikna etme için yapılan girişim" ¹⁷ olarak nitelemektedir.

Son dönem araştırmacılardan “*Propaganda ve İkna*” kitabının yazarları S. Jowett ile V. O'Donnell'a göre; propaganda; “algılamaları şekillendirme, kavrayışları yönlendirme ve propagandacının cevabın alınmasını sağlayacak davranışları tavsiye etme niyetiyle yapılan, önceden tasarlanmış ve sistemli girişimlerdir.” ¹⁸

Bektaş; kuramcıların yaptığı tüm bu çalışmalardan, propagandanın tanımıyla ilgili bazı ortak kavramların oluştuğunu; “...yapılan çalışmalar, belli çıkarları olan bireylerin ya da grupların, başkalarının kanılarını ve davranışlarını etkilemek amacıyla, önceden tasarlanmış, ikna ve telkin tekniklerini kullanarak yaptıkları

¹³ ÖZDAMAR, A.g.t., 20. Jacques ELLUL, **Propaganda: The Formation Of Men's Attitudes**, xii'den alıntı.

¹⁴ ÖZDAMAR A.g.t. 20. ELLUL A.g.e. xiv'den alıntı.

¹⁵ BEKTAŞ, A.g.e., 151. ALBİG, A.g.e. 302'den alıntı.

¹⁶ BEKTAŞ, A.g.e. 151,152 . F. E. LUMLEY, **The Propaganda Menace**, 44'ten. alıntı.

¹⁷ BEKTAŞ, A.g.e.,152. Marbury Bladen OGLE, **Jr.Public Opinion and Political Dynamics**, 224'ten alıntı.

¹⁸ ÖZDAMAR A.g.t. 21

eylemin...”¹⁹ propaganda olduğu hususunda, kuramcıların görüş birliği sağladığını ifade eder. Bektaş, devamla, propagandanın olumsuz anlamını da kapsayan bir tanımlama yapar. Bektaş, propagandayı; “Kamuoyunu etkileme için gerçek, yarı gerçek ya da yalan bilgiler yaymada simgeler aracılığıyla bireylerin, grupların inançlarını tutumlarını ya da eylemlerini etkileme yönünde sistemli gayretlerin tümüne verilen isim.”²⁰ olarak tanımlar.

Yukarıdaki tanımlardan hareketle propagandayı dar ve geniş anlamda şu şekillerde tanımlamak mümkündür.

Dar anlamda propaganda: kişilerin ve kitlelerin düşünce, davranış, inanç, değer ve tutumlarını etki altına almak için, her türlü iletişim aracı yardımıyla yapılan yönlendirmelerdir.

Geniş anlamda propaganda ise; bir kişi, bir kuruluş ya da bir düşünceyle ilgili olarak, olumlu ya da olumsuz ortam yaratılması; ya da var olan ortamın sürekliliğinin sağlanması için kamunun ya da bir topluluğun düşünce, duygu, tutum ve hareket tarzını etkilemek, doğrudan doğruya ya da dolaylı olarak bir yarar sağlamak için; haber, düşünce ve öğretilerin çeşitli araçlarla sunulmasıdır.

1.4 PROPAGANDANIN TARİHİ SEYRİ

1.4.1 Dünyada Propaganda

Tarihte, adına ‘propaganda’ diyebileceğimiz etkinliklerin çok eskilere dayandığı bir gerçektir. Bilinen en eski ve görkemli propaganda örneklerine Mısır’da rastlarız. Eski Mısır’da, firavunlar için yapılan devasa piramitler, ölmüş firavunun tanrısal gücünün propagandasını yaparken; yaşayan firavuna da tartışmasız bir otorite sağlıyordu.

¹⁹ BEKTAŞ, A.g.e., 150.

²⁰ BEKTAŞ, A.g.e. 153.

Propaganda'nın geniş alanda ve bilinçli olarak kullanılması, Antik Yunan ve Roma Çağındadır. O çağlarda bu iki toplum, özgür olan (efendi) ve özgür olmayan (köle) bireylerden oluşmakta idi. Doğal olarak, toplumsal propagandanın ilk bilinçli çalışmaları, özgür bireylerin, özgür olmayan bireylere kendi farklılıklarını kabul ettirmek için yaptıkları törensel propagandalardı. “ Özgür bireylerin giyim kuşamları, bedenlerini temiz ve sağlıklı tutma konusundaki özenleri, şiir ve felsefe ile uğraşmaları, öncelikle, bu özgür kesim üyelerinin kendi farklılıklarını ve ayrıcalıklı konumlarını meşrulaştırmaya yarıyordu.”²¹

Toplumsal propagandanın en bilinçli ve etkili olanını, Roma kral ve komutanları uygulamaktaydı. Romalı Komutanlar (lejyonlar) sefere giderken törenlerle uğurlanıyor; zaferle biten bir seferden Roma'ya dönüşlerinde, zafer takları kurularak, zafer alaylarıyla karşılanıyordu.

Antik çağda, Yunan yöneticileri, yaptırdıkları ‘anfiteatr’larda tiyatro seyretmeye gelerek; Roma kralları da arenalardaki yarışları ve vahşi gladyatör dövüşlerini izleyerek kendilerini alkışlatıyor, gücünü ve otoritesini geniş halk kitlelerine kabul ettiriyordu; “Aynı şekilde, Antik Yunan ve Roma'da egemen kesimin ve onun elinde tuttuğu devlet iktidarının halka benimsetilmesi için kentleri anıtsal mimarî kurallarına göre inşa etmeleri de bir propaganda biçimiydi.”²²

Bu arada, propagandanın Asya ülkelerindeki tarihi gelişiminde Çin'e bir paragraf açmak yerinde olur. Çin, şüphesiz ki Asya'nın en önemli devleti ve kültürüdür; “Milattan önce 5. yüzyılda yaşayan Çin mütefekkeri Su-Tzu, ‘*Harbin Kitabı*’ adlı eserinde, şaşırtıcı hareketler ve gürültülerle düşmanın savaş azminin kırılması üzerinde önemle durmuştur. Su-Tzu, aynı zamanda sevilen ve itimat edilen siyasi ve askeri liderler hakkında ihanet ve sahtekârlık şayialarının yayılması, düşman karşısında bulunan kuvvetlerin ezici üstünlüğü hakkında haberler gönderilmesinin de manevi ve yıkıcı etkilerine değinir. Su-Tzu, harp taktikleri

²¹ BEKTAŞ, A.g.e. 145.

²² BEKTAŞ, A.g.e. 145

konusunda o kadar ileri gitmiştir ki; düşmanı savaşımadan yenmek ustalığın en doruk noktasıdır.”²³ demek suretiyle, savaşta, düşmanın propaganda yöntemleri aracılığıyla moral olarak etkisiz hale getirilmesinin önemine işaret etmiştir. Bu kısa bilgilerden anlaşıyor ki, Asya’da propaganda, Avrupa ülkeleri ve kültürlerinden çok daha eskilere dayanmaktadır.

Antik Yunan ve Roma dönemlerinden sonra, Avrupa’da propaganda, dinsel bir içerik kazanmıştır. Orta-çağ, Roma Katolik Kilise Devleti, dinsel propagandanın bütün unsurlarından yararlanmış; bu yolla bütün Hristiyan dünyasına yüzyıllarca hükmetmiştir. “Kilisenin, ayinlerde, cemaate kutsal metinleri öğretirken, heyecanı artırmak için, müzikten yararlanmayı akıl etmesi de bir propaganda etkinliğidir. Kilisedeki ayin sırasındaki iletişimin, yalnızca sözlerle değil, inanan insanların aynı yerde birbirleriyle karşılaşmasıyla, kilisedeki dekorla ve merasimlerin biçimsel öğeleriyle, birlikte duyulan heyecanlarla, birlikte dökülen gözyaşlarıyla tamamlanan bir propaganda olgusu olduğunu ifade edebilmek mümkündür.”²⁴ Domenach,’a göre, bu propagandayla sıradan insanlara, toplumun eşit bireyleri olduğu izlenimi verilmek istenmektedir. “Böylece, toplumda zümreler arasındaki mesafenin sıkı sıkıya korunduğu feodal orta çağda, gündelik hayatın horlayıcı ve ezici baskılarından bunanan insana hiç olmazsa, aldatici da olsa, bir sözde eşitlik tattırılmak istenmiştir.”²⁵

Tarihte, propaganda kelimesini gerçek anlamında kullanan ve uygulayan yine Roma Katolik Kilise Devleti olmuştur. Bilindiği gibi 17. yüzyıl, Avrupa’da dinsel mücadelenin kızıştığı bir yüzyıldır. Özellikle İngiltere’de, Protestan Kilisesinin bir güç olarak ortaya çıkması, Roma Katolik Kilisesinin otoritesini sarsmıştır. Bunun üzerine; “1622 yılında, Roma Katolik Kilisesi tarafından oluşturulan ‘Congragatio de Propaganda Fide’ ya da İtikadı Yayma Cemaati’ adlı bir dinsel topluluk (cemaat) kurulmuştur. Bu dönem aslında Protestan kiliselerinin ortaya çıkmasıyla sonuçlanan dinsel devrim dönemi (reformasyon) ve anılan cemaat, Roma Katolik Kilisesi’nin

²³ Osman ÖZSOY, **Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma**, 25.

²⁴ BEKTAŞ, A.g.e. 145

²⁵ Ünsal OSKAY, “Önsöz” Jean-Marie DOMENACH, **Politika ve Propaganda**, Çev. Tahsin Yücel, 9.

karşı-devriminin bir parçasıydı.”²⁶ Bu topluluk, bir yandan Protestanlığın yaygınlaşmasını önlemek için faaliyet gösterirken; diğer yandan da, Katolik inancını ve dünya görüşünü yaymayı amaçlamıştır.

Dinsel propagandanın yanında, en yaygın olarak kullanılan propaganda türü, siyasal propagandadır: Aslında, tarihte, siyasal yarışların başlangıcından beri, bu propaganda türü hep vardır. Siyasal propaganda, tüm çağlarda, diktatörler, siyaset adamları veya devlet adamları tarafından kişilerin kendilerine ve yönetim düzenlerine bağlılığını artırmak, sorunsuz bir yönetim sağlamak için etkili bir araç olarak kullanılmıştır ve kullanılmaktadır. Fakat, gerçek anlamıyla siyasal propaganda devri, 18. yüzyılda, Avrupa’da, Fransız devrimi ve devrimi yapanlarla başlar. “İlk propaganda söylevleri, ilk propaganda görevlileri, Domenach’in işaret ettiği gibi devrim komitelerinden, devrim kulüplerinden ve devrim meclislerinden başladı. İlk propaganda savaşına ve ilk savaş propagandasına bunlar girdi.”²⁷

19. yüzyıl, bilinen anlamıyla propagandanın öneminin anlaşıldığı ve yaygın olarak kullanıldığı bir yüzyıl olmuştur. Bu yüzyılda pek çok düşünür, propagandayı tanımlamaya ve etkili propaganda yöntemlerini tespit etmiş etmeye çalışmış; farklı kuramsal düşünceler ve propaganda yöntemleri ortaya koymuşlardır. 19. yüzyıl, Avrupa devletlerinin dünya siyasetinde ve ekonomisinde tartışmasız egemenlik kurdukları bir yüzyıldır. Bu dönemde, siyasal propagandanın yanında, ticari ürünlerin tanıtımı ve pazarlanmasına yönelik olarak ekonomik propagandanın ön plana çıktığı görülür.

20. yüzyıl, propaganda kuramlarının ve bu konuda yazılan eserlerin artmasının yanında, propaganda pratiklerinin ve uygulamalarının yoğunlaştığı bir yüz yıl olarak bilinir. Artık amaç; çeşitli ikna yöntemleri kullanarak toplumun ortak davranışlarını biçimlendirme ve yönetmedir. Bu yüzyılda, kitle iletişim araçları, tüm olanaklarıyla propagandistlerin hizmetindedir. Özellikle, Birinci Dünya Savaşı’nda, kitle iletişim

²⁶ BEKTAŞ, A.g.e. 144. Werner J. SEVERİN, James W. TANKARD, Jr., **İletişim Kuramları**, Çev. Ali Atıf Bir, Serdar Sever, 154’ten . alıntı.

²⁷ BEKTAŞ, A.g.e. 146. DOMENACH, A.g.e. 26’dan alıntı.

araçlarının yoğun desteğiyle, çoğu uydurma görüntülerle, savaş propagandalarının yapıldığına tanık oluruz. Savaşan taraflar, kendi halklarına ve askerlerine moral vermeye, karşı tarafı demoralize etmeye çalışırken, her türlü ‘kara propaganda’ olanaklarından yararlanırlar. “Birinci Dünya Savaşı sırasında propaganda etkinlikleri kamuoyunu önemli ölçüde meşgul etmiştir. Savaşan ülkelerin askerlerinin ve sargılar içindeki yaralıların konuşturulduğu mitingler, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki sinemalarda ‘dört dakikalık insanlar’ adıyla yapılan konuşmalarda işlenen acımasızlık öyküleri, bu tür etkinliklere örnek sayılabilirler. Bu dört dakikalık konuşmacılar, bu süreye kesinlikle uymakta ve düşman ülkeye karşı nefret uyandırmak amacına hizmet etmekteydiler. Örneğin, müttefikler, tamamen uydurma olan; ancak yaygın olarak söylenen, Alman askerlerinin Belçika’da, Belçikalı çocukların ellerini kestikleri öyküsüyle, Almanlara karşı nefret uyandırılmasında büyük başarı sağlamışlardı.”²⁸ Bu tür acımasızlık öykülerinin çoğu uydurmaydı; fakat, insanların bu anlatılanlara doğrudan inanması, devletlerin savaş sırasında propagandayı etkin olarak kullanmasında etkili olur. Bu etkinin farkında olan savaşan taraf yöneticileri, daha önceleri görülmemiş derecede yoğun olarak kara propaganda haberleri kullanırlar. Aslında o zamana kadar insanlar, gerçek anlamda propaganda hakkında bilgisiz ve bilinçsizdiler. “Encyclopaedia Britannica'nın 1913 baskısında ‘propaganda’ maddesinin bile bulunmadığına araştırmacılar tarafından dikkat çekilmektedir.”²⁹ Bu durum, propagandistlerin işini kolaylaştırmıştır.

Birinci Dünya Savaşı'nı izleyen yıllarda, propaganda teknikleri ile ilgili çalışmalara duyulan ilgi, aynı zamanda bu alandaki gelişmelere yol açmış; propaganda teknikleri ve taktikleri üzerinde bilimsel çalışmalar yapılmıştır. Savaş’tan sonra, devletlerin savaşlarda, propaganda yapabileceği, resmî olarak kabul edilmiş, özellikle İkinci Dünya Savaşı, tarihe, “propagandalar savaşı” olarak geçmiştir; “1923 yılında, La Haye’de, savaşlarda, hava propagandalarının yapılabilmesi kabul edilmiş ve bu tarihten sonra propaganda savaşta meşru bir silâh olarak kullanılmaya başlanmıştır.”³⁰

²⁸ BEKTAŞ, A.g.e. 146. J. M. READ, **Atrocity Propaganda, 1914-1919** giriş bölümünden alıntı.

²⁹ BEKTAŞ, A.g.e. 146. J. M. Read, A.g.e. giriş bölümünden. alıntı.

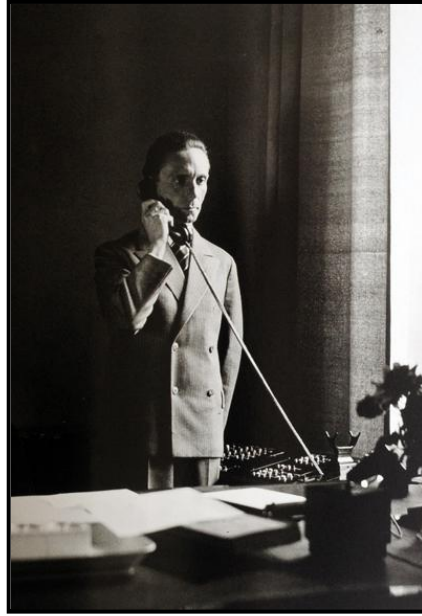
³⁰ Osman ÖZSOY, A.g.e. 89.

Kendi halkına karşı en büyük propaganda uygulaması, 20. yüzyıl'ın ilk yarısında Rusya ve Almanya'da başlamıştır. Her iki devlet yöneticileri de yeni kurulan ve toplumsal katmanlar tarafından henüz benimsenmemiş olan Komünizmi ve Nazizmi geniş halk kitlelerine benimsetme, halkların gündelik yaşamlarını yeni rejimlere göre biçimlendirme yolunda, propaganda simgelerini yoğun olarak kullanmışlardır. Yani, 1917 Devrimi ve sonrasında Lenin, Bolşevizm'i yerleştirebilmesini, büyük ölçüde propagandaya borçludur. Hitler de iktidara geldiği 1933'ten 1940 yılına kadar, bütün emellerini, her şeyden önce propaganda ile gerçekleştirmiştir; "Domenach'e göre Lenin, Bolşevizm'i yerleştirebilmeyi, Hitler ise iktidarı ele geçirebilmeyi propagandaya borçludurlar."³¹ Kimi düşünürlere göre, propaganda söz konusu olmasaydı, çağımızın büyük ideolojik hareketlerinden olan Komünizm ve faşizmin yükselişini tasarlamak mümkün bile olamazdı. Çok farklı biçimlerde de olsa, yakın tarihimizi derinden etkileyen Lenin ve Hitler, birer devlet adamı olmaktan önce, propaganda dehasıydılar. Her ikisi de bu yeni silâhın üstünlüğünü sık sık belirtmiş; propagandanın her türünü çekinmeden kullanmış ve kitleleri arkasına alarak kamuoyunu yönlendirmiştir.

İktidara gelmeden önce ve geldikten sonra propagandayı ustaca kullanan Hitler, İkinci Dünya Savaşı'nda da, özellikle, savaş propagandasını başarıyla kullanan bir liderdir. Adolf Hitler; kendilerine karşı yapılan 'karşı propaganda'yı ustaca kendi lehine çevirmeyi bilmiş; Propaganda Bakanı Goebbels sayesinde propagandayı kendine özgü bir etkinlik ve bilim haline getirmiştir. Hitler; "propaganda iktidarı elimizde tutmamızı sağladı, dünyayı fethetme olanağını da bize gene propaganda verecek"³² şeklindeki ifadesiyle, propagandanın gerektiğinde, tüm dünyayı etkiyebilecek bir güce sahip olduğunu güçlü bir şekilde vurgulamış; bu inancını gerçekleştirmek için, milyonlarca insanın yok olmasına neden olan ikinci bir dünya savaşı çıkarmaktan çekinmemiştir.

³¹ Abdullah ÖZKAN, **Siyasal İletişim**, 13.

³² BEKTAŞ, A.g.e. 148. DOMENACH, A.g.e. 15'ten. Alıntı.



Fotoğraf 1.1 Joseph Goebbels, Berlin, 1933

Hitlerin propaganda bakanı Goebbels'in *İllustrirte Zeitung* dergisinde yayımlanan bu fotoğrafta Goebbels, emir almaya ve üstlerinin isteklerini yerine getirmeye hazır bir görünümde dir.

Hitler, İkinci Dünya Savaşı esnasında, başta Balkanlardaki Müslüman azınlıklardan tüm dünya Müslümanlarına kadar, onları etki altına almak, kendini Müslüman dostu olarak göstermek için büyük çaba harcamıştır. Bunun için, Kudüs Müftüsü olarak anılan Muhammed Emin el Hüseyini'yi (1895 -1974) kullanmıştır. Mayıs 1941'de Müslüman Arapları, eski efendileri İngiltere'ye karşı Almanya'nın safında savaşa çağıran Hüseyini, her gün Alman radyosunda konuşarak Balkanlarda yaşayan Müslümanları Hitler'in komutası altında, İslâm Cihadı'na çağırıyordu. Hüseyini'nin çağrıları ve yayımlanan fotoğrafları Balkanlardaki Müslümanlar üzerinde oldukça etkili olmuş, genç Müslümanlar silâh altına girerek Müslüman Nazi Bölükleri oluşturmuşlardı.



Fotoğraf 1.2 Kasım 1943, El Hüseyin, Bosnalı SS gönüllülerini selâmlarken



Fotoğraf 1.3 Aralık 1941, Hitle ve El Hüseyin

Savaş propagandası oluşturmada, Hitler yönetimindeki Almanya kadar Amerika Birleşik Devletleri de büyük çaba harcamış; iki dünya savaşı arasında, Amerikan yönetimi, propagandanın etkinliğini artırmaya ve Hitler propagandalarına karşı tedbirleri belirlemeye yönelik bilimsel çalışmalar yaptırmıştır; “İkinci Dünya Savaşı öncesinde Amerika Birleşik Devletleri yöneticileri, Birinci Dünya Savaşı sırasında kullandığı propaganda tekniklerinin kendilerine karşı da kullanılacağı konusunda endişe duydu. 1937 yılında Hadley Cantril'in başkanlığında Propaganda Analizi Enstitüsü (Institute of Propaganda Analysis) kuruldu. Enstitünün danışma kurulunda Edgar Dale ve Leonard Doob gibi daha sonra iletişim kuramlarına önemli katkılarda bulunan isimler de bulunuyordu. Enstitü, özellikle Almanya'da Nazilerin doğuşu ve Nazi Propagandasının Birleşik Devletlerdeki olası etkileriyle ilgileniyordu. Enstitü, Birleşik Devletlerde güçlenen bir Hitler figürü olasılığından kaygı duydu. Bu enstitünün en ünlü yayını Alfred Mc Clung Lee ve Elizabeth Briant Lee tarafından derlenen *The Fine Art of Propaganda (Propaganda Güzel Sanatı)* isimli eserdir.”³³ Bu çalışmalara bakarak, İkinci Dünya Savaşı'nda en etkili önleme ve karşı propaganda çalışmalarını ABD yönetimi yapmıştır, diyebiliriz.

Dünyada propagandanın kapsamını toplumsal alandan başlayıp her sektöre aktararak yaygınlaştıran ve propaganda araçlarını çeşitlendirerek etkin bir şekilde kullanan devlet Amerika Birleşik Devletleri'dir. 20. yüzyılın ilk yarısından itibaren

³³ BEKTAŞ, A.g.e., 147,148.

savaş propagandalarının yanında siyasal propagandalar da büyük önem kazanmış; siyasal propagandalar, çağdaş totaliter rejim yöneticileri tarafından, önce kendi halklarına; daha sonra, yayılmacı ve rejim ihraç etme amaçlı olarak dış ülkelere karşı etkin bir yöntem olarak kullanılmıştır. Özellikle, İkinci Dünya Savaşı süresince, siyasal ve ideolojik propagandanın her türlü, ülkeleri işgal etmek, işgal edilen ülke halklarını yönetmek, tarafsız ülkelerle iyi ilişkiler kurarak onları kendi safına çekmek, düşmanın itibarını azaltmak ve onu zayıf düşürmek, zayıf göstermek amacıyla yoğun biçimde kullanılmıştır.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, yeniden oluşan, genel deyişle 'iki kutuplu' dünyada, devletler arasında uygulanan beyaz veya kara propagandalar yanında, karşı propaganda kavramı ve uygulamaları da ön plana çıkmıştır. Amerika ve Rusya gibi ülkeler, bu konuda yeni propaganda stratejileri geliştirmiş, teknolojinin ve kitle iletişim araçlarının yardımıyla, kendi propaganda güçlerini arttırmak ve etkin kılmak; karşı propagandayı da etkisizleştirmek için, bu yolda büyük paralar harcamışlardır.

20. yüzyılın ikinci yarısında, büyük bütçeli ve planlı çalışmalarla birlikte propaganda faaliyetleri çok geniş alanlarda etkili olmuştur. Pek çok ülkede, hak ve özgürlük arayışları adına geniş halk hareketleri ortaya çıkmış; özellikle iki kutuplu Avrupa'da, 20. yüzyılın son çeyreğinde, Amerika ve Batı Avrupa ülkelerinin yoğun karşı propagandası sonuç vermiş; Rusya güdümündeki Doğu Avrupa ülkelerindeki totaliter rejimler çökmüş; Batı Avrupa ile bütünleşen yeni yönetimler kurulmuştur.

21. yüzyılda, "sosyal medya" denen yeni propaganda araçlarının yaygınlaşmasıyla, bu yüzyıl, karşımıza, propagandanın daha çok ekonomik alanda yoğunlaştığı ve ekonomik propagandanın büyük önem kazandığı bir yüzyıl olarak çıkmaktadır. Bu yüzyılda, dünyanın gelişmiş küresel güçleri, ürettikleri mal veya hizmetleri geniş kitlelere tanıtmak ve pazarlamak için - propagandanın dar anlamı olan- 'reklâm'a büyük bütçeler ayırmaktadırlar. Reklâm ve tanıtım yoluyla mal ve hizmet sunumu, bunların tüketiciye ulaştırılması, önemli bir reklâm sektörü

oluşturmuş; bu konuda kamuoyunu etkilemek için yaratılan simge ve sloganların, kitle iletişim araçlarıyla yayılması ve halkı etkilemesiyle birlikte ekonomik propaganda, kitleleri etkilemenin en önemli aracı haline gelmiş; bu durum, “reklâm sektörü” adıyla yeni kuruluşların ve “reklâm pastası” adıyla yeni kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Bu yüzyılda, hızlı değişim ve buna koşut olarak gelişen propaganda araçlarına ve mecralarına, radyo, televizyon, fotoğraf, sinema, gazeteler, dergiler, afişler ve billboardlara, bütün dünyayı bir ağ gibi saran; geniş halk kitlelerinin evlerine kadar kolayca giren internet (sanal alem) eklenmiş, “sosyal medya” da denen internet ortamları, propaganda dalgalarını dünyanın dört bir yanına hızla ulaştırmaya başlamıştır.

1.4.2 Türkiye’de Propaganda

Türkiye’de propagandanın kullanılma tarihleri, dünya propaganda tarihine koşut olarak çok eskilere dayanır. Roma ve Yunan yöneticilerinin kendi otoritelerini halkına kabul ettirmek için yaptığı propaganda etkinlikleri yanında, Orta-Asya steplerinde göçebe olarak yaşayan Türk Kaanlarının da benzer yöntemlerle; farklı kılık - kıyafet ve donanım kullanma, görkemli çadırlar (otağlar) kurma dahil, değişik propaganda yollarına baş vurduklarını tahmin etmek güç değildir.

İslâmiyet’le birlikte, yerleşik hayata geçilen 11. yüzyıldan itibaren art arda kurulan Karahanlılar, Gazneliler, Selçuklular ve Osmanlılar dönemlerinde padişahlar ile otoriteyi birlikte kullandıkları sadrazam ve diğer devlet görevlilerinin - Avrupa’da olduğu gibi - adlarına yaptırdıkları görkemli yapılar; camiler, medreseler, hanlar, kervansaraylar, kapalı çarşılar, çeşmeler ve ‘hayrat’ adı verilen vakıf eserleri, halkın nazarında, onlara, salt bu dünyada değil; öbür dünyada da bir üstünlük sağlıyordu.

Türk tarihi süresince, çeşitli savaş propagandaları ve taktikleri uygulandığı bilinen bir gerçek ise de, yapılan bu propaganda çalışmalarında, sistematik propagandanın esaslarına uyulduğunu söylemek biraz zordur. Bizde, propagandayı bilinçli olarak kullanan ve destekleyen ilk yönetici Sultan İkinci Abdülhamit'tir. Sultan İkinci Abdülhamit'in propagandayı kullanmada yararlandığı en önemli araç fotoğraftır. "O, tahta çıktığı 25. yıl anısına bastırdığı 36 bine yakın fotoğraftan oluşan Yıldız Albümleri'nde, İmparatorluğun sahip olduğu bütün mimarî yapıları; hatta donanmanın çeşitli görkemli gemilerinin fotoğraflarını yayımlayarak sahip olduğu İmparatorluğun ve kendisinin propagandasını yaptırmıştır."³⁴

Sultan İkinci Abdülhamit, içte ve dışta, kendisine yazılı basın tarafından yapılan olumsuz propagandayı bertaraf etmek için büyük çaba harcamıştır. O, karşıtlarına, maddî yardımlar yapma, makam - mevki verip onları elde ederek, kendisine karşı olanlara kendi propagandasını yaptırma gibi değişik propaganda yöntemleri kullanmıştır. Bu bakımdan, kimilerine göre Sultan İkinci Abdülhamit bir propaganda dehasıdır. Bu arada İkinci Abdülhamit, Osmanlı sultanları içinde, halifeliği ön plana çıkararak, bu yolla İslâm dünyasında etkili olmayı amaçlayan; yani siyasal ve özellikle dinsel propaganda yapan ilk sultandır.

İkinci Abdülhamit'i devirerek iktidarı ele geçiren İttihat ve Terakki Fırkasının bıçkın Kurmay'ı Enver Paşa, propagandanın önemini ve etkisini kavramış; bunu başarıyla uygulamış yöneticilerden biridir. O, Birinci Dünya Savaşı cephelerinde Çanakkale'de, Galicya'da, Filistin'de savaşan askerlerin mutlu ve başarılı görüntülerini basın yoluyla, işgal korkusu altında yaşayan İstanbul halkına servis ettirirken, pek çok ünlü yazar- çizeri bizzat Çanakkale cephesine götürerek onların adlarından ve yazacakları yazılardan yararlanmak istemiş; ülkemizin savaş propagandası tarihinde ilk başarılı çalışmalara öncülük etmiştir.

Enver Paşa, fotoğraf ve yazılı basının yanında henüz emekle safhasında olan sinemanın da etkin gücünü kavramış biridir. Enver Paşa, sinema yoluyla propaganda

³⁴ Mehmet Bahadır DÖRDÜNCÜ, **II. Abdülhamit Yıldız Albümleri, Mekke-Medine**, Giriş bölümünden özet

çalışmalarına; “...Almanya’ya yaptığı ziyarette Alman ordusunda gördüğü “ordu film dairesi”nin bir benzerini Osmanlı ordusunda da kurmaya karar vermesiyle başlar.”³⁵ Bu bağlamda, dairenin kuruluş amaçları ve işlevleri şöyle tanımlanmıştır; “Cephelerde savaşan birliklerin hareketiyle ilgili filmleri, önemli olaylarla ilgili filmleri, askeri fabrikaların çalışmalarıyla ilgili filmleri, müttefik ülkelerden gelen yeni silâhların kullanılışıyla ilgili filmleri ve manevralarla ilgili filmleri çekmek ve göstermek. Savaş yıllarında, önce bu kurumun, daha sonra Müdafaa-i Milliye Cemiyeti’nin uzun konulu film yapma çabaları da olur.”³⁶ Şüphe yok ki bu görüntüler bir mağlubiyet ve bozgun halinin değil, bir galibiyetin görüntüleri olacaktır.

Cumhuriyet dönemi, Türk propaganda tarihinde önemli bir yere sahiptir. Cumhuriyetin ilk yılları, Lenin, Stalin ve Hitler gibi propaganda sanatını etkin olarak kullanan liderlerin yıldızlarının parladığı yıllardır. Bu liderlerin çağdaşı olan Atatürk, bir yandan devrimlerinin toplum katmanlarında yaygınlaşması için çabalarken; diğer yandan Türkiye’ye karşı yapılan dış kaynaklı ideolojik propagandalara karşı da uğraş vermek zorundadır.



Fotoğraf 1.4 1 Eylül 1925, Şapka Devrimi

Atatürk’ün sinema üzerinde önemle durması Kurtuluş savaşına kadar dayanır. “Savaş sırasında Fuat Uzkınay ve TBMM Ordu Film teşkilatının operatörleri Batı

³⁵ Alper ÇAĞLAYAN, “Türkiye’de Sinema Politikaları”, internet makale

³⁶ Alper ÇAĞLAYAN, A.g.m

cephesinde verilen mücadeleyi, İzmir'in Yunanlılardan kurtarılışını ve Türk ordusunun İstanbul'a girişini belgelemiştir"³⁷ Atatürk savaş halindeyken bile sinemanın propagandacı yönünden faydalanmış ve Cumhuriyet'in ilanından sonra da bu konudaki ısrarcı tavrını sürdürmüştür. Yeni nesle, Kurtuluş mücadelesini ve Cumhuriyet'in önemini aktarmak amacı ile, "Kurtuluş Savaşı yıllarında Fuat Uzkınay'ın çektiği "Zafer Yollarında" adlı belge film, yeniden ele alınmış daha kapsamlı bir hale getirilmeye çalışılmıştır."³⁸

Atatürk, 1932 yılında, genç cumhuriyetin temel ilkelerini tanıtmak ve yaygınlaştırma gereğini duyarak "Halkevleri" kurmuştur. Kısa süre içinde ülkenin birçok ilinde, halkı eğitmek, bilinçlendirmek, devrim ilkelerini benimsetmek ve halkı yeni yaşama hazırlamak amacıyla halkevleri açılmıştır. Halkevlerinde eğitim çalışmalarını yanında, çeşitli sanatsal etkinliklere de yer verilir. Halkevi yöneticileri, 1932 yılından başlayarak düzenlediği fotoğraf kurslarıyla, amatörlerin bu alanda çalışmalarına olanak sağlamış, kursların yanında, sergiler ve yarışmalar da düzenlemiştir. "Halkevleri'nin 1932 yılında açılmasına karşın, yurt çapında ilk fotoğraf yarışmasının düzenlenmesi ve fotoğraf dalına ilgi duyularak çalışmaların bir ölçüde hızlandırılması 1940'lı yıllarda gerçekleşmiştir."³⁹



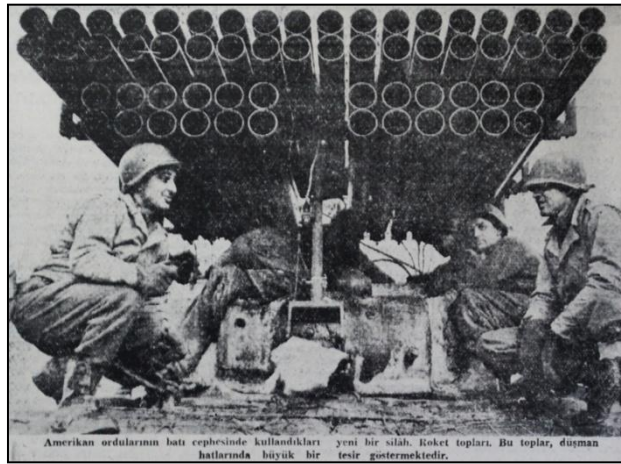
Fotoğraf 1. 5 14 Şubat 1940 Cumhuriyet Gazetesi

³⁷ Alper ÇAĞLAYAN, A.g.m

³⁸ Alper ÇAĞLAYAN, A.g.m

³⁹ Beyhan ÖZDEMİR, Türkiye'de Fotoğraf Ve Kurumsallaşma-2, internet makale

Şüphesiz ki, burada görüntülenen ve sergilenen fotoğrafların büyük çoğunluğu, genç cumhuriyeti tanıtan propaganda fotoğraflarından oluşmaktadır. “Fotoğraf, halkevlerinin gerçekleştirdiği etkinliklerin kamuoyuna duyurulmasında, hem eğitim ve etkinliklerin belgelenmesi, hem de dönemin kendi propagandasını yapmak için sıklıkla kullanılmıştır. Halkevlerinde fotoğraf, salt belgeleme ve propaganda amaçlı değil, aynı zamanda bir sanat türü olarak işlenerek, geniş kitlelere tanıtılmak ve sevdirmek istenmiştir.”⁴⁰



“Amerikan ordularının batı cephesinde kullandıkları yeni bir silah. Roket topları. Bu toplar, düşman hatlarında büyük bir tesir göstermektedir.”

Fotoğraf 1.6 Cumhuriyet Gazetesi, 8 Nisan 1945

1940’lı yıllar, İkinci Dünya Savaşı’nda savaşan tarafların Türkiye’yi etkisi altına alıp yanlarına çekmek için büyük propaganda etkinliklerine başvurduğu; başta İngiltere, ABD, diğer yanda Almanya’nın her türlü propaganda araçları ve ajanlarıyla Türkiye’de yoğun olarak faaliyet gösterdiği yıllardır. Bu yıllarda, Türk basınında her iki tarafın propagandasını yapan fotoğraflar ve yazılar kullanılır.

1946 yılında başlayan çok partili dönem ve ardından yapılan seçimler, 1950’de, Demokrat Partinin büyük bir çoğunlukla iktidara gelmesiyle sonuçlanır. Seçim öncesinde, Demokrat Parti yöneticilerinin, iktidardaki İnönü yönetimine karşı, etkin propaganda ve sloganlar geliştirdiği ve bunların geniş halk kitleleri tarafından

⁴⁰ Hürü KAYA, “Halkevlerinin Etkinlikleri İçinde Fotoğrafın Kullanımı ve Yeri (1932-1951)”, 29-36 özet.

benimsendiği bilinmektedir. “Demokrat Parti teşkilât başkanları 16 Haziran 1946'da Ankara'da toplanarak seçimlere katılma kararı almıştır. Böylece sert ve ateşli bir propaganda dönemi başlamıştır.”⁴¹ Bu propaganda çalışmalarında "Yeter! Söz Milletindir" sloganı ve afişi, Demokrat Parti'nin sloganı haline gelmiş ve yoğun ilgi çekmiştir.



Resim 1.1 1950, Selçuk Milar

Milar, afiş ile ilgili dönemin Milli Eğitim Bakanı, Hasan Ali Yücel'in “pekiyi ama yeter sözü ile ne demek istiyorsunuz, ne yeter ?”⁴² sorusuna, afişe yüklediği anlamı; “Muhalefeti destekleyen vatandaşlara yapılanlara yeter; her gün gazetelerde okuduğumuz tatsız olaylara yeter; devletin görevi olan hizmetlerin, muhalefetteki vatandaşlardan esirgenmesine yeter. Kısacası, Millet sözünü söyleyecek ve yeni iktidar iş başına geçecektir.”⁴³ şeklinde yorumlamıştır. Bu afiş, gazetelerde de yer almış ve kamuoyunun Demokrat Parti'ye oy vermesinde büyük ölçüde etkili olmuş ve partiyi iktidara taşımıştır. Çünkü slogandaki özgürlük talebi ve vaadi kitlelerin beklentileriyle örtüşmüştür. Demokrat parti iktidarken “‘Yeter Söz Milletindir’ gibi bir afişle karşılaşmamak için seçim afişlerinde resmi yasaklayan özel bir kanun”⁴⁴ çıkartır. Cumhuriyet Halk Partisi ise bastırdığı afişte, “Atatürk, İnönü Cumhuriyet

⁴¹ Nil Türker TEKİN, “Tek Parti Döneminin Sonu”, internet makale

⁴² Selçuk MİLAR, “Yeter Söz Milletindir Afişi Nasıl Doğdu? “, 16

⁴³ MİLAR, A.g.m, 16

⁴⁴ MİLAR, A.g.m, 16

Halk Partisi'nin başlarıdır. Oylarımızı onların partisine vereceğiz.”⁴⁵ diyerek, halk üzerinde etkili olabilmek için, Türk halkının çok değer verdiği Atatürk ve İsmet Paşa adlarını kullanmıştır.



Resim 1.2 1950, “CHP seçim afişi”, Anonim

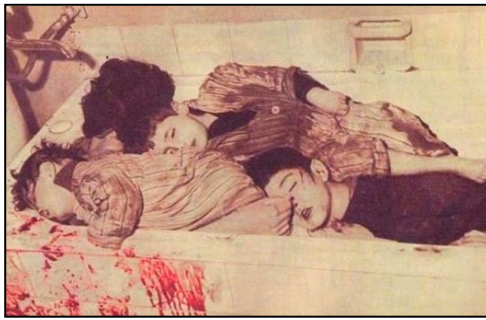
1950’li yıllar, Demokrat Parti ve Cumhuriyet Halk Partisinin zaman zaman çok sertleşen üslûpları ve birbirlerini yıpratmaya yönelik propaganda ve karşı propaganda çatışmalarıyla geçer. Bu dönemde basın ve yayın, olan bitene karşı tam olarak taraftır ve bütün güçleri ve olanaklarıyla partilerinin yandaşıdır. Demokrat Parti, bu dönemde, devletin bütün olanaklarını kullanır. Muhalefetin sesini kesmek için yoğun çaba harcar. Hatta, Atatürk döneminde kurulan Halkevlerini kapatır. “...halkevleri, çok partili yaşama geçildikten sonra iktidara gelen Demokrat Parti tarafından, CHP’nin ulusal çapta örgütlenmesini kırmak için 1952 yılında kapatılmıştır.”⁴⁶ Demokrat Parti, bu yıllarda çok etkileyici bir propaganda aracı olan radyoyu kendi propagandası için kullanır. Devlet yönetiminde olan radyolar Demokrat Parti’nin ve iktidarının sözcüleri gibidir. Böylece, Türk propaganda tarihinde önemli bir işitsel araç olan radyo; bu dönemde, siyasal propaganda alanına etkin bir biçimde katılmış olur.

⁴⁵ Nil Türker TEKİN, A.g.m.

⁴⁶ ÖZDAMAR, A.g.t., Anıl ÇEÇEN, A.g.e. 230, 233’den alıntı

Türkiye’de, 1960’ların başında gerçekleşen askeri müdahale yöneticileri de basın ve yayın araçlarını propaganda aracı olarak etkin bir şekilde kullanır. Başbakanın ve iki bakanın idamıyla sonuçlanan yargı sürecinde, Devrim Komitesi, halk kitlelerinde oluşan burukluğu gidermek için görsel ve işitsel propaganda araçlarına önem verir; hatta Demokrat Parti döneminde kapatılan Halkevlerini yeniden açar. 27 Mayıs 1960 İhtilâlinde sonra UNESCO’nun tavsiyesiyle halkevlerinin yerini tutmak üzere Türk Kültür Dernekleri kurulur. Bu derneğin ismi 1963’te halkevi olarak tekrar değiştirilir. Ancak yeni kurulan halk evlerinin tüzüğünde, siyasetle uğraşması yasaklanmıştır. Halkevlerinin, 12 Eylül 1980 Harekâtında, bir takım siyasî olaylar çıkarıp, CHP’nin yan kuruluşu gibi çalışmaya başladığı iddiaları nedeniyle çalışmaları durdurulmuştur. “ Ne var ki Halkevlerine ait taşınır malların özellikle kütüphane, arşiv, belge, fotoğraf gibi malzemenin korunması için hiçbir önlem alınmamış ve bu büyük kültürel birikim deyim yerindeyse savrulmuştur.”⁴⁷

1974’teki Kıbrıs Barış Harekâtı, uzun bir aradan sonra savaş propagandasının yeniden devreye girdiği bir dönem olur. Basın ve yayında, özellikle, Türk sosyal hayatına yeni katılan televizyonda, Kıbrıs adasına yapılan çıkarmanın haklı nedenlerini ortaya koymak için yoğun bir çaba sarf edilir.



Fotoğraf 1.7 24Aralık 1963, Anonim
Rumlar tarafından katledilen Dr. Nihat İlhan’ın ailesi



Fotoğraf 1.8 28 Temmuz 1974, Anonim
ve Türk Askeri Kıbrıs’ta

⁴⁷ Zeki ARIKAN, *Halkevlerinin Kuruluşu Ve Tarihsel İşlevi*, 279

1970’li yıllar, aynı zamanda, Türkiye’de özgürlüklerin geniş anlamda, - bazen de kötüye kullanıldığı - dejenerasyon yıllarıdır. 1970’li yılların ikinci yarısından itibaren, toplumun aşırı politize olması, sağ-sol diye bölünmesi sonucunda taraflar; kendilerine yandaş bulmak ve toplumda etkili olmak için propagandanın her aracından ve türünden yararlanmaya çalışırlar; “...siyasî kutuplaşmaların artması, işçi sınıfının yükselişe geçmesi ile birlikte sol ve sağ ideolojiyi benimseyen grupların afiş ve posterleri tercih ettikleri gözlemlenmektedir. Her grup, kendi ideolojisinin propagandasını yapması açısından afişlerden faydalanmıştır. Sendikacılığın iki kutba ayrılmasının sonucunda da sendikal mücadele başlamış, Türk-İş ve DİSK (Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu), işçileri kendi saflarına çekebilmek için görsel materyaller kullanmışlardır.”⁴⁸ Bu yıllarda, ideolojik kutuplaşmalar nedeniyle halkevlerinde, derneklerde, sendikalarda çok sayıda ideolojik amaçlı sol ve sağ grupları temsil eden kitap ve dergi çıkarılmıştır. “ Halkevleri dergileri, daha ilk sayılarından başlamak üzere yerel değerlerin açığa çıkmasına öncelik verdiler. Bunun yanında hemen hemen her sayıda devrimin getirdiği coşkuyu, Halkevlerinin yarattığı ruhu...”⁴⁹ ön plana çıkaran yazılar ile Cumhuriyet’in önemli bir propagandacısı olmuşlardır. 1930’lardaki halkevlerinde olduğu gibi, çeşitli ideolojik dernekler, sendikalar ve siyasal örgütler fotoğraf çalışmalarına önem verirler, bu yolla propaganda yapmaya çalışırlar; “1970’lerde halkevlerinin yanı sıra, kurulan sendikalar ve örgütler de kendi foto film merkezlerini oluşturarak belgeleme ve propaganda çalışmalarını gerçekleştirmişlerdir.”⁵⁰

Türkiye, 12 Eylül 1980’de, ikinci kez, kapsamlı bir askerî darbe ile karşılaşır. Doğal olarak, 12 Eylül yönetimi de içte ve dışta ihtilâlin gerekçelerini anlatmak için mevcut propaganda araçlarından yararlanmaya çalışmış; özellikle devlet televizyonu ve radyoları (TRT) her gün, ihtilal yöneticilerinin icraatlarının propagandasını yapmıştır. Bu arada, Devrim Komitesi üyeleri, olası karşı propagandayı önlemek için basın yayın organlarını etkili bir sansüre tabi tutmuşlardır. Siyasal hayatın

⁴⁸ ÖZDAMAR, A.g.t., 58.

⁴⁹ Zeki ARIKAN, A.g.m., 273

⁵⁰ ÖZDAMAR, A.g.t., 96

normalleştii ve Turgut Özal'ın Anavatan Partisinin iktidara geldiği 1983'ten itibaren, siyasal propagandalar yine etkin olarak sahneye çıkmış; yasaklı siyasetçilerin siyasî yasaklarının ortadan kalkmasıyla birlikte özgürleşen ortamda, iktidar ve muhalefet yöneticileri, tüm propaganda araçlarıyla siyasal anlamda birbirlerine üstünlük sağlamaya ve kamuoyunu etkilemeye çalışmışlardır.

1990'lı yıllar, Birinci Körfez Savaşı'yla dünyanın ve Türkiye'nin hareketlendiği yıllardır. Bu yıllarda, özel televizyonların devreye girmesiyle birlikte televizyon, propaganda araçları arasında ön sıraya yükselmiş; televizyonlardaki açık oturumlar ve reklâm kuşakları, kitlelere görsel renklilik sunmuş; böylece propagandanın etkinliği daha da artmıştır. İkinci Körfez Savaşı – neredeyse - CNN gibi etkili yayın organları aracılığıyla, dünyaya naklen yayımlanmıştır.

1.5 PROPAGANDA TÜRLERİ

Dünyada her ülkeye uygulanabilecek genel bir propaganda klişesi yoktur. Propagandalar, ülkeden ülkeye farklılık gösterir. Her ülkenin siyasal, ekonomik, felsefî, ideolojik ve teknolojik seviyesi, kullanılan propagandayı farklı kılar. Kuramcılar tarafından propaganda türleri, çok çeşitli biçimlerde sınıflandırılmıştır. Biz genel kabul gören propaganda türlerinden söz edeceğiz.

1.5.1 ALANI BAKIMINDAN PROPAGANDA

Propagandayı alanı, yani hangi sahada etkinlik gösterdiği ölçütüyle sınıflandırdığımızda, karşımıza iç ve dış propaganda olmak üzere iki tür propaganda çıkmaktadır.

1.5.1.1 İç Propaganda

Genellikle demokratik ülkelerde, siyasal partilerin iktidar mücadeleleri sırasında ortaya çıkan ve etkin bir biçimde kullanılan geniş kapsamlı bir propaganda

türüdür. İktidarlar tarafından uygulanan iç propagandada, basın-yayın aracılığıyla iç kamuoyu etkilenmeye çalışılmakta; bu propaganda ile iktidarın sorunsuz ve uzun olması amaçlanmaktadır. “Birçok demokratik ülkede iktidara gelen siyasal partiler hükümet olarak göreve başladıklarında, kabineyi genelde iktidara gelmeden önce, bu alanda en çok gayret gösteren siyasetçilerden seçerler. İç propagandada etkili olan en önemli faktör yazılı ve görsel basındır.”⁵¹

1.5.1.2 Dış Propaganda

Dış politika salt iktidarın değil, genel olarak devletin politikasıdır. Dış politika partiden partiye fazla bir değişiklik göstermez. Uygulanacak politika konusunda, siyasal partiler ve devletin organları arasında, ortak bir politika ve görüş birliği vardır. “Dış propaganda daha ağır başlı ve biraz da resmî niteliktedir. Dış propagandayı içerdeki kamuoyu desteklemezse, büyük ölçüde verim alma olanağı olmaz. Dış politika konularının içeride propagandasının yapılması ve arkaya halk desteğinin alınması, daha etkin sonuç alabilmek için en önde gelen şartlardan birisidir.”⁵²

1.5.2 Kapsamı Bakımından Propaganda

Kapsamı bakımından propaganda üçe ayrılabilir.

1.5.2.1 Genel Propaganda

Genel propaganda, toplum katmanlarının tamamını hedefleyen bir propagandadır. Amaç, büyük kitleleri etki altına almaktır. Siyasi partiler olanakları içinde bu propaganda türüne ağırlık vermeye çalışarak geniş kitlelere ulaşmak isterler. “Kapsamı bakımından ilk propaganda türü genel propagandadır. Genel propaganda ülke içerisindeki bütün alanları kapsayan yani bütünsellik özelliğini

⁵¹Osman ÖZSOY, A.g.e. 18.

⁵² A. g. e.,18.

taşıyan bir propaganda türüdür. Bu tür propagandanın muhatabı büyük kalabalıklar, yani büyük kitlelerdir.”⁵³

1.5.2.2 Sınırlı (Lokal) Propaganda

Sınırlı propaganda veya diğer bir adıyla lokal propaganda daha çok bir bütünün bazı parçalarında etkili olmak isteyen bir propaganda türüdür. “Sınırlı propaganda muhatabı, bir ülkenin belirli bir bölgesinde meydana gelen bir hoşnutsuzluğu gidermek veya bu hoşnutsuzluk etrafında var olan kitleleri belli istikametlere yönlendirmek için yapılan bir propaganda eylemidir.”⁵⁴

1.5.2.3 Kişisel (Şahsî) Propaganda

Genel ve sınırlı propaganda türlerinden sonra kapsam açısından ele alınabilecek son propaganda türü şahsî yani kişisel propagandadır. Bu propagandada hedef, büyük kitleler değil, kitleleri yönlendirebilecek olan kişileri etkilemektir. “Kişisel propaganda ise daha çok adından da anlaşılacağı üzere kişilere yönelmiş propaganda türüdür. Bu tür propaganda en çok dış alanlarda kullanılmaktadır. En güzel örneğini büyükelçilerin bulundukları ülkelerdeki kişisel ilişkileri ve dostluk kazanma çabaları oluşturmaktadır.”⁵⁵

1.5.3. Yöntemine Göre Propaganda

Propagandanın kullanımı, ülkelere, hedef kitlelere göre farklılık gösterse de propaganda kaynağının bilinip bilinmemesine, sunduğu bilginin doğru olup olmamasına göre beyaz, siyah ve gri propaganda diye ayrılabilir. Bu ayrıma “Temel Propaganda Türleri” ayrımı da denir ve literatürde en çok kullanılan propaganda türleri bunlardır.

⁵³ ÖZSOY, A.g.e., 18.

⁵⁴ ÖZSOY, A.g.e. 18.

⁵⁵ Rezal KOÇ, *Siyasi İletişimde Propagandanın Önemi; Bir Örnek Olay Araştırması Nazi Propagandası*, 71.

1.5.3.1 Beyaz veya Açık Propaganda

Beyaz propaganda, resmî ve güvenilirdir. Kaynağı bellidir. Bundan dolayı bu propaganda türü “açık propaganda” diye de bilinir. Bu propaganda türünde iletilerin nesnel olması çok önemlidir. Propaganda, açıkça ve dürüstçe yapılır. “Hedef kitle, verilen bilgiyi, her zaman kabul etmeye hazır olduğu için en ufak bir şüphe, bu çeşit bir propagandayı etkisiz hale getirebilir ve kitleyi farklı bir kaynak aramaya itebilir. Örneğin “Amerika’nın Sesi” ve “Moskova Radyosu” genelde bu tür propaganda yapmıştır.”⁵⁶ Beyaz propagandada kaynaklar gizlenmez, herhangi bir durum veya olay bütün gerçekliği, nesnel belge ve bilgileriyle ortaya konur. Propaganda konuları genellikle hükümetlerin denetiminden geçtiğinden, verilen haberler ve yapılan etkinlikler resmî sayılır. İkinci Dünya Savaşında BBC radyosunun yayını, müttefiklerin Kore’de kullandıkları broşürler, Kıbrıs sorununda Türk tezini açıklamak üzere Amerika’ya giden ‘İyi Niyet Heyeti’ beyaz propagandanın bilinen örnekleridir. Hatta devletlerin, ulusal bilinci kuvvetlendirme amacıyla yaptıkları resmî bayram kutlamaları da beyaz propaganda sayılabilir.

1.5.3.2 Kara veya Sinsi Propaganda

Kara Propaganda, beyaz propagandanın tam aksidir. Bu propagandada, haberin asıl kaynaktan başka bir yerden çıktığı izlenimi verilir. Bu propaganda türünde yalanı gerçek, gerçeği yalan yapmaya, istediğine istediği düşüncüyü inandırmaya ve deyim yerinde ise ortalığa nifak sokmaya çalışılır.

Bizde kara propagandanın en tipik ve acı örneği, 1955 yılında gerçekleşen 6 - 7 Eylül olaylarıdır. 6 Eylül günü “Atamızın evi bombalandı” manşetiyle ikinci baskı yapan Mithat Perin’in sahibi, Gökşin Sipahioğlu’nun yazı işleri müdürü olduğu Demokrat Parti yanlısı İstanbul Ekspres gazetesi, genelde tirajı 20 bin civarında olduğu halde 6 Eylül’de 290.000 basmış ve o dönemde kurulmuş olan “Kıbrıs Türktür Derneği” üyelerince bütün İstanbul’da satılmaya ve halkı galeyana getirmek

⁵⁶ ÖZDAMAR, A.g.t.. 24. JOWETT, O’DONNELI, A.g. e. 13’ten alıntı.

üzere kullanılmaya başlanmış; maalesef bunda başarılı olunmuş; İstanbul ve Rum azınlığın yaşadığı pek çok beldede yağma eylemleri gerçekleşmiştir.



Fotoğraf 1.9 6 Eylül 1955, İstanbul Ekspres Gazetesi



Fotoğraf 1.10 1955, Taksim'de yağmalanan dükkânlar



Fotoğraf 1.11 1955, Yağmayı önlemeye çalışan askerler

Kara propaganda dost bir kaynaktan geliyormuş gibi görünür; ama gerçek tersidir. Kara propaganda da, kaynak daima gizlidir. Kaynağın gizli olması, propagandanın başarılı olmasının bir ölçütü sayılır. İnsanlar propaganda yapıldığından, propagandistlerin kendilerini etkilemeye çalışmalarından haberdar değildir; farkında olmadan bir olayın veya grubun yandaşı olduklarını hissetmezler. Bu yüzden bu propaganda türüne “sinsi propaganda” da denir. Amaca giden her yol, propaganda aracı olarak kullanılabilir; ”Yalan, iftira, sahte deliller kullanarak

gerçekleri tahrif etmek, ortalığı karıştırmak, inançları sarsmak suretiyle yapılan kara propaganda, amacını gerçekleştirmek için her türlü gayri meşru yola başvurabilir.”⁵⁷ Kara propagandada gerçekleri çarpıtmak, ortalığı karıştırmak gibi olumsuzlukların sergilenmesinin en tipik örneği Romanya’da Çavuşesko’nun devrilmesi için halk ayaklanması başlatmak amacıyla yapılan propagandadır. Romanya’nın eski devlet başkanı Çavuşesko bu tür propagandalar sonucu devrildi ve öldürüldü; “Çavuşesko’ya karşı gösteriler olmakta, ama bir türlü onu devirecek noktaya ulaşılamamaktadır. Etnik gerilimlerin olduğu Temeşvar’dan gelen bir kare fotoğraf, işi bitirmeye yetti. Bu fotoğrafta, Çavuşesko’nun adamlarınca öldürüldüğü söylenen insanların cesetleri görülmekteydi. Bu fotoğraf tepkileri büyütür, uzaktan seyredenler de gösterilere katılır ve bildiğimiz son olur. Sonradan anlaşıldı ki, birileri morgda bulunan cesetleri boş bir alanda toplamış, gazeteciler de onlara alet olarak bu fotoğrafı çekerek bütün dünyaya yaymıştır.”⁵⁸

1.5.3.3 Gri veya Bulanık Propaganda

Gri propaganda, beyaz ve kara propagandanın arasındadır. Bu propaganda türünde olaylar çarpıtılır. Propagandist, bir işi veya olayı kendi arzu ettiği şekilde göstermek, kitleleri kendi amacına uygun düşündürmek veya davrandırmak istediğinden abartı ve yalana daha fazla yer verir.

Gri propagandada, haber veya yorum tarafsız bir kaynaktan gelir gibi gözükse de aslında karşı taraftan gelmektedir. Gri propaganda da, yalanla gerçek bir arada kullanılır. Kaynak kimi zaman gizli, kimi zaman da açıktır. Bu yüzden bu propaganda türüne “bulanık propaganda” da denir; “Propagandacı, olayları, kendi lehine çevirmek için abartarak ve çarpıtarak hedef kitlesine aktarır. Zaman zaman da gündem saptırılır ve kitlenin dikkati başka yöne çekilir.”⁵⁹ Bu propaganda türüne uygun örnek olarak, 2011’de ABD ve Batılı birkaç ülkenin, sivilleri öldürdüğü

⁵⁷ ÖZDAMAR, A.g.t., 25. JOWETT, O’DONNELI, A.g. e. 13’ten alıntı.

⁵⁸ Behçet FAKİHOĞLU, “Xv. Yerel Medya Eğitim Semineri - Erzurum (25 - 26 Ekim 2007) **Medyada Dezenformasyon**” internet makale

⁵⁹ Arsev BEKTAŞ , **Siyasal Propaganda**, 37.

gerekçesi ile Libya lideri Kaddafi'yi ve rejimini, askeri güç kullanarak devirip Libya'da hakimiyet kurması verilebilir.

1.5.4 Konusu Bakımından Propaganda

1.5.4.1 Siyasal veya Politik Propaganda

“Propagandanın hedefi kamuoyudur, dolayısıyla en etkili ve açık şeklini siyasal arenada gösterir.”⁶⁰

“Politik propaganda, halkın davranışlarını değiştirme görüşündeki bir hükümet, parti veya yönetim tarafından işlevselleştirilen etkileme tekniklerini içerir. Genellikle sınırlı da olsa kullanılacak metodun seçimi önceden düşünülmüş ve tartılmıştır; ulaşılabilecek hedefler açıkça belirlenmiş ve çok dikkatli hazırlanmıştır.”⁶¹ Aziz'e göre siyasal propaganda; “Seçim dönemlerinde ilgili yasal düzenlemeler çerçevesinde ülke genelinde yürütülen propaganda çalışmalarında kullanılan yöntem ve tekniklerin tümü olarak ifade edilmektedir.”⁶² Siyasal propaganda planlı bir çalışma gerektiren ve çeşitli evrelerden geçirilerek üretilen kapsamlı bir propagandadır. “Siyasal propaganda, uzun vadeli, prestij sağlamaya yönelik bir çalışma gerektiren, klâsik, örgütsel politikalar dönemi ve kısa sürede sonuç almaya yönelik bir çalışmayı içeren seçim zamanı yoğunlaşan, ticarî reklâm benzeri faaliyetler dönemi.”⁶³ olarak çeşitli evrelere sahiptir.

Propaganda, günümüze kadar, yükselen bir ivme ile etkisini ve önemini arttırdıysa ve bu alanda adeta bir sektör meydana getirdiyse, bunu büyük ölçüde siyasîlere borçludur; “Tarihte etkili bir biçimde kullanma açısından politik propagandaya örnek bulmak kolaydır. Politik propagandanın ne denli önemli bir silâh olduğu, gerek Almanya'daki faşizmin yükselişinde; gerekse Bolşevik Devrim'de açıkça görülmüştür. İktidarda kalmak ve kitleleri arkalarına alabilmek

⁶⁰ ÖZSOY, A.g.e. 19.

⁶¹ ÖZDAMAR, A.g.t. 26.

⁶² Aziz AYSEL *Siyasal İletişim*, 68.

⁶³ A.g.e. 75,76.

için, bütün kitle iletişim araçlarından yararlanan, politik propaganda, politikacıların kamuya egemen olma isteğinden dolayı hızla gelişmiştir. Konu ve hedeflerin çoğunluğu politiktir.”⁶⁴ Bir çalışmanın siyasal propaganda sayılabilmesi ve diğer propaganda biçimlerinden ayrılabilmesi için, merkezinde siyasal bir amaç taşıması gerekmektedir. Demokratik yönetimlerin en önemli unsurları olan siyasî partilerin iktidarı ele geçirebilmek için yaptıkları tüm eylemler, özünde siyasî bir amaç güttüğü sürece siyasal propaganda sayılır. Bu yönüyle propaganda türleri içinde siyasal propaganda tartışılmaz bir öncelik taşır. Bu propagandada, seçim zamanlarında, seçmen tercihini etkilemek için, çeşitli strateji veya taktikler uygulanır; bu yönüyle “...siyasal propaganda, seçmenlerin tercihini etkileyen, onların belirli bir parti veya adaya motive olmasını sağlayan iletişim faktörüdür.”⁶⁵

Siyasal propaganda, Fransız Devriminden itibaren etkin bir biçimde kullanılmaya başlanmış; Hitler ve Stalin ile zirveye ulaşmıştır. “20. yüzyılı farklı biçimlerde bile olsa, derinden etkileyen bu iki ideolojik akımın başında bulunan Lenin ve Hitler, bütün kazanımlarını siyasal propaganda sayesinde elde etmişlerdir. Her ikisi de, tarihe birer devlet adamı olmanın dışında, birer propaganda dehası olarak geçmiştir.”⁶⁶ Siyasal propaganda her yönüyle günümüzde de etkinliğini sürdürmektedir. Özellikle siyasî partiler, propagandaya büyük bütçeler ayırmakta; hatta, salt seçim propagandası yapmaları için, oyları oranında devletten parasal yardım almaktadırlar.

1.5.4.2 Toplumsal veya Sosyolojik Propaganda

Toplumsal propaganda, siyasal propagandaya göre daha belirsiz bir nitelik taşımakta; daha dar bir alan kapsamaktadır; “Toplumsal propaganda, toplumsal çerçeveyi kullanarak, belirli bir yaşam felsefesini ve bunun ideolojisini topluma benimsetmeye çalışır.”⁶⁷ Ellul’a göre toplumsal propaganda; “bir toplumun mümkün

⁶⁴ ÖZDAMAR, A.g.t. 26.

⁶⁵ Necati ÖZKAN, *Seçim Kazandıran Kampanyalar*, 42.

⁶⁶ Tuba KALÇIK, *Televizyonda Siyasal Propaganda ve AKP*, 50,51.

⁶⁷ Devrim Barış ÇELİK, *Siyasal Propaganda ve Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkileri, İzmir Örnek Olayı*, 40,41.

olan en fazla sayıda bireyi kendisi ile bütünleştirme, üyelerinin davranışını belirli bir kalıp çerçevesinde birleştirme, kendi yaşam biçimini dışarıda yayarak kendini diğer gruplara kabul ettirme amaçlarıyla gerçekleştirdiği eylemlerin toplamıdır.”⁶⁸

Diğer bir deyişle toplumsal propaganda;

“ - Belirli bir toplumun veya grubun içinde bulunduğu toplumsal çerçeve ile gelenek ve göreneklerin bütününe kullanarak belirli bir yaşam felsefesini topluma sokmak,

- Mümkün olduğunca fazla bireyi kendi bünyesinde bulundurmak,
- Bu bireylerin davranışlarını belirli şekilde yönlendirmek,
- Kendi düşüncelerini çevreye ve diğer gruplara yaymak gibi bazı hedeflere

varmak için kullanılan olgu ve yöntemler bütünüdür.”⁶⁹

Toplumsal propaganda, etkin olarak daha çok sivil toplum örgütleri tarafından kullanılmaktadır. Bu propaganda türü, sendikalar aracılığıyla işçi-işveren ilişkilerini, sosyal devlet ilkesi bağlamında yeni düzenlemeler yapılmasında etkili olurken, sivil toplum örgütleri aracılığıyla medenî hakları, insan haklarını, eğitim, sağlık gibi toplumsal sorunları ele almakta, bu alanlarda yapılan iyileştirmelere önemli katkılar sağlamaktadırlar.

Toplumsal veya sosyolojik propaganda, politik propagandaya göre anlaşılması daha zor bir olgudur. “Temelde sosyolojik propaganda bir ideolojinin kendi sosyolojik ortamında yayılmasıdır. Ekonomik, politik ve sosyolojik faktörler bir fikrin bireylere ya da toplumlara yerleşmesini sağlamaktadır. Sosyolojik propaganda da önemli olan şey, bireyin aktif olarak katılımını sağlamak ve onu mümkün olduğunca belirli bir sosyolojik çerçeveye uyarlayabilmektir.”⁷⁰ Doğal olarak sosyolojik propaganda içinde, bir ya da daha fazla politik propaganda unsuru bulunmaktadır.

Ellul’a göre sosyolojik propagandayı her zaman uygulamak olanaklı olmayabilir; “Sosyolojik propaganda, kriz anlarında yetersiz kalır ve kitleleri

⁶⁸ Erdal EKE, **Siyasal Propaganda Araçlarının Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisi: Isparta Örnek Olayı**, 68 ELLUL, A.g.e. 62,64’ten alıntı.

⁶⁹ Ahmet Hamdi BOYACI, **Propaganda ve Seçim Kampanyaları-1995 Erken Genel Seçim Örneği**, 39, 40.

⁷⁰ ELLUL, A.g.e., 62,64. alıntılan Eke A.g.t. 68.

beklenmedik durumlarda bir eyleme sürükleyemez. Bu yüzden de, zaman zaman eyleme sevk edecek klâsik propaganda biçimleriyle desteklenmek zorundadır.”⁷¹ Yani, böyle zamanlarda sosyolojik propaganda, asıl propagandaya zemin oluşturan yardımcı bir araç olarak kullanılır.

1.5.4.3 Ekonomik Propaganda

Günümüzde giderek önem kazanan bir propaganda biçimi haline gelmiştir. Özellikle küreselleşmenin getirdiği rekabet ortamı, bu propaganda türünün etkin olarak kullanılmasını zorunlu hale getirmiştir. “Ekonomik propaganda, milletlerarası ilişkilerde bir ülkenin genel menfaati göz önüne alınarak yapılan ve o ülkenin ekonomi politikasını yansıtan ve ülkeyi cazibe merkezi haline getirmek için yapılan ve uygulanan propaganda türüdür. Örneğin ülkelerin yabancı yatırımcıları kendi ülkelerine getirebilmek veya bu kişileri yönlendirebilmek için yaptıkları faaliyetler grubu gösterilebilir.”⁷²

1.5.4.4 Kültürel Propaganda

Ulusal kültürlerin, uluslararası ortamlarda tanınması ve başka halklar tarafından sevilmesini amaçlayan bir propaganda türüdür. Günümüzde bu konuda ülkelerin kültür ve turizm örgütleri yoğun çalışmalar yapmaktadır. “Kültürel propaganda ise bir milletin başka milletlerden kültür merkezleri okulları açmak ve oluşturmak gibi çeşitli yöntemlerle yandaş oluşturma ve kazanma gayretidir. Günümüz çağında ülkeler ve milletler tarafından kendi kültürünü yayma ve kendine taraftar toplama gayreti gösterilmektedir.”⁷³

⁷¹ ÖZDAMAR, A.g.t. 29 ELLUL, A.g.e. 64’ten aAlıntı.

⁷² ÖZSOY, A.g.e. 19.

⁷³ ÖZSOY, A.g.e. 19.

1.5.4.5 Askerî Propaganda

En eski propaganda türlerinden biridir. Tarih boyunca pek çok ulus, askerî gücünü sergilemek için başta manevralar olmak üzere değişik propagandalara başvurmuştur. “Askerî propaganda hem iç, hem de dış alanda etkili bir nitelik gösteren propaganda türüdür. Devletler siyasî, kültürel ve askerî yapılanmaları itibariyle diğer devletler için potansiyel tehlike olma konumunu taşımaktadırlar. Bu yüzden de her devlet, dünya coğrafyası üzerinde diğer devletlere güçlü gözükme ve her türlü tehlikeye karşı hazırlıklı olmak zorunluluğunu ön plana çıkarmaktadır.”⁷⁴ Özellikle ülke içerisinde yapılan askerî tatbikatlara veya hazırlıklara, dış devlet adamlarının veya onların elçilerinin davet edilmesi, askerî propaganda yöntemlerine bir örnek oluşturmaktadır.

1.5.5 Amacına Göre Propaganda

1.5.5.1 Destek Propaganda

Herhangi bir ülkeyi, topluluğu veya örgütü desteklemek, o topluluğun yanında olduğunu göstermek amacıyla yapılan propagandalardır. Günümüzde daha çok açık hava toplantıları ve mitingler biçiminde uygulanmaktadır. Türkiye’deki sivil toplum örgütlerinin Filistinlilerin yanında olduklarını göstermek amacıyla yaptıkları çeşitli aktiviteler, bir halk lehine yapılmış en yakın ve canlı destek propaganda örnekleridir.

1.5.5.2 Karşı (Alternatif) Propaganda

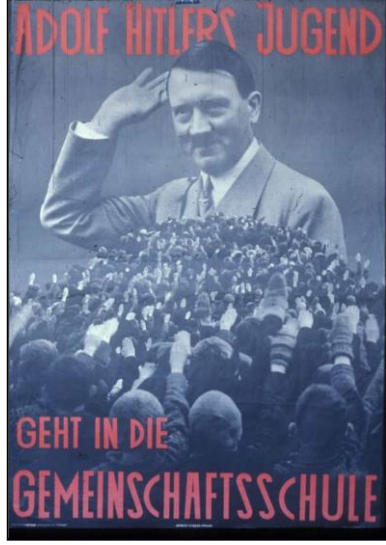
“Karşı propaganda, karşıtın savlarını çürütmeye çalışan bir propaganda biçimidir.”⁷⁵ “Bu yüzden her propagandanın bir karşı propagandası vardır.”⁷⁶ “Bir

⁷⁴ ÖZSOY, A.g.e. 20.

⁷⁵ ÖZDAMAR, A.g.t. 34 DOMENACH, A.g.e. 80’ten alıntı.

⁷⁶ BEKTAŞ, *Siyasal Propaganda*, 209 DOOB, A.g.e. 253’ten alıntı.

propaganda kampanyası muhalefet doğurabilir ve bir karşı propaganda (counter-propaganda) hareketi yaratabilir. Eğer karşı propaganda hareketi yaygın popüler önyargıları harekete geçirebilirse, propagandacı geniş malî desteğe sahip olsa bile başarılı olamaz.”⁷⁷



Fotoğraf 1.12 Hitler ve arkasındaki gençlik selamının anlamı: Milyonlar arkamda



Fotoğraf 1.13 Heartfield, Ekim 1932 Hitler

Doob, bir bireyin diğerlerini etkilemek için harcadığı çabaya bazen karşı-propaganda olarak atıfta bulunmanın yararlı olacağına dikkat çekmiştir. O'na göre, "Bu terim, kişilerin yaptığı veya bir karşıt tarafından verilmesi arzulanan cevapların ortaya çıkması ya da gündeme gelmesinin engellendiği, geleneksel cevapların zayıflatılması şeklindeki olumsuz amacı vurgular. Ancak bir anlamda, tüm propagandalar karşı propaganda içerirler.”⁷⁸

“Karşı propaganda, medyanın rekabet içinde bulunduğu toplumlarda sık görülen bir olgu olup, medyanın tek merkezde toplandığı ve kontrol altında tutulduğu toplumlarda ise yer altı faaliyeti olarak oluşur. Bu tür propaganda yönteminde kullanılan araçların, sadece el ilânları, duvar yazıları oldukları düşünülse de, hem

⁷⁷ BEKTAŞ, *Kamuoyu İletişim ve Demokrasi*, 164. ALBİG, A.g.e. 303'ten alıntı.

⁷⁸ BEKTAŞ, A.g.e. 165 DOOB, A.g.e. 253'ten alıntı.

sanatın bütün dalları, hem de kitle iletişim araçlarıyla ortaya konabilir.”⁷⁹ Propaganda etkinliklerinin yoğun bir şekilde yaşandığı günümüzde, karşı propaganda giderek önem kazanmıştır. Pek çok kuramcı, karşı propagandanın başarılı olması için kurallar ortaya koymuştur. Bunlardan biri de Domenach’tir. “Domenach etkili bir karşı propagandanın başarılı olmasının kurallarını özetle şöyle sıralar:

“1- Karşıtın izleklerini bulmak: Propagandalar kendilerini etkili kılan söz ve sembollerden ayrıldıklarında, zayıf noktaları ortaya çıkmakta ve çelişkili mantıksal yöntemlerinin çürütülmesi kolaylaşmaktadır.

2- Zayıf noktalara saldırmak: Bütün propaganda türlerinin temel kuralı olan zayıf noktalara saldırmak kuralı karşı propaganda içinde çok önemlidir. En çelişkili en zayıf ve hassas noktalar üzerinde yoğunlaşarak, karşı tarafın düşünceleri çürütülmeye çalışılır.

3- Güçlü olan düşman propagandasına hiçbir zaman karşıdan saldırmamak: Aşılama kuramı gereği, bir görüşü yıkmak için bu görüşün kendisinden yola çıkmak, bir ortak alan bulmak gerekir. Bu yüzden benimsenmiş görüşün hemen değiştirilemeyeceği gerçeğinden hareketle, çoğunluk tarafından benimsenen propagandanın stratejileri keşfedilip, onun kurallarına göre oynamak gerekmektedir.

4- Karşıta saldırmak, küçük düşürmek: Kişisel kanıt akılsal kanıttan daha fazla etki sağlar, bu yüzden bir düşüncenin veya ideolojinin savunucusunu ya da liderini küçük düşürmek, karşı propagandanın başarısını arttırır.

5-Karşıtın propagandasını olaylarla çelişkili duruma düşürmek: Karşıt düşünceleri ya da önerileri yalanlayan herhangi bir kanıt o düşünceyi değersiz kılmaktadır. Bu yüzden karşıt kanıtları yalanlayan bir fotoğraf, belgeleme aracı olması dolayısıyla bu tür propaganda da sık sık kullanılır.

⁷⁹ BEKTAŞ, A.g.e. 209.

6-Karşıtı gülünç duruma düşürmek: Gerek rakibin biçimine ve kanıtlamalarına öykünerek, gerek hakkında birtakım kısa güldürücü öyküler yayarak, gülünç düşürme çabası Alman Nazi karşıtlarının sürdürdüğü sözlü propaganda da önemli bir rol oynamıştır.

7- Kendi güç iklimine üstünlük sağlamak: Propaganda, kendi dilini ve simgelerini de belirtmeye çalışır. Bu simgeler bir grup, parti ya da ideoloji için önemlidirler. İşte bu yüzden, çoğu zaman karşıtın en değerli simgesinin taşıdığı ada ya da anlama saldırılır.”⁸⁰

Günümüzde karşı propaganda olarak gösterilecek en iyi örneklerden biri, Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne girmek istemesi ile birlikte yoğunlaşan soykırım iddialarıyla birlikte Ermenilerin, ABD; Fransa, İsviçre gibi ülkelerde Türkiye aleyhinde yaptıkları propaganda çalışmalarıdır.

Uygulamada karşı propaganda çalışmaları, genellikle karşı görüşü çürütmekten ziyade o görüşü savunan kişi ya da kişileri yıpratmaya ve itibarsızlaştırmaya yöneliktir. “...bir siyasal partinin ya da hükümetin önde gelen üyelerinin özel yaşamlarındaki hoş olmayan, toplum tarafından tasvip edilemeyecek bazı tutum ve davranışlar, geçmişte başka düşünceleri savunmuş olmaları, ya da karanlık ilişkiler içindeymiş gibi görünmeleri karşı propagandaya malzeme sağlar. Bu nedenle, karşı propagandanın bulunması durumunda, en iyi düzenlenmiş propagandalar bile başarısızlığa uğrayabilirler. Otoriter rejimlerdeki resmî propagandanın etkisinin yüksekliği, bir anlamda, karşı propaganda olanaklarının büyük ölçüde kısılmış olmasındandır.”⁸¹

⁸⁰ ÖZDAMAR, A.g.t. 34,35. DOMENACH, A.g.e. 80,84’ten alıntı.

⁸¹ BEKTAŞ, A.g.e. 165 ALBİG, A.g.e. 304’ten alıntı.

1.5.6 Diğer Propaganda Çeşitleri

1.5.6.1 Dikey ve Yatay Propaganda

“Klâsik bir propaganda türü olan dikey propaganda kendi egemen konumunu ve otoritesini kullanarak aşağıdakileri etkilemeye çalışan bir önder, bir teknisyen, bir siyasal ya da dinsel lider tarafından yapılan bir propagandadır. Yukarıdan aşağı doğru gerçekleştirilen dikey propaganda kitle iletişim araçlarının tümünün kullanıldığı, propagandayı yapanın dışarıda kaldığı ve etkisi kısa süreli olma özelliklerini taşımaktadır.”⁸² Yatay propagandada üyeler arasında ast-üst ilişkisi ve bir önder olmaz. Bu propaganda eşit bireylerden oluşan bir grup içerisinde ve tepeden gelmeyen bir biçimde yapılır. “Yatay propagandanın özellikleri arasında; küçük bir grup içerisinde gerçekleşen ve mantığa dayanan, çok öğretici ve eğitsel bir nitelik taşıması belirtilebilir. Bu tür propagandanın en önemli sakıncası da oldukça uzun zamanda gerçekleşmesi ve çok sayıda grup tartışmasını gerektirmesi olarak ifade edilmektedir.”⁸³

Dikey ve yatay propaganda arasında bazı önemli farklılıklar vardır: Dikey propaganda, yoğun olarak kitle iletişim araçları kullanırken, yatay propaganda ise daha çok kitle örgütlerine dayanmaktadır. Dikey propagandada bir önder var iken yatay propagandada bir önderin olması söz konusu değildir. Dikey propaganda kısa sürede; yatay propaganda ise daha uzun sürede gerçekleşmektedir.

Tarihsel süreç içinde yapılan propagandalar aslında dikey propagandadır. Bu tür propagandalar siyasî veya dinî liderler tarafından kendi egemen konumunu ve otoritesini kullanarak kitleyi veya grubu (cemaati) etkilemek amacıyla yapılır. Bu tür propaganda kitle iletişimin tüm yöntemlerini kullanarak siyasetçilerin gizli alanlarında tasarlanır, bu nedenle geniş kitleleri kapsayıcı olmaya çalışır. Dikey propaganda, gerçekleştirilmesi kolay bir propaganda türüdür.

⁸² ÇELİK, A.g.t., 43.

⁸³ ÇELİK, A.g.t. 43.

“Dikey propagandanın bir diğer özelliği de, bu propaganda türünde propagandaya maruz kalan kimse kalabalığın bir parçası olmasına rağmen tek başınadır. Bireyin coşku veya nefret çılgınlıkları, sadece lidere verilen cevap niteliğindedir. Sonuç olarak, bu propaganda, etki yaptığı grubun pasif tutumlar sergilemesine gereksinim duyar. Onlar artık nesnelere dönüşmüştür; yani onlardan istenileni yaşarlar, yönetilirler ve kendilerini adarlar. Mitinglerdeki topluluklar bu propaganda çeşidine iyi bir örnektir.”⁸⁴

“Yatay propagandanın iki koşulu vardır. İlki, gruplar arası temasa ihtiyaç duymamasıdır. Küçük bir grup, üyesi farklı etkilere maruz kalacağı başka bir gruba üye olmamalıdır; çünkü böylece kendini yeniden bulma ve karşı koyma şansı yakalayabilir... İkinci koşul, propaganda ve eğitim arasındaki özdeşliktir. Küçük grup, ahlâkî, entelektüel, psikolojik ve yurttaşlık eğitiminin merkezidir. Fakat o öncelikle politik bir gruptur ve yaptığı her şey siyasetle ilişkilidir.”⁸⁵

1.5.6.2 Kışkırtıcı ve Bütünleştirici Propaganda

Karışıklık propagandası da denilen kışkırtıcı propagandanın amaçları arasında, mevcut yönetimi veya iktidarı değiştirmek ya da yıkmak amacıyla, kitleleri isyana sürükleyerek halk arasında heyecan yaratacak propagandalar, hatta provokatif eylemler yapmak vardır. Kışkırtıcı propaganda, yapılması oldukça kolay bir propaganda türüdür. Çünkü duygu ve coşkulara hitap eder, gerektiğinde kin ve nefret duygularını körükler.

Kolay propaganda türü özellikleri taşıyan kışkırtıcı propaganda, var olan düzenden memnun olmayan halk kitleleri üzerinde oldukça etkili olmaktadır. Tarihe bakıldığında bütün ihtilâlcî hareketler bu tür propagandadan beslenmiştir. Bu tip propaganda sadece savaş ya da ihtilâl isteyenler tarafından değil, provokasyon çıkarıp ortamda çıkarlarını sağlamlaştırmak isteyenler tarafından da kullanılmaktadır.

⁸⁴ ÖZDAMAR A.g.t. 31 ELLUL, A.g.e. 80,82’den alıntı.

⁸⁵ ÖZDAMAR A.g.t. 31 ELLUL, A.g.e. 83 ‘ten alıntı.

Özellikle ülkemizde gerçekleşen terör eylemlerinin çoğunun bu nitelikte olması, ülke düzeninin karıştırılması ve son aşamada bazı kişilere çıkar sağlanması biçimine dönüşmektedir.

Kışkırtıcı propaganda, genelde muhalefetin bir propaganda aracı olsa da, hükümetler tarafından da kullanılabilir. “Örneğin Lenin, zengin Rus köylülerini sindirmek için ajitasyon büroları örgütlemiş, Rusya da uzun dönemlik bir ajitasyon seferberliği başlatarak direnişi bastırmıştır. Benzer bir şekilde Hitler, üzüntü ve aşırı heyecan yaratma ya da sosyal ve ekonomik değişimler ortaya koyma yoluyla kışkırtıcı bir propaganda yöntemi uygulayarak, hedeflerine ulaşabilmiştir... Sadece bu tür propagandalar ‘büyük ileri sıçrama’yı doğurmaktadır.”⁸⁶

Bütünleştirici propaganda, 20. yüzyılda ortaya çıkan, kışkırtıcı propagandanın tersine, günümüz uygarlığının ve gelişmiş ülkelerin gerçekleştirdikleri bir propaganda türü olup; bu, bir uyum propagandasıdır. Amacı, “bireyi günlük yaşamında uyumlu, davranışlarını düzenli kılmak; onun düşünce ve davranışlarını, değişmeyen toplumsal ortama uygun biçimde yeniden biçimlendirmeye çalışmaktır.”⁸⁷

Bütünleştirici propaganda, bir toplum içerisinde yaşayan bireylerin, toplumun veya yönetimin değerlerine, kurumlarına, oluşturulmuş davranış kalıplarına ve tüm etkinliklere olumlu bir şekilde katılmasını sağlama amacını taşır. Bireyi sistemin bir parçası halinde gören bu tür propagandada bireye oluşturulmuş sistemi koruma görevi verilmektedir. Ancak, bu tür propagandanın uygulanabilmesi için bireylerin asgarî yaşam koşullarına ve belirli eğitim düzeyine ulaşmaları, yaşadıkları ortamdan hoşnut olmaları gerekmektedir.

Bütünleştirici propagandayı başarılı kılmak, kışkırtıcı propaganda kadar kolay değildir. Çünkü bütünleştirici propaganda karmaşık bir propaganda türüdür. Bu propagandada başarılı olmak için salt kitle iletişim araçları yeterli değildir. Bunların

⁸⁶ ÖZDAMAR A.g.t. 33. ELLUL, A.g.e. 71,72’den alıntı.

⁸⁷ ÖZDAMAR A.g.t., 32

yanı sıra, tüm psikolojik ve sosyolojik değerler ve analizler de kullanılmalıdır. Bu propagandalardan etkilenmiş olan bireyler; toplumun ortak yapılarını, inançlarını, ortak kaygılarını, etik değerlerini; hatta sanat ve politikalarını benimseyerek büyük bir kolektif yapının parçası olmaktadır. Bunun sonucu olarak, toplum, birbirine sıkıca bağlanarak gücünü ve etkisi büyük ölçüde arttırmış, toplumdaki her birey, o toplumun etkin bir üyesi haline gelmiştir. Bu propaganda türünü ABD, başarıyla uygulamıştır. Sıradan vatandaş için ABD’li olmak önemli bir ayrıcalıktır.

1.5.6.3 Akılcı ve Duygusal Propaganda

Akılcı propaganda, istatistiksel, bilimsel kaynakları ve kavramları kullanır. Çünkü yapılan bir propagandanın etkisinin uzun süreli olması isteniyorsa yapılacak propagandanın akılcı bir nitelik taşıması gerekmektedir. Bu propaganda türünde öncelikle, mantık ve gerçeğe dayalı; fakat akıl dışı cevaplar yaratılmalıdır. Bu akıldışı cevaplar yaratılmasının amacı, bireyin mantığa dayanan esaslı propagandayla karşılaşması durumunda, kendisine yöneltilen propagandayı reddetme seçeneğinin çok fazla kalmamasını sağlamaktır. Akılcı propagandada, genellikle mantık ekseninde hedef kitlenin duygu ve düşüncelerinin üzerinde bir program sunulmaktadır.

Duygusal propaganda, mantıksal temelinin çok fazla önemsenmediği bir propagandadır. Duygusal propaganda, hedef kitle heyecanlandırıldığında verilen her şeyi, sorgulamadan kabul edeceği düşünülerek uygulanır. Hedef kitlenin tercihlerini belirlemesi sırasında, onları etkileyecek, heyecanlandıracak temaların bulunması, bu temalar içerisinde verilmesi istenen mesajın sunulması gerekmektedir. Bu sebeple önce propagandacının seslendiği hedef kitleyi, coşturacak konuları ortaya koyması ve duygusal bir yaklaşım sergilenmesi gerekmektedir. “Eğer bir politik lider için bağırıp, tezahürat ediliyorsa bu tepki duygusaldır.”⁸⁸ Duygusal propagandada, basit, anlaşılır ve kısa ifadeler kullanarak hedef kitleler etkilenmeye çalışılır.

⁸⁸ Şölen KİPÖZ, **Propagandanın Tanımı**, 4

Her iki propaganda türünden duygusal propagandanın etkisinin, akılcı propagandaya göre daha kısa süreli olduğu bir gerçektir. Çünkü coşku ve duygulara seslenen propagandalar kısa dönemde etkili olabilir, fakat bu etki uzun süremez. Uzun dönemde etkinlik ise, ancak akılcı propagandalarla mümkün olabilir; “Bir propaganda ne kadar çok akla uygun verilere, istatistikî bilgiye dayanırsa o kadar çok ilerleme kaydeder. Çünkü modern insan, gerçeğe bir bağ kurmaya, sonuçlarına katlanacağı davranışa kendini inandırmaya ve kanıtlanmış deneyimlere ihtiyaç duyar.”⁸⁹

1.6 KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE PROPAGANDA

İnsanlar, başlangıçtan itibaren toplumsal hayatın getirdiği bilgi, birikim ve olguları birbirlerine aktarabilmenin yollarını aramış; bunun için, zamanla kitle iletişim araçlarını kullanmaya başlamıştır. “Kitle iletişim teknikleri gelişip toplumda örgütlenme düzeyi arttıkça propaganda da yaygınlaşmıştır.”⁹⁰

Genel olarak kitle iletişim araçları, bir ürünü, bir bilgiyi veya olayı geniş kitlelere kısa zamanda ulaştırabilmeyi ve kitlelerin kanılarını etkilemeyi amaçlayan çok önemli araçlardır. Bu araçlar üzerindeki teknolojik ilerlemeler sayesinde, etkinlik alanları genişlemiş olan kitle iletişim araçları, propagandistler tarafından, hedef kitlenin kanaatlerinin istenildiği doğrultuda değişmesinin sağlanmasında sıklıkla kullanılmışlardır. Qualter Terence, kitle iletişim araçları ve propaganda ortaklığının, “bir bireyin veya grubun başka bireylerin veya grupların tutumlarını belirleyip biçimlendirmek, kontrol altına almak veya değiştirmek için haberleşme araçlarından yararlanarak”⁹¹ kendi amaçlarına uygun tepkiler oluşturabileceği üzerinde durmuştur.

Geniş olarak kitle iletişim araçlarından söz etmek, ancak 19. yüzyıl ortalarından itibaren mümkündür. Bu yüzyılda, ulaşımın süratlenmesi, posta hizmetlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte kitle iletişimi ve kitleleri etkileme araçları,

⁸⁹ ÖZDAMAR A.g.t., 33. ELLUL, A.g.e., 71’den alıntı.

⁹⁰ Ajda FERHAT, Propagandanın tarihçesi, 20

⁹¹ Qualter TERENCE, A.g.m., 279.

yeni bir ivme kazanmıştır. 20. yüzyıl ise bu araçların daha da yaygınlaştığı, çeşitlendiği, iletişim olgularının ve bu yolla yapılan propagandaların geniş halk kitlelerine son sürat yayıldığı bir yüzyıl olmuştur.

1.6.1 Kitle İletişim Araçları

Kitle iletişim araçları, toplumsal hayatın başladığı eski çağlardan günümüze kadar giderek çeşitlenmiş, süratlenmiş, etkileme gücünü artırarak bugün kitle iletişiminde çok farklı bir konuma ulaşmıştır.

Kitle iletişim araçlarını çeşitli yönlerden sınıflandırabiliriz.

1- Yazılı-basılı araçlar: Gazeteler: kitaplar, dergiler, karikatürler afişler, el ilânları, kataloglar, broşürler, grafikler vs.

2- İşitsel ve görsel araçlar: Radyo, televizyon, video, cep telefonları

3- İnter aktif araçlar: İnternet, elektronik haberleşme, web Sayfaları (e-posta): CD – VCD – DVD, multimedya vb. bilgisayar ortamları.

4- Sanatsal araçlar: Fotoğraf, sinema (film), heykel, resim, mimarî, çeşitli el sanatları.

1.6.1.1 Yazılı-Basılı Araçlar

Basın, 19. yüzyıldan günümüze çeşitli gelişmeler ve düzenlemelerle bugünkü konumuna ulaşmıştır. Günümüzde yayıncılık, hem teknolojik, hem içerik, hem de kültürlerin geçirdiği evrim sürecine bağlı olarak gelişen çok uzun bir dönemi kapsamaktadır. Bu süreç içinde ulusların sosyo-ekonomik düzeyleri ve buna bağlı yaşam alanlarını biçimlendirmede basının önemli rolü bulunmaktadır. Daha genel anlamıyla basın; kuvvetler ayrılığı ilkesi içinde yasama, yürütme ve yargıdan sonra gelen dördüncü kuvvet olarak gösterilmektedir. Bugün, televizyonu da kapsadığından dolayı, genellikle gazete ve dergi gibi yazılı ürünler için medya kelimesi kullanılmaktadır. Yazılı basının önde gelen araçları şunlardır:

1.6.1.1.1 Gazeteler

Kamuoyu oluşturmada yararlanılan en etkili araçlardan biri gazetelerdir. Hemen her eve, her iş yerine rahatça giren gazeteler sayesinde kamu, toplumu ilgilendiren konularda günü gününe bilgi sahibi olur, bu konularla ilgili yorumları okur, kanaatlerine bu sayede yön verir, ya da yeni kanaatler edinir. Friedrich Hegel gazete okumayı “günlük gazete okumak modern insanın sabah duasıdır” diye nitelemiştir.”⁹² Hegel, gazete ile insan arasındaki bu ilişkiyi, “ gazete okumak ile dinsel ritüel arasındaki ilişkiye...”⁹³ benzetir. O, bu benzetme ile kitle iletişim araçlarına verdiği önemi de ortaya koymaktadır.

Gazeteler, günümüz insanın en önemli bilgi kaynaklarından biridir. Toplumdaki bireylerin çoğu, gazetelerden öğrendikleri bilgilerle gündelik olayları yorumlamaktadır. Bugün çağdaş toplumlarda gazete okumayan insan yok denecek kadar azdır. Bilgi ve haberin görsel öğelerle güçlendirilmesi okuma yazma bilmeyenleri bile gazetelerle ilgilenmeye yöneltmektedir.

Gazeteler, yakın ve uzak geçmişin, ya da günün haber ve olaylarının verilmesinde, ülkenin ana davaları üzerinde halkın dikkatini toplamada ve okuyucularının genel kültürlerini artırmada, her ülkede, son derece önemli bir rol oynar. Gazetelerin bu işlevlerini yerine getirebilmesi için, hiç kuşkusuz ki özgür olmaları gereklidir. Bu noktada devreye basın özgürlüğü girer. Şüphesiz basın özgürlüğü, haberleşme özgürlüğünün temelini ve en önemli şartını oluşturur. Bu bağlamda basın özgürlüğünün sınırı kavramı da günümüzün en çok tartışılan sorunlarından biridir. Gazetelerde her olay; yazı, karikatür, fotoğraf kolayca yayımlanabilir ve toplum katmanlarına ulaşabilir. Onun için, bugün, uygar bir insan için gazete, elden düşürölmesi olanaksız bir iletişim aracı haline gelmiştir.

Gazeteler, salt haber yayımlayan iletişim araçları değıldir. Toplumsal hayata girdiği ilk yıllardan itibaren, gazeteler, kısa sürede, kamuoyu oluşturan etkili

⁹² Veynel BATMAZ, “Nüruk ile Ritüel”, internet makale

⁹³ Veynel BATMAZ, A.g.m.

propaganda araçlarından biri haline gelmiştir. “Kitle kültürünün gelişmesini sağlayan ve modern topluma geçişin bir göstergesi olan gazete, propagandası yapılan ideolojileri yaymada en etkili araçlardan biridir. Çünkü gazeteler, önemli bir eğitim ve aracı sayıldıkları kadar siyasal ve ekonomik mücadelenin de etkili silâhlarıdır.”⁹⁴

Gazeteler, her gün yüz binlerce insanın evine, en kolay ve en düşük maliyetle ulaşır. Bu durum, onları, günlük propagandanın yani reklâmın kolay yolla yayılma aracı haline getirir. Gazeteler, gün içinde defalarca ele alındığından, bu ortamda yayımlanan reklâmlar, hedef kitleye etkin bir şekilde erişir. “Gazetelerdeki reklâmlar okuyucu gazeteyi her eline aldığı anda etkilidir. Bu unsur, gazete reklâmlarının okuyucuya gün boyu hitap etmesini sağlamaktadır. - Gazete reklâmları saklanabilmekte ve arşivlenebilmektedir... Gazeteler, geniş boyutlu mesaj verebilir, ürünün temel özelliklerini, tanımını, vurgulanacak yönlerini, örneklerle okuyucuya anlatabilir.”⁹⁵

Basında yakın zamana kadar kamu yararı, kamuyu aydınlatma, bilgilendirme ilkesi egemen iken, günümüzde durum değişmiş görünmektedir. Artık genel olarak medya; politik ve ticarî bir sektör haline gelmiştir. Bugün için, pek çok demokratik ülkede, milyarlarca dolara hükmeden bir medya sektöründen söz etmek mümkündür.

1.6.1.1.2 Dergiler

Matbaacılığın teknolojik gelişmelerle birlikte önem kazanması, politik ve ekonomik silâh olan propagandayı, gazeteler gibi dergiler için de önemli bir araç haline getirmiştir. Basılı propaganda araçları arasında dergiler, gazeteler kadar olmasa da hâlâ etkinliğini sürdüren araçlardır.

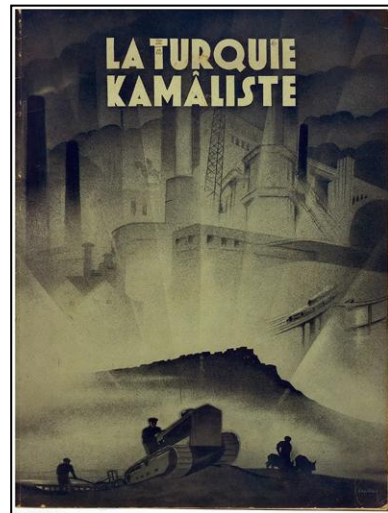
Dergiler, konuları açısından çeşitlilik gösterirler. Genellikle ele aldıkları konuları, gazetelere kıyasla daha derinlemesine incelediklerinden, dergilerin okuyucu kitleleri daha özel ve belirgindir.

⁹⁴ BEKTAŞ, A.g.e., 130.

⁹⁵ N.T.AKBULUT - E. E. BALKAŞ, A.g.e., 71.

Dergiler de basılı reklâm araçlarındandır. Bu nedenle avantaj ve dezavantajları bakımından gazetelerle benzer özellikler göstermektedirler; fakat yayın aralıkları daha uzun olduğu için, dergiye verilen reklâmların, propaganda etkisinin de daha uzun olduğu söylenebilir Haftalık veya aylık süreler, derginin, bir sonraki sayısı yayımlanana kadar göz önünde bulunmasını ve daha kalıcı ve uzun süreli propaganda yapmasını sağlamaktadır.

Gazeteler gibi dergilerin de propaganda aracı olarak kullanılması, 20. yüzyılın başlarında büyük bir ivme kazanır. “Özellikle *Times*, *Newsweek* ve *Reader’s Digest* gibi değişik konuları ele alan dergilerin propaganda olarak nitelendirilebilecek yazılara oldukça sık yer verdiği görülmüştür. Muhafız politik ve sosyal ideolojilerin, fikirlerin dergileri de, yoksulluk, göç, ticarî yozlaşma ve halk sağlığı gibi konularda kamu gündemine yön vermişler, gerek hükümeti eleştirerek gerekse kendi ideolojilerinin yayılmasında etkili olmuşlardır.”⁹⁶ Almanya, Türkiye’deki propaganda çalışmalarını sahibi olduğu gazete ve dergiler vasıtasıyla sürdürmüştür. Goebbels’in Bakanlığı tarafından yayımlanan Nazi silahlı kuvvetler dergisi olan “*Signal*” Fransızca, Almanca, İngilizce ve Türkçe olarak çıkıyordu. İstanbul’daki Alman kitapçıları *Deutsche Allgemeine Zeitung* gazetelerini satıyordu.



Fotoğraf 1.14 Ağustos 1937, LaTurquie Kamaliste **Fotoğraf 1.15** 1935, LaTurquie Kamaliste, sayı 8

⁹⁶ ÖZDAMAR A.g.t. 41. JOWETT, O’DONNELL, A.g.e. 109,110 ‘dan alıntı.

Ülkemizde, Cumhuriyetin ilk yıllarında yayımlanan dergilerin etkili propagandalar yaptığı söylenebilir. Bunlardan biri *La Turquie Kamaliste*'tir; Bu dergi, cumhuriyetin ilk on yılının ardından, yapılanları ve modern Türkiye'yi dünyaya tanıtmak amacıyla 1933 yılında yurt dışında Fransızca, İngilizce ve Almanca yayımlanmıştır. Üç ayda bir çıkan dergi Türkiye'nin dört bir yanında çekilmiş fotoğraflar ile dünyanın ilgisini çeker. *La Turquie Kamaliste* dergisi bu yıllarda yapılan sistemli propaganda faaliyetlerinin başında gelmektedir.

Türkiye'de dergiciliğin altın çağı 1970'lerdir, denebilir. 1970'lerde Türkiye'de var olan siyasî hareketler nedeniyle birçok propaganda amaçlı dergi çıkarılmıştır. Bu dergiler, dönemin siyasal ve sosyal yaşamı hakkında tarihsel belge niteliği taşırlar. Bu yıllarda, art arda yayımlanan dergilerde, sağ-sol grupların propagandaları yansıtılmıştır. Böylece bu dergiler, ideolojik gruplaşmaların sözcülüğünü ve propagandasını yaparken, kendi kitlelerini bir arada tutma konusunda belirleyici rol oynamışlardır.

1.6.1.1.3 Kitaplar

Kitap, yazılı kitle iletişim araçları içinde, tarihsel derinliğe sahip en eski araçtır. Eski Yunan kültüründe, genellikle, bilimsel ve felsefî eserler olarak karşımıza çıkan kitaplar, ortaçağda, daha çok kutsal kitaplar aracılığıyla propagandacı tavırlarını ortaya koyarlar. Bu kutsal kitaplarda, sosyal ve kültürel değerlerin kaynağı Tanrı'nın öğretilerine dayanır; “ Bu kitaplar, tarih boyunca fikirlerin ve davranışların biçimlenmesinde önemli rol oynamışlardır. Kutsal kitaplar, ülkeler ve insanlar tarafından hem din propagandasının, hem de politik propagandanın en temel araçları olmuşlardır.”⁹⁷

Avrupa'daki aydınlanma çağının başladığı 16. yüzyıldan itibaren kitleleri etkileyen en önemli iletişim aracı olan kitaplarda, konuca bir zenginleşme görülür. Bu dönemde, bilimsel kitapların yanında, tarih, edebiyat, felsefe, siyaset gibi çeşitli

⁹⁷ Nermin ABADAN, *Halk Efkari Mefhumu ve Tesir Sahaları*, 50,51.

alanlarda yazılmış kitaplar ortaya çıkar. Okuyucu sayısı az olmasına rağmen, bu kitaplar toplumları büyük ölçüde etkiler.

Kitaplar, tarihte, toplumsal propaganda aracı olarak etkili olurken; günümüzde de çeşitli düşünceleri derinlemesine işlemeleri nedeniyle hâlâ propaganda aracı olarak işlevlerini sürdürmektedirler. 20. yüzyılın ideolojilerinin biçimlenmesinde kitapların - ki bunlara propaganda kitapları demek gerekir- önemli işlevleri olmuştur. Hitler'in *Mein Kampf-Kavgam* ve *Marx'in Das Kapital'i*, Atatürk'ün *Nutuk* adlı kitapları bu türün en iyi örneklerdir. Bu kitaplar geçmişte, hatta günümüzde de ideolojik ikna güçleri ile etkili olmaktadır. Bilindiği gibi, Namık Kemal'in “ *Vatan Yahut Silistre* ” adlı kitabı tiyatrodan sahnelenmiş ve büyük ilgi görmüştür. Nitekim, günümüzde bir öğretinin, inancın veya ideolojinin roman konusu içine sindirerek propagandasını yapmaya çalışan kitapların yüz binlerce okuyucusu bulunmaktadır. Bazı kitapların yüz binlerce okuyucuya ulaşmasında, diğer medya organları aracılığıyla etkili bir propaganda ile okuyucuya tanıtılmasının önemli bir rolü vardır.

1.6.1.2. Karikatürler, Afişler ve Grafikler

Şimdiye kadar incelediğimiz gazete, dergi ve kitaplar gibi etkili kitle iletişim araçlarının dışında, kamuoyunun oluşumunda, sınırlı da olsa, bir etkiye sahip olan kitle iletişim araçları, karikatürler, afişler ve grafiklerdir.

Tarihte örnekleri bulunduğu gibi, ince bir zekâ ve yetenek tarafından içinde bulunulan durumu ve olayları yansıtacak biçimde hazırlanan karikatür ve afişler, önemli birer propaganda aracı olurlar. Gerek ticarî maksatla düzenlenen büyük boyda çarpıcı afişler; gerekse seçim dönemlerinde ortaya konan sembolik anlatımlı afişler bunu kanıtlamaktadırlar. Örneğin, 1950 seçimlerinde, Demokrat Parti'nin hazırlattığı havaya kalkmış bir eli ve "Yeter Söz Milletindir" ibaresini yansıtan afiş, bu partinin, seçimlerden olumlu sonuç alarak çıkmasında önemli katkılar sağlamıştır. (Bkz. Resim 1.1.) “Görsel dilin oluşmasına katkıda bulunan siyasi karikatürler ve afişler de döneme damgasını vurmuş propaganda iletişim araçları

olarak tarihe geçmişlerdir. İktidarların ve muhalefet gruplarının sıkça kullandığı bu araçlardaki yoğun görsel mesajla savunulan fikir ya da ideolojiler, ikna yolu ile kitlelere empoze edilmiştir.”⁹⁸

Karikatür ve afişler, özellikle savaş dönemlerinde kısa, net mesajlardan oluşan etkili görsel kullanımı ile asker toplamada ve düşmanı küçük düşürmede başarılı birer araç olmuşlardır. Özellikle afişler; “...savaş dönemlerinde orduya asker toplamayı amaçlaması ve ideolojik mesajlar içermesi bakımından, halkın merkezi otoriteyi desteklemesini sağlayan yaygın bir kullanım alanına sahiptir.”⁹⁹



Resim 1.3 1917, James Montgomery Flagg

Bunun en iyi örnekleri, Birinci Dünya Savaşı’nda, 1917’de James Montgomery Flagg tarafından yapılan, ‘*Seni ABD ordusu için istiyorum*’ adlı afiş ile Çanakkale Savaşı’nda Avustralya’da, duvarlara asılan “*Siz de gelmiyor musunuz*” cümlesiyle askerleri savaşa davet eden afiştir.

⁹⁸ Toby CLARK, **Sanat ve Propaganda-Kitle Kültürü Çağında Politik İmge**, Çev.Esin Hoşsucu, 141.

⁹⁹ ÖZDAMAR, A.g.t.,57



Resim 1.4 1914, Anonim

“Çanakkale Savaşları için Avustralya’da bastırılıp, duvarlara asılan afişlerden biri. Avustralyalı asker Çanakkale Boğazı’ndan ülkesine sesleniyor: ‘Siz de gelmiyor musunuz?’”

“Amerikan afişinde, devlet ve ulusun birliği kadar, Amerikalı prototipini simgeleyen Sam Amca figürü kullanılmıştır. Figürün vahşi görünümlü, otoriter yüz ifadesi Amerikan vatandaşı olmanın getirdiği çetin yükümlülükler konusunda, izleyicide hiçbir şüphe bırakmamayı amaçlamıştır.”¹⁰⁰ 1950’lerden sonra, soğuk savaş dönemlerinde, hem komünizm taraftarları, hem de karşıtları, özellikle Avrupa’da, propaganda afişleri kullanmaya başladılar. 1960’lardan sonra kullanılan afişlerde, bazı öğrenci birlikleri tarafından, bir yandan nükleer silâh denemeleri ve Vietnam Savaşı protesto edilirken, diğer yandan kitleleri ilgilendiren her alanda ve her konuda protesto afişleri kullanılmaya başlanır. “Bazı ülkelerde afişler, ruhsal posterler, rock müzik, çevre hareketi, sivil haklar ve 1960’lar ve 1970’lerin başlangıcında uyuşturucu madde bağımlılığına karşı isyankâr bir araç oldular. Küba ve Çin ise afişleri, Fidel Castro ve Mao Zedong taraftarlarını arttırmak için kullandılar. Japonya’da dikkati çeken siyasî afişlerde, 1990’ların ortalarında Güney Pasifik Okyanusu’nda Fransa’nın nükleer silâh denemelerini protesto etmek

¹⁰⁰ CLARK, A.g.e., 141.

amacıyla tasarlandılar.”¹⁰¹ Günümüzde, tarihsel süreçten farklı olarak afişlerin yerini billboardlar almıştır, diyebiliriz.

Propaganda amaçlı kullanılan grafikler, aslında, 20. yüzyılın ürünüdür. Bu yönüyle grafikler, zaman zaman kitlesel iletişimde önemi etkiye sahip olmuştur. “Özellikle grafik sanatları, sembolleri fikir düzeyi düşük olan geniş halk kitleleri için kolay anlaşılır bir duruma getirdikleri için yüksek etkinlik derecesine sahip bulunabilirler.”¹⁰²

Günümüzde özellikle siyasi afişlerin renkli ve ışıklı billboardlarda kitlere sunulması, yeni bir reklâm sektörü oluşturmuş; karikatür ve grafiğe göre, billboardlarda sergilenen çoğu ışıklı afişler ön plana çıkmıştır.

6.1.2. İşitsel ve Görsel Araçlar

Görselliğin, insan zihninin bir olayı daha çabuk kavramasında büyük rol oynadığı, eğitim ve öğretimin de temel öğelerinden biri olduğu uzmanlarca ifade edilmektedir. Bunun için, etkili bir propaganda için, gerekirse, görsel araçların devreye sokulması ve mesajların bunlarla desteklenmesi, sunumların hem göze, hem de kulağa hitap etmesi açısından önemlidir. Çünkü, görsel araçlar, sunulan fikirleri güçlendirir, berraklaştırır ve açıklığa kavuşturur. Öğrenmeyi kolaylaştırır, zamandan tasarruf sağlar ve insanların dikkatlerini canlı tutar. “Nitekim yapılan bilimsel araştırmalarla, yeni bir bilginin sunumunda ve mesajın algılanma sürecinde etkili olan noktalar belirlenmiştir. Buna göre, bir mesajın algılanmasında görmenin yüzde 75, duymanın yüzde 13, dokunmanın yüzde 6, koklamanın yüzde 3, tat almanın da yüzde 3 oranında etkili olduğunu görülmüştür. Bu rakamlar mesajın algılanma sürecinde görselliğin ne kadar önemli olduğu gerçeğini gözler önüne sermiştir.”¹⁰³

¹⁰¹ ÖZDAMAR, A.g.t., 57, *International Encyclopedia Of Propaganda, Poster Art*, 595,597’den alıntı.

¹⁰² ABADAN, A.g.e. .50,51

¹⁰³ Osman ÖZSOY *Seçim Kazandıran Siyasal İletişim*, 112

6.1.2.1. Radyo

Radyo, istenen bir düşüncenin veya haberin daha uzak bölgelere yayılması için kullanılan etkili bir propaganda aracıdır. Radyo dinlemek, fazla bir çaba gerektirmediği için, insanlar başka işlerle uğraşırken de radyo dinlemekte; bu durum radyoyu önemli bir kitle iletişim aracı haline getirmektedir; “Geniş kitlelere hemen hemen her ortamda erişebilme olanağına sahip ender yayın araçlarından biridir. Bir reklâm aracı olarak radyonun pek çok güçlü yönü vardır.”¹⁰⁴ Ayrıca radyo, “...dinleyiciye törensel durumlara zahiren katılma olanağı verdiği, dinleyicinin radyoya karşı kişisel bir yakınlık duygusu kazandırdığı ve neticede yüz- yüze temasa yakın bir durum yarattığı için dinleyicileri etkileme gücüne sahiptir.”¹⁰⁵

Radyo yayıncılığı, 20. yüzyılın ilk çeyreğinin bir ürünüdür. “Avrupa’da ilk radyo yayınları, 1922 yılında, İngiltere’de yapılmıştır. Bu yıllarda, BBC, ilk düzenli radyo yayınlarına başlamış, daha sonra onun yayın kalitesi ve sistemi tüm dünyaya örnek olmuştur. Avrupa’da ikinci radyo kanalı, Fransa’da başlamış, bunu Almanya’da ve 1923 yılında, Sovyetler Birliği’ndeki radyo yayınları izlemiştir. 1935 yılında, FM yayın tekniğinin bulunması, teknik yönde kaliteli yayınların yapılmasını sağlar. Zamanla, radyo kanalları güçlenir ve yerel radyo kanalları çoğalmıştır. Radyo yayınları, televizyon yayınlarının bulunuşuna ve hizmet vermeye başlamasına; yani, 1950’lere kadar toplumun tek eğlence, haber, eğitim ve kültür kaynağı olarak çoklukla kullanılmıştır.”¹⁰⁶ Türkiye’de radyo yayını, Avrupa’da başlayan radyo yayınlarından kısa bir süre sonra başlamıştır. İlk yıllarında radyo kültür ve sanat içerikli yayınlarıyla, toplumu bilinçlendirmede; eğitici, öğretici bir araç olarak kullanılmıştır.

Radyoyu gazetelerden ayıran başlıca özellik, okuma-yazma bilmeyenlerle gazeteleri takip etmeyenlerden oluşan daha geniş kitlelerini etki alanına almasıdır. Böylece radyonun etkisi en uzaktaki köy evlerine kadar ulaşabilmekte ve oradaki

¹⁰⁴ Gıyasettin TAYFUR, **Reklamcılık**, 111.

¹⁰⁵ Joseph T.KLAPPER, **Değişik Haberleşme Araçlarının Karşılaştırmalı Etkileri**, **Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş, Seçilmiş Parçalar**, Haz. Doç. Dr. Ünsal Oskay, 204.

¹⁰⁶ Aziz AYSEL, **Radyo Yayıncılığı**, 5, 11.özet

topluluk içinde de bir kamuoyu oluşmasına ön ayak olmaktadır. Gazete daha çok göze hitap ettiği halde radyo, kulak kanalı ile dikkati kendine çekmektedir. Radyo, daha çok önemli olayların aktarılmasıyla meşgul olduğundan, dinleyicinin ilgisini daha fazla çekme olanağına sahiptir. Örneğin, siyasal bir nutku dinlemek, onu ertesi sabah gazetelerden okumaktan daha heyecan vericidir. Dinleyici büyük bir siyasal liderin sesini dinlemekle, sanki doğrudan doğruya kendisine hitap ediliyor hissine kapılabilmektedir.

Tarihte, pek çok propaganda aracı olduğu gibi, radyoyu da etkili bir propaganda aracı olarak kullanan yine Nazi yönetimi olmuştur. “Siyasal ve sosyolojik propagandanın en ileri teknikleri, en yaygın ve en şiddetli biçimiyle, toplum beyninin yıkanması için kullanılmaktaydı. Bu çerçevede radyo, önemli bir kitle iletişim kanalı olarak Naziler tarafından çok iyi kullanılan bir araç oldu.”¹⁰⁷ Hitler, “Radyolarınızın düğmelerini sonuna kadar çevirin ve pencerelerini ardına kadar açın, derken, kendi otoritesini nasıl yaydığını vurguluyordu...1933 seçimlerinde, yalnızca Nazi ve Milliyetçi partiler tarafından kullanımına izin verilen radyo sayesinde, rakiplerine üstünlük sağlamıştı... Lokanta ve fabrika gibi kamu mekânlarında, radyoların ses yükselticileri ile birlikte kullanımları zorunlu hale getirilmişti. Radyonun Nazi propagandasına sağladığı diğer bir kolaylık ise, Alman sınırları dışındaki Alman azınlıklara da seslenebilmiş olmasıydı.”¹⁰⁸

Radyo, bizde de belli dönemlerde, özellikle, ihtilâl zamanlarında önemli bir propaganda aracı olmuştur. İhtilâlciler radyolarda yayımladıkları bildirilerle, halkı kendilerine itaat ettirmeyi başarmışlar; ihtilâlin geniş halk kitlelerince benimsenmesini, en azından halkın, ihtilâlcilere karşı bir sorun çıkarmamasını sağlamışlardır. “İletişim araçları geliştikçe, psikolojik harp uygulaması bu araçlarla yapılır olmuştur. Çoğumuz biliriz, geri kalmış ülkelerde darbe yapanlar önce radyoevlerini ele geçirir, propagandalarına başlarlardı. Ülkemizde de, 1960 ihtilâlinde darbecilerin ilk yaptıkları, radyoevini ele geçirerek ihtilâl duyurusunu

¹⁰⁷ Sezer AKÇALI, 2. Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda, 32.

¹⁰⁸ BEKTAŞ, Siyasal Propaganda, 157.

okumak olmuştur. Televizyonun devreye girmesiyle birlikte, televizyon ön palan çıkmış, ihtilâl duyuruları bu şekilde yayımlanmıştır.”¹⁰⁹

Günümüzde, televizyonların yaygınlaşmasıyla birlikte radyonun işlevi, önemi ve dinleyici sayısı azalmıştır.

6.1.2.2. Televizyon

Söz ve görüntünün bir araya gelmesi, yani göz ve kulağa hitap etmesi açısından televizyonun propaganda etkisi, diğer kitle iletişim araçlarından daha güçlüdür. Günümüzde televizyon, bilgiyi, ses ve görüntüyle birlikte hazır olarak evin içine, seyircinin ayağına kadar ulaştırması nedeniyle, daha kolay ve daha eğlenceli bir araç olarak bireyleri kendine bağlamış durumdadır.

Dünyada ilk televizyon yayınları, 1936 yılında İngiltere’de başlamış; İkinci Dünya Savaşı nedeniyle fazla gelişmemiş; asıl gelişmesini, savaş sonrasında, 1945’lerde sağlamıştır. “Türk toplumunda ilk televizyon yayınları, İstanbul Teknik Üniversitesi, Elektrik Fakültesi, Elektronik Bölümünün laboratuvar niteliğinde 1952–1953 yılında 1 kw. gücünde İTÜ yayınlarıdır. Bu yayınlar TRT’nin Ankara’da televizyon yayınlarının başlamasından iki yıl sonra, 1970 yılına kadar sürmüştür. 1971 yılında TRT ile üniversite arasında yapılan bir anlaşma ile üniversitenin televizyon ile ilgili teknik donanımı TRT’ye devredilmiştir.”¹¹⁰

Televizyon, toplumu ilgilendiren çeşitli konularda geniş halk kitlelerine ulaşarak hızlı bir biçimde etkin bir kamuoyu oluşumu sağlamaktadır. Görüntü ve sesin birlikte sunumuyla, diğer iletişim araçlarından daha avantajlı olan televizyon, mesajlarıyla, bireyleri daha fazla etkileyebilmekte ve yönlendirebilmektedir. Gündem oluşturma konusunda da durum farklı değildir. Etkili bir şekilde gündemi belirleyen televizyon, kitleleri, oluşturduğu gündemin içine kolayca çekebilmektedir; “Televizyonun merkezileşmiş öykü anlatma sistemi sayesinde her izleyici eve bir

¹⁰⁹ Behçet FAKİHOĞLU, A.g.m.

¹¹⁰ Aziz AYSEL, Türkiye ‘de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı, 18.

ortak imajlar ve iletiler dünyası getirerek gelecekteki tercihleri ve kullanışları etkileyen tutumlar ekebilmektedir.”¹¹¹

Televizyondaki mesajlar, görüntünün ve sesin yanında müzik, ışık, dekor ve efekt gibi yardımcı unsurlarla daha cazip hale getirilmekte ve daha kolay algılanabilmektedir. Bu nitelikleri nedeniyle günümüzde televizyonun işlevini iyice artmıştır. “Televizyon ile köklü bir değişimin ifadesi olan yeni bir dünya oluşmaktadır. Bu aygıt, diğer iletişim araçlarının bir uzantısı değil, anlama ve görme arasındaki ilişkiyi alt üst eden yepyeni bir gerçekliktir.”¹¹²

Görüntülerin toplumsal alanda düşünceleri yönlendirebilme ve ortak payda sağlayabilme bağlamında etkisi, en somut biçimde televizyonla ortaya çıkmıştır. Bu yönüyle televizyon, onu elinde tutan güce, kamuoyunu yönlendirme adına tartışmasız bir güç sağlamaktadır. “Televizyonun görüntü sayesinde olayları gerçek kılması, siyasîlerin televizyonu sıklıkla propaganda aracı olarak kullanması ve yaşam empoze ederek kitleleri yönlendirmesi sonucunu doğurmuştur...televizyonun kitleye ilettiği mesajlar, onu kontrol edenler tarafından belirlenmektedir. Devlet tekelindeki televizyonları iktidarın yönlendirdiği bilinmektedir.”¹¹³

Televizyon, temel olarak ulusal bir araç olmasına karşın bugün uydu yayınları sayesinde, bütün dünya insanların ortak iletişim aracı haline gelmiştir. Fakat uydu yayınlarının gelişimi, televizyonun uluslararası alanda zayıf ülkelere karşı propaganda amacıyla yaygın bir biçimde kullanılmasına neden olmuş; bu durum, zayıf ülkeleri kendi kültürlerine eleştiri getiren yüksek dozda yabancı propagandaya açık hale getirmektedir.

Televizyonda verilen haberler, ciddi bir kamuoyu oluşturma ve propaganda aracı olabilmektedir. Bunun farkına varan Batılı devletler, büyük haber ajansları

¹¹¹ M.K. ALEMDAR - İ. ERDOĞAN, *Başlangıçtan Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları*, 18.

¹¹² Giovanni SARTORI, *Görmenin İktidarı, Homo Videns: Gören İnsan*, Çev. G. Batus - B. Ulukan, 25

¹¹³ BEKTAŞ, A.g.e. 114.

kurmuş; bütün dünyaya yaydıkları muhabirleri aracılığıyla; bir yandan kendi televizyonlarına haber sağlarken; diğer yandan, haber ve görüntü satışı yaparak büyük paralar kazanmaktadırlar. Bu büyük ajanslar, özellikle Batı'nın açtığı savaşlarda, televizyonlarda verdikleri haberlerle, yaptıkları propaganda sayesinde, kendilerini haklı çıkarmaya çalışmakta ve bunda da çoğu kez başarılı olmaktadır. Örneğin Körfez savaşları sırasında Batılı televizyon kuruluşlarının tek taraflı haberciliği, bazı olayların çarpıtılmasına neden olurken, Doğu televizyonlarının da savaşı takibi ile tek taraflı haber akışı dolaylı olarak engellenmiş, haberlerde “tek taraflı yayın” olgusu azalmıştır.

1.6.1.3 İnteraktif Araçlar

20. yüzyıl sonu ve 21. yüzyılın ilk yıllarında, bilişim teknolojilerinin akıllı olmaz bir hızla gelişmesi sonucu, insanlık için çok farklı ve hızlı kitle iletişim araçları ortaya çıkmıştır. Çok geçmeden, bu interaktif araçların etkili propaganda aracı olarak kullanılması kaçınılmaz olmuştur. Bunlardan bazıları:

1.6.1.3.1. İnternet

1990'ların başında bilgisayara teknolojilerinin gelişmesiyle yaygınlaşan internet; propagandanın geniş kitlelere süratle ulaşmasında yeni bir çığır açmıştır. Tom Dowe, 1997'de *Wired* Dergisi'nde yayımlanan makalesinde, internet ağının ortak bilinçlerde yeni bir alan açtığını belirtmiş; internetteki bilginin habere benzeyen veya haber olabilen bilgi olma özelliği taşıması nedeniyle, interneti dikkatsizce biçimlendirilmiş yarı gerçek veya fazla çalışan bir zihnin ürünü olarak tanımlamış; “Web kanalları, elektronik posta zincirleri ve haber grupları, alanda meydana gelecek en ufak bir titreşim ne denli hafif, uzak ya da anlamsız olursa olsun iyice ayarlanmış bir sismograf gibi çalışmakta ve daha sonra tespitlerini nerede bulunursa bulunsun bilgisayarı olan herkese ulaştırmaktadır.”¹¹⁴ yorumunu yapmıştır.

¹¹⁴ ÖZDAMAR, A.g.t., 46. Tom DOWE, “The Netizan: News You Can Abuse”, *Wired*, 54'ten, alıntı.

İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte ortaya çıkan en önemli sorun, televizyon haberleri gibi, internetin ortaya koyduğu verilerin güvenilir olup olmadığıdır. Başlangıçta, her iletişim aracı gibi güvenilir bir araç olarak kabul edilen internetin, zamanla ve özellikle günümüzde kötüye kullanılmaya uygun, güven vermeyen bir araç olduğu yönündedir. Fakat, internette sunulan bilgi ve görüntülerin güvenilirmez olduğu yönündeki kanılar kamuoyunda kabul görse de; internet geniş kitleler arasında her zaman ve her yerde etkileyecek bir kitle bulabilmektedir. Bu etkilemede az veya çok gelişmiş ülke insanları arasında belirgin bir fark belirlenememiştir. “Denetimsiz bilgi yaymanın bu yeni biçimi, dikkat çekmek için bazı hikâyeler yazarak kendini var etme yoluna gitmiştir. Örneğin Amerikan Başkanı Bill Clinton, internet üzerinde yayılan bilgi yüzünden devamlı baskı altında tutulmuştur. Beyazsaray’da gizli cinsel aşk maceraları, danışmanlarından birinin “katil” olduğunun iddia edilmesi ve Clinton Arkansas Valisi iken, etik olmayan finansal ilişkilerine kadar birçok hikâye yazılmıştır. Bu durum karşısında Clinton ve hükümeti bu suçlamaları açıklamak veya inkâr etmek zorunda kalmışlardır. İnternet üzerindeki bilgi -önemsiz gibi görünse de ve ne kadar kusurlu olursa olsun- başarılı propaganda teknikleriyle birlikte toplum duygularını sömürmektedir.”¹¹⁵

Günümüz internetinde, dünyanın her köşesine erişen çok geniş bir iletişim ağı kurulmuş; başta son dönemin modası, sosyal paylaşım siteleri olmak üzere geniş kitleler arasında bilgi ve duygu aktarımı oluşturmuş; internet ortamları bu yönüyle kitle hareketlerine yön vermeye başlamıştır.

Kimilerine göre, Ortadoğu halkları arasında, yönetimlere karşı oluşan tepkilerde, internet yoluyla bir araya gelen insanların, sokağa çıkıp protestolar yapmalarında en etkili güç, internet olmuştur. Bu yönüyle internet, diğer kitle iletişim araçlarını gölgede bırakacak tarzda öne çıkmıştır.

¹¹⁵ ÖZDAMAR, A.g.t. 46 JOWETT - O’DONNELL, A.g.e. 158’den alıntı.

1.6.1.3.2. Elektronik Haberleşme (E-Posta)

Elektronik posta (e-mail), internet ağı üzerindeki herhangi bir kişi veya kurumla haberleşmeyi sağlayan bir araçtır. Bu hizmetin günümüzde yaygınlaşmasının en önemli nedeni, haberleşmenin kısa sürede ve ucuz olarak gerçekleşmesidir.

Günümüzde elektronik posta haberleşmesinin en önemli sorunu, çoğu kez kişinin isteği olmadan çeşitli kurum ve kişilerden - genellikle ürün tanıtımı ve pazarlamasına yönelik - iletilerin gelmesidir. Bu durum kullanıcıları rahatsız etse de elektronik posta, kişiler arasında kısa ve ucuz haberleşme sağlaması, yeni dostlukların kurulmasına olanak tanınmasıyla vazgeçilmez bir aracı haline gelmiştir. “Mesajlar, oluşturulacak listeler yardımıyla, aynı anda yüzlerce hatta binlerce kişiye gönderilebilmektedir. Ancak bu özellikleri aynı zamanda kullanıcıyı çeşitli saldırılara da açık hale getirmektedir. Tüm bunlara engel olabilmek için, son dönemlerde, özel güvenlik kitleri oluşturulmaya çalışılmasının yanı sıra, sözlü ve görüntülü mesaj akışı tercih edilmektedir. Çeşitli güvenlik açıklarına ve olumsuz özelliklerine rağmen kurumlar ve bireyler tarafından elektronik posta sistemi çok hızlı bir şekilde kabul edilmiştir ve günümüzde yaygın olarak kullanılmaktadır.”¹¹⁶

1.6.1.3.3. Diğer İnteraktif araçlar

Son yıllarda kitle iletişiminde hayatımıza giren interaktif ürünler arasında Cd – Vcd – Dvd – Multimedya önemli yer ve işleve sahiptir. Bu yolla verilen iletiler, hem göze hem de kulağa hitap ettiği için, kitle iletişiminde bunlar, önemli propaganda araçları arasına girmiştir. CD'lerin müzik dünyasındaki popülerliğinin devam etmesi tahmin edilebilecek bir gerçektir. Ayrıca, DVD (dijital çok yönlü disk) teknolojisi de filmlerin CD'ler üzerinde kaliteli olarak saklanabilmesini sağlamaktadır. “İnteraktif ortamlarda yer alan reklâmlar, günden güne artan bir öneme sahiptir. Hatta destek

¹¹⁶ B.G. FIRLAR - S. YEYGEL, *Sanal Ortamda Bütünleşik Pazarlama İletişimi*, 25.

ortam olmaktan çıkıp, bireylerin günden güne hayatlarını daha fazla bilgisayar başında geçirmeleri nedeniyle ana ortam haline gelmektedir.”¹¹⁷

Günümüzde CD – DVD – VCD sektörünün en önemli sorunu; ‘korsan’ diye nitelenen kişilerin yaptıkları yasa dışı üretimlerle, bu ürünleri, el altından kitlelere ulaştırması; yasa dışı yollarla büyük paralar kazanmasıdır.

1.6.1.3.4. Web Sayfaları

Web sayfaları, yazı, resim, video, ses gibi her türlü verinin etkileşimli olarak sunulabildiği bir sistemdir. Kitleleri, etkilemede reklâm ve ticarî özellikleri daha fazla ön planda olsa da, kamuoyu oluşturmadaki etkileri yadsınamaz. Özellikle yaygınlaşan internet kullanımı ile günlük gazete ve televizyon kuruluşları web ortamında da yayın yapmaya başlamışlardır.

“Web istemcisinin (Netscape, lynx, msie gibi), bir web servisine bağlandıktan sonra, tek seferde transfer ettiği kompozit tüm verilerden oluşan html. sayfalarıdır. Bu sayfalardaki bilgiler kompozittir, çünkü hem grafik/resim bilgileri, hem normal text, hem ses, hem başka merkezlere ve başka dokümanlara linkler olabilir.”¹¹⁸

Web sayfaları, şirketlerin internetteki en önemli iletişim aracıdır. Günümüz dünyasında internet kullanıcısı olan her birey, bilgi edinmek için ilk aşamada arama motorlarına ve web sayfalarına göz gezdirir. Dolayısıyla web sayfaları çağımızda bilgi edinmede, iletişimde milyonlarca insan tarafından takip edilen, propaganda aracı olarak da kullanılan çok önemli bir sistemdir.

¹¹⁷ Uluer; TEKER, **Grafik Tasarım ve Reklam**, 240.

¹¹⁸ E. Ö. ÖZDEM, **Açık hava Reklam Ortamlarında Görsel Tasarım**, 46.

1.6.1.4. Sanatsal Araçlar

Propagandanın etkinliği ve gücünü arttırmada, sanatsal araçların rolü ve işlevi her zaman önemli olmuştur. Pek çok sanat türü, bireylerin ve toplumların duygularına hitap etmeleri nedeniyle, tarihsel süreç içinde, etkili bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır; Eski Mısır ve Roma uygarlıklarının uzun süre ayakta kalmalarının nedenlerinden biri, yöneticilerin, sanatı, iktidarlarını perçinleyen etkin bir propaganda aracı olarak kullanmalarıdır. Mısır'daki piramitler, imparatorlukların gösterişli ve anıtsal mimarisi, eski medeniyetlerdeki tanrıların ihtişamlı, kusursuz heykelleri, propaganda amaçlı tasarlanmış ürünlerdir. Bunlar toplumda kontrolü sağlamak, bireylerde topluluğun üyesi olma duygusunu var etmek ve iktidarı kuvvetlendirme kaygısı ile yapılmıştır. Tarihte sanatın propaganda aracı olarak kullanımının, en iyi örnekleri Roma İmparatorluğu'nda görülmektedir. İmparatorlukta güç ve tanrısallık barındıran ihtişamlı mimarî eserler, heykeller kullanılmış, bu sayede Roma sonsuz bir güç simgesi haline dönüşmüştür.

Bilinçli propaganda aracı olarak sanat, 20. yüzyıl diktatörlerinden, Lenin, Stalin ve Hitler gibi liderler elinde ustaca ve sıkça kullanılmıştır. Hitler; “Maharetli ve devamlı bir propaganda ile millete; cehennemi cennet, en sefih hayatı bir zevk gibi göstermek mümkündür.” diyerek, propagandanın gücünü özetlemiştir. Hitlerin propagandası, kalabalık mitingler, süslenmiş meydanlar, simgeler, işitsel ve görsel iletişim araçları kullanarak, Walter Benjamin'in deyiimiyle estetize edilmiş politika halini almıştır. “Benjamin politikanın estetize edilmesine yönelik bütün çabalar, tek bir noktada doruğuna varır. Bu nokta savaştır. Faşizmin ancak savaş alanında kendini tüketerek sonlanabileceğini belirtmiştir.”¹¹⁹ Gerçekten de bu sayılan özellikler, göze hoş görünen, sürekli bir gözdağı üzerinden hareket eden estetik siyasetin ürünüdür.

Günümüzde sanatın propagandist etkisinden yararlanmak için, başta ABD ve diğer Batılı ülkeler olmak üzere, tüm gelişmiş ülkeler, büyük çaba sarf etmektedirler: Sanatsal dallar içinde, resim, heykel gibi dalların etkisi azalırken, fotoğraf ve sinema

¹¹⁹ Walter BENJAMİN, Pasajlar, Çev. Ahmet Cemal, 78

gibi geniş kitlelere hitap eden sanatsal ürünlerin etkisi artmıştır. Alan Parker'ın yönetmenliğini yaptığı, İngiliz-Amerika ortak yapımı olan ve 1978 yılında gösterime giren “Gece Yarısı Ekspresi” adlı filmin Türkiye aleyhine yaptığı olumsuz propaganda, etkisini, 30 yılı aşkın bir süredir hâlâ devam ettirmektedir.

1.6.1.4.1. Fotoğraf

Sanatsal iletişim dalları arasında fotoğraf; icadından kısa bir süre sonra hiç şüphesiz ki etkileme gücü en yüksek araç haline gelmiştir. Fotoğraf, bu etkileme gücünü, görselliğe dayanmasından ve kolayca belleğe hitap etmesinden almaktadır. Bu özellik, kişileri ve kitleleri kısa sürede etkileme bağlamında, yazıya göre fotoğrafa tartışılmaz bir üstünlük sağlamıştır “Fotoğrafın anı somutlaştıran durağan yapısı, insanlığı yaşananlara karşı tanıklık etmeye davet ederek, hayata karşı durup, düşünmeye sevk etme özelliğine sahiptir.”¹²⁰ İcat edildiği günden itibaren fotoğraf, giderek yükselen bir ivmeyle, kitlelerin olaylara bakış açısını etkileme veya değiştirebilme gücüne sahip olmuştur. “ II. Dünya Savaşından bu yana fotoğraftan, bilinci yönlendirebilen, kamuoyu oluşturabilen bir araç olarak, kitle iletişim araçlarında, kamuoyunu ilgilendiren konularda, halkın en önde gelen enformasyon kaynağı olarak toplumsal sorunların zamansal sınırlılıklar kapsamında saptama ve çözümleme yapmaya yardımcı olması şeklinde yararlanılmaktadır.”¹²¹

Fotoğrafın belleklere kolayca ulaşan, geniş kitleler tarafından anlaşılabilir bir kitle iletişim aracı olma özelliği, fotoğrafın günümüzde etkili biçimde medyada yer almasını sağlar. Bu durum, fotoğrafın medyada, etkili bir kitle iletişim aracı olarak kullanılmasının yanında; kısa süre içinde, propagandanın önemli bir aracı haline dönüşmesine neden olur. “Mitchell, fotoğraf tüketiminin günümüzde hemen her yere yayılmasını, yirminci yüzyıl kültürünün en karakteristik özelliği olarak, dikkatin görselliğe kayması şeklinde nitelemiş, görüntüye bağımlı kitlenin göstergesi olarak

¹²⁰ İhsan DERMAN, *Sayısal Teknolojiler ve Basın Fotoğrafının Doğruluk Değeri*, 112

¹²¹ K, ALEMDAR - İ. ERDOĞAN, A.g.e., 187.

gördüğü medyanın, “kelime baskın” (dominant) biçimden, “görüntü baskın” medya şekline...”¹²² dönüştüğünü ifade etmiştir.

Son yıllarda, sayısal ortama taşınan fotoğrafın kolay üretilebilir hale gelmesi, cep telefonlarına fotoğraf çekme özelliği eklenmesi, fotoğrafın bir türü olan hareketli optik görüntüleme araçlarının yayılması, fotoğrafın geniş kitlelere ulaşmasını ve görüntü çokluğu oluşmasını sağlamıştır. Bu durum, profesyonel haber fotoğrafçıların bazen ulaşamadığı; bazen de vermek istemediği görüntülerin ortada dolaşmasına neden olmuştur. Irak Savaşı sonrası, ABD ve İngiltere’nin işkence yaptığı söylentilerine karşı, dünya mediasında, hiçbir görüntü yayımlanmamıştır.



Fotoğraf 1.16 2003 Ebu Garip Cezaevi
Anonim



Fotoğraf 1.17 2003 Ebu Garip Cezaevi
Anonim

Fakat, cep telefonu vasıtasıyla çekilen bir fotoğraf, işkencenin acı gerçeğini gözler önüne sermiştir. İlginç olan fotoğrafın anı amaçlı çekilmiş olmasıdır.

Nazif Topçuoğlu bu konuya belgesel fotoğrafçının bugünkü durumu üzerinden yaklaşır. Topçuoğlu’na göre günümüzde en etkileyici belgesel fotoğraflar artık amatörler tarafından çekilmektedir. “Uzakdoğu’daki Tsunami felâketinde de en ilginç görüntüleri tesadüfen orada bulunan turistler amatör video kameralarıyla çekmişlerdir. En son olarak da, Irak’taki İngiliz askerlerinin işkence fotoğrafları bir

¹²² M. Ali BAYRAKTAROĞLU, “İkinci Körfez Savaşında Fotoğraf ve Propaganda” internet makale Julianne H. NEWTON. The Burden of Visual Truth, Lawrence Erlbaum Associate Publisher, 83’ten. alıntı.

amatör foto laboratuvar teknisyeninin ihbarıyla bulunmuştur.”¹²³ Amatörler tarafından çekilen görüntülerin medyaya yansımalarının ardı arkasının kesilmemesi sonucu, Japonya’da, 2011’de yaşanan deprem ve tsunami görüntülerinin akışı aylarca sürmüştür. Fotoğraf, tezimizin ana konularından biri olduğu için ikinci bölümde fotoğrafın propaganda aracı olarak kullanılması geniş biçimde incelenecektir.

1.6.1.4.2. Sinema (Film)

"Propaganda sineması, bir tek kez, bir tek olayda işe yarayacak olan bir sinemadır. Onu en az ilgilendiren şey sinemadır. Yaratıcının kimliği önem taşımaz. Filmi yapanlar, asıl savaşı yapanlarla karışmayı denemelidirler ve filmin teknik öğeleri, örneğin Franco Solanas'ın filmleri gibi, ayrıca şiirsel bir boyut da kazanıyorsa, bu neredeyse bir kazadır ve böyle bir kaza, sinemada çok az gerçekleşir."

Taviani Kardeşler

Sinema, senaryo aracılığı ile genellikle duygulara, düşüncelere hitap eder. Bu durum, icadından kısa bir süre sonra sinemanın, tiyatronun yerine geçerek, kültürel yayılım ve ideolojik propaganda amaçlı kullanılmasına neden olmuştur.

20. yüzyılda, kitlesel yaşayışta hemen her sınıf halkın en büyük eğlence araçlarından biri olan sinema, aynı zamanda etkin bir propaganda aracı olarak da ön plana çıkmıştır. Almanya’nın propaganda bakanı, Goebbels kendi ideolojisini sinemaya uygularken Arnold Franck, Leni Riefenstahl ve Luis Tranker gibi yönetmenleri kullanmıştır. Gösterişçi, Nazi propagandası içeren bu filmler, devletin ideolojisini yaymak için birer araç olarak kullanılmıştır. Arî (üstün) ırk ideolojisini taşıyan filmler, Alman emperyalizmini diğer ülkelere yaymayı hedeflemektedir.

28 Mart 1933'te Goebbels, sinemacılarla bir toplantı yapar. Metin Erksan şöyle diyor; "Bu toplantının düşüncesini Lenin'in 'Tüm sanatların en önemlisi sinemadır' sözü oluşturmaktadır. Çünkü, Goebbels Alman sinemacılarına örnek film

¹²³ Nazif TOPÇUOĞLU, *Fotoğraflar Gösterir Ama...* 44.

olarak Sergey Ayzenştayn'in "Bronénosets Potemkin" Savaş Gemisi *Potemkin* (1925) filmini gösterir. Goebbels'e göre *Potemkin*, mükemmel bir sanat filmi olmanın yanı sıra, etkili ve usta bir propaganda filmidir.”¹²⁴

Dönemin en önemli propaganda filmlerinden “*İradenin Zaferi*” filminin yönetmeni Leni Riefenstahl, Nazi Almanyası’nda yapılan mitinglerin en ünlüsü olan 1934 Parti Kongresi’ni kaydetmiştir. Riefenstahl’ın insanların geometrik sıralanışları, bir güç sembolüne dönüştürülmüş filmde, büyük kitlelerden oluşan insan sıralarının ve Hitler’in yüz ifadesinin peşi sıra kurgulanmasıyla görüntülerinin sloganı da ortaya çıkmıştır: “Tek Ulus, Tek Lider, Tek Devlet” O güne ait miting konuşmasında Hitler, halkına “ve artık biz (parti yönetimi) olmadığımızda, sizin göreviniz bir zamanlar bizim derin bir boşluktan çıkarttığımız bayrağımızı sağlam taşımak olacaktır.”¹²⁵ diye seslenerek, içinde bulundukları davanın geleceği hakkında kitlelere yol göstermiştir.

Filmler, savaş dönemlerinde, halkın savaşa katılması ve savaşın gerekliliği konusunda, bir ikna etme aracı olarak da kullanılmıştır. “Birinci Dünya Savaşı sırasında, ‘İngiltere’nin Ortadoğu’daki çıkarlarının savunulmasına odaklanan “*What We Are Fighting For?. Neden Savaşıyoruz?*” filminde, İngiliz hükümeti, savaş heyecan verici bir macera olarak sunmuştur.”¹²⁶ Sinemanın kendi içinde, çeşitli ideolojilere hizmet ettiği bilinmektedir. Bu bağlamda, 20. yüzyılın ikinci yarısında, sömürgeci güçlere karşı, ulusal sinema kavramı ve olayı ortaya çıkmıştır. Bu sinema türü, özellikle bağımsızlık mücadelesi veren ülkelerde, siyasî, kültürel ve ekonomik bağımsızlığın kazanılmasını savunan sinemacı aydınlar tarafından senaryolaştırılmış filmlerle desteklenmiştir. “Bu tür sinema anlayışında toplumsal belgeliğin estetik anlayışı, Batı sinemasının görmezden geldiği açlık, yoksulluk ve eşitsizlik sorunlarına dikkati çekmiş, bu biçime “açlığın estetiği” adı verilmiştir. Onlara göre;

¹²⁴ Metin ERKSAN, *Tutsak Filmler ve Sinema*, 124.

¹²⁵ CLARK, A.g.e., 71.

¹²⁶ CLARK, A.g.e., 139.

kamera ‘bir silâh’, film ‘bir fitil’ ve projektörler ise “saniyede yirmi dört atış yapan bir tabancadır.”¹²⁷

Cumhuriyet döneminde, çekilen önemli propaganda biri, Cumhuriyetin ilânının 10. Yılında, Sovyet yönetmenleri Sergey Yutkevich ve Lev Oskarovich’in çektiği ‘*Türkiye’nin Kalbi Ankara*’ filmidir.



Fotoğraf 1.18 1933, Sergey Yutkevich - Lev Oskarovich’in çektiği ‘*Türkiye’nin Kalbi Ankara*’ filminden görüntüler.

“10. Yıl coşkusu bir film haline getirmesi için Sovyet Rusya’dan sinemacılar çağrılmıştır. Bu çerçevede iki film yapılmıştır. İlki, ünlü Sovyet yönetmen Sergey Yutkevich ve Lev Oskarovich’in hazırladığı “*Türkiye’nin Kalbi Ankara*”dır. Kendileriyle birlikte Türkiye’ye gelen Sovyet askeri ve sivil heyetinin Cumhuriyet’in 10. Yılı kutlamaları için önce İstanbul’a, oradan da Ankara’ya varışlarını çeken Yutkevich, filmin geri kalan kısmında kutlamalardan görüntülere, -daha sonra tüm belgesel filmlerde kullanılacak olan- Atatürk’ün ‘10. Yıl Nutku’ görüntülerine ve modern Türkiye’nin başkenti Ankara’dan gelişmişlik göstergesi kurumların ve Ankaralıların yaşamlarına ait görüntülere yer vermiştir.”¹²⁸

Her ne kadar, sinema, nicelik olarak 20. yüzyıldaki etkinliğini kaybetse de, her dönemde, propaganda yapma amacıyla hazırlanmış, usta bir film yapımcısının elinden çıkmış, etkileyici sahneleriyle vizyona girmiş olan filmler, mükemmel bir

¹²⁷ ÖZDAMAR, A.g.t., 51, CLARK, A.g.e., 189.

¹²⁸ ÇAĞLAYAN, A.g.m

propaganda aracı olmuşlardır. Günümüzde sinema, çekilen bazı filmler aracılığıyla, milyonlarca izleyiciye ulaşmakta, ekonomik kazanç amaçlı bir sektör olarak da işlevini devam ettirmektedir. Türk filmlerinin komşu ülkelerde büyük seyirci bulması ve bu filmlere karşı giderek artan talep, ülkemiz insanını, toplumsal yaşantımızı, sinema tekniğimizi tanıtmaya açısından bu filmler önemli propaganda aracı olmaktadır.

1.6.1.4.3. Resim

Resim, en eski sanat türlerinden biridir. Buna bağlı olarak resmin propaganda aracı olarak kullanılması süreci eskilere dayanmaktadır. İlk çağlarda, belgeleme ve kendini ifade etme aracı olarak kullanılan resim, orta-çağda, din büyüklerini tasvirle yeni bir sürece girmiş; özellikle, başta Hz. İsa ve Havarileri olmak üzere pek çok dini tablo meydana getirilmiştir.

Resim, 17. yüzyıldan sonra laikleşmiş; saraylara, malikânelere girmeye başlamıştır. Bu yüzyıldan sonra krallar, kraliçeler, fotoğrafın icadına kadar resmin propagandacı tavrından yararlanmaya çalışmışlar, ünlü ressamalara kendi portrelerini yaptırmışlar; bunları görkemli saraylarında görülebilecek en uygun yerlere asmışlardır. “I. Elizabeth’i bakire kraliçe olarak resmeden ve 16. yüzyılın sonlarına doğru şablon aracılığı ile seri olarak üretilen portreler, Bakire Meryem portrelerinin yerini almış ve Reform hareketinin yaratmış olduğu duygusal boşluğu doldurarak muhtemelen Meryem portrelerinin işlevlerinden bazılarını yerine getiriyordu.”¹²⁹ Bu resimler, onlara öyle bir güç sağlıyordu ki, bu yüzyıllarda değil kralın kendisine saygısızlık etmek; onun resimlerine karşı ilgisiz kalmak dahi suçtu. “ Kral XVI. Louis’nin, Versailles Sarayı’ndaki portrelerine, kral adeta bu resimlerin asılı olduğu odada bulunuyormuşçasına saygı gösterilmesi gerekiyordu. Resimleri görenlerin bu imgelere arkalarını dönmesi yasaktı.”¹³⁰ 20. yüzyılda, fotoğrafın yaygınlaşmasıyla birlikte, resimden propaganda aracı olarak yararlanma - azalarak - devam etmiştir. Bu konuda yine totaliter ve ideolojik yönetimler baş roledir; 20.yüzyıl devrimleri

¹²⁹ Peter BURKE, *Afişten Heykele Minyatürden Fotoğrafa Tarihin Görgü Tanıkları*, 64.

¹³⁰ BURKE, A.g.e . 64.

de toplumsal gerçekçilik anlayışından etkilenerek sanatı kamusal sanata dönüştürmüştür. “Örneğin, 1910 yılında başlayan ayaklanmayla hız kazanan Meksika devrimi, duvar resimlerinde sanatsal ifadesini bulan Marksist ulusalcılığın ideolojik olarak güç kazanmasını sağlamıştır. 1921 yılında bir grup Meksikalı duvar ressamı, ulus tarihini destansı bir ölçekte anlatan, devlet destekli bir sanat anlayışı geliştirmişlerdir.”¹³¹ Bu dönemde, Meksika’nın ve dünyanın en ünlü duvar ressamı Diego Rivera’dır. O, yaptığı duvar resimleriyle, destekçisi olduğu hükümetin devrimci ulusalcılığının propagandasını yaparak resimle ideolojiyi birleştirmiştir. Resim tarihinde “Pablo Picasso’nun *Guernica*’sı modern politik resimde ulaşılan en son nokta olarak kabul edilir.”¹³² “Picasso, İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra açık bir komünist parti üyesi olarak, Stalin’in portresini ve Kore Savaşı aleyhinde çalışmalar yapmışsa da kariyerindeki tek bilinçli propaganda çalışması olarak *Guernica*’yı göstermiştir. Clark, Picasso’nun, *Guernica*’yı, basın fotoğrafları ve haber filmlerinde yaygın olarak yinelenen İspanya İç Savaşı görüntüleriyle birlikte algılanmak üzere, siyah beyaz bir formatta yaptığını aynı zamanda haber fotoğrafları ve haber filmleriyle bir kıyaslama yapmak ve bu görüntülere alternatif oluşturmak amacı taşıdığını ifade etmiştir. *Guernica*, herhangi bir imgenin politik anlamının hiçbir zaman durağan olmadığını ve her zaman kendisinden kaynaklanmadığını göstermiştir. Yine de birçok ülkede özellikle fotoğraflanıp çoğaltılmasıyla hâlâ faşizm ve savaş karşıtı direnişin sembolüdür.”¹³³



Resim 1.5 1937 “Guernica” Pablo Picasso,
349.3 x 776.6 cm, Museo de la Reina Sofia, Madrid

¹³¹ ÖZDAMAR, A.g.t., 55, CLARK, A.g.e. 50.

¹³² CLARK, A.g.e. 50.

¹³³ ÖZDAMAR, A.g.t., 55,56, CLARK, A.g.e. 55,63. özeti

Enis Batur da, Picasso'nun *Guernica* tablosunu, barışın sembolü olarak görür: “Önceleri, savaşın acımasızlığını yansıtmadığı gerekçesiyle soğuk karşılanan, hatta açıkça düş kırıklığı yaratan bu tablo, zamanla, Picasso'nun resmi bütünleyene dek gerçekleştirdiği bütün taslaklarla da güç kazanarak, barışın simgesi haline gelmiştir.”¹³⁴

21. yüzyılda, resim sanatı, propaganda etkisi yaratmaktan ziyade, müze duvarlarını, zengin sanat alıcılarının malikânelerini süsleyen, değerli bir görsel nesne konumundadır.

1.6.1.4.4. Heykel

Heykel, eski çağlardan beri propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Eski Yunan ve Roma krallarının meydanlara yerleştirdiği heykeller, büstler, onların otoritesini her an hatırlatma işlevini başarıyla sağlamıştır. “Chevalier Jaucourt'un *Encyclopedie*'nin 'resim' maddesinde yazmış olduğu gibi, her dönemde, iktidarı elinde tutanlar insanlarda doğru hisler uyandırmak için resim ve heykellerden hep faydalanmışlardır.”¹³⁵

Heykelin adeta yeniden keşfi, 20. yüzyıl totaliter rejimlerinde olmuştur. “Sosyalist yönetimler için vazgeçilmez olan başka bir sanat dalı da heykeldir. Özellikle politik lider anıtları, vatandaşlarına tepeden bakarak devletin gücünün ve denetiminin her yerde olduğunu hatırlatan ürkütücü yapılar olmuştur.”¹³⁶ Bazı heykellerde, özgürlük gibi soyut kavramlar simgeleştirilir. Fransız heykeltıraş Frédéric Asuguste Bartholdi (1834-1904) tarafından tasarlanarak 1886'da açılan ‘Özgürlük Heykeli’ en ünlü yapıtlardan sayılmaktadır. Ayaklarındaki koparılmış zincirler, özgürlüğün simgesini, elinde tuttuğu meşale ise dünyayı aydınlatan ışığı temsil etmektedir. Heykelin üstündeki 4 Temmuz 1776 ibaresini taşıyan levha ise heykelin siyasi mesajını vurgular.

¹³⁴ Enis BATUR, **Başkalaşım**, 9.

¹³⁵ BURKE, A.g.e., 65.

¹³⁶ ÖZDAMAR, A.g.t., 55, CLARK, A.g.e., 100,105.

Türk tarihinde, resim gibi heykel de, toplumsal hayatımıza geç giren sanat türlerinden biridir. Heykel, en geniş kullanımıyla bize Cumhuriyet döneminde girmiştir. Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren heykelin propagandacı tavrından yararlanmaya çalışılmış; Atatürk döneminde ve sonrasında yapılan Atatürk heykelleriyle Kemalist ideoloji ve Cumhuriyetin kazandırdıkları vurgulanmıştır. Atatürk, heykelin toplumu etkileyen propaganda gücünü, çağdaş liderler kadar bilen biridir. Bundan dolayı kendi döneminde, dünyanın en gözde heykeltıraşlarını davet etmiştir. Bunlardan biri Josef Thorak'tır. Thorak dünyaca ünlü bir heykeltıraştır. Atatürk'ün yanı sıra, Adolf Hitler ve Benito Mussolini gibi diktatörlerin de portre heykellerini yapmıştır. “Bıraktığı etki itibariyle genellikle eserleriyle Ankara'daki *Güven Anıtı* ile sınırlı tutulan heykeltıraş Josef Thorak, kamuya ait pek çok yerde sergilenen muhtelif Atatürk portreleri yapmıştır. Thorak'ın mizaca uygun olarak modellemiş olduğu ilk özel portrelerinden birisi, 1934/35 yıllarında Ankara için yapılan *Güven Anıtı* ile ortaya çıkmıştır. Atatürk'ün bu ilk portre büstü...Thorak'ın kendisi tarafından yapılan çok sayıda kopyanın ve varyasyonun orijini teşkil etmekteydi. Thorak, Türk Cumhurbaşkanı'nı dinamik, neredeyse kızgın bir yüz ifadesiyle birlikte, hemen hemen sadece gür kaşlarını vurgulayarak resmetmiştir.”¹³⁷



Fotoğraf 1.19 1937, Josef Thorak
Fotoğraf : Çetin Ergand



Fotoğraf 1.20 1934-1935, Anton Hanak,
Josef Thorak Fotoğraf: Çetin Ergand

¹³⁷ Burcu DOĞRAMACI, “Bir Başkent'in Oluşumu: Avusturyalı, Alman ve İsviçreli Mimarların İzleri” internet makale

Thorak tarafından granit yontularak yapılan bir diğer eser, 1940 yılında açılışı yapılan, Ankara Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi'nin giriş holündeki Atatürk büstüdür. “Heykeltıraş Thorak, ağırlık noktasını enerjik ağız bölümüyle bağdaşan, sert ve çatılmış kaşlar üzerinde toplamıştır. Baş kısmını sıkı bir şekilde çevreleyen kabartma blok, baskınlığı, azmi, irade gücünü birleştirmekte ve Cumhurbaşkanını enerjik bir şahsiyet olarak ortaya çıkarmaktadır.”¹³⁸ Heykel, günümüzde siyasî liderleri tasvir etmekten çok, büyük kentlerde geniş meydanları süsleyen, bazı kültürel değerleri betimleyen, az da olsa politik ve estetik imgeler yansıtan bir sanat dalı olarak etkinliğini sürdürmeye devam etmektedir.

1.6.1.4.5. Mimarî

Tarihsel süreçte yapılan pek çok mimarî yapı, propaganda etkisine sahip olmuştur. Bunlardan bazıları devletin ve yönetimin gücünü sembolize ederken, bazıları da dinsel mesajlar vermekteydi. Böyle yapıların ilk ve etkili örnekleri Helenistik çağda Anadolu’da ve Roma İmparatorluğunu döneminde kalabalık kentlerde boy göstermiştir.



Fotoğraf 1.21 1661, Versailles Sarayı

Tarih boyunca propaganda aracı olarak yapılan mimarî eserler, daha çok onu yapanın gücünü ve zenginliğini temsil ederler. Bunlar, Batı’da büyük saraylar, görkemli kilise ve katedraller olarak, Doğu’da ise, daha çok büyük camiler ve külliyeler olarak inşa edilmiştir. İstanbul’da Süleymaniye Camii ve Külliyesi, Kanunî

¹³⁸ DOĞRAMACI, A.g.m.

Sultan Süleyman'ın; Habsburg Sarayı ve Schönbrunn Sarayı büyük ölçüde Avusturya Krallarının, Versailles Sarayı da Fransız krallarının tartışılmaz gücünü ve zenginliğini temsil ediyorlardı.

20. yüzyılda, özellikle Rusya'da, ideolojik mesaj amaçlı mimarî yapı inşa etme gayreti vardır. Mimarîde ise Rus Konstrüktivistler, kitle ruhunun örgütlenmesi için geniş barınaklar tasarlamışlar ve insanları toplu yaşamaya sevk ederek, insanlar üstündeki devlet kontrolünü kolaylaştırmışlardır. Bu tarz “hükümet ve propagandayı merkezileştiren bir bakış açısı ortaya koymakta ve Rus avangart sanatçılarının kitle kültürü teknolojisine duyduğu naif hayranlığı sembolize etmektedir.”¹³⁹

Günümüzde, özel sektör şirketleri, inşa ettikleri devasa yönetim binaları ile, o şirketin büyüklüğünün bir göstergesi olarak toplumdan, belki de borsadan umduğu kârı sağlamaya, böylece bu görkemli binaların propaganda gücünden yararlanmaya çalışmaktadırlar.

1.7 PROPAGANDANIN AMAÇLARI ve ETKİNLİĞİ

Propagandanın değişmeyen amacı, kitlerin veya bireylerin düşüncelerini, eylemlerini değiştirerek onları propaganda yapanın istediği biçime sokmak, kitlenin davranışlarını değiştirmektir.

Bu davranış değişikliği uzun veya kısa bir zaman sürecinde gerçekleşebilir. Öncelikle propagandacı, amaçlarını elde etmek için kitle ve bireylerden beklediği davranış değişikliği sonuçlarının hemen, o anda ortaya çıkmasının gerekli olup olmadığını kararlaştırmalıdır. “Gerçekten, bazı tutum-değişimi sonuçları ancak uzun-boyutlu bir gelecek sonunda ortaya çıkmaktadır. Propaganda, elindeki siyasa göre kısa-boyutlu bir davranışsal değişim mi, yoksa uzun boyutlu bir davranışsal değişim

¹³⁹ CLARK, A.g.e., 111

mi ereklediğini başlangıçta kararlaştırmış olmak; davranışsal sonuçların zamanlama sorununu bir karara bağlamış olmak zorundadır.”¹⁴⁰

Daha sonra propagandacı, elde etmek istediği amaçları önceden tespit edip belirlemelidir. Dr. Hans Speier, propagandacının istediği beş adet «doğal amaç»tan söz etmektedir. Bunlar: “(1) Boyun eğdirme (2) Bozgunculuk (3) İşbirliği (4) Yoksulluk duygusu aşılama (5) Panik. Dr. Hans Speier’in yaptığı bu ayırım, özellikle, propagandanın sonul ereklerini açıkça göstermesi bakımından yararlı görünmektedir. Keza, bu erekler belli bir propaganda kampanyasının sona ermesinden sonra yapılacak etkinlik değerlendirmesi için de geçerli ve değerlidir.

Propaganda, hizmet ettiği siyasanın lehinde davranış değişiklikleri yaratabildiği ölçüde etkin sayılmaktadır.”¹⁴¹ Yani, propagandanın etkinliğinde başarının ölçüsü, muhatap kitlenin davranışlarını değiştirmesiyle doğru orantılıdır.

Propagandanın etkinliğinin ilk şartı, kitlelerin içinde bulunduğu ortamın, onların harekete geçirilmesine uygun olmasıdır. Bir anlamda “ etkin bir propaganda, kitleyi, propagandacının kitleden yapmasını istediği şeyi yapmak konusunda istekli hale getiren propagandadır. Bunun için ise, becerikli bir «hile» yapmak da yetmeyecektir. Lincoln’ün sözünü burada da tekrar edelim ‘ herkesi, her yerde, ve daima aptal yerine koyup aldatamazsınız.”¹⁴² “Bunun için etkin ve başarılı bir propaganda kampanyasında şu noktaların uygulanması gerekmektedir;

- “- Hedef kitlenin dikkatini çekebilmek.
- Hedef kitlenin güvenini kazanabilmek
- Hedef kitlenin umut ve beklentileri ile ilgili alternatif sunabilmek.
- Bu yollarla toplumları harekete geçmeye hazır hale getirmek.”¹⁴³

¹⁴⁰ CLARK, A.g.e., 273.

¹⁴¹ BEKTAŞ, **Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi**, 174.

¹⁴² OSKAY, A.g.e., 279.

¹⁴³ ÖZSOY, A.g.e., 75.

Hedef kitlenin dikkatini çekmek, size kulak vermesini sağlamak propagandanın ilk koşuludur. Kitlenin dikkatini çektikten sonra gerekli olan diğer bir koşul kitlelerin güvenini saptamak olmalıdır. Bireyler ve kitleler güvenmedikleri kişilerin veya kurumların söylediklerine itibar etmezler. Onlar gerçeği söylese bile aralarında güven sorunu olduğu sürece propagandistlerin kitleleri etkilemesi ve ikna etmesi çok zordur. Bu arada etkin propaganda gereklerinden biri de hedef kitlenin beklentilerine uygun propaganda yapmaktır. Bunun için toplum katmanlarının beklentilerinin neler olduğunun saptamak, buna uygun propaganda malzemeleri kullanmak gerekir. Oskay; “Bir insana, yapmasını söylediğimiz şeyi yaptırmak için, önce o insanın size kulak vermesini sağlamanız gerekir. Yoksa, o insanı söylediğiniz şeyi yapmaya ikna edemezsiniz. Size kulak vermesini sağladıktan sonra da, eğer mesajınızı ciddiye alıyorsa, söylediğiniz şeyin doğruluğuna inanması gerekir. O insanın, söylediğiniz şeyle ilgili olarak size karşı güven duymasını sağladığınız zaman, bu söylediğiniz şeyin o insanın o andaki mevcut umut, bekleyiş ve isteklileri ile ilgili «predispositional» yapısına ters düşmemesi gerekir. Sadık bir vatandaşı ulusunun girdiği bir savaştan galip değil de, yenik çıkmasının daha muhtemel görüldüğüne inandırmaya çalışmak boşuna konuşmak olur; zira, bu tür sadık vatandaşın «predispositional set»i içinde böyle bir alternatifte yer yoktur. Fakat aynı adamı, eğer onun dikkati çekilebilmiş ve itimadı kazanılabilmiş ise, ulusunun savaşı yitirmek üzere olduğuna inandırabilirsiniz.”¹⁴⁴ der ve adı geçen kitabında, etkin propagandanın son koşulu olan “toplumları harekete geçmeye hazır hale getirmek” konusunda şunları yazar: “... kitlenin bekleyişlerindeki değişim yüzünden gerekli hale gelmiş bulunan eylemlerin, kitle için anlamlı ve doğru gözükken davranışları belirleyen ortamlayıcı koşullar (environing circumstances) karşısında gerçekleştirilebilir eylemler olmasıdır. Örneğin, Vladivostok'ta oturan bir Sovyet yurttaşını (bu adamı, rejimin fena olduğuna ve kendi esenlik ve mutluluğu için Sovyet rejiminin yıkılması gerektiğine inandırmış bile olsak), gidip Stalin'i öldürmeye veya Politbüro'yu tutuklayıp, hapsedtirmeye ikna etmeye çalışmak akılsızca bir propaganda gayreti olur. Alternatif davranışlardan bazıları kitlelerin ortamlayıcı koşullar karşısında gerçekleştirilmesi imkânsız hâle düşmüşlerse, bu tür

¹⁴⁴ OSKAY, A.g.e., 271.

davranışlara geçmeleri için kitledeki insanlara karşı propaganda yapmak manasızdır. Böyle bir eylemin pratik değersizliği ve olanaksızlığı yüzünden, kitledeki bireyler mesajımızı alır-almaz hemen redde geçeceklerdir. Zira, yerine getirilmesi olanak dışı yükümlülöklere katlanmak istemeyeceklerdir.”¹⁴⁵

Etkin propagandada, propaganda yapanların da bazı özelliklere sahip olması, işinin uzmanı olması gerekir. Özsoy’a göre propagandacının sahip olması gereken özelliklerini ve yetilerini şu şekilde sıralayabiliriz:

“ -Propagandacı, başkalarının fikirlerini dinlemeye tahammöl edecek kadar sabırlı olmalı, asabî olmamalı,

-Başkalarının fikrini öğrenmek ve çevresini tanıyacak kadar derin ve kuvvetli yeteneğe sahip olmalı,

-Muhatabını dinlemenin usulünü bilmelidir.”¹⁴⁶

Özsoy, propagandacının özelliklerini saymaya devam eder: “ - Propagandacı maksadını gizli tutar ve empoze etmek istediğı fikirleri açıklamakta acele etmez. Çünkü propagandacı, üzerinde etki etmeye çalıştığı kişiye ilk temasta fikirlerini söylemeye kalkarsa muhatabının gururunu da incitmiş olur. Karşıdaki muhatabında bir tepki oluşturur ve muhatabı zıt fikirler aramaya çabalar...

-Propagandacı karşıındaki kişilerle iletişimi esnasında manevra yeteneğine sahip olmalı; yani karşıındaki kişilerin sorabilecekleri sorulara hızlı ve anlamlı bir şekilde cevap vermesi gerekmektedir.

-Propagandacı muhatabını bütün özellikleri ile teşhis etmelidir. “Çünkü propagandanın muhatabının kişisel özellikleri, ilgili konular üzerinde düşünceleri propagandacı tarafından bilinir veya en azından doğru tahmin edilirse, ona propagandanın nasıl yapılması gerektiğı konusunda bir fikir verecektir.

¹⁴⁵ OSKAY, A.g. e., .272.

¹⁴⁶ ÖZSOY, **Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma**, .94.

-Aynı zamanda bir propaganda, kampanyalarla sürdürülmesi gerekmektedir. Bunun için ortada var olan ilerlemenin yakından izlenmesi, yeni haber ve sloganlarla sürekli olarak beslenmesi, sırası geldiğinde değişik bir biçimde ve olabildiğince özgür bir biçimde yeniden hızlandırılmasını gerektirir.”¹⁴⁷

Fakat her şeye rağmen, propagandanın da sınırları vardır. Propaganda yapan, bu işi meslek edinmiş kişi ve kurumlar, en uygun ve etkin yöntemleri, teknikleri kullansa, işini çok iyi yapan bir uzman veya uzmanlardan oluşsa bile, istenen sonucu her zaman elde edemeyebilir. Propaganda temel nesnel gerçekleri değiştiremez ve kesinlikle yöneticilerin amaç ve kararları yerine geçemez. Bir ülkenin toplumsal gerçeklerinden kaynaklanan talepler, diğer toplumsal çerçevelerde gerçekleşen olgu ve değerlerin propagandası ile anlatılamaz. “Buna örnek olarak Albîg, toprak reformunun yoğun ve hissî şekilde istendiği bir tarım toplumunda, gelişmiş bir sanayî toplumunun değeri olan 'serbest girişim' propagandasının etkili olamamasını gösterir.”¹⁴⁸

1.7 PROPAGANDA TEKNİKLERİ ve TAKTİKLERİ

Propagandada uygulanacak teknik, taktik ve stratejinin saptanması, en önemi sorunlardan biridir. Özellikle propaganda tekniklerini en geniş anlamda uygulayan siyasî partilerde bu konu, her zaman çok önemli olmuştur.

Propaganda taktik ve stratejisinin belirlenmesinde dikkate alınacak birincil ölçüt, amaçtır. Yani yapılacak propaganda, öncelikle neyi amaçlamaktadır. Bu konu saptandığında sorun büyük ölçüde çözülmüş demektir.

Diğer taraftan, amacın gerçekleşmesi için, propagandacının sahip olduğu nitelikler, propaganda stratejisinin belirlenmesi ve uygulanması açısından önem taşımaktadır.

¹⁴⁷ ÖZSOY, A.g.e., 91- 93 özet

¹⁴⁸ BEKTAŞ, A.g.e., 167. ALBÎG A.g.e., 321’den alıntı.

Üzerinde durulması gereken diğer önemli bir nokta, hedef kitlenin propaganda karşısındaki duyarlılıklarının belirlenmesidir. “Doob, duyarlılığın, algı yeteneğine, alışkanlıklara, eğilimlere, düşünsel kapasiteye (daha az zeki olanlar propaganda karşısında daha duyarlıdır, yani daha kolay etkilenirler) ve propagandanın yapıldığı ortama (yüz yüze propaganda daha etkilidir) bağlı olduğunu söylemektedir. Eğer propagandacı hedef kitlenin belli bir düşüncesini ya da arzusunu sezebilmişse, kitlenin propagandaya karşı direnci iyice azaltılabilir.”¹⁴⁹

Propaganda tekniklerinde, duyarlılığın ve algı yeteneğinin söz konusu olduğu durumlarda, bilgilerdeki sapma, duygu ve tutkulara hitap etmeyi hedeflediği için propagandanın etkinliğini artırır. “Örneğin, dindar kişiler mucizeler görmeye ya da duymaya, inançsız kişilere oranla çok daha yatkın olmaktadır. Aynı şekilde uçan daireleri inanmayanlar değil, çoğunlukla inanma eğilimindekiler görmektedirler.”¹⁵⁰

Başarılı bir propagandanın taktikleri üzerinde genellemelerde bulunmak zordur. Çünkü propaganda taktikleri bulundukları ortamlara göre değişebilir. Bununla birlikte “propaganda ve savaş” birbirine sıkıca bağlı faaliyetler olduğundan Lasswell’in Birinci Dünya Savaşında, tarafların birbirlerine karşı uyguladıkları propagandaları inceledikten sonra çıkardığı dört temel strateji, bu konuda bize fikir verir. Konumuz savaş zamanında propagandayı da içerdiği için Lasswell’in saydığı bu dört temel stratejiyi şöyle sıralayalım: “ (1) Düşmanı saldırgan bir canî olarak göstermek ve ona karşı nefreti körüklemek, (2) ortak savaş amaçlarını vurgulayarak, dostluk gösterileri ve törenleri düzenleyerek, karşılıklı olarak insancıl ideallere bağlılık ilân ederek müttefik ülkelerin dostluğunu korumak, (3) tarafsız ülkelerin dost kalmasını sağlamak, askerî olmayan konularda onlarla işbirliği içine girmek ve bu tür ülkelerin çıkarlarını düşmanın yenilgisiyle özdeş göstermek, (4) düşman ülkenin kendi önderlerine olan güvenlerini sarsarak moralini bozmaktır.”¹⁵¹ Bu hedefler kuşkusuz savaş zamanı hedefleridir ve barış dönemindeki propagandalara ve diğer

¹⁴⁹ BEKTAŞ, A.g.e., 16e. DOOB, A.g.e., , 415’ten alıntı.

¹⁵⁰ BEKTAŞ, A.g.e., 163.

¹⁵¹ BEKTAŞ, A.g.e., 163 dip not.LASSWELL, A.g.e., 192’den alıntı.

ikna türlerine uygulanamayabilir. Childs'ın saydığı dört temel propaganda stratejisi daha geneldir ve uygulama alanı daha geniştir. Bunlar:

“(1) Alenilik stratejisi (strategy of publicity): Propagandanın mevcut tüm iletişim medyasında yayılması; (2) Organizasyon stratejisi (strategy of organization): Propagandacıya öneri kampanyasının icrasında yardımcı olacak bir organizasyonun oluşumu; (3) Tez stratejisi (strategy of argument): Propagandacının davasını rasyonelleştirme ve izleyici kitlesini amaçlarının meşruluğu konusunda mantıksal tartışma yoluyla ikna etmesi; (4) İnandırma stratejisi (strategy of persuasion): Propagandacının izleyici kitlesini usavurmaktan ziyade duygulara hitap eden öneri yapma yoluyla ikna etmek için gösterdiği gayret.”¹⁵²

Doob ise, propaganda stratejilerini temel alarak yaptığı sınıflamada propagandayı üçe ayırmaktadır: “(1) Propagandacının ya da sponsorunun kimliğinin ve propagandacının maksat ve amaçlarının izleyici kitleye açıkça belirtildiği açığa vurucu propaganda (revealed propaganda); (2) Propagandacının amaç, kimlik ve sponsorunun izleyici kitleye açıklanmadığı örtülü propaganda (concealed propaganda); (3) Propagandacının kimlik veya amacını, kendisi ya da sponsorları toplumsal saygınlık kazanana dek açıklamadığı gecikmiş açığa vurucu propaganda (de-layed revealed propaganda).”¹⁵³ Buradan anlaşılıyor ki Doob, propagandacının amaçlarını, kitlelere açıkça belirtmeyi veya belirtmemeyi, amacını elde edinceye kadar geciktirmeyi birer propaganda taktiği olarak kabul etmektedir. Bunun çok genel ve yüzeysel bir propaganda stratejisi sınıflandırması olduğu görülmektedir. Oysa *Propaganda Analizi Enstitüsü (Institute of Propaganda Analysis)* tarafından yayımlanan “*The Fine Art of Propaganda*” isimli kitap, etkin propaganda taktiklerini keşfetmeye yardımcı olacak yedi başlıktan söz eder: Bunlar:

“(1) Ad takma (name calling) - Genel olarak seilmeyen bir etiket kullanımı. ... Ad takma kullanımı günümüzde politikada ve kamuoyu oluşturma alanlarında daha yaygındır. Örneğin ad takmanın iki güncel ifadesi 'terörist ve terörizm' dir.

¹⁵² BEKTAŞ, A.g.e., 164. OGLE, A.g.e., 236,237'den alıntı.

¹⁵³ BEKTAŞ, A.g.e., 165. DOOB, A.g.e., 253'den. Alıntı.

(2) Gösterişli genelleme (glittering generality) - Genel olarak 'iyi' kabul edilen bir deyim kullanma. Bu tür genelleme kullanımı o kadar yaygındır ki bu nedenle güçlükle farkına varılır. Günümüzde reklâmcılıkta kullanım en fazla uygulanan şeklidir. Genelde ürünlere kişileri etkileyecek isimler verilir. Örneğin, "Süper Shell" gibi, veya "kola hayat katar" ifadesi ile sanki gençlik iksiri bulmuşlar da şişelemişler gibi...

(3) Transfer - Genel olarak saygı duyulan sembolleri kullanma. Transfer çağrışım süreciyle işler. Yani "çağrışım yoluyla hayranlık" duyurmayı amaçlar. Transfer bazen iki insanın yalnızca birlikte görünmesiyle de meydana gelebilir. Önemli bir kişiyle birlikte çektirilen bir fotoğraf, film ya da video bandı aracılığıyla büyük kitlelere kolayca ulaşılır ve etkinlik sağlanır.

(4) Tanıklık (testimonial) - Saygın kişilerin desteğini kullanma. Tanıklık reklâmcılık ve politik kampanyalarda en çok kullanılan propaganda araçlarından birisidir. Ünlü ve saygın kişilerin desteği propagandaya etkinlik sağlar.

(5) Halktan biri (plain folks) - İzleyicilerle aynı gruptan olan bir bireyin ortalama bir kişi olduğunu vurgulamak. Özellikle politikada sık sık propagandası yapılan kişilerin de aslında "halktan biri" olduğu ve birçok şeyi ortalama insanlarla paylaştıkları yaklaşımı kullanılır. Seçim dönemlerinde çok sık rastlanan bir uygulamadır. Örneğin, ailesi ile birlikte yemek yiyen veya çocuklarıyla balık tutan adam imajı, aile erkeği olma vurgusunu içerir.

(6) Kâğıt derme (card stacking) - Tamamen inandırıcı bir tezi ortaya çıkartmak için olgu ve yanlış fikirleri seçmek. Bir anlamda kâğıt derme, bir düşünce, program, kişi ya da bir ürünün en iyisi ya da en kötüsü olduğunu ortaya koymak amacıyla gerçeklerin ya da yalanların, mantıklı veya mantıksız ifadelerin seçimi ve kullanımını kapsar. Örneğin, İsrail 1978'de Lübnan'daki Filistin gerilla kamplarına saldırdığında, Filistin Kurtuluş Örgütü'nün lideri Yaser Arafat'ın kardeşi Dr. Fethi Arafat, Associated Press muhabirine bu saldırı sırasında öldürülen iki çocuğun vücutlarının bulunduğu torbaları göstermişti. Şüphesiz verilebilecek pek çok bilgi arasından Arafat, İsrail'i dünya kamuoyunda en kötü gösterecek bilgiyi seçmişti.

(7) Herkes yapıyor (band wagon) - Evrensel destek temasının vurgulanması. Bir şeyi herkesin yaptığının ifade edilmesidir. Propagandacı herkesin kabul ettiği bir

şeyi kalabalığı izlemek için hedefin de kabul etmesi gerektiğini vurgular. Örneğin, bir ürün reklâmcılar tarafından "halkın seçtiği" olarak tanıtılır. Diğer taraftan, "herkes yapıyor" taktiği ise savaş sırasında insanları, herkesin savaş için bir takım fedakârlıklarda bulunduğu ve yaşamlarını dahi feda etmeye hazır olduklarına inandırmak için sık sık kullanılır.”¹⁵⁴

Bektaş, özet olarak bir propaganda stratejisinin şunları içermek zorunda olduğunu söyler:” (1) grubun, partinin ya da kişinin kamuoyunda iyi bir izlenim bırakması için çalışmak; (2) grubun, partinin ya da kişinin çalışma ve davranışlarını kamuyu tatmin edecek bir şekilde açıklamak; (3) rakipleri sevimsiz, kötü, ya da yararsız göstermek; (4) rakip grupların davranışlarını sürekli eleştirmek.”¹⁵⁵

Günümüzde propaganda ve reklâm stratejileri, pratikleri üzerinde pek çok çalışma yapılmaktadır. Propaganda ve özellikle reklâm stratejileri üniversitelerde başlı başına bir bilim dalı olarak kabul görmekte, ekonomi ve siyasal çevrelerin taleplerine uygun olarak, bu konular üzerinde kapsamlı bilimsel araştırmalar ve yayınlar yapılmaktadır.

¹⁵⁴BEKTAŞ, A.g.e., 167 ALBİG A.g.e., 304,305’ten alıntı.

¹⁵⁵ BEKTAŞ, A.g.e., 174.

2. BÖLÜM

2.1 FOTOĞRAF VE PROPAGANDA

Görselliğin, insan zihninin bir olayı daha çabuk kavramasında önemli bir rol oynadığı, eğitim ve öğretimin de temel öğelerinden birinin görsellik olduğu uzmanlarca ifade edilmektedir. Etkili ve inandırıcı bir konuşma için, bazı görsel araçların devreye sokulması ve konuşmanın bunlarla desteklenmesi mesajların hem göze, hem de kulağa hitap etmesi açısından önemlidir. Çünkü görsel araçlar sunulan fikirleri güçlendirir, berraklaştırır ve açıklığa kavuşturur. Öğrenmeyi kolaylaştırır ve insanların dikkatlerini canlı tutar.

Görsel iletişim araçlarından fotoğraf, icat edildiğinden çok kısa bir süre sonra propaganda aracı olarak kullanılmaya başlanır. Bunda, fotoğrafın, yakın zamana kadar salt gerçekliği yansıttığı inancı etkili olur. Bu inanç, fotoğrafın tartışılmaz bir propaganda aracı olarak kabul edilmesine yol açar.

İcadından günümüze kadar olan gelişimi ile fotoğraf, zamanı, olayları ve yaşanan gerçekliği saptaması açısından önemli bir araç olmuştur. Fotoğrafın tanık olma özelliği, görsel kültürün oluşumunda gerçeklik ile olan ilişkisi sebebiyle dikkat çekmektedir. Fotoğraf, diğer kitle iletişim araçlarından daha güçlü bir bellek oluşturma aracıdır. “Fotoğraflar geniş halk kitleleri tarafından kolay anlaşılıp okunabildikleri için her türlü iletişim ve propaganda amacıyla kullanımları yaygındır.”¹⁵⁶ Durağan olması sebebi ile hareketi görüntülere nazaran daha akılda kalıcıdır. Günümüzde, bir olay fotoğraf ya da hareketli görüntü ile kayıt altına alınmadığı sürece gerçek sayılmamaktadır. Fotoğrafın propaganda aracı olarak kullanılmasında, tartışılmaz özelliği nedeniyle, öncelikle ‘fotografik gerçeklik’ kavramının açıklanması gerekmektedir.

¹⁵⁶ Nazif TOPÇUOĞLU, *Fotoğraf Ölmedi Ama Tuhaf Kokuyor*, 126

2.2 FOTOĞRAF VE GERÇEKLİK

İçinde yaşadığımız dünya ile tasarlanıp yeniden yaratılan dünya arasındaki gerçeklik ilişkisi, pek çok düşünür ve sanat adamını yakından ilgilendirmiştir.

Sanat eseriyle gerçeklik arasındaki ilişkinin tanımlanması çabaları eski Yunan'da başlamış; yüzyıllara yayılan tartışmalar sonucunda iki görüş ortaya çıkmıştır. Bunlardan birincisi, sanatın bir bilgi sağlama aracı olduğu ve gerçeği bildirmesi gerektiği; ikincisi ise, sanatın gerçeği bildiremeyeceği, görevinin bu olmadığı düşüncesidir. Görsel bir sanat olan fotoğraf ise, bilgi verme görevini üstlenen, dünyanın nesnel görünümünü kayıt eden ve aktaran; estetik unsurlarla gerçekliği birleştiren özel bir araçtır. “Fotoğrafın nesnelliği, görüntüye hiçbir resim ürününe bulunmayan inandırma gücü vermiştir.”¹⁵⁷ Resim gibi sanat türlerinde, gerçeği yansıtma konusunda, sanatçıya özgür bir alan tanınırken, fotoğrafın bulunuşundan sonra fotografik gerçeklikten, fotoğrafın bir ayna gibi gerçeği yansıtmasından söz edilmeye başlanmıştır. “Demek oluyor ki fotoğrafın resme göre yeniliği temel nesnelliğindedir. Nitekim insan gözünün yerini alan fotoğrafın gözünü meydana getiren mercekler topluluğu da “objektif” adını almaktadır...İlk defa dış dünyanın bir görüntüsü, insanın yaratıcılığı işe karışmaksızın, sıkı bir “gerekirciliğe” göre kendiliğinden meydana gelmektedir. Bütün sanatlar insanın varlığı üzerine kuruludur; ancak fotoğrafçılıkta insanın yokluğundan zevk alırız. Fotoğraf, bizi tıpkı doğadaki bir fenomen gibi etkiler.”¹⁵⁸

İlk yıllarda fotoğraf, nesnel bir algılama aracı olarak kabul edildiğinden her görüntü gerçekliğin yansıması olarak kabul edilmiş; fakat fotoğrafın sanatsal bir sunum olduğu görüşünün yaygınlık kazanmasıyla, bugün “bu gerçeklik sunma” kanısı tartışılır hale gelmiştir. Bernard Shaw, fotoğraf gerçekliğini resimle kıyaslayarak; “yapılmış olan bütün İsa tablolarının hepsini, bir tane İsa fotoğrafına seve seve değişeceğini”¹⁵⁹ ifade ederek fotografik gerçekliğe büyük üstünlük

¹⁵⁷ Andre BAZİN, Fotoğraf Neyi Anlatır, **Fotoğraf Görüntüsünün Varlık Bilimi**, Çev. Nijat Özön, 42.

¹⁵⁸ BAZİN, A.g.e, 42.

¹⁵⁹ G. Bernard SHAW, **Güzel Sözleri**.

tanırken; Ernest Fischer, sanatta gerçeklik kavramını esnek ve belirsiz olarak tanımlar. "...gerçekliği sadece bizim duyarsızlığımızın dışında, kendi başına var olan bir dış dünyaya indirgememeliyiz. Bizim duyarlılığımızın dışında kendi başına var olan şey maddedir. Oysa gerçeklik, insanın yaşantı ve anlayış yeteneğiyle katılabileceği sayısız ilişkileri kapsar... Bu gerçekliği çok az sanatçının bireysel ve toplumsal görüşü belirler. Gerçekliğin bütünü özne ve nesne arasındaki bütün ilişkilerin toplamıdır; yalnız geçmişteki değil, gelecekteki ilişkilerin; yalnız olayların değil, bireysel yaşantıların, düşlerin, sezgilerin, heyecanların, hayallerin toplamıdır. Sanat yapıtı gerçeklikle düş gücünü birleştirir."¹⁶⁰

Baudelaire, fotoğrafın bilime hizmet eden yönüne vurgu yapmış; onu sanatı bozabilecek endüstri dalı olarak görmüştür. "Fotoğrafa sanatı birkaç işlevi yönünden tamamlama izni verilecek olursa çok geçmeden sanatı, kitleyle arasında kendiliğinden oluşacak pakt sayesinde, bütünüyle kapı dışarı edecek, bozacaktır. Bunun için fotoğraf asıl görevine dönmelidir; bu görev bilimlerin ve sanatların hizmetçisi olmaktır."¹⁶¹ Bu sözler, fotoğrafı küçümser nitelikte görünse de, günümüzde fotoğraf kullanımının bilimsel uygulama alanlarına da yansımaları, bu sözleri daha anlaşılır hale getirmiştir. Aslında, şüphesiz, Baudelaire'i bu şekilde düşünmeye sevk eden, fotoğrafın bilimsel gerçekliği yansıttığı ve yansıtması gerektiği inancıdır.

Fotoğrafın yegâne gerçek olarak kabul edilmesi, insanları, kendi gözleriyle yakalayabilecekleri gerçeklerden uzaklaştırdığı şeklinde görüşler de ortaya çıkmıştır. Bunlardan biri Jacques Ellul'dur. Ellul; "Fotoğrafın toplumun her kesimde kullanılıyor oluşu üzerinden yola çıkarak, sıradan bir insanın bir görüntü oluştururken hayattan koptuğunu ve vizör üzerinden bakmayı, çıplak gözle bakmaya tercih ettiğini vurgulamıştır."¹⁶² Ellul'a göre artık fotoğraflar, bizim algılama gücümüzü, hatta aklımızı kontrol altına almıştır. Ellul, son zamanlarda ortaya çıkan fotoğrafın sahte olabileceği olasılığı karşısında, insanın direndiğini ve bunu kabulde

¹⁶⁰ Ernst FİSCHER, **Sanatın Gerekliği**, Çev. Cevat Çapan, 103-104.

¹⁶¹ Walter BENJAMİN, **Fotoğrafın Küçük Tarihi**, Fotoğraf Neyi Anlatır, Çev. Tevfik Turan, 29.

¹⁶² Simber ATAY, **Fotoğraf Yazıları**, Yayınları, 35.

zorlandığını ileri sürer. Ellul; “Fotoğrafın sahteliğinin açık bilinci son zamanlarda ortaya çıkmıştır ve insanlık kadar eski bu tecrübeyi yok edebilmek fazlasıyla olağandışı bir şeydir. Direnilmesi imkânsız bir otomatik tepkiye boyun eğerek, resimleri gerçeklikle özdeşleştirmeyi sürdürürüz. Bir şey bizi bu özdeşleştirmeyi reddetmeye zorladığında, kolayca dehşete düşeriz ve rahatsız oluruz.”¹⁶³

Ellul’ın aksine John Berger, fotoğrafı, konunun gerçek bir belgesi olarak görür. “fotoğraflar yalan söyleyemez, çünkü aldığını doğrudan basar. (Sahte fotoğrafların düzenlenmiş ve halen düzenleniyor olması, paradoksal bir şekilde bu saptamanın bir kanıtıdır. Fotoğrafın düpedüz yalan söylemesi ancak üzerinde ince ince oynayarak, kolaj yaparak ya da yeni fotoğraflar çekerek sağlayabilirsiniz. Böyle olunca da aslında artık fotoğrafçılık yapmıyor olursunuz.”¹⁶⁴ Andre Bazin ise, “fotoğrafi alınmış eşyanın varlığı, modelin varlığına bir parmak izi gibi katılır.” diyerek Berger’in yargısını ileri noktaya taşımıştır.”¹⁶⁵ Bazin gibi Roland Barthes de, “Fotoğrafın neyin artık olmadığını söylemesi gerekmez; o yalnız ve kesin olarak neyin olmuş olduğunu söyler.”¹⁶⁶ diyerek gerçekliği yansıtmayı açısından fotoğrafı diğer sanatlardan çok daha önde tutar. Hatta fotoğrafı pozitivist bir kanıt olarak gören Man Ray ve Bruce Davidson gibi fotoğrafçılar; kendi fotoğraflarının sanat olarak görülmemesini bir erdem saymışlardır. Fotoğrafı, salt gerçekliğin sunumu olarak gören sanatçıların, Birinci Dünya Savaşından sonra arttığına tanık oluruz. ‘Stieglitz; tutkum, gerçeğin aranıp bulunmasıdır’ derken, savaştan dönen Steichen, tüm tablolarını yakmış ve kendini salt fotoğrafa adanmış olduğunu açıklamıştır. En gerçek görünümü elde etmek için, bir yaz, fincan ve tabağını, siyahtan beyaza kadar tüm tonlarda binden çok kez çekmiştir. Tam bir gerçekçi olarak ün yapan Paul Strand da bu devirde yetişen ünlü fotoğrafçılardan biri olarak tanınmıştır.”¹⁶⁷ Ayrıca, “Edward Weston, Ansel Adams gibi fotoğraf ustaları da, fotoğraf makinesinin gerçeği kaydetme yeteneğini kullanarak, zengin doku ve detay, mükemmel

¹⁶³ ATAY, A.g.e., 35.

¹⁶⁴ J. BERGER, J.MOHR, *Anlatmanın Başka Bir Biçimi*, Çev. Osman Akınhay, 88.

¹⁶⁵ Andre BAZİN, *Fotoğraf Görüntüsünün Varıkbilimi*, Çev. Nijat Özün, 103.

¹⁶⁶ BARTHESES, A.g.e., 104.

¹⁶⁷ Ayhan ONAY, *20. Yüzyıl ve Fotoğraf Sanatı*, 34.

tonlamalar kaydetmişlerdir. İnsan ve doğayı gerçek ile olan ilişkisini koparmadan fotoğraflamaya çalışmışlardır.”¹⁶⁸

Zamanla, gerçeklik saptamasında fotoğrafçının bir “seçme hakkı” olduğu konusunda görüşler ortaya çıkmıştır. Bu görüşlere göre, fotoğrafçı, etkili olan gerçeği arar ve yansıtırken, vizörüne yansıtacağı objeler arasında bir seçim yapma hakkına sahiptir. Aaron Siskind'e göre; " ... etkili olan gerçek, yalnızca belirli bir objenin gerçekliği değildir; bu objenin anlamının oluşmasına yardımcı olan diğer objelerle arasındaki ilişki ve aynı zamanda bazı objelerin seçilerek, diğerlerinin çerçeve dışında bırakılmasıyla sağlanmaktadır."¹⁶⁹ Bu şekilde fotoğraf sanatçıları, dış dünyanın gerçeğini kendi öznel yaklaşımlarına göre belirlemeyi, yorumlamayı benimsemişlerdir.

Objeleri ayıklama ve seçme işi fotoğrafı çeken kişinin içinde yaşadığı topluma, almış olduğu eğitime ve kültüre, hatta psikolojik yapısına göre değişiklikler göstermektedir. Böylece fotografik görüntülerde bir öznellik oluşmaktadır. Bu anlayış, bazı sanatçılar için öznel gerçeklik denenen bir kavramın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Camera Work grubuna göre fotoğraf, artık salt eldeki görüntü değildir. Fotoğraf, onu çeken kişinin yorumu ve ruhsal yansımasının bir ürünüdür. “...onlara göre, her fotoğraf, onu çeken kimsenin ruhsal yapısıyla, objektifin önündeki gerçekliğin, bir etkileşimi olarak ortaya çıkıyordu. Bu görüntünün yaratıcısının da, fotoğraf makinesi değil, fotoğrafı çeken kimse olduğunu savunuyorlardı.”¹⁷⁰ Camera Work’a göre fotoğraf, mevcut gerçekliği yansıtmamaktadır. Fotoğraf sadece fotoğrafçının yaşamsal birikimleri etrafında şekillenir ve sadece fotoğrafçının gerçekliğini yansıtabilir. John Berger, “Profesyonel bir fotoğrafçı, fotoğraf çekerken, genel seyirciyi uygun bir geçmiş ve gelecek atfetmeye ikna edecek bir an seçmeye çalışır.”¹⁷¹ derken, Camera Work’un söz ettiği

¹⁶⁸ Zühal ÖZEL, *Teknolojik Gelişmeler İçerisinde Dijital Fotoğrafçılık ve Belgesel Fotoğrafçılığın Yeniden Tanımlanması*, 28.

¹⁶⁹ ÖZEL, A.g.t., 28. Aaron SİSKİND, "The Drama of Objects", *Photographers on Photography*, 97, Alıntı

¹⁷⁰ İhsan DERMAN, *Fotoğraf ve Gerçeklik*, 8.

¹⁷¹ John BERGER, *Görme Biçimleri*, 92.

“fotoğrafçının kendi gerçeğini yansıtması” görüşüne “fotoğrafçının, fotoğrafa bakını ikna etme” görüşünü ilâve etmiştir.

Bu arada, bazı eleştirmenlerde, fotoğrafın yalın gerçeği, teknik yetersizlik nedeniyle tam olarak yansıtmasının olanaklı olmadığı görüşü de hakimdir. Bu görüş, derinlik sağlayamama ve objenin “salt bir anı”nı saptama açısından bakıldığında haklıdır. “Dış dünyadaki gerçeklik ile fotoğrafların gerçekliği sunumu arasında fiziksel anlamda bazı farklılıklar bulunmaktadır. Üç boyutlu olan dış dünya, fotoğraflarda iki boyutlu olarak verilmekte, zaman ve mekân duygusu da eklenerek anlam kazanmaları sağlanmaktadır. Fotoğrafların anlamları, onların iki boyutlu olan yüzeylerinde yatmaktadır. Ayrıca fotoğraf, bir olayın yaşandığı gerçeklik sürecini değil, yalnızca olayı en iyi bir şekilde ifade eden bir an'ı temsil etmektedir.”¹⁷² Bunun yanı sıra, fotoğrafın gerçeklik tespitinin, herkes tarafından aynı algılanmadığı, görüntünün izleyenler üzerinde farklı etkiler bıraktığı gözlemlenmektedir.

Fotoğrafçının var olan görüntülerden ayıkladığı gerçeklik, yani kendi gerçekliği, bizi, ister istemez fotoğrafçının veya o fotoğrafçıyı görevlendiren kurum veya yönetimlerin kendi ideolojilerinin fotoğrafa nasıl yansıdığı, böyle fotoğrafların gerçeği yansıtma ve belge olmada güvenilir olup olamayacağı sorununa getirir:

2.3 İDEOLOJİ ve GERÇEKLİK

İdeoloji, fotoğrafın propagandacı tavrının beslendiği önemli kaynaklardan biridir. Tarih boyunca ideolojiler propaganda fotoğrafçılarına güç ve ülkü vermişler, gerçekliğin yeniden üretilmesinde etkin bir rol oynamışlardır. Fakat fotoğrafçı bunun ölçüsünü kaçırmamalı, gerçekliği salt ideolojik ayırım ile algılamamalıdır.

Genel kaniya göre, belli bir ideolojiyi benimseyen bir fotoğrafçının çektiği veya tercih ettiği fotoğraflar “gerçeklik” açısından güven verici olmaktan uzaktır. Eğer bir fotoğrafçı, ideolojik bir örgütün, partinin yandaşı kimliğinde, örgütün

¹⁷² ÖZEL A.g.t., 28,29.

söylemini pekiştiren fotoğraflar çekiyorsa, bu fotoğraflara gerçeklik açısından kuşkuyla yaklaşmak gerekir. Dadaistlerin, faşizm karşıtı fotomontajları ve sosyalizm yanlısı, sosyal belgeselci fotoğrafçılar, propaganda amacıyla doğrudan fotoğraflar üretmişlerdir. Almanya’da Faşizmin, Rusya’da Komünizmin propagandasını yapmak için çekilen fotoğraflar, bu duruma en iyi örnektir. Çünkü “kendi başına hiçbir şeyi açıklayamayan fotoğraf, çıkarıma, spekülasyona ve fanteziye bitmez tükenmez birer çağrıdır.”¹⁷³

İdeolojik tavır, fotoğrafta neyin gösterilip neyin gösterilemeyeceğine karar vermek hakkını da kendinde bulur. ABD yönetimi, yakın geçmişte örneklerini gördüğümüz gibi, halkın neleri görüp neleri görmemesi gerektiğini belirleyecek politikalara kafa yormaktadır; “Televizyon haberlerinin yapımcıları ile gazete ve dergilerin fotoğraf editörleri, istisnasız her gün, kamuoyunun sahip olacağı bilgilerin sınırlarıyla ilgili kararsızlıkları gideren ve oluşmasını arzu ettikleri doğrultudaki konsensüsü sağlamlaştıran kararlar alırlar. Üstelik onların kararları, genellikle, ‘ortak beğeni’ hakkındaki yargılar şekline bürünmektedir ve bu, kurumlar tarafından uygulandığında, her zaman, baskıcı bir standart yaratan bir durumdur bu. Ortak beğenin sınırları içinde kalmak, 11 Eylül 2001’de yapılan saldırıların hemen akabinde, Dünya Ticaret Merkezi’nin yıkıldığı yerde çekilen, ölülerin dehşet verici resimlerinin yayınlanmaması için gösterilen başlıca nedendi.”¹⁷⁴ ABD yönetiminin bu etkili politikasının amacı sessizlik değildir. Amerikan halkının dünya medyasında bu görüntülerle hatırlanmasını istememesidir. Çünkü ABD, birçok insanın belleğinde hâlâ rüyalar ülkesidir. Buradaki ideolojik tavır, fotoğrafın ve fotoğrafçının özgürlüğünü kısıtlamakta bir sakınca görmemiştir.

Her ideoloji sahibi fotoğrafçıyı, ‘kendi ideolojik gerçeklerini yansıtıyor,’ şekilde yaftalamak doğru değildir. Bir ideolojisi olsa bile, var olan gerçeği belgeleyerek, toplumun içinde bulunduğu sorunları aktaran, toplumsal değişim ve dönüşümü sağlayan, toplumsal duyarlılığı olan fotoğrafçılar da vardır. Şüphesiz böyle fotoğrafçıların varlığı toplum ve insanlık için bir kazançtır.

¹⁷³ Susan SONTAG, **Fotoğraf Üzerine**, 39.

¹⁷⁴ Susan SONTAG, **Başkasının Acısına Bakmak**, 68-69.

Fotoğrafın belge niteliği kazanması ve doğru okunması için bazen fotoğrafçının ve yönetimin ideolojik tavrının bilinmesini gerektirir. Fotoğraflanan bir olayın nelerden oluştuğunu belirleyen unsurlardan biri de ideolojidir. Bu olay tanımlandıktan sonra ancak fotoğraf bir kanıt oluşturmaktadır. “Fotoğrafların ahlakî olarak etkili olup olmayacağı, ilgili bir siyasî görüşün var oluşuna bağlıdır. Ardında bir siyaset olmadan, tarihin kıyım fotoğraflarına herhalde yalnızca gerçek dışı ya da moral bozucu duygusallıklar olarak bakılacaktır.”¹⁷⁵

Bu arada fotoğraf çekiminde ve seçiminde editörlerin belirleyici rol oynadıkları gerçeği de göz ardı edilmemelidir. Özellikle son dönemde, hangi fotoğrafın yayımlanıp yayımlanmayacağına karar verme yetkisinde editörlerin ağırlığı giderek artmaktadır. Bu editörlerin bunu belirlerken özgür iradelerinden çok, bağlı olduğu patronun yanında, iktidarlardan veya kamuoyunun ideolojik baskısından etkilendiğini tahmin etmek zor değildir. Çekilen fotoğrafların elenmesi, fotoğraf alt yazısının görüntüyle olan bağı ve hangi fotoğrafın yayımlanıp yayımlanmayacağına editöryal bir kurul karar vermektedir. Böylece, onlarca fotoğrafın arasından, bir tane fotoğraf, öne çıkarak, hafızalarda kalma şansına erişebilmektedir. Editörler fotoğrafları, içeriğinden farklı yayımlamakta, fotoğrafçının hiçbir izni ve haberi olmadan bu fotoğrafların belli bir bölümünü kesebilmektedir. Bu şekilde editör, toplumun elinden doğru haber alma hakkını da almaktadır. Robert Capa’nın çektiği bir fotoğraf ideolojik nedenlerle, editör tarafından makaslanır: “Katolik ve Almanca konuşan Alsace’lıların İspanya’da solcuların Katolik aleyhtarı zulümlerinden dehşete düştükleri ve Blum Hükümeti’ne sempati duymadıkları kabul edildiği için, Strasbourg mitinginde geleneksel giysileri içindeki Alsace’lı kadınların Halk Cephesi selâmı vermelerini sol propaganda açısından büyük önemi vardı. Ama fotoğraflardan biri *Vu*’nün 14 Ekim sayısının kapağında kullanıldığında resim sadece bir tek kadının görüleceği şekilde kesilmiş ve yaptığı hareket görüntünün dışında kalmıştı. Editörler bu kırılmış fotoğrafı ‘Alsace’ın Gerçek Yüzü’ olarak sunmuşlardı. Derginin içindeki yazıda komünistler, Alsace’ta kargaşa yaratmakla suçlanıyorlardı ve

¹⁷⁵SONTAG A.g.e., 35.

‘Alsace’ın Gerçek Yüzü’nün bir sağıcıya ait olduğu ima edilmekteydi. Bu beklenmedik çarpıtmanın sebebi, derginin İspanya Cumhuriyeti lehindeki tutumu sonunda reklâm verenlerin kaybetmesi ve Lucien Vogel’in de dergisini Eylül sonunda satarak elden çıkarmış olmasıydı. Derginin yeni sahibi editoryal çizgiyi sağa kaydırmıştı ve Capa da haberini sattığında bunun doğuracağı sonuçları aklına getirmemiş olmalıydı. Regards editörleri ertesi hafta *Vu*’nün o kapağını alıp, yanında Capa’nın makaslanmamış fotoğrafıyla yayımladılar.”¹⁷⁶

Sonuç olarak, diyebiliriz ki, fotografik gerçekliğin sunumunda, fotoğrafçının kendi seçiminin yanında, çalıştığı editörlerin, patronların ve iktidarların düşünce ve seçim hakkı da bulunmakta, tüm bunların üzerinde, ideolojik tercih ve yaklaşımlar etkili olmakta, gerçek, bu yollarla biçimlenmektedir.

2.4. FOTOĞRAFIN BELGECİLİĞİ

Zaman içinden bir anı çekip alan ve bu anın görüntüsünü saklayabilen fotoğrafın gücü her şeyden önce "belge" olmasından kaynaklanır. İnsanların fotoğrafın belge niteliği taşıdığının farkına varmasında gecikme olmamıştır. “Fotoğrafın bulunduğu 1839’da, Amerikalı bir beyefendi, karısını sevgilisi ile buluştukları gözlerden uzak yerde fotoğraflamış ve hiç şüphesiz bu olay, evliliklerini etkilemiştir.”¹⁷⁷ Söz konusu fotoğraf, adı geçen gizli buluşmanın "belge"si olduğu için olayın gerçekleşmesi hususunda güçlü bir kanaat oluşturmuş; olayın gerçeği yansıtmadığı yolundaki bütün inkâr yollarını kapamıştır.

Bilindiği gibi durağan görüntülerin bellekte kalma süresi hareketli görüntülerden çok daha fazladır. Bu durum, akılda kalması yönünden fotoğrafa büyük bir avantaj sağlamıştır. Seymour Topping, ödüllü fotoğrafları bir araya getirildiği ‘*Moments*’ adlı kitabın önsözünde: “Pek çok insan fotografik imgelere, haberler resmi geçidini gözlemlerken öncelik vererek, onları yazılı haber ve radyonun yerine geçirmiştir. Günlük olarak televizyonlardan akan ve zihnimizi

¹⁷⁶ Richard WHELAN, **Robert CAPA**, Çev. Mehmet Harmancı, 107.

¹⁷⁷ ÇETİNTAŞ, A.g.t., 51. Vicki GOLDBERG, **The Power of Photography**, 7’den alıntı.

yıkayan imgeler gelgitinden ise, sadece bir kaçı hafızamızda kalabilmektedir. Bu durumda yaşamımızın modellerini oluşturan kalıcı imgeleri sağlamak haber fotoğrafçısına kalır.”¹⁷⁸ diyerek diğer görsel ve işitsel araçlara göre, fotoğrafın bellekte kalma özelliğiyle kanıt ve belge olma işlevine işaret etmektedir.

19. yüzyıldan itibaren fotoğraf, kitap ve gazetelerin yanında, önemli arşiv oluşturma aracı olarak kabul edilmiştir. İnsanların göremediği sanat eserleri, mimarî yapılar, arkeolojik kalıntılar gibi birçok nesne, fotoğraf aracılığı ile belgelenip saklanmıştır. “Tabi ki fotoğrafçılık, sanat tarihinin yanı sıra, asıl olarak başka birçok uygulama alanı buldu. Bilimsel ve toplumsal alanlarda büyük gelişmelerin gerçekleşmesinde önemli etmen oldu. Fotoğraf teknolojisi, gözlem, ölçüm ve analiz sonucunda elde edilen verilerin belgelenmesi, kayıt edilmesi ve sınıflandırılmasında son derece faydalı ve kolaylık sağlayan bir teknolojidir.”¹⁷⁹

Bu bağlamda fotoğraf, tarihe tanıklık etme görevini üstlenmiş; tarih boyunca belge olma özelliği taşıması nedeniyle pek çok fotoğraf, günümüze kadar korunup saklanmıştır. “Örneğin Julia Margeret Cameron’un 1860’larda çektiği “artistik fotoğraf” örneği portreler, Victoria çağı İngiltere’sine özgü romantizm boyutlarını açıkça gösteren birer belgedir.”¹⁸⁰ John Berger de fotoğrafı, bir olayın ve zamanın gerçek bir belgesi olarak görür. “Fotoğraf zamanı enine keser ve o belirli anda gelişmekte olan olay ya da olayların bir kesitini ortaya koyar.”¹⁸¹ Topçuoğlu’na göre, belge olma özelliği, fotoğrafı pek çok dalda, bürokraside, bilimsel verilerin belgelere dönüşmesinde bir araç haline getirmiştir. “ Fotoğrafçılığın kayıt ve sınıflandırmada sağladığı kolaylık ve hız, ilk bakışta akla gelmeyen pek çok uygulama alanı yarattı: askerlik, keşif, casusluk, kriminal hukuk vs. gibi. Bilginin üzerinde çalıştırılabilecek belgelere dönüştürülmesi, bürokrasi için aranıp da bulunmayan bir olanak sağlamıştı. Görsel belge olarak sahip olduğu belirgin değerleriyle fotoğrafçılık, örneğin ‘fişleme’ için en uygun, olmazsa olmaz, teknolojiydi. Fransız polisi ve adalet uygulayıcıları fotoğrafları 1872’den itibaren suçluları kayıt amacıyla kullanmaya

¹⁷⁸ ÇETİNTAŞ, A.g.t., 51, Paul Martin LESTER, *Visual Communication Images with Messages*, 202, alıntı

¹⁷⁹ TOPÇUOĞLU, A.g.e., 19.

¹⁸⁰ Simber ATAY, *Fotoğraf Yazıları*, 35.

¹⁸¹ J.BERGER, J.MOHR, A.g.e., 112 .

başladılar.”¹⁸² İkinci Abdülhamit de fotoğrafı kriminal belge olarak kullanmıştır. “Özellikle, tahta çıkışının 25. yılında çıkardığı sınırlı aftan yararlanabilecek mahkûmların seçimi için imparatorluğun bütün hapishanelerinde bulunan mahkûmların gruplar halinde çekilmiş portreleri, belgesel nitelikli fotoğraflardır.”¹⁸³

Pek çok kuramcı, her türlü belgeye eleştirel bakmanın gerekli olduğunu ileri sürer. Bu eleştirel yaklaşım, konu fotoğraf olsa da değişmez. Nitekim, fotoğrafın bireyleri ve kitleri etkilemede, salt gerçek ve belge sayılması özelliğini keşfeden pek çok fotoğrafçı, bazen kendi iradesiyle, bazen de kendi propagandasını yaptıran kişiler veya liderlerin talebi üzerine kurgulanmış görüntüler, ya da kurgulanmış belge elde edebilme çabasına girişmişlerdir. Eddie Adams’ın Şubat 1968’de çektiği, Tuğgeneral Nguyen Ngoc Loan’ın, Saygon’daki bir sokakta, Vietkong’lu bir zanlıyı başından vurup öldürdüğü anının fotoğrafı, gerçeklik konusunda hiç kimseyi kuşku içerisinde bırakmaz. Elleri arkasından bağlı olan esiri bunu çekin dercesine, gazeteci veya gazetecilerin önünde öldüren General Loan, bu sahneyi tasarlamış ve fotoğrafçıya sunmuştur. Burada akla gelen ilk soru; eğer o anda, orada bir fotoğrafçı olmasaydı asker öldürülür müydü? Tanıklık edecek kimse olmasaydı muhtemelen, general o infazı hemen orada, kendisi yapmayacaktı. Üzerinden uzun zaman geçmesine rağmen fotoğraf, izleyenler üzerindeki etkisini sürdürmekte ve fotoğrafçının böylesine bir tanıklığının, gerekliliğini sorgulamaktadır.



Fotoğraf 2.1 1968, Saigon, Eddie Adams

¹⁸² TOPÇUOĞLU, A.g.e., 19.

¹⁸³ Mustafa Bilge SATKIN, 19. Yüzyıl Türk Basımında Fotoğraf Kullanımı (1860-1899) ,42.

Fotoğrafta kurgu, bazen bizzat fotoğrafçının kendisi tarafından da uygulanmaktadır. Bu konuda en çok tartışılan fotoğraf, Robert Capa'nın İspanyol İç Savaşı'nda çekmiş olduğu meşhur *'Bir Askerin Ölümü'* adlı fotoğraftır. Capa, bu fotoğrafla hayatının fotoğrafını çektiğini söylerken, pek çok eleştirmen bu fotoğrafın kurgu olduğunu ileri sürmektedir.



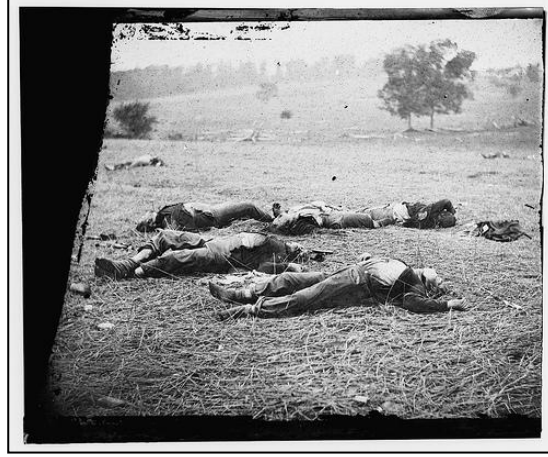
Fotoğraf 2.2 1936, Robert Capa, *'Bir Askerin Ölümü'*

Capa, *New York World Telegram*'a bu fotoğrafı nasıl çektiğini şu sözlerle anlatmıştır; “ Kıymetli makinem ve askerle tüfeği Cordoba cephesinde sıkışıp kalmıştık. Asker sabırsızdı. Cumhuriyetçilerin hatlarına dönmek istiyordu. İki bir tırmanıp kum torbalarının üzerinden bakıyor ve her seferinde makineli tüfeğin uyarı ateşiyle geri atlıyordu. Sonunda tehlikeyi göze alacağı konusunda bir şeyler mırıldandı ve ardında ben olduğum halde siperden çıktı. Makineli tüfekler çatırdarken ben deklanşöre bastım ve sonra kendimi askerin yanına yere attım. İki saat sonra karanlık basıp da silâhlar susunca sürünerek güvenli bir yere geçtim. Daha sonra İspanyol savaşının en esaslı pozlarından birini yakaladığımı öğrenecektim.”¹⁸⁴ Richard Whelan, Capa'nın ünlü fotoğrafının kurgu olduğunu ileri sürmüştü; Capa'nın bu ünlü fotoğrafını, poz verdirerek çektiği iddia etmiştir.

Olayları ve görüntüleri manipüle etme gibi belgesel fotoğraf etiğiyle bağdaşmayan bir yol olan, kurgusal fotoğraf çekme ve bunları sanki gerçeğin aynıymış gibi sunma, üstelik bu fotoğrafların, önemli dergiler de yayımlanması,

¹⁸⁴ WHELAN, A.g.e., 101 .

sonraki yıllarda, fotoğrafın belge olma iddiasına kuşkuyla yaklaşılmasına neden olmuştur.



Fotoğraf 2.3 Haziran 1863, Timothy H. O'Sullivan, Amerikan İç Savaşı

“ O.G. Rejlander meşhur “*titreyen sokak çocuğu*” fotoğrafını çekerken 'poz vermesi için eline beş şilin tutuşturduğu Wolverhampton'lı bir çocuğu paçavralara büründürerek yüzünü çamura bulamıştır. Bazı fotoğrafçılar ise nesneleri ve insanları düzenlemek için diğerlerine oranla daha fazla müdahale etmiştir. *Fortune* ve *Life* dergileri için çalışan Margaret Bourke-White, 1930'larda ABD'deki kırsal yoksulluk konusunda çektiği resimlerde Dorothea Lange'e göre daha müdahaleci davranmıştır. Aynı şekilde Amerikan İç Savaşı fotoğraflarında görülen bazı 'cesetler' de kuşkusuz makinenin önünde rica üzerine poz veren sapasağlam askerlerdi.”¹⁸⁵ Onun için Sanat eleştirmeni John Russel'in belirttiği gibi; “ kaynaklara eleştirel yaklaşmak şarttır... Fotoğrafların sunduğu kanıtlar, eğer bunları çapraz incelemeye tabi tutabiliyorsanız çok işe yarar.”¹⁸⁶

Günümüzde bu türlü kurgulamalar ya da yönlendirmeler daha sistemli olmaktadır. Özellikle ABD, uzun yıllardır bu türlü bir manipülasyon yöntemini uygulamaktadır. Topçuoğlu'nun söylediği gibi;” bugün görebildiklerimiz yalnızca bize belge olarak sunulan nesnelerle sınırlıdır. Büyük bir eliminasyon sürecinden sonra sadece görmemiz uygun görülen belgeler demetiyle yüzleşebiliriz. Bu yüzden

¹⁸⁵ BURKE , A.g.e., 24.

¹⁸⁶ BURKE , A.g.e., 24.

bunların arasında bazılarının nesnel ve tarafsız olduklarını sadece vehmedebiliriz. Tümü de belli bir seçim sonucunda görülmemiz uygun görülen (!) belgelerdir.”¹⁸⁷ Onun için bu sorgulama ve denetim günümüzde de yapılmalıdır. Çünkü, bu sorgulama, fotoğrafta, çeşitli tekniklerle değişiklik yapmanın kolaylaştığı günümüzde, fotoğrafın gerçekten belge niteliği taşıyıp taşımadığının ortaya konması için gereklidir.

Her şeye rağmen fotoğraf, belge olma özelliğini tarihte olduğu gibi günümüzde de sürdürmektedir. Edward Steichen,’a göre “Fotoğraf, doğadaki ve toplumdaki olayları kaydederken, kendine özgü tarihçi rolünde tarihsel belgeler üretmektedir. Fotoğraf birçok şeydir. Fakat belgeliği onun önemli niteliklerinden yalnızca biridir. Üretilen herhangi bir fotoğraf, deklanşöre basıldığı anda tarihsel bir belgeye dönüşür. Bu biçimiyle kullanımı tarihçilere bağlıdır artık.”¹⁸⁸ Burge’e göre, bu özelliğiyle fotoğraf, tarihin yardımcı kaynakları arasına girmiştir; ama sorun yine aynıdır. Sorun, bu fotoğraflara tarihsel belge olarak güvenilip güvenilmeyeceği sorunudur. “Fotoğraf tarihinin ilk günlerinden itibaren, fotoğrafın, tarihin yardımcısı olduğu öne sürülmüştür... Tarihçilerin sorunu ise bu fotoğraflara güvenilip güvenilmeyeceği ve bu güvenin derecesidir...Pek çoğumuzun, ailelerimizi ve gittiğimiz tatilleri ölümsüzleştirdiği ‘şipşak fotoğrafçılık kültürü’ hala tablolar ile bu fotoğrafları aynı düzeyde algılamak ve tarihçiler ile sanatçılardan da aynı gerçekçi yansımaları beklemek arzusunu barındırıyor.”¹⁸⁹

Burke’ün Fotoğrafi tarihin yardımcısı olarak görmesini Steichen, daha ileri götürerek, elinde fotoğraf makinesi bulunduran her fotoğrafçıyı ‘tarihçi’ diye nitelendirir. ”Steichen, tam da Burke’ün söylediklerine uyan bir fotoğrafçıdır. Fotoğrafın tarihin tanık aracı olduğuna inanır. Her fotoğraf makinesi sahibini bir tarihçi olarak nitelendiren Steichen’in sorusu, bu olanağın nasıl kullanılacağı ile ilgilidir. O, üretilen malzeme arasından gelecek için saklanacakların nasıl çekileceği üzerine düşünmektedir. Aslında bu düşüncelerinde haklılık payı vardır. Çünkü

¹⁸⁷ TOPÇUOĞLU, A.g.e., 43.

¹⁸⁸ Edvard STEICHEN, **Fotoğraf İnsanlığın Tanığı Ve Kayıt Aracı**, Çev.Abdullah Ersoy, 2

¹⁸⁹ BURKE, ,A.g.e., 21.

fotoğraf ile en gerçekçi resimlere ulaşılmıştır. Ama önemli olan gerçekçilik mi, yoksa gerçeklik midir? Bu sorunun üzerinde durmak, fotoğrafın konumunun tartışılması gerekliliği anlamına gelmektedir.”¹⁹⁰

Özellikle önemli tarihî olaylarda, doğru kullanıldığında fotoğraf bir belge olarak kullanılabilir. Ancak her fotoğrafı tarihî belge olarak görmek yanlış bir tutumdur. Fotoğrafın belge olduğu; ama her zaman güvenilir bir tarihsel belge olduğu tezine kuşku ile bakmak gerektiğine inananlar da vardır. “Lewis Hine'in belirttiği gibi, ‘fotoğraflar yalan söylemez, ama yalancılar fotoğraf çekebilir.’ Burke, “gerçekten de fotoğrafçılıkla birlikte tarihsel bilgileri algılayışımızın değişime uğradığı doğru olabilir ” ¹⁹¹, demektedir. Ama fotoğrafın doğruları içeren bir belge olarak kullanılmasına şüphe ile bakmaktadır. Yazılı basında fotoğrafın, gerçekliğin yansıması olarak kullanması Burke'e göre, “ Barthes'ın 'gerçeklik etkisi' olarak adlandırdığı olguya kuvvetli bir katkıda bulunmaktadır. Örneğin, şehirlerin eski fotoğrafları söz konusu olduğunda, özellikle de bunlar bir duvarı kaplayacak kadar büyütüldüğünde, izleyici fotoğrafın içine girip sokakta yürüyormuş hissine pekâlâ kapılabilir.”¹⁹² “ Bir fotoğraf renkli olduğunda, konuyu daha da gerçekçi kılabilir. Ama bu, onun gerçekliği anlattığı anlamına gelmez. Geçmişte resimde de birçok renkli boya kullanılarak yalan söylendiği olmuştur.”¹⁹³ Bu yargılarda, belge niteliği taşıyan fotoğrafın ebatlarının büyüklüğü, baskı rengi, izleyicide gerçeklik etkisini kuvvetlendirdiği ileri sürülürken, haklı olarak, bütün bu görsel özelliklerin, o fotoğrafın gerçeği yansıttığı anlamına gelemeyeceği kabul edilmektedir.

Burke fotoğraf için; 'Diğer kanıt türleri gibi fotoğraf da hem kanıttır, hem tarihtir', der. Önemli olan fotoğrafların kanıtlığını iyi değerlendirmektir. Fotoğraf, gerçek bir görüntünün makine aracılığı ile doğrudan aktarımıdır”¹⁹⁴

¹⁹⁰ DORA, *Büyüyen Fotoğraf, Küçülen Sosyoloji*, 150.

¹⁹¹ BURKE, „A.g.e., 21.

¹⁹² BURKE, „A.g.e., 22.

¹⁹³ A.g.e., 151 .

¹⁹⁴ A.g.e., 151 .

Fotoğrafın, resimden farkı, dünyadaki gerçekliği, yani var olanın bir bölümünü kaydetmesidir. Bu niteliği ona belge olma özelliği kazandırır. Çünkü Price'in belirttiği gibi; "... fotoğraf, nesneler dünyasıyla nedensel bir bağıdır. Bu bağ, fotoğrafın, bir fotoğrafçı tarafından seçilen dünyanın bir bölümünü sabit bir biçimde tutmasının sağlar.... Fotoğrafta tek boynuzlu atlar yoktur. Eğer bir tane görülecek olursa, buna inanmamak gerekir."¹⁹⁵ Fotoğrafın güvenilir bir kanıt ve belge olma özelliğine bazen kuşkuyla yaklaşılsa da bütün bu yazılanlar ve bazı uygulamalar (montaj, manipülasyon, sayısal teknikler vs. gibi) fotoğrafın belgeliği konusunda bazen şüphe uyandırabilir. Fakat bunlar, onun belgeliği ve kanıt olma özelliğini ortadan kaldırmaya yetmez. Nitekim son dönemde ortaya konan amatör fotoğrafçıların veya sıradan kişilerin, çoğu kez cep telefonu ile çektiği görüntüler, haberlerde, hatta; mahkemelerde delil olarak değerlendirilmektedir. Bu durum fotoğrafın daha uzun yıllar belge ve kanıt olma vasfını sürdüreceğinin işaretidir.

2.5. PROPAGANDA ARACI OLARAK FOTOĞRAF

Pek çok kere vurguladığımız gibi, propaganda, kişilerin ve kitlelerin düşünce, davranış, inanç, değer ve tutumlarını değiştirmek için çeşitli araçları kullanarak onları etki altına almayı amaçlar. Bu araçlar içinde görüntü üzerinden verilen iletiler, gerçekliği pekiştirmesi ve inandırıcılığı artırması nedeniyle propaganda tarihinde oldukça sık kullanılmıştır. Fotoğraf, sinema ve diğer sanat eserleri aracılığıyla görsellik kullanılarak verilen iletiler, hem toplumun devamını; hem de toplumun bilinç ve duyarlılık düzeyinin gelişmesini sağlar. Böylece, görselliği kullanan bu araçlar, tarihsel belge niteliği kazanarak sistemli bir propaganda aracı olurlar. Çünkü, görsel mesajlar, kelimelerle ifade edilen mesajlara göre daha anlaşılır özellikler taşırlar.

Bulunuşundan kısa bir süre sonra, görüntü üzerinden verilen iletilerin en önemli araçlarından biri fotoğraf olmuştur. İletişim araçları içinde fotoğraf, diğer

¹⁹⁵ Mary PRICE, *Fotoğraf, Çerçevadaki Gizem*, 18.

iletişim araçlarından ayrıcalıklı bir konuma sahiptir. “ İletişim araçları arasında dönemlerin, yaşanan olayların, acıların ve sevinçlerin hatırlanmasında fotoğraf, hiç şüphesiz en önemli araçtır...Kitlelerin bakış açısını değiştirebilme gücüne sahip olmasından ötürü, gelişen dünya ve teknolojik yaşam koşulları karşısında gücünden hiç taviz vermemiş olan fotoğraf, zaman ve mekân içinde dondurulmuş bir kesit olarak tanımlanabilir.”¹⁹⁶ Bu özellikleriyle fotoğraf, tarihte ve günümüzde insanların belleklerine güvenilir bir tanık ve belge olarak yerleşmiştir. Kitlelerin fotoğrafa olan bu güveni, fotoğrafı, uzun yıllar, propaganda araçları içinde ön sırada tutmuş; propagandistler, bazen bir kare görüntüyle amaçlarını kısa yoldan elde etmeyi başarmışlardır. “Kesintisiz görüntü bombardımanının (televizyon, video ve filmler) bütün hayatımızı kuşatmış olduğu şüphesizdir, ancak iş ‘hatırlamaya’ geldiğinde, fotoğraf, hâlâ daha derinden bir can acıtma, insan zihninde daha derin bir iz bırakma gücüne sahiptir. Hafızada yer ederek donmuş olan karelerin temel birimi, tek bir görüntüdür. Oysa fotoğraf, enformasyonla dolup taşan bir çağda, bir şeyi kavramanın hızlı bir yolunu ve onu hatırd tutmanın yoğunlaşmış bir formunu sağlar bize. Bu haliyle fotoğraf bir alıntıya veya bir veciz söze veya bir özdeyişe benzer. Hepimiz kendi zihnimizde, anında hatırlanmaya hazır yüzlerce fotoğraf biriktiririz.”¹⁹⁷

Fotoğrafın propaganda aracı olarak kullanılması, 19. yüzyıl sonlarında gittikçe hız kazanan, etki alanının genişleten sanayi devrimiyle birlikte olmuştur. Fotoğrafın çoğaltılabilir; baskı teknolojisinin gelişmesiyle birlikte gazetelerde, dergilerde afişlerde, el ilânlarında ve diğer basılı ürünlerde kullanılarak yaygınlaştırılabilir olma özelliği fotoğrafı, Berger’in dediği gibi, bir ‘fenomen’ haline getirmiştir. John Berger; fotoğrafın bu özelliği için; “yeni sinema sanayinin gelişmesi, taşınabilir fotoğraf makinesinin icadı, fotoğraf röportajcılığının- böylelikle resimler metni değil, metin resimleri izlemeye başladı- bulunuşu ve reklâmcılığın ortaya çıkışı ile fotoğraf sadece bir araç olmasının ötesinde modern algılama biçiminin sorgulanmayan bir parçası oldu.”¹⁹⁸ demektedir.

¹⁹⁶ DERMAN, *Sayısal Teknolojiler ve Basın Fotoğrafının Doğruluk Değeri*, 112 .

¹⁹⁷ SONTAG, A.g.e., 21.

¹⁹⁸ BERGER, A.g.e., 70.

Sanayi devrimiyle birlikte, toplum katmanlarının ayrışmaya ve çatışmaya başladığı 19.yüzyılda, kişilerin yanında devletler de fotoğrafın etkileme gücünden yararlanmışlar; fotoğrafı, toplumu denetim altında tutma aracı olarak kullanmaya çalışmışlardır. “1871’de komüncülere karşı girişilen kanlı harekette kullanımından başlayarak, fotoğrafla günümüz devletleri için hareketliliği giderek artan toplulukları kontrol altında tutmanın kullanışlı bir aracı haline gelmiştir.”¹⁹⁹ Fotoğrafın kitleleri yönlendirmek, denetlemek amacıyla etkin propaganda aracı olarak kullanılışının en yoğun olduğu dönem, ideolojiler savaşının kızıştığı Komünizm, Nazizm ve Liberalizm kavgalarının derinleştiği 20. yüzyıl ortalarıdır. Bu durum, 1930’ların Amerika’sında Roosevelt hükümeti tarafından oluşturulan Tarım Çiftliği Örgütü fotoğraflarında ve Hitler’in propaganda amacıyla farklı dillerde çıkardığı “*Signal*” dergisi fotoğraflarında gözlemlenmektedir. Bu ülkelerde fotoğrafın işlevi, toplumu biçimlendirmeye, onların bakış açılarını değiştirmeye yöneliktir. “Fotoğraf, egemen ideolojinin kitleleri yönlendirmek, denetlemek amacıyla etkin biçimde kullandığı araçlardan biridir. Pek çok eleştirmene göre fotoğrafın; hatta iletişim araçlarının asli görevi, topluma dinamizm kazandırmak, onu biçimlendirmek, kitlelerin bakış açısını değiştirmektir. Fotoğraflar eğer toplumu düşünmeye, harekete geçirmeye itecek güce sahip değillerse, işe yaramaz görüntülerden başka bir şey ifade etmez.”²⁰⁰

Fotoğraf, bir başına, etkin bir propaganda aracı olma tavrını sürdürürken, kitle iletişiminde önemli konumunu iki yüzyıldır koruyan basılı medyaya da büyük bir güç kazandırmıştır. Fotoğrafın basında, yazı ile birlikte kullanılmasının daha güçlü bir iletisi olduğu da bir gerçektir. Bunun sonucu olarak, gazete, dergi gibi yazılı basın araçlarında, kitleleri etkilemede önemli yer tutan “kelimenin gücü” yerine, “görüntünün gücü”ne doğru bir dönüşüm gerçekleşmiş; bu dönüşümde fotoğrafın önemli katkıları olduğu pek çok yazar ve sanatçı tarafından kabul edilmiştir. Fotoğrafın günümüzde hemen her yere hızlı biçimde yayılması ve kullanılması, yirminci yüzyıl kültürünün dikkatinin görselliğe kaymasını sağlamıştır.

¹⁹⁹ SONTAG, **Fotoğraf Üzerine**, 22.

²⁰⁰ BAYRAKTAROĞLU, A.g.m. Alan TRACHTENBERG, **Classic Essays on Photography**, 183’ten alıntı.

Fotoğraf, görsel etkileşimde imtiyazlı bir yere sahiptir. Fotoğraf, geniş kitleler tarafından benimsenen ve toplumsal yaşamda kullanılabilen bir kitle iletişim aracı olma özelliğiyle, yaşadığımız günlere damgasını vuran savaşlarda da etkili bir propaganda unsuru olarak medyada yer almaya devam etmektedir. “Amerikan Savunma Bakanı Donald Rumsfeld, yakalanan esirlerin ekranlarda gösterilmesinin Cenevre Sözleşmesi gereğince doğru olmadığını iddia ederken, söylemini bu görüntülerin toplumsal bazda aşağılanma hissi uyandırması üzerinden kurmaktadır. Rumsfeld’in sözlerinden de anlaşılabileceği üzere; görüntüye sahip olmak demek birtakım ayrıcalıklara sahip olmak demektir. Görüntüler sayesinde yaşanan olayların doğrulayıcılığı ortaya çıkar, tuttuğunuz taraf belli olur. Dünya kamuoyuna görüntüler aracılığı ile yaşananlar hakkında görece gerçekçi ve/veya çarpıtılmış bilgiler verilir.”²⁰¹ Fotoğrafın propaganda aracı olmasıyla birlikte, hangi fotografik görüntülerin kitleleri daha iyi etkilediği konusunda bazı görüşler ortaya çıkmıştır. Bunlardan biri, fotografik görüntünün kitlelerin dikkatini üzerinde toplayacak etkiye sahip olması gerektiğidir. Bu etkiyi sağlama, baskı tekniklerinden çok, ortaya çıkan görüntünün tutarlı olmasıyla olanaklıdır. Newmann, bu konuda; “sunulan görüntü ne kadar tutarlı olursa, ne kadar geniş bir kitlenin dikkatini başka noktalara yer bırakmadan üzerinde toparlayabilirse, önceden tasarlanan etkilerin ortaya çıkış olasılığı da o ölçüde artar.”²⁰² demektedir.

Fotoğrafın etkileyici olmasında bir diğer ölçüt; yöneticilerin isteklerine uygun biçimde olayları değerlendiren bir kamuoyunun oluşumuna uygun görüntülerin kullanılmasıdır. “Fotoğraf posterlerde, gazetelerde, afişlerde vb. çoğu zaman propaganda açısından bir silâh olarak kullanıldığını”²⁰³ ifade eden Berger’in de belirttiği gibi toplumun nabzını tutmak amacıyla herhangi bir eylemin öncesinde ve sonrasında yöneticiler ve iktidar tarafından kamuoyu oluşturmak amacıyla propaganda yapılır. Kamuoyunda istenen etkiyi sağlayan fotoğraf, başarılı bir propaganda fotoğrafı sayılır. Bu konuya, günümüzde, bizde ve dünyada pek çok kişi ve kuruluşun kafa yorduğu, görüntünün etkisini artırmak için çeşitli teknik arayışlara

²⁰¹ ALEMDAR, ERDOĞAN, A.g.e., 116

²⁰² ALEMDAR, ERDOĞAN, A.g.e., 116

²⁰³ BERGER, A.g.e., 75.

girdiği, toplumun nabzını ölçmek için psiko-sosyal araştırmalar yaptığı bilinmektedir.

2.5.1 Fotoğrafın Propaganda Amaçlı Kullanılmasına Yerli Bir Örnek “Yıldız Albümleri”

İkinci Abdülhamit, fotoğrafa yazıdan çok değer veren bir sultandır. Çoğu kez, sarayından çıkmayan sultan, imparatorluktaki ve dünyadaki değişimleri fotoğrafçıların gözünden izlemeye çalışır. O, “Her resim bir fikirdir, yüz sayfalık bir yazı ile ifade olunamayacak siyasî hissî manalar telkin eder, onun için ben tahriri münderecattan ziyade, resimlerden istifade ederim.”²⁰⁴

“İkinci Abdülhamit, tahta çıkışının 25. Yılında çıkarılan genel af kapsamına girecekleri seçmek için ülkedeki bütün mahkûmların birer ikişer fotoğraflarını çektirir ve albümlerde toplatır. Bütün ülkeyi, yeni binaları, gemileri, fabrikaları, arkeolojik eserleri ülkenin dört yanına saldıgı fotoğrafçılara çektirir. Bunları bir albümde toplatır. Yıldız albümleri olarak bilinen bu fotoğraflar, Osmanlı'dan Türkiye'ye geçerken devralınan mirasın, günlük yaşamın, toplumsal dokunun, kültürün tanığıdır. İmparatorluğun bitip Cumhuriyetin doğduğu o tarihsel kırılma noktasında, hiç kuşkusuz bugüne dair çok şey söyler o görüntüler. Zaten hemen sonra, Damat Ferit döneminde fotoğrafın karanlık yılları gelir. Fotoğraf bir fetvayla "mekruh" ilân edilir, üstelik bu fetvanın toplum üstündeki etkileri cumhuriyetin ilk yıllarında da sürer.”²⁰⁵

İkinci Abdülhamit'in saltanat yılları (1876-1909), fotoğrafın yükseldiği ve yaygınlaştığı döneme rastlar. Bu nedenle Osmanlı padişahları içinde fotoğrafın propagandacı etkisinden en çok yararlanan padişah İkinci Abdülhamit olmuştur.

²⁰⁴ Ali ERGENEKON, *Tahsin Paşa'nın Yıldız Hatıraları, Sultan Abdülhamit*, 356

²⁰⁵ Özcan YURDALAN, “Bir Soruya Sahip Olmak,” internet makale

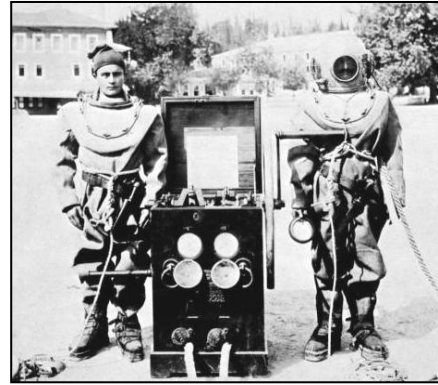
Onun bizzat maaş vererek desteklediği saray fotoğrafçıları vardır. Abdullah Biraderler bunlardan biridir.

Dünya dengelerinin tamamen Osmanlıların aleyhine döndüğü bir devirde tahta çıkan Sultan İkinci Abdülhamit, Osmanlı ve dünya coğrafyasını fotoğraflardan takip etmiştir. Fotoğraflar sayesinde Mısır'dan Balkanlar'a, Arabistan'dan Kafkaslar'a kadar geniş bir coğrafyayı tanıma olanağına sahip olan Sultan, kendisinin gitme olanağı bulamadığı yerleri ve buralarda yapılan çalışmaları ve eserleri fotoğraflardan öğrenmiştir.

Bilindiği gibi Sultan İkinci Abdülhamit, ülkeyi 33 yıl boyunca, çekildiği Yıldız Sarayı'nın duvarları ardından yönetmiştir. Halkın günlük kullanımda kısaca 'jurnalci' dediği hafiye teşkilatı kurarak imparatorlukta olan biteni bu hafiyeler aracılığıyla izlerken diğer taraftan da, "İstanbul ve Anadolu'nun her köşesini; Mısır'dan Balkanlar'a, Arabistan'dan Kafkaslar'a kadar uzanan imparatorluk topraklarını; Japonya, Çin, Orta Asya, Rusya, Hindistan, Ortadoğu, Balkanlar, Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'nin önemli şehirlerini fotoğraf karelerine kaydettirmiştir.



Fotoğraf 2.4 Anonim, İtfaiyeciler



Fotoğraf 2.5 1895, Ali Sami, Dalgıçlar

“ İkinci Abdülhamid, fotoğrafı aslında sadece önemli kentle ve yapılarla sınırlamamış; Osmanlı İmparatorluğu'nun en az bilinen ve en az belgelenmiş bölgelerini, ordu-eğitim ve endüstrideki gelişmeleri sergileyen fotoğrafların da

çekilmesini istemiş ve manzaralar, önemli Bizans ve Türk eserleri ve ordu-eğitim-endüstrideki gelişmeleri sergileyen 1819 fotoğraf ve 51 albümden oluşan bir koleksiyonu, 1883 yılında ailesi ile birlikte İstanbul'a gelen ve iki dönem kongre üyeliği ile New York Belediye Başkanlığı yapmış olan Abraham S. Hewitt'e (1822-1903) bağışlamıştır. "Kulağının delikliği" ile ünlü olan İkinci Abdülhamit'in bu bağlamda fotoğrafı bir propaganda aracı olarak kullandığı anlaşılmaktadır."

²⁰⁶ İkinci Abdülhamit, dönem dönem Osmanlının kültür yapısını ve gelişmelerini sergilemek için özenle hazırlanmış fotoğraf albümlerini, Amerika, İngiltere, Almanya ve Japonya'ya göndermiş ve bu ülke krallarına hediye etmiştir. "İkinci Abdülhamit Han hazırlattığı albümleri bazen bizzat eliyle bazen de elçiler vasıtasıyla dönemin krallarına hediye etmişti. Sadece Avrupa'daki krallara değil, Uzakdoğu'dakilere de göndermişti. Gayesi, Osmanlı'yı dışa karşı güçlü göstermek, devletin mevcut imajını korumaktı. Özellikle Batı'da İmparatorluk hakkında çıkan olumsuz yayınlardan rahatsız oluyor, bu tür kampanyaların önüne geçmeye çabalıyordu. Albümler bu noktada bulunmaz fırsattı. 10 Ekim 1896'da Abdullah Freres'e hazırlattığı 'Osmanlı İmparatorluğu' albümlerini Londra, Paris ve Amerika kütüphanelerine hediye olarak göndermişti. Albümlerin yanına ülkesini anlatan kitapları da eklemişti. Bugün 1200'den fazla fotoğrafın bulunduğu 36 albüm Amerika'da bulunmaktadır."²⁰⁷

İkinci Abdülhamit'in albüm diplomasisinin ne denli etkili olduğunu, Başbakanlık Osmanlı Arşivleri'ndeki 11 Nisan 1895 tarihli bir belgeden öğreniyoruz. "Sultan'ın Haydarabad Hakimi'ne göndermek üzere hazırladığı Osmanlı askeri ve gemileri albümü, Hindistan'daki gazetelere yansınca, bölgenin sömürgecisi İngiliz hükümeti bundan rahatsız olur. Haydarabad Sadrazamı İkbâlüddevle, İngilizlerin şimşeklerini üzerlerine çekmemek için ikinci Abdülhamit'e albümleri göndermemesini tavsiye eder. Albümlerin henüz İstanbul'dan çıkmadan bölgede hareketlenmeye yol açması manidardır."²⁰⁸

²⁰⁶ William ALLEN, **Abdülhamit II Koleksiyonu**, Çev. Vasıf Kortun, 16,19.

²⁰⁷ **Yıldız Albümleri**, İnternet ,Makale

²⁰⁸ A.g.m.

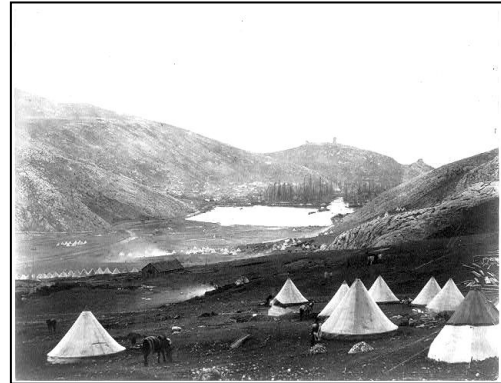
Bu fotoğraf albümleriyle Sultan İkinci Abdülhamit, dış ülke temsilcileri aracılığıyla imparatorluğun sahip olduğu değerleri dünyaya göstermeye, tanıtmaya çalışır. O yıllarda parçalanmak içi bahane aranan bir imparatorluğun, biriktirmiş olduğu tarihsel ve kültürel mirasını gözler önüne sererek, adeta bu uygarlığın yok olmasının, yaşaması gerektiğinin propagandasını yapmaya çalışır.

2.6 FOTOĞRAFIN SAVAŞLARDA PROPAGANDA AMAÇLI KULLANIMI

Şüphesiz ki fotoğrafın propaganda aracı olarak kullanılmasının en geniş olarak uygulandığı zamanlar savaş dönemleridir. Fotoğrafın Savaşlarda propaganda aracı olarak kullanılması, 19. yüzyıl ortalarına kadar uzanır. Fotoğrafçıların aktardığı ilk önemli savaşlar, Kırım Savaşı, İspanya İç Savaşı ve Birinci Dünya Savaşı'dır.



Fotoğraf 2.6 1855, Kırım Savaşı Roger Fenton



Fotoğraf 2.7 1855, Balaklava, Fenton

1853 Kırım Savaşı'nda çekilen bazı fotoğraflar, fotoğrafın savaşta propaganda aracı ve belge olarak kullanılmasının ilk örneği sayılır. "1856'da İngiliz fotoğrafçı Roger Fenton ve asistanı Szatfimary-Popp, Rus, Türk, İngiliz, Fransız askerlerinin katıldığı Kırım Savaşı'nı görüntülemek için Kırım'a gitmiştir. Kraliçe Victoria, Fenton'un İngiliz askerlerine eşlik etmesini, ancak ölüleri ve üniformaları kanla lekelenmiş askerleri görüntülememesi koşuluyla kabul etmiştir...Fenton'un, 'Kırım Savaşı Fotoğrafları' *Illustrated London News*'te, tahta oymalardan yapılan gravürler

biçiminde basılmıştır.”²⁰⁹ Florance Nightingale, Fenton’un çektiği fotoğrafları görerek Kırım’a yardıma gitmiştir. Savaşı yansıtmaktan uzak olan bu yaklaşım tarzı daha sonra değişmiştir. Kısa süre sonra savaş fotoğrafları, savaşın çirkin yüzünü insanlara anlatabilmenin, onlara savaşın ne kadar yanlış bir şey olduğunu gösterebilmenin bir aracı olarak kabul edilmeye başlanmıştır.

Savaşın etkileyici bir şekilde fotoğraflanması teknolojik gelişmelere paralel olarak gelişmiştir. Bundan dolayı fotoğrafın bilinçli olarak savaşlarda propaganda aracı olarak kullanılması teknolojinin gelişmesine koşut olarak Birinci Dünya Savaşıyla ortaya çıkmış; fakat en etkileyici savaş fotoğrafları, bir çok insanın ve toplumların belleğinde çok derin izler bırakan ‘Vietnam Savaşı’nda çekilmiştir: Bu fotoğraflardan günümüze ulaşan bazı kareler, savaş fotoğrafçılığının klâsik örnekleri haline gelmiştir.



Fotoğraf 2.8 1972, Nick Ut, Napalm Bombasından kaçan kız, Vietnam

“ 1972’de dünyanın pek çok gazetesinin baş sayfasında çıkana benzer (üzerine az önce bir Amerikan napalmı serpilmiş olan çıplak bir Güney Vietnamlı çocuk, yol boyunca fotoğraf makinesine doğru koşuyor, kolları açık ve acıyla haykırıyor) fotoğraflar herhalde kamuoyunda savaşa karşı duyulan tiksintiye arttırmada, televizyondan aktarılan yüzlerce saatlik barbarlıktan daha etkili olmuştur.”²¹⁰ *Napalm Bombası’ndan Kaçan Güney Vietnamlı Kız*’ olarak bilinen bu fotoğraf örneğinde görüldüğü gibi, bazı fotoğraflar toplumsal bellek oluşumuna

²⁰⁹ GEZGİN, A.g.e., 12-13.

²¹⁰ SONTAG, A.g.e., 34.

katkıda bulunur. Ama böylesi fotoğrafların belleği olumlu bir şekilde etkilediği söylenemez ise de, bu olumsuz etkilenme, savaş karşıtlığını beslemesi açısından olumlu sayılmalıdır.

Kore Savaşı, toplumsal belleklere etki eden, savaşın vahşetinin simgelendiği fotografik kayıtlar açısından zayıftır. Sontag, bu eksikliğin başlangıçta, Vietnam Savaşına karşı, kitlelerde, yumuşak bir bakış oluşmasına neden olduğunu düşünür. “Amerikan halkı eğer, bir bakıma on yıl sonra Vietnam’da yapılacaklardan çok daha büyük bir çevre yıkımı ve soykırım olan Kore Savaşının fotografik kanıtlarıyla karşılaşmış olsaydı, Kore Savaşı’na karşı suskunlukta bu denli yumuşama içinde olmazdı diye düşünülebilir.”²¹¹

“Vietnam Savaşından bu yana görsel savaş haline gelen, İkinci Körfez Savaşında, görsel malzemenin, kamuoyunun bilincini yönlendirebilme yeteneği üzerine kurulduğu söylenebilir... İkinci Körfez Savaşında askerlerle habercilerin birlikte hareket ettikleri görülmektedir. Askerler ve habercilerin aynı ortamda çalışmalarının iletişim literatüründeki karşılığı “embedded” (iliştirilmiş) olarak tanımlanmıştır. Embedded kavramı, İkinci Körfez Savaşı ile birlikte anılsa da, geçmişi Dünya Savaşlarına kadar gider.”²¹²

Embedded kavramı “savaş muhabirliği, savaş fotoğrafçılığı” denen bir branşlaşmanın oluşmasına neden olmuştur. Bu, her türlü tehlikeyi göze alarak fotoğraf çeken, gözü kara fotoğrafçıların gönderdiği görüntüler, savaşın dehşetini, vahşetini bütün çıplaklığıyla ortaya koyarken bu fotoğrafçılar, geniş kitleleri kendilerine hayran bırakmış; ama, bir yandan da savaşın taraf yöneticilerini rahatsız ederek kendilerine yasaklar konmasına neden olmuşlardır. “Başkan Nixon Vietnam Savaşı’nda medyanın kendilerinden çok düşmanın lehine çalıştığını öne sürdü ve böylece savaş meydanının kapıları foto muhabirlerine kapanmış oldu.”²¹³ Fakat Vietnam’daki gerçeği gizlemeye çalışan Amerikan yönetimine karşı, fotoğrafçıların

²¹¹ SONTAG, A.g.e., 34-35.

²¹² BAYRAKTAROĞLU, A.g.m

²¹³ Arzu YAYINTAŞ, “Düşman Gözler”, 71

çektiği karelerin kamuoyuna yansması, Vietnam Savaşı'nın ABD tarafından yenilgi olarak kabul edilmesinde büyük etkisi olmuştur.

Bir süre sonra toplumu yönlendirmede, savaşları kaybetmede, tek başına fotografik görüntülerin kitlelere ulaştırılmasının etkili olmadığı, bu fotoğrafların altına veya yanına çeşitli yorumlar ekleyerek kullanan medya mensuplarının önemli ve etkileyici bir görev üstlendiği anlaşılabacaktır: “Vietnam’da savaşı kaybetmenin nedeni olarak toplum, ya politikacıları, ya medyayı ya da her ikisini birden suçlamasına karşın Daniel Hallin, savaşı medyanın kaybetmediğini aksine politik tavrın belirlenmesinde medyanın davranışının toplumsal bilincin oluşması bağlamında bir oydaşma sağladığını”²¹⁴ ifade etmiştir.

Fotografik görüntüler, bir yandan toplumsal bilinç oluştururken diğer yandan dezenformasyon yöntemi olarak da kullanılır. Bu kullanma biçimi özellikle İkinci Körfez Savaşında kontrolsüzce uygulanmıştır. Özellikle televizyon yayınlarındaki taraf tutma, bazı görüntüleri manipüle etme, göstermeme yarışı, ünlü Amerikan televizyonu CNN ile El Cezire ve yayın yapabildiği sürece Irak Televizyonları arasında amansız bir medya ve propaganda savaşına sahne olmuştur. Özellikle bu savaşta, el ilânlarından, askeri birliklere iştirilmiş görsel habercilere kadar, yapılan propagandanın, günümüzde de beyin yıkama işlevini yoğun bir biçimde sürdürdüğü görülmektedir. Beyin yıkama süreci kimi zaman müttefikler arasında, kimi zaman da savaşa taraf olan ülkeler arasında gerçekleşmektedir. Buna, Lippmann’ın “Bireylerin kafalarındaki görüntüler doğrultusunda hareket ettikleri”²¹⁵ görüşünü de eklediğimiz zaman, 1991 ve 2003’teki Körfez Savaşlarının tek yayın organı olan CNN’in güdümlü hareket ederek, Amerikan çıkarlarının propagandasını yaptığını görebilmekteyiz. Peter Stepan, bu durumu “Gücü elinde tutanlar, görüntülerin sahip olduğu gücü de kontrol ederler. Bu kontrol yayımlanacak olan görüntünün seçiminde, dağıtımında kendini yoğun biçimde hissettirir. Aynı zamanda müsadere ve sansür, kurgulama ve rötuşlama biçiminde ortaya çıkan bu etmenler doğru ve

²¹⁴ BAYRAKTAROĞLU, A.g.m. David D. PERLMUTTER, **Photojournalism and Foreign Policy**, 38’den alıntı.

²¹⁵ BAYRAKTAROĞLU, A.g.m.

yanlış bilgilendirme biçiminde topluma yansımaktadır,” şeklinde ifade eder. Stepan; “Basının görüntü ve yazı bileşimi sonucunda ortaya çıkardığı materyali doğru zamanla kullanmasını bilmesi gerektiğini belirterek, bunun enformasyon çağının görüntü propagandası olarak nitelemekte ve örnek olarak da gerek Körfez Savaşı, gerekse Balkan Savaşı sırasında dünyayı manipüle etmek amacıyla tüm taraflarca kullanıldığının altını çizmektedir.”²¹⁶ İkinci Körfez Savaşında, ABD yönetimi, medyayı kontrol etmesinin bir sonucu olarak, kendi denetimindeki pek çok yayın organına, elde ettiği görüntüleri, kamuoyunu istediği şekilde etkileyebilmek için rahatça yayımlatabilmiştir. Bombardıman sırasında yaralanan Iraklı sivillere yardım eden Amerikalı askerlere ait fotoğrafların ajanslara dağıtıldığı ve bu görüntülerle, Amerika’nın Irak savaşına dair söylemi olan ‘Irak’ı Özgürleştirme Operasyonu’ çerçevesinde sadece Saddam Hüseyin’i hedef aldıkları ve sivillere zarar gelmesini istemedikleri tezlerini meşrulaştırmaya çalıştıkları görülmektedir. Dağıtılan bazı fotoğraflarla verilmeye çalışılan “bizim sivillere hiçbir kastımız yok” imajı, gerek Irak, gerekse dünya kamuoyunu ne derece etkilemeyi başardığı şüphelidir.



Fotoğraf 2.9 Anonim, İkinci Körfez Savaşı

20. yüzyılın ikinci yarısından, 21. yüzyılın ilk yıllarına kadar ABD, teknolojik üstünlüğü ve ekonomideki süper gücünü, diğer ülkeler üzerinde hissettirmiş ve iletişim araçlarını kullanma ve başkalarının kullanmasını etkilemede de etkili olmuştur. ABD, Birinci Körfez Savaşından itibaren CNN, ABC ve FOX gibi kontrol ettiği televizyonlarla istenilen görüntüleri spekülâtif olarak kullanarak,

²¹⁶ BAYRAKTAROĞLU, A.g.m., Peter STEPAN, **Photos That Change The World**, Prestel, 6’dan, alıntı.

mevcut savaşın kötü görüntülerini gizlemiş, Amerikan ordusunun varlığının dünyadaki barışın simgesi olduğunu işlemeye çalışmıştır. Irak'taki Amerikan varlığının haklı sebebi olarak, Dünya barışını tehdit eden Saddam Hüseyin'i göstermiş ve Ortadoğu halklarına zulüm eden bir lider olduğu temalarını fotoğraflarla ve hareketli görüntülerle kendi medyasını kullanarak işlemiştir.

Bu arada Irak gazetelerinin de boş durmadığı, kısıtlı olanaklarla karşı propaganda yapmaya çabaladığı görülmektedir. Henüz, Saddam Hüseyin'in kontrolünde olan bu gazete ve yayıncılar, onun istediği görüntüleri yayımlamak durumundadırlar. Gazetelerde yer alan bu fotoğraflar incelendiğinde, bunların çoğunlukla Saddam Hüseyin'in silâhlı, roket atarlı fotoğrafları olduğu görülmektedir. Benzer bir biçimde görüntülerin yer aldığı televizyon kanallarında da, Saddam'ın silâhını kullanırken, elinde kılıç varken vs. gibi görüntülerinin ön plana çıkarıldığına tanık olunmuştur.

İkinci Körfez Savaşı belki de tek boyutlu etkin propagandanın yapıldığı son savaş olmuştur. Günümüzde artık devreye internet, sosyal medya denilen interaktif araçlar girmiş; dünyada her türlü görüntü engellenemez halde ortalıkta dolaşmaya başlamıştır. Böylece farklı ve çeşitli araçların devreye girmesi ile tek taraflı bilgi akışının önü kesilmiş; büyük haber kanallarının tek taraflı propagandaları bir parça engellenmiştir. Bu görüntü zenginliğinde, olayları sığağı sığağına elindeki araçlarla anında kaydeden amatörlerin çabaları yadsınamaz bir gerçektir.

2.6.1 Fotoğrafın Savaşlarda Propaganda Amaçlı Kullanılmasına Bir Örnek:

Çanakkale Savaşı

Çanakkale Savaşlarında, gerek müttefikler, gerekse Osmanlı Devleti çeşitli propaganda araçlarından yararlanmışlardır. Taraflar yapmış oldukları propagandalarda daha çok bildiriler, mektuplar ve broşürler kullanmış; uçak ve balonlar ile karşı tarafın siperlerine mektup ve bildiri atma yoluyla çeşitli propagandalar yapmışlardır. Bu arada savaş esnasında, müttefiklerde daha çok olmak

muntazam bir bahçede ikamet ediyorlar. Her biri için ayrı ayrı yataklar tahsis edilmiştir. Herkese çeşit çeşit tabaklarda yemekler verilmekte olduğu gibi, her gün sigara vesaire dağıtılmaktadır... İsmi geçen esirler milli aletleri olan sazlar ve sazendeler tedariki ile zamanı hoş geçirmeleri için eğitilmektedir.”²¹⁷ şeklinde propaganda yaparlar. Esirlere ait fotoğraflar yayımlarlar.

İngilizler ve Fransızlar savaşın başından itibaren kendi askerlerine kesinlikle esir olmamaları konusunda propaganda yapmışlar; Osmanlıların esirlere çok kötü davrandığını; hatta paramparça ederek işkencelerle öldürdüklerini anlatmışlardır. Osmanlılar da İtilaf devletleri propagandaların gerçek olmadığını göstermek için, esir aldıkları müttefik askerlerinin bazı fotoğraflarını yayımlayarak, kendilerine karşı yapılan bu kara propagandaya karşılık vermeye çalışmışlardır.



Fotoğraf 2.11 Anonim, 1. Dünya Savaşı
Türk ordusu, esir aldığı düşman askerine tifo aşısı yaparken



Fotoğraf 2.12 Anonim, 1. Dünya Savaşı
Esir Yabancı askerler

²¹⁷ Hamit PEHLİVANLI, Çanakkale Muharebeleri Sırasında Müttefiklerin Propagandası ve Karşı Propaganda, 21

“Bu arada Enver Paşa, iç kamuoyunu etkilemeye yönelik olarak, bir grup gazeteciyi ve yazarı Çanakkale Savaş sahasına götürmüş; bunların, mensup oldukları basın yayın organlarında savaşı destekleyen yazılar yazmalarını sağlamaya çalışmıştır.”²¹⁸



Fotoğraf 2.13 1915, Anonim, 1.Dünya Savaşı İstanbul’dan gelen bir heyet-i edebiyeye Seddülbahir cephesinde siperlerde.

2.2.6.2 Liderlerin Porte Fotoğraflarının Propaganda Amaçlı Kullanımı

Görsel propagandanın baş aktörü sayılan fotoğrafın bulunduğu tarihten itibaren iktidarlarla yakın ilişkisi olmuş; fotoğraf; siyasal liderler ve yöneticiler tarafından propaganda amaçlı olarak yaygın bir biçimde kullanılmıştır.



Fotoğraf 2.14 Anonim, Enver Paşa



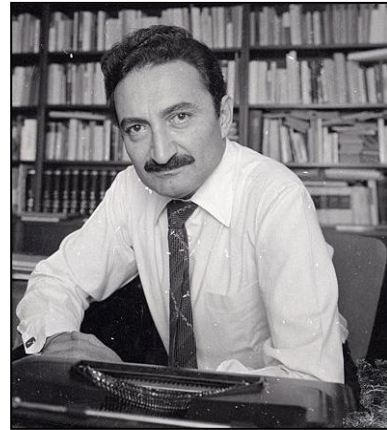
Fotoğraf 2.15 Anonim, Adnan Menderes

²¹⁸ Hamit PEHLİVANLI, “Çanakkale Muharebeleri Sırasında Müttefiklerin Propagandası ve Karşı Propaganda”

Tarihsel süreçte ve günümüzde propaganda yapma amacıyla çekilen fotoğrafların başında portre fotoğrafları gelir: “Fotoğraf tarihine baktığımızda belgesel fotoğrafın pek çok aşamadan geçerek bugünkü tanımına ulaştığını görürüz. Bu aşamalardan ilki fotoğrafın bulunuşuyla birlikte ortaya çıkan ve hızla yayılan portre fotoğraflarıdır. Fotografik belgelerin ve dolayısıyla ilk fotoğraf örneklerinin portreler olduğunu söyleyebiliriz.”²¹⁹



Fotoğraf 2.16 Mustafa Kemal Atatürk
Fotoğraf:Cemal Işıksel



Fotoğraf 2.17 Anonim Bülent Ecevit

Fotoğrafın, özellikle portre fotoğrafının etkili bir propaganda aracı olmasından en çok yararlananlar, 20. yüzyıl liderleri olmuştur. ABD Başkanlarının hemen hepsi, Almanya’da Hitler, İtalya’da Mussolini ve Sovyetler Birliği döneminde Lenin ve Stalin gibi devlet başkanları fotoğrafı propaganda amacıyla yoğun bir şekilde kullanmışlar; resmi dairelere astırmışlar; hatta, bu fotografik görüntülerden bazılarını banknotların üzerine de bastırmışlardır.

Siyasal liderler, fotoğraflarında en çok, halktan biri olarak dinamik ve enerjik yapıya sahip oldukları imajını ön plana çıkaran fotoğraflar çekirmişlerdir: “Demokrasi çağına geçerken diğer bir uyarılma biçimi ise önderin erkekliği, gençliği ve atletikliğini vurgulamak oldu. Örneğin, Mussolini ister askerî üniformasıyla, ister beline kadar çıplak olsun koşu esnasında fotoğraflanmaktan hoşlanırdı. ABD

²¹⁹ Cengiz Oğuz GÜMRÜKÇÜ, “Belge Fotoğrafı”, internet makale.

başkanlarının çoğunun golf oynarken fotoğrafları vardır. Bu tip imgeler ‘halka mal olmuş’ hükümdarlık diyebileceğimiz bir tarzı oluşturur. Bu tarz devlet başkanlarının fabrikaları ziyaret ederek sıradan insanlarla konuştuğu ve tokalaştığı ya da siyasetçilerin çıktıkları gezilerde bebekleri öptüğü sırada çekilen fotoğraflarda... hükümdarın ulaşılabilir bir kişi olduğu görülebilir.”²²⁰



Fotoğraf 2.18 1930-1945, Adolf Hitler
Fotoğraf: Heinrich Hoffmann



Fotoğraf 2.19 22 Mayıs 1932, Mussolini
Cumhuriyet Gazetesi

Tüm zamanların en büyük imaj dehası sayılan Alman lider Hitler’in, Heinrich Hoffmann imzalı yukarıdaki fotoğrafı, liderin sıklıkla kullandığı, resmî dairelere astırttığı ve binlerce kartpostal baskısını halka dağıttığı önemli bir portre fotoğrafı olarak karşımıza çıkmaktadır. Hitler’in liderlik duruşunu yansıtan bu fotoğraf, ikon haline gelmiş, meydanlarda sempatizanları tarafından taşınmıştır. Fotoğraf, model ile fotoğrafçının mükemmel uyumunun bir ürünüdür. Sosyolog “Erving Goffman’a göre bu süreç “ben’ in sunumunun bir kaydıdır ve bu süreçte sanatçı ile poz veren danışıklı dövüş içindedirler.”²²¹

Fotoğrafta vücut dilini de çok iyi kullanan Hitler, beline yasladığı sağ kolun duruşu ile güvenli ve kararlı lider portresini güçlendirmektedir. Işığa karşı, kararlı bir

²²⁰ BURKE, A.g.e., 78.

²²¹ BURKE, A.g.e., 28

ifade ile belirsiz bir ufka bakış, geleceğe yönelmiş, ileriye düşünen ve kafasındaki projeleri hayal eden bir liderin bakışlarıdır. Bu fotoğraftaki askerî üniforma, izleyiciye, kendisini ülkesine adadığını ve her daim onunla ilgili projeler düşündüğünü gösteren bir aksesuar olarak sunulmuştur.



Fotoğraf 2.20 Adolf Hitler
Fotoğraf: Heinrich Hoffmann



Fotoğraf 2.21 Adolf Hitler
Fotoğraf: Heinrich Hoffmann

Goebbels, propagandalarında, büyük kitlelerin katıldığı, dev boyutlarda bayrakların süslediği, görkemli mitingler ve fotoğraf kullanımı yoluyla mesajlarını geniş kitlelere ulaştırmıştır. Walter Benjamin *“Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilebildiği Çağda Sanat Yapıtı”* adlı makalesinde ” Faşizm, kendi içinde tutarlı olarak, politik yaşamın estetize edilmesini amaçlar”²²² der. Hitler de propagandalarında, politikalarını, fotoğraflar, afişler, bayraklar, çiçekler vb... estetik unsurlarla zenginleştirerek, halka empoze etmeyi başarmıştır.

“Halkla birlikte ve sizlerden biri ” imajı, ister totaliter, ister demokratik bir ülke lideri olsun, hemen hemen tüm liderlerin vazgeçemedikleri bir propaganda ve imaj yönetim biçimidir. Bu imaj, halka mal olmuş liderlik diyebileceğimiz çokça kullanılan bir tarzı oluşturur. “Deprem bölgesinde bir bebeği kucağına alan Bill Clinton da “sizlerden biriyim” mesajını vermeye çalışır. Daha önce planlandığı belli

²²² Walter BENJAMİN, **Pasajlar**, Çev. Ahmet Cemal, 77

olan bu kompozisyonda Clinton, merhametli bir baba gibi gösterilmiş ve medya aracılığıyla bu görüntüden pek çok kişinin etkilenmesi sağlanmıştır.”²²³



Fotoğraf 2.22 1999, Bill Clinton, Erkan bebek

Siyasal liderler etkili fotoğraf elde etmek için, dönemlerinin usta fotoğrafçılarıyla çalışmışlardır. Bu uzman fotoğrafçılar, öncelikle liderleri ihtişamlı göstermeyi hedeflemişlerdir. “Her insan görsel açıdan etkileyici bir görünüme sahip olmayabilir. Ancak konusunda uzman bir fotoğrafçı tarafından çekilen fotoğraflarda, her insanın görsel olarak etkileyici görüldüğü bakış açıları ve özellikleri ortaya çıkarılabilir. Burada önemli nokta, adayın hangi yönünün güçlü olduğunun bulunması ve görsel olarak fotoğrafla vurgulanmasıdır....alt açıdan çekilen fotoğraflarda ise tam tersine, siyasî aday olduğundan daha ihtişamlı, daha iri, daha ulaşılmaz görünecektir.”²²⁴

Portre fotoğraflarının etkileme gücünde, ihtişamlı görünüşün yanında ‘göz teması’ dediğimiz bakışlar da her zaman çok önemli olmuştur. Çünkü, bakış, karşıdaki kitle ile doğrudan ilişki kurar, kendine güvenen bir insan imajı verir; “...çekim esnasında adayın bakışlarını doğrudan objektife yönlendirmesi, fotoğrafa bakan seçmen ile göz göze gelmesi demektir. Bu nedenle aday objektife bakarken, sanki fotoğraf makinesinin içinde seçmenler varmış, onlara bakıyormuş gibi bakmalıdır.”²²⁵ Bakışlarını objektiften kaçırarak lider görüntülerinin kendine güvensiz imajı verdiği kabul edilir; ama Sontag izleyiciye bakmayan bazı fotoğrafların

²²³ DORA., A.g.e., 145

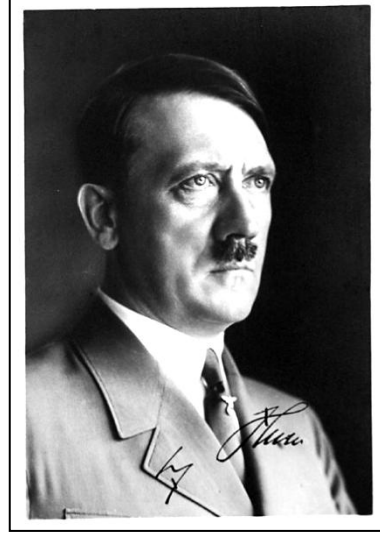
²²⁴ Ferruh UZTUĞ, *Siyasal İletişim Yönetimi Siyasette Marka Yaratmak*, Melih Zafer ARICAN, “Etkili Aday Fotoğrafı ve Çekim Süreci,” 356-357

²²⁵ UZTUĞ, A.g.e., ARICAN, A.g.m., 357.

geleceğe bakan, ufku geniş bir lider imajı verdiğini belirtir. “siyasetçiler için üç çeyrek bakış daha yaygındır: karşı karşıya gelmek yerine süzülerek yükselen, izleyenle ya da şimdiki zamanla kurulan bir ilişki yerine gelecekle kurulan daha yüce ve soyut bir ilişkiyi akla getiren bir bakış.”²²⁶



Fotoğraf 2.23 Anonim, Barack Obama



Fotoğraf 2.24 Adolf Hitler, Heinrich Hoffmann

Nitekim Batılı pek çok liderde olduğu gibi, Atatürk ve İsmet İnönü gibi siyasetçiler dahil pek çok yakın çekim portre fotoğraflarında aynı bakış ve özellikler ön plana çıkarılmıştır.

Liderlerin propaganda amaçlı fotoğraflarında bazı fizikî kusurlarını gizlemek veya farklı göstermek için birtakım çekim hilelerine başvurulur. Bunların başında, aslında orta boylu olmalarına rağmen, pek çok liderde gördüğümüz boy kompleksi gelir. Kısa veya orta boylu liderler, kendilerini uzun boylu göstermek için büyük çaba sarf ederler: “Hitler daha uzun boylu görünmesi ve kahramana benzemesi için alttan fotoğraflanmış ve gökyüzüne karşı gösterilmiştir. Fyodor Şurpin’in Stalin portresinde de aynı yöntem kullanılmıştır. Kısa boylu diktatörlerden bir diğeri olan Mussolini, birliklerini denetlerken ve selâmlarını alırken tabureye çıkmaktadır. Aynı şekilde, Nicolae Çavuşesku’nun fotoğrafları, Romanya Komünist Partisi gazetesi

²²⁶ SONTAG, A.g.e., 56.

Sciteia’da yayınlanma izni verilmeden önce kırışıklıklardan arındırıldı. Çavuşesku da kısa boylu bir liderdi ve bu gerçeğin gizlenmesi için büyük emek harcanırdı. İngiliz tercümanın anlattığına göre, Çavuşesku’nun havalimanlarında yabancı temsilciler ile resimleri, en az diğer kişi kadar iri görünmesi için hep dar açıdan çekilirdi.”²²⁷

Siyasal liderlerin ve toplumda önemli sayılan kişilerin fotoğraflarının, kalabalık insan gruplarının bulundukları ortamlarda sıklıkla kullanılması, portre fotoğrafının kişiler üzerinde büyük bir etkileme gücü olduğunun göstergesidir. “Bütün devlet dairelerinde devlet büyükleri portresinin kullanımı bu gücü net bir şekilde açıklıyor. Portre fotoğrafının firma ortamında kullanımının çalışanlar üzerinde uyarıcı etki yaptığını bilen bazı yöneticiler, portrelerini müessesenin kolayca görülebilen bir bölgesine asarlar. Bununla, çalışanlar üzerinde baskı kurarak verimi artırmayı hedeflerler.”²²⁸

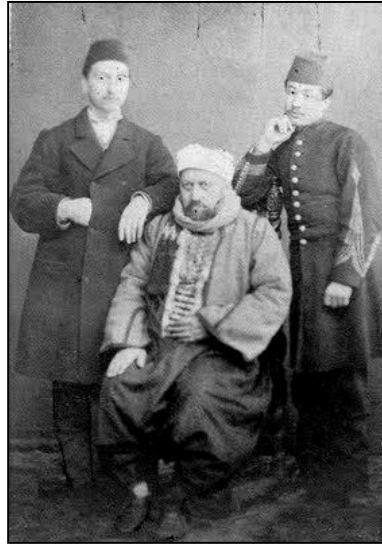
“Portre fotoğrafının sosyal içerikli en sık kullanıldığı alanlardan biri de politik amaçlı yaklaşımlardır. Arkasında binlerce taraftar toplamayı hedefleyen politikacılar ve siyasetçiler, portrelerini şehrin değişik bölgelerine veya taşıt araçlarına astırarak daha geniş kitleleri etkileyebilmek ve tanınmak için portre fotoğrafının bu gücünü kullanırlar.”²²⁹ Çağımızda portre fotoğraflarının bu gücünden abartılı bir biçimde yararlanan liderler, genellikle ülkelerini baskıcı yöntemlerle idare eden liderlerdir. Bunun en yakın örneği, Irak Devlet Başkanı Saddam Hüseyin ile Suriye Devlet Başkanı Hafız Esad ve oğlu Beşar Esad’ın ülkelerinin dağına taşına, yerleşim yerlerinin her tarafına yayılan portre fotoğraflarıdır. Bu totaliter liderler, halkın görebileceği her yere yerleştirdikleri devasa fotoğraflarıyla, otoritesini tartışılmaz hale getirmeyi ve halkı adeta ‘gözüm sizde’ der gibi denetlemeyi amaçlamaktadırlar. Nitekim bu ülkelerde insanlar, halk ayaklanmalarında, öncelikle bu otoriter bakıştan kurtulmak istemişler, bu liderlerin portrelerini paramparça etmişlerdir.

²²⁷ BURKE, A.g.e., 79-80.

²²⁸ Oktay ÇOLAK, **Portre Fotoğrafı Üzerine**, 19.

²²⁹ ÇOLAK, A.g.t, 19.

“Portre fotoğrafları, izleyicinin psikolojisini değiştirecek güçtedir. Bunu bilen medya mensupları, hakkında kötü haber çıkan kişinin portresini iyi olmayan görüntülerden seçerken, hakkında iyi haber yazılacak kişinin portresini ise, en iyi olan çekimlerden seçerler.”²³⁰ Bu yaklaşım, fotoğraf kullanarak kitleler üzerinde psikolojik baskı oluşturmayı hedefler. Bu şekilde davranmanın en tipik örneği, Sultan Abdülaziz’in tahttan indirildikten sonra çekilen fotoğrafıdır. Bu fotoğrafla, ihtilâli yapanlar, iktidarda iken kendilerine baskı uygulayan padişahı itibarsızlaştırarak ondan öç almayı, kamuoyunda onu değersiz göstermeyi amaçlamışlardır. “Bu fotoğrafların, şahısların ruh halini yansıtmadaki kuvveti çarpıcı niteliktedir. Meselâ Sultan Abdülaziz’in tahttan indirildikten sonra çekilmiş fotoğrafı ki, bilinen iki resimden biridir, bu niteliktedir. O mağrur padişahı aşağılamak için çekirildiğine şüphe olmayan, gayet lâubali poz takınan iki bendegân arasında bakışındaki hiddeti ve ümitsizlik, seyredenleri bigâne bırakmaz.”²³¹



Fotoğraf.2.25 1876, Sultan Abdülaziz tahttan indirildikten sonra karakolda

Yine 1950’den 1960’a kadar üç dönem başbakanlık görevini üstlenen Adnan Menderes’in 27 Mayıs 1960 İhtilâliyle görevden uzaklaştırılıp konulduğu hapisanede çekilen bu fotoğraf, daha birkaç ay önce, önünde hazır ol vaziyetinde

²³⁰ ÇOLAK, A.g.t., 26.

²³¹ Bahattin ÖZTUNCAY, *Portre Fotoğrafının Cazibesi 1846–1950*, 11.

durmak mecburiyetinde olan iki küçük rütbeli subayın lâubalî duruşları, fotoğraf yoluyla itibarsızlaştırmanın 90 yıl sonra tekrarlanan tipik bir örneğidir.



Fotoğraf.2.26 1961, Menderes ve genç subaylar

Yukarıda alıntıladığımız örnekler ve bilgilerde görüldüğü gibi fotoğraf, kitlelerin belleklerinde istenilen etkiyi uyandırmak için propaganda aracı olarak yoğun bir şekilde kullanılmış ve gereken etkiyi yaratmayı da başarmıştır. Böylece fotoğraf aracılığıyla, kitlelerin istenilen ideolojilere inanması, yönlmesi sağlanmış; fotoğrafın propagandacı tavrı işlevini yerine getirmiştir.

2.7. HABER FOTOĞRAFI

Tarihsel süreçte ve günümüzde belgesel fotoğrafla haber fotoğrafının yakın ilişkisi vardır. Bazen haber fotoğrafının belgesel fotoğraf, belgesel fotoğrafın haber fotoğrafı olarak kabul edilmesi ve bu konuda karışıklık olması nedeniyle önce haber fotoğrafı üzerinde durmak ve onu ana hatlarıyla tanıtmak gerekmektedir.

Basın, toplumsal hayata etkin olarak girdiği 19. yüzyıldan itibaren haberi etkili kılmaya çalışmış; bu yolda güçlü kalem sahibi kişilerden yararlanmış; fakat bunun salt güçlü ve etkileyici yazarlar aracılığıyla olamayacağını fotoğrafın basında etkin olarak kullanılmaya başlamasıyla anlamıştır.”Basında kullanımı açısından, fotoğrafa

eşlik eden yazıyla birlikte fotoğrafın daha güçlü bir iletisi olduğu da bir gerçektir. Çünkü, gazete sütunları, kendisine eşlik eden fotoğraflarla daha güçlü bir mesaj verir.”²³²

Haber; güncel ve ilginç bir olayın olduğunca nesnel ve gerçeğe uygun bir biçimde sunulmasıdır. Tartışma götürmeyen bir gerçek haberin bir "bilgi" olduğudur. Kitle iletişimi bağlamında haber; profesyonellerce üretilir. Haberci diyebileceğimiz bu profesyoneller; bir olayı görüp kendi seçim ve sınırlılıkları doğrultusunda -yazılı, görsel, sesli olarak yansıtırlar.

Haber fotoğrafı ise, fotoğrafla birlikte kullanılan bir metinden oluşur. Haber fotoğrafı ve haberin metni birbirini destekleyen, haberin görevini yerine getirebilmek için beraber kullanılan iki unsurdur. “Haberin metniyle haber fotoğrafı aynı amaca hizmet eder, ikisi de "bilgi" aktarır. Haber fotoğrafı, haber metnini "kanıtlayarak" desteklemektedir. Fotoğraf bir anlamda, olay anında orada olduğunun, yani olaya tanık olduğunun kanıtıdır.”²³³ Haber fotoğrafı, salt yazılı ya da salt sözlü haber aktarımlarından daha güçlü bir anlatıma sahiptir. Çünkü verilen haber metni, fotoğrafla desteklenmektedir. Burada fotoğraf, inandırıcı olması ve belge niteliği taşımasıyla, gazetelerde, haber metnini destekleyen bir unsur olarak kullanılmaktadır. Bir olaya ilişkin, çoğu kez uzun anlatımların gerektiği anlarda, olayın nasıl olduğuna dair çeşitli ayrıntıların verilmeye çalışıldığı haber metinlerinin yerine konan, bir tek kare fotoğraf ve altındaki kısa birkaç cümle, uzun bir haber metninden daha anlaşılır ve etkili olduğu gerçektir. Televizyondaki akan görüntülere kıyasla fotoğrafın kalıcı olmasının nedeni görüntünün durağan olduğundan dolayı tekrar tekrar bakılabilme olanağı sağlamasıdır; ”...bu özelliği dolayısıyla, fotoğraf ve sözcüklerin bir arada kullanıldıkları anlatım yolu, hem fotoğraftan hem de yazıdan daha güçlü, yeni bir anlatım biçimi oluşturmaktadır. Bu sayede, okuyucu üzerinde, en üst düzeyde bir anlaşılma ve etki yaratılabilmesi olanaklı duruma gelmektedir.”²³⁴ Fotoğraflı haberler ile salt yazıdan oluşan haberler arasındaki en önemli fark, görsel

²³² ALEMDAR, ERDOĞAN, A.g.e., 187.

²³³ ÇETİNTAŞ, A.g.t., 48.

²³⁴ Melih Zafer ARICAN, **Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler ve Türkiye Ulusal Basımında Gazete Haber Fotoğraflarının Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi ve Değerlendirilmesine Yönelik Bir Uygulama**, 46.

çekicilik konusundadır. Fotoğraflı haberlerin görsel çekiciliği yüksektir. Bu durum, haber fotoğrafına ayrı bir sorumluluk ve sınırlama getirmektedir. Haberle bir arada kullanılan fotoğrafın, haber metnindeki bilgi veya olayla uyum içinde olması gerekir. Bu uyumun olup olmadığının denetlenmesi habercilik ve etik açıdan önem teşkil etmektedir. Her türlü manipülasyon, ancak böyle bir denetimle haber fotoğrafından uzak tutulabilir.

2.7.1 Haber Fotoğrafının Gerçekliği

Yazılı basında, fotoğraftan önce resimler, illüstrasyonlar, gravürler vs. gibi görsel öğeler kullanılmıştır. 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, basında fotoğraf kullanılmaya başlanmış; fotoğraf kullanan gazetelerin tirajları birkaç kat artmıştır. Bunda, fotoğrafın yeni bir buluş olmasının yanında, kullanılan fotoğrafların gerçekliği konusunda kuşku duyulmamasının da önemli bir etkisi vardır: Paul Wittgenstein'e göre "bir fotoğraf ne kadar yorumlanmış olursa olsun, gerçekliğin görüntüsüdür."²³⁵

Ancak fotoğrafın basında kullanılmaya başlamasından bir süre sonra, fotoğrafın gerçeği aktarıp aktaramadığı, aktarıyorsa bunu ne kadar başarabildiği konusunda bazı görüşler ve tartışmalar başlar. Bu tartışmalar haberin ve haberin fotoğrafının gerçekliği ekseninde sürer. Haber gerçeğinde, önemli unsur, aktaranın (habercinin) güvenilirliği; aktardığı olayı ne kadar araştırıp öğrenebildiği olur iken; haber fotoğrafları için önemli olan, haber metnlerinin gerçeği aktarma gücünden ziyade, gerçeklikle olan ilişkisi ile görüntü ve fotoğrafçıdır. Yani haberin gerçekliği, fotoğrafa bakılarak sorgulanır. Bu da, iletişim ortamında fotoğrafın yapısal özelliğinin, yazınsal ürünlerden oldukça farklı olmasından kaynaklanır.

Haber metinlerinde gerçeği yazması; yani "objektif olması yazardan beklenirken; haber fotoğraflarında "gerçek" fotoğrafın kendisinden beklenir. Bu durum, fotoğrafın -gösterdiği- nesneleri "olduğu gibi" aktardığı inancından

²³⁵ Açık Kapı (La Puerta Abierta), İspanyol Fotoğraf Belgeseli TV Metni, Çev. Simber Atay, Bölüm, 13.

doğmaktadır. Oysa fotoğrafın gerçekliğini, fotoğrafları meydana getiren fotoğrafçıyı da hesaba katarak tartışmak gerekir. Çünkü haberin gerçeği ilişkisinde fotoğrafçının olaya bakışının önemli bir yeri vardır. Fotoğrafçı; konu seçimi, kullanılacak objektif, odak uzunluğu, uzaklık, bakış açısı, poz değeri ve deklanşöre basma anı gibi birçok konuda bir 'seçim' yapmaktadır. Berger; "Her imgede bir görme biçimi yatar. Fotoğraflarda bile. Çünkü fotoğraflar çoğu zaman sanıldığı gibi mekanik kayıtlar değildir. Her bir fotoğrafa baktığımızda, ne denli az olursa olsun, fotoğrafçının sınırsız görünüm olanakları arasından o görünümü seçtiğini fark ederiz."²³⁶ diyerek fotoğrafçının bu 'görüntü' seçme hakkına işaret eder. Elinde bu kadar seçme olanağı olan fotoğrafçının sınırlılıkları sorunu, konunun, etik başlığı altında yer bulmasına neden olur. Haber fotoğrafının gerçekliğinin sorgulanması için fotoğrafçının tercihlerinin sınırlarını belirginleştirmesi gerekmektedir. Haber fotoğrafında, "gerçeklik" kavramını kaybetmemek için, haber fotoğrafçısının meslek ahlâk ilkelerine uygun olarak üretim yapması gerekmektedir. Fotoğrafın algısıyla, aktardığı nesnenin algısı arasındaki fark, haber fotoğrafının gerçekliğidir. Fotoğraf algısı ile haber arasındaki fark ne kadar az ise, haber fotoğrafıyla gerçekliğe o kadar ulaşılmış demektir.

2.7.2 Haber Fotoğrafı Nasıl Olmalı?

Haber fotoğrafı, haberin ayrılmaz bir parçasıdır. Doğal olarak haber için geçerli olan Ne? Nerede? Ne zaman? Nasıl? Neden? ve Kim? kuralları fotoğraf için de geçerlidir. Haber fotoğrafları da habere özgü olan, bu temel sorularının yanıtlarını da vermelidir. "Haber fotoğraflarının gerçeği tam olarak vermesi esastır; fakat kimi kullanımlarda gerçeklik kavramları zaman zaman subjektif olabilmektedir. Fotoğraf makinesinin arkasındaki fotoğrafçı, çektiği fotoğrafa kendi yargılarını da katar. Fotoğraftaki gerçeklik büyük oranda fotoğrafçının algıladığı, yorumladığı gerçeklik olur. Burada gazetenin ideolojisi, anlatılmak istenen olay, kısaca gazetenin editörünün niyeti ön plandadır... Genellikle editör kadrosunun bu seçimi yaptığını düşünürsek, fotoğrafçının kendi süzgecinden geçirerek kuruma getirdiği fotoğraflar

²³⁶ BERGER, *Görme Biçimleri*, Çev. Yurdanur Salman, 10.

burada da bir süzgeçten geçirilerek okuyucuya iletilir veya reddedilir. 11 Eylül terör saldırılarında çok sayıda insan ölmesine rağmen, toplumda infial yaratılmaması adına A.B.D basını kendi oto-sansürünü uygulamış ve özellikle insan cesedi göstermemeye dikkat etmiştir. Bir haber fotoğrafında bulunması gereken özellikler şunlardır:

- 1- Haber fotoğrafında hareket olmalıdır, çünkü okuyucu fotoğraftaki devinim ile harekete geçerek haberi okumaya yönelir.
- 2- Olayın olduğu bölgede ana öge ile beraber yan öğeler de yer almalıdır.
- 3- Olayda tek bir kişi var ise en iyi tanıtacak profil yakalanmalıdır.
- 4- Olayın geçtiği yer tanıtılmalıdır.
- 5- Olayın geçtiği an'ı ve zamanı en iyi şekilde belirtmelidir.
- 6- Olayı kendi kendine kurgulamaktan kaçınmalıdır.
- 7- Fotoğrafa doğruluğu ile belge niteliği kazandırmalıdır.
- 8- Olayın detayları eksiksiz vermeli, gereksiz detaylardan da kaçınmalıdır. ²³⁷

Haber fotoğrafı oluşturulurken zamanlama çok önemlidir. Kritik “an” diye de isimlendirilen zamanlama, fotoğrafı çok anlaşılır kılabilceği gibi, bunun tersi bir etki de bırakabilir. Zamanlama faktörü ile fotoğraftaki figürlerin dağılımı ve hareketleri kontrol altına alınabilir. Fotoğrafın ilgi merkezindeki konu, yardımcı öğelerle desteklenmeli böylelikle kurgusalılık etkisinin azaltılması sağlanmalıdır. Fotoğraf çekerken konunun yanında, olay yerinin mimarî ve topografik öğelerinin de fotoğraf kadrajına girmesi, olay yerinin tanıtılmasında önemli yer tutar. Haber fotoğrafçısı olay esnasında kendine bir yer seçer ve bu yerden uygun görüş açısı ve perspektif ile konuya yönelir; asla konuyu kendi komutlarıyla yönlendiremez. Haber fotoğrafçısı olaya karışmamalı, olayın ahengini bozacak konuşmalardan kaçınmalıdır. Eğer fotoğrafçı olaya karışırsa artık o bir tanık değildir. Bu kurallar çerçevesinde, fotoğrafçının sayılan özelliklere uymaması halinde, haber fotoğrafının gerçeklik kuralı çiğnenmiş olur.

²³⁷Ufuk UĞUR, “**Haber Fotoğrafı Nasıl Olmalı**”, internet makale özet

2.7.3 Haber fotoğrafında Etik

Fotoğraf ve haberin birlikte kullanılması ile zenginleşen haber fotoğrafçılığında etik sorunu her zaman tartışılan önemli bir sorun olmuştur. Bu tartışmalar bizi, haber fotoğrafında olması gereken bazı etik kurallara götürür.

Genel olarak haber fotoğrafının taşınması gereken etik kuralları şu başlıklar altında toplayabiliriz.

1- Haber fotoğrafı Nesnel olmalıdır:

Haberi olduğu gibi aktarma çabası “objektiflik” kelimesi ile ifade edilir. Toplumun öğrenmesi gerekeni, yani haber değeri taşıyan her ne ise onu; aslına, gerçeğine bağlı kalarak doğru aktarmak habercilerin en önemli yükümlülüklerinin başında gelir. “Ancak bu "gerçeği olduğu gibi aktarma" sorununa gerçekçi bir yaklaşım gösterildiğinde aktarma kelimesi dikkat çekmektedir. Haber, sonuçta bir aktarımdır. Bu aktarımın nitel ve nicel özelliklerini belirleyen birçok faktör vardır. Dolayısıyla, bir aktarımın olduğu gibi gerçekleşmesi neredeyse imkânsızdır.”²³⁸ Onun için burada, “olduğu gibi yansıtma” yerine “yansıtmaya çalışma” ifadesini kullanmalıyız. Niyet bu olduktan sonra etik açıdan bir sorun yok demektir.

2- Haber fotoğrafçısı Konuya Müdahale Etmemelidir.

Haber fotoğrafçısı, fotoğrafı oluştururken yaptığı müdahalelerle haberi gerçeklikten saptırıp olayın yönünü değiştirebilir. Aslında habercinin, haber mekânında olması bile olayı ve insanları etkileyebilir. Haber olabilecek her olayda çoğu zaman insanlar, doğal davranamazlar. Burada da sorun, konuya müdahale etmemek değil, etmemeye çalışmak ve olayı yönlendirme iradesini ortaya koymamaktır. “Gazeteci her şeyden önce insandır. İnsan kimliğinden kaynaklanan sorumluluklarını yerine getirmesine mesleği engel olmamalıdır. Fakat habercinin

²³⁸ ÇETİNTAŞ, A.g.t., 64.

elinde bulundurduğu gücü veya fırsatı kötüye kullanarak habere konu olan olayı yönlendirmesi kabul edilemez bir durumdur. Habercilerin olayların akışını iyi niyetle ve olumlu yönde de olsa değiştirme sorumluluğu ve yetkisi yoktur. Habercilerin yargılama ve hüküm verme sorumluluk ve yetkileri de yoktur. Habercilerin ancak toplum için her şeyin iyi gelişmesini sağlamak için gerekli kamuoyunu oluşturacak bilgi akışını sağlama sorumluluğu vardır...”²³⁹ Haberci, konuya müdahale ile bu sorumluluğunu ortadan kaldırmamalıdır.

3- Manipülasyona Yer Vermemelidir.

Haber fotoğrafında manipülasyona yer vermek haberin değerini tamamen ortadan kaldırır, diyebiliriz. Son yıllarda fotoğrafta manipulasyon yapma teknikleri çok çeşitlenmiş; özellikle sayısal teknolojilerle birlikte, manipülasyon olanakları oldukça pratikleşmiş ve kolaylaşmıştır. Son teknolojilerle birlikte, sayısal ortama aktarılmış fotoğraflar üzerinde kolayca uygulanabilen çok basit yöntemlerle fotoğraf, 'belge' niteliğinden uzaklaşabilmekte; bu durum haber fotoğrafçılığının güvenilirlik ve saygınlığında oldukça önemli bir kuşku yaratmaktadır. "Sayısal teknolojiler haber üretimine dair geleneksel etik tartışmaları artırmıştır. Karanlık oda teknisyenleri için fotoğrafları manipüle etme olanağı başından beri olageldiği halde, sayısal teknolojiler bu tür manipülasyonları eskisinden daha kolay yapılır ve daha zor ayırt edilir hale getirmiştir."²⁴⁰ Aslında sayısal teknolojilerin sunduğu olanaklardan haber fotoğrafçılığında da yararlanılması olağandır. Salt manipülasyona açık olduğu için haber fotoğrafçılarına, sayısal teknolojilerden yararlanmayı yasaklamak haksızlık olur. Sayısal teknolojilerden yararlanarak, etik açıdan doğru ilke ve ölçülere uyarak fotoğraf çekmek de olanaklıdır. Bu bağlamda net olarak söyleyebiliriz ki; haber fotoğrafçısı, hangi teknolojiyi kullanırsa kullansın görüntüyü ve haberi manipüle etmekten kaçınmalı, “doğal fotoğraf” üretmek için azamî çaba göstermelidir.

²³⁹ ÇETİNTAŞ , A.g.t., 65.

²⁴⁰ ÇETİNTAŞ , A.g.t., 67. John V. PAVLİK, **Journalism and New Media**, 87’den alıntı.

4-Özel Yaşamın Sınırları Korunmalıdır.

Özel yaşam alanlarının nereler olduğu konusunda çeşitli yaklaşımlar vardır. Liberaller, bu alanı geniş tutmaya çalışırken, muhafazakâr kesimlerin, özel alanı çok dar bir çerçevede değerlendirdikleri bilinmektedir. Ama, ortalama bir insanın özel hayatının sınırı için, başkalarının bilmesini istemedikleri alanlardır, diyebiliriz. "İnsanların kendilerine ait olup başkalarının bilmesini istemediği bilgiler 'özel' olarak nitelendirilmektedir. Bu bilgilerin başkalarının ellerine geçmesi ve bunların kötüye kullanılmasının engellenmesi ancak özel yaşamın sınırlarının çizilmesiyle mümkündür."²⁴¹ Bu durumda, habercinin nerede, ne zaman fotoğraf çekmeye hakkı olduğu sorularının yanıtları yere, zamana hatta kültüre göre değişebilmektedir.

Ken Kobre, özel hayatın görüntülenmesinde "izin alma" kriterini getirmiştir. Ona göre kişinin görüntülenmesine izin vermediği alanlar, özel hayatın dokunulmazlık sınırını belirler. "Sokakta, kaldırımında, hava alanında, plajda, parkta, hayvanat bahçesinde, tren ve otobüs istasyonunda her zaman fotoğraf çekilebilir. Bir anaokulunda, lisede, üniversite kampusunda her zaman fotoğraf çekilebilir; ama sınıfta ders anında fotoğraf çekebilmek için izin alınmalıdır. Bir işyerinde, otel lobisinde veya restoranda izin almadan ancak o anda, orada hiç insan yoksa fotoğraf çekilebilir. Bir ambulansın içini görüntüleyebilmek için izin almalısınız. Bir evin penceresini sokaktan görüntüleyebilmek için izin almanıza gerek yoktur."²⁴² Kişilerin farklı özel hayat algılamaları nedeniyle burada ölçüyü tutturmak zordur. Günümüzde haber fotoğrafçıların ağır eleştirilerle; hatta şiddete varan kötü davranışlarla karşılaşmaları genellikle, izin alınmadan özel hayatın görüntülenmesinden kaynaklanmaktadır. Toplumsal değişmelere paralel olarak bu tartışmalar azalacak veya çoğalacaktır. Bu sorun Avrupa Konseyi ve Avrupa Parlamentosu'nun yanı sıra Amerikan Federal İletişim Komisyonunda yıllarca tartışılmış sonuçta 'izin' kıstasına bağlamıştır. "...artık Avrupa hukukuna da giren 'görüntü hakkı' kavramı bütün insanların görüntülerinin, sadece kendilerine ait olduğunu belirtiyor. Bu hak uyarınca, herhangi bir kişinin fotoğrafı ya da filmi, kendi

²⁴¹ Bülent ÇAPLI, **Medya ve Etik**, 110

²⁴² ÇETİNTAŞ, A.g.t., 77. Ken KOBRE, **Photojournalism: The Professionals' Approach**, 86-87'den alıntı.

izni olmaksızın, bilerek ya da bilmeyerek, açık ya da gizli bir şekilde çekilemez ve yayımlanamaz. Böyle bir görüntünün kullanılması, artık insan haklarının bir unsuru sayılan görüntü hakkının ihlâl edilmesi, kişiye ait olan görüntünün çalınmasıyla eş anlamlı hale geliyor”.²⁴³ Bu konu, bizde de önemli hale gelmiş; çeşitli yasalarla izinsiz fotoğraf çekimi cezaî yaptırımlara bağlanmıştır.

5-Fotomontaj teknikleri kullanmamalıdır:

Başlangıçta, fotomontaj çeşitli işlemlerle birden çok fotoğraftan tek bir fotoğraf elde etme olarak tanımlanırken; bu gün sayısal teknolojilerin yardımıyla fotomontajın kapsamı genişlemiştir. Artık fotoğrafa kolayca görüntü ekleme ve çıkarma işlemi yapılabilmektedir. Günümüzde, özellikle siyasi toplantılarda propaganda amaçlı haberlerde kullanılmakta olan bu yöntem, etik açıdan haber fotoğrafında olmaması gereken bir uygulamadır.

2.8. BELGESEL FOTOĞRAF

Fotoğrafın bulunduğu ilk zamanlardan bu yana en temel özelliği, an'ı kaydederek, yaşamın içindeki insanı, çevresine ait gerçekleri ve olayları belgelemesidir. Fotoğrafın, gelişen ve karmaşık hale gelen dünyamızda belge ve bilgi verici bir araç olarak önemi gün geçtikçe güçlenmiştir.

Belgesel fotoğraf, yaşama ve yaşam içindeki olaylara, bir yaklaşım tarzıdır; insan ve doğa ile organik bağlantısı vardır. Belgesel fotoğraf, dünyanın değişik yerlerini, konularını insanlara tanıtmakta, çekilen acıları, yaşanan mutlulukları göstermekte, insanların gördükleri üzerinden paylaşımına girmesini sağlamaktadır. Günümüzde, öğrenme, öğretme ve yaratma aracı olarak belgesel fotoğraftan faydalanmaktayız.

²⁴³ Ragıp DURAN, *Burası Dünya Polis Radyosu!* , 63

2.8.1 Belge ve Belgesel Kavramları

"Document" yani belge kavramı, özgün olarak, kanıt olması amacıyla sunulan yazılı metni, delil, kanıt ve doğru bilinen şeyleri tanımlarken kullanılmıştır. Türk Dil Kurumu sözlüğünde belge sözcüğünün karşılığı, "Bilgi vermeye ya da kanıt olarak kullanılmaya elverişli yazı, resim fotoğraf, vb. vesika doküman."²⁴⁴ olarak verilmiştir. Belge, en genel anlamıyla, "Bir olguyu, bir gerçeği gösteren ya da bir savla ilgili yazı"²⁴⁵ olarak tanımlanırken; yani dar kapsamlı olarak yazılı metinler bir belge sayılırken, buna daha sonra fotoğraf ve film de eklenerek kelimenin anlamı genişlemiştir. Teknolojinin ilerlemesi ile, bilginin çoğalmasında "belgeler" önemli bir rol oynamıştır. Bugün her araştırmanın temelinde bir takım belgelerden destek alınmaktadır.

Sözlüklerde " Belge niteliği bulunan (şey) dokümanter"²⁴⁶ olarak tanımlanan belgesel sözcüğü; görsel bir malzeme olan fotoğrafla birleşince; "belge niteliği taşıyan görsel anlatı" olarak tanımlanabilir.

Belgesel sözcüğü, 19. yüzyılda İngilizceye girmiş; 1920'li yılların sonlarında standart bir terim olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Ünlü belgesel fotoğrafçı Francisco Mata Rosas, belgeleme ve belgeseli şöyle ifade eder; " Belgelemek aracılık yapmak, nakletmektir. Belgelemek, algılama ve iletme eğilimidir. Belgelemek yansıtmak ve paylaşmak, sorgulayarak açıklamak, doğrulayarak sormak, göstererek yadsımak, saklayarak yardım etmek, göz önüne sererek mücadele etmek, karşı koyarak anlamaktır. Bu nedenle belgesel, sade bir anlatımdan daha çok nitelikli, güzel gerçekçi ve sanatsal bir üretim tarzı olarak görülmektedir."²⁴⁷

Kısaca belgesel, "yaşamdan alınan herhangi bir olguyu, kendi doğal çevresi ve akışı içinde gösteren, belirli bir amacı ve yorumu yansıtan, aydınlatan, bilgilendiren, harekete geçiren, olumlu sosyal değişimlere ve fikir birliklerinin güçlenmesine

²⁴⁴ **Türkçe Sözlük**, 165.

²⁴⁵ **Büyük Larousse**, 1483

²⁴⁶ **Türkçe Sözlük**, 166.

²⁴⁷ ÖZEL, A.g.t., 34. Jeanne FOX-ALSTON, **Up Close and Personal**

önayak olan ve bilinenin dışında başka dünyaların da var olduğunu gösteren bir tarz ya da yaklaşım olarak ifade edilebilmektedir.”²⁴⁸ Konumuz belgesel fotoğraf olduğuna göre, bu tanıma, belgeselin yazılı olmasının yanında, görsel de olabileceğini, günümüzde görselliğin belgeselde ön plana çıktığını eklemek gerekir.

2.8.2 Belgesel Fotoğraf ve Belgesel Fotoğrafta Gerçeklik Sunumu

Belgesel fotoğraf kavramı olarak çeşitli biçimlerde tanımlanmıştır; Sabit Kalfagil’e göre; “Belgesel fotoğraf, bir gerçeğin, fotoğrafçının görüş ve kanaatinden geçerek biçimlenmiş şeklidir.”²⁴⁹

Güler Ertan, belgesel fotoğrafçılığı, kısaca "dünü bugüne, bugünü ise geleceğe taşıyan bir belge" ²⁵⁰ olarak tanımlamaktadır.

Tarihsel süreçte, belgesel fotoğrafın anlamı ve içeriği konusunda her dönemde farklı yaklaşımlar söz konusu olmuştur. Nitekim 19. yüzyılda fotoğrafın bulunuşu ve yaygınlaşmasına koşut olarak üretilen çevre, sokak görüntüleri, mimarî eser ve portre fotoğrafları o dönem hakkında kesin bilgilere ulaşabileceğimiz belgeler sayılmakta ve belgesel fotoğraf örnekleri olarak kabul edilmektedir.

Belgesel fotoğrafı genel olarak tanımlayarak, bu konuda ileri sürülen farklı görüşleri vermeyi sürdürelim: Belgesel fotoğraf, yaşam biçimlerini, gerçeklikleri, toplumsal değerleri ve kültürleri, nesnel gerçeklik içinde saptayan, bunları fotoğrafçının öznel gerçekliğiyle birleşip görsel bir anlatım aracı olarak kayıt eden bir fotoğraf dalıdır.

Fotoğraf sanatçısı Çerkes Karadağ "Belgesel fotoğraf; bir olayı, yaşamın bir kesitini, kentleri, kendi yaşam çevremizi ve ülkemizi özelde veya ayrıntılarda anlatabilmektir. Bir ulusu, yaşam içindeki küçük bir olayla, bir kenti, sıradan bir

²⁴⁸ ÖZEL, A.g.t., 34.

²⁴⁹ Sabit KALFAGİL, “Söyleşi”.

²⁵⁰ Güler ERTAN, **Belgesel Fotoğraf**, 52.

sokakla, bir toplumu da bir ferдин kişisel ifadesiyle anlatmaktır." ²⁵¹ diye yerli bir tanım yapıp belgesel fotoğrafın niteliklerini tanımlamaya çalışırken; *Documentary Photography* editörleri, her fotoğrafın belgesel niteliğe sahip olmadığını belirterek, belgesel fotoğrafın sahip olması gereken nitelikleri şöyle ortaya koyarlar; "Belgesel Fotoğraf, onu, manzara, portre, sokak görünümünden ayıran bir mesaja sahip olmalıdır. Bir olayı kaydedebilir; ancak bu olay bir haber fotoğrafının spesifik öneminden farklı, genel bir öneme sahip olmalıdır. Bir karakter veya duyguyu kaydedebilir; ancak genel toplumsal öneme sahip olmalıdır; bir portre fotoğrafının öznelliğinden daha çok şey anlatmalıdır." ²⁵²

Belgesel fotoğraf, kişilerin yaşantısını verebildiği gibi, psikolojik ve duygusal yönlerini de ortaya koyabilir. Bu bakımdan belgesel fotoğrafla belge fotoğrafı arasında farklılıklar vardır. "Belge fotoğrafı, hüviyet kartlarında kullanılan insan görüntüsünün genel hatlarını veren fotoğraftır. Belgesel fotoğraf ise, daha çok bir olayın fotoğrafa yansıtılması şeklinde algılanabilir veya mekân, zaman, olay ve kişilerin değişimindeki işlevini sürdürmesidir." ²⁵³ Belge fotoğrafı gerçekliği duygudan ve yorumdan uzak, toplumsal ya da doğal olayları olduğu gibi sadece görüntülemekle yetinen bir fotoğraf iken; belgesel fotoğrafın kişilere veya topluma vereceği bir iletisi vardır. Belgesel fotoğraf öncelikle insan odaklıdır. O, insanı, sosyal hayatını ve felsefesini, ideolojisini; sorunlarını kısaca insanla ve çevresiyle ilgili olan her şeyi kapsamaktadır.

Lewis Hine, "Hikâyeyi kelimelerle anlatabilseydim, fotoğraf makinesi taşımak zorunda kalmazdım." ²⁵⁴ demiştir. Bu yönüyle belgesel fotoğraf bazen bir yazı, şiir veya başka bir anlatım biçimi kadar etkili olabilmektedir. Ancak çekilmiş her fotoğraf, belgesel fotoğraf olma özelliğine sahip değildir. Bu anlamda çoğu zaman, belgesel fotoğraf ile doğrudan fotoğraf da karıştırılmaktadır. Doğrudan fotoğraf, fotoğrafçının olayları görselleştirirken, baskı ve çekim aşamasında öznellikten arındırmak koşulu ile kayıt etmesi yaklaşımıdır. "Doğrudan fotoğraf anlayışında

²⁵¹ Çerkes KARADAĞ, *Sözde Fotoğraf*, 124.

²⁵² ÖZDAMAR, A.g.t., 72. *Documentary Photography*, 7,'den alıntı.

²⁵³ ERTAN, A.g.m., 53.

²⁵⁴ ÖZEL, A.g.t., 36. *Documentary Photography*, 56'dan , alıntı.

fotografik görüntünün hiçbir teknik müdahaleye uğramadan doğrudan doğruya çekildiği gibi basılması esas alınmıştır.”²⁵⁵ Bu teknikle ve amaçla çekilen fotoğraflarda, insanlar, onların yaşadıkları çevre, doğal yaşam gibi görüntüler, doğrudan fotoğrafın konusunu oluşturmaktadır. Belgesel fotoğrafın doğrudan fotoğraftan ayrılan bir diğer özelliği ise mesaj vermesi ve topluma yönelik bir anlatımının bulunmasıdır. Belgesel fotoğrafçılık öğrenmeyi, anlamayı, yargı oluşturmayı sağlarken görmeyi ve gözlemlemeyi de öğretmektedir. Belgesel fotoğraf yaşamsal gerçeklikten beslenir. Belgeselin görevi, zamanın siyasal, toplumsal, kültürel ve ekonomik özelliklerini, toplumu bilgilendirmek, yargı oluşturmak için yansıtmaktır. Doğrudan fotoğrafçı salt görüntülemeyi amaçlarken; belgesel fotoğrafçı, yaşamın gerçeklerini görüntülerken; fotoğrafa engin kişisel deneyimlerini, psikolojik ve duygusal birikimleri de katar.

Bir anlatı aracı olara belgesel fotoğraf, konusunu yaşamsal gerçeklikten alırken; bu fotoğrafların bu gerçekliği ne ölçüde yansıtabildiği tartışılmaktadır;

“... fotoğraflar özellikle tarihin dönüm noktalarında doğru kullanıldığında önemli bir belge olmaktadır. Ancak her fotoğrafı belge olarak görmek yanlış bir tutumdur. Lewis Hine’in belirttiği gibi, fotoğraflar yalan söylemez ama yalancılar fotoğraf çekebilir.”²⁵⁶ Bu bağlamda tarihe ışık tutan, belge sayılan fotoğraf; kullanılan optik etki, fotoğrafçının karar verdiği zamanı durdurma yetisi ile gerçek nesnelerin tıpatıp bir reproduksiyonu olamaz. Bu durumda artık, konunun gerçekliği ve fotoğrafçının nesnellik çabası öznelliğe dönüşmüş olur. Çünkü insan doğası gereği, gördüklerine taraftır ve tarafsız olamaz. “Kişi tarafından algılanan nesnel gerçeğe anında bir yorum eklenir. Aynı gerçeği, değişik kişiler farklı algılayabilirler. Ama yine de ortada paylaşılabilen bir ortak gerçek vardır. Bir fotoğrafçının gerçeği bize aktarırken yorumlaması kaçınılmazdır. Hatta gereklidir. Bu tür fotoğrafların sanatsal boyut kazanması işte bu kişiselleşme ile olur.”²⁵⁷

²⁵⁵ Şeyda SEVER, *Dünyada ve Türkiye’de Belgesel ve Haber Fotoğraflarının Temelleri*, 20.

²⁵⁶ DORA, A.g.e., 150.

²⁵⁷ KALFAGİL, a.g. söyleşi

Bu arada, ,“Eğer öyküyü sözcüklerle anlatabilseydim bir fotoğraf makinesini peşimden sürüklemem gerekmezdi.”²⁵⁸ gibi ifadelerle belgesel fotoğraf zaman zaman ‘fotoğrafla öykü anlatma’ gibi sözlerle tanımlanabilmektedir.

Günümüzde belgesel fotoğrafı nitelemeye yönelik yaklaşımlar, bu tarzın iki temel özelliğini ön plana çıkarmaktadır. Genel kanıya göre bu iki temel nitelik belgesel fotoğrafın olmazsa olmazlarıdır.

“Bunlar :

- 1- Konularını yaşamsal gerçeklikten alması,
- 2- Temel amacı yaşamı estetize etmek olmayan bir yorum kaygısı taşıması ve bir mesaj içermesidir.”²⁵⁹

Belgesel fotoğrafın nesnel gerçekliği anlatmayı amaçladığı doğrudur. Konular, gerçek yaşamdaki öyküler ile fotoğrafçının kafasındaki anlatı kurgusu arasında bazı optik ve teknik ayrıntılarla biçimlenir. Bir fotoğrafçının bir gerçeği anlatı haline dönüştürürken, onu kendince yorumlaması kaçınılmazdır. Ama, farklı fotoğrafçılar tarafından görüntülense de, bu durum, ortada paylaşılabilen bir ortak gerçeklik olduğu savını değiştirmez.

Belgesel fotoğraf, topluma iletisi olan fotoğraftır, bu özelliğiyle o, “anlatan fotoğraf” olarak görülmektedir. Belgesel fotoğrafçılar bu nedenle toplumdaki haksızlıklara, yoksulluklara, baskılara fotoğrafları ile tanıklık etmektedirler. Çizgen’e göre bu etkileme gücüyle belgesel fotoğrafla yarışacak başka bir tür yoktur. “Gerçekçi sanatçılar...toplumdaki haksızlıklara, tersliklere, yoksulluklara, baskılara, ilkelliklere fotoğrafları ile tanıklık eder, bozuk ve yoz düzenlere başkaldırır. Bu yürekli çabanın en güçlü dayanağı da gerçeğin kendisidir. Hiçbir yazı, makale, bakımsız bir sakat çocuğun ya da yoksul bir küçük boyacının düzenle çatışan acısını fotoğraflar kadar güçlü anlatamaz.”²⁶⁰ Dorothea Lange’in göçmen ailelerin yaşam koşullarının fotoğraflaması, Lewis Hine’in çalışan çocuk fotoğrafları, Vietnam

²⁵⁸ ÖZEL, A.g.t., 37. **Documentary Photography**, 56’dan alıntı.

²⁵⁹ Merter ORAL, **Toplumsal Belgeci Fotoğraf ve Fikret Otyam Örneği**, 6.

²⁶⁰ Gültekin ÇİZGEN, “**Fotoğrafta Gerçekçilik**” Yeni Fotoğraf Dergisi 44.

savaşının durmasını sağlayan birçok isimsiz fotoğrafçının çektiği fotoğraflar, ABD'nin Irak'la olan savaşı sonucunda Irak halkının yüz yüze olduğu gerçekleri gösteren fotoğraflar ve pek çok benzeri fotoğraf, belgesel fotoğraf yaklaşımının önemli örneklerini oluşturmaktadır. Bu yönüyle; “Yaşamı sorgulayan, içindeki çarpık ve bozuk yanlara insanların dikkatini çekmeye çalışan belgesel fotoğraf, pek çok başarıya ulaşmış ve "daha iyi bir yaşam" anlayışının öncüsü olmuştur.”²⁶¹ Belgesel fotoğrafçılığın temel amacının yaşamı estetize etmeden, bir mesaj içermesi, bu fotoğraf türünün herhangi bir estetik değer taşımadığı anlamına gelmez. Belgesel fotoğrafta, bir yanda gerçeklik, öte yanda güzellik (estetik) şeklinde bir ikilem de yoktur. Günümüzde, adına ‘sanat fotoğrafı’ denilen kavramla, belgesel fotoğrafın iyi örnekleri arasında estetik anlamda bir fark olmadığı, belgesel fotoğraf geleneğinde çalışan çok sayıda fotoğrafçının eserleriyle kanıtlanmaktadır. Bu nedenle bugün, belgesel fotoğrafın kuru gerçeği yansıtmasının yeterli olmayacağı, aynı zamanda fotoğrafçının sanatsal kaygılar da taşımasının önemli olduğu sık sık vurgulanmaktadır. Onun için bazılarına göre, “belgesel fotoğrafçı” yerine “belgesel fotoğraf sanatçısı” demek daha doğru olur. Dorothea Lange; "Bir belgesel fotoğraf yalnızca bir gerçeğin fotoğraflanması değildir. Belgesel fotoğraf, fotoğrafçının katkısıyla oluşan bir sanatsal yaklaşımı da taşır. Durumun ya da koşulların tümüyle anlaşılır olması, ancak bu diğer özellikle gerçekleşebilir. Fotoğraf sanatçısı ve belgesel fotoğrafçı arasında gerçek bir çelişki yoktur. Belgesel fotoğrafçı, aynı zamanda fotoğraf sanatçısı olmalıdır.”²⁶² diyerek belgesel fotoğrafçının sanatçı yönüne vurgu yapar. Bu vurgu bizce de yerindedir. Çünkü, belgesel fotoğrafçılığın en güzel örnekleri, fotoğraf estetiğinin de yapıtları arasında sayılmaktadır.

Bulunuşundan beri yaygın olan inanç, çağının toplumsal, ekonomik, politik ve kültürel değerleri gibi yaşamın önemli gördüğü gerçeklerin bir kopyasını sunan belgesel fotoğrafın salt gerçeği aktardığıdır. Bu durum, tarihçilerden başlayarak, gazete yazarlarına, bilim adamlarına ve hatta sanatçılara değin herkesçe benimsenmiş ve kabul edilmiştir. "Fotoğrafçılığın çeşitli türleri arasında en fazla belgesel fotoğrafçılık gerçekliği benzerine yakın kopya etme özelliğine sahiptir. En geniş

²⁶¹ GÜMRÜKÇÜ, “AFSAD Eğitim Araştırma Birimi Notları,” makale

²⁶² Dorothea LANGE, *Yaşama Bakmayı öğreten Fotoğrafçı*, 13.

anlamında belgesel fotoğrafçılık dış dünyadaki gerçek öznelerin, olayların belgeleridir." ²⁶³

Belgesel fotoğraf, gerçeğin bir yansıması olarak kabul edilmesine rağmen, fotoğrafçının öznel yaklaşımıyla gerçekliğin yeniden üretilmesine olanak verir. Belgesel fotoğrafta, fotoğrafı çeken kişinin konuya bakış açısı, kompozisyonu ve yorumu oldukça önem taşımaktadır. Bu üretimde fotoğrafçı kendi estetik ve dünya görüşünü de, bilinçli ya da bilinçsizce fotoğraflarına aktarmaktadır. Durum böyle olunca belgesel fotoğrafçının zihninde dış dünyanın algılanması sonucu oluşan duygu ve düşünceler, dış dünyanın gerçekliğinden ayrı birtakım farklılıklar oluşmaktadır. Bu farklılıklar, belgesel fotoğrafçısının iç dünyasını, yaşantısını, kişiliğini, çevresindeki dünyaya olan tavrını yansıtmaktadır. Onun için belgesel fotoğraf sanatçısı, önemli ve kayda değer gördüklerini fotoğraflarken, onları, aynen kopyalamak yerine, kayda değer gördüklerini ayırarak kendi dünyasına uygun seçimler yapmaktadır, yapabilmelidir. "Çevremizdeki varlıklar ve oluşlar doğal halleriyle bile bize çok zengin bir malzeme sunar. Bu yüzden fotoğrafçının her gördüğünü işleme hevesine yenilmemesi gerekir. Yaşamın ham maddesinden bazı kısımları kesip çıkarmak zorunluluğu vardır. Durmadan kesmek, ama keserken seçimi ve ayrımı iyi yapmak şarttır."²⁶⁴ Fotoğrafçı, bu seçimi fotoğraf makinesiyle çekim yaparken ve fotoğrafların baskı aşamasında yapabilir. Belgesel fotoğraf sanatçısı, kendi kişisel seçim tercihini bu iki aşamadan birinde veya her ikisinde kullanarak, aktarmak istediği görüntüyü oluşturabilir. Karadağ; "Gerçeklik aslında fotoğrafçının karşılaştığı ve görüntülediği gerçeklik değil, kendi algılaması sonucu görmek istedikleridir."²⁶⁵ diyerek fotoğrafçının bu seçimlik hakkına değinmekte; belgesel fotoğrafçılık yorumunda geline son anlayışa vurgu yapmakta; belgesel fotoğrafın gerçekliğini "belgesel fotoğrafçının gerçekliği" olarak tanımlamaktadır.

Yurdalan; "Belgesel fotoğraf bir nevi aynadır, üç yüzeyli bir ayna. Yüzeylerin birinde fotoğrafçı kendini gösterir, diğer yüzeyinde hikâyenin tezahürü vardır.

²⁶³ Seyide PARSA, **Fotoğraf ve Gerçeklik**, 160. ,

²⁶⁴ Henri Cartier BRESSION, **Fotoğrafi Yakalamak**, 32.

²⁶⁵ KARADAĞ, A.g.e., 102.

ötekinde ise izleyicinin kendini bulma imkânı mevcuttur.”²⁶⁶ diyerek belgesel fotoğraftaki gerçekliğin üç ayak üzerine kurulduğunu ifade eder. Bunlar, fotoğrafçının, hikâyenin (nesnenin) ve izleyicinin gerçekliğidir. İzleyicinin gerçeklik algısı “algı gerçekliktir.” kuralı gereği, bizi, ister istemez izleyicinin gerçekliğiyle ilgilenmeye götürür. Herkesin gerçeği, küçük nüanslarla da olsa, farklı algıladığı bilinen bir durumdur. İzleyicinin belgesel fotoğraflarda sunulan gerçekliği algılayabilme gücü, ekonomik, politik, kültürel birikimine, estetik kaygılarına, analiz ve sentez yapma yeteneğine göre değişebilir. Fakat burada izleyici kavramını, kitlesel izleyicilerin algısı olarak da anlayabiliriz. Belki bu daha doğru olur. Çünkü fotoğraftaki gerçekliği topyekun kitleler de farklı algılayabilir; “Örneğin 1989 yılında Tiananmen Meydanı’ndaki öğrenci protestoları sırasında genç bir adamı, tek başına bir dizi tankı durdururken gösteren fotoğraf, Batılı anlayış için, bireyin otoriter bir rejimin tiranlığına karşı durmasını sembolize etmekteydi. Çin’de ise bu fotoğraf, halkla yaşanabilecek bir çatışmayı önlemekteki resmi kararlılığı temsil etmekteydi. Bu yönüyle belgesel fotoğrafın çok yönlü gerçek doğasının daha belirgin bir kabulünden bahsetmek mümkün görünüyor.”²⁶⁷ Bu cümleler, fotoğrafın kitlesel algılama farklılıklarına ilginç bir örnek olmaktadır.

Her şeye karşın belgesel fotoğrafçılık, nesnel gerçekliği manipüle etmeden kaydetmeyi ve belgelemeyi amaçlayan bir fotoğraf türüdür. Bu yönüyle belgesel fotoğraf, 20. yüzyılda, olayları sadece tespitle yetinmeyen, yaşadığımız çevreye, olaylara eleştirel bir göz ile bakıp, çözümler sunup gerçekliğin değiştirilmesi ile ilgili görsel söylevlerde bulunmayı amaçlayan ‘sosyal belgesel fotoğraf’ gibi türlerin ortaya çıkmasına ön ayak olmuş; günümüzde, geniş kitlelere yayılabilme ve güvenilir olma gibi avantajları ile, fotoğrafı bir anlatım dili gibi kullanan fotoğrafçılar tarafından bolca üretilir hale gelmiştir.

²⁶⁶ Özcan YURDALAN, **Belgesel Fotoğrafla Yüzleşme**, .25

²⁶⁷ Hercules PAPAÏOANNOU, **Post-Doc . Yaklaşımı**, Çev. Pınar Zeynep Ünal, 38.

2.8.3 Belgesel Fotoğrafçılığın Amacı, İşlevi ve İlkeleri

Belgesel fotoğrafların en önemli özelliklerinden biri, bireysel ve – özellikle - toplumsal düzeyde verecekleri bir mesajının olmasıdır. Dolayısıyla belgesel fotoğrafçıların, çok çeşitli olmakla birlikte yerine gelmesini arzu ettikleri bazı amaçlarının olması doğaldır.

Belgesel fotoğrafların toplumsal yaşamla ilgilenmeleri, yaşamda olan bitenleri görüntüleyip yaymak istemeleri, onların birincil amaçlarını da belirler: Bu çerçeveden bakılırsa, belgesel fotoğrafın amacı; yaşamın içine girip “gerçeği” aramak, görüntülemek ve sorgulamaktır; “ Dış dünyadaki gerçekliğin fotoğraf makinesi ile tespit edilmesi aşamasında üç yaklaşımdan söz edilebilmektedir: Gerçeğin açığa çıkarılması, gerçeğin yeniden canlandırılması, temsil edilmesi ve gerçeğin soruşturulması.”²⁶⁸ Paul Rotha, belgesellerin amacını kısaca şöyle açıklamaktadır: "Modern topluma yönelik daha derin ve daha akıllıca toplumsal çözümlemelerin yapılması gerekmektedir; toplumun zayıflıklarının keşfedilmesi, olayların aktarılması, deneyimlerin dramatikleştirilmesi ve toplumun önde gelen sınıfına yönelik uyarılarda bulunulması belgeselin amaçlarından bazılarıdır. Bana göre, belgeselcinin amacı sonuç ortaya koymak değildir; ancak sonuç çıkarabilecek ifadelerin yerli yerine konması önemlidir.”²⁶⁹ diyerek belgeselciye daha büyük görev ve sorumluluklar yüklemektedir.

Belgesel fotoğrafçı, var olanın; yani doğallığın peşindedir. Fotoğrafçının amacı ve görevi gerçeğin araştırılması, açığa çıkarılması ve sorgulanmasıdır. Başka bir deyişle, fotoğrafçı makinesi önünde oluşan olaylara ve bu olayları yaşayan kişilere müdahale etmeden, yaşamı kendi akışı içinde görüntülemelidir. Bunun için de yaşamın kendisini gözlemlemeli, yaşayan insanların acılarını, sevinçlerini, daha genel ifade ile dramlarını yakalamalıdır. Belgesel fotoğrafçısı insanların olduğu gibi görüntülemeye çalışmalı, fotoğraf makinesini doğrulttuğu kişinin rol yapması veya kişinin kurgulamış olduğu davranışı sergilemesi sırasında fotoğraf çekmemelidir.

²⁶⁸ PARSA, A.g.e., 157. Roy ARMES, **Film and Reality**, Harmonds Worth Pelikan 10'dan alıntı.

²⁶⁹ Paul ROTH, **Belgesel Sinema**, Çev. İbrahim Şener, 88.

Örnek olarak daha önce de belirttiğim; Eddie Adams'ın Şubat 1968'de çektiği, Vietkonglu bir esirin başından vurulduğu fotoğraf, General Loan, tarafından fotoğrafçıya sunulmuş, kurgulanmış bir davranışın ürünüdür. Model tarafından kurgulanan bu gerçeklik her zaman bu kadar vahim sonuçlar ortaya çıkarmasa da, belgesel fotoğrafçı, kişilerin doğal davranışlarıyla ilgilenmelidir.

Belgesel fotoğraf, bir gerçeği, herhangi bir sorunu ve bunun altında yatan nedenleri yansıtmaya amacını güderken çeşitli ayrıntılardan yararlanır. Bu bağlamda, belgesel fotoğrafın amaçları, maddeler halinde sayılabilir:

- “- Bir sorun üzerinde halkın duygularını kristalize etmek,
- Bir girişimi esinletmek,
- Halkın ilgi alanında kararlı hareket etmek için istek uyandırmak,
- Uygar davranış biçimleri standartlarını uyandırmak,
- Herhangi bir yeri, bölgeyi tanıtmak,

- Herhangi bir otantik yaşamı, ritüelleri incelemek.”²⁷⁰ Burada görüldüğü gibi belgesel fotoğrafın amaçları, sadece toplumsal içerikli konularla ilgilenmekten çıkıp, gezi, doğa ve folklorik özelliklerin tanıtımı gibi belgesellere kadar geniş bir alana yayılması, farklı belgesel fotoğraf türlerinin oluşmasına; konumuzun başından itibaren belgesel fotoğrafa yüklediğimiz toplumsal sorunları incelenme, görüntüleme ve sorgulama işlevi “toplumcu belgesel anlayış” adıyla yeni bir belgesel fotoğraf türünün ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Belgesel fotoğrafın, daha çok izlenmek, etkilemek gibi estetik kaygılar güden sanatsal işlevi yanında, bilgilendirmek, bazı gerçekleri göstermek ve öğretmek gibi didaktik (öğretici) işlevleri de vardır. Günümüz belgesel fotoğraf örneklerinin pek çoğunun, güçlü estetik yapısı ve bilgi verme özellikleriyle her iki işlevi de başarıyla yerine getirdiğini söyleyebiliriz.

²⁷⁰ S. PARSA - A. ÇETİNTAHRA, *Belgesel Film Yapım Teknikleri*, 14.

Bu bağlamda belgesel fotoğrafçılığının işlevleri şu şekilde sıralanmaktadır.

“ –Bilgilendirmek: Belgesel fotoğraf, insanlara çevrelerindeki dünyaya ilişkin bilgileri aktarmakta ve ufuklarının genişlemesini sağlamaktadır. Bu nedenle, belgesel fotoğrafın en önemli işlevlerinden biri, bilgilendirmektir.” Burada kuru bir bilgilendirmeden ziyade estetize edilmiş bir bilgilendirmeden söz etmek gerekir.

- Tarihe tanıklık etmek: Belgesel fotoğrafçılık, çok güçlü bir anlatım diline sahiptir. Bu nedenle içinde bulunduğu zamanı veya çağı, kendisine has özellikleriyle belgelemek, tarihe tanıklık etmek belgesel fotoğrafçılığın çok önemli işlevlerinden biridir. Belgesel fotoğrafçılık her şeyden önce çağa, çağın olaylarına ve insanlarına tanıklık etmektedir.

- Kültürü kaydederek gelecek kuşaklara aktarmak: Belgesel fotoğraflar insanın dünyaya bakış açısının, kültürünün, sanatının var olmasının birer kanıtıdır. Aynı belgeseller korunabildiği sürece bir zaman sonra başka kültürlerin, başka düşüncelerin temellerini oluşturacaklar, tüketen değil, üreten insanlar olarak sanatçılar, yeni üretimleri içinde hayat bulacaklardır...

-Toplumsal belleği oluşturmak ve izleyicileri harekete geçirmek: Gelişen iletişim teknolojileri nedeniyle, başta televizyonlar olmak üzere, kitle iletişim araçlarının dört bir yandan gönderdiği mesaj bombardımanı altında kalan toplumların bellekleri gittikçe zayıflamakta ve yaşanan olayları zamanla unutmaktadır. Bu nedenle belgesel fotoğraf böylesi bir ortamda toplumların belleklerini oluşturmada katkı sağlayacak önemli iletişim araçlarından biri olmaktadır. Belgesel fotoğrafçılığın, toplumsal belleği diri tutarak bütün olumsuzluklara karşı muhalefet yapmaya çalışması en önemli işlevleri arasında görülmektedir.

- Toplumsal sorunlara eğilmek ve çözüme ulaşmaya çalışmak: Belgesel fotoğraf öncelikle değişimi, varoluşu, yok oluşu ve anlık olayları belgelemekte ve biriktirmektedir. Bunun yanı sıra, toplumu ve onun sorunlarını, yine toplumun gözleri önüne sermek için çaba sarf etmektedir. Toplumsal çözüm getirmeye, güçsüzlükleri araştırmaya, olayları bildirmeye ve toplumun egemen sınıfını daha duyarlı hale getirmeye çalışmaktadır.”²⁷¹ Paul Rotha, bunu şöyle açıklamıştır;

²⁷¹ ÖZEL, A.g.t., 56-57 özet.

"Benim düşünceme göre, belgeselcilerin acil olan görevlerinden birisi, insanlarla ilgili ve onların sorunlarını çözmeye yönelik bir tutum içinde olarak, sanatlarındaki ustalığı hissettirmektedir. Onun görevi, halkın bir kısmına, onun diğer kısmını anlatmaktır."²⁷²

Sorun çözme ve toplumsal bilinç oluşturma, belgesel fotoğrafın önemli bir aşaması olan 'sosyal belgesel fotoğraf' anlayışının gerçekleştirilmesi gereken en önemli iki amacı olarak kabul edilecektir. "Çağının sorunlarına tanıklık etmenin yanında bu sorunları yansıtmak, belgelemek, toplumları bu sorunlardan haberdar ederek çözüm yollarını aramak, savaş, açlık ve yoksulluk karşıtı olmak, insanların ezilmişliğinin ve yaşam koşullarının dikkate alınmasına çalışmak için toplumsal bir bilinç oluşturmak, belgesel fotoğrafçıların ödevlerindendir."²⁷³ Bu anlamda belgesel fotoğraf, daha derinlikli bir belgesel türü olan toplumsal belgesel fotoğrafla iç içe girmektedir.

Belgesel fotoğrafın önemli işlevlerinden biri, toplumsal bilinç oluşturmaktır. Belgesel fotoğrafçılar, bu işlevi yerine getirmek için, değişik coğrafyalarda yaşayan insanların yaşamsal gerçekleri hakkında onları bilinçlendirmek, bilgilendirilmek ve var olan sorunlara dikkat çekip kamuoyu oluşturmak için öncü rolü üstlenmiştir. Belgesel fotoğrafın ve dolayısıyla fotoğrafçının, 'göz tanıklığı' yaparak fotoğrafladığı insanlar adına, bu tanık olduklarını aktarması görevidir. Çünkü belgesel fotoğrafçı, insanların yaşamsal gerçeklerini kendince yorumlamakla kalmaz; bu yorumuna kamuoyunun ve ilgililerin de yorum katmasına olanak sağlar. Belgesel fotoğrafçılar, olan bitenler karşısında, sessiz kalanların harekete geçmesi için gerekli mesaj ve müdahaleleri yapmak, var olan sorunlara çözüm bulunmasına katkıda bulunmak gibi önemli bir misyon üstlenmiştir.

Belgesel fotoğraf çeken kişinin insancıl yönü güçlü olmalıdır. Fotoğrafçı, toplumda sorunları ve yaşam biçimleriyle birlikte yaşayan insanlarla empati kurmak, onların sorunlarını tüm çıplaklığıyla sunmak zorundadır. Bu anlamda belgesel

²⁷² Paul ROTH, A.g.e., 88

²⁷³ ÖZDEMİR, **Belgesel Fotoğraf ve Hümanizm**, internet makale.

fotoğrafçı, çektiği her bir fotoğrafın sorumluluğunu taşımalıdır. Çünkü, toplumsal sorunlara karşı kamuoyu oluşturmada; toplumu bilinçlendirmede görsel algılamayı ön plana çıkardığı için, - diğer propaganda araçlarına göre - belgesel fotoğrafın tartışılmaz bir etkileme gücü vardır.

2.8.4. Belgesel Fotoğrafçılıkta Etik

Belgesel fotoğraf gerçeğe sadık kalması, doğa, toplum, insan ve çevresini ön planda tutması nedeniyle belirli kuralları kendine ilke edinen ve etik değerleri olan, olması gereken bir fotoğraf türüdür.

Belgesel fotoğraflar, yaşamın kendisini, gerçek olay ve kişileri ile izleyiciye aktarmaya çalışırlar. Belgesel fotoğrafın özünü kavramış ve onu bir ifade aracı olarak kullanan fotoğrafçıların en önemli ve en temel ilkelerinden biri “konusuna bağlılık ve tarafsızlık” tır.

Başlangıçta, belgesel fotoğrafçının tarafsız olduğu konusunda genel bir kanı vardır. Bu kanı, belgesel fotoğrafın “doğrudan fotoğraf” olma anlayışından kaynaklanır. Bu anlayışa göre fotoğrafçı gördüğü nesneleri ve olayları hiçbir şey katmadan doğrudan doğruya yansıtmaktadır. Belgesel fotoğrafta fotoğrafçının anlatımı belirginleştirme adına, estetik değerleri kullanması, tarafsızlığın tam olarak sağlamasına olanak vermemeye başlamıştır. Çünkü belgesel fotoğraf, artık, hayatı yorumlayan ve gerekirse gerçeği sorgulayan bir özelliğe sahiptir. Fakat buna rağmen fotoğrafçı konusuna bağlı olmalı, konuyu görüntülemeye tarafsızlığını korumaya çalışmalıdır. Çünkü, belgesel fotoğrafın önemli özelliklerinden biri de tarihe ve günümüze kanıt olarak kattığı değerdir. Dorethea Lange, gerçeğe müdahale etmemenin yanında, olayın geçtiği zamanı ve yeri de müdahalesiz betimlemenin önemini belirtmektedir. “Benim için belgesel fotoğraf bir konu sorunundan çok bir yaklaşım sorunudur. Önemli olan neyin fotoğraflandığı değil nasıl fotoğraflandığıdır. Benim kişisel yaklaşımım üç düşünce üzerine temellendirilmiştir.

Birincisi olanı değiştirmek yok. Neyi fotoğraflarsam fotoğraflayayım konuya dokunmam ve karışmam, düzenlemem. İkincisi yer duygusudur. Fotoğrafını çektiğim konuları çerçevenin parçası olarak temelleri olduğu duygusu vererek görüntülerim. Üçüncüsü de zaman duygusudur. Fotoğrafladığım her şeyi geçmişe ya da şimdiye ilişkin bir durum olduğu duygusu vererek fotoğraflarım.”²⁷⁴

Belgesel fotoğrafçı, fotoğrafının her aşamasında, etik değerleri önemsemesi gerekir. Fotoğraflarında kendi yorumunu veya kişisel görüşlerini aktarırken, etik değerlerin eksikliği, izleyici için ‘fotoğrafa ve fotoğrafçıya güven’ sorununu beraberinde getirmektedir. Dijital teknolojilerin yaygınlaşması ve manipülasyon tekniklerinin kolaylaşması fotoğrafta etik tartışmalarına yeni bir ivme kazandırmıştır.

Belgesel fotoğrafçıların zaman zaman gerçeği yeniden sahneleyerek görüntülediği ya da üzerinde bir takım ekleme ve çıkartmalar yaptıkları görülmüştür. Karanlık odanın yaygın olarak kullanıldığı dönemlerde, bir fotoğrafı koyulaştırma, açma, fotoğraf üzerinde pozlama ile yapılabilen lokal müdahalelerle, fotoğrafta dikkatten kaçan öğeleri izleyicinin daha iyi görmesini ve fotoğrafın daha okunaklı olmasının sağlanması normal sayılmıştır. Belgesel fotoğrafla bağdaşmayan ve etik olmayan düzenlemeler, dijital teknolojilerin yaygın olarak kullanılmasıyla fotoğrafın görüntüsünü ve mesajını değiştirmeye yönelik spekülasyonlu çalışmalarla ortaya çıkmıştır. Elektronik ortamın sağladığı kolaylık ve olanaklarla fotoğrafın kompozisyonunun düzenlenmesi, fotoğrafa kişi ya da objelerin eklenmesi, çıkarılması, ya da belirli özelliklerinin değiştirilmesi etik tartışmaları hızlandırmıştır. “Prenses Diana ve Dodi El Fayed’in öldüğü araba kazasından birkaç hafta önce, Londra gazetesi olan *The Mirror* bir yatta, birbirini üzerine eğilmiş, öpüşen bir çiftin fotoğrafını yayımlamıştır. Aslına bakıldığında, öpüşme gerçekleşmemiştir. Fotoğraf dijital olarak değiştirilmiş, Dodi'nin başı, çalışmada, öpüşüyormuş gibi göstermek için hafifçe döndürülmüştür.”²⁷⁵ Burada fotoğrafçı, konuyla ilgilenenleri yanlış bilgilendirmek için fotoğrafın yapısıyla oynamıştır. Artık bu fotoğraf, olayın bir

²⁷⁴ "Dorothea LANGE, **Yaşama Bakmayı Öğreten Fotoğrafçı**", 9.

²⁷⁵ ÖZEL, A.g.t., 128. David SHENG, "Every Picture Can Tell a Lie", den alıntı

kanıtı değil, fotoğrafçının vermek istediği mesajın bir aracıdır. Bu örnekte; fotoğrafın nesnel gerçeklikle olan ilişkisi bozulmuştur.

“Belgesel fotoğraf sanatçısının gerçekliği yorumlayan tarzda yapmış olduğu manipülasyonlar günümüzde kabul görmeye başlamasına rağmen, yalana, iftiraya, yanlış bilgilendirmeye neden olan görüntüler tepki çekmekte ve eleştirilmektedir. Teknolojinin etkisi ve kolaylığı, gazete ve dergileri, fotoğrafları manipüle etmeye teşvik etmektedir. H. Chapnick, problemi belirlemenin önemini kabul etmesine rağmen, tüm fotoğraflarda kamu güvenliğini sarsmaya yönelik olan bu konuda kaygı duymaktadır. Etik ilkeleri kabul etmeyen insanların daima etik olmayan şeyler yaptıklarına ve bunu yapmaya devam edeceklerine inanmaktadır.”²⁷⁶ Özellikle belgesel görüntülerin sıklıkla kullanıldığı basında, bu güven sorunu habere güven sorununu da beraberinde getirmektedir. “Bir belge olarak fotoğrafın güvenilirliğini yitirdiği için, dijital görüntüleme sistemleri uygulamalarının yaygın kullanımı, basın fotoğrafçılığının statüsünün yeniden değerlendirilmesine yol açmaktadır. Orijinal görüntünün, 'gerçeklik' standardını yok ettiği için var olan kuralları bozmaktadır.”²⁷⁷ Bu durum, sayısal fotoğraf uygulamalarıyla fotoğraf etiğinin ihlâline ilişkin korkuları arttırmaktadır.

İnsan davranışlarının ilkelerini oluşturmaya çalışan etiksel hareketler, fotoğrafçılık alanında da belirli ilkeler tespit etmeye çalışmaktadır. Bu bağlamda, 2000 yılından itibaren *Photo Magazin* editörü Micah Marty’nin de içinde bulunduğu bir grup Amerikalı yayıncı ve profesyonel fotoğrafçı “dürüst fotoğraf” tan söz ederek şu temel ilkeleri belirler: Fotoğrafın çekiminde bunların tamamını uygulamak dürüst fotoğraf için yeterli sayılacaktır. Bunlar:

“ 1- Fotoğraf tek kareden oluşmalıdır.

2- Fotoğraf çekildiği gibi bırakılmalıdır. (Sonradan bilgisayar ortamında yapılacak kadraj, keskinlik, yayımlanacağı medyanın sayfa, zemin ya da genel grafik

²⁷⁶ ÖZEL, A.g.t., 129, Howard CHAPNICK, *Truth Needs No AJJy: inside Photojournalism*, 299’dan. alıntı.

²⁷⁷ ÖZEL, A.g.t., 129, Karin E.BECKER, *"To Control Our Image", " , PhotoVideo: Photography in The Age of the Computer*, Ed. Paul Wombell, 27’den . alıntı.

değerlerine uyum sağlaması için yapılan makul ve zorunlu düzenlemeler kabul edilebilir).

3- Fotoğraf ve sunum biçimi basın çağdaş röportaj standartlarına ve basın etiğine uygun olmalıdır.”

Ayrıca, dürüst bir belgesel ya da röportaj fotoğrafı ortaya koymak için bu üç temel unsur yanında aşağıdaki unsurların da varlığı gereklidir.

“ a-Fotoğraf birleştirilmemelidir: İki ya da daha fazla karenin tamamı veya herhangi bir bölümünü birleştirmek, yapıştırmak, üst üste çekim teknikleri de dahil kabul edilemez. Bu kural, fotoğrafın zamanla olan ilişkisini belirleyici ve koruyucu olması açısından önemlidir.

b- İçerik ya da içeriğin anlamını dolaylı olarak da olsa, etkileyebilecek renk ve ışık filtre uygulamalarıyla sonradan değiştirilmemelidir: Bu kural da fotoğrafın ışıkla olan ilişkisini belirleyici ve koruyucu olması açısından önemlidir.

c- Fotoğrafın özgün mekânı üzerinde değişiklikler yapılmamalıdır: Özellikle fotoröportajlarda sonradan düzenlenmiş ya da kurgulanmış mekân kullanımı ve mekâna çekim aşamasında yapılacak obje eklentileri, rol yapan insan vb. kabul edilemez.”²⁷⁸ Sayısal fotoğrafın ve tekniklerin yaygınlaşması üzerine adı geçen editör ve fotoğrafçılar bu konuda “asla yapılmaması gerekenler” diyebileceğimiz bazı kurallar ortaya koymuşlardır. Onlara göre aşağıdaki sayısal müdahalelerin hiçbirini kabul edilemez.

“Analog ya da sayısal ortamlarda katmanlar (layering, blending) açarak çalışma, birden fazla görüntü ile panoramik görüntü oluşturma (stitching), bir fotoğraftan diğerine kopyalama-yapıştırma (copy-paste), klonlama (cloning), üst üste çekim (double-exposure), çoklu çekim (multiple-exposure), negatif ya da saydam çakıştırma (sandwiching) gibi her çeşit düzenleme.

Çekimin ardından orijinale eklenti yapmak: örneğin, gökyüzünün maviye boyanması ya da gökyüzüne bulutlar eklenmesi, fotoğrafın zemin alanının (canvas

²⁷⁸ Tahir ÜN, “Sayısal Görsel Üretim Çağında Belgesel Fotoğrafa Etik Bir Yaklaşım”, 13.

size) uzatılması, genişletilmesi, fotoğrafın ters-yüz edilmesi, sis, gökkuşağı etkisiyle iklimin değiştirilmesi veya bu tip sis (fog), renk geçiş (degrade), polarize gibi filtrelerin çekim anında kullanılması. Işık yoğunluğu (Neutral Density) filtreleriyle gökyüzünün karartılarak gece etkisinin verilmesi, fotoğraf içindeki herhangi bir objenin çekimden sonra silinmesi ya da tek bir piksel bile yerinin değiştirilmesi. Çekimden sonra fotoğraftaki herhangi bir objeye yeniden şekil vermek (reshaping), objeyi yeniden boyutlandırmak (resizing). Çekimden sonra fotoğrafın tamamına ya da bir bölümüne yumuşatma (softening), bulandırma (blurring) uygulama, alan derinliğini ve zemini değiştirme. Çekimden sonra kırmızı göz (red-eye) düzeltilmesi, gözlüklerdeki ya da benzeri objelerdeki yansımaların silinmesi. Balık gözü objektif, balık gözü filtre, prizma tipi filtrelerin kullanımı. Pan tekniğiyle yapılan çekimler. Tüm bu yaklaşımlar bir yana, vizörün ardında bir insan olduğu unutulmamalıdır. Hiç şüphe yok ki, her türlü kural ve yöntemin ötesinde niyet, vicdan ve sorumluluk duygusu taşıyan bilinçli fotoğrafçı en önemli unsurdur. Tüm tuzaklarına karşın, elektronik ve sayısal devrimin fotoğrafın gerçek kimliğini bulmasına önemli bir katkı sağladığı bile söylenebilir. Fotoröportaj ve belge fotoğrafı hiç bir zaman olmadığından daha güçlüdür.”²⁷⁹

2.8.5 Belgesel Fotoğraf ve Haber Fotoğrafının Farkları

Birbirine çok benzeyen haber fotoğrafı ve belgesel fotoğraf arasında belirgin bir takım farklılıklar ve benzerlikler bulunmaktadır. Fotoğrafın icadından günümüze kadar olan süreçte, belgesel fotoğrafın kitle iletişim araçlarında bilgi verme özelliğinden faydalanılmıştır. Belgesel fotoğrafın estetik değerleri ön plana çıkaran, özelliği, bir takım haber fotoğraflarında da tercih edilmiştir. Haber fotoğrafı ve belgesel fotoğraf aynı kaynaktan filizlenen iki türdür. Şeyda Sever, “*Belgesel Fotoğraf ve Haber Fotoğrafı, Fark Nerede?*” adlı yazısında bu iki fotoğraf türü arasındaki farklılıkları –özetle- şu şekilde sıralar:

²⁷⁹ ÜN, A.g.m., 14.

“1- Standart haber değeri ölçütlerini taşımayan bir fotoğraf haber fotoğrafı olarak tanımlanamaz. Haber fotoğrafının varlık koşulları olan standart haber değeri ölçütleri belgesel fotoğrafta her zaman bulunmaz.

2- Kötü haber iyi haberdır” anlayışının bir uzantısı olarak haber fotoğraflarında negatif olaylar daha fazla ön plandadır. Örneğin fotoğrafta şiddet, haber değerini artırıcı bir unsur olarak karşımıza çıkar. Belgesel fotoğraflar da negatif olayları kendilerine konu edebilirler; ancak buradaki negatiflik, sansasyon yaratmak ya da okuru etkilemek amacıyla değil, var olan koşulların değiştirilmesi amacıyla kullanılır (toplumcu belgeci fotoğraf) .

3- Haber fotoğrafları spesifik olaylar üzerine kurulurlar. Belgesel fotoğraf ise konusunu daha uzun soluklu öykülerden ve çoğunlukla sıradan insanın yaşamından seçer.

4- Toplumca tanınmış kişi ya da kişiler haberin nesnesi olunca haber değeri de artar. Bu nedenle foto-muhabirleri tanınmış kişilerin sıra dışı pozlarını yakalamaya çalışırlar, belgesel fotoğraf ise konularını çoğunlukla sıradan insanların sıradan yaşamlarından seçer; ünlüler belgesel fotoğrafın özel konuları arasında değildir. İlk belgesel fotoğrafların, aile fotoğrafları olduğunu unutmamak gerekir.

5- Haber fotoğrafında olayın kendisi, fotoğrafın teknik ve estetik kalitesinden daha önemlidir. Haber fotoğrafının amacı olayın en açık biçimde anlatılabilmesi, gösterilebilmesidir. Bazı durumlarda kötü karelenmiş, netsiz fotoğraflar bile yayımlanabilir. Ancak bu durum haber fotoğraflarında teknik ve estetik değerlerin hiç aranmadığı anlamına gelmez...Bazı haber fotoğrafları zaman içinde unutulurken bazıları akıllardan hiç çıkmaz, bunlar belgesel fotoğraf olarak kabul edilirler.

6 - Haber fotoğrafları yayımlandıkları medya (taşıyıcı ya da support) nedeniyle kısa ömürlüdürler. Günlük bir gazetede yer alan bir haber fotoğrafı okur tarafından hemen tüketilir. Belgesel fotoğrafın ömrü çok daha uzundur. Albümlerde, aylık veya haftalık dergilerde yayımlanırlar.

7- ...Haber fotoğrafları daha çok günlük bir dil üzerinden kurulurlar. Bu nedenle de hemen unutulur giderler. Ancak foto-muhabirinin görüntülediği olayın tarihsel önemi arttıkça, fotoğrafın belgesel fotoğraf olarak önemi de artar.

8- Haber fotoğrafın taşıdığı yan anlamların zenginliği arttıkça belgesel fotoğraf olma olasılığı artar. Günlük dil üzerine kurulu olan haber fotoğrafları daha çok düz anlamlara sahiptirler. Bazı haber fotoğrafları ise taşıdıkları yan anlamların zenginliği ile zaman karşısında daha güçlü olabilen fotoğraflardır. Belgesel fotoğraflarda haber fotoğrafının aksine yan anlamlar düz anlama göre daha çok önem kazanır.”²⁸⁰

Fotoğrafın amaç ve işlevlerini aynı biçimde tanımlayan haber ve belgesel fotoğrafın ortak paydası; fotoğrafın gerçeği yansıtmaya gücüne duyulan inançtır.

2.9 BELGESEL FOTOĞRAF VE HABER FOTOĞRAFININ ORTAK ALANI FOTORÖPORTAJ (PHOTO ESSAY)

Fotoröportaj, konusu, gerçekçiliği ve sosyal boyutları itibarı ile belgesel fotoğraf ve haber fotoğrafı ile ortak nitelikleri olan bir fotoğraf türüdür. Adlandırmada bu fotoğraf türü ile ilgili terimsel olarak birlik sağlanamamıştır. “Belgesel, fotoröportaj – foto hikâye – fotografik deneme, hep birbirlerin yerine kullanılabilir; hatta, bu tarz, haber fotoğrafının alanına da sirayet ediyor.”²⁸¹ Günümüzde dizi fotoğraf, foto hikâye (foto öykü) gibi adlar kullanılmakla birlikte biz, yaygın olan fotoröportaj terimini kullanacağız.

Fotoröportajı tanımlama konusunda bazı farklılıklar olmakla birlikte, fotoröportaj, çok genel olarak, dizi fotoğraflarla öykü anlatma olarak tanımlanabilir. Foto röportaj konusunda bazı tanımlama örnekleri verelim: Özcan Yurdalan; fotoröportajı, “Günümüzde foto röportaj bir belgesel çalışmada anlatılacak hikâyeyi, kurulacak sözü ortaya çıkarabilmek için uygulanan yöntem...”²⁸² olarak tanımlarken; Sever, daha kapsamlı bir tanım yaparak, fotoröportajın unsurlarına değinir. “Tanımlama konusunda da bazı farklılıklar olmakla birlikte fotoröportaj, birden fazla fotoğrafın tek bir tema etrafında birleşerek daha derin, daha ayrıntılı foto

²⁸⁰Şeyda SEVER, **Belgesel Fotoğraf ve Haber Fotoğrafı, Fark Nerede?** internet makale özet

²⁸¹ Özcan YURDALAN, **Belgesel Fotoğraf ve Foto röportaj**. 147.

²⁸² A.g.e., 148.

öyküler yaratılması olarak tanımlanabilir. Bu tema bir yer, bir kişi ya da bir olay olabilir. Günümüzde fotoröportaj, fotoğrafların tarihsel ya da tematik olarak sıralanarak ortaya bir foto-öykü çıkarılmasıdır.”²⁸³ Bresson fotoröportajı, tek bir karenin yetmemesinden dolayı, gerçekliğin, zarurî olarak, birden çok karede ifade edilmesi şeklinde algılar. Bresson’a göre “ Bazen durumu anlatan, içeriği zengin tek bir fotoğraf yetebilir: Ama böylesi pek enderdir. Parıltıyı ortaya çıkaran konu öğeleri genellikle dağınıktır, onları zorla bir araya toplamaya ise hakkımız yoktur. Bu öğeleri ön plana çıkartmak röportaja yararı noktasında hilekârlık olur. Pek çok fotoğrafta dağınık duran bu tamamlayıcı öğeler bir sayfada bir araya getirilebilir.”²⁸⁴ Biz de Bresson’ın dediklerinden hareketle, farklı karelerde yer alan ve bir konuya odaklanmış öğelerin yan yana getirilmiş fotoğraflarla bir bütünlük kurmasını, fotoröportaj olarak adlandırabiliriz.

Fotoröportaj, birbiriyle yakından ilgili dört aşamadan oluşur. Yurdalan, bu aşamaları bir dairenin dörde bölünmüş eşit dilimleri olarak tanımlar ve her birine eşit emek verilmesi gereğinden söz eder. Bu dilimler: “İlk dilim konunun seçimidir. İkinci dilim seçilen konunun araştırılması, gözlemlenmesi, gerekli ilişkilerin kurulması ve çekim ağacının oluşturulmasıdır. Üçüncü dilim çekimdir. Dördüncü dilim ise seçim ve hikâyeyi oluşturan fotoğrafların yayımlanacağı kaynağa uygun olarak dizilmesidir.”²⁸⁵

Yurdalan, fotoröportajın çekimden çekime, maceradan maceraya koşulan bir heves işi olmadığını, bu alanda çalışan bir kişinin belli bir birikimi olması gerektiğini de önemle vurgular: ”Ciddiyetle ele alınmış bir röportajın ortaya çıkması için masa başında yapılan araştırmalar, alanda yapılan gözlemler ve yeterli düzeyde ilişki kurabilmek için harcanan çabalar bir hayli zaman ve emek gerektirir... bu nedenle fotoğrafçının sadece kamera kullanmakta ustalaşması yetmez, fotoğrafçı, aklını fikrini, entelektüel birikimini, estetik düzeyini, dünya ilgisini, toplumsal sorumluluklarını, hayat bilgisini siyasal donanımını, felsefî düzeyini de

²⁸³Şeyda SEVER, A.g.m.

²⁸⁴ Henri Cartier BRESSON, **Karar Anı**, Çev. İlker Maga, 14.

²⁸⁵ YURDALAN, A.g.e., 151 özet bilgi

beslemelidir...”²⁸⁶ diyerek fotoröportajcının kendisini entelektüel açıdan yetiştirmesini, okumaya ve araştırmaya zaman ayırmasını, böylelikle donanımlı bir birey haline gelmesini öğütler.

Fotoröportaj çalışması yapan birinin, gazetesi için özenle haber derleyen muhabirden farklı olmadığını belirten Yurdalan; “Fotoğrafla yapılan belgeleme çalışmasında ise, tıpkı demeç alan muhabir gibi tek fotoğrafla, haber kurgusu yapan muhabir gibi çevreyi de gösteren birkaç fotoğrafla; röportaj yapan muhabir gibi biraz daha çevre bağlantılarıyla ve derinlemesine bakışla birlikte foto röportaj yöntemi kullanılarak tanıklık kayda geçirilir...”²⁸⁷ cümleleriyle bu benzerlik ve titizliğe işaret eder. Yurdalan; “Belgesel çalışmada fotoröportaj yöntemini kullanan, bir hikâye anlatmayı tercih eden fotoğrafçının ilgi alanı, insanlar ve çevresiyle birlikte topyekun hayattır.”²⁸⁸ diyerek fotoröportajcının konusu insan olan her konuyla ilgilenebileceğini belirtir. Fotoröportajcı, bütün bu çalışmalar sonunda, konusu insan olan bir dizi fotoğraftan oluşan, görüntülü öykü; yani başarılı bir fotoröportaj meydana getirmiş olur. Fotoröportajda önemli olan, pek çok görüntüyü art arda çekip yayımlamak değil; bu fotoğrafların bir konu ve görüntü kompozisyonu oluşturarak, bir bütünlük içinde uyumunu sağlamaktır.

Fotoröportajın tarihsel ve teknik gelişimine de kısaca değinmek yararlı olur. Mathew Brady’nın Amerikan İç Savaşı’nı fotoğraflaması, Paul Nadar’ın babasının bir röportajını görüntülemesi literatürde ilk fotoröportaj örnekleri sayılır.

Ara Güler fotoröportajı, yaygın olarak magazin fotoğrafçılarının kullandığını söyler. “İlk foto muhabirlerinin fotoğrafları bir müddet olaylara paralel gitti ve tek tek kullanıldı. Daha sonra röportaj fikri ortaya çıkınca, yazılarla birlikte seri halde fotoğraflar da kullanılmaya başlandı. Bu foto-muhabirleri ilk magazin fotoğrafçıları olarak o devir basınının en tarihi dokümanlarını topladılar.”²⁸⁹

²⁸⁶ A.g.e., 152.

²⁸⁷ A.g.e., 149.

²⁸⁸ A.g.e., 148-149.

²⁸⁹ Ara GÜLER, **Fotojurnalizm**, 10.

Bu iş başlangıçta, dizi fotoğraf çekme ve bunları gazetelerde yayımlama açısından teknik olanakların yetersizliğinden dolayı zordu. “1890’lardan sonra half-tone baskının yaygınlık kazanmasıyla birlikte fotoröportajlar basında daha çok yer almaya başladı. Gazete editörleri olayları daha çarpıcı sunabilmek için daha çok fotoğrafa yer vermek istiyorlardı. Fotoröportajların hazırlanmasında editöre çok iş düşüyordu. Bazen tek, bazen de birden fazla fotoğrafçı tarafından çekilmiş fotoğraflar editör tarafından tarihsel ya da tematik olarak bir düzen içine oturtuluyor ve yayına hazırlanıyordu. Ancak fotoğraf makinelerinin ve malzemelerin henüz yeterince hızlı olmaması fotoröportajların yapılmasını zorlaştırıyordu.”²⁹⁰ Bu zorluklar 20. yüzyılın başında aşıldı. Fotoğraf makinelerinin küçülüp hız kazanmalarıyla birlikte, özellikle, Avrupa’da, başarılı fotoröportajlar yayımlanmaya başlandı. Modern anlamda ilk başarılı fotoröportajlar Almanya’da yayımlandı. “Leicanın mucidi Oskar Barnack 1920 yılında henüz geliştirme aşamasında olduğu Leica kamerasıyla ile Wetzlar kentinde bir sel baskınıni dizi fotoğraflar şeklinde çekmiştir. Prototip Leica’sıyla seri fotoğraflar çekme alışkanlığında olan Barnack’ın bu anlayışı o dönemde henüz amatör ve profesyonel fotoğrafçılar arasında yerleşmemiştir.”²⁹¹

Barnack’ın Leica’sı 1925 yılında, Almanya’da piyasaya sürüldü: Bu küçük fotoğraf makinesi taşıma ve gizlenebilme kolaylığı ile foto muhabirine büyük avantajlar sağladı. Bu, fotoröportajcılar için tam bir devrim yarattı; “Artık fotoğraf makineleri hemen her yere girebiliyor, çok daha fazla ve ayrıntılı fotoğraflar çekilebiliyordu. Kötü ışık koşullarında bile fotoğraf çekmek mümkün olmaya başlamıştı. Fotoğrafta hareketin dondurulması artık zor değildi. Bu tür teknik gelişmeler fotoröportaj anlayışında da önemli değişikliklere neden oldu. Gazetecilerin alınmadığı mahkemeler, toplantı salonları, gizlice görüntülenir hale geldi”.²⁹² Bu gelişmelerden sonra, başarılı ve ünlü fotoröportajcılar ortaya çıkmaya başladı: Bunlardan biri, fotoröportaja değişik ivmeler kazandırarak, zamanımızın fotoröportaj örneklerinin ilk uygulayıcısı olarak kabul edilen Stefan Lorant’tır:

²⁹⁰ SEVER, A.g.m.

²⁹¹ ORAL, A.g.t., 24.

²⁹² SEVER, A.g.m,

Fotoröportaj konusunda görüş aktaran yazarlardan Gisele Freund, *Fotoğraf ve Toplum* adlı eserinde Stefan Lorant'tan söz ederek, onun fotoröportaj konusundaki çalışmalarına ve görüşlerine değinir. “ Lorant'ın yenilikçi fikri, fotoğraflı haber anlatıları; yani fotoröportajlar: geliştirmek oldu. Bir hikâyenin, bir dizi fotoğraf eşliğinde anlatılması söz konuydu. Hikâyenin tüm öğelerini bir araya getiren temel bir görüntünün etrafında, ayrıntıları veren çeşitli fotoğraflar toplanıyordu. Fotoröportajlarda, tıpkı tiyatrodaki olduğu gibi, zaman, mekân ve konu birliği olması gerekiyordu. Tiyatrodaki sahnelerin yüksekliği, izleyiciye kurmaca bir gerçeklikle karşı karşıya bulunduğunu hissettirirken, fotoğraflı bir derginin resimlerine gömülen bir okuru, fotoröportajdan koparan hiçbir unsur bulunmuyordu. Okur, fotoğrafını gördüğü insanlarla kolayca özdeşleşebiliyordu...Lorant, halkın sadece önemli kişilerin davranışları ve yaşantıları hakkında bilgi almak istemediğini anlayan ilk kişi oldu. Sokaktaki insan, kendi yaşantısıyla bağlantılı konularla da ilgileniyordu. Bu fikir, birkaç yıl sonra, *Life* dergisinin kazanacağı büyük başarının da temeli oldu. Bu tarihten sonra, resimli dergilerde fotoğrafları yayımlanan kişiler, sadece dönemin önemli kişilikleri olmayacaktı, halkın gündelik yaşamından kişiler de dergilerde kendilerini göstermeye başlayacaktı.”²⁹³

Stephan Lorant ile birlikte, fotoröportajın konusu genişledi. Artık salt önemli insanların dizi fotoğrafları değil; sıradan insanların fotografik öyküleri de dergilerde yer bulmaya başladı.

Fotoröportaj tekniği, Almanya'da gelişmiş, fakat; teknik olarak fotoröportajın en iyi uygulayıcısı ABD'deki *Life* dergisi olmuştur. Bu dergide, 16 fotoğraf olarak yayımlanan -dizi fotoğrafın en önemli ustası sayılan - Eugene Smith'in *İspanyol Köyü* adlı çalışması, fotoröportaj örnekleri olarak yayımlanır. “Her biri başlı başına etkileyici fotoğraflar olmakla birlikte,- bu dizide yer alan fotoğraflardan bazıları dizinin kendisi kadar tanınmıştır-, toplam 10 sayfaya yayılan röportaj, köyün genel görünümü, çalışan insanlar, dinsel tören, ölüm, okul, sağlık gibi motifleri işleyen fotoğraflarla bir bütündür. Tek tek her fotoğraf alt yazı, sayfa düzenlemesi,

²⁹³ Gisele FREUND, *Fotoğraf ve Toplum*, Çev. Şule Demirkol, 111.

fotoğrafların boyutları gibi unsurların da katkısıyla birbirini tamamlar; her birinin kendi öyküsü olan fotoğraflar, birlikte algılandığında adeta bir romanın halkaları gibi bütünü oluşturduğu görülür.”²⁹⁴ bu haliyle bu fotoğraflar, en başarılı fotoröportaj uygulamaları ve örnekleri olarak belgesel fotoğraf tarihindeki yerlerini alırlar.

Bu yüzyılın önemli bir diğer fotoröportajcısı Hans Baumann'dır. Baumann; “1893 yılında, bir bankacının oğlu olarak doğmuş ve sanat eğitimi almaya başlamıştı. 1914'te orduya alınmış ve savaş sonrasında, aile servetlerini enflasyon yüzünden kaybeden tüm gençler gibi o da bir açmazla karşı karşıya kalmıştı. Hayatını kazanmak için eğitimini yarıda bırakmak zorundaydı. 1926 yılında, Berlin'de yayınlanan *B.Z. Am Mittag* gazetesine çizer olarak girdi. Büyük spor olaylarını resimleme konusunda uzmanlaştı ve çalışmalarında genellikle fotoğraftan yararlandı. Bağlı bulunduğu gazete, diğer tüm gazeteler gibi fotoğrafa önem vermeye başlayınca, fotoğrafçılık mesleğine atılmaya karar verdi...*Dephot* ajansı sayesinde Stefan Lorant'la tanıştı ve 1929 yılında *Münchner Illustrierte Presse* ve *Berliner Illustrierte* için çalışmaya başladı. Yeni mesleğini, eski mesleğinden ayırmak için Felix H. Man takma adını kullanmaya başladı. Aynı yıl ilk gece fotoröportajını hazırladı ve “*Kurfürstendamm'da geceden şafağa*” başlığıyla yayımladı. *Munich* resimli dergisi, ona, fotoröportajları karşılığında ayda en az 1000 mark tutarında bir ücret ödemeyi önerdi. O dönemdeki ortalama memur maaşlarının 500 mark civarında olduğu düşünülecek olursa oldukça yüksek bir ücret önerilmiş olduğu görülür. 1929 ve 1933 yılları arasında 80 fotoröportaj yayımladı. Halka açık havuzların, fabrikalarda çalışan işçilerin, restoranların, boks maçlarının, lunaparkların ve kalabalıkların bir araya geldiği sayısız mekânın fotoğraflarını çekti... Otuzlu yılların başında Man, Mussolini'yle ilgili bir fotoröportaj hazırlamak üzere Roma'ya gitti. O güne kadar hep cafcacflı, kurmaca fotoğraflar yayımlamıştı. Man, sabah yediden gece on bire kadar bütün bir günü Duce ile birlikte geçirdi ve yayımladığı fotoröportaj, canlı olarak çekilen görüntülerin doğallığı konusunda bütün bir döneme ilham kaynağı oldu. Man, yaşadıklarını şöyle anlatıyor: ‘Mussolini'nin ofisi çok büyüktü, tıpkı bir müzenin girişi gibi mermer sütunlarla ve direklerle çevrelenmişti. Bakanlarına karşı hiç hoş

²⁹⁴ ORAL, A.g.t., 22.

davranmıyor, aşırı rahat bir tavır sergiliyordu. İçlerinden biri, postalarını getirdi, mektupların bazılarının üzerinde "önemli" damgası vardı. Mussolini zarflara bakıyordu, ilginç bulduğunu açıp okuyordu, ilgisini çekmezse havaya fırlatıyordu ve bakanlardan birinin bunları yakalaması gerekiyordu. Fotoröportaj büyük ses getirdi ve Man 3000 mark kazandı.”²⁹⁵

Fotoröportaj, Almanya’da olduğu gibi ABD’de de etkili oldu. Freund’un *Fotoğraf ve Toplum* kitabında ayrıntılı olarak anlattığı üzere; Henry R. Luce’un Yale’ den arkadaşı olan Briton Hadden ile birlikte, çeşitli maddî olanaksızlıklara rağmen, ilk sayısını 1923 yılında *Time* adlı haftalık dergi yayımladılar. Freund bu derginin kuruluş amacını şu şekilde özetler: “*Time* ismini, bir akşam, metrodaki bir ilânı okurken bulmuştu. O dönemde yirmili yaşlarında olan genç girişimciler, piyasada iş yaşantısının hızlı ritmine uyum sağlamayı başaran hiçbir dergi bulunmadığını gördüler. İşleriyle meşgul insanların bilgi edinmek için yeterince zamanları yoktu. Böylece bu boşluğu doldurmaya karar verdiler ve bir hafta içinde olup biten tüm olaylar üzerine bilgi verecek haftalık bir dergi hazırlamaya başladılar.”²⁹⁶

Time’ın başarısı üzerine, 1936 yılında, onunla aynı yaklaşımı benimseyen - yukarıda kısaca söz ettiğimiz- *Life* dergisi, yayımlanmaya başlanır. Bu dergi daha kapsamlı bir dergidir. “ Derginin içeriğinde on yedi özel alan mevcuttu... Her bölümün başında bir editör ve bir araştırmacı bulunuyordu ve bunların da altında yardımcı editörler ve araştırmacılar görev alıyordu. Bütün araştırmacılar kadındı. Metin yazarları, genç üniversite mezunları arasından seçiliyordu ve...Yale’de okumuş olanlar tercih ediliyordu. Her hafta, bütün bölümler, bölüm şeflerine, "cepteki fotoröportajları" ve öngörülen tasarıları içeren bir liste sunuyordu.”²⁹⁷ Bu dergiler, dünyanın en saygın haftalık gazeteleri haline gelerek, fotoröportaj alanında ABD’de ve dünyada başarılı çalışmalar yayımladılar.

²⁹⁵ FREUND, A.g.e, 112, 113 özet

²⁹⁶ FREUND, A.g.e., 125, 126.özet

²⁹⁷ FREUND, A.g.e., 128.

1950’lerden sonra gazete ve dergiler, bütün dünyada, fotoröportajlara sıkça yer vermeye başladılar. Foto röportajların yaygınlaşmasıyla, gazetelerin sayfa düzenlemeleri değişti. Sayfa düzenine ve konuya uygun fotoğraf seçimi önem kazandı. Çoğunluğunu eski foto-muhabirlerinin oluşturduğu ‘fotoğraf editörlüğü’ adıyla yeni bir branş doğdu.

Türkiye’de fotoröportajın en önemli isimleri arasında Ara Güler ve Fikret Otyam sayılmaktadır. Otyam, Güler ve Yaşar Kemal’in birlikte yaptıkları *Anadolu Röportajları*, büyük ilgi görmüş, önemli çalışmalardandır.

2.10 BELGESEL FOTOĞRAFIN TARİHSEL GELİŞİMİ

2.10.1 Belgesel Fotoğrafın Dünyadaki Tarihsel Gelişimi ve Bazı Belgesel Fotoğrafçılar

Belgesel fotoğrafın tarihsel gelişimine bakıldığında, her dönemin çeşitli evrelere ayrıldığı görülmektedir.

Bu evrelerden ilki, fotoğrafın icadıyla başlayıp, 1900’lere uzanır. “Bu dönemde, fotoğrafçılar, nesnel bir yaklaşımla dünyayı kaydetmeye çalışmışlardır. İzleyicileri heyecanlandıran, daha önce hiç görülmemiş yerlerin ve yabancı insanların görüntülerini çekmek üzere uzaklara gitmişlerdir”²⁹⁸ Bu dönemde yeni bir buluş olmasından dolayı, fotoğrafçıların çektikleri her kare, toplumda heyecan uyandırmaya yetmiştir. Bu nedenle yaşadıkları yerde çekim yapan veya ülkeleri dışına çıkan fotoğrafçılar, gördüklerini kaydetmeye çabalamışlar; bu kayıt esnasında duygu, düşünce ve ayrıntıları görme gereksinimi duymamışlardır.

Belgesel fotoğrafın ilk örnekleri, Newheaven isimli küçük bir İskoç balıkçı köyünde çekilen fotoğraflardır. “Belgesel fotoğrafın tarihine baktığımızda ilk

²⁹⁸ ÖZEL, A.g.t., 43. Arthur SİEGEL, *Fifty Years of Documentary*, 88-89’den alıntı.

örneklerinin 1842 yılında David Octavius Hill ve Robert Adamson'un, çektiği 470 adet İskoç din adamı ve balıkçıların fotoğrafları olduğu söylenebilir.



Fotoğraf.2.27 1845, Newheaven, İskoç balıkçı köyü
David Octavius Hill ve Robert Adamson

Bu fotoğrafçıların amaçları, balıkçıların daha iyi tekne donanımı edinmeleri ve böylece açık denizlerdeki güvenliklerinin sağlanması için gerekli koşulların oluşmasıydı.”²⁹⁹ 1855-1856 yıllarında Roger Fenton, Kırım Savaşı’nı belgelemiştir, 1861-1865 yılları arasında Matthew Brady ve bir grup fotoğrafçı Amerikan İç Savaşı’nı fotoğraflayan ilk savaş fotoğrafçıları olmuşlardır. “1870’li yıllarda John Thomson, *Londra’da Yaşam* adlı çalışmasıyla Londra’nın yoksul insanlarını ve çeşitli mesleklere ait belgeleme çalışmalarını gerçekleştirmiştir. Aynı yıllarda ABD’de Adam Clark Vroman ve Edward S. Curtis Kızılderililerin fotoğraflarını çekmeleri, kaybolmakta olan bir kültürün belgelendiği ve dünya kamuoyuna sunulduğu ilk önemli belgesel çalışmalardır.”³⁰⁰

John Thomson, 1870’li yıllarda belgesel fotoğraf çeken önemli fotoğrafçılardan biridir. John Thomson, “Son yıllarını Londralı zenginlerin portre fotoğraflarını çekerek geçirmesine rağmen, sosyal konular üzerinde de çalışmalar

²⁹⁹ ÖZDEMİR, “Belgesel Fotoğraf ve Toplumsal Bilinç” 7.

³⁰⁰ ÖZDEMİR ,A.g.m., 7.

yapmış, Uzak Doğu'da on yıl kalmış ve belgelemek amacıyla fotoğraflar çekmiştir.”³⁰¹

İngiltere'de, 1897 yılında, Sir Benjamin Stone tarafından kurulan, *Ulusal Fotoğraf Kurumu* (*National Photographic Association*), belgesel fotoğrafın kurumlaşmış ilk örneklerinden sayılır. Kurumun amacı eski İngiliz örf ve âdetlerinin belgelenmesidir. Bu kurum, geride, tümü tarihî belgesel nitelikte yirmi iki bin fotoğraf bırakmıştır.

Belgesel fotoğrafçılığın diğer evresini, belgesel fotoğrafta gerçeği aktarırken, fotoğrafçının kendi yorumunu kattığı ikinci evre oluşturmaktadır. Bu aşama, belgesel fotoğrafın tarihsel sürecinde geldiği önemli bir noktadır. Bu tür çalışmalara ilk örnek, Danimarkalı Jacob Riis'in fotoğraflarıdır. 1880-1890 yılları arasında Jacob Riis, *Öteki Yarı Nasıl Yaşıyor*, adlı projesiyle New York gecekondularındaki sefalet içindeki yaşamı belgelemiş, yoksul kesim yararına bazı kanun değişiklikleri yapılmasında önemli bir rol oynamış; böylece fotoğrafa toplumsal eleştiri girmiştir.

Jacob Riis'in başlattığı toplumsal reformcu etkinlik, bir ilkokul öğretmeni olan Lewis Hine tarafından sürdürülmüştür. 1900'li yılların başında Lewis Wickes Hine, yoksulların, göçmenlerin ve kötü koşullarda çalıştırılan çocuk işçilerin fotoğraflarını çekmiştir. Lewis Hine'in çarpıcı kompozisyonlardan oluşan etkili fotoğrafları, işgücünün kötüye kullanılmasıyla ilgili federal yasaların değiştirilerek çocuk işçiliğın önlenmesine ve daha insanca çalışma koşullarının oluşturulmasına katkıda bulunmuştur. Hine, fabrikalarda çalışan çocukları fotoğraflamış ve fotoğraflarının kamuoyundaki olumlu etkileri dikkatleri çekerek, “ önemli bazı yasaların (küçük çocukların fabrikalarda çalıştırılmasının menedilmesi gibi) kabul edilmesini sağlamıştır.”³⁰²

³⁰¹ ÖZEL, A.g.t., 44. Thilo KOENING, *The Other Half, A New History of Photography*, 348'den alıntı.

³⁰² Seyide PARSA, *Fotoğraf ve Gerçeklik*, 162,

Hine'in çağdaşı olan bir diğer belgesel fotoğrafçı Eugene Atget'tir. Atget, 1900'lerin başından itibaren Paris'i ve çevresindeki günlük yaşamı fotoğraflamış; geride on bin fotoğraf bırakmıştır. Eugene Atget ve Lewis Hine, bu özellikleriyle ilk başarılı toplumsal belgeselciler olarak kabul edilmektedirler.

1920'lerde, Almanya'da, belgesel alanda eser veren fotoğrafçılardan biri August Sander'dır. Sander, *20.Yüzyıl İnsanı* ve *Çağın Görünümü* başlıkları altında topladığı albümlerinde, Alman toplumunun meslek ve sınıflarına örnek olacak grupların fotoğraflarını çekmiştir. "Sander...kimseye engel olmadan, kimseyi geriye itmeden, hiç kimseyi ileriye almadan yani modellerinin duruşlarını değiştirmeden onları olduğu gibi fotoğraflamıştır...August Sander, dönemindeki Nazi baskılarına ve bombardımanlarına rağmen Nazizme yönelen Alman toplumunu gözler önüne seren belgesel ve duyarlı nitelikte fotoğraflar çekmiştir. 1934 yılında "*Zamanımızın Yüzü*" ya da "*Çağın Görünümü*" (*Anlitz der Zeit*) diye bilinen kitabı, Naziler tarafından toplatılarak 70.000'den fazla negatifi ya da klişesi yok edilmiştir... Şans eseri geride kalan yüzlerce fotoğraf, eşsiz ve büyüleyici toplumsal kayıtlar olarak tarihe geçmiştir."³⁰³

ABD'de belgesel fotoğrafın gelişimine bakacak olursak, karşımıza FSA (Farm Security Administration) adlı kurumsal bir yapı çıkar. 1930'larda yaygınlaşan ülkedeki ekonomik krizin atlatılması için Roy Stryker başkanlığında FSA (Farm Security Administration) "Çiftçi Güvenliği Yönetimi" adında bir örgüt kurulur. Bu örgütte, yoksul halkın yaşam koşullarının belgelenmesi için bir grup fotoğrafçı görevlendirilir. FSA projesi, 1935-1943 yılları arasında tarihin en büyük belgesel fotoğraf çalışması olarak görülen ve 270.000 fotoğraftan oluşan bir proje gerçekleştirmiştir. Bu proje, fotoğraf tarihinde yapılmış en önemli sosyal belgesel çalışmalar arasındadır.

Belgesel alanındaki bir diğer önemli çalışmalar yapmış oluşum, Magnum Ajansı'dır. "1947 yılında altı farklı ülkeden altı belgesel fotoğrafçının kendilerine ait

³⁰³ ÖZDEMİR, "Bir Toplumun Belgeselcisi: August Sander", internet makale

hikâyeleri dergilere satabilme amacıyla kurduğu ve aralarında H.Cartier Bresson, Werner Bischof, David Seymour, Ernst Haas, George Rodger ve Robert Capa gibi fotoğrafçıların bulunduğu Magnum Ajansı fotoğrafçıları, başta İkinci Dünya Savaşı'nın bütün cepheleri olmak üzere, Kore, Vietnam ve İspanya'da çalışmalar yapmışlar ve fotojurnalizmi zirveye çıkararak fotoğrafın toplumsal bilinç oluşturmadaki önemini ortaya koymuşlardır.”³⁰⁴ Magnum fotoğrafçıları, çektikleri fotoğraflarla kendi ülkelerinde ve dünyada toplumsal bilinç oluşmasında ve siyasal iktidarların kararlarını tartışılır hale getirmede önemli görevler üstlenmiştir.

Aralarında Aaron Siskind, Eliot Elisofon, Sid Grossman, Sol Libsohn, Walter Rosenblum gibi fotoğrafçıların bulunduğu "Photo League (fotoğraf Birliği) adındaki topluluk, 1936 yılında Newyork'ta kurulmuş; grubun dağıldığı 1951 yılına kadar, dünyanın gerçek görüntülerini kaydederek, fotoğraf makinesine eski değerini geri vermeye çalışmışlardır.

Belgesel fotoğrafçılıkta üçüncü evrenin, Robert Frank'ın *The Americans* adlı kitabının 1958'de yayımlanmasıyla başladığını söyleyebiliriz. İsviçre asıllı olan Frank, 1947 yılında, göçmen olarak ABD'ye gitmiş, bu ülkeyi karış karış gezerek Amerikan toplumundaki iletişimsizliği ve yabancılaşmayı fotoğraflamıştır. Bu evrede, psikolojik gerçekliği aktarma, görsel ve sosyal gerçekliği ifade etmekten çok daha önemli bir hale gelmiştir. Toplum sorunları yerine birey sorunları ve daha çok insanın iç dünyası ön plana çıkmıştır. Bu tarzın önemli fotoğrafçılarından biri Nan Godin'dir: Goldin'in çoğu, 1990'lerde çekilmiş fotoğrafları, adeta kendi yaşamının, çevresindeki insanların görsel günlükleridir. O'nun fotoğraflarında, objektifin yöneldiği insanlara ve mekânlara 'dışarıdan' değil 'içeriden' bir bakış hakimdir.“ Goldin de, Frank gibi toplumun dışında, fakat o dışarıdan bakıp ait olmadığı toplumu fotoğraflamak yerine, kendisi gibi, marjinal, sıra dışı insanlardan oluşan yakın çevresini fotoğraflar. Bu insanlarla olan ilişkilerini doğallıkla, saklamadan, bir itirafname havasında açık açık ortaya koyar.”³⁰⁵

³⁰⁴ ÖZDEMİR, “Belgesel Fotoğraf ve Toplumsal Bilinç”, 8.

³⁰⁵ TOPÇUOĞLU, *Fotoğraf Ölmedi Ama Tuhaf Kokuyor*, 26.

Belgesel fotoğrafçılık tarihini kişiler ölçeğinde uzatmak ve genişletmek olanaklıdır. Bu aşamada, çağdaş, iki belgesel fotoğrafçıdan söz etmek gerekir. Bunlardan biri, 1982 yılından beri toplumsal belgesel fotoğraf projeleri gerçekleştiren Amerikan toplumunun eleştirisini yapan bir fotoğrafçı olan Ken Light'tır. 1950 New York doğumlu Ken Light, Kaliforniya Berkeley Üniversitesinde öğretim görevlisidir. “Önemli eserlerinden biri *Texas Death Row* Amerikan hapishanelerinde ölüme mahkûm olmuş ve infaz bekleyen suçlular üzerine yapılmış bir çalışma olup, bu yapıt çok konuşulmuş bir yapıttır. Ken Light, 1995'te yayımlanan *Delta Time* isimli kitabında kırsal kesimlerde yaşayan fakir siyahların pamuk tarlalarındaki yaşamını belgesellemiştir. Ken Light'ın toplumsal belgeci fotoğrafları Amerika'da *Newsweek*, Fransa'da *Paris Match*, Almanya'da *Tempo*, Hollanda'da *Nieuwe Revu*, İngiltere'de *London Telegraph* ile Japonya, Meksika ve İspanya'nın önde gelen dergilerinde kullanılmaktadır. Türkiye dahil dünyanın bir çok ülkesinde çalışma grupları ve seansları düzenleyerek kendi birikimini gelecek nesillere aktarma görevini de üstlenen Ligth. ‘Uluslararası Belgesel Fotoğraf Vakfı’nın kurucusudur.”³⁰⁶

Son yıllarda ortaya çıkan belgesel fotoğrafçıların belki de en ünlüsü, Brezilya asıllı fotoğrafçı Sebastiao Salgado'dur. Bir ara Magnum Ajansı üyeliği de yapan Salgado; ABD başkanı Reagan'a düzenlenen suikast girişimini fotoğraflaması ile ün kazanmıştır. Salgado'nun belgesel yapıtlarına kısaca göz atarsak: “O’nun ilk uzun soluklu belgesel çalışması 1977-1984 yılları arasında Brezilya’da uzak dağ köylerini gezerek *Other Americans/Öteki Amerika* (1986) adlı albümüdür. 1980 yılında, on beş ay boyunca, “Fransız Sınır Tanımayan Doktorlar Topluluğu” ile Afrika’nın Sahra bölgesini gezerek *Sahel: L’Homme en Détresse / Sahra: Izdırıp İçindeki İnsan* adlı çalışması ile 1986 ve 1992 yılları arasında o ana kadar ki en büyük projesi olan *Workers/İşçiler* (1993) adlı çalışması onun en önemli belgeselleridir. Salgado, bu albümü hazırlarken yirmi altı ülke gezer ve geniş çaplı bir işçi profili çıkarır...

³⁰⁶ www.fotografya.gen.tr/issue-14/Bio.htm, özet

Salgado, 2002’de çocuk felcinin kökünü kazımak için gerçekleştirilen evrensel kampanya ile birlikte belgesel çalışmalarını tamamlamıştır.”³⁰⁷

“Salgado’ya göre, projelerinde iyi sonuca ulaşmak, fotoğraflanan insan ile kurulan ilişkiye bağlıdır. Bu yüzden Salgado, çalışmalarını gerçekleştirirken, fotoğraflayacağı kişiler ile benzer koşullarda yaşar, onların yolculuk ettiği şekilde yolculuk eder.”³⁰⁸ Salgado’nun çalışmalarına geniş bir perspektifle bakıldığında, kendi ideolojisini de fotoğraflarına yansıttığını söylememiz mümkündür. Topçuoğlu, onun tarzını şu cümlelerle özetler: “Kertesz ve Cartier-Bresson geleneğini sürdüren Salgado, fotoğraflarındaki insanlara saygı ve sevecenlikle yaklaşp insancıl ve ironiden uzak konvansiyonel belgesel tavrı sergiliyor...geleneksel endişeler içinde bir görsel düzen arayışındadır. Tarafsız değildir, fakat onun öznelliği kendi “güzellik” kaygısında tanımlanır.”³⁰⁹

Belgesel fotoğrafın tarihsel gelişimi içinde fotoğrafçıların biçim ve içerik açısından yeni denemeleri her dönemde olmuştur. Günümüzde de belgesel fotoğrafçılık, yeni arayışlarla toplumu ve insanı anlatmaya, kişisel kaygıları, toplumsal sorunları aktarmaya devam etmektedir.

2.10.2 Belgesel Fotoğrafın Türkiye'deki Tarihsel Gelişimi

Osmanlı İmparatorluğuna fotoğraf, Fransa’da Daguerre’in görüntüyü kağıt üzerine tespit etmeyi başarmasından (1839) ve bu buluşunun Fransız Bilimler Akademisi tarafından kabul edilmesinden kısa bir süre sonra girer. “O sırada Paris’te eğitim gören Serasker Hüsrev Mehmet Paşa’nın dört cariyesi fotoğraflarını çektirerek paşaya yollarlar. Paşa da bu fotoğraflardan birini Sultan II. Mahmut’a sunar. Bunlar Türkiye’ye ilk giren fotoğraflar olarak kabul edilir.”³¹⁰

³⁰⁷ <http://www.msxlab.org/forum/sanat-ww/200034-sebastiao-salgado-özet>

³⁰⁸ <http://www.msxlab.org/forum/sanat-ww/200034-sebastiao-salgado->

³⁰⁹ TOPÇUOĞLU, A.g.e., 22.

³¹⁰ ÖZTUNCAY, A.g.e., 24.

İstanbul'daki ilk stüdyo, 1845'te İtalyan asıllı Naya adlı bir sanatçı tarafından Beyoğlu'nda açılan bir fotoğrafhanedir. Naya'nın Taksim'deki bu stüdyosu 1857'ye kadar açık kalır.



Fotoğraf 2.28 1855, Ömer Paşa, Roger Fenton

1850'li yıllarda, İstanbul'da, bazı önemli fotoğrafhaneler açılır. Bunlardan biri, Pera'da Vasilaki Kargopulo tarafından açılan stüdyodur. Kargopulo Sultan Abdülhamit'ten "Padişah Hazretlerinin Fotoğrafçısı" unvanını alır. Vasilaki Kargopulo bir fotoğraf sanatçısı olarak özellikle "İstanbul şehrinin panoraması" çekimlerinde çok başarılı olur. Kargopulo, Boğaziçi serisinin yanında ayrıca balıkçı, manav, seyyar satıcı, şerbetçi vb. gibi Osmanlı İstanbul'unun yaşayan tiplerini de fotoğraflar. Ayrıca İstanbul'un tarihi ve folklorik unsurlarının belgelenmesinde büyük katkıları olur. Bu yönüyle Kargopulo için, fotoğraf tarihimizde, İstanbul'la ilgili ilk belge fotoğrafları çeken sanatçıdır, diyebiliriz.

"1853'te başlayan Kırım Savaşını belgelemek üzere "Photographic Van" adında bir atlı araba karanlık odası ile İngiliz Roger Fenton, Şubat 1855'de Kırım'a gider ve tarihe geçen savaş fotoğrafları çeker. Roger Fenton'un İngiliz kumandan Lord Raglan ve Fransız Mareşali Pelissier'in Osmanlı kumandanı Ömer Paşa ile yardımcısı İsmail Paşa ve askerlerinin birlikte görüntülediği fotoğraflar, son derece güzeldir. Roger Fenton aynı savaşla ilgili olarak " *Balaklava- Kadıköy Tepelerinde Osmanlı Çadırları, Balaklava Limanında Osmanlı Topçu Birliği, Hırvat ve*

Karadağlı Gönüllüler” adını verdiği fotoğrafları savaş fotoğrafçılığının en eski ürünlerinden sayılır.”³¹¹

Kronolojik bir sıra takip edersek 1857’de, Pera’da küçük bir stüdyo açan Pascal Sebah’ı görürüz. “Pascal Sebah; stüdyo çekimlerinin yanında panoramalar, stereoscope’lar, manzaralar, Doğu yaşantısından kesitler çeker. Bursa, Ege kıyıları, Atina, Mısır ve Libya fotoğrafları da buna eklenince sanatçının ünü daha da artar.”³¹²

“İstanbul’da stüdyo açan fotoğrafçılardan biri İsveçli Guillaume Berggren’dir. Berggren 1870’li yılların başında Pera, Derviş Sokağı’nın başında stüdyosunu açar. İstanbul’un en güzel görüntülerini belgeler: Boğaziçi kıyılarının, sokakların, çeşitli sınıflardan tiplerin, manzaraların belgeleyicisi olur. Hamidiye Demiryolu’nun yapımı sırasında istasyon binaları ile pek çok kentin fotoğrafını çeker.”³¹³ Bu dönemin en ünlü fotoğrafçıları Abdullah Biraderler olarak tanınan kardeşlerdir. “Bunlar, Diyarbakır’dan İstanbul’a gelen Ermeni asıllı Kevork, Wichen ve Hovsep Abdullah adlı üç kardeşir. 1858’de Beyazıt’ta, 1867 yılına Pera’da, “Abdullah Kardeşler (Freres ya da Biraderler)” adlı ünlü stüdyolarını açarlar. Kısa zamanda bu küçük dükkânı geliştirip, bir iş yeri haline getirirler. Soyluların, gemicilerin, balıkçıların, kral, kraliçe ve prenseslerin de fotoğraf çektirmeye gelmesiyle Abdullah Kardeşlerin ünü her geçen gün artar. Bir süre sonra Abdullah Kardeşler, Sultan fotoğrafçılığına atanırlar. Sultan Abdülaziz’in üniformalı fotoğraflarını çekerler.”³¹⁴

Aynı dönemin fotoğrafçılarından Abdullah Kardeşlerin asistanlığını yapan Bogos Tarkulyan, 1870’li yıllarda Pera’da bir fotoğrafane açar. Adını Phebus (Febüs) koyar. Kendisi de bu isimle yani Febüs Efendi diye anılır. Portre ressamlığını çok iyi bildiği için stüdyosunda bu konuya da yoğunlaşır.

“... 1890’lardan sonra stüdyo fotoğrafçılığı yanında olay fotoğrafçılığı ve muhabirlik önem kazanır. Örneğin Stefan Stournaras, 1897 Türk- Yunan Savaşı’nda,

³¹¹ ÖZTUNCAY, A.g.e., 27.

³¹² SATKIN, A.g.t.,46.

³¹³ SATKIN, A.g.t.,47.

³¹⁴ SATKIN, A.g.t.,48

hem Osmanlı, hem Yunan tarafından savaş fotoğrafları çeker. Bu fotoğraflar gazete ve dergilerde yayımlanarak foto-muhabirliğinin önü açılır. Böylece fotoğraf - portre fotoğrafları dışında - stüdyodan çıkarak gazete ve dergilerde kullanılmaya başlanır, giderek yaygınlaşır.”³¹⁵

Sultan İkinci Abdülhamit Osmanlı padişahları içinde, fotoğrafa en çok önem veren padişaktır. Onun on binlerce fotoğraftan oluşan Yıldız Albümleri adlı fotoğraf albümü belge fotoğrafı olarak tarihe tanıklık edecek niteliktedir. Bu albümlerde, imparatorluğun değişik yörelerindeki mimarî yapılardan donama fotoğraflarına kadar pek çok görüntü tarihe tanıklık eder.

1908 yılında ilân edilen İkinci Meşrutiyet'in yarattığı geçici özgürlük ortamı, fotoğraf kullanımını daha da yaygınlaştırmış; Ferit İbrahim, Sirkeci'de, Müslümanların açtığı ilk fotoğrafhanelerinden birini kurmuştur. “Sirkeci'de açılan ‘Ferit İbrahim Fotoğrafhanesi’ ise fotoğrafçılığın benimsenmesinde oldukça önemli bir rol oynamıştır. Ayrıca Ferit İbrahim, ilk kez foto muhabirliği yapmış ve Türkiye'de foto muhabirlerine verilen ilk kimlik belgesini almış fotoğrafçı olarak tanınmaktadır.”³¹⁶

Fotoğraf tarihimizde, belgesel fotoğrafın etkin olarak kullanıldığı ilk dönem Cumhuriyet dönemidir. Atatürk, daha, İstiklâl Savaşı sırasında, görsel bellek oluşturmak amacıyla savaşa giderken söylediği “bu ölüm kalım mücadelesinde bir harp fotoğrafçısını yanımızda götürelim. Bana böyle birini bulun”³¹⁷ sözleri onun fotoğrafın iç ve dış kamuoyunu etkileme gücünün farkında olduğunun en yalın ifadesidir. “Esat Nedim Tengizman, başkomutanlık fotoğraf subaylığına, Ethem Tem Batı cephesi fotoğrafçılığına atanmıştır. Tengizman I. II. İnönü, Sakarya ve Dumlupınar savaşlarını görüntülemiştir...Ethem Tem, Atatürk'ün “Kocatepe” fotoğrafını çekmiştir.”³¹⁸

³¹⁵ SATKIN, A.g.t.,50.

³¹⁶ ÖZEL, A.g.t., 50.

³¹⁷ Melahat KIZIL, Türkiye'de Fotoğraf Dernekleri ve İşlevleri, 12. Ahmet Hamdi TANPINAR , **Türk Devletçiliği ve Himayeci Ferdiyetçilik**, 22'den alıntı.

³¹⁸ Seyit Ali AK, **Erken Cumhuriyet Dönemi Türk Fotoğrafı (1923-1960)**, 17.

Cumhuriyetin ilânı ile birlikte, Atatürk'ün yaptığı her türlü yenilik ve çalışma, belgelenmeye çalışılmıştır. Bu dönem fotoğrafçıları arasında yine Esat Nedim Tengizman, Ethem Tem ile Cemal Işıksel, Jean Weinberg, Othmar Pferschy gibi fotoğrafçılar ön plana çıkmıştır.

“1926 yılında Türkiye’ye yerleşen Avusturya asıllı Othmar Pfershy, Basın Yayın Genel Müdürlüğü adına Anadolu’yu gezerek binlerce fotoğraf çekmiştir. Tarihi yapıları, kent peyzajlarını ve insan yaşamını ele alan bu fotoğraflar, “*Fotoğraflarla Türkiye*” adı altında Almanya’da baskısı yapılan bir kitapta toplanmıştır.”³¹⁹

Cumhuriyet döneminin önemli belgesel fotoğrafçılarından biri Selahattin Giz'dir Sanatçının, 1930'lu yıllarda çektiği fotoğraflarının yer aldığı “*Beyoğlu 1930*” adlı albümünde, İstanbul'un günlük yaşamını yansıtan belgesel nitelikte fotoğraflar yer almaktadır.

Soyadı Kanunu (1934) ile birlikte belgelere fotoğraf yapıştırma gerekliliği o güne kadar hiç fotoğraf çektirmemiş bireylerin fotoğraf ile tanışmasını sağlamıştır. Böylece resmi belgelerdeki kişiyi tanıtan görüntüler sayesinde fotoğraf geniş kitlelere ulaşabilme olanağına erişmiştir.

1933-1937 yılları arasında Basın Yayın Genel Müdürlüğü’nün başında bulunan Vedat Nedim Tör döneminde, halkevlerinde fotoğraf yarışmaları düzenlenmesine başlanmıştır. “Bu arada 1936’da Basın Genel Direktörlüğü’nün açtığı ‘Türkiye Güzellik, Tarih ve İş Memleketi’ adlı sergi, geniş bir çalışmayla yapılan ilk belgesel örneklerinden sayılabilir. Türkiye’yi içerde ve dışarıda tanıtmayı amaçlayan bu sergi, 652 fotoğraftan oluşuyordu. Bunların 500’ü Matbuat Umum Müdürlüğü’nde görevli fotoğrafçıların çektiği 5.000 fotoğraf arasından seçilmişti.

³¹⁹ GÜMRÜKÇÜ, A.g.m.

Diğerleri ise amatör ve profesyonel fotoğrafçının gönderdiği fotoğraflardı.”³²⁰
Bu yarışmalar, daha sonra da sürmüş; Şinasi Barutçu gibi önemli bir sanatçının keşfedilmesine neden olmuştur.

1940’lı yıllarda, Türkiye’de fotoğrafa olan ilgi artmaya ve yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu kuşağın temsilcileri, “bir yandan fotoğrafın belgesel yanı ile ilgilenirken, bir yandan da fotoğraf sanatını yaygınlaştırmanın yollarını aramışlardır. Öncülerinden biri Baha Gelenbevi’dir. Diğer isimler arasında Limasollu Naci, Fikri Kaftan, Hamza Rüstem, Kemal Mete ve Hilmi Kılınçöte bulunmaktadır.”³²¹

1950’li yıllarda fotoğrafçılar, İstanbul, Ankara gibi büyük şehir görüntülerinden sonra, Anadolu’yu keşfeder. Anadolu, doğal güzellikleri ve insanlarıyla fotoğrafa yansımaya başlar. Bu dönemde, daha sonraki dönemlerde de başarılı belgesel fotoğraf örnekleri verecek olan Ara Güler, Yıldız Moran, Semiha Es, Ozan Sağdıç, İnal Tengizman gibi fotoğrafçılar yetişir. Özellikle, Yıldız Moran, fotoğraflarında genellikle kırsal kesimin yaşantısından kesitler aktararak, toplumsal içerikli fotoğraflar çeker.

1950’li yılların ortalarında, Türk kültür ve fotoğraf tarihinde önemli bir dönüm noktası olan *Hayat Mecmuası* yayına başlar. “ *Life* dergisini örnek alan *Hayat Mecmuası* haber, aktüalite, magazin konularını işleyen aylık bir dergi olarak 1954 yılında yayımlanmaya başlamıştır....Derginin yayımlanmaya başlamasıyla foto-röportaj kadrosunda yer alan Ara Güler daha sonra fotoğraf müdürü olarak 1961 yılına kadar burada çalışmıştır. Bu yıllarda Hayat Dergisi kadrosunda yer alan fotoğrafçılardan Ozan Sağdıç, Sami Güner, Fikret Otyam ve Şemsi Güner günümüze dek süren başarılı çalışmalarıyla dikkat çekmiştir.”³²² “Hayat Dergisi kadrosu içinde Semiha Es dünyayı en çok dolaşan kadın foto-muhabiri olarak çalışmıştır.”³²³

³²⁰ GÜMRÜKÇÜ, “Cumhuriyet Dönemi Fotoğrafçılığımızın Gelişimi,” internet makale

³²¹ Engin ÖZENDES, *Türkiye’de Fotoğraf*, 25.

³²² GÜMRÜKÇÜ, A.g.m.

³²³ Hayat Mecmuası, wikipedia

“1960’lı yıllar, Türk fotoğrafının gerçek kimliğine kavuşarak dışa açılma döneminin başlangıcı olmuştur. Bu yıllarda, Türkiye’nin karış karış gezilerek belgelenmesi anlayışı gelenekselleşmiştir.”³²⁴ 1960’lı yılların önemli sanatçılardan biri Fikret Otyam’dır. Yıllarca gazetecilik yapmış, fotoröportajları ile belirli hedeflere ulaşmış olan Fikret Otyam’ a göre fotoğraf; “sanat yapmak için değil, halkın yaşantısını, sorunlarını göstermek, çözüme yöneltmek, belgelemek için bir araçtır.”³²⁵ Otyam, iyi fotoğraf nedir sorusuna; ” iyi fotoğraf denince ışık, renk ve istifleme anlatımı anlıyorum.”³²⁶ diye görüş belirtir. Halkın yaşantısının, sorunlarının üzerine yönelen Otyam’ı bu yönüyle sosyal belgeselci olarak kabul edebiliriz. Nitekim Otyam, Britanli konar göçerlerinin sorunlarını ortaya koyduğu yazı ve fotoğraflarıyla bu aşiretin yerleşim sorununun çözülmesinde pay sahibi olmuştur. Bu arada Otyam’la birlikte çalışan önemli toplumsal belgesellere imza atan sanatçılardan biri de İbrahim Demirel’dir. “...İbrahim Demirel’in çalışmaları arasında, Fikret Otyam ile yaptığı, Doğu Anadolu yolculuğundan oluşturduğu *"Eğer Bizi Sual Eden Olursa"*,1980 yılında yurtdışında çalışan vatandaşlarımızı görüntülediği *"Almanya'daki Türkler"*, *"Anadolu'yum Ben"*, *"Göçerler"*, 1991 yılında Zonguldaklı maden işçilerinin Ankara yürüyüşünü anlatan *"Grevde Bir Gün"*, Gelibolu orman yangınını anlatan *"Gelibolu'dan Mektup Var"* adlı belgesel fotoğraf çalışmaları önemli bir yer tutmaktadır.”³²⁷

Günümüzde savaşın haberini yapmak ve fotoğraflarını çekmek için çalışan en önemli belgesel fotoğrafçılardan biri Coşkun Aral’dır. “Savaşın haberini yapmak ve fotoğraflarını çekmek üzere 25’ten fazla savaşta fotoğrafçı olarak bulunan Coşkun Aral’ın çalışmalarına baktığımızda savaşın tüm vahşetini görmek mümkündür. Bir grup meslektaşıyla açtıkları *"Başka Bir Dünya Afganistan"* adlı Fotoğraf Sergisi ve *"Sözün Bittiği Yer"* adını verdiği fotoğraf albümünde savaşa ait tüm gerçekleri kamuoyuna sunan Coşkun Aral, ‘Bu görüntüleri görmediği taktirde dünyada olup bitenlere karşı bir duyarlılık ve bilinç oluşmayacaktır. Ancak, savaşın vahşetini

³²⁴ ÖZENDES A.g.e., 27.

³²⁵ Mehmet GÖKAĞAÇ, “**Fikret Otyam**”, 19.

³²⁶ GÖKAĞAÇ, A.g.e., 20.

³²⁷ ÖZDEMİR, “**Belgesel Fotoğraf ve Toplumsal Bilinç**”, 6.

göstermek için kopmuş, parçalanmış insan bedenlerini göstermek gerekmez, bazen bir gözün bakışı tüm acıları anlatabilir.”³²⁸ demektedir.

Günümüzde yetenekli foto muhabirleri arasında, Ercan Aslan, Erhan Sevenler, Rıza Özel, Mustafa Özer gibi isimler bulunmaktadır.

2.11. TOPLUMSAL ELEŞTİRİ ARACI OLARAK SOSYAL BELGESEL FOTOĞRAF ANLAYIŞI

Belgesel yaklaşımın asıl amacı tanıklık etmektir; sosyal belgesel yaklaşım ise sadece tanıklık etmekle yetinmeyen, aynı zamanda toplumsal değişimi gerçekleştirmek için fotoğraf çeken bir anlayıştır. Bundan dolayı fotoğraf tarihi içinde, belgesel fotoğrafçılığın en çok ses getiren çalışmalarının çoğu, sosyal içerikli fotoğraflar aracılığıyla olmuştur.

Sosyal belgesel fotoğraf, insanlığın amaçlarına hizmet eden düzeltmeci bir fotoğraf tarzıdır. Bu fotoğraf tarzı, her zaman toplumlardaki büyük ekonomik ve sosyal değişimleri takip ederek var olmuştur.

Sosyal belgesel fotoğraf anlayışı, aslında, 19. yüzyıl sonları ve 20. yüzyıl başlarında reformcu çevrelerde başlamıştır.

Sosyal belgesel fotoğraf, belgesel fotoğraf ve haber fotoğrafıyla ortak alanları olan bir fotoğraf tarzıdır. Fakat sosyal belgesel çalışmalar her iki alanın kapsamına girmekle birlikte hem belgesel fotoğraftan hem de haber fotoğrafından bir çok noktada ayrılmaktadır. Sosyal belgeselci fotoğrafçılar, fotoğrafı sadece an’ı donduran, belgeleyen bir araç olarak görmezler. Fotoğraflarını toplumsal eleştiri yapma aracı olarak sistemli bir biçimde kullanırlar. Çekilen fotoğraflar kişisel arşivlerde yer almak yerine belli bir kamuoyu yaratmak amacıyla yayımlanır.

³²⁸ ÖZDEMİR, A.g.m., 6.

Sosyal belgesel fotoğraf kullanımının yaygınlaşması, Sovyet devriminden sonra, Rusya’da başlayan ‘sosyal gerçekçilik’ adlı edebiyat akımıyla başlamıştır. Yoğun olarak roman ve öykü türlerindeki eserlerin ortaya çıktığı bu akım, sanatın diğer dallarını da etkiler. Kısa süre sonra bu anlayışın fotoğraftaki yansıması ‘sosyal belgesel fotoğraf’ olarak tanımlanmıştır.

Sosyal belgesel fotoğrafın konusu zor koşullarda yaşayan insandır. “Toplumsal belgeci fotoğraf anlayışında, çok özel koşulları yaşayan insanların yaşamlarının ve içinde bulundukları ortamın belgelenmesi esastır. Bu belgeleme ise ancak görüntünün oluşturulmasındaki karar anının mükemmeliyetçi bir biçimde kullanılmasıyla amacına ulaşabilir. Yaşamı sorgulayan, içindeki çarpık ve bozuk yanlara kitlelerin dikkatini çekmeye çalışan belgesel fotoğraf, bu bilinçle toplum üzerinde etkili olmuş, pek çok başarıya ulaşarak “daha iyi bir yaşam” anlayışının öncüsü olmuştur.”³²⁹

Sosyal belgesel fotoğraf yaklaşımının ilk öncüleri olarak, Jacop Riis, Lewis W. Hine ve onları izleyen dönemde de Paul Strand’ı sayabiliriz.

“ Danimarkalı marangoz ustası Jacob A. Riis 1870 yılında Amerika’da göçmen bürosuna kaydını yaptırırken, yedi yıl sonra “The Evening Sun” gazetesinde çalışacağını düşleyemiyordu... O yıllarda birçok New York’lu fotoğrafçı, atölyelerinde türlü-çeşitli ışık oyunları ile “klâsik” yaparken, Riis fotoğraflaması gereken konuları sokakta, fakir mahallelerde arıyordu.”³³⁰ Riis, 1889 yılında New York’un fakir mahallelerinde, göçmenlerin işsizlik ve fakirliğini görüntülemiş, bu fotoğraflarla hazırladığı raporu Kent Sağlık Örgütü’ne yollamıştır. Riis’in daha önce fotoğraf kullanmadan hazırladığı raporla hiç ilgilenmeyen Kent Sağlık Örgütü, Riis’in fotoğraflı raporlarına ilgi göstermiş ve yoksul mahallelerde yaşam koşullarının iyileştirilmesi için çalışmalar hemen başlatılmıştır. Bu olay, belgesel fotoğrafın toplumsal yaşamı değiştirme yolunda kullanılmasının en etkileyici örneklerinden biridir.

³²⁹ ÖZDEMİR, “**Toplumsal Bilincin Oluşmasında Belgesel Fotoğrafın Önemi**”, internet makale .

³³⁰ Mehmet ÜNAL, **Yaşamın Aynası Fotoğraf**, 48.

Bir diğ er ünlü sosyal belgeselci Lewis Hine'dır. Sosyoloji eğitimi almış olan Lewis Hine'in maden ocaklarında, fabrika ve tarlalarda çalışan çocukların yaşamlarını saptamak amacıyla çektiğ i fotoğraflar, Amerika'da yankı uyandırarak, önemli yasaların kabul edilmesini sağlamıştır.

Lewis Hine'in 1920'lerin New York'unda göçmenler üzerinde yaptığ ı çalışma, onu, önemli sosyal belgeselci fotoğrafçılardan biri yapar. Hine, fotoğrafın toplumsal koşulların değ iş tirilmesinde bir araç olarak kullanılabileceğ ini keş fetmiş ve tüm zamanını fotoğraf çekmeye ayırmıştır. "Fotoğraflarında ekonomik olarak altta olan, sömürölmüş sınıfların yaşam koşullarına ve ekonomik sisteme yönelik eleştirileri açıkça görölüyordu. Hine, fotoğraflarını foto-yorumlar olarak tanımlamaktaydı. Fotoğraflar *İnsana Dair Belgeler* adıyla yayınlandı... Hine, kendi deyimiyle sadece değ iş mesi, düzeltilmesi gerektiğ ine inandığ ı şeylerin fotoğraflarını çeker."³³¹ 1930'lu yıllar, Amerika'da, ekonomik bunalımın yoğun bir biçimde yaş andığ ı yıllardır. Film yapımcılarının belgeselden bahsetmeye başladıkları bu dönemde, fotoğrafçılar da fotoğraf makinelerini benzer biçimlerde kullanmaya baş larlar. Bu durumun Amerika'da, sosyal belgesel alanında önemli iş levler üstlenmiş ve etkileyici fotoğraflar çekmiş olan bir örgütün kurulmasıyla yakından ilgisi vardır. Bu, kısaca FSA (Farm Security Administration / Çiftlik Güvenlik İdaresi) denilen bir örgüttür. Mensuplarının belgesel ve sosyal belgesel fotoğraflar çektiğ i, FSA, Der Arbeiter Fotograf, Photo League, Magnum Fotoğraf Ajansı gibi kuruluşlardan daha sonraki bölümde ayrıntılı olarak söz edeceğ iz.

³³¹ SEVER, "Belgesel Fotoğraf ve Haber Fotoğrafı; Fark Nerede?", internet makale

2.11.1 Sosyal Belgesel Fotoğrafın Amacı

Sosyal belgesel fotoğrafın temel amacı, mevcut toplumsal koşulları düzeltmek, toplumdaki sorunlar konusunda bilinç oluşturmaktır. Doğal olarak sosyal belgesel fotoğrafın temel konusu, maddî olanakları düşük olan, daha az ayrıcalıklı halk katmanlarının sorunlarını yansıtmaktır. Oysa belgesel fotoğraf anlayışının temel amacı, konu edindiği olaylara sadece tanıklık etmek, onları belgelemektir. Sosyal belgesel fotoğraf anlayışı salt tanıklık etmekle yetinmez, toplumsal değişmeyi hedef alır. Ansel Adams'ın FSA fotoğrafçıları için kullandığı ; “ellerinde fotoğraf makinesi bulunan sosyolog onlar.”³³² benzetmesini tüm sosyal belgesel fotoğrafçılar için kullanmak ve onları bu şekilde nitelemek mümkündür. Çünkü sosyologlar gibi onlar da, insanoğlunu derinden etkileyen çağdaş toplumsal sorunlara eğilmektedirler.

Toplumsal bilinçle üretilen her fotoğraf, sosyal belgesel fotoğraf değildir. Bir fotoğrafın sosyal belgesel fotoğraf olarak nitelendirilebilmesi için öncelikle belgesel fotoğrafın özelliklerini taşıması gerekir. Fakat sosyal belgesel fotoğraf kişisel kullanıma yönelik değildir. Çekilen fotoğraflar kişisel arşivlerde yer almak için değil, belli bir kamuoyu yaratmak amacıyla çekilir. Yayımlanma şansı bulamayan hiçbir fotoğraf, kamuoyu oluşturmada yetersiz kalacağından sosyal belgesel fotoğraf olarak nitelenemez. Ne yazık ki günümüzde mevcut medya devleri, önceki yüzyıla göre klâsik anlamdaki sosyal belgesel fotoğraf çalışmalarına giderek daha az yer vermeye başlamışlardır. Bunda, çeşitli ticarî kaygılar yanında, internetin bu tür çalışmalarda kitlelere ulaşmada hızlı erişimi ve kullanım yoğunluğunun da etkili olduğunu söyleyebiliriz.

Bir fotoğrafın sosyal belgesel sayılmasını en önemli koşullarından biri de niyettir. Yani fotoğrafçının herhangi bir olayı veya konuyu fotoğraflarken niyeti ve amacı nedir. “Niyet ve amaç, toplumsal belgesel fotoğrafın olmazsa olmaz koşullarıdır. Aynı konu iki farklı fotoğrafçı tarafından çekilebilir; bunlardan biri var olan toplumsal koşulları düzeltmek, toplumda bu sorunlar konusunda bilinç

³³² TOLUNGUÇ, A.g.e., 8.

oluşturmak isteyebilir. Diğer fotoğrafçı için ise, salt fotoğraf çekme sürecinin verdiği tat ve belgeleme yeterli olabilir. İlk durumdaki fotoğraflar toplumsal belgeleme olarak nitelendirilirken, ikinci durumdaki fotoğraflar ise belge fotoğraf kategorisine girebilir.”³³³ Niyetini fotoğraflarıyla göstermeyi amaçlayan fotoğrafçı “toplumsal belgeci fotoğrafçı” olarak adlandırılır, diğer fotoğrafçı ise sadece belgelemek amacıyla çekim yapar. “1860’larda, Venedik sokak satıcılarını ve dilencileri belgeleyen, ancak bunları turistlere satılacak hatıra eşyaları olarak çeken İtalyan fotoğrafçı Carlo Ponti’nin fotoğrafları, toplumsal belgeci fotoğraf olarak değerlendirilemez. Çünkü Ponti, sokak satıcıları ve dilencileri belgelenmesini, bu sorunu toplumsal bir sorun olarak, düzeltilmesi gereken bir sorun olarak gördüğü için yapmamıştır.”³³⁴

Sosyal belgesel fotoğrafın bir diğer özelliği “dürüst fotoğraf” ilkelerine uygun olarak çalışmasıdır. Bu nedenle, sosyal belgesel fotoğrafçı, kitleleri ve yönetimleri etkilemek için doğal fotoğraftan uzaklaşmamalı, manipülasyon yoluna girmemelidir. “Bir fotoğrafın toplumsal belgeci fotoğraf olabilmesi için, her şeyden önce o fotoğrafın, belgesel fotoğraf özelliklerini taşıyor olması gerekmektedir. Bu anlamda, toplumsal koşulların değişimi ve toplumun düşüncelerini etkileme yolunda ne denli güçlü bir politik mesaj taşırsalar da, manipüle edilmiş fotoğraflar, toplumsal belgeci fotoğraf anlayışı içine girmemektedir.”³³⁵

Sosyal belgesel fotoğraf, sosyolojik bir olgudur. Toplumsal aksaklıkları belgeleyerek toplumu değiştirmeyi hedefler. Onun için günümüzde sosyal belgesel fotoğrafçılık, bir fotoğrafçının tek başına başarabileceği bir iş değildir. Nitekim tarihte en etkili sosyal belgesel fotoğraflar, arkalarında güçlü toplumsal kurumlar olan fotoğrafçılar tarafından çekilmiştir. Ken Light toplumsal belgesel fotoğraf anlayışı için kurumların önemini şöyle vurgular; “Zaman içinde anladım ki, fotoğrafçıların sesleri cılızdır. Değişimi zorlayabilmek için kişinin daha büyük bir dünyanın parçası olması gerekir. Hine’a baktığımız zaman onun çalışmalarının

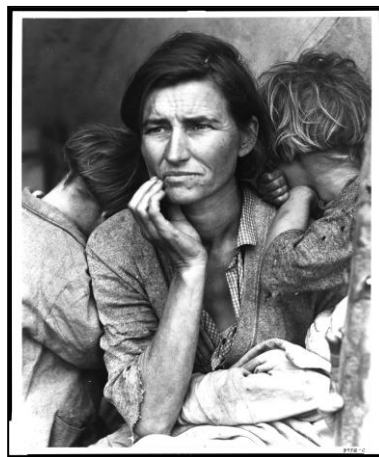
³³³ Merter ORAL, **Fotoğraf ve toplumsal değişim**, 18-19

³³⁴ ORAL, A.g.t., 20.

³³⁵ ÖZDAMAR, A.g.d., 14.

1900’lerin başında *Ulusal Çocuk Emegi Koalisyonu’nun (National Child Labor Coalition)* katkılarıyla etkili olduğunu görürüz. Çocuk yaştaki emekçilerin sorunlarını ortadan kaldırma çabalarını tek başına gerçekleştiremedi, o, sürecin bir parçasıydı.”³³⁶ Nitekim, geçtiğimiz yüzyılın en etkili sosyal belgesel fotoğrafları, bünyesinde çok sayıda yetenekli fotoğrafçının yer aldığı FSA, Der Arbeiter Fotograf ve Magnum Ajansı mensubu fotoğrafçılar tarafından çekilmiştir.

Bir fotoğrafın kamuoyunu nasıl etkilediğinin en tipik örneği, Çiftçi Güvenliği İdaresi (FSA/ Farm Security Administration) projesi süresince çekilen fotoğraflardan, Dorothea Lange’in, California, Nipomo’da çektiği “Göçmen Anne” adlı fotoğrafıdır. Söz konusu fotoğraf 1936 yılının ilkbaharında, Lange’in göçmen işçi kamplarına yaptığı ve bir ay süren bir geziden dönerken çekilmiştir. Bu fotoğraf söz konusu dönemde yaşanan acıların, sıkıntıların bir sembolü, ikonu olmuştur. “Lange’in aynı mekânda çektiği birkaç fotoğrafından en yakın planlısı olan fotoğrafta, kucağında yüzünün tamamı görünmeyen uyuyan çocuğuyla, yıpranmış kıyafetleri içinde bir kadın ile her iki yanında ayakta duran yüzleri görünmeyecek bir biçimde annelerinin omzuna yaslanmış duran iki çocuk görülür.”³³⁷ Bu fotoğraf, aslında hiçbir yoruma gerek duymayacak kadar güçlü bir mesajla sahiptir: çünkü verdiği mesaj evrenseldir.



Fotoğraf 2.29 1936, Dorothea Lange

³³⁶ ORAL, A.g.m. 24

³³⁷ ORAL, A.g.t. 55.

“Dorothea Lange, basıldıktan hemen sonra fotoğrafları, *San Francisco News* gazetesinde tanıdığı bir editöre götürür ve onlara bezelye toplayıcılarının açlıktan ölmek üzere olduklarını söyler. Editör, *United Press (UP)* ajansına haber verir ve UP’nin yardım kuruluşlarıyla temasa geçmesi üzerine kampa gıda yardımı yapılır.”³³⁸ Dorothea Lange’ın bu fotoğrafı kadar, kamuoyunu kısa sürede etkileyen başka bir fotoğraf pek azdır. Göçmen Anne fotoğrafı, kullananların amaçları farklı da olsa, bazı yayın organlarında yayımlanır; “ Bu arada fotoğraf, birkaç yayınında kendi bağlamından kopartılıp, sahip olduğu ikonik değerlerin başka amaçlara hizmeti yönünde de kullanılır. Fotoğrafın çekildiği tarihten hemen bir yıl sonra, İspanyol İç Savaşı’nın dehşetini anlatmak üzere “İspanyol Anne” adıyla litograf olarak basılır. 1964 yılında Güney Amerika’da bir dergi, ezilen halkların bir amblemi olarak fotoğrafın biraz değiştirilmiş illüstrasyonunu kapağında kullanır. 1973 yılında ise siyahî Amerikalıların *Black Panthers* örgütü, fotoğrafı, bu kez anne ve çocuklar siyahî olarak, gazetelerinin arka kapağında yayımlar.”³³⁹

Tarihsel süreçte sosyal belgesel fotoğraf, kamuoyunda, güvenilir bir fotoğraf algılaması oluşturmuş; bu yönüyle toplumların iknasında önemi görevler üstlenmiş; otoriter veya demokratik yönetimlerce etkili bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Bu fotoğraf türünden iktidarlar kadar, iktidar karşıtı ideolojik örgütler de yararlanmıştır. Propaganda yapma yolunda, iktidarlar ve karşı oluşumlar, kendi ideolojik etkinliklerini artırmak için çeşitli birimler kurmuş; siyasî partiler, sivil toplum örgütleri ve dernekler fotoğraf kolları oluşturmuştur. Günümüzde etkileri giderek artan sivil toplum kuruluşlarının sosyal belgesel çalışmaları desteklediği ve promosyonunda önemli işlevleri olduğu görülmektedir. Konu bütünlüğünü sağlamak ve bazı bilgileri hatırlatmak için, dünya fotoğraf tarihinde çok önemli işler yapmış olan belgesel/sosyal belgesel fotoğraf örgütlerinden kısaca söz etmek gerekir.

³³⁸ ORAL, A.g.t. 57.

³³⁹ ORAL, A.g.t. 57. GOLDBERG, A.g.e., 138’den, alıntı.

2.12 TARİHTE ÜNLÜ BELGESEL ve SOSYAL BELGESEL FOTOĞRAF KURULUŞLARI

2.12.1 Der Arbeiter Fotograf: İşçi Fotoğrafı

Birinci Dünya Savaşı sonrasında, Almanya'da monarşinin yıkılmasıyla ortaya çıkan liberal yönetim, ülkede ağır ekonomik sorunlarla karşılaşmıştır. Baş gösteren işsizlik nedeniyle Alman toplumu çeşitli arayışlara girişmiş; kitlelerin bir bölümü solcu politikalara yönelmiştir. Böylece, Almanya'da, Weimar Cumhuriyeti döneminde, toplumun çeşitli tabakalarında siyasal bölünmeler başlamış; bu bölünmeler çeşitli iletişim araçlarından yararlanarak kendilerini göstermek istemiş; radyo, sinema, resim ve grafik sanatlar gibi her alan politik taşlamalar için dinamik bir araç haline gelmiştir. Ancak Weimar Cumhuriyeti'nin en önemli ve etkili propaganda aracı fotoğraf olmuştur.

Almanya'da, 1920'lerde Leica gibi kolay taşınabilir, mevcut ışık koşullarında kullanılabilir fotoğraf makinelerinin üretilmesi ile her türlü konunun belgelenmesi kolaylaşır; mesleği fotoğrafçılık olanların yanında, halktan kişiler de fotoğraf çekmeye başladılar. Böylelikle, Alman halkının siyasal, sosyal ve kültürel yapısı belgelenmiş oldular. 1920'li yıllarda, Almanya'da ortaya çıkan en etkili fotoğraf grubu Der Arbeiter Fotograf'tır. Bu hareketle dünyada ilk kez işçiler, kendi çektikleri fotoğrafları yine kendi dergilerinde yayımlama olanağı buldular; çeşitli kentlerde kurdukları işçi fotoğrafçı birlikleri ile öncelikle, mensuplarına sınıf bilincini aşıladılar. Daha sonra işçilere verdikleri teknik bilgi ve donanımla, çok sayıda işçinin fotoğrafla uğraşmasını sağladılar.

Bu birliğin oluşmasında *Resimli İşçi Gazetesi* ve Komünist Parti üyelerinden Walter Tygör'ın önemli rolü olmuştur. Walter Tygör, gazetenin işçi fotoğrafları basmasını önermiş; bu durumun kendi ideolojilerini anlatmada etkili olacağını düşünmüş ve bu düşüncelerini gazete yöneticilerine önermiştir. Bu amaçla, *Resimli İşçi Gazetesi*, 1926'da işçilere, konu olarak yaşadıkları koşulları içeren

fotoğraflardan oluşan, bir yarışma yapılacağını duyurur. Alman İşçi Fotoğrafçıları Birliği Başkanı Erich Rinka bu yarışma ile ilgili şunları söylemektedir: “Gazetenin editörleri bu yarışmayla daha çok görsel malzemeye ulaşmayı hedeflemişlerdi, ancak bunun da ötesinde fotoğrafa meraklı işçileri teşvik etmek ve onları gazete için bir nevi muhabir olarak kullanmak asıl amaçtı. Bu gazete, işçiler tarafından işçiler için çıkarılan bir yayın organı oldu. Bu tarihe kadar gazete burjuva fotoğrafçıların sağladığı malzemeye dayanmaktaydı. Doğal olarak editörler fotoğrafları bir seçkiye tabi tutuyor ve okuyucular için en etkili olacak malzemeyi basıyorlardı...”³⁴⁰

“Yalnızca birkaç hafta içinde işçi fotoğrafçıları Hamburg, Berlin, Leipzig, Halle, Dresden, Chemnitz ve Stuttgart gibi şehirlerde birlikler kurdular. Bu birlikler editöryal yardım ve destek de alarak fotografik teknik ve içerik konusunda eğitime ve 1926 yazının başında İşçi Fotoğrafı (Der Arbeiter Fotograf) adlı bir fotoğraf dergisi çıkararak da deneyimlerini paylaşmaya başladılar.”³⁴¹

Oral, bu ünlü hareketi ve birliğin amaçlarını şu cümlelerle özetler; “1926-1933 yılları arasında etkin olan Arbeiter Fotograf deneyimi ile işçiler, fotoğraf tarihinde ilk kez toplumsal belgeci fotoğrafın nesnesi değil süjesi oluyordu. Daha önceki deneyimlerin tersine çalışan kesim, sosyal demokrat orta sınıflar tarafından değil; bizzat kendileri tarafında fotoğraflanacaktı. İşçi-fotoğrafçıları salt işçi sınıfını değil, toplumun tüm kesimini belgelediler. Nazileri iktidara gelişinden sonra ise Nazizmin gerçek yüzünü göstermede fotoğraflarıyla yardımcı oldular. Çok sayıda işçi-fotoğrafçı, toplama kamplarına gönderildi, öldürüldü. Dünya fotoğraf tarihinde fotoğrafla uğraşan işçilerin en örgütlü yapılanması Arbeiter Fotografla gerçekleşti.”³⁴² Oral’a göre fotoröportaj örnekleri veren ilk fotoğrafçıları, Arbeiter Fotograf mensuplarıdır: Literatürde, “dizi fotoğraf anlayışının ilk kez Alman işçi-fotoğrafçıları tarafından kullanıldığı belirtilir.”³⁴³

³⁴⁰ ÖZDAMAR A.g.d., 17. A.g.e, 71’den alıntı.

³⁴¹ ÖZDAMAR A.g.d., 18. A.g.e, 70’den alıntı.

³⁴² ORAL, A.g.t., 47.

³⁴³ ORAL, A.g.t., 53.

İşçi fotoğrafçıların fotoğrafları içerik yönüyle önem kazanmaktadır. Fotoğraflar sanatsal bir kaygı hedeflenerek oluşturulmamıştır. Arbeiter Fotograf'ın önemli editörlerinden, Eugen Heilig bu konuyla ilgili olarak şu bilgileri verir; “ Bizim için sanat diye bir şey yoktu. Teknik yeterlilik sadece bir araçtır amaç değil... İşçi-fotoğraf kolektifinin görevi ise kapitalist toplumdaki hali ile insanı saptamaktır. Estetik ve sanat hakkındaki tartışmalarla hiç ilgilenmedik, bunlar amaçsız, burjuva foto-kulüplerinde yapılıyordu.”³⁴⁴ 1933 yılında Nazilerin sansür uygulaması ile Arbeiter Fotograf yasaklanır. Dergi, bir süre Prag'ta ve Paris'te yayınıını sürdürür. 1939'da son sayısını çıkarır ve kapanır.



Fotoğraf 2.30 “Der-Arbeiter-Fotograf”

1931 Fotoğraf “Der Herr” von Eugen Heilig

Bu hareketin, Alman ve dünya kamuoyunda, işçiler, onların yaşamsal gerçekliği, o yıllarda ülkelerinin içinde bulunduğu toplumsal ortam, hatta sosyalist ideoloji lehine önemli etkiler ve katkılar yaptığı bir gerçektir. Ama bizim için önemli olan, bu işçi fotoğrafçıların, hiçbir sanat kaygısı taşımadan, fotoğraf tarihine geçecek nitelikte toplumsal belgesel fotoğraflar kazandırmasıdır.

³⁴⁴ ORAL, A.g.t., 48.

2.12.2 FSA (Farm Security Administration/Çiftlik Güvenliği İdaresi)

1930'lu yılların Amerika'sında baş gösteren ekonomik krizi aşmak için Roosevelt, Amerikan ekonomisini daha sağlıklı bir noktaya getirmek amacıyla bir program hazırladı. Bu programı kitlelere kabul ettirmek için hükümet bünyesinde bazı birimler kurdu. Bunlardan en önemlisi FSA olarak bilinen Farm Security Administration (Çiftlik Güvenliği İdaresi)'dir. "FSA, ABD'de yaşanan büyük bunalım sonrasında ekonomik çöküşün sebep olduğu uzun süreli etkilerle mücadele için kurulan devlet örgütlerindendir. 1930'lu yılların Amerika'sında baş gösteren ekonomik kriz, Roosevelt Hükümeti'ni zor durumda bırakmıştı. Özellikle çiftçilerin içine düştükleri kötü durumun nedeni olarak, 1930'larda yaşanan büyük ekonomik bunalım gösterilmekteydi. Gerçekte çiftçilerin bunalımı, 1922'de Federal Hükümet'in Avrupa'ya yapılan tarımsal hibe yardımını kesme kararıyla başlamıştı. Bunun sonucunda tarım ürünlerinin fiyatları aşırı derecede düşmüş ve özellikle küçük çiftçiler için bir ölüm kalım savaşı başlamıştı."³⁴⁵ "FSA'nın asıl amacı aslen çiftçi olup da yaşamını çiftçilikten kazanmayan on binlerce aileye yardım amacı güden bir örgüttü ve bunu, çiftçilere borç verip, onlara temel eğitim programları düzenleyerek, kendi kendilerine yeterli olmalarını sağlayarak gerçekleştirmeye çalışıyordu."³⁴⁶ "Ancak program, masraflı oluşundan dolayı eleştiriliyordu. Bu eleştirilere karşı koyabilmek için Tarım Bakan Yardımcısı Rexford Guy Tugwell, FSA. bünyesinde belge görevi gören fotoğrafların üretilmesini sağlayacak Tarih Birimi'ni oluşturdu. Çünkü reformcuların çocuk işçiler ve kenar mahallelerdeki yaşam mücadelesi ile ilgili fotoğraflarının, etkili bir "silâha" dönüştüğünü fark eden Tugwell'e göre fotoğraflar, toplumda hem iyileştirici bir etki yaratabilir; hem de tarım sektörünü vuran ekonomik krizin boyutlarını ortaya koyabilirdi. Bu birimin yöneticisi olarak da Columbia Üniversitesi, ekonomi bölümü öğretim üyelerinden tarım iktisatçısı Roy Stryker'ı atadı."³⁴⁷

³⁴⁵ TOLUNGÜÇ, "İlk Belgesel Fotoğraf Çalışması (1935-1943)," 4.

³⁴⁶ TOLUNGÜÇ, A.g.e., 5.

³⁴⁷ ÖZDAMAR, A.g.t., 82. *Documentary Photography*, 66'dan alıntı

İktisatçı olmasına rağmen Roy Stryker fotoğraf konusunda deyimlidir: “Tugwell, Thomas Munra ile birlikte yazdığı *American Economic Life and Means of its Improvement (Amerikan Ekonomik Hayatı ve İyileştirilmesi İçin Araçlar)* adlı kitap tüm sayfalarında neredeyse fotoğraflardan yararlanmıştı... Jacop Riis, Lewis Hine ve diğer gibi toplumsal belgelerle çalışma olanağı bulmuştu.”³⁴⁸ FSA projesinde fotoğrafçı olarak” Edwin Rosskam, Walker Evans, Ben Shahn, Dorothea Lange, Arthur Rothstein, Carly Mydans, Marjorie Collins, Russell Lee, John Vachon, Gordon Roger Parks, Marion Post Wolcott, Jack Delano çalıştılar.”³⁴⁹ Stryker, fotoğrafların resme benzemesini istememektedir. Onun için önemli olan fotoğrafın anlatım gücüdür. Bu nedenle onun istediği etkiyi anlatabilecek fotoğrafçılar seçmiştir. FSA’nın çalışmalarına katılan önemli fotoğrafçılardan biri de Dorothea Lange olmuştur. Lange’nin çektiği, tarlalarda çalışan, kamplarda, şehir çöplüklerinde, boş arazilerde kurulan çadırlarda kalan, göçebe işçilerin fotoğrafları, birer belge olmanın ötesinde etkileyici fotoğraflardır. Lange’nin proje kapsamında çektiği “Göçmen anne” fotoğrafı, Amerika’da röprodüksiyonu en çok yapılan fotoğraf olmuştur.

Susan Sontag, FSA’nın propagandacı tavrını şöyle açıklar: “Tarım Güvenlik İdaresi tarafından 1935’te Roy Stryker yönetiminde başlatılan ve bu ülkenin en iddialısı olan toplu fotoğraf projesi hemen tümüyle “düşük gelir düzeyli gruplarla ilgileniyordu... Stryker, takımına, problemli konular karşısında takınacakları tavrı konusunda ders vermesi nedeniyle açıkça propagandacıydı. Projenin amacı fotoğraflanan insanların değerini gözler önüne sermekti.”³⁵⁰ Projenin en önemli kişisi olan Roy Stryker, yönettiği proje hakkında şunları söylemektedir: “1936’da fotoğraf büyük ölçüde manzara görüntüleri, aile fotoğrafları ve benzerlerinden ibaretti. Fotoğrafın...yaratıcı ve bilinçli bir insanın elinde etkin bir anlatım için kullanılabileceği, henüz yeni yeni kavranıyordu... Her şeyden önemlisi de fotoğrafların hepsinde “insancıl” bir yaklaşım görülmekteydi... FSA projesi kapsamında yaptığımız çalışmanın, fotoğraf tarihinde önemli bir yere sahip olduğunu

³⁴⁸ ORAL, A.g.t., 53,54.

³⁴⁹ ORAL, A.g.t., 54.

³⁵⁰ SONTAG, **Fotoğraf Üzerine**, 82.

söyleyebilirim.”³⁵¹ FSA sekiz yılda, arşivinde iki yüz binin üzerinde fotoğraf oluşturur. Fotoğraflar *Time*, *Fortune*, *Today*, *Nation's Business* ve *Literary Digest* gibi çeşitli dergilerde yayımlanır. Ürettikleri fotoğraflarla toplumun panoramasını verirken, FSA fotoğrafçıları bağımsız değildir. “...fotoğrafçılar ne kadar dürüst ve insancıl olsalar da birincil amaçları Stryker’in ve doğal olarak da hükümetin politikalarının sürdürülmesi sağlamaktır. Editör olarak Stryker, emrinde çalıştığı hükümetin görüşlerini destekleyici fotoğrafları seçmiş ve FSA fotoğrafları dergi ve gazetelerde yayımlanıp Amerika’nın birçok yerinde sergilenince büyük bir kamuoyu oluşturmuştur.”³⁵²

1941 yılında, İkinci Dünya Savaşı’nın ortaya çıkmasıyla birlikte FSA Tarih Birimi, Savaş Enformasyon Ofisi’ne bağlanır. Artık, Amerikan halkının moralini yüksek tutmak ve uluslararası propagandayı güçlendirmek için farklı görüntülere ihtiyaç vardır. Stryker fotoğrafçılarına gönderdiği notta, amacını şöyle açıklamaktadır: “Derhal şuna gereksinmemiz var: Gerçekten Birleşik Amerika’ya inanıyormuş gibi görünen erkek, kadın ve çocukların fotoğrafları. Biraz ruha sahip insanları bulun. Şu andaki arşivlerimizdekilerin çoğu, Birleşik Amerika’yı yaşlı insanların yurdu ve neredeyse herkesi çalışamayacak kadar yaşlı ve olup biteni pek fazla dert etmeyecek kadar kötü beslenen insanlar olarak resmediyor... Özellikle fabrikalarımızda çalışan genç erkek ve kadınlara gereksinmemiz var...Mutfaklarında ya da çiçek toplarken bahçelerinde fotoğraflanmış ev kadınları: Daha bir halinden memnun yaşlı çiftler...”³⁵³

İkinci Dünya Savaşı sürecinde salt propaganda amaçlı çekilenler olmakla birlikte FSA fotoğrafları için toplumsal belgesel fotoğraf tanımını kullanmamız isabetli olur. FSA fotoğraf çalışmaları geniş kapsamlı ve başarılı bir çalışma olmuş; Kırsal bölgelerin yaşam koşulları belgelenmiş, politikacılar harekete geçirilmiş ve kamuoyu oluşturulmuştur. John Steinbeck’in ‘Gazap Üzümleri’ romanının, Dorothea Lange’in fotoğraflarının adeta düz yazısı niteliğinde pasajları olduğu

³⁵¹ TOLUNGUÇ, A.g.e., 7,8.

³⁵² ORAL, A.g.t., 54.

³⁵³ SONTAG, A.g.e., 82.

söylenir. FSA fotoğrafları, uzun uğraşlar sonucunda, önemli dergilerde yayımlanmış, bunlardan albümler oluşturulmuş, sergiler düzenlenmiştir. Tüm bu çalışmalar, ABD'nin önemli bir dönemine ışık tuttuğu gibi, tüm dünyayı etkileyen pek çok sanatsal fotoğrafın ortaya çıkmasına da neden olmuştur.

2.12.3 Photo Leauge –Photo Notes (Fotoğraf Birliği-Fotoğraf Notları)

“1928 yılında bir grup New York’lu filmci ve fotoğrafçı *Film ve Fotoğraf Birliği* (Film and Photo League) adını verdikleri bir dernek kurdular. Birliğin temel amacı ticarî basında genellikle yer almayan önemli toplumsal olayların belgelenmesiydi. 1936 yılında filmciler ayrılınca, geriye kalanlar kendilerini *Fotoğraf Birliği* (Photo League) olarak adlandırdılar.”³⁵⁴

“*The ‘Film and Photo Leauge’ (FPL)* adıyla 1928’de kurulan Birliğin kökeni birkaç yıl faal olarak çalışan Workers Camera Club of Newyork (New York İşçileri Camera Kulübü)’ne dayanmakla birlikte dernekleşene kadar komünist organizasyonlar tarafından desteklenmiştir.”³⁵⁵ Fotoğraf Birliği mensupları, Alman İşçi fotoğrafını ve Sovyet sinemasını kendilerine örnek almış, fotoğrafın sosyal değere sahip bir araç olduğunu benimsemiştir. Grubun fotoğraf görüşü; dünyanın gerçek görüntüsünün kaydedilmesinin bir sorumluluk olduğu ve “fotoğraf makinesini, Amerika’yı fotoğraflamak için kullanacak dürüst fotoğrafçıların eline yeniden teslim etmek”³⁵⁶ gerektiği şeklindedir.

“Birlik programları ve sınıfları, belgesel fotoğrafların onları görenlerin fikirlerini etkileyerek ve onları bilgilendirerek sosyal dönüşümde etkili olunabileceğini öğretti. Fotoğraf Birliği kendini ve ürettiği sosyal belgesel fotoğrafları, “dürüst” fotoğrafçılık geleneği olarak ifade edilen, en iyi fotografik gelenek içinde gördü. Birlik fotoğrafçılara dünyadan kaçmak yerine onunla mücadele

³⁵⁴ ORAL, A.g.t., 50.

³⁵⁵ ÖZDAMAR A.g.d., .21.

³⁵⁶ ORAL, A.g.t., 50.

etmeyi öğretti.”³⁵⁷ Birliğin en büyük amacı ise “ özellikle basında yer verilmeyen gösterileri, grevleri, polis ve grevciler arasındaki çatışmaları, yani Amerikan sokaklarını belgelemek ve olayları halka duyurmaktır.”³⁵⁸

Etkinliklerini yürütmek için bir danışma kurulu oluşturan Birlik, “FSA üyelerinden Roy Stryker ve Dorathea Lange, foto muhabiri Rober Capa, Henri Cartier Bresson, Ansel Adams ve sosyal belgeci Lewis Hine gibi önemli fotoğrafçılar ile Birlik’te sergiler ve söyleşiler düzenledi. “pek çok önemli fotoğrafçı Birlik’te konuşmak yapmak üzere davet edilirdi ve çok azı reddederdi. Lewis Hine, Ansel Adams, Margaret Bourke White, Edward and Bratt Weston ve Robert Frank hepsi Birlik’de en az bir defa konuşmuşlardır. Birlik, Çiftlik Güvenliği İdaresi (FSA)’den fotoğraflar gösterdiğinde, FSA direktörü Roy Stryler’ı da konuşmacı olarak davet etmişti. Magnum fotoğrafçılarından fotoğraflar gösterdiğinde Birlik fotojurnalizm üzerine bir sempozyuma da sponsor olmuştu.”³⁵⁹

Fotoğraf Birliği üyelerinin çoğunun Yahudi göçmenler olduğu iddia edilir; “Fotoğraf Birliğinin üyeleri ise New York’un işçi sınıfındaki Yahudi göçmenlerden oluşmaktaydı. Üyelerin göçmen olmaları fotoğrafa ilgi duymalarında önemli bir unsurdur. Bu nedenle çoğunlukla üyeler New York şehrindeki etnik bölgeler, değişik işçi sınıfının sokaktaki yaşamlarına ve kendi çevrelerine odaklandılar.”³⁶⁰

Birlik, aylık yayın organı *Fotoğraf Notları* adını taşıyan bültende, fotoğrafla ilgi yazıları, sergileri yayımlayıp, fotoğrafçılara ücretsiz dağıtıyordu. Toplumsal hareketlerin içinde de yer alan Birliğin “komünistlerle işbirliği” yaptığı “Amerikan karşıtı” hareketlere karıştığı gibi suçlamalar, saygınlığını onarma çabasındaki Birliğe zarar vermekteydi. Gazeteler ve dergiler, Birliğin daha fazla sergilerinin veya etkinliklerinin duyurusunu yapmak istemiyorlardı. Oysa birliğin medya desteği olmadan büyük bir iyimserlikle beklediği yeni izleyicilere ulaşması imkânsızdı.

³⁵⁷ P. DURTAŞ-B. BAŞPINAR, “**Fotoğraf Birliği (Photo League)**” 5.

³⁵⁸ ÖZDAMAR, A.g.d., 22. **Documentary Photograph**, 88’den alıntı.

³⁵⁹ P. DURTAŞ - B. BAŞPINAR, A.g.m., 3.

³⁶⁰ ÖZDAMAR, A.g.d., 23.

Bunun sonucunda İkinci Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan soğuk savaşta, artan siyasi baskılar nedeniyle Birlik, Komünist parti ile olan bağlantılarından dolayı üyeleri dağıtılarak, kapanmıştır.

Fotoğraf Birliği, devletten herhangi bir destek almadan dönemin Amerika'sında birçok profesyonel, önemli belgesel projeler ortaya çıkarmışlardır. Birlik, insanları fotoğrafı sevme ve fotoğraf çekme konusunda motive etmiştir. Consuelo Kanaga; “ ... bir fotoğrafçı ve insan olarak gelişmeye yardım eden büyük ve harika bir tecrübe olmuştu.”³⁶¹ diye belirttiği söz, Birlik üyelerinin duygularını yansıtmaktadır.

2.12.4 Magnum Fotoğraf Ajansı

Magnum, 1947'de Robert Capa, Henri Cartier Bresson, George Rodger, David Seymour ve *Life* dergisi fotoğrafçıları William Vandiret, Rita Vandiret ile Maria Eisner tarafından kurulmuştur. Magnum'un diğer ajanslardan farkı, bir fotoğrafçı kooperatifi olmasıdır. Magnum'un içinde ticarî bir yapı olmakla beraber, kooperatif ortaklarının ajansın işleyişinde eşit haklara sahip olması kurumun paylaşımcı özelliğini göstermektedir. Uzun zamandır varlığını sürdüren kurum, dünyanın en saygın ajanslarından biri olarak dünyanın en önemli fotoğrafçıları bünyesinde bulundurmaktadır.

“İkinci Dünya Savaşı sonrası, televizyon öncesi dünyanın görüntü açlığını kapatmaya yönelik olarak kurulan ajans, kuruluş biçimi, kurucularının kimlikleri ve dünya olaylarına tanıklıklarındaki ustalıkları ve daha sonra ajansa katılan fotoğrafçıların da katkılarıyla bugün de özel konumunu korumaktadır. İkinci Dünya Savaşı'nın sürdüğü yıllarda çoğu fotoğrafçı savaşta yer almıştır. Savaştan çıkan Avrupa ve Amerika ise, haber açlığı içindedir. Öyle ki, uzak yörelere ilişkin foto

³⁶¹ P. DURTAŞ-B. BAŞPINAR, A.g.m., 9.

röportajlar daha çekilmeden satılmaktadır. Fotoğraflara giderek artan talep tüm dünyada çok sayıda basına yönelik fotoğraf ajansının kurulmasına yol açmıştır. Bu ajanslar da, fotoğrafçıları ya kiralamakta ya da serbest fotoğrafçılarla anlaşma imzalamaktadır. Tüm maddi riskleri üstlenen fotoğrafçının, fotoğraflarının satışını kontrol etme olanakları ise yoktur. Magnum'un temel kurulma amacı da özellikle budur...Fotojurnalizm; çağa, çağın olaylarına, insanlarına eğilmek, onları fotoğraf makinesi aracılığı ile sonsuza dek kaydederek bir tür tanıklık etmektir. Magnum, 1947 yılından beri, savaşımlara, etnik dalgalanmalara, Çin'deki uzun yürüyüşe, katliamlara, soğuk savaşa, Berlin Duvarı'nın yıkılışına, diğer ajanslarla beraber tanıklık etmiş ve olan biteni belgelemiştir. Magnum ajansının arşivinde yaklaşık bir milyon fotoğraf vardır. Yirminci yüzyılın önemli olaylarının ise neredeyse tamamı mevcuttur.³⁶²

1947-54 yılları arasında, kendisi de ajansın bir üyesi olan Giselle Freund, Magnum üyelerinin fotoğrafa bakışını şu şekilde değerlendirir; "Magnum Ajansı'nın fotoğrafçıları için fotoğrafçılık, salt bir para kazanma biçimi değil, çağdaş sorunlara ilişkin duygu ve düşüncelerini aktarmanın bir aracıdır. Capa, örneğin, Magnum'un dünya ölçeğinde yoğun bir çabanın sonucu olarak gerçekleştirdiği '*Dünya Gençliği*' adlı önemli bir fotoröportajın yayınına izin vermemiştir. Daha önce fikri benimseyen yayıncı işin ruhuna aykırı değişiklikler önermiştir. Kitap, nihayet altı ay sonra, orijinal fikri değiştirmeden basmayı kabul eden başka bir yayıncı Holiday, tarafından yayımlanmıştır."³⁶³

Magnum Fotoğraf Ajansı ve diğer ajansların fotoğrafçıları hafızalardan kolay kolay çıkmayacak fotoğraflar çekmiştir. Magnum fotoğrafçılarının Vietnam fotoğrafları, özellikle Amerikan kamuoyunun bir bölümünün Amerikan yönetimini protesto etmesini sağlamıştır. Bu nedenle basının bazı savaşlarda yer almaması için çaba gösterilmiştir. Sansür uygulamalarının çeşitli şekilleri bu savaşlarda, basın üzerinde kullanılmıştır. Belgesel fotoğrafçıların nerede yaşıyorsa, insanların acılarını belge olarak sunması, savaş karşıtı düşünceleri kuvvetli kılmıştır. Önemli

³⁶² ORAL, "Magnum Photos", internet makale

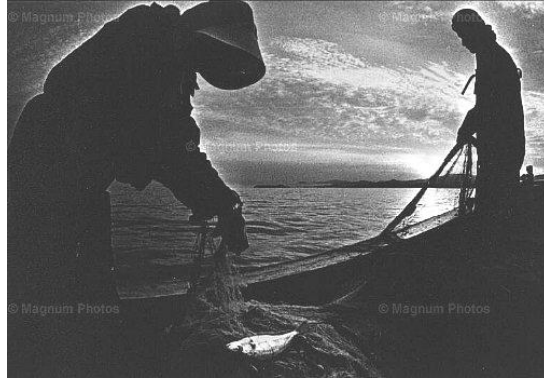
³⁶³ ORAL, A.g.m.

Magnum fotoğrafçısı Jozsef Koudelka, 1967 yılında Avrupa kentlerinde yaşayan çingeneleri konu alan fotoğraflarıyla, bir topluluğun yaşamını dramatik ve estetik bir üslûpla belgeleyen, siyah-beyaz fotoğraflar çekmiştir. Fotoğraflardaki anlatım ustalığı ve teknik beceri, Jozsef Koudelka'yı yüzyılın önemli “göz”lerinden biri yapmıştır.

“Magnum fotoğrafçıları, çektikleri fotoğraflarla toplumsal bilincin oluşmasında önemli roller üstlenmişler ve siyasal güçlerin kararlarını tartışılır hale getirmişlerdir. Aynı zamanda bu fotoğrafçılar, sadece çağa tanıklık etmemiş, toplumsal eleştiri ve idealizmde somutlanan hümanist anlayışın da öncüleri olmuşlardır...Belgesel fotoğraf tarzının en önemli yaklaşımlarından birisi olan ve “toplumsal belgeci” diye adlandırılan türün temelinde de hümanizma yatmaktadır.”³⁶⁴

Belgesel fotoğrafçılar, fotoğrafın bulunuşundan bu yana insanla ilgili bir sorunun olduğu hemen her yerde ortaya çıkmış, onların yaşamsal gerçeklerini, doğrudan bir bakışla; duygu sömürüsü yapmadan aktarmaya çalışmışlardır. Belgesel fotoğrafçılar var olan sistemin aksak yönlerini görsel belgelerle eleştiren ve toplumda acı çekenlerin acılarına tanıklık eden görüntülerle, toplumsal bilincin oluşmasında önemli misyonlar üstlenirler. Bu yönüyle de belgesel fotoğraf, çağının tanıklığı yanında birer de kanıt durumundadır. Örneğin, Eugene Smith, Japonya’da denize atık bırakan bir fabrikayı fotoğraflamış; bu fotoğraflarla, fabrika atıklarından etkilenen balıkları, gündelik gelirlerini kaybeden balıkçıları ve bu kirlilikten etkilenen insanların sağlık durumlarının ortaya koymuştur. Smith’in çektiği fotoğraflar yayımlanınca, balıkçılar ve çevrede yaşayanlar için güçlü bir kamuoyu oluşmuş; oluşan bu bilinçle fabrika kapatılmış ve fabrika sahipleri, bu kirlilikten etkilenen insanlara tazminat ödemeye mahkûm edilmiştir.

³⁶⁴ ÖZDEMİR, “Belgesel Fotoğraf ve Toplumsal Bilinç” 8.



Fotoğraf 2.31 1971, Eugene Smith, Japon Balıkçıları

Eugene Smith'in bu yaklaşımı, fotoğraf kaydını sadece bir görüntü olmaktan çıkartmış, fotoğrafı, dikkat çekmeyi sağlayan, kişisel tanıklıktan ileriye götüren farklı bir güç haline getirmiştir. Bu farklılık, fotoğrafı çeken kişinin, fotoğrafa kattığı dramatik ve estetik yorum ile diğer insanların göremediği, ayrıntıları görebilme ve gösterebilme farklılığıdır.

Yine Steve Mc.Curry'nin çektiği *Afgan Kızı* portresi, belleklerde silinmez izler bırakmıştır. Masum, savunmasız ve saf Afgan Kızı, bütün Afganistan'ı temsil etmiştir.



Fotoğraf 2.32 1984, Steve McCurry, Afgan Kızı

Magnum ajansının arşivinde yaklaşık bir milyon fotoğraf vardır. Yirminci yüzyılın önemli olaylarının neredeyse tamamı mevcuttur.

2.13 SAYISAL TEKNOLOJİLERİN GELİŞMESİYLE BELGESEL FOTOĞRAFÇILIĞIN YENİDEN TANIMLANMASI

Günümüzde yoğun olarak kullanılan dijital fotoğrafçılığın analog fotoğrafçılığa göre bazı avantajları vardır. Bunlardan biri, çekilen fotoğrafın anında görülebmesidir. Böylece, sonuç anında görüldüğü için, çekimde harcanan zaman en aza inmiştir. Ayrıca banyo, baskı, tarama gibi belirli bir maliyet oluşturan işlemler ortadan kalkmıştır. Bu durum, sayısal fotoğrafçılığın hızla yayılmasına neden olmuş; sayısal teknikle çalışan fotoğrafçıların çalışmalarını içeren sergiler açılmaya başlanmıştır.

Dijital fotoğrafçılık hızla yayılırken, belgesel fotoğrafın da kendisini devam ettirebilmesi için bu değişimlerden etkilenmesi, değişime ayak uydurması kaçınılmaz olmuştur.

Fotoğraf, gerçeklerin belgesi olmasına rağmen, sayısal ortamda, görüntülerin üzerinde istenildiği gibi oynanarak onları değiştirilme olanağının bulunması, günümüzdeki bazı belgesel fotoğrafların gerçeklik konumunun sorgulanmasına yol açmıştır. Bu bağlamda, geleneksel fotoğraf gerçek olarak kabul edilirken; sayısal fotoğrafta, gerçekliğin değiştirilerek sunulduğu, gerçekliğinin manipülasyona uğradığı, tasarlanmış bir gerçek oluşturulduğu görüşleri ortaya çıkmıştır; “Gerçekten de fotoğraf çekimi, kaydedilen görüntülerin manipülasyonu ve bunların kullanımı olarak sıralanabilecek üç ana dalda, yeni teknolojilerin fotoğrafçılık üzerinde yadsınamayacak etkileri olmuştur ve olmaktadır. Sayısal imge üretim yöntemleri

tümüyle fotoğrafçılığın yerini almasa da, illüstrasyon ile fotoğraf arası melez bir imgeler silsilesinin ortaya dökülmesini sağlamıştır.”³⁶⁵

Jean Baudrillard de bu değişime işaret ederek sayısal teknolojilerle üretilen fotoğraflarda gerçekliğin temsil edilemediğini, gerçekte var olan gerçeğin ardında bir iz bırakmadan yok olduğunu vurgulamıştır; “Yaratılan bu melez imgelerle, sanal karakter ve mekânların, gerçeklik alanına dahil olduğu bir süreç başlamış, bilgisayar yazılımlarıyla ikincil bir gerçeklik alanı olan sanal gerçeklikler üretilmiştir. Fotoğraf modernizmin, elektronik görüntüler de postmodernizmin görüntü teknolojisini simgelemektedir. Günümüzde, görüntü, gerçeğin kendisi haline gelerek sanal gerçekliği oluşturmakta ve böylece gerçeği temsil etmemektedir. Fotoğrafçının görüntü üzerinde oynayarak yaptığı üretimde, fotoğrafsal gerçeklik, gerçeklik ile sanal dünya arasındaki sınırı bulanıklaştırmaktadır. Var olmayan sanal, var olan gerçekliğin yerini, gerçekten yaşanmışlığına bakmadan almaya başlamıştır. Böylece, gerçeklik, gerçeklikten kovulmuştur.”³⁶⁶

Sayısal teknoloji ve görüntülerin fotoğraf alanına girmesiyle birlikte, bu durum, fotoğrafla ilgili birçok kavramın yeniden gözden geçirilmesi ve belirlenmesini gerektirmiş; Fred Ritchin, fotoğrafçılığın artık algıdan çok, kavramsal olarak yorumlanmaya başlanacağını ileri sürmüştür. “Bu bağlamda, belgenin gerçekliğinin tartışıldığı dijital görüntüler karşısında belgesel fotoğraf kavramı da yeni içerikler ve tanımlar kazanmaya başlamıştır. Fotoğrafçılık, günümüze kadar görülebilir dünyanın algılarını tanımlamaya ve değiştirmeye yardım etmiştir; bundan sonra yeni hiper-fotoğrafçılık yalnızca dünyayı değil, aynı zamanda onun ötesini de tanımlamaya ve değiştirmeye yardım edecektir. 150 yıldır esasen algısal bir ortam olan fotoğrafçılık, günümüzde daha fazla kavramsal bir alan olacaktır.”³⁶⁷

Belgesel fotoğrafçılara konuyu kavramsal olarak ele almalarında yardımcı olan görüntü işleme programları, bugüne kadar analog fotoğrafta karanlık odalarda

³⁶⁵ TOPÇUOĞLU, A.g.e., 113,114.

³⁶⁶ Jean BAUDRILLARD, **Kusursuz Cinayet**, Çev. Necmettin Sevil, 14.

³⁶⁷ ÖZER, A.g.t. 136. Fred RITCHİN, **In Our Own Image Aperture Foundation**, 41’den alıntı.

yapılan çalışmaların yerini almakta; kolaj, montaj ve her türlü rötuş işlemleri bilgisayar yardımıyla, görüntü değiştirilmemiş gibi, kolaylıkla uygulanabilmektedir. Böylece, sayısal fotoğrafçılık teknoloji ile fotoğrafın inandırma gücü bir araya getirilerek kendine özgü bir anlatım biçimi ortaya çıkmıştır. Bu, özgün bir kare yakalama çabasından çok, belli bir düşüncenin ürünlerini yaratmaya yönelik yeni bir anlatım biçimidir. Belgesel fotoğrafçı, fotografik işlemleri kolaylaştıran bu yeni tarz çalışmalarla, fotoğrafı, gerçekleri aktaran bir araç olmaktan çıkarmakta; fotoğrafın yanı sıra, verilmek istenen mesaja, kendini ve kendi öznel yorumunu da katmaktadır.

Günümüzde pratikliğinden dolayı tanıtım ve basın fotoğrafçılığında yoğun olarak kullanılan sayısal işlemlerde, banyo, baskı, tarama gibi zaman kaybettiren ve belirli bir maliyet oluşturan aşamalar ortadan kalkmıştır. Nitelikli ve ucuz sayısal fotoğraf makinelerinin yanında, cep telefonlarına fotoğraf çekme özelliği eklenmesiyle fotoğraf çekenler çoğalmıştır. Sıradan insanlar tarafından oluşturulan pek çok belge nitelikli fotoğraf, çeşitli basın yayın organlarında kullanılmaya başlanmış; bu durum karşısında işini kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalan foto-muhabirleri, “plastik belgesel” adıyla yeni bir belgesel türünden söz etmeye başlamışlardır.

“Yalnızca bir olayı yaratan veya yaşayan insanlar o olayın içinden gelen görüntüleri yakalayabilir. Son yılların tartışmasız en önemli olayı ‘Irak Savaşı’ ile ilgili en ilginç, haber değeri en yüksek fotoğraflar, şüphesiz ki ‘işkence fotoğraflarıdır’ ve bunları çekenler herhangi bir fotoğrafçılık veya habercilik eğitimi olmayan amatör askerlerdir, hatta cep telefonlarıyla falan bile çekmişlerdir. Bu işkence fotoğrafları embeded (gömülmüş?) muhabirlerin çekebileceği fotoğraflar değildir!”³⁶⁸ Ebu Garib Cezaevi’ndeki işkence görüntüleri, bir Amerikan askerinin cep telefonu ile çektiği amatör fotoğraflardır ve internet ortamında dünyayı dolaştıktan sonra basına ulaşmıştır. Böylece, bugüne kadar sadece foto-muhabirlerinin objektifinden görmeye alıştığımız bu tarz görüntüleri, olay anında o

³⁶⁸ TOPÇUOĞLU, A.g.e., 44.

mekânda bulunan herkesin görüntüleyebileceği gerçeği ortaya çıkmıştır. “İşlerinin ehli fotoğrafçılar istedikleri kadar daha yüksek çözünürlük peşinde koşsunlar, medya, amatörlerin kalitesi kötü bu fotoğraflarına büyük önem vermeye ve hatta onlarda özgün bir yan olduğunu savunmaya başladı. Böylece eski konumlarını kaybeden bu fotoğrafçılar, plastik sanatlara yakın durarak ve kendi uzmanlık alanlarını çağdaş sanatla yoğurarak "plastik belgesel" olarak adlandırılan akımın öncülüğünü yapmaya başladılar.”³⁶⁹ Plastik belgesel kavramı, Paris Photo 2004’te ortaya atılır; “Fotomuhabirliğin estetikle birleşmesinden ortaya çıkan bu eğilim 'plastik belgesel' olarak adlandırılıyor. Televizyonun rekabetiyle iş alanları tehdit edilen fotoğrafçılar, çağdaş sanatın olanaklarını kullanarak gerçeği bir başka bakış açısıyla dile getiriyorlar. Bu alanın belli başlı isimleri arasında Simon Norfolk ve Rip Hopkin yer alıyor.”³⁷⁰

Sayısal teknolojilerin fotoğrafta, sanatsal amaçlarla kullanılmaya başlanması, fotoğrafa estetik bir değer ve anlam derinliği verirken, kurmaca ve belgeselin içice girmesine neden olmuş, belgesel fotoğrafçılık, kimlik değiştirerek, zamana ayak uydurmaya çalışmış; böylece, belgesel fotoğraf dünyasında her sanatçının kendi algılamasına ve estetik görüşüne göre farklı bir fotoğraf anlayışı ortaya çıkmıştır. Plastik belgesel denen bu tarz, şimdilik, sadece müzelerin ve galerilerin ilgisini çekmektedir.



Fotoğraf 2.33 2003, Baghdad, Simon Norfolk



Fotoğraf 2.34 2003, Irak, Erhan Sevenler

³⁶⁹ Yeşim VESPER, “**Fotoğraf, Paris'te Geleceğini Arıyor**”, internet.makale

³⁷⁰ Yeşim VESPER, “**Fotoğrafın İstikameti**,” internet .makale.

Toplumsal konuları işleyen belgesel fotoğrafta estetiğin yeri olmaması gerektiğine inananlar da vardır. Amacı sanat yapmak olan bir fotoğrafçının amacına erişmek için belgesel fotoğraftan başka seçebileceği fotografik pratikler bulunduğunu ileri süren Yurdalan; “Baştan söylemek gerekirse toplumsal konuları ele alan kamusala dair söz kurma maksadıyla yapılan fotoğraf ’estetik bir yüzey yaratmanın’ ‘sanat yapmanın aracı değildir. Çünkü belgeselci gerek üretim motivasyonunda, gerek konusuna yaklaşımda, gerekse dağıtım mecralarında, sanat ortamının sunduklarından başka kanallara-imkânlara ihtiyaç duyar.”³⁷¹ diyerek yeni doğan ‘plastik belgesel’ kavramına kapılarını kapatmıştır.

Belgesel fotoğrafçı, genel kabul olarak, gördüklerini, mümkün olduğunca nesnel bir şekilde görüntülemekle yükümlüdür. Sayısal fotoğrafçılık teknolojilerinin yaygınlaşması ile belgesel fotoğrafın gerçekliği bire bir temsil edemeyeceği kabul edilmiştir. Özellikle günümüzde fotografik manipülasyonun artması sonucunda, belgesel fotoğrafın inandırıcılığı tartışma konusu olmuştur. Kimilerine göre, belgesel fotoğrafta, sayısal tekniklerle oluşturulan görüntüler, aslında gerçeği modeller aracılığıyla yeniden üretmektir. Bu konuda Baudrillard, "(...) bir nesne bir başka nesnenin tıpatıp aynısıysa bu o nesnenin kusursuz bir benzeri olduğu anlamında değil, ondan daha da kusursuz bir şey olduğu anlamına gelir."³⁷² demektedir.

Topçuoğlu, günümüzde, haber ağırlıklı belgesel fotoğrafların, salt sayısal teknolojiler yüzünden değil; medya patronlarının ve fotoğrafçının tercihleri yüzünden de inandırıcılıklarını yitirdiğini düşünmektedir. “Günümüzdeki tartışmalar, sayısalılık nedeniyle özellikle ‘belgesel’ diye tanımlanan haber ağırlıklı fotoğrafların inandırıcılıklarını yitirdiği üzerinedir. Ancak burada da Sontag, Barthes ve benzeri edebiyat kökenli eleştirmenlerin popülerize ettiği gibi... son 20-30 yıldaki söylemleri tekrarlamak gerekcek...medyayı kontrol eden, fotoğrafın mesajını da belirler- "objektiflik" diye bir şey yoktur. "tarafsızlık" büyük ölçüde fotoğrafçının kişiliğine ve inancına bağımlı olan, hayali değilse bile, görelî bir kavramdır.”³⁷³

³⁷¹ YURDALAN, “Fotoğrafçının Adabı Fotoğrafın Erkani”, 36.

³⁷² Jean BAUDRILLARD, *Simülasyonlar ve Simülasyon*, 133

³⁷³ TOPÇUOĞLU, A.g.e., 119

Özetlemek gerekirse, belgesel fotoğrafın gerçekliğinde, sayısal tekniklerin yanında, medya patronlarının talepleri, fotoğrafçının yorumu da önem kazanmakta, kişisel bakış açıları doğrultusunda yeni biraz da soyut bir gerçeklik oluşmaktadır.

2.14 BELGESEL FOTOĞRAFTA MANİPÜLASYON

2.14.1 Kavram Olarak Manipülasyon

Manipülasyon; Fransızca kökenli bir kelime olup anlamı; ekleme, çıkarma, yanıltma ve yönlendirme yolu ile bilgileri değiştirme olarak tanımlanabilir. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere, bireylerin hemen hemen hepsinin karşı karşıya kaldığı manipülasyon, kamuoyunu, özellikle iletişim bağlamında etkilemektedir.

Bir toplumun büyük bir kısmının bir fikir veya olgu hakkında birlikte tepki vermesi sonucu kamuoyu kavramıyla karşılaşırız. Bir düşüncüyü yaygınlaştırmak ve halkın dikkatini o düşünce etrafında yoğunlaştırarak kitleler manipüle edilmek istediğinde, ‘gündem oluşturma’ kavramı ortaya çıkar. Gündem oluşturmada etkili bir enformasyon sağlayan iletişim araçları, istenilen konuda kamuoyu oluşturmak için kullanılan güçlü iletişim ve ikna araçlarıdır.

Manipülasyonun en etkili olduğu alan politik arenadır. Bu alanda yapılan manipülasyon çoğu kez etik sınırlarını zorlamakta; hatta aşmaktadır. “Kitle iletişim araçlarının manipülatif enformasyonla yüklenmesinin temelinde kitleleri yönlendirme amacı yattığı için, özellikle politik arenada aşırı manipülasyon yüklenmiş enformatik kayıtlarla karşılaşmak mümkündür. Bu, kimi kaynaklarda ‘politik dalavere’ olarak tanımlanmakta ve şöyle açıklanmaktadır; aşırı vaatle bulunma, yalan propaganda, aşırı bilgi sunma ve gizlilik, politik dalaverenin başlıca türlerini oluşturmaktadır. Politik dalavereye ‘politik manipülasyon’ adı da

verilmektedir.”³⁷⁴ Manipülasyonun en etkili aracı fotoğraftır. Bu bölümde, foto-manipülasyon denilen bu alan hakkında kısaca bilgi vermeye çalışalım.

2.14.2 Foto- Manipülasyon

Fotoğraflar, gazetelerin ve dergilerin en önemli görsel öğeleridir. Bir anlamda olmazsa olmazdır. Gazetede, dergide kullanılan fotoğraflar, o sayfaya estetik katmanın yanı sıra, haberin anlaşılmasına yardımcı olur. Bu yardımcı olmanın temelinde de güven ve inandırıcılık vardır. Çünkü, insanlar okuduğundan ziyade gördüğüne inanırlar. Bu inandırıcılık nedeniyle fotoğraf, en etkili manipülasyon aracı olmuştur.

Fotoğraflar üzerinde, fotoğraf işleme yöntemleriyle yapılan her türlü değişikliğe foto-manipülasyon denir. Bu yöntemle fotoğraflarda, farklı anlam ve görünümler oluşturulabilir. Foto-manipülasyon işlemi, çok sayıda fotoğrafı birleştirme ile yapılabildiği gibi, tek fotoğraf üzerinde bir takım değişiklikler yapma yoluyla da oluşturulabilir. Değişik fotoğrafları birleştirme yolu ile yapılan manipülasyonlarda; bu birleştirmeler titizlikle yapılmalı, ışık uyumu, pozlama ve görüntü çözünürlüğü gibi değişkenler dikkatlice uygulanmalıdır. Birleştirmelerdeki fotoğrafların birbiri ile olan uyumu ve işçilik kalitesinin yüksek olması, başarılı manipülasyonlar oluşturmada önemlidir.

Manipülasyon; sadece fotoğraf birleştirme ve görüntü işleme yoluyla yapılmaz. Tek fotoğrafta, görüntünün daha vurucu olması için objelerin yerlerinin değiştirilmesi ve kurmaca görüntü oluşturulması ile de yapılabilir. Manipülasyon için çekim öncesi süreçten, basım sürecine kadar her evrede söz etmek mümkündür. Özellikle haber fotoğraflarında sıklıkla manipülasyona başvurulması ünlü fotoğrafçılar arasında da yaygındır. Bu fotoğrafçılardan biri Ara Güler’dir.

³⁷⁴ Coşkun Can AKTAN, *Siyasal Ahlak Sorunu ve Çözüm Önerileri, Siyasal Ahlak ve Siyasal Ahılsız*, 431

Görüntü manipülasyonu yapmadığı konusunda pek çok kişinin hemfikir olduğu Ara Güler'in etkileyici fotoğrafı elde etmek için bu yola başvurduğunu söylemesi ilginçtir. "Ara Güler *Orient Ekspresi* kazasında uygun ve doğru fotoğraf olarak tanımladığı fotoğrafı oluşturmak için tıpkı meslekî ataları gibi, ölen insanları nasıl uygun yere taşıdığını kendi ağzıyla anlatıyordu."³⁷⁵



Fotoğraf 2.35 1957, Ara Güler, *Orient express* **Fotoğraf 2.36** 1957, Ara Güler, *Orient express*

Kimyasal yöntemlerden sayısal teknolojilere geçişle birlikte olanakları artan ve pratikleşen fotoğrafta manipülasyon işlemi, daha kolay uygulanır hale gelmiştir; "Karanlık oda teknisyenleri için fotoğrafları manipüle etme olanağı başından beri olageldiği halde, sayısal teknolojiler bu tür manipülasyonları eskisinden daha kolay yapılır ve daha zor ayırt edilir hale getirmiştir."³⁷⁶ Eski yöntemlerle hayal bile edilemeyecek şeylerin bugün sayısal tekniklerle çok kısa sürede ve kolayca öğrenilebilen yöntemlerle yapılabilmektedir.

³⁷⁵ Yücel TUNCA, "Fotoğrafta Şok Beklentisi," 45.

³⁷⁶ ÇETİNTAŞ, A.g.t., 67. John V. PAVLİK, *Journalism and New Media*, 87'den alıntı.

Günümüzde amatörlerin bile sayısal teknolojiye olan ilgileri ve bu yeni teknolojiyi kullanmaları, dijital manipülasyon çağının başladığının göstergesidir.

Sayısal teknoloji, haber fotoğrafının saygınlık ve güvenilirlik kaybına uğramasına; görüntülü haber üretiminde, etik tartışmalarına neden olmuştur. Teknolojik gelişmeler, gerçekte hiç var olmamış görüntülerin oluşmasını sağlamakla kalmayıp, uzun yıllar kabul gören fotoğrafın, 'belge niteliği taşıdığı' düşüncesinin de değişmesine neden olmuştur. "150 yıl boyunca kimyasal fotoğrafın gerçekliğin temsil edilmesinde önemli bir yeri vardı. Ama şimdi bu durum sorgulanıyor."³⁷⁷

1990'lı yılların sonuna doğru başlayan sayısal müdahaleler ile yalancı ve dürüst fotoğraf ayırımına varmak hayli güçleşmiştir. Artık fotoğraflar daha kusursuzdur; ama, gizli ve niyeti belirsiz, başkalaşmış imgeler söz konusudur. Fotoğraf makinesi ile gerçekler kaydedilmişken, bu görüntülerin bilgisayar ortamına alındıktan sonra üzerinde oynanması, okura görüntü yoluyla yalan söylemeye, okurun güveninin giderek yok olmasına neden olmuştur. Bazı fotoğraflar tarafından "Dijital görüntü manipülasyonu, fotoğrafın gerçekliğinden bir sapış ve sınırları aşan bir uygulama olarak tanımlanmıştır."³⁷⁸ Kent Klich'e göre; "fotoğrafta manipülasyon, gözlerimizi açacak ve herkesin, akıp giden enformasyona daha sorgulayıcı bakmasını sağlayacak."³⁷⁹ tır. Kent Klich olaya farklı yaklaşarak sayısal gelişmeler ile kolay üretilen, kolay işlenebilen, yaygınlaşan manipülasyonun bu son halinin fotoğrafa sorgulayıcı bakmamızı kolaylaştıracağını vurgular.

Sayısal teknolojinin sunduğu olanakların, ne kadarının haber fotoğrafçılığına uygun olduğu da tartışma konusudur. Bu konuda genel olarak kabul edilen fotoğrafta anlatılan konunun daha anlaşılır olması için, bazı düzeltmeler normal sayılabilir.

³⁷⁷ Kevin ROBİNS, *İmaj, Görmenin Kültür ve Politikası*, Çev. Nurçay Türkoğlu, 71,72.

³⁷⁸ ÖZEL, A.g.t., 94. J.Mitchell WILLİAM, *Reconfigured Eye: Visual Truth in The Post- Photographic Era*, 52'den alıntı.

³⁷⁹ ÇETİNTAŞ A.g.t., 67. Pedro MEYER, *Truths&Fictions A Journey from Documentary to Digital Photography*, 95'ten alıntı.

Bu düzeltmeler asla fotoğrafın içeriğini ve verdiği mesajı değiştirmemeli, sadece fotoğraftaki olayın algılanabilirliğini arttırmalıdır. “Burada da sorun, fotoğrafın; "mesajı", "içeriği", "özü" gibi kavramların yoruma açık ve göreceli olmasıdır. Örneğin, ışık kaynağına bağlı olarak sarı tonda görünen bir fotoğrafın renk dengesi düzeltilebilir. Bunun mantığı, fotoğrafın çekildiği yerden insanların gözleri o ışık kaynağına alışınca o ışığı gün ışığı gibi algıladıkları için böyle bir düzeltmenin yapılabilmesinde sakınca olmaması şeklinde açıklanabilir. Bu tür müdahaleler fotoğrafı daha okunaklı yapmaya yaradığı için kabul görebilmektedir. Ancak, bir sahne ışıklandırmasında kullanılan sarı renkli - efekt amaçlı- spot ışıklarının renk düzeltmesi yapılamaz. Çünkü oradaki insanlar o ışığı sarı olarak görmektedirler. Bu kadar basit görünen müdahaleler bile bazen sorun olabilmektedir.”³⁸⁰ Yani burada yapılacak müdahalenin ölçüsü; haberin özüne ters düşmeme, fotoğrafı daha etkileyici hale getirme, haber fotoğrafıyla amaçlanan sonuca hizmet etme olarak özetlenebilir.

Fotoğraf üretiminde “çekim sonrası” manipülasyonunun oldukça kısa bir tarihsel gelişimi vardır. “Fotografik imgenin bilgisayarda üretimi ve manipülasyonu aşağı yukarı 1960'larda başlamıştır. 1970'lere kadar küçük bir pazar olarak, yavaş, pahalı ve yalnızca belirli işlere uygun olmasına rağmen gelişme göstermiştir. 1980'lerde bilgisayar görüntüleri, fiyatların azalması ve iyi ekipmanla daha hızlı gelişmiştir.”³⁸¹ 1990'lı yıllarda bilgisayarda görüntü işleme programlarının gelişmesi ve yaygınlaşması; fotoğrafların manipüle edilmesi için sadece fotoğrafçıların değil; amatörlerin de gerekli teknolojiye faydalanmasını sağlamıştır. 2000'li yıllara gelindiğinde, yeni teknoloji ve yazılımlarla, internet ortamına ve bilgiye ulaşma kolaylaşmış; bu durum çok geçmeden foto-manipülasyon uygulamasının yaygınlaşmasına ve değişik manipülasyon yöntemlerinin uygulanmasına neden olmuştur; “Teknolojik gelişmeler, fotografik ortamın belgesel ve estetik karakteri üzerinde sınırsız manipülasyon yapılabilmesine olanak sağlamaktadır. Belgesel fotoğrafta uygulanacak manipülasyon tekniklerinin derecelerinde farklılıklar

³⁸⁰ ÇETİNTAŞ, A.g.t., 68 .

³⁸¹ ÖZEL, A.g.t., 117. Dale O'DELL, *Computer Manipulated Imagery, Is it Photography?* alıntı.

bulunmaktadır. Öncelikle fotoğrafın sadece görünümü ile ilgili yapılan teknik manipölasyonlar yer almaktadır.”³⁸²

Sayısal teknolojilerin gelişmesine koşut olarak, bu yolla çekilen ve üretilen fotoğraflardaki görüntü kalitesini ve netliği artmış, manipölatif fotoğrafla doğal fotoğraf arasındaki fark ayırt edilemez olmuş; bu durum foto-manipölasyon yapanları cesaretlendirmiştir. “Bilgisayar teknolojisi manipölasyon sürecinde fotoğrafları mükemmel bir şekilde harmanladığı için, değiştirilmiş olan obje ile gerçek olan arasındaki sınır kaybolmaktadır. Sayısal görüntüleme teknolojisinin, piksel grupları arasındaki doğal olmayan eşitsizlikleri bulup, bunları otomatik olarak yumuşatma (smooth out) özelliği sayesinde, dijital görüntüler konvansiyonel yöntemlerle yapılan değişikliklere oranla eğitimsiz bir göz için fark edilmesi çok daha zor bir hale getirilebilmektedir.”³⁸³ Sayısal fotoğrafçılığın sağladığı hız ve kalite; fotoğrafçıların çok rahat bir üretim sürecinde, montaj ve kolaj teknikleri ile fotoğraf tasarımı yapma olanaklarını artmıştır. Ünlü gerçeküstücü fotoğrafçı Jerry Uelsmann'ın birçok agrandizör ve negatifle yaptığı montajların oluşum süresi sayısal fotoğrafçılıkla çok azalmıştır. Uelsmann sayısal fotoğrafçılık için” “Şu anki dijital devrime karşı sempati var ve bilgisayar yardımı ile ortaya çıkartılan seçenekler heyecan verici. Fakat, yaratıcı işlemlerimin halen özünde karanlık oda simyasına bağlı olduğunu düşünüyorum.”³⁸⁴ diyerek belki de, sayısal fotoğrafçılığın sınırsız müdahale kabiliyeti sonucunda yaratıcılığın köreldiğini vurgulamaktadır.

Geleneksel yöntemlerde kullanılan tekniklerin aksine sayısal yöntemlerdeki kusursuzluk, 2000’li yıllardan itibaren, insanların fotoğrafa olan güvenlerini sarsmıştır. Geçtiğimiz yüzyılda, belge niteliği taşıyan fotoğraf, şimdilerde zihinlere şüphe tohumları serpen, bir iletişim aracı halini almıştır.

³⁸² Ebru AĞAOĞLU, **Bilgisayar Uygulamaları ve Adobe Photoshop**, 109.

³⁸³ S Gamze GÜÇKIRAN, **1990’lı Yıllarda Dijital Fotoğraf Olanakları ve Estetik Sorunları**, 73.

³⁸⁴ Jerry UELSMANN, **Söyleşi**, İnternet makale

2.14.3 Genel olarak Fotoğrafta Manipülasyon Yöntem ve Uygulamaları

Fotoğrafçılığın ilk yıllarından itibaren hataları düzeltmek, çirkinlikleri kapatmak, görsel olarak daha anlaşılır, beğenilir ve kusursuz fotoğraflar elde etmek için bir takım düzenlemelere gidilmiştir.

Bu müdahaleler, çekim öncesi, çekim aşaması ve çekim sonrası (karanlık oda çalışmalarında) müdahaleler olmak üzere üç aşamada, teknik, estetik ve ideolojik boyutta olabilir. Teknik boyutta müdahale, fotoğraf makinesi ve objektif seçimi, çekim açısı ve kullanılan perspektif, efekt ve renk düzeltme filtreleri, film banyosu ve kağıt baskısı aşamasında kontrast ve doğallık dışı pozlama-karartma ayarlamaları gibi kesin sınırları çizilmemiş değişkenlerden oluşmaktadır.

Estetik boyutta müdahale, fotoğrafçının sanat görüşünün, bilgi ve birikiminin fotoğrafa yansımasıdır. İdeolojik müdahale ise; sanatçının siyasal düşünceleri, inançları ve değerlerinden oluşur. Fotoğrafa yapılan ideolojik müdahale, fotoğrafçının genel anlamda fikirlerinin ve kimliğinin bir yansımasıdır.

Fotoğrafçıların arzu ettiklerini anlatan görüntüye ulaşmak için fotoğraflarda, uyguladıkları teknik ve estetik müdahaleler, gerçeğin tespiti konusunda, özellikle basın fotoğrafında tartışılmaktadır. “Bu noktada en önemli sorunlardan birisi de, fotoğrafın ya da basında kullanılan fotoğrafların gerçeği ne denli yansıttığı üzerinedir. Sonuçta foto-muhabirinin öznel yaklaşımını ve yorumunu da yansıtan basın fotoğrafları bir de yayımlandığı yayın organı tarafından biçimlendirilir, kadrajlanır. Kısacası, fotoğrafın nasıl yorumlanacağı medya tarafından belirlenir ve okuyucu yönlendirilir.”³⁸⁵

Basın fotoğrafçılığında pek çok gazeteci, haberi aktarırken, çarpıcı hale getirmek, mesajını kuvvetlendirmek ya da benzer düşüncelerle, görüntü üzerinde kendi amacına uygun değişiklikler yapmıştır. Görüntünün oluşturulmasındaki bu

³⁸⁵ Hüseyin ERYILMAZ, *Kitle İletişimi Aracı Olarak Haber Fotoğrafı ve Manipulasyon*, 38.

düzenlemeler tam anlamıyla manipölasyon sayılır. Gazeteci, haberde neyi amaçlıyorsa, haberi o yöne çekecek manipölasyon yöntemi de ona göre belirlenecektir. Fotoğrafin ve gazetecinin tanıklığını tartışan gazetecilerden Ali Tartanoğlu, "*Baskın Basın'ın mı?*" adlı çalışmasında Ahmet Oktay'ın şu görüşlerine yer verir; "Fotoğrafin tanıklığı, basının kitleselleşmesi ve popülerleşmesi sonucunda tartışılabilir duruma gelmiştir. Şüphesiz gazete fotoğrafı bugün de tanıklık görevini yerine getirmekten geri kalmamaktadır. (...) Ama fotoğraf gazetede o yalın biçimiyle sunulmamaktadır ki!.. Başlığı vardır, alt yazısı vardır ve yansıttığı gerçek bunlar aracılığıyla saptırılabilir." ³⁸⁶

Ramazan Öztürk, medyanın gücünü Romanya örneğiyle anlatmaya çalışır; "Romanya'da 24 yıllık bir totaliter rejim devrildi. Birçok insan hayatını kaybetti. Kısacası bir ülkenin kaderini etkileyen önemli değişiklikler oldu. Ancak, bu olayları yaşayan biri olarak, gerçek devrimi dünya medyasının yaptığına inanıyorum." ³⁸⁷ der. Medyanın kullandığı spekülative habercilik yaklaşımının, ne denli güçlü bir etki yarattığını Öztürk şöyle anlatır "Gorbaçov'la başlayan değişim rüzgârına kim karşı çıkarsa, Avrupa'da ona karşı güç birliği oluşuyordu. Bükreş sokakları cesetlerle dolu haberi ajanslardan geçince sokakları dolaşmaya başlıyorduk; ama hiç bir cesede rastlayamıyorduk. Mutlaka ölenler vardı fakat, binlerle ifade edilecek kadar değildi. Zaten bunların çoğunun gömölüşlerini bir çok gazeteci arkadaşımınla birlikte izledik. Ancak yüze yakın ceset vardı... Romanya olaylarının çok abartıldığını sonraki aylarda Avrupa basını da kabul etti. Hatta bir çok ajans, gazete ve dergi konuyla ilgili özeleştiriy yazısı yayımladı... Bana göre Romanya'daki devrimi medya yaptı." ³⁸⁸

İletişim tarihi, olayların, haberlerin nasıl manipöl edildiğini, kitlelerin nasıl yanıltıldığını gösteren örneklerle doludur. Zaman zaman bu tür örneklerin kanıtlarıyla ortaya konduğuna bir çok okur tanık olmuştur. "1906 San Francisco depremi olayı, manipölasyonun yapılaş amacının insanlık yararına bile olsa tartışma

³⁸⁶ Ali TARTANOĞLU, *Baskın 'Basın'ın mı?*, 151

³⁸⁷ Ramazan ÖZTÜRK, *Sessiz Tanık*, 171.

³⁸⁸ ÖZTÜRK, *A.g.k.*, 171.

konusu olabileceğini göstermektedir.”³⁸⁹ San Francisco'da meydana gelen depremde şehir idaresinin, fotoğrafçılara, depremden arta kalan acı görüntülerin insanları çok fazla etkileyip üzmemesi için fotoğrafların manipüle edilmesi konusunda talimat vermiş, fotoğrafçıların konuyu o gözle fotoğraflamalarının istenmesi, bu konudaki tartışmaların çıkış noktasını oluşturur.

Tarihte en önemli manipülasyon örneklerinin savaş fotoğraflarında uygulandığı görülür. “Suzan Moeller, Küba'da İspanya-Amerika savaşını kapsayan fotoğrafların savaş fotoğrafçıları tarafından çekildiğini yazdı. Savaş sahneleri yeniden canlandırıldı ve bedenlerin konumu daha iyi bir anlatım için yeniden düzenlendi. Bazı yaratıcı fotoğrafçılar, New Jersey'deki savaş görüntülerini yeniden kurguladılar. Birinci Dünya Savaşı yıllarında da, bir çok fotoğraf propaganda amacıyla manipüle edildi. Örneğin, gazeteler Alman Kaiser Wilhelm'in bebeklerin ellerini kestiğini gösteren kurgu fotoğraflar yayımladılar.”³⁹⁰

Demokratik hak ve özgürlüklerin tam anlamıyla baskı altında tutulduğu ülkelerde, yaşanan kötü davranışların fotografik görüntüleri, rötuş, silme ve kesme teknikleri vasıtasıyla değiştiriliyordu. “Örneğin Rusya'da bulunan Winter Oteli'nde devrimci askerler tarafından gerçekleştirilen 1917 istilâsını gösteren fotoğraf, üç yıl sonra, gündüz yapılan sokak kutlamasında canlandırılan sahnenin fotoğrafıydı. Gerçek saldırı aslında tamamen karanlık bir zamanda gerçekleştirilmişti. Bu meşhur fotoğrafın rengi koyulaştırıldı ve gecenin içinde içeriden ışılandırılmış bir otel görünümü vermek için otelin pencereleri beyaza boyandı.”³⁹¹ Basının, istediği bir kişinin görüntülerinin seçiminde sergilenecek özel tavır bir tür manipülasyondur. Bu noktada Naci Bostancı; "artık anlam görünümün doğal bir uzantısı değildir; görüntü, yaratılmak istenen anlam için teknik bir araca dönüştürülmüştür.”³⁹² diyerek fotoğrafı anlatılmak istenen anlama hizmet eden teknik bir kullanım olarak nitelendirir.

³⁸⁹ ERYILMAZ A.g.t., 38. Paul LESTER, **Photojournalism**, 100'den alıntı.

³⁹⁰ ERYILMAZ, A.g.t., 46 LESTER, A.g.e., 100'den alıntı.

³⁹¹ A.g.t., 46. A.g.e., 100.

³⁹² BOSTANCI, A.g.e., 98.

Günümüzde, savaş öncesi ve sonrası kitle iletişim araçlarında kullanılan manipülasyon kavramı, işgalci devletlerin; davranışlarının haklılıklarını kanıtlamak için kullandıkları önemli bir araçtır. Körfez Savaşı sırasında dünyada televizyon ekranlarında yayımlanan en can alıcı görüntü şüphesiz, petrole bulanmış karabatak görüntüsüdür. Saddam Hüseyin'in denize boşalttığı petrol yüzünden yaşam alanları kirlenen ve can çekişen karabatak kuşunun görüntüleri bütün dünyanın tepkilerinin Saddam'a yönelmesine sebep olmuştur. Savaş sırasında ölen binlerce insan yerine, tepkilerin karabatak için çıkmış olması ise manipülasyonun gücünün önemli bir göstergesidir.



Fotoğraf 2.37 Anonim, Birinci Körfez Savaşı

“Kitleler, izledikleri kuşun aslında Körfez sularında değil, dünyanın bir başka yöresinde, batan bir tankerin denize yaydığı petrol yüzünden yaşam savaşı verdiğini öğrendiler. Bu noktada medya, elindeki görüntüyü iyi değerlendirmiş, savaşla ilgisi olmayan bir görüntüyü "savaş" başlığı altında yayımlayarak tam bir manipülasyon örneği sergilemiştir. Enformasyon yayımı sürecinde seçmecî kaynak kullanımı, tekdüze haber temposu ve öykü başlığının seçimi yoluyla haber medyası, hangi haber aktörlerinin kamuya yeniden sunulacağına, onlar hakkında ne söyleneceğine ve özellikle nasıl söyleneceğine karar verir.”³⁹³

³⁹³ A. Van Dijk TEUN, **Medya İktidar İdeoloji**, Çev. Mehmet Küçük, 303.



Fotoğraf 2.38 1936, Arthur Rothstein, Güney Dakota

Belgesel fotoğraf tarihinde önemli fotoğrafçılardan biri olarak kabul edilen Arthur Rothstein'in kuraklık ve ölümün sembolü kafatası fotoğrafları manipülasyonun önemli bir örneği olarak fotoğraf tarihine girmiştir.



Fotoğraf 2.39 1935 - 1936, Walker Evans, Alabama

Rothstein, South Dakota'da güneşte beyazlamış bir kafatasını önce bulunduğu yerde, sonra daha iyi bir fon elde etmek amacıyla biraz uzağa taşıyarak fotoğraflamış olduğunu, farklı yerlerde kafatasının 5 pozunu daha çektiğini kabul etmiştir. Aynı dönemde gerçekliğin üzerinde oynama yapılmamış kaydını savunan Walker Evans ise, güney eyaletlerinde toprakların durumunu, çiftçilerin kötü koşullarını, evlerini, okullarını, kasabalarını fotoğraflamıştır. Ancak, Evans'ın çiftçileri yücelten, fakirliklerini onurlandıran fotoğraflarında, çiftçilerin yaşam

alanlarında düzenleme yaptığı ortaya çıkmıştır. Evans, işçilerin yaşadığı yerlerdeki düzensiz ve fakir görüntü yerine, fakir ama saygıyı hak eden bir izlenim oluşturmak için bunu yaptığı düşünülebilir.

Foto-manipülasyon uygulamalarının yaygın olduğu bir diğer alan siyasal mesajlar veren fotoğraf uygulamalarıdır. Bilgisayar ortamında görüntüde yapılan; ekleme-çıkarma yönteminin amacı, kitleri yanıltmaktır. AKP Manisa İl Başkanlığı'nın, MHP'nin mitingine katılımın az olduğu iddiasıyla yaptığı basın açıklamasından sonra, sunduğu kendi mitinglerindeki kalabalığı gösteren fotoğraflarda photoshop hilesi yapıldığı ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak, teknolojik gelişmelerin baş döndürücü bir biçimde hız aldığı günümüzde her şey giderek bilgisayar ortamına taşınmaktadır. Bu gelişmelerden en çok etkilenen de fotoğrafçılıktır.



Fotoğraf 2.40 2003, Anonim, Akp Manisa Mitingi

Geçen yüzyıllarda, emek ve zamanla uzun uğraşlardan sonra elde edilen görüntü, günümüzde teknoloji sayesinde anlık hale gelmiştir. 1990'lı yıllardan itibaren yaygınlaşan sayısal fotoğrafçılık ve baskı teknolojilerindeki gelişmeler, özellikle fotoğrafta gerçeklik ve fotoğrafın belge olma işlevini daha yoğun olarak tartışılır hale gelmiştir. Geçen yüzyılda mutlak “belge” olma özelliği ile bilgilendirme görevini de sürdüren fotoğraf, şimdilerde izleyenler üzerinde, soru

işaretleri bırakan eski gücünden uzak durumdadır. Bu durum haber fotoğrafçılığı bağlamında gazetelere duyulan güvenilirliği azaltmıştır.

2.14.4 Fotomontaj ve Fotomontaj teknikleri

Fotomontaj terimi sözlüklerde “bir konu üzerindeki eksik bölümleri tamamlamak ya da daha çok konuyu bir araya toplamak için birkaç fotoğrafın birleştirilmesi” olarak tanımlanmaktadır.”³⁹⁴ Bu tekniğin Birinci Dünya Savaşı sırasında ve Berlin Dadaistlerinin fotoğraf çalışmalarında kullanana dek bir adı yoktu. Ancak Dadaistler gibi birden fazla imgenin birleşimini ya da birden fazla imgenin parçalarının birleşiminin topluca kullanılması söz konusu olduğunda bu yeni tarza bir isim koymak gerekliliği duyulmuş; bu konuda Raul Hausmann; “George Grosz, John Heartfield, Johannes Baader ve Hannah Höch ile birlikte bu yeni anlatım biçiminin fotomontaj olarak adlandırılmasına karar verdik.”³⁹⁵ demiştir. Fotografik bir yüzeye nesnelerin, şekillerin görüntülerini, üst üste pozlama gibi karanlık odada yapılan yöntemlerle görüntüleri birleştirme, kesme, çıkarma gibi görüntünün yeniden düzenlenmesine olanak tanıyan işlemlerle yaratılan fotomontajlarda amaç, çalışmaların sonunda, anlam yönünden güçlü, bütüncül bir görselliğe ulaşmaktır. Fotomontaj sözcüğü adından da anlaşılacağı üzere fotoğrafa bağımlı bir eylemi belirtmektedir. Kullanılan parçalar doğrudan bir fotoğrafın parçaları ya da tamamıdır. Bu tekniği uygulamak, bir fikir etrafında anlatı oluşturmak, büyük bir işçilik ve tasarım ustalığı gerektirmektedir.

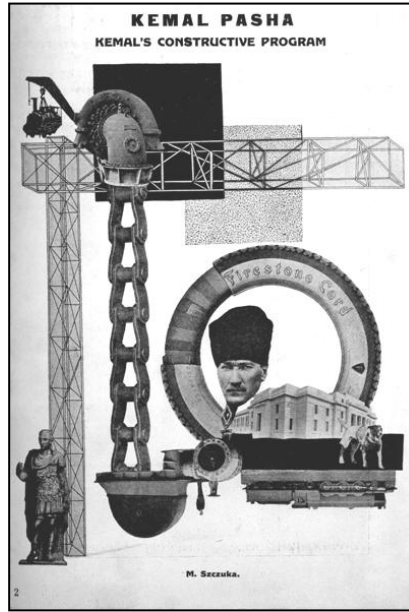
Fotomontajın uygulama zorluğu ve fotoğrafçının (sanatçının) bir ressam gibi sanat eserine katkısının, salt fotoğraftan daha fazla olması, dönemin sanatçıları arasında, ortaya çıkan ürünün daha özgün olduğu konusunda görüşleri yaygınlaşmıştır.

³⁹⁴ **Türkçe sözlük**, 456

³⁹⁵ Dawn ADES, **Fotomontaj**, Çev: Ahmet Gezgin, 1.

Günümüzde fotomontaj kullanımı ve üretimi, sayısal araçların gelişmesiyle daha da yaygınlaşmış ve kolaylaşmıştır. Sanatçılar, görünenlerin ışığında gerçeklikten anlatımlar oluşturmak için fotomontaj tekniğine başvurursa da; fotografik gerçeklik açısından bakıldığında, ortaya çıkan ürünün kişileri, toplulukları etkilemek için kullanılan ikna veya reklâm amaçlı manipülatif gerçeklik oldukları düşünülmelidir.

Fotomontajın Birinci Dünya Savaşından hemen sonra başladığı söylenebilir; Bu yıllarda sanatçılar, tasarımcı fotoğrafın ilk örneklerinden biri olan, fotogramın, daha ileri bir seviyesi olan fotomontaj tekniği ile birden fazla yöntemi tasarıma uygulayarak, çeşitli görüntüleri bir kompozisyon disiplininde buluşturmuş, anlamsal kaygılar ile oluşturulmuş fotomontajları etkili bir toplumsal propaganda aracı olarak kullanmıştır.



Fotoğraf 2.41 1924, Mieczyslaw Szczuka, Kemal'in İnşaa Programı

Fotomontaj, 1923 ve 1930 yılları arasında politik propagandanın tüm alanlarına girer. Özellikle, 1935- 1945 yıllarında, “Avrupa’da politik amaçlar doğrultusunda ve İkinci Dünya Savaşından önceki yıllarda Rusya’da da yaygınlaşır. İspanya iç savaşı montaj posterleri, İtalyan karşı devrimcileri tarafından kullanılmıştır.”³⁹⁶ Marksist

³⁹⁶ Dawn ADES, **Fotomontaj**, Çev: Ahmet Gezin, 2

eğilime gösterdiği anlamlı uyumluluğu nedeniyle fotomontaj sol politika için önemli bir araç olmuştur. Bu yıllarda fotomontaj, ideolojilerin dışavurum aracıdır. Bu bağlamda fotomontajı propaganda aracı olarak kullanarak fotoğraf literatürüne geçen Berlin Dadaistleri ve Rus Konstrüktivistlerinden kısaca söz etmemiz gerekir.

2.14.6 Fotomontajın Propaganda Aracı Olarak Kullanılması

2.14.6.1 Berlin Dadaistleri

Dadaizm, 20. yüzyılın ilk yarısında, başta edebiyat olmak üzere, pek çok sanat türünü etkilemiş bir akımdır. Bu akım kısa süre de fotoğrafta da yeni arayışlara neden olmuştur. Örneğin, bu yıllarda, Berlin’de, kendilerine “Dada” diyen bir grup sanatçı, fotomontajın yapısı itibariyle, onların düşüncelerini karşılayacak özelliklere sahip olduğunu ve bu malzemenin fikri yaymada kullanılabileceği görüşü ile fotomontajı benimsemiş ve üretmişlerdir. “1915 ile 1923 yıllarında etkin olan Dada akımının Almanya’daki temsilcileri arasında Jean Arp, Max Ernst, Hannach Höch, Man Ray, Morton Schamberg, Kurt Schwitters ile birlikte Raoul Hausman, John Heartfield, George Grasz ve Jonannes Baader sayılabilir. Huelsenbeck’in 1918’de öncülüğünü yaptığı ve önde gelen temsilcilerinin John Heartfield, George Grasz, ve Jonannes Baader olduğu Berlin Dada grubu ise açıkça sol görüşlüydü ve sanat karşıtı etkinliğini propaganda ile birleştiriyordu. Ortak olan yanları tümünün dünyayı düzeltme konusunda özel bir istek duymalarıydı.”³⁹⁷

“Berlin Dadaistleri fotoğrafı hazır yapılmış bir imge gibi kullanmışlar, onu dergi ve gazetelerden kesilmiş parçalarla, çizgilerle; karmaşık, çarpıcı bir görüntü elde etme amacı doğrultusunda birleştirmişler ve böylece gerçeğin kışkırtıcı (provokatif) parçalarını montajları ile oluşturmuşlardır.”³⁹⁸

³⁹⁷ ORAL, Weimar Cumhuriyeti’nden Günümüze Fotoğraf Ajanslarının Fotojournalizme Katkıları, 28.

³⁹⁸ ADES, A.g.d., 1.



Fotoğraf 2.42 1932 “Yalanın bacakları kısadır”, Heartfield

Berlin Dadaistleri içinde Hitlere karşı propagandasıyla tanınan, John Heartfield “birçok fotoğrafa yeni malzemeler eklemek yerine, tek bir fotoğrafa eklemeler yapmışsa da, onun için fotomontaj teknik bir süreç değil, özgün fotoğrafın içeriğinin diğer öğelerle zenginleştirilme yöntemidir.”³⁹⁹

Dadaist akımda fotomontaj, çoğaltılamayan, asla aynısı üretilmeyen yağlı boya resmine bir tepki olarak kullanılmıştır. Çünkü fotomontajlar mekanik olayın süreklilik kazandırdığı teknolojik dünyanın ürünüdür. Hannah Höch fotomontaj eylemi için; “Makine ve endüstri dünyasını sanat dünyası ile bütünleştirmek, tamamlamak tek amacımızdı.”⁴⁰⁰ der. Bu tanımlamayla Höch, fotomontaj malzemesi olarak gazete, dergi fotoğrafları ve baskılarının mekanik oluşumlar olduğu anlatmaktadır.

Dadaistler, çeşitli fotomontaj teknikleri uygulamışlardır. Bunlar arasında montaj ve kolaj teknikleri en yaygın olanlardır. “Dadaist sanat içinde uygulanan ve daha önceki fotomontajlardan farklı olarak ilk defa denenilen yöntemler montaj ve kolaj teknikleridir. İlk uygulanan fotomontajlarda genellikle birden fazla negatif bir araya getirilerek montaj yapılırken, dadaist sanat içinde hem birden fazla negatif kullanılmış hem de çeşitli dergi, gazete, reklâm afişleri ve objeler gibi bir çok yardımcı malzeme,

³⁹⁹ ADES, A.g.d., 2.

⁴⁰⁰ ADES, A.g.d., 2.

kes-yapıştır yöntemi kullanılarak uygulanmıştır.”⁴⁰¹ Dada fotomontajları, politik ağırlıklıdır ve alaycı bir anlatımla Weimar Cumhuriyeti ve Alman militarizmini konu alıp, bu anlayışa karşı mücadele etmiştir.

2.14.6.2 Rus Konstrüktivistleri

Görsel propaganda, yayıcı ve inandırıcılığı sebebi ile kitleleri etkilemede amaca varmanın başarılı bir yoludur. Bu bağlamda fotomontaj, konstrüktivist sanat akımıyla birleşerek, Sovyetler Birliği’nin toplumsal dönüşümünü sağlamak için propaganda da etkili bir araç olmuştur.

Fotomontaj sanayi kültürünün oluşmasında ve geniş kültürel bir iletişim doğmasında büyük bir etkendir. Gustav Klutsis’in deyişiyle, fotomontaj yeni bir propaganda sanatıdır. 1931’de Moskova’da yaygınlaşan fotomontajla, devrimci politika ve endüstri ürünü, arasındaki ilişki güçlenmiştir.

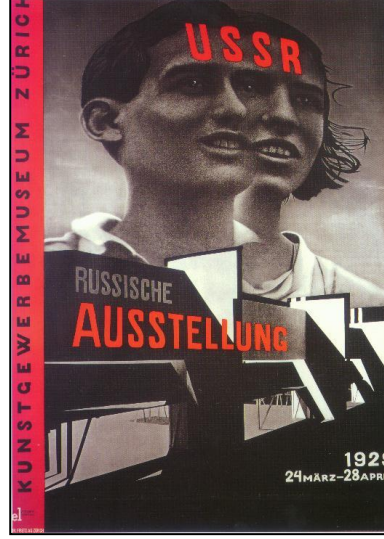
Klutsis’in *Lef* dergisinde yer alan tezine göre; “fotomontajın kurucularının Mayakovsky, Osip Birik, Tratyakov ve Rodchenko olduğu belirtilir; ancak Klutsis önceliğin kimde olduğu sorusuna açıklık getirmemiştir. 1923 yılında “About this” adlı dergide Mayakovsky’nin şiirinden alıntı yaparak fotomontaj kullanan Rodchenko, sonradan derginin kapak desenlerini üstlendi ve kapaklarda aynı yıl fotomontajı kullandığını”⁴⁰² belirtmiştir. Alexander Rodschenko 1921’de ressamlıktan vazgeçmiş ve tasarıma yönelmiş; görsel imgeler elde etmek istediği fotomontaj yöntemlerinden faydalanmıştır.

Bireysel sanatçı uygulamasını konstrüktivist teoriye bağlamamak ve sanatı devrimci toplum potasında eritme görüşünü benimseyen Rus fotomontajcıları,

⁴⁰¹ ÖZDEMİR, *Fotoğraf Dilyetisinin Evrimi Bağlamında Müdahale Sorunsalı*, 79.

⁴⁰² ADES, A.g.d., 5.

endüstriyel malzeme ve teknikleri yücelten bir biçimlendirme çabası içinde olmuşlardır. İşçi sınıfının sanayileşme sürecindeki emeğini ve eğitimin önemini anlatmak için fotomontajı kullanmışlardır.



Fotoğraf 2.43 1929, El Lissitzky

Rus konstrüktivizmin en önemli çıkışı ve kendilerini sanat dünyasına tanıtmaları, 1929'da Zürich'te açılan Rus sergisinde olmuştur. Bu sergide; Lissitzky konstrüktivizmin dinamik kompozisyonunu ve çarpıcı bakış açısını kullanmıştır. Lissitzky'nin posterine iki insan başı hakimdir. Birbiri içine geçmiş iki insan başı görüntüsü aynı görüşü paylaşan geleceğe bakan kişileri vurgular.

1923'den 1931' e kadar fotomontaj, reklâmcılık ve politik propaganda amacı doğrultusunda posterlerde, kitap kapaklarında oldukça fazla kullanılmıştır.

2.14.6.3. Dadaistlerle Konstrüktivistlerin Temel Farklılıkları

Dada ve konstrüktivist fotomontaj arasında konu olarak temel bazı farklılıklar gözlemlenmektedir. Dada fotomontajları, politik ağırlıklı eserler olmaları nedeniyle savaşı ve Alman faşizmini konu almıştır. Rus konstrüktivistlerin fotomontajları ise,

politik olmakla beraber, endüstriyel Rusya'nın amaçları konusunda insanları etkilemeye yönelik olmuştur.

Dadacı sanatçıları, insanları köleleştiren, savaş endüstrisi yoluyla büyük çıkarlar sağlayan ülkelerin, barbarlığına tepkiliydiler. Dadacı sanatçılar savaş kadar sanatın standartlaştırılmasına da karşıydılar. Dadacı sanatçılara göre, fotomontaj sayesinde toplumun devrimci ruhu yeniden canlandıracaktır. John Berger'inde dediği gibi; fotomontajdaki en büyük üstünlük tüm kesme ve birleştirmelere rağmen, her şey yeniden fotografik gerçeklikle bir araya gelerek, simgelere dönüşmektedir.

“Özellikle Huelsenbeck'in 1918'de öncülüğünü yaptığı... Berlin Dada grubu ise sol görüşlüydü ve sanat karşıtı etkinliğini propaganda ile birleştiriyordu.”⁴⁰³ Alman Dadaistleri bu yolla milliyetçiliğe, emperyalizme karşı çıkarak, Hitler karşıtı propagandayı benimsemiş ve uygulamışlardır.

Rus konstrüktivistlerin fotomontajları politik ajitasyona dayalıdır. Bu fotomontaj çalışmaları, devrimle kurulan yeni Sovyet Birliğinin, amaçlarını kitlelere anlatma ve ikna etmeye yönelik çalışmalar yaparlar. Sovyetler Birliğindeki sanayî ve teknolojik ilerlemelerin propagandasını yapma amacıyla fotomontajlar üretirler. Bu iki akım arasında dikkat çeken en önemli fark; Berlin Dadaistlerinin var olan yönetime karşı her türlü tehlikeyi göze alarak mücadele etmelerine karşın; Rus Konstrüktivistleri, yeni oluşan Sovyet yönetimiyle aynı saflarda olmaları devlet propagandası yapmalarıdır.

Fotomontaj estetik değer ve kompozisyon oluşturmada farklı arayışların aracı olabilir. Ama gerçekliği bozduğu ve kitlelere gerçeği farklı algılattığı için fotomontaj, yönlendirmeci bir propaganda çalışması olarak görülebilir. Nitekim günümüzde, özellikle yazılı basında fotomontaj yoluyla görüntü ekleme, birleştirme yapılmakta, bu çalışmalar siyasi propaganda aracı olarak kullanılmaktadır.

⁴⁰³ ORAL, A.g.t., 28.

3. BÖLÜM

3.1. FOTOĞRAF YORUMLAMADA YÖNTEM

Günümüzde propaganda ve reklâm stratejileri, pratikleri üzerinde pek çok çalışma yapılmaktadır. Propaganda ve reklâm stratejileri başlı başına bir bilim dalı olarak kabul görmekte, ekonomi ve siyasal çevrelerin taleplerine uygun olarak, bu konular üzerinde kapsamlı bilimsel araştırmalar ve yayınlar yapılmaktadır. 20.yüzyılın Türk basınında propaganda amaçlı kullanım özelliği ile yer alan, seçilen belgesel fotoğrafların yorumlanmasında, Ohio State University’de sanat Profesörü olan Terry Barrett’in fotoğraf eleştirme yöntemi olarak benimsediği, betimsel bilgi, bağlamlar ve yorumlama başlıkları altında incelenecektir. Barrett ‘fotoğrafi eleştirmek’ adlı kitabında ”bir imgeyi değerlendirmenin en iyi yollarından biri onu gözlemlemek ve üzerine düşünüp konuşmaktır.”⁴⁰⁴ demektedir. Fotoğraf yorumlamada, örnek fotoğraflar üzerinde, var olan, görülebilen, imgeler ve göstergeler ışığında bir takım yargılara varmaya, propaganda ile olan ilişkileri sorgulanmaya çalışılmıştır. Seçilen fotoğraflar 100 yıllık süreç içinde Türkiye’de yaşanan ekonomik, sosyal ve siyasal yapı içinde, kendi dönemlerinde önem taşıyan kişilerin, olayların öykülerini barındıran; kimi çekim aşamasında propaganda amaçlı tasarlanarak, kimi ise fotoğraf çekildikten sonra, propagandist yönü saptanarak çıkar sahibine hizmet etmiş fotoğraflardan oluşmaktadır. Seçilen ve yorumlanan örnek fotoğraflarda, Türkiye’de gelişmekte olan demokrasi hareketinin uygulamaya konulurken, propaganda amaçlı söylevlerle belgesel fotoğrafın gücünden nasıl faydalandığını gösterme amaçlanmıştır. Kitle iletişim araçları içinde, özellikle 20. yüzyılda önemli bir yere sahip olan fotoğrafın propaganda amaçlı kullanımının döneme damgasını vuran Batılı devletler ve liderlerle paralel zaman dilimleri içinde kullanıldığı saptanmıştır.

⁴⁰⁴ Terry BARRETT, *Fotoğrafi Eleştirmek.*, 5.

3.1.1 Betimsel Bilgi

Betimsel bilgi, fotoğrafın konusu, konuyu aktarma aracı (ekipman) ve anlatım yöntemi hakkındaki bilgileri içerir. Fotoğrafçının ideolojik düşüncesi bilinse de, o fotoğrafta sunulan ideoloji ve fotoğrafçının bunu sunarken tarafsız kalıp kalmadığı, gibi hususlar betimsel bilgi toplamada önemli ve gereklidir. Fotoğraf betimleme yönteminde, fotoğrafın çekildiği dönem, sosyo-ekonomik ve siyasî şartlar gibi döneme ışık tutacak bilgilerden; betimsel verileri aktarırken de salt fotoğraftan değil, fotoğrafın alt yazısı veya basın içerikleri gibi detaylardan yararlanmak gerekmiştir.

3.1.2 Yorumlama

Genelde ‘yorumlama’ kavramı, uygulamada resim, şiir gibi sanat dalları için geçerlidir. Fotoğraf konusunda yorumlama yapmaya pek alışkın olmasak da, fotoğrafın bir konu hakkında bilgi vermek, tartışma başlatmak gibi iletişimsel donanımına sahip olması, günümüzde bu yapıtların kapsamlı olarak yorumlanmasını da gerekli kılmaktadır.

Fotoğraflar, mutlak gerçekliğin doğrudan temsilleri olarak görünürler, oysa bu görüntülerin bir göz ve arkasındaki beyin tarafından sınırlandırılmış ve anlamlandırılmış olduğu unutulmamalıdır. Bu bağlamda fotoğrafın oluşma sürecinde fotoğrafçının kültürü, bilgileri, değerleri, inançları gibi kişisel ve yaşamsal birikimleri önemli yer teşkil eder. Fotoğrafçı, bu değerler ve deneyimler ışığında seçimler yaparak iki boyutlu bir yaşam kesiti oluşturur. Fotoğraf yorumlamada bu hususları gözden kaçırmamak gerekir.

Felsefeci Nelson Goodman görüntüyü görme ve yorumlama konusunda şunları söyler: “... Ernst Gombrich'in ısrarla üzerinde durduğu gibi, masum bir göz yoktur. Göz her zaman gördüğünden eskidir, geçmişine ve kulağın, burnun, dilin, parmakların, kalp ve beyin eski yeni tüm kayıtlarına takıntılıdır. Yalnız ve kendi gücüyle çalışan bir enstrüman gibi değil, karmaşık ve kaprisli bir organizmanın çok

meşgul bir üyesi gibi işlev görür. Sadece nasıl değil ne gördüğü de ihtiyaca ve önyargıya göre düzenlenir.”⁴⁰⁵ Bu bağlamda “göz” ün masum olmadığını düşünürsek, beyin, göz ve fotoğraf makinesi üçlünün ürünü olan fotoğrafın, taraf olmaya ve ön yargıya hizmet ettiği söylenebilir. Öyleyse, bize sunulan görselleri, gerçekliğin bir kanıtı olarak görmeden önce, o fotoğrafı oluşturan tüm kanıtların toplanarak bunların etraflıca yorumlanması gereklidir.

Fotoğraf üzerinde “betimleme” yaparken görülebilen tüm bilgiler, nitelikleriyle birlikte ortaya konur. Oysa ‘yorumlama’ yönteminde, fotoğrafın çerçeve içindeki göstergeleri yorumlanarak, betimlenmiş nitelikler ile fotoğraf arasında anlam ilişkileri kurarak incelenir. “Yorumlamak, bir fotoğrafın betimlenmiş tüm niteliklerini hesaba katmak ve bu nitelikler arasında anlamlı ilişkiler kurmaktır.”⁴⁰⁶

3.1.3 Bağlamlar

Fotoğrafları anlamak ve değerlendirebilmek için, fotoğrafta görülen sahne dışındaki, yani fotoğraf karesi içine alınmayan, olay dışı bırakılmış sahnenin de hayal edilmesi gerekir. Fotoğrafçının zaman içinde akıp giden görüntülerden seçimler yaparak elde ettiği görüntülerin ve dışarıda bıraktığı saptanmayan görüntülerin beraber hayal edilerek incelenmesi, fotoğrafçının niyeti hakkında fikir oluşturmamızı sağlar. Bu eldeki verilere bakma ve hayal etme evresi, fotoğrafçının fotoğrafı neden ve nasıl çektiği bilgilerine ulaşmamız gibi bağlamsal bilgileri elde etmemize olanak sağlar.

Fotoğraftaki bağlamlar içsel ve dışsaldır. “Bir fotoğrafın içsel bağlamını düşünmek,... betimsel olarak apaçık olana dikkat etmektir...”⁴⁰⁷ Bağlamlar fotoğrafın içindeki biçimin, konunun ve aktaran kişinin arasındaki ilişkiyi çözümlemekten geçer. Bu ilişki bazı fotoğraflarda çok kolay anlaşılırken, bazı fotoğraflarda ise ancak mit ve sembollerin takibiyle anlaşılabilir.

⁴⁰⁵ BARRETT, A.g.e, 66.

⁴⁰⁶ BARRETT, A.g.e.,67.

⁴⁰⁷ BARRETT, A.g.e., 131.

“Dışsal bağlam ise fotoğrafın içinde bulunduğu ya da sunulduğu durumdur.”⁴⁰⁸

Yani bunu, fotoğrafın hizmet ettiği durum diye de adlandırmak mümkündür. Bir fotoğrafın nerede görüldüğü, ne şekilde kullanıldığı, fotoğrafı fotoğrafçının yüklemek istediği anlamın dışına çıkarıp, fotoğrafı farklı bir anlam boyutuna taşıyabilir. Örneğin bir kişiye ait porte fotoğraf, bir afiş veya billboard da görülüyorsa farklı; kartpostal boyutlarında bir ev duvarını süslüyorsa, farklı bir amaca hizmet eder. Bu portrenin seçim propagandası için kullanılan bir siyasî lidere ait olması durumunda, doğal olarak geniş bir kitleyi ilgilendirdiği yorumu yapılabilir. İkinci sunuş yönteminde ise, bunun bir hatıra fotoğrafı olduğu ve daha az kişiyi ilgilendirdiği yorumunu yapılabilir. Sonuç olarak dışsal bağlamda fotoğrafı kullanan kimseler kendi amaçları doğrultusunda fotoğrafın kullanım alanlarını belirleyerek anlatımın değişmesinde büyük rol oynarlar. Betimsel bilgi ve yorumlama yönteminin seçilen fotoğraflarda kullanılabilmesi için, fotoğrafların birtakım sorular ışığında değerlendirmesi yoluyla biçimsel yönünün ve içeriğinin tam anlamıyla ortaya çıkarılabileceği kanısındayım.

Bu sorular:

- Fotoğrafın konusu nerede geçmektedir?
- Fotoğrafta yer alan kişiler ve nesneler nelerdir?
- Fotoğrafta yer alan arka planın fotoğrafın anlatımına nasıl bir katkı sağlamaktadır?
- Fotoğrafın nerede, ne zaman, nasıl ve niçin çekildiği bilgilerine fotoğrafı incelerken ulaşılabilir mi?
- Fotoğrafın hangi amaca hizmet ettiği anlaşılabilir mi?
- Fotoğraf bir dönemim, fikir veya görüşün (ideolojinin) ipuçlarını, sembollerini taşıyor mu?
- Fotoğrafta kullanılan ışığın özelliği nedir, anlatıma katkısı var mıdır?

⁴⁰⁸ BARRETT, A.g.e., 135

- Fotoğrafta ilgi merkezi açıkça anlaşılır durumda mıdır?
- Fotoğraf biçimsel olarak nasıl yapılandırılmıştır? (Kontrast, perspektif, renk, uyum, keskinlik vs.).
- Fotoğrafta anlatım oluşturulurken, görme açısından destek alınmış mıdır?
- Fotoğraf nerede ve nasıl kullanılmıştır?

3.2. ÖRNEK FOTOĞRAFLAR VE BU FOTOĞRAFLARIN PROPAGANDACI TAVRININ YORUMU



Fotoğraf 3.1 1915 Harb Mecmuası

“Bir keşif kolumuz, düşman süvari keşif kolunu toplu ve muvaffak ateşleriyle kaçırtırken.”

Fotoğraf, Türk ordusundaki bir askeri birliği, modern donanım ve kıyafetleriyle tanıtan bir fotoğraftır. Her ne kadar fotoğrafın Çanakkale’de savaş meydanında çekildiği anlaşıyorsa da, fotoğrafın çekildiği mekânın neresi olduğu, mimarî ve topografik bir detay içermediği için net olarak anlaşılamamaktadır. Düz bir arazide figürlerin arkasında bir ağaç olduğu görülmekte, önünde ise konu itibari ile açıklık bir alan olduğu düşünülmesi istenmektedir. Fotoğraf 9 adet silâhlı, üniformalı ve sırtlarında çantaları olan askerden oluşmaktadır. Arka planın fotoğrafın içinde büyüklük olarak az yer alması fotoğrafı izleyen kişinin dikkatini doğrudan ilgi merkezi olan askerlere yönlendirmektedir. Bu da aktaranın hedef kitleye, hemen mesaj verme arzusu duyan bir kaygı taşıdığının göstergesidir.

Fotoğrafın ne zaman çekildiği konusu, askerlerin bıyık şekilleri, kıyafetleri, kullanılan silâhlar ve teçhizatları göz önüne alındığında dönemsel olarak bir fikir vermektedir. Bu fotoğrafta; askerlerin yüzünde, savaşın dehşet veren ifadeleri yoktur. Figürlerin duruşlarındaki rahatlık ve yüzlerindeki mimikleri tahlil edildiğinde,

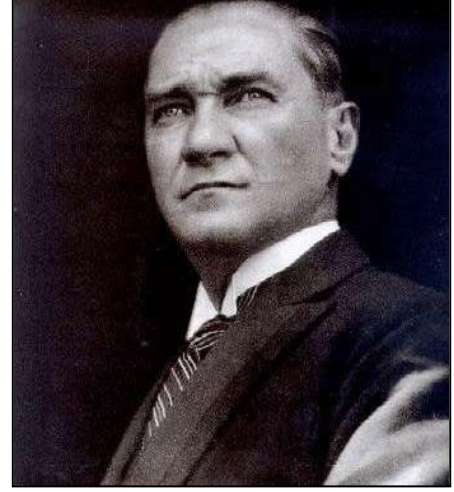
fotoğraf çekiminden haberdar oldukları ve bunun kurgulanmış bir fotoğraf olduğu yargısına varabiliriz. Bu detaylar ışığında fotoğrafın “*Harp Mecmuası*” adlı gazetenin kapak fotoğrafı olarak yayımlanması ise, fotoğrafın hangi amaçla çekildiğinin anlaşılmasını kolaylaştırmıştır. Fotoğrafın, öğlen vaktinde, tepeden gelen ışıkla çekilmiş olması, kontrast bir görüntünün ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu kontrastlık, fotoğraftaki asker figürlerinin yüz hatlarını sertleştirerek, tüfeklerine bakarak gerçekleştirdikleri nişan alma eyleminin daha kuvvetli hissedilmesine yardımcı olmuştur.

Kullanılan fotoğrafın kare format olmasının kadrajı sıkıştırdığı ve askerlerin silâhlarını kime doğru yönelttiği, hatta karşıda bir düşman olup olmadığı konusunda izleyicide soru işaretleri bırakmaktadır. Figürlerin eylemlerini kullanılan görme açısıyla net olarak görmek mümkündür. Çerçeveedeki askerlerin birbirleriyle olan uyumu, sıralanışları ve fotoğraftaki perspektif etkisi adeta bir tanıtım fotoğrafındaki kadar kusursuzdur. Bu veriler sahnenin gerçekliği konusunda soru işaretleri bırakmakta; hatta, bu fotoğrafın Çanakkale harp sahasında çekildiği konusunda şüphe uyandırmaktadır.

* Fotoğrafın propaganda amacı olarak kullanılması, Çanakkale Savaşları sırasında önemli yer tutmuştur. Bu savaşta, Müttefiklerin teknik üstünlükleri sadece silah ve donanım açısından değildir. Müttefikler aynı zamanda propaganda araçları açısından da üstündür. Bugün bizde, Çanakkale ile ilgili, cephede çekilmiş fotoğraf sayısı 20-25’i geçmezken karşı tarafta bu sayı binleri aşmaktadır. Müttefik cephesinde, bu savaşta bizzat savaş muhabirleri görev almış; bu muhabirler, etkili propaganda fotoğrafları çekmişler; bunları ülkelerindeki ünlü gazetelerde yayımlamışlardır. Fotoğrafla propaganda gücünün farkında olan Harbiye Nazırı Enver Paşa, bu konuda çaba sarf etmiştir. Almanlardan öğrendiği şekli ile-ki tezimizin ilgili bölümlerinde mevcuttur- yazarlar, şairler ve fotoğrafçılardan oluşan bir heyet kurmuş; “*Harb Mecmuası*” adıyla çıkardığı bu dergide, savaşın sonuna kadar propaganda fotoğrafları ve yazıları yayımlatmıştır. Yukarıdaki fotoğraf, bu derginin kapak fotoğrafı olarak kullanılan bir propaganda fotoğrafıdır.



Fotoğraf 3.2 Atatürk, Anonim



Fotoğraf 3.3 Atatürk, Anonim

Atatürk fotoğraflarını iki bölümde inceleyebiliriz: Portreleri ve halk arasındaki fotoğrafları. Cemal Işıksel, Etem Tem, Esat Nedim Tengizman, Selahattin Giz, Cemal Göral, Faik Şenol gibi bir çok fotoğrafçı Atatürk'ün fotoğraflarını çekmiştir. Cumhuriyet ile birlikte, Kurtuluş Savaşı sırasındaki pelerinli, askeri üniformalı fotoğrafların yerini, modern bir batılı gibi giyinen Atatürk almıştır. Fotoğraflarda, silindir şapka, eldiven, kasket gibi batılı kıyafet aksesuarları görülmektedir.

Atatürk fotoğrafları yapısal olarak irdelendiğinde, merkezsiz kompozisyonlarla karşılaşmaktadır. İlgi merkezi fotoğrafın tam ortasındadır. Bu biçim kullanım tarzı Türk minyatür sanatı ve Hazreti İsa ve Havarilerini betimleyen resimlerde görülür. Minyatürde padişah, herkesten büyük resmedilir ve görüntünün tam merkezinde yer almaktadır. Orta çağ ressamlarının tablolarında da Hz. İsa merkezdedir ve belirgindir.

Atatürk portreleri dönem içinde görülen fotoğraflar arasında en estetik olanlarıdır. Genellikle, kamera açısı özneye göre biraz alttandır. Fakat bu alttan bakış, yakın dönemlere rastlayan Adolf Hitler'in fotoğraflarında görüldüğü kadar

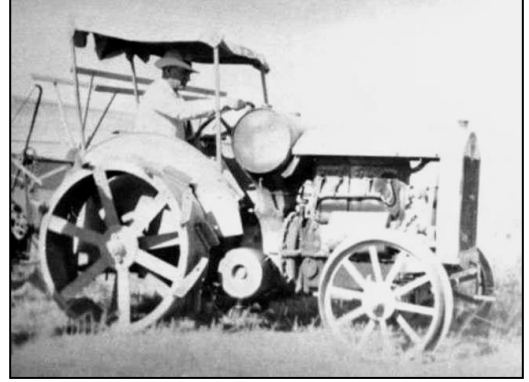
abartılı değildir. Model objektifle göz teması kurmaz. Bakışlar kadraj dışında bir yerdedir. Belki bu gelecekte ülkesi için de çok şey yapabilmeyi, bir sürü yeni projelerin varlığını, önerme düşüncesini belirtmektedir. Portreleri cepheden veya $\frac{3}{4}$ den görülür. Atatürk portrelerinde profil fotoğrafına pek rastlanmaz. Fotoğraflarında Atatürk, idealize edilerek yüce bir görünümle betimlenmiştir. Pek çok lider fotoğrafında olduğu gibi, gerçek ile ideal birbirine karışarak bir estetik sunum oluşturulmak istenir. Bu anıtsal bir figüratif anlayıştır. Yönetimdeki ‘egemen güce’ bir gönderme niteliği taşır.

Atatürk portrelerinde genellikle mekân duygusunun son derece zayıf olduğu detaysız fonlar kullanılmıştır. Fotografik baskıda bölgesel karartma yapma gibi müdahaleler göze çarpar. Özellikle portre fotoğraflarda rötuş ile karşılaşmaktadır. “Fotoğraf 3.2” de karartma ve rötuş uygulaması net olarak göze çarpmaktadır. Aynı fotoğrafta sert bir ışık kullanılması yüz hatlarını belirginleştirerek daha kararlı bir ifadenin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu sert bakışlar, Atatürk’ün 1923 sonrasında askerlikten ayrılıp sivil hayata geçtiği ilk yıllarda çektiği pek çok fotoğrafında görülmektedir. Bu durum, O’nun, sivil yaşama geçmesine rağmen hâlâ sert ve kararlı asker bakışlarını muhafaza ettiğini gösterir.

Atatürk’ün 1930’lu yıllarda çekilen portrelerinde daha çok ileriye bakan, geleceği düşünen, ülkesi için hayaller kuran idealist bir liderin yumuşak bakışlarını görmek mümkündür. “Fotoğraf 3.3” nolu fotoğrafta bakışlar ileriye ve biraz yukarıya doğru yönelmiştir.



Fotoğraf 3.4 7 Temmuz 1935, Atatürk Anonim



Fotoğraf 3.5 1929, Atatürk, Anonim

Atatürk'ü halkıyla birlikte, yaşam içinde gösteren fotoğrafların da yine ilgi merkezi olduğunu söyleyebiliriz. Bu fotoğraflarda Atatürk, kadrajın ortasında yer almaktadır. Etrafında Batılı yaşamın gereklerine uygun giyimli kişiler vardır. 1930'lardan sonra, bu dönemin Atatürk fotoğraflarında O'nun etrafında bulunanlarda, fes, çarşaf, gibi Cumhuriyet öncesi döneme ait simgelere rastlanmaz. Atatürk ya tahta başında Lâtin alfabesi öğretir, balolarda dans eder, plajlarda, modern mayolu Türk kadınlarıyla birlikte görünür. Ya da Atatürk Orman Çiftliği'nde traktör başındadır ve halkını tarıma, teknik makine kullanımına özendirmek istemektedir. Bu fotoğraflar Atatürk'ün bilinçli olarak çektiği propaganda fotoğraflarıdır. O, Türk kadınının sokakta bile çekinerek yürüdüğü eski geleneği kaldırarak, onlarla birlikte denizde yüzer, kürek çeker; böyle fotoğrafların yayımlanmasıyla Atatürk; toplumsal yaşamda görmek istediği 'yaşamın her yerinde kadın' figürünü vurgulamak, kadının sosyal yaşamda değişen yüzü ve rolüyle birlikte, değişen Türkiye'yi de tanıtmayı amaçlamaktadır.



Fotoğraf 3.6 1936 ,Othmar Pferschy

Cumhuriyet’in ilk yıllarında yeni Türkiye’nin propagandasını yapan fotoğraflı eserlerde imzası bulunan Avusturyalı fotoğrafçı, sosyal yaşam fotoğraflarının yanı sıra, doğadan ya da kentlerden çektiği fotoğrafları da titiz bir çerçeveleme geleneğine bağlı kalarak oluşturmuştur. Othmar birçok fotoğrafında olduğu gibi bu fotoğrafta da sade bir çerçeveleme ile anlatmak istenilene odaklanmıştır. Genel olarak yalın bir anlatı diliyle fotoğraf çeken Othmar’ın üstün kompozisyon ustalığı gözden kaçmamalıdır. Modern Türkiye’nin adım adım inşasına tanık olduğumuz Othmar Pferschy’in fotoğraflarında, belki de Türkiye’de programlı olarak propagandist fotoğraf dili kullanan başka bir fotoğrafçıya rastlanmaz.

“Othmar’ın ‘*gençlik iş başında*’ adlı bu fotoğrafındaki figürlerin, açık fon üzerindeki kontrastı ve gençlerin ritmik sıralanışı konuyu kolay algılanır hale getirmiştir. Bir tanıtım fotoğrafının düzenliliğine sahip fotoğraf, Cumhuriyet’in ilk yıllarında genç Türkiye’nin, gençlerinin disiplinini ön plana çıkaran önemli bir göstergedir. Othmar’ın Matbuat Umum Müdürlüğü’nde çalıştığı beş yıl içinde Anadolu’yu gezerek 16.000 kare fotoğraf çektiği söylenmektedir.”⁴⁰⁹ Fotoğrafların büyük bölümünde görülen kurgu sahnelerin oluşturulması Othmar’ın fotoğrafta düzen arayışına önem veren bir fotoğrafçı olduğunu göstermektedir.

⁴⁰⁹ Deniz SOM, *Osmanlı İmparatorluğu’ndan Türkiye Cumhuriyeti’ne*, Cumhuriyet gazetesi, 5 Temmuz 1998

Othmar Ankara'daki ilk fotoğraf sergisinin açılışındaki detayları anlatırken, "Sergi sarayının ön salonuna girildiğinde ilk dikkati çeken çeşitli özdeyişler olmaktadır. "Yurdunu seven, fotoğrafını çeker!", "Türk çocuğu, yurdun güzel ve fotoğrafı çekilmeye değerdir!", "Profesyonel ya da amatör fotoğraf dernekleri kurunuz!" gibi ya da "Sadece birinci sınıf fotoğrafçılık malzemesi kullanınız!" gibi iri siyah harflerle yazılmış cümleler."⁴¹⁰ olduğundan bahseder ve dönemin fotoğrafa olan ilgi ve ihtiyacını vurgular.

⁴¹⁰ PFERSCHY Othmar, **La Turquie Kemaliste**, Nisan 1936



Fotoğraf 3.7 1945, Joe Rosenthal, “Hirojima”



Fotoğraf 3.8 1950, Anonim, Kore savaşı

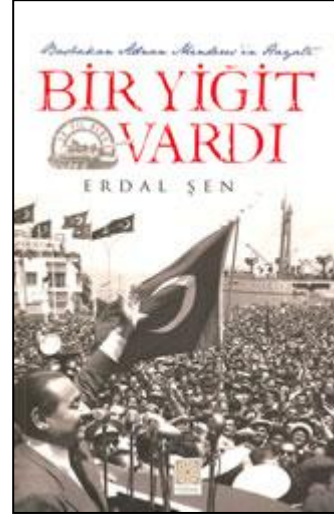
Fotoğrafın çekim yeri hakkında kesin bir bilgiye görsel olarak ulaşamamak da eylem itibari ile fotoğraf yer olgusunu sormamızı engellemekte; buna gerek bırakmamaktadır. Bu fotoğrafın 20 yy. en bilinen fotoğraflarından biri olan Rosenthal’ın 1945 yılında çektiği ünlü Hiroşima fotoğrafına olan benzerliği dikkatten kaçmamaktadır. Türkiye’nin Kore Savaşına katıldığı (1950 -1953) yıllarda çekilen bu fotoğraf bayrak, zirve, galip gelme kavramlarını, en iyi şekilde temsil etmektedir. Fotoğrafın kompozisyon olarak başarısız hali (tam olarak ortalanmaması) çekim şartlarının zorluğu duygusu uyandırmaktadır. Askerlerin bayrak direğini toprağa saplarkenki gayreti, fotoğraftan hissedilebilirken, bayrağın gökyüzünde kontrast oluşturarak açılmış hali (ay ve yıldızın görünür olması) fotoğrafı güçlü kılan önemli unsurlardandır. Rosenthal’ın fotoğrafından farklı olarak Türk askerlerinin bayrağı diktiği yerin, herhangi bir yıpranmışlığının olmaması, bize, savaşa dair bir detay verememesi nedeniyle, bu fotoğrafın kurgu olma olasılığını güçlü kılmaktadır. Birbirine yakın dönemde yakın coğrafyalarda çekilen bu iki fotoğrafın, ülkelerinin askeri gücünün bir göstergesi olarak halkı, başarıya inandırmaları, ulusal duyguları sıcak tutma gayreti içinde oldukları için bütünleştirici propaganda işlevini yerine getirdiklerini söyleyebiliriz. Bu da fotoğrafın savaşlarda propaganda amaçlı kullanılmasına iyi bir örnektir.

* Sovyet baskısına karşı müttefikler arayan ve bu sebeple NATO'ya girmek isteyen Türkiye, bu isteklerini daha kolay elde etmek ve Amerika'ya yakınlaşmak amacıyla Kore Savaşı'na bir tugay yollamıştır. General Tahsin Yazıcı komutasındaki 5090 kişilik Türk Tugayı, 17 Eylül'de Kore'ye vardı. Burada başarılı savaşlar yaptı. Dünyanın takdirini topladı. Kore Savaşı, Amerikan ve Kore edebiyatında çok sık işlenmiştir. Türk edebiyatında ise 60 yıl boyunca Atilla İlhan'ın Yaraya Tuz Basmak romanında iki-üç bölüm hariç yer bulamayan Kore Savaşı; Ekim 2010 yılında yayınlanan Kore Dağlarında Aslanım Yatar ile Türkiye'de ilk defa bir romana kavuşmuştur.”⁴¹¹

⁴¹¹ tr.wikipedia.org/



Fotoğraf 3.9 1954, Menderes, Seçim meydanı



Fotoğraf 3.10 2010, Menderes Kitap kapağı

Adnan Menderes, çok partili hayata geçtiğimiz 1946 seçimlerinde, çeşitli nedenlerden dolayı iktidara gelememiş; fakat bu seçimde gösterdiği performansla, yapılacak ilk seçimlerde, iktidar olacağının sinyallerini vermişti. Nitekim, 1950 yılında yapılan seçimlerde Menderes'in partisi Demokrat Parti, tek başına iktidar olacak oyu almış; böylece Türk siyasî hayatında - sonu acıyla bitecek olan - 10 yıllık "Adnan Menderes Dönemi" başlamıştır.

Menderes, Atatürk ve İnönü'den sonra iktidara gelen ve onlardan farklı bir profil ortaya koyan halk tipi bir liderdir. O, her fırsatta halkla sıcak ilişkiler kuran, halka yakın duran bir siyaset adamıdır. 10 yıllık iktidarı süresince onun bu özelliği tüm basın yayın organlarına yansımıştır.

Yurt gezilerinde halkla yakın temas kuran Menderes'in Türk siyasî hayatına kazandırdığı en büyük yeniliklerden biri, açık hava toplantılarıdır. Günümüzde kitle iletişim araçları içinde önemli yere sahip televizyonun, yaygın olarak kullanılmadığı dönemlerde, özellikle seçim konuşmaları, liderlerin icraatlarını dinlemek ve bilgilenmek için halkın en çok rağbet gösterdiği ve sıkça kullanılan yöntemlerin başında gelmekteydi. Menderes'le başlayan ve onu takip eden bütün liderler tarafından kullanılan açık hava toplantıları, yukarıda gördüğümüz formatta günümüzde de sürdürülmektedir. Bu formatta, miting yapılacak meydan, kentin en

büyük meydanıdır. Lider gelmeden önce partililerin tek amacı – mümkünse - meydanı hınca hınç doldurmaktır. Bunun için civar yerleşim alanlarından seçmenler meydanları doldurulur. Lider, büyük alkışlar arasında, meydanın en hakim yerine yerleştirilen yüksek kürsü veya platforma çıkar, halkı selâmlar. Bu selâmlama anlarında heyecan doruk noktasındadır. Menderes'in açık hava toplantılarında çekilen fotoğraflarında ana tema; meydandaki kalabalık ve liderin halkı selâmlayışı üzerine kuruludur. Fotoğrafçı olayı yüksek bir yerden geniş bir görme açısıyla anlatmaktadır.

Fotoğrafta, Menderes'in üzerinde takım elbise vardır, gömleğinin yaka düğmesi ile ceketinin düğmeleri kapalıdır. Kravat adeta boğazını sıkılmaktadır. Burada, günümüzde çokça rastlanan rahat ve özgür lider görüntüsünden ziyade, halkın önünde ceketinin düğmelerini ilikleyen, halka aşırı saygılı, fakat resmî görünümlü bir lider görüntüsü verilmek istenmektedir.

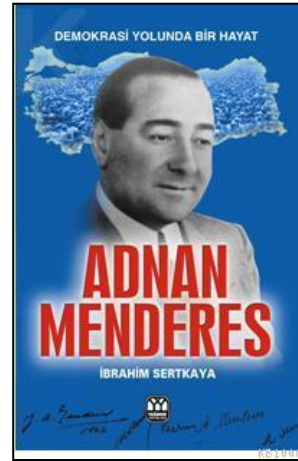
Menderes'in, kurmaylarını arkasına alıp, sağ elini havaya kaldırarak başlattığı selâmlama faslı esnasında, seçmenin de elleri ve bayrakları havadadır. Menderes'in gördüğü ilgiden ve toplanan kalabalıktan dolayı duyduğu mutluluk, yüzünden okunmaktadır. Menderes'in seçim propaganda çalışmaları sırasında verdiği bu görüntü, 1965'ten sonra, Menderes'in Demokrat Partisinin devamı olduğunu iddia eden Süleyman Demirel'in seçim çalışmalarında da benzer görüntüler oluşturmuştur. Süleyman Demirel ile yorumladığımız açık hava propaganda çalışmasında kullanılan bu benzerlikler, yıllar içinde siyaset bilimciler tarafından da dile getirilmiştir.

Menderes'in 2 Mayıs 1954 seçim çalışmaları sırasında çekilen bu fotoğrafı, onunla ilgili yapılan haberlerde 50 yıldır kullanılmaktadır. Bu fotoğraf, adeta Menderes'in siyasî yaşamının bir simgesi haline gelmiştir. Özellikle sosyal medyada, Menderes'le ilgili olarak yapılan her haberde, bu fotoğrafa yer verilmekte, adeta, halkın büyük desteğini arkasına alan bir liderin, yaşadığı acı sonu hak etmediği mesajı verilmek istenmektedir.

Yukarıda görülen yayın, Erdal Şen tarafından 2010 yılında “Başbakan Adnan Menderes'in Hayatı, Bir Yiğit Vardı” adlı, Yitik Hazine Yayınlarından çıkan kitabın kapağıdır. Kitap yazarı da, bu fotoğrafı Adnan Menderes’i tanımlayacak nitelikte bir fotoğraf olarak görmüş; kitabının kapağında bu fotoğrafa yer vermiştir.



Fotoğraf 3.11 Menderes Portresi

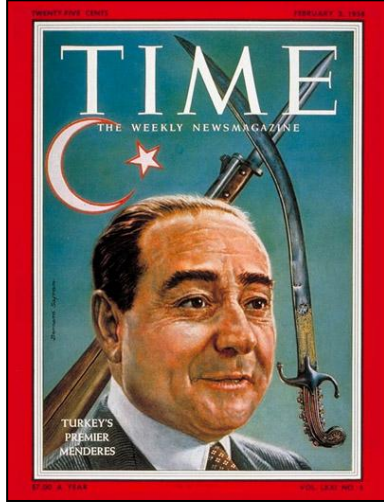


Fotoğraf 3.12 2007, Menderes Kitap Kapağı

Menderes’in portre fotoğrafı azdır. Daha çok halkla birlikte olduğu anların fotoğraflandığı Menderes’in - ki belki tercihi böyledir - hangi tarihte ve kim tarafından çekildiğini belirleyemediğimiz bu fotoğrafı, onun en tanınmış portresidir. Fotoğrafta, Menderes bakışlarını objektiften kaçırmıştır. Bazı liderlerde çoklukla rastladığımız gibi bakışları ufka doğru da değildir. Biraz dalgın ve düşünceli bir hali vardır; fakat duruşu doğaldır. Burada, pek çok lider fotoğrafında gördüğümüz –ve biraz da yapaya kaçan güçlü lider görüntüsü yoktur. Bu haliyle fotoğraf, Menderes’in halk arasında sevilen bir lider olarak kabul görmesinin ip uçlarını vermektedir: Bu, kimseye yukardan bakmayan mütevazı ve iddiasız bir bakış, halktan ve sıradan bir lider görüntüsüdür.

Menderes’in bu çok tanınan ve pek çok yazılı basın ve sosyal mecrada kullanılan portre fotoğrafı, 2007 yılında, İbrahim Sertkaya tarafından “Demokrasi Yolunda bir Hayat, Adnan Menderes” adıyla, Yağmur Yayınlarından kitap olarak yayımlanmıştır. Kitap yazarı, kitabına, Adnan Menderes’in bu, çok bilinen portresini

koymayı yeğlemiştir. Yazar, bu portre aracılığıyla masum ve mütevazı görüntü veren Adnan Menderes imajını yaklaşık 50 yıl sonra tazelemeye çalışmaktadır.



Fotoğraf 3.13 Şubat 1958, Menderes Time Dergisi Kapağı



Fotoğraf 3.14, Menderes Kartpostalı

Yukarıda söz ettiğimiz gibi, Adnan Menderes'in portre fotoğrafı yok denecek kadar azdır. O'nun fotoğrafları daha çok, açılış törenleri, yurt gezileri, seçim meydanları gibi halk içinde, halkla birlikte bulunduğu anların, eylemlerin saptandığı fotoğraflardır. Bu nedenle, bazı mecralarda, Adnan Menderes'in yukarıdaki ünlü portresini sürekli kullanmak yerine, resimle farklı portreler oluşturma yoluna gidilmiştir. Böylelikle farklı görüntüler ve portreler elde edilmeye çalışılmıştır.

Portre ressamı tarafından düzenlenen bu resimlerde, fotoğraflarında gördüğümüz yakası sıkıca kapalı gömlek, kravat ve takım elbise muhafaza edilmiştir. Gerek kartpostalda; gerek Time dergisi kapağında (bu resim, bir fotoğraftan esinlenilerek oluşturulmuş olabilir) kullanılan resimlerde - kartpostalda daha belirgin olmak üzere - Menderes'in yüzünde bir tebessüm vardır. Bakışlar daha canlı ve enerjiktir. Bu resimlerde portre fotoğrafında gördüğümüz çekingen tavır yoktur. Kendine güven duyan bir lider görüntüsü vardır. Time dergisindeki resmin, 1958 yılı olmasına rağmen, fonuna, bir silah ve kılıç yerleştirilmiştir. Bu kompozisyon - bir öngörü olarak - bilinçli şekilde yapıp yapılmadığı hakkında bilgi sahibi olmasak da, günümüz okuyucularına 2 yıl sonra gerçekleşecek olan 27 Mayıs 1960 askeri ihtilâlini hatırlatmaktadır.



Fotoğraf 3.15 1970, Süleyman Demirel bir mitingde, Anonim

1970 yılına ait, Süleyman Demirel'in halkı selâmlamasının görüldüğü fotoğrafın konusunun nerede geçtiği, kürsü, mikrofon ve kalabalık gibi detaylar dikkate alındığında, belirgin olarak okunmaktadır. Türk siyasî tarihinde önemli bir rol oynayan dönemin siyasetçilerinden Süleyman Demirel'e ait olan bu fotoğraf, bir halka seslenişin fotoğrafıdır. Kullanılan görme açısı sayesinde fotoğraftaki ilgi merkezi; yani Demirel, onu destekleyen kalabalıkla net olarak görünmekte ve fotoğrafın anlamını başka bir yoruma neden olamayacak biçimde ifade etmektedir. Demirel'in arkasındaki sade gökyüzü fonu, siyah takım elbisesiyle bir kontrast oluşturmakta; böylece onun çerçeve içinde daha da belirgin görünmesi sağlamaktadır. Özellikle kullanılan geniş görme açısı, fotoğrafta okunacak birçok detayı da beraberinde getirmektedir. Alanda kullanılan bayraklar, alandaki izleyici kitlesi, konuşmayı alanda izleyemeyip, kendilerine duvar üzerinde yer bulan figürler, kalabalığın çokluğunun vurgulanmasını belirtmek için önemli ipuçları olmuştur. Demirel'in fotoğraf makinesi ile olan göz teması ve birçok fotoğrafında olan selâmlama hareketi, kendine olan güvenini açıkça göstermekte, sağ eliyle şapkasını kaldırarak sallaması ise, sağ görüşün önemli temsilcisi olan liderin ideolojik fikri ile de bütünleşmektedir.

Fotoğrafta kullanılan ışık, ilgi merkezinin üstünde cephe ışığı etkisi yaratarak tonsal belirginliğini arttırmış, okunaklı olmasını daha da güçlendirmiştir. Işığın

etkisinin izleyici kitle üzerinde varlığını kaybetmesi, ön planda duran Demirel'i fotoğrafta daha güçlü kılmıştır. Bu arada Demirel'in ceketinin yan cebinde bulunan beyaz obje, muhtemelen konuşma sırasında yararlanacağı bilgilerin bulunduğu bir kâğıttır. Bu kâğıdın henüz cebinde bulunması, konuşmanın henüz başlamadığını, halkı selâmlama sırasında çekilen bir fotoğraf olduğunu göstermektedir. Demirel'in, bu kâğıdı saklamak yerine belirgin bir şekilde göstermesi, uzun ve sayısal verilerle dolu bir konuşma yapacağını işaret edebilir. Bu fotoğraf kullanılacağı alana göre, anlamsal olarak değişik okumalara izin verebilir. Dönem ve tarih hakkında net bir bilgisi olmayan birisi için, bu görüntü, bir seçim konuşmasının propaganda fotoğrafı olabileceği gibi, iktidar olan bir liderin, belki bir açılış için bulunduğu meydanda, halka seslenişi de olabilir.



Fotoğraf 3.16 1987, Süleyman Demirel mitingde.

Fotoğraf: Erdoğan Köseoğlu

Sonuç olarak bu fotoğraf, geniş bir kitle karşısında, fotoğraf makinesi ile göz teması kuran, halkı selâmlayan, güvenli, dinamik, güler yüzlü bir liderin siyasî propagandasını destekleyen bir belge fotoğrafı olarak karşımızda durmaktadır.



Fotoğraf 3.17 1991, Süleyman Demirel, Halkın arasında, Anonim

Türk siyasî hayatının önemli liderlerinden biri olan Süleyman Demirel'in bu fotoğrafı, dar açıyla çekilmiş olmasına rağmen, imgesel ve görsel açıdan çok zengindir. Halktan biri, halkın içinden bir aday gibi sloganları da destekleyecek olan bu fotoğraf; seçilen net alan derinliği tercihi, kullanılan odak uzaklığıyla, ilgi merkezini ustaca belirli kılmıştır. Fotoğrafın çekildiği yer, bize ip uçları sunmasa da, fotoğrafçı, dar görme açısı seçimi ile kalabalık bir kitle içinde, “halkın başbakan adayı Süleyman Demirel”i, halkla aynı saflarda görüntülemektedir. Fotoğrafta, Demirel'in fotoğrafçıyla kurduğu göz teması ve bu farkında olma halinin fotoğraftaki diğer figürlerde olmayışı, fotoğrafın kurgulandığının göstergesidir. Seçilen odak uzunluğu, fotoğraf kadrajı içindeki figürlerle, Demirel'in kütesel büyüklüğünü aynı tutarak halktan biri imajını kuvvetlendirmiştir. Öğlen saatlerinde sert güneş altında çekilen fotoğrafta Demirel, göz çukurlarının ve yüzünün karanlık çıkmaması için suratını güneşe paralel olarak kaldırmış, böylece, yüzün okunaklı olması sağlanmıştır. Fotoğraftaki figür çokluğuna rağmen, bütün ilgi Demirel'in yüzü üzerine yoğunlaşmaktadır.

* Süleyman Demirel: 1924'te Isparta, İslamköy'de doğdu. 1949'da İstanbul Teknik Üniversitesi İnşaat Fakültesi'ni bitirdi. Siyasî yaşamı, 1962 yılında, Adalet Partisi Genel İdare Kurulu üyeliği ile başladı. 1964 yılında bu partiye genel başkan seçilmesinin ardından, 1965 ve 1969'da yapılan seçimlerde üst üste iki kez tek başına iktidar oldu. 16 Mayıs 1993 tarihinde, Türkiye'nin 9. Cumhurbaşkanı olarak seçildi.



Fotoğraf 3.18 1974, Kıbrıs Barış harekatı, Anonim

1974 yılında Kıbrıs'ta çekilen fotoğrafta, Türk askerinin havan topuyla düşman mevzilerine ateş etmeden önceki nişan alma eylemi fotoğraflanmıştır. Fotoğrafın çekildiği yer, arka plandaki ağaçlar, uzakta görülen dağ (Beşparmak Dağları) Kıbrıs'ın coğrafi özelliklerini barındırmaktadır. Fotoğrafın durağan hali, dinamizminin yok denecek kadar az oluşu, bu fotoğrafın kurgusal bir fotoğraf olduğunu düşündürmektedir. Fotoğrafın boyutlarının kare olması -eğer editoryal bir kadrajlama söz konusu değil ise- orta format bir makine ile çekilme olasılığını güçlendirmektedir. Bu olasılıktan hareketle, savaşın orta format bir fotoğraf makinesiyle çekilebilecek kadar (orta format fotoğraf makinesinin ağırlığı ve fotoğraf çekme işleminin uzunluğu) rahat geçtiğini veya fotoğrafın çekildiği yerin savaşın dışında bir yer olduğu düşünebiliriz.

O dönemde savaşa ait, özellikle, savaş alanında çekilen fotoğraflar, Türkiye'de, büyük merak uyandırmaktadır. Savaş görüntüleri, ulusal birliği ve halkın güvenini arttırması nedeniyle dönemin bütün basın organları tarafından bolca kullanılmaktadır. Dolayısıyla cephelerde ve kurtarılan bölgelerde çok sayıda foto muhabiri bulunmakta; zaman zaman bu muhabirler halkın beklentilerine uygun olarak kurgusal fotoğraflar çekmekte, devletin denetimindeki basın yayın kurumu ve sansür kurumları böyle fotoğrafların yayınlarını teşvik etmektedirler.

Bir bombalama eylemi sırasında askerlerin bulunduğu mevziinin fazla derin olmaması, rahat tavırları, fotoğrafın kurgulandığının ve fotoğrafçının rahat bir ortamda istediğı gibi poz verdirdiğinin kanıtıdır. Fotoğrafta tepe ışığıyla, normal bir objektif kullanılarak sade bir anlatım oluşturulmuştur. Fotoğrafın oluşturulma amacı kendinden emin duruşlarıyla, teknolojik donanımı ve gelişmiş silahlarıyla cephedeki Türk askerinin meziyetlerini göstermektir. Kanımızca, bu cephe fotoğrafları, Kıbrıs ve Türk halkları arasında ulusal birlik fikrinin oluşturulması; Kıbrıs Barış Harekâtına düşünce olarak gerekli katkının sağlanması amacı ile yayımlanmıştır.



Fotoğraf 3.19 Fotoğraf: Ozan Sağdıç, Anıtkabir

Bir ulusa ait önemli değerleri ön plana çıkaran, yapısal olarak sağlam kompozisyon değerleri taşıyan fotoğraf, Anıtkabir ve asker simgeleriyle ön plana çıkmaktadır. Düz bir fon seçimi, fotoğraftaki simgeler üzerinde yalın bir anlatım sağlamakta ve hareketli figürlerin oluşturduğu grafiksel etki fotoğrafı güçlü kılan bir diğer unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Asker üniformalarının zıt renklerde olması, zıt yönlere hareketleri ve belli bir noktada tek vücutmuş gibi birleşmeleri kusursuz bir kompozisyon ve “karar anı”nın (Henri Cartier Bresson’un fotoğraf çekimindeki doğru zamanlama ile ilgili kullandığı tabir) ürünüdür. Fotoğrafta kullanılan, alttan çekim etkisi askerleri yüceltirken, diğer simgelerin vurgusunu azalttığı ve fotoğrafçının bir ilgi merkezi kaygısı taşıdığı söylenebilir. Kullanılan objektifin görme açısı, ön plandaki figürlerin fotoğrafta daha büyük, belirgin çıkmasını sağlamış, askerlerin arkasındaki heykel grubu ve Anıtkabir’in kademeli olarak küçülmesi, fotoğraftaki perspektifsel derinlik etkisinin güçlendirmiştir. Fotoğraf çekiminde kullanılan diyaframla, fotoğrafçı bütün öğeleri net olarak yapılandırmış ve çerçevedeki büyüklükleri farklı olan objeler arasındaki iletişimi vurgulu hale getirmiştir. Fotoğraftaki, Büyük önder Atatürk’ün anıt mezarının bulunduğu Anıtkabir, kurduğu Cumhuriyetin savunucusu Türk askeri ve erkekler grubu heykeli; sürmekte olan Cumhuriyetin propagandasını yapan temsiller olarak karşımızda durmaktadır. Askerlerin dinamik ve düzenli hareketleri, ordunun disiplini, gücünü temsil etmekte, asker figürlerinin arkasında yer alan, üç erkekten

oluşan heykeltıraş Hüseyin Özkan tarafından yapılan “erkek grubu” diye adlandırılan figürlerinden ilki, asker üniformalı ve miğferli olanı, Türk askerini temsil ederken, onun yanındaki elinde kitap tutan figür Türk gençliğini, aydın insanı simgeler. Fotoğrafta pek gözükmeyen yerel kıyafetlerle Türk köylüsünü temsil eden bir figür de bulunmaktadır. Fotoğraf, “Devlet sanatçısı” unvanı bulunan Ozan Sağdıç’ın propagandist bir görsel anlatıyla oluşturulmuş, Atatürk’ün kurduğu çağdaş, dinamik ve genç Türkiye’yi simgeleyen öğeleri bir araya getiren, bu simgeleri vurgulayan güçlü bir fotoğraftır.



Fotoğraf 3.20 1980, Kenan Evren ve çocuk sevgisi, Anonim

12 Elül Askerî Darbesi, bugün dahi tartışmaları süren bir askerî yönetim dönemidir. Darbeyi yapan generaller içinde, komuta kademesinin başında bulunması ve bütün mesajların onun üzerinden verilmesinin yanı sıra, daha sonra 7. cumhurbaşkanı olmak üzere, sivil siyasetle birlikte toplam dokuz yıl görev alacak olan Kenan Evren'in önemli bir yeri vardır.

Yukarıdaki fotoğrafta Kenan Evren, propaganda yöntemleri içinde en çok kullanılan çocuk imajından yararlanmaktadır. Fotoğraf karanlık bir ortamda flaş ışığı kullanarak çekilmiştir. Kenan Evren ve çocuk figürü çephe flaşı etkisi ile fotoğrafın arkasındaki diğer figürlerden daha aydınlık olarak belirgin bir şekilde fotoğrafta farkedilmektedirler. Flaş ışığı, ilgi merkezi olan Evren ve çocuk figürlerini belirginleştirmiştir.

Fotoğraf büyük bir olasılıkla Evren'in bir toplantıdan ayrılırken, yoluna çıkan bir annenin, ona olan sevgisini çocuk üzerinden gidermek istemesiyle tesadüfen oluşmuş; fakat bu durum, ihtilâlin katı generaline, içindeki şefkati ve çocuk sevgisini ortaya koymak için büyük bir fırsat yaratmıştır. Kenan Evren'in askerî üniforma içinde, böyle bir sıcak davranışta bulunması, ona kendi dönemi içinde, halk tarafından sağlanan desteğin ve sevginin göstergesi olarak, etkili bir propaganda sağlamıştır.



Fotoğraf 3.21 1982, Kenan Evren sınıfta

Kenan Evren, büyük bir olasılıkla aklından geçen cumhurbaşkanlığı makamına hazırlık olmak üzere, ihtilâlden kısa bir süre sonra, sivil elbise giyerek halkın arasında boy göstermeye başlar. Bu dönemde, Evren'in üzerinde durduğu, yazılı ve görsel basında görüntülerine çokça rastladığımız etkinlik, eğitimidir.

Evren, sık sık öğrencilerle sınıfta görüntülenir. Bu görüntülerde Evren sıcak mesajlar verir. Öğrencilerle yakından ilgilenir. Onların sorunlarını dinler ve tıpkı Atatürk'ün kendi döneminde yaptığı gibi onlara sorular sorar.

Fotoğrafta Evren, ilk okul öğrencileriyle birlikte. Üzerinde koyu renkli bir kıyafet vardır, bu kıyafetle öğrencilerin kıyafeti uyum içindedir. Bu arada Evren bir kız öğrenciyle sohbet etmekte, ona doğru eğilerek ve masaya dokunarak öğrenciye önem verdiğini, onu dikkatle dinlediğini, hafif tebessümle göstermeye çalışmaktadır. Bu fotoğraf salt propaganda amaçlı tasarlanıp çekilmese de, bu ziyaretin ardından basın kuruluşlarında yer alacak bu fotoğraf, kitleler üzerinde darbenin sert liderinin imajını bir parça yumuşatacaktır.

Kenan Evren, sivil hayata geçmeden önceden önce, daha yoğun olmak üzere, sık sık yurt gezileri yapar. Vatandaşlarla yakın temasta bulunur. Gittiği her yerde yeni yapılan Atatürk heykellerinin açılışını yaparak ardından açık hava toplantıları gerçekleştirir.



Fotoğraf 3.22 08.08.1982, Kenan Evren vatandaşa el öptürüyor.

Bu fotoğrafta Kenan Evren, kendisini makamında ziyaret eden yerel kıyafetli bir grup yaşlıyla birlikte. Bunlardan birisi, içtenlikle Kenan Evren'in elini öpmektedir. Evren, belki de kendisinden yaşça büyük olan bu ihtiyara elini öptürmekten çekinmemekte, böylece içinde bulunduğu sosyal statüyü ön plâna çıkarmak istemektedir.

Bu fotoğraftaki kişilerin, Evren'i makamında ziyaret edip onun elini öpmek istemelerinin nedeni, Evren'in talebiyle, 1982 Ağustos ayında Afganistan'dan kaçıp Pakistan'a yerleşen ve oradan Türkiye'ye getirilerek iskân edilen Türk asıllı grubun yaptığı teşekkür ziyaretidir. Evren'in bu grubun önde gelen temsilcilerini kabul ederek objektiflere bu şekilde poz vermesi ona, içinde yurt dışındaki mazlum Türklerin de koruyucusu olma gibi bir mesajı olan, iç ve dış kamuoyunda dikkat çekici bir propaganda olanağı sağlamıştır.



Fotoğraf 3.23 Turgut Özal,Çalışırken, Anonim



Fotoğraf 3.24 Turgut Özal,Yurt gezisi, Anonim

Turgut Özal, siyasî hayatı boyunca fotoğrafı propaganda amaçlı olarak bilinçli bir biçimde kullanan önemli liderlerden biridir. Siyasî hayatı boyunca, özellikle poz vermeyi seven, hatta kurgusal fotoğraflarının çokluğuyla dikkat çeken liderin birçok fotoğrafına bakıldığında, kendine güvenen, çalışkan, anında iş bitiren, sevecen, ailesine önem veren, çocukları seven, çocuklarla birlikte olmaktan büyük keyif alan, görsel sanatlara meraklı vb... gibi görsel mesajlarla karşımıza çıktığını görmekteyiz. Basının ve fotoğrafın gücünü iyi bilen liderin, yukarıdaki fotoğraflarına bakıldığında kendi propagandasını güçlü bir biçimde yapmayı başardığını söylemek mümkündür.



Fotoğraf 3.25 Fotoğraf: Erol Atar, Turgut Özal ve Semra Özal

Dönemin ünlü stüdyo fotoğrafçısı Erol Atar tarafından, Özal'ın eşi Semra Hanım'la çekilen bu fotoğrafı, seçim çalışmalarında ve basında çok sık kullanılması nedeniyle incelenmiştir:

Fotoğraf, bir stüdyoda çekilmiş olmasına rağmen; fon seçimi ve fondaki net olmayan detaylar sayesinde ev ortamında oluşturulmuş gibi algılanmaktadır. Her aşaması yapay olarak oluşturulan fotoğraf ile seçmenlerde, öncelikle; mutlu ve içten bir aile imajı oluşturması istenmektedir. Fonun bulanıklığı ilgi merkezi olan figürleri daha güçlü kılarken, fonda kullanılan soft renkler de buna yardım etmektedir. Fotoğrafta kullanılan çerçeveleme seçimi, dikkati figürlerin yüzüne (gülüşleri, mutluluk ifadelerine) ve Semra Hanımın ellerinin hareketine yoğunlaştırmaktadır. Fotoğrafta figürlerin kullandıkları kıyafet, aksesuar (takılar ve ince çerçeveli gözlük), saç kesimleri ve belirgin saç rengi 20.yy. modern Türkiye'sinin olması gereken yöneticisini betimlemektedir. Modern Türk ailesi, mutlu aile babası, eşine destekçi mücadeleye hazır modern Türk kadını betimlemesi, ailece Türk siyasetinin içinde kalmış olan Özal'ın fotoğraflarında hep var olmuştur. Türk siyasetinde Amerikan tarzı yaklaşım Özal dönemiyle başlamıştır. Amerikan tarzı seçim propagandalarında başkan adayından çok ailesi ve aile yaşantısı gündeme gelmektedir. Özal'ın propaganda amaçlı çektiği fotoğraflarında aile fertleri geniş yer tutar.



Fotoğraf 3.26 Tansu Çiller, Anonim

Çiller'in bir seçim gezisinde çekilen bu fotoğrafta, başının örtülü oluşu dikkatimizi çekmektedir. Baş örtüsüyle halkın arasına karışan Çiller, bu fotoğrafta inanç olgusunu başörtü simgesi üzerinden vermek istiyormuş gibi görülmektedir. Politikada, ülkesini yöneten, televizyonda ulusal ve uluslararası toplantılarda izlenen; halk tabakaları için ulaşılmaz görülen liderlerin de aslında "halktan biri" (plain folks) olduğu ve bir çok şeyi ortalama insanlarla paylaştıkları yaklaşımı, dünya liderlerinin de çokça başvurdukları bir propaganda yöntemidir. Bu fotoğrafın daha sonraki kullanımı, basın ve temsil ettiği siyasî parti organlarınca propaganda amaçlı olmuştur.

Fotoğraftaki figürlerin bakışlarının farklı yönlere odaklanması, çekimin kısa sürede geliştiği ve birden fazla foto muhabiri tarafından görüntülendiği fikrini güçlendirmektedir.

Fotoğrafın çekildiği mekânda, figürlerin etrafında herhangi bir boşluğun olmaması, dar bir görüş açısının kullanılması, fotoğrafın nerede çekildiğini anlamamızı engellemektedir. Yani, fotoğraf iç mekânda mı, dış mekânda mı çekilmiştir, bu net olarak belli değildir. Fotoğrafi çeken, asıl figürün etrafında çok sayıda kişi olduğunu hissettirmek için, böyle bir çekim tarzı uygulamış olabilir.

Fotoğrafta, Çiller'in her iki yanında gördüğümüz kadınlar, henüz poz vermeye bile fırsat bulamamıştır. Bunun farkında olsalardı, yapacakları ilk iş önemli bir lider

ile birlikte olmanın verdiği gururla, kameraya doğrudan bakmak olacağına şüphe yoktur. Çiller'den başka fotoğraf çekildiğinin farkında olan - ya da doğru fotoğrafçıya bakan- iki kişi vardır. Çiller'in sağındaki çocuk ve onun ardında duran genç kız. Çocuk ve genç kız; yaşları gereği siyasetle pek ilgilenmemelerinin ve fotoğraf çekildiğinin farkında olmanın getirdiği avantajla kendi pozlarını vermişlerdir. Çiller ise kameraya sevecen görünmek isteyen bir bakışla bakmakta, elini omzuna atmış olan köylü kadının elini şefkatle tutmaktadır. Bu fotoğrafın, yayımlandığı basın organlarında, izleyen halkta, özellikle de kadınlarda, Çiller'e karşı bir sempati oluşturduğuna şüphe yoktur.



Fotoğraf 3.27 1996, Tansu Çiller, Yurt Gezisinde, Anonim

Çiller'in bir kadın ve sivil bir başbakan olarak üniforma içinde, dönemin özel harekât mensuplarıyla fotoğraf çektirmesi, özel hareket faaliyetlerinin arkasında olduğu imajını kamuoyuyla paylaşma amaçlı olabilir.

Kullanılan imgeler sayesinde (üniforma, kullanılan bere ve hoparlör) bunun dönemin başbakanı olan Tansu Çiller'in kalabalığa seslenişi olduğu görülmektedir. Hoparlör kullanımı burada Başbakanın önünde açıklık bir alan, onu dinleyen kalabalık bir insan topluluğu olduğunu desteklemektedir. Askerî üniformalı başbakanın orduya seslenişi olarak görülen fotoğrafta bakışlardaki donukluk ve

heyecan eksikliği, figürlerin fotoğraf çekiminden haberdar olduğu izlenimi yaratmaktadır. Özellikle kullanılan geniş açı objektifle, kadrajın sağına yerleştirilmiş başbakan fotoğrafta önemli bir alan kaplayarak ana ilgi merkezini oluşturmaktadır. Fotoğrafta kullanılan ışık, ilgi merkezinin yüzünde yumuşak bir etki yaparak dönemin kadın başbakanının, askerî üniforma içinde sertlikten uzak anaç bir yüz ifadesine bürünmesini sağlamıştır. Fotoğrafta kişinin bakışı ve elinin hatları arasında bir çelişki gözlenmektedir.

Fotoğraf karesinden en önde bulunan başbakanın eli, yüz ifadesindeki yumuşaklığa ters düşecek bir görünüşle sıkılmış bir yumruk gibi gergin görülmektedir. Bir kadın elinden daha büyüktür ve damarları görünecek kadar, öfkeli bir ruh halinin belirgin bir görünümünü yansıtmaktadır. Figürlerin bakışları ve yüzlerindeki mimikleri takip edildiğinde fotoğraf çekiminden haberdar oldukları ve poz verdikleri yargısına varabiliriz. Arka planın fotoğrafın içinde büyüklük olarak az yer alması, iki figür dışındaki figürlerin fotoğrafta tam olmamaları (kesilmeleri) fotoğrafı izleyen kişinin dikkatini direkt ilgi merkezi olan el, başbakanın yüzü, hoparlör ve arkasındaki askere yönlendirmektedir. Bu bir editoryal tercih de olabilir



Fotoğraf 3.28 22.01.1998, Milliyet, Sayfa 1, Anonim

Başbakan Çiller, Urla'da, özel harekât eğitim tesislerini ziyaret ederken çektiirdiği bu fotoğrafta, yine özel harekâtçı kıyafetleri giymeyi tercih etmiş; bu görüntülerle kamuoyunun güvenliğine büyük önem veren lider imajını kuvvetlendirmeye çalışmıştır. Burada, Çiller'in önceki fotoğraflarında olduğu gibi, yüzündeki sevecen ifadeyle, yine 'analık ve şefkat duygularını hissettirmeye çalıştığı' biçimindeki yorumumuzu yineleyebiliriz.



Fotoğraf 3.29 DYP Genel Başkanı, Tansu Çiller, Anonim

Bir seçim konuşmasına ait bu fotoğrafta Çiller ve kurmayları görülmektedir. Propaganda terminolojisinde ‘transfer’ denilen bu propaganda biçiminde genel olarak saygı duyulan semboller kullanılmaktadır. Transfer “çağrışım” süreciyle işler. Yani, çağrışım yoluyla kendine hayranlık duyurmayı amaçlar. Transfer, bazen iki objenin yalnızca birlikte görünmesiyle de oluşabilir. Önemli olan, çağrışım yaptırılacak kişiyle birlikte çektirilen fotoğraf aracılığıyla, büyük kitlelere kolayca ve etkili olarak ulaşmayı sağlamaktır. Çiller bu fotoğrafta, Atatürk’ün sağ eliyle ileriye; geleceği ve gelişmiş Türkiye’yi gösterdiği hareketi taklit ederek, halkın güvendiği, benimsediği ikonlaşmış bir unsurdan ve onun vermeye çalıştığı mesajdan destek almaktadır.

Fotoğraftaki beyazlar giymiş Çiller’in hareketi ile, at üstündeki Büyük Önderin hareketi, yani ileriye gösteren parmak ve parmaklar bütünleşmekte; böylece ‘O’ nunla birlikte ve O’nun izinde’ mesajı verilmek istenmektedir.

Fotoğrafın bir tele objektifle çekilmiş olması, bir biri ardına kalkmış kolları yaklaştırmış ve kolların bir üçgen şema oluşturmasına neden olmuştur. Bu görüntü, fotoğrafın kompozisyon anlamında da başarılı olmasını sağlamıştır. Alttan görme açısıyla çekilen fotoğrafta, Büyük Önderin yüzü atının arkasında kalmaktadır. Bu kullanımda at ön plana çıkarılmıştır. Atın sağ taraftan aldığı sert ışık, heykeli

aydınlatmakta, böylece fotoğrafta, Çiller'in lideri olduğu siyasî partinin sembolü olan “kır at” figürü çağrışım yoluyla güçlendirilmek istenmektedir.

Birçok fotoğrafında, karşımıza beyaz renkte elbiselerle çıkan Çiller, bu tercihiyle, en kalabalık fotoğraflarda bile fark edilebilen bir kontrast oluşturmakta; aynı zamanda beyaz rengin temsil ettiği unsurları da izleyiciye yüklemektedir. Türk toplumunda ve diğer pek çok toplumda beyaz saflığın simgesidir. Gelinlikler bu yüzden beyaz olur. Ayrıca siyahın tam karşıtı kabul edilen beyaz, aydınlığın da simgesidir. Politikada beyaz renk temizlik, dürüstlük çağrışımları yaptığı için sık kullanılır. Fotoğrafta bilinçlice kalkan, ileriye gösteren eller, siyasi parti lideri ve temsilcilerin (Milletvekili adayları olduğunu var saydığımızda) ilerici, çağdaş bir anlayışla, ülke yönetimine aday olduklarının bize görsel propagandasını sunmaktadır.

Bu fotoğraf, propaganda ve mesaj içeriği açısından incelendiğinde, içinde pek çok sembol ve mesajı barındırdığından başarılı bir görüntüleme olarak kabul edebiliriz.



Fotoğraf 3.30 17 Kasım 1999, Hürriyet, Bill Clinton ve Erkan Bebek

Bilindiği gibi, 1999 Marmara depreminde, depremzedeler için kurulan İzmit'teki çadır kente, ABD Başkanı Bill Clinton, eşi Hillary ve kızı Chelsea birlikte gelmiş; bu ziyaret iç ve dış basında geniş yer bulmuştur.

Şüphesiz bu ziyaretin en önemli an'ı, fotoğraf karelerine düşen, bir bebeğin Bill Clinton'un burnunu sıktığı andır. Fotoğraf fotoğrafçı tarafından salt belgeleme yöntemi ile üretilmiştir. Clinton, halk arasına girmiş; “Güzel günlere kavuşmanız için arkanızdayız” diyerek herkese sıcak mesajlar vermiş; yanı başında kendini seyreden bir annenin çocuğunu kollarına alarak onunla şakalaşmaya başlamıştır. Bu esnada kimsenin ayrıcalığının farkında olmayan küçük çocuğun, bebek masumiyetiyle Clinton'un burnunu sıkması ve ABD başkanının çocuğa sıcak tavırlarla yaklaşıp onunla oynaması Türk kamuoyunda, Clinton ve ABD adına uzun yıllar unutulmayacak propaganda malzemesi sağlamıştır. Clinton'ın yansıttığı sıcak ve şefkatli bir aile babası görüntüsü, Birinci Körfez Savaşından itibaren, ülkemizde geniş kitlelere yayılan ABD karşıtlığını adeta silmiş; Clinton'ın şahsında ABD dost ve sevilen bir müttefik haline gelmiştir.

Geniş halk kitlelerinde oluşan bu sempati, Clinton görevden ayrılincaya, hatta 10 yıl sonra yeniden gelip 10 yaşına girmiş olan Erkan'ı ziyaretine kadar sürmüştür. Bu fotoğraf, tarihsel süreçte otoriter ve demokratik liderlerin sıklıkla baş vurduğu, çocuklar aracılığıyla sıcak mesaj verme yönteminin, önemli bir örneğidir.



Fotoğraf 3.31 Vatan Gazetesi, 17 Temmuz 2010, Recep Tayyip Erdoğan

Nitekim, İstanbul Büyükşehir Belediyesince yapımı tamamlanan Dolmabahçe-Bomonti arasındaki tüneller ve bağlantı yollarının açılışı dolayısıyla düzenlenen törende Erdoğan, töreni ailesiyle izlemeye gelen küçük bir çocuğu kucağına alarak sever, bebek, Erdoğan'ın burnunu sıkınca akıllara 1999'da ABD eski Başkanı Clinton'ın burnunu sıkın Erkan bebek gelir. Fotoğrafta, Erdoğan'ın yüz ifadesinden anlaşılacağı gibi Erdoğan bu durumdan memnundur; o, bu memnuniyet dolu ifadeyle– torunları yeni olduğu için– şefkatli bir büyük baba görüntüsü vermektedir.

Çocukla yapılan propagandada, yaşça çok küçük çocukların olayları tam olarak algılayamaması sebebi ile, kendisiyle ilgilenen liderin kimliği ve konumu hakkında hiçbir bilgiye sahip olmamasından kaynaklanan bir masumiyet söz konusudur. Bu durum, liderlerin bebeklerle yaptıkları propagandaya da – kurgulama bir sahne olmamasından kaynaklanan- bir doğallık ve içtenlik anlamı yüklemektedir.



Fotoğraf 3. 32 Yeni Şafak Gazetesi, 19Eylül 2009, Recep Tayyip Erdoğan

“Başbakan Erdoğan’ın iktidara geldikten kısa bir süre sonra, ailelere en az 3 çocuk yapmalarını öğütlemesi, kamuoyunda tepki ile karşılanmıştır. Pek çok kişi, geçim sıkıntısı nedeniyle, bir çocuğa bile bakmakta zorlandıklarını söyleyerek Erdoğan’ın bu söylemine karşı bir tavır takınmıştır.

Erdoğan, adeta bu mesajını güçlendirmek için bu fotoğrafı çekirmiştir. Fotoğrafta, çocukların sol başta, yaşı biraz büyük olanı dışında, hepsi doğaldır. Çocuklar, Erdoğan’dan çekinmemekte; hatta ona doğru yaslanarak, ona güven duyduklarını belli etmektedirler. Erdoğan’da bu durumdan memnundur, çocuklardan ikisini sıkıca tutması koruma kollama ve sahip çıkma duygusunun bir göstergesi olarak fotoğrafta yer almaktadır.

İktidara yakın çizgide yayın yapan, Yeni Şafak Gazetesi’nin, 19 Eylül 2009 sayısında verilen, daha sonra diğer basın organlarında da kullanılan bu fotoğrafın altına, pek çok yayın organında, Erdoğan’ın bu görüntüsüyle fazla sayıda çocuk yapma önerisini teşvik etmek için böyle bir poz verdiği şeklinde ifadeler kullanılmış; böylece Erdoğan’ın kamuoyuna vermek istediği mesaj etkisini göstermiştir.



Fotoğraf 3.33 2004 , George W. Bush, İstanbul

Fotoğraf, RIZA ÖZEL , AA.

ABD Başkanı George W. Bush'un Haziran 2004' de Galatasaray Üniversitesi'nde yaptığı konuşma sırasında çekilen bu fotoğraf, arka plan seçimi ve bu seçimin, Bush'un propagandasını ne denli desteklediğinin göstergesidir. İki görkemli minarenin üzerinden Asya ile Avrupa'yı bağlayan Boğaziçi Köprüsü'nün manzarası, Bush'un Müslüman dünyasına vereceği mesaj için mükemmel bir fon oluşturuyordu. Los Angeles Times gazetesi, "Organizasyonu Hollywood yapımcıları bile planlayamazdı" diyerek Bush'un ekibine övgü yağdırdı. Bush'un mitinglerini organize eden Greg Jenkins, Nisan'da Türkiye'ye giderek uygun bir konuşma yeri aramış ve Ortaköy Camii'ni gördüğünde aradığını bulmuştu. Fotoğrafta görülen sahnenin oluşturulmasındaki hassasiyet, ışık seçiminde görülmemektedir. Tepeden gelen ışık diye tabir ettiğimiz, ışık yönü portre fotoğrafları için tercih edilmeyen bir ışık açıdır. Bu kullanım Başkan Bush'un alnında, burnunda parlamalar oluşturmuş ve göz çukurlarını belirgin kılmıştır. Oysa portre fotoğraflarında 45 derecelik yanıl ışık kullanımı, liderin portresini daha sert ve kararlı gösterdiğinden, daha çok tercih edilmektedir. Tarihteki önemli lider portrelerinde bu kullanım şekli sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. (Adolf Hitler, Atatürk vb...). Belki de Başkan Bush'un "imaj yönetici" leri, Amerikan Başkanı olduğu ilk zamandan itibaren kararlı, sert ve savaş yanlısı bir

profil çizen başkanın, bu fotoğraf sahnesinde daha masum bir ifadeyle, gözükmesi için böyle bir seçim yapmışlardır.

Fondaki açık tonlara sahip cami üzerine düşen, Bush'un koyu renklerdeki kıyafeti kontrast oluşturmakta ve kolay algılanılmasını sağlamaktadır. Alan derinliği etkisinin fonu çok bulanıklaştırmadan yapılanması, fotoğrafta ilgi merkezi olan başkan Bush kadar, fondaki detaylarında önem taşıdığını hissettirmektedir. Kullanılan odak uzaklığı, ve alttan çekim açısı Bush'un fiziksel olarak boyu uzun olmasına rağmen, onu daha da uzun göstererek yüceltmıştır. Bu kullanım, lider fotoğraflarında sıkça kullanılan bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim Burke "İradenin Zaferi'nde, Hitler daha uzun boylu görülmesi ve kahramana benzemesi için alttan fotoğraflanmış ve gökyüzüne karşı gösterilmişti"⁴¹² demektedir.

Başkan Bush, fotoğraf sahnesindeki imgeleri kullanarak yaratmak istediği etkiyi, doğu ve batıyı birleştiren, Müslüman aleminin dostu görüntüsünü aşağıdaki sözleriyle noktalar.

"Tanınmış Türk yazarı Orhan Pamuk, İstanbul'un en iyi görünümünün Avrupa veya Asya yakasından değil, her iki yakayı birleştiren köprüden görüldüğünü söyler."⁴¹³

⁴¹² Peter BURKE, A.g.e, 79

⁴¹³ http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay~17305~ 22,05,2011



Fotoğraf 3.34 2008, Bursa Ulu Camii, Kraliçe II. Elizabeth

Foto, Rıza Özel

Bazı Batılı liderlerin, İslâm ülkelerine gittiklerinde seyrek de olsa cami ziyaretleri yaptıkları bilinmektedir. Bunlardan biri, İngiltere Kraliçesi II. Elizabeth'tir. Kraliçe, Türkiye ziyareti sırasında, 17 Mayıs 2008 tarihinde, Bursa Ulu Cami'yi ziyaret etmiştir. Fotoğraf, bu ziyaretle ilgilidir. Farklı bir dine mensup olan İngiltere Kraliçesi, bu ziyaretiyle, İslâm dinine olan saygısını, farklı inançlara karşı hoş görüşünü, görsel olarak bütün dünyaya sunmak istemektedir.

Fotoğrafta, olayın geçtiği mekâna ait mimarî detaylar, geniş bir görme açısıyla görüntülenmiştir. Fotoğrafın sağ tarafındaki grup arasında, Kraliçe II. Elizabeth, hemen yanında ona eşlik eden Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ün eşi Hayrûnisa Gül önde bulunmaktadırlar. Kraliçe II. Elizabeth'in uzun sürecek bir Kur'an dinleme safhasında, ilerlemiş yaşı gereği sandalyede oturması, yaşının değil, Kur'an'a olan saygısının bir gereği olarak algılanabilmektedir. Fotoğrafın sol tarafında tek başına yerde oturan din temsilcisi (imam), kalabalık grubun bakışlarının onda toplanmasıyla, fotoğrafta büyüklük olarak olmasa da anlam olarak denge sağlamaktadır. Fotoğrafın üst boşluğunda bulunan aydınlatma, kütesel büyüklük olarak, belirgin durmakta ve adeta dinsel aydınlanmayı temsil etmektedir. Siyasî

otoritesi olmasa da ülkesinde ve Hristiyan dünyasında önemli bir simge olarak kabul edilen II.Elizabeth'in bu fotoğrafının Kur'an dinlerken çekilmiş olması, İslâm ülkelerine müdahalede başı çeken İngiltere'nin, İslâm ülkeleri arasındaki itibarına bir nebze katkı sağlayacağına şüphe yoktur.



Fotoğraf 3.35 2010, Kraliçe II. Elizabeth, Abu Dabi'de
Şeyh Zayed Camiini ziyaret ederken, Anonim

İngiltere Kraliçesi II. Elizabeth, dini sembol ve mabetler üzerinden mesaj vermeyi Birleşik Arap Emirliklerinde, Abu Dabi, Şeyh Zayed, Büyük Cami'sinde sürdürmektedir. Türkiye'den farklı olarak Kraliçe, yerde oturup Kur'an okuyan çocuklara karşı pek ilgili değildir. Bu ziyaret ülkemiz Camilerinde çokça rastladığımız, yabancı birinin cami ziyaretinden farklı değildir. Kraliçe cami yetkililerinden bilgi almakla meşguldür. Bursa'da gördüğümüzden farklı olarak, Ayakta el pençe duran iki erkek figürünün görüntüsünden anlaşılacağı üzere protokol kuralları camide devam etmektedir. Böylece Kraliçe kutsal bir mekânda da olsa kendisini fark ettirmektedir. Kraliçe'nin bulunduğu dini mekânla olan ilişkisi sadece başına taktığı ince tül bir başörtüsünden ibarettir. Buradan anlaşılıyor ki Kraliçe dine saygısını, herkes gibi saygılı bir oturuşla Kur'an dinleyerek verdiği mesajı, İslâm dünyasında sözü ve etkisi Birleşik Arap Emirliklerinden her zaman çok daha güçlü olan Türkiye üzerinden vermek istemiştir.

3.3. PROPAGANDA FOTOĞRAFLARININ MECRALARI

Fotoğraf mecraları, başlangıçtan günümüze kadar gelişerek ve çeşitlenerek varlığını sürdürmektedir. Başlangıçta, gerçeklikle özdeşleşmiş bir görsellik olarak kabul edilen fotoğraf, toplum katmanlarından gördüğü ilgi üzerine, yazılı basın mecralarında kendine yer bulmuş; gazeteler, dergiler, kitaplar, fotoğraf için vazgeçilmez mecralar olmuştur. Bunun sonucunda yazılı basın araçları, fotoğraf sayesinde geniş halk kitlerine ulaşip satışlarını artırırken; fotoğraf da, aynı şekilde, yazılı basın mecraları aracılığıyla toplum katmanlarına ulaşmış, önemli ve etkili bir kitle iletişim aracı haline gelmiştir. Bu arada, tarihsel süreçte, önemli liderlerin fotoğraflarının veya bu fotoğraflardan yararlanarak yapılan çalışmaların kartpostal, pul ve para gibi araçlarda kullanılması örneklerine de rastlamaktayız.

2000’li yılların başından itibaren sosyal medyanın gösterdiği büyük gelişme, bu alanın çeşitlenmesini de beraberinde getirmiş; bu durum, çok geçmeden adına “sosyal mecra” denilen bir alanın doğmasına ve yaygınlaşmasına neden olmuştur.

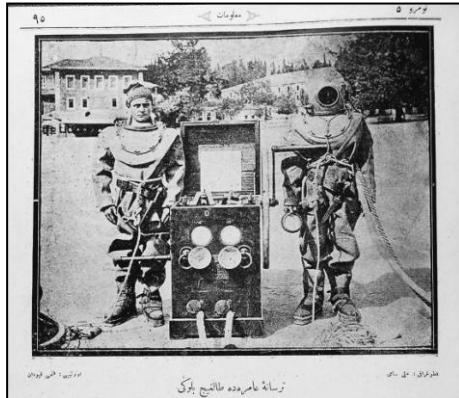
Bugün okul arkadaşlarını bulmaktan, iş bağlantıları yapmaya, seyahat severlerin deneyimlerini paylaştıkları ağlardan sektör veya uzmanlık temelinde oluşumlara kadar birçok farklı sosyal medya mecrası oluşmuş durumdadır. Bu nedenle, kişiler ve kurumlar, sosyal medyadaki amaçlarına uygun olan mecraları seçmek ve bunların farklılık gösteren özelliklerini dikkate alarak faaliyette bulunmak için büyük çaba harcamaya başlamışlardır. İş bağlantılarına yönelik bir sosyal mecrada, en son gidilen bir tatilin fotoğraflarını paylaşmaktan, geniş kitleleri etkilemeye yönelik fotoğrafları paylaşmaya kadar, çok geniş bir yelpazede fotoğraf kullanma ve bu yolla propaganda yapma gibi yeni bir alanın ve sektörün doğduğunu; bu sosyal mecraların giderek yazılı basın mecralarına göre işlevini ve reklâm paylarını arttırdığını, sosyal medyanın artık sosyal yaşamımızın vazgeçilmez parçalarından biri haline geldiğini gözlemlemekteyiz.

Sosyal mecralarla ilgili sorunların en önemlisi, bu mecralarda kullanılan bilgilerin güvenilirliği sorunudur. Bir fotoğrafın propaganda yoluyla kamuoyu

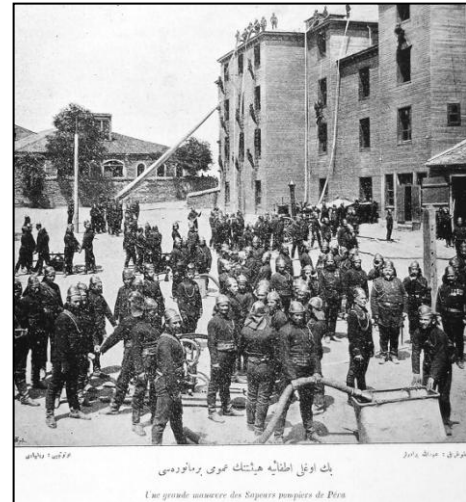
oluşturabilmesi için geniş kitlelere ulaşması gerekmektedir. Bu da fotoğrafın yayımlanması ile olur. Türkiye’de propagandaya hizmet etmiş, seçilen bazı fotoğrafların yayımlanma biçimleri ile mecralarını inceleyelim.



Fotoğraf 3.36 Haziran 1896, Malumat



Fotoğraf 3.37 Haziran 1896, Malumat



Fotoğraf 3.38 Haziran 1896, Malumat

Yukarıda fotoğraflardan Ali Sami tarafından çekilen; “*Tersane-i Amirede Dalgıç Bölüğü*” ve Abdullah Biraderler tarafından çekilen “*Beyoğlu İtfaiye Heyetinin Umumi bir Manevrası*” alt başlıklarını taşıyan bu iki fotoğrafın mecrası 23 Haziran 1311 (1896) tarihli *Malumat* dergisinin iç sayfalarında yayımlanmıştır.

Dergide kullanılan fotoğraflar Sultan İkinci Abdülhamit'in Yıldız Albümleri adlı kapsamlı fotoğraf çalışmasından alınmıştır.

2. Bölüm'de ayrıntılı olarak belirttiğimiz gibi Yıldız Albümleri Sultan Abdülhamit'in Osmanlı İmparatorluğunun zenginliklerini, sahip olduğu mimarî ve kültür değerlerini tanıtmak amacıyla çekilmiş 36.000'i aşkın fotoğraftan oluşmuştur. Abdülhamit bu albümleri Osmanlı Devleti'nde görev yapan elçiler aracılığıyla o devletlerin liderlerine gönderirken, bir yandan da bazı çarpıcı fotoğrafları kendi döneminde yayın yapan etkili gazete ve dergilerde yayımlatıyordu. Bu dergilerden biri, Abdülhamit tarafından maddî olarak da desteklenen Malumat dergisidir.

Yayımlanan fotoğrafta insan unsuru ön plana çıkarılmıştır. Fotoğraflardan biri; çoğu kez, mahalleleri bir baştan diğer başa kadar yakan İstanbul yangınlarında yetersiz kalan “tulumbacılar” yerine kurulan, modern araç, gereç ve kıyafetlerle donanmış, itfaiyecileri tanıtmayı amaçlamaktadır. Diğer fotoğraf ise, kullanıldığı mecrâ ile Batıdaki teknolojilere uygun olarak donatılmış; modern dalgıçları halka tanıtmayı amaçlamaktadır.



Fotoğraf 3.39 Harp Mecmuası, Şubat 1916, sayı 4

Birinci Dünya Savaşı'nda, Enver Paşa'nın müttefik güçlerin propagandalarına karşı çıkardığı Harp Mecmuası çalışmalarımız arasında fotoğraflarından yararlandığımız mecralardandır.



Fotoğraf 3.40 1915 ,The Ironwood Times



Fotoğraf 3.41 1915 ,Anonim, Enver Paşa

Enver Paşa, savaşta propaganda kullanımını iyi bilen liderlerden biridir. Birinci Dünya Savaşında görevlendirdiği fotoğrafçılar aracılığıyla elde ettiği görüntüleri öncelikle kendisinin kurduğu *Harp Mecmuası*'nda kullanmış, bu görüntülerin dünya basınında yer alması için çaba harcamıştır. Yukarıdaki portresi onun çok kullanılan fotoğraflarından birisidir. Bu fotoğraf, yabancı basın organlarında kullanılmış ve adeta Türk ordusunun tek başına bir simgesi olmuştur. Enver Paşa'nın şöhreti, yukarıdaki "*The Ironwood Times*" gazetesinde görüldüğü gibi ABD'ye, aşağıdaki renklendirilmiş kartpostalda görüldüğü gibi Almanya'ya kadar uzanır.

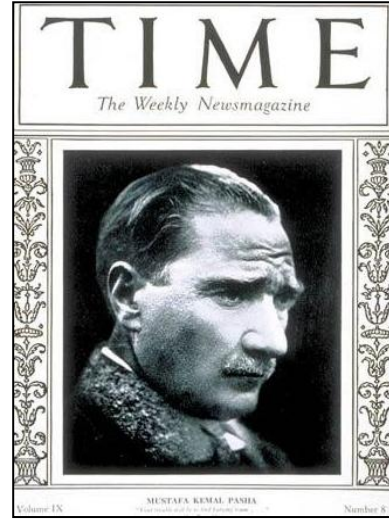


Fotoğraf 3.42 Kartpostal, Enver Paşa

Hatta, Batılı bazı basın organlarında Osmanlı Devleti yerine “Enverland” denmeye başlanır. “Alman İmparatoru II. Wilhelm'in uçları yukarıya kıvrılmış bıyıkları ülkede moda olmuştu. Almanya'dan Türkiye'ye gelen trenlerin üzerinde de Osmanlı yerine "Enverland" yazıları belirmeye başlamıştı.”⁴¹⁴



Fotoğraf 3.43 1924 , Atatürk
Foto: Esat Nedim Tengizman



Fotoğraf 3.44 1927, Time Dergisi Kapak

Esat Nedim Tengizman tarafından çekilen bu fotoğraf; Atatürk’ün en çok kullanılan fotoğraflarından biridir. Fotoğraf yabancı basında Time Dergisi’nin 21 Şubat 1927 tarihli sayısında kapak fotoğrafı olarak kullanılmıştır. Fotoğrafta fon ve saç üzerinde koyulaştırmalar yapılarak fotoğrafın etkileme gücü artırılmaya çalışılmıştır.

⁴¹⁴ Ertan ALTAN, “Enverland'den İstanbul'a,” internet makale



Fotoğraf 3.45 1963, Arjantin Pul

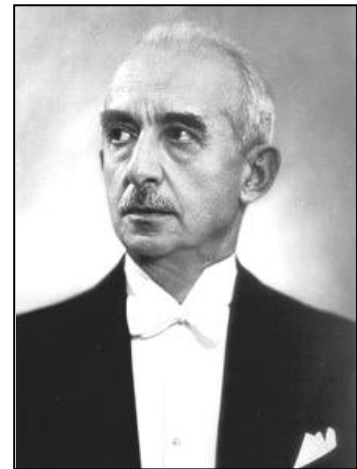


Fotoğraf 3.46 1998, Türkiye Pulu

Atatürk'ün bu fotoğrafı, 1963 yılında, Arjantin posta idaresi tarafından aslına uygun biçimde pul olarak kullanılmıştır. Aynı fotoğraf bizdeki pullarda, Atatürk'ü bakış yönü değiştirilerek kullanılmıştır. Bu kullanım biçiminde yapılan değişiklik grafiksel bir ihtiyaçtan doğmadığı, fotoğrafın aslına da uymadığı için bizce anlamsızdır. Atatürk fotoğrafları, bir milleti yaratan güçlüklerin, sevinçlerin ve acıların belgeleridir. Bu belgeleri bize miras bırakanlar çok sınırlı olanaklarıyla kendilerinden sonraki kuşaklara karşı görevlerini yerine getirmeye çalışmışlardır.



Fotoğraf 3.47 1940'lerde kullanılan
İnönü fotoğraflı banknot



Fotoğraf 3.48 Anonim, İsmet İnönü

Fotoğrafın kullanıldığı propaganda mecralarından biri de banknotlardır. Banknot üzerinde resim kullanma, dünya liderlerinin en çok başvurduğu, yaygın bir propaganda biçimidir. Atatürk’ ten sonra, Cumhurbaşkanı seçilen İnönü’ nün pek çok basın organında yer alan ünlü portresi, 1940’lı yıllarda tedavülde olan banknotların üzerinde kullanılmıştır. Bu çabası ile İnönü; Atatürk gibi bir lider olduğu konusunda kamuoyunda bir izlenim oluşmasını arzu etmekte; fotoğraflı banknotlarla İnönü, içte ve dışta Türkiye’yi temsil eden tek lider olarak propagandasını yapmaktadır.



Fotoğraf 3.49 Fotoğraflarla Türkiye Albümü



Fotoğraf 3.50 Fotoğraflarla Türkiye Albümü

1933 yılında, Matbuat Umum Müdürlüğü, Türkiye’yi yabancılara tanıtmak amacıyla, “*La Turquie Kemaliste*” adlı bir sanat dergisi yayımlamak ister; vali ve belediye başkanlarından bulundukları yerlerin tarihi eserlerine, tabiat güzelliklerine, imar hareketlerine dair fotoğraf istenir. Çok geçmeden pek çok fotoğraf gelmeye başlar. Bunlar arasında İstanbul’dan gelen bir zarfın içinden, İstanbul’a ait şaşılabilecek kadar güzel fotoğraflar çıkar. Bunlar Othmar Pfersny adlı Avusturyalı bir fotoğrafçıya aittir. Bunun üzerine Othmar, Matbuat Umum Müdürlüğü’nün fotoğraf uzmanı olarak çalışmaya başlar. Othmar, her yıl, yanındaki Türk asistanlarla beraber Türkiye’nin çeşitli bölgelerinden memleketin tarihî ve doğal güzellikleriyle ilgili fotoğraflar çeker. Kendisi Matbuat Umum Müdürlüğünden ayrıldığı zaman, 10.000 negatiflik bir fotoğraf arşivi bırakır. Bu fotoğraflardan bir fotoğraf albümü yayımlanması, geniş kitlelere çağdaş Türkiye propagandasını aşılama kaygısı taşımaktadır.



Fotoğraf 3.51 1996, Tansu Çiller, Yurt Gezisinde, Anonim

Yukarıda ayrıntılı olarak yorumladığımız bu fotoğraf, özel harekât timleri aracılığıyla terörle mücadeleyi savunan kişiler tarafından, 2010 yılında tekrar kullanılmıştır. Geçmişte özel harekât timlerinin, teröristleri etkisiz hale getirmesinin simgesi olan bu fotoğraf, “Çiller böyle bitirmişti” başlığıyla bellek tazelemesi yaparak mesajını tekrar vermesi için 14 yıl sonra yeniden kullanılmıştır.



Fotoğraf 3.52 06.04.1998, Milliyet sayfa.16



Fotoğraf 3.53 17.06.2010, Tercüman Gazetesi

Gazetenin manşetinde, yukarıdaki grup olarak çekilmiş fotoğraftan alıntı yapılmış; üniformalı görüntüsü kesilerek Çiller ön plana çıkarılmıştır.

Yine Türk basınında Çiller'in başörtülü fotoğrafı, Milliyet Gazetesinin 06.04.1998, tarihli sayısında belirtildiği gibi seçim propagandaları için poster olarak kullanılmıştır.

SONUÇ

İnsanın, karşısındakilere, kendi niteliklerini ve gücünü gösterme, yaptıklarını veya yapacaklarını anlatma, benimsetme isteği doğasında vardır. Bu nedenle bireyleri veya kitleleri ikna etme çabası olarak kabul edilen propaganda, değişik yöntem ve araçlar kullanarak tarihsel süreçte hep olagelmıştır. İlk çağlarda kralların ve kraliçelerin kendi gücünü, saltanatını göstermek için yaptığı devasa yapılardan ve gösterişli saraylardan heykellere, portre resimlerine kadar pek çok eser, propaganda aracı olmuştur. Fakat, bunlardan hiçbiri fotoğraf kadar geniş kitlelere ulaşamamış; etkili bir propaganda aracı olamamıştır. Çünkü fotoğraf, tanıklık, inandırıcılık ve gerçeklik özelliği olan, elden ele aktarılabilen fazla maliyetli olmayan bir propaganda aracıdır. Fotoğraf, aynı zamanda toplumların içinde bulunduğu ekonomik, siyasal ve kültürel ortamının bir tanığı sayılmakta; toplumların en kritik dönemlerinde etkin bir biçimde görsel mesajlar aktarabilmektedir.

Günümüzde, fotoğrafın belgeleme özelliğinin yanı sıra, bilgilendirme, bazı konulara dikkat çekme, toplumsal sorunlara eğilme, toplumsal bellek oluşturma, toplumun kültür birikimlerini gelecek nesillere aktarma gibi yeni işlevleri vardır. Bütün bu işlevler, ‘belgesel fotoğraf’ olarak adlandırılan bir türün oluşmasına neden olmuştur. Bu türün ürünleri, kişisel ve toplumsal tarihin en önemli belgeleri, görsel kayıtlarıdır. Bu yönüyle belgesel fotoğraf, yaşamı ve bu yaşamın içindeki sorunları deşerek onları belgelemeyi ve geleceğe taşımayı amaçlar.

Belgesel fotoğrafın nesne ve olayları görüntülemesi gerçeklik algısı üzerine kurulmuştur. Gerçek ve gerçeklik kavramları bilim, felsefe, sanat gibi birçok alanın konusu içine girmekle birlikte, bu kavramlar, belgesel fotoğrafta, seçme, ayna tutma, belgeleme gibi kavramları ifade etmektedir. Belgesel fotoğraf etkileme gücünü, salt görsel obje olmasından değil; gerçekliği, olduğu gibi yansıtmasından almıştır.

Klâsik anlamda belgesel fotoğraf, toplumsal yaşamın bir parçası olarak gelişmiş; gerçeğin gösterilmesi belgesel fotoğrafın tipik ereği olmuştur. Fakat fotoğrafçılara, toplum sorunları karşısında sadece gerçeği saptamak yetmemiş; insan sevgisi ve sanatçı duyarlılığı yüksek olan fotoğrafçılarda, toplumsal sorunlara odaklanmayı gerektirmiş; bu durum, sosyal belgesel adı verilen bir belgesel türünün oluşmasına neden olmuştur. Sosyal belgeselciler, klâsik belgesel fotoğrafçılardan farklı olarak, sadece toplumsal gerçekleri yansıtmakla yetinmezler, onlar; sundukları görüntüler aracılığıyla toplumu bilinçlendirmeyi, sorunların çözülmesi için yetkilileri harekete geçirmeyi hedeflerler. Bu nedenle 1900'lü yıllardan itibaren belgesel fotoğraf, toplumsal belgeci yaklaşım olarak tanımlanan yöne doğru hızla kaymaya başlamıştır.

Tarihsel süreçte, sosyal belgesel fotoğraf, kamuoyunda, güvenilir bir fotoğraf algılaması oluşturmuş; bu yönüyle toplumların iknasında önemi görevler üstlenmiştir. Bu fotoğraf türünden, iktidarlar kadar, iktidar karşıtları ve ideolojik örgütler de yararlanmıştır. Propaganda yapma yolunda, iktidarlar ve karşı oluşumlar, kendi ideolojik etkinliklerini artırmak için çeşitli birimler kurmuş; siyasî partiler, sivil toplum örgütleri ve dernekler fotoğraf kolları oluşturmuştur.

FSA olarak bilinen Farm Security Administration (Çiftlik Güvenliği İdaresi) ABD'de yaşanan büyük bunalım sonrasında ekonomik çöküşün sebep olduğu, uzun süreli etkilerle mücadele için kurulan devlet örgüttür. Özellikle çiftçilerin içine düştükleri kötü durumun belgelenmesi için uygulanan proje kapsamında çekilen fotoğraflar, dünyanın en etkili sonuç veren propaganda amaçlı sosyal belgeselleri olmuştur. Nitekim, FSA'nın çalışmalarına katılan Dorothea Lange'nin çektiği, tarlalarda çalışan, geçici kamplarda, şehir çöplüklerinde, boş arazilerde kurulan çadırlarda kalan, yollarda aşırı yüklenmiş kamyonlarla dolaşan göçebe işçilerin fotoğrafları yanında özellikle, çömelmiş, çocukları tarafından etrafı sarılmış göçmen kadını gösteren fotoğraf; proje kapsamında çekilen ve Amerika'da röprodüksiyonu en çok yapılan fotoğraf olmuştur. 'Göçmen Anne' fotoğrafı, kendi bağlamından kopartılıp başka amaçlara yönelik olarak da kullanılmıştır. Fotoğrafın çekildiği

tarihten hemen bir yıl sonra, İspanyol İç Savaşı'nın dehşetini anlatmak üzere “*İspanyol Anne*” adıyla litograf olarak; 1964 yılında, Güney Amerika’da bir dergi, ezilen halkların bir amblemi olarak bu fotoğrafı kapağında kullanmış; 1973 yılında ise, siyahî Amerikalıların ‘Black Panthers’ örgütü, fotoğrafı, bu kez anne ve çocukları siyah olarak göstererek, gazetelerinin arka kapağında yayımlamıştır. Bu durum, bir fotoğrafın, kamuoyunu nasıl etkilediğinin tipik bir göstergesidir. Dorothea Lange’ın bu fotoğrafı kadar, kamuoyunu kısa sürede etkileyen başka bir fotoğraf pek azdır.

Sosyal Belgesel fotoğraf anlayışının en etkili grubu Magnum Fotoğraf Ajansı’dır. Bu ajansa bağlı fotoğrafçılar; 1947 yılından beri, etnik savaşlara, katliamlara, soğuk savaşa, toplumsal dalgalanmalara, Berlin Duvarı’nın yıkılışına, diğer ajanslarla beraber tanıklık etmiş ve olan biteni belgelemiştir.

Magnum Ajansı’nın fotoğrafçıları, fotoğrafı, salt bir para kazanma biçimi değil; çağdaş sorunlara ilişkin duygu ve düşüncelerini aktarma aracı olarak gördüklerinden, onları sosyal belgeselci olarak nitelemek gerekir.

Fotoğrafın bulunduğu ilk günden bu yana, en temel görevi, an’ı saptayarak, olayları, insanı ve yaşama ait gerçekleri belgelemesi olmuştur. Bu yönüyle uzun yıllar, fotoğrafın gerçeğe bağlı kalarak güçlü bir belgeleme aracı olduğuna inanılmış, tarihsel süreç içerisindeki, pek çok olay ilk kez belgelenmiştir. Fakat, belgesel fotoğrafın ve fotoğrafçılarının gerçekliği yansıtırma anlayışı, zaman içinde değişim göstermeye başlamıştır. Fotoğrafçının öznel yaklaşımı ve fotoğraf makinesinin görüntüyü oluştururken kullandığı teknik değişkenler, gerçeklik algısının niyete bağlı olarak değişebileceğini göstermiştir. Günümüz sayısal fotoğraf teknolojilerinin de gelişmesiyle gerçeklik algısının değiştirilebilmesi giderek kolaylaşmış ve sıklıkla kullanılır hale gelmiştir.

Günümüzde, bilgisayar teknolojisinin fotoğrafla birlikte uygulama alanı bulmasıyla belgesel fotoğrafçılık, yeni teknik gelişmelerden önemli ölçüde

etkilenmiş; bu durum fotoğrafın düşünce sisteminde de değişimlere yol açmıştır. Artık günümüzde belgesel fotoğraf, dış dünya gerçekliğinin bir yansıması olarak görülmemektedir. Belgesel fotoğrafçılık, insanları, doğayı ve olayları bir ayna gibi yansıtmaya değil; onları yeniden yaratmaya, ortaya yeni bir varlık olarak koymaya çalışmaktadır. Böylece, belgesel fotoğrafçılık alanında nesnel ve öznel gerçeklik olmak üzere iki farklı yaklaşım ortaya çıkmıştır. Nesnel gerçeklik peşinde olan klâsik belgeselciler, dış gerçeklerden yansıyan özellikleri ön plâna çıkarmakta; kamera aracılığıyla elde edilen görüntüleri olduğu gibi izleyiciye aktarmaktadırlar. Öznel gerçeklik ise, insanın kendi kişilik ve birikiminden doğan kendi gerçekliğinin algılanmasıdır. Öznel gerçeklik anlayışında fotoğrafçı, kendi bakış açısını, duyuşsal ve ruhsal etkilenmelerini yansıtmaktadır. Böylece fotoğrafçı görünen dünyanın gerçeğini kendi öznel yaklaşımıyla, kendine özgü yorumlayarak içselleştirmektedir. Sayısal teknolojilerin yayılmasıyla birlikte öznel gerçeklik peşinde koşan fotoğrafçıların olanakları artmıştır.

Belgesel fotoğrafçılıkta fotoğraflara müdahalelerin artması ve fotoğrafın yorumlanmasında, fotomontaj ve manipülasyonun tekniklerinin önemli rolü bulunmaktadır. Tarihsel süreçte, konuya, içeriğe ve tekniğe yapılan pek çok manipülasyon türüyle karşılaşılır. Bunlar, özetle; çekim aşamasında objeler üzerinde yapılan kurgulamalar, sonradan uygulanan kadrajlar, renk, ton, keskinlik uygulamaları gibi belirli öğeleri öne çıkarmak için baskı aşamasında yapılan müdahaleler, montaj ve kolaj gibi yöntemlerdir.

Fotoğrafla gerçeklik arasındaki ilişkinin zayıflamasına yol açan manipülasyona yönelik değişiklikler ve kurgulamalar, sayısal fotoğrafçılığın gelişmesiyle daha da kolaylaşmıştır. Geniş ölçüde manipülasyon uygulamaları sonunda, belgesel fotoğrafların yapısının bozulduğu, gerçekliği yansıttığı konusunda güvenilirliğin azaldığı görüşleri yaygınlaşmaya başlamıştır. Fakat son dönemlerde, belgesel fotoğrafın, bilgisayar teknolojisinin sağladığı tekniklerinden etkilenerek, içinde bulunduğu döneme ayak uydurduğu görülmektedir. Yeni teknolojilerle birlikte gerçeklik ve güvenilirlik adına yeni bir görsel söylem oluşmuş, fotoğrafın içeriğine

kavramsallık ve yorum katılmıştır. Örneğin, tek başlarına kullanıldığında farklı anlamlar taşıyan lider portreleri, bir araya getirildiğinde bir anlamsal bütünlük kazanmış; bu kavramsal yaklaşım, bazı görüntülerde, doğrudan fotoğraf tarafından hiçbir zaman oluşturulamayacak farklı bir gerçeklik algısı yaratılmasına olanak vermiştir. Fotoğrafçılık teknikleriyle bilgisayar teknolojilerinin birbirini tamamladığı bu dönemde, belgesel fotoğrafçılıkta, gerçekliği değiştiren uygulamaların fotoğrafa yeni bir biçim kazandırmak sebebi ile daha sık kullanıldığı gözlenmektedir. Günümüz bu yeni fotoğrafçılık anlayışında, sayısal teknolojiler, sanatçılara değişik görüntüler üretme olanağı verirken, ortaya gerçeklikle fantezi arasında kalmış ürünler çıkmaktadır. Baudrillard'ın simülasyon kuramında belirttiği gibi, her şey gerçekliğini yitirip kendini aşmak suretiyle yok olacaktır. Belgesel fotoğraf alanında da nesnel gerçeklik kaybolma eğilimi içine girmiş, gerçek kendinden uzaklaşarak farklı bir görünüme bürünmüştür. Bir şeyin gerçekten daha gerçek olduğu bir durumdan söz edildiği zaman, simülasyon evreninde nesneler artık bilinen tanımlarını ve anlamlarını yitirmiş, içerikleri boşalmıştır. Sayısal fotoğrafçılık teknolojileri ve fotoğrafın inandırma gücünün bir araya getirilmesiyle belgesel fotoğrafçılar, fotoğraflarında yüzeysel gerçekliği değil; yarattıkları anlamlı mesajlarla, gerçekliğin modeller aracılığıyla üretildiği yeni bir gerçekliğin içini doldurmaya çalışacaklardır.

Günümüzde sayısal teknolojilerle üretilen belgesel fotoğraf, fotoğrafçıya bazı yeni olanaklar sağlarken; bilgisayar teknolojisi ile farklılaştırılmış görüntülerin gerçekliğine olan inanç azalmaktadır. Bu nedenle, görüntü işlemenin belgesel fotoğrafta belli sınırlar içinde uygulanması ve gerçeklik yeniden üretilirken, başkalaşmış görüntülerle izleyicinin yanlış yönlendirilmemesi gerekmektedir. Bunun dürüst fotoğraf ilkelerine ve fotoğraf etiğine uymadığını söylemeliyiz. Amaç ne olursa olsun, fotoğrafların öğelerinin değiştirilmesi, birçoğunun poz verdirilerek oluşturulmuş ya da yöneticilerin, editörlerin tavrıyla kurgulanmış olması, basında kullanılan belgesel fotoğrafların gerçekliğine, güvenilirliğine ve inanılabilirliğine gölge düşüreceği için doğru bulunmamaktadır.

Tarihsel süreçte Belgesel veya sosyal belgesel fotoğraf, inanılır ve güvenilir bir propaganda aracı olmuştur. Propaganda fotoğrafı olarak seçtiğimiz örneklerden anlaşılacağı gibi, fotoğrafı etkin bir propaganda aracı haline getirenler, daha çok siyaset adamlarıdır. Bu siyasetçiler içinde Lenin ve Stalin gibi sol ideoloji mensupları, bir yandan yaptıkları iç propaganda çalışmalarıyla devrimin halk kitleleri tarafından benimsenmesi, dış propaganda ile de kendi ülkelerinde hakim olan ideolojinin başka ülkelere yayılması ve sonuçta tüm dünya işçilerinin iktidara gelmesi için etkili bir propaganda yapıyorlardı. Bu amaçlarını gerçekleştirmek için foto montaj teknikleri dahil, fotoğrafın her türlü olanaklarından yararlanıyorlardı.

Fotoğrafla etkin propaganda yapmanın bir diğer usta siyasetçisi Hitler'dir. Etkili propaganda yapmak için propaganda bakanlığı kuracak kadar işi ciddiye alan Hitler, iktidarına karşı mücadele eden fotomontajcı, Dada gruplarına karşı; "karşı propaganda" yaparak, iktidarını pekiştirmek ve onların propagandalarını etkisiz hale getirmek için büyük çaba harcamıştır.

Propagandanın etkili olarak kullanıldığı bir diğer dönem, savaş dönemleridir. Savaşlarda, savaşan tarafların birbirlerinin moralini bozmak için yaptığı her türlü kara propaganda uygulamalarına oldukça sık rastlanır. Birinci Dünya savaşında başlayan savaş propagandaları, İkinci Dünya savaşında zirve yapmıştır. Bu savaşlarda propaganda fotoğrafçılığının en başarılı uygulamalarını ABD yönetimi yapmıştır. Savaş cephesinde, foto muhabirleri tarafından çekilen, Amerikan ordusunu başarılarını gösteren fotoğraf kareleri, Almanya karşısında ABD'ye açık bir propaganda üstünlüğü sağlamıştır. Fakat Vietnam Savaşında durum değişmiş; bu kez Vietnam'da savaşan Amerikalıların yaptıkları, savaşın vahşet ve dehşet görüntüleri, ABD'nin Vietnam'dan çekilmesine neden olmuştur.

Bizde ilk savaş fotoğrafları Enver Paşa tarafından çektirilmiş ve o dönemin gazete ve dergilerinde yayımlanmıştır. Bu fotoğraflar, daha çok müttefikler tarafından yapılan, Türk askerinin kılık kıyafet dahil, sefalet içinde yaşadıkları propagandasına karşı, alternatif propaganda fotoğrafı örnekleri olarak "Harp

Mecmuası”nda yayımlanır. Türk askerini temiz kıyafetler içinde gösteren, her biri bir başarı öyküsü anlatan bu fotoğrafların kamuoyunda ne kadar etkili olduğu bilinmemektedir.

Fotoğraf tarihimizde, fotoğrafla etkili propaganda yapan liderlerden biri Mustafa Kemal Atatürk’tür. O, gerek temiz ve modern (Batılı) giyinmiş portreleri, etrafında bulunan modern hanım görüntüleriyle bir yandan yaptığı devrimlerin propagandasını yaparken, halk arasına karışarak çektiği fotoğraflarıyla halktan biri olduğunu da vurgulamaya çalışmıştır. Bu bağlamda, Atatürk döneminde fotoğraf konusunda Halkevlerinin çabasını da hatırlatmak gerekir.

Günümüzde, propaganda alanı genişlemesine karşın en çok propaganda yapmaya çalışanlar yine siyasetçilerdir. Siyasetçiler, mutlu aile, iyi bir eş, halkla ve çocuklarla iç içe görüntüler vererek kitleler üzerinde olumlu imaj yaratma çabasına girişmişler, kitlelerin belleklerinde olumlu etki yaratmak için, özellikle seçim kampanyalarında, profesyonel şirketlerle çalışmaya başlamışlardır.

Çalışmada, ülkemiz basınında kullanılan propaganda fotoğraflarının çağdaş dünya siyasetçileri ile benzer özellikler taşıdığı, bazı portre fotoğraflarında verilen pozlarda benzer algı yaratmak için, liderlerin etkileşim ve özel bir gayret içinde oldukları da tespit edilmiştir.

KAYNAKLAR

- ABADAN, Nermin (1996), **Halk Efkarı Mefhumu ve Tesir sahaları**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Ankara.
- Açık Kapı (La Puerta Abierta)", **1992 Yılı Ocak ve Mayıs aylarında TRT 2'de yayınlanan İspanyol Fotoğraf Belgeseli TV Metni**, Çev. Simber Atay, Bölüm 13,4
- AKÇALI, Sezer (2003), **2. Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda**, İmaj Yayınları, Ankara
- AKTAN, Coşkun Can (1993), **Siyasal Ahlak Sorunu ve Çözüm Önerileri, Siyasal Ahlak ve Siyasal Ahlaksızlık**, Bilgi Yayınevi, İstanbul.
- ARICAN, Melih Zafer (2004), **Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler ve Türkiye Ulusal Basınında Gazete Haber Fotoğraflarının Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi ve Değerlendirilmesine Yönelik Bir Uygulama**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- AYSEL, Aziz (2003), **Siyasal İletişim**, Nobel Yayınevi, Ankara.
- AYSEL, Aziz (2002), **Radyo Yayıncılığı**, 2.Baskı, Nobel Yayınları, Ankara.
- AYSEL, Aziz (1999), **Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı**, 1.baskı, TRT Yayınları, Ankara.
- AZLAN, Doğan (22 Ocak 2002), **"Can Dündar'ın Nazım Belgeselini İzleyin"** Hürriyet Gazetesi,
- BAUDRILLARD, Jean (1998), **Kusursuz Cinayet**, Çev: Necmettin Sevil, Aynnti Yayınları, İstanbul.
- BALTAŞ, Z.- A.BALTAŞ (2009, **Bedenin Dili**, Remzi Kitapevi, İstanbul,
- BARRETT, Tery (2009), **Fotoğrafi Eleştirmek**, Çev. Yeşim Harcanoğlu, 1. Baskı, Hayalbaz Kitapevi, İstanbul.
- BARTHES,, Roland (1992) **Camera Lucida**, Çev. Reha Akçakaya, Altıkkırkbeş Yayınları, İstanbul,
- BATUR, Enis, (2000), **Başkalaşım I-X** , 2. Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- BAZIN ,Andre (2007), **Sinema Nedir?** Çev. İbrahim Şener, İzdüşüm Yayınları, İstanbul.
- BAZİN, Andre,(2007), **Fotoğraf Neyi Anlatır**,1.Baskı, Çev. Nijat Özön, Hayalbaz Kitaplığı, İstanbul
- BEKTAŞ, Arsev (2007), **Kamuoyu İletişim ve Demokrasi**, 3. Baskı, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
- BEKTAŞ, Arsev (2000), **Siyasal Propaganda**, Bağlam Yayıncılık, İstanbul
- BENJAMIN, Walter, (2007), **Fotoğraf Neyi Anlatır**, 1.Baskı, Çev. Tefik Turan, Hayalbaz Kitaplığı, İstanbul
- BENJAMIN, Walter, (2007), **Pasajlar**, Çev. Ahmet Cemal, 6. Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- BERGER, John (1998), **Ana Adanmış**, Çev: Y. Salman, M. Gürsoy Sökmen, Metis Yayınları, İstanbul.
- BERGER, John (2010) **Görme Biçimleri**, Çev. Yurdanur Salman, 16.baskı, Metis Yayınları, İstanbul.
- BERGER, J.- MOHR, J.(2007), **Anlatmanın Başka Bir Biçimi**, Çev. Osman Akınhay, Agora Kitaplığı, İstanbul.
- BİLKAN A.F.-ÇAKIR Ö., (2004), **Harp Mecmuası**, Güzel Sanatlar Matbaası A.Ş

- BOSTANCI, M. Naci (1996), **Toplum Kültür ve Siyaset**, Vadi Yayınları, Ankara.
- BRESSON, Henri Cartier (2006), **Karar Anı**, Haz. İlker Maga YGS Yayınları, İstanbul.
- BROWN, J.A.C (1992), **Siyasal Propaganda**, Çev. Yusuf Yazar Ağaç Yayıncılık, İstanbul.
- BURKE, Peter (2003) **Afişten Heykele Minyatürden Fotoğrafa Tarihin Görgü Tanıkları**. Çev. Zeynep Yelçe, 1. Baskı, Kitap Yayınları, İstanbul.
- CANKAYA, Özden (1997), **Dünden Bugüne Radyo Televizyon**, 1. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul,
- ULURASBA Ali, (2004), **Cumhuriyetin 80. Yılında Foto Muhabirlerinin Objektifinden Fotoğraflarla Türk Demokrasi Tarihi**, Haz. Foto Muhabirleri Derneği, T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Ankara
- CLARK, Toby (2004), **Sanat ve Propaganda-Kitle Kültürü Çağında Politik İmge**, Çev. Esin Hoşsucu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- ÇAPLI, Bülent (2002), **Medya ve Etik** 1. Baskı, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara. ÇEÇEN, Anıl (1996), **Kültür ve Politika**, Gündoğan Yayınları, Ankara.
- DANIEL Lerner(1985), **Propaganda Etkinlik: Şartlar ve Değerlendirme, Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş, Seçilmiş Parçalar**, Haz. Ünsal Oskay, A.Ü. Basımevi, Ankara.
- DURAN, Ragıp (2001) **Burası Dünya Polis Radyosu!** 2.baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- DORA, Serkan (2003), **Büyüyen Fotoğraf Küçülen Sosyoloji** 1.baskı, Babil Yayınları, İstanbul
- DÖRDÜNCÜ, Mehmet Bahadır (2006), **II. Abdülhamit Yıldız Albümleri Mekke-Medine**, Yitik Hazine Yayınları, İstanbul.
- ERKSAN, Metin (1986), **Tutsak Filmler ve Sinema**, Hil Yayınları, İstanbul. ERGENEKON, Ali (1999), **Tahsin Paşa'nın Yıldız Hatıraları, Sultan Abdülhamit**, Boğaziçi Yayınları, İstanbul.
- ERGÜVEN, Mehmet(2007), **Görmece**, 2. Baskı, Metis Yayınları, İstanbul.
- FIRLAR, G., B.- YEYGEL, S. (2004), **Sanal Ortamda Bütünleşik Pazarlama İletişimi**, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi Yayınları, İzmir.
- FISCHER, Ernst /1995), **Sanatın Gerekliliği**, Çev. Cevat Çapan, Payel Yayınevi, İstanbul,
- FREUND, Gisele (2008), **Fotoğraf ve Toplum**, Çev. Şule Demirkol, 2. Baskı, Sel Yayıncılık, İstanbul.
- GEZGİN, Suat (2002), **Basında Fotoğrafçılık**, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları İstanbul.
- HABERMAS, Jürgen(1997), **Kamusalığın Yapısal Dönüşümü**, Çev. T.Bora ve M. Sancar, İletişim Yayınları, İstanbul.
- İNÖNÜ, Alpat (1998), **Türk Solu Sözlüğü**, Mayıs Yayınları, İzmir.
- JAMIESON, Harry (1996), **İletişim ve İkna**, Çev. N.Atabek ve B.Dağtaş, Anadolu Üniversitesi Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Yayınları, Eskişehir.
- KARADAĞ, Çerkes (2000), **Sözde Fotoğraf**, İmge Kitabevi, Ankara,
- KEVIN, Robins (1999), **İmaj Görmenin Kültür ve Politikası** Çev. Nurçay Türkoğlu. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- KORKMAZ A.- ERDOĞAN, İ. (1998), **Başlangıçtan Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları**, My Yayınları, Ankara.

- LUDA, J. S. - M. MARTIN (2003), **Devrim Sineması, Sovyet Sineması'nın Altın Çağı**, Çev. Osman Akınbay, Agora Kitaplığı, İstanbul
- MAGA, İlker (2007), **Fotoğrafçıya Fısıltılar**, YGS Yayınları İstanbul.
- MARIEN, Mary Warner (2002) *Photography: A Cultural History*, Laurence King, London
- OSKAY, Ünsal (2000), **Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş, Seçilmiş Parçalar**, 5.baskı, Der Yayınları İstanbul.
- OSKAY, Ünsal (2003), **Önsöz, Jean-Marie Domenach, Politika ve Propaganda** Çev. Tahsin Yücel, Varlık Yayınları, İstanbul.
- ÖZDEMİR FAHRİ, (2010), **Bir Hürriyet Türküsü (Çanakkale Savaşları Fotoğraf Albümü)**, Kırmızı Yayınları, İstanbul
- ÖZKAN, Necati (2004) **Seçim Kazandıran Kampanyalar**, Mediacat Kitapları, İstanbul.
- ÖZKAN, Abdullah (2004), **Siyasal İletişim**, Nesil Yayınları, İstanbul.
- ÖZTUNCAY, Bahattin (2005), **Portre Fotoğrafının Cazibesi 1846–1950 “Hatıra -i Uhuvvet** Aygaz A.ş. İstanbul.
- ÖZENDES, Engin, (1999), **Türkiye'de Fotoğraf**, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları. İstanbul.
- ÖZKÖK, Ertuğrul (1985), **Kitlelerin Çözülüşü**, 1.baskı, Tan Yayınları, Ankara.
- ÖZSOY, Osman (2009), **Seçim Kazandıran Siyasal İletişim Görsel Mesajların Etkisi**, Pozitif Yayınevi, İstanbul.
- ÖZSOY, Osman (1998), **Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma**, Alfa Kitabevi, İstanbul
- ÖZSOY, Osman (2009) **Taktik - Örnek ve Uygulamalarla Seçim Kazandıran Siyasal İletişim**, Pozitif Yayınları, İstanbul.
- ÖZTÜRK, Ramazan (1996), **Sessiz Tanık**, Birinci Baskı, Sabah Yayıncılık, İstanbul.
- ÖZSOY, Osman (1998), **Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma**, Alfa Kitabevi, İstanbul.
- PRICE, Mary (2004), **Fotoğraf -Çerçeveedeki Gizem** Çev. A. Koş - K. Koş, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- ROTHA, Paul (2000), **Belgesel Sinema**, Çev. İbrahim Şener, İzdüşüm Yayınları, İstanbul,
- RİFAT, Samih (2007) **Akla Kara Arası Fotoğraf Yazıları**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- SANOUILLET, Michel (1994), **Dadacılığın Kökenleri: Zürih ve New York**, Çev. T. Ilgaz, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- SARTORİ, Giovanni (2004), **Görmenin İktidarı, Homo Videns: Gören İnsan**, Çev. G. Batus - B. Ulukan, İletişim yayınları, İstanbul.
- SCHNITZER, L.J. - MARTİN, M. (2003), **Devrim Sineması, Sovyet Sineması'nın Altın Çağı**, Çev. Osman Akınhay, Agora Kitaplığı, İstanbul.
- SONTAG, Susan(2004), **Başkalarının Acısına Bakmak**, Çev. Osman Akınhay, Agora Kitaplığı, İstanbul.
- SONTAG, Susan (1999), **Fotoğraf Üzerine**, Çev. Reha Akçakaya, Altıkırkbeş Yayınları, İstanbul.

- TAN, Akbulut Nesrin, ERDOĞAN Eda Balkaş, (2006) **Medya Mercek Altında**. Beta Basım Yayınları, İstanbul.
- TARTANOĞLU, Ali (1994), **Baskın 'Basın'ın mı?**, 1. Basım, Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları, Ankara.
- TAYFUR, Gıyasettin (2004), **Reklamcılık**, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Ulufer; TEKER (2003), **Grafik Tasarım ve Reklam**, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir.
- ULURASBA, Ali (2003), **Cumhuriyetin 80. Yılında Foto Muhabirlerinin Objektifinden Fotoğraflarla Türk Demokrasi Tarihi**, Akmer Ajans, Ankara
- TEUN, A. Van Dijk (1994), **Medya İktidar İdeoloji**, Çev. Mehmet Küçük, Ark Yayınevi, Ankara.
- TOPÇUOĞLU, Nazif (2005), **Fotoğraflar Gösterir Ama...**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- TOPÇUOĞLU, Nazif (2010), **Fotoğraf Ölmedi Ama Tuhaf Kokuyor**, 3.Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul. .
- UZTUĞ, Ferruh (2007) **Siyasal İletişim Yönetimi Siyasette Marka Yaratmak**, Mediacat Kitaplar, İstanbul.
- WHELAN, Richard (2006), **Robert Capa**, Çev. Mehmet Harmancı, Agora Kitaplığı, İstanbul,
- YURDALAN, Özcan (2007), **Belgesel Fotoğraf ve Fotoröportaj**, Agora Kitaplığı İstanbul.

DERGİLER

- ADES, Dawn, (1977), "Fotoğraf Yazıları", Çev: Ahmet Gezgin, **Yeni Fotoğraf, Dergisi**: 4, 1,4.
- ARIKAN, Zeki (1999), "Halkevlerinin Kuruluşu ve Tarihsel İşlevi", **Atatürk Yolu Dergisi**: VI/23, 279
- CARTIER, Henri (1977), "Fotoğrafi Yakalamak", **Yeni Fotoğraf, Dergisi**: 4, 32.
- ÇİZGEN, Gültekin (1980), "Fotoğrafta Gerçekçilik", **Yeni Fotoğraf Dergisi**: 37,44.
- DERMAN, İhsan (1996), "Sayısal Teknolojiler ve Basın Fotoğrafının Doğruluk Değeri," **Yeni Türkiye**, Medya Özel Sayısı, Kasım-Aralık: 2,112.
- Dorothea LANGE (1986), "Yaşama Bakmayı Öğreten Fotoğrafçı" **Afsad Fotoğraf**: 42, 9.
- FERHAT, Ajda, "Propagandanın tarihçesi", **Düşünceler**, Şubat Özel sayı 1, 20
- GÖKAĞAÇ, Mehmet (1984) "Fikret Otyam", **Afsad Fotoğraf**: 17, 19-20.
- GÜLER, Ara (1977), "Fotojunalizm" **Yeni Fotoğraf Dergisi**, Kasım:14,10
- GÜLER, Ertan (2000), "Belgesel Fotoğraf" **Fotoğraf Dergisi**, Nisan-Mayıs: 30, 52.
- KİPÖZ, Şölen (1995) "Propagandanın Tanımı", **Düşünceler**, Şubat Özel sayı 1. 4
- MİLLAR, Selçuk (1988), "Yeter Söz Milletindir Afişi Nasıl Doğdu?", **Tarih ve Toplum**:54,16
- PARSA, Seyide,(1987) "Fotoğraf ve Gerçeklik", **Düşünceler**, 1, 13.
- PEHLİVANLI, Hamit (1991), **Çanakkale Muharebeleri Sırasında Müttefiklerin Propagandası ve Karşı Propaganda**, Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi, Sayı 21, Cilt: VII
- PFERSCHY Othmar, **La Turquie Kemaliste**, Nisan 1936
- SOM, Deniz, Osmanlı İmparatorluğu'ndan Türkiye Cumhuriyeti'ne, **Cumhuriyet Gazetesi**, 5 Temmuz1998
- STEICHEN, Edward (1984), Fotoğraf İnsanlığın Tanığı ve Kayıt Aracı, Çev. Abdullah Ersoy, **Afsad Fotoğraf**: 14, 2.
- TUNCA Yücel (2010), "Fotoğrafta Şok Beklentisi" **Fotoğrafsız**: Güz, 1. 34,46.
- TERENCE, Qualter (1980)"Propaganda Teorisi ve Propagandanın Gelişimi" Çev: Ünsal Oskay, **SBF Dergisi**, Cilt No; 35, Sayı;1, 279
- ÜN, TAHİR, (2010), "Sayısal Görsel Üretim Çağında Belgesel Fotoğrafa Etik Bir Yaklaşım" **Fotoğrafsız**, Güz:1. 13,14.
- TAYLOR Poul, "İlk Belgesel Fotoğraf Çalışması 1935-1943", Çev. Ahmet Tolungüç, **Afsad Fotoğraf**: .30, 4-5.
- YAYINTAŞ, Arzu, (2002) "Düşman Gözler" **Geniş Açı**, 15 Mart-15 Mayıs: 22, 71.
- YURDALAN, Özcan (2010), "Fotoğrafçının Adabı Fotoğrafın Erkanı." **Fotoğrafsız**, Güz, sayı 1. 28.

TEZLER

AĞAOĞLU, Ebru (1995), **Bilgisayar Uygulamaları ve Adobe Photoshop**, yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

AYKAÇ, Çağla (2003), **Kemalist Ütopya, La Turquie Kémaliste Propaganda Dergisinin İncelenmesi (1934-1948)**, yayımlanmamış doktora tezi, Boğaziçi Üniversitesi Atatürk Enstitüsü, İstanbul.

BOYACI, Ahmet Hamdi (1997), **Propaganda ve Seçim Kampanyaları-1995 Erken Genel Seçim Örneği**, yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

ÇELİK, Devrim Barış (2005) **Siyasal Propaganda ve Oy Verme Davranışı Üzerindeki Etkileri, İzmir Örnek Olayı**, basılmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

ÇETİNTAŞ, Erdem (2004), **Etik Açından Haber Fotoğrafçılığı: Türkiye'de Haber Fotoğrafçılarıyla Bir Anket Çalışması** basılmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

ÇOLAK, Oktay (2006), **Fotoğraf Programı Portre Fotoğrafı Üzerine**, basılmamış sanatta yeterlilik tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

DIRAMAN, Saliha (2003), **Cumhuriyet Sonrası Türkiye'de Fotoğraf**, yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

EKE, Erdal (2008), **Siyasal Propaganda Araçlarının Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisi: Isparta Örnek Olayı**, basılmamış yüksek lisans tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

ERKASLAN, Önder (2000), **Fotoğraf ve İdeoloji**, yayımlanmamış doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

ERYILMAZ, Hüseyin (1999), **Kitle İletişim Aracı Olarak Haber Fotoğrafı ve Manipulasyon**, yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

GÜÇKIRAN, S Gamze (2003), **1990'lı Yıllarda Dijital Fotoğraf Olanakları ve Estetik Sorunları**, yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

İMANÇER, Ahmet (1993), **Türk Gazeteciliğinde Basın Fotoğrafçılığının Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü**, yayımlanmamış doktora tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

KAYA, Hürü (2004) **Halkevleri'nin Etkinlikleri İçinde Fotoğrafın Kullanımı ve Yeri (1932-1951)** yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Mimar Sinan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

KALÇIK, Tuba (2007), **Televizyonda Siyasal Propaganda ve AKP**, basılmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

KOÇ, Reza (2000) **Siyasi İletişimde Propagandanın Önemi; Bir Örnek Olay Araştırması Nazi Propagandası**, basılmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- ORAL, Merter (1996), **Toplumsal Belgeci Fotoğraf ve Fikret Otyam Örneği**, yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- ORAL, Merter(2000), **Weimar Cumhuriyeti'nden Günümüze Fotoğraf Ajanslarının Fotojournalizme Katkıları**, yayımlanmamış doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir
- ÖZDEM, Emine Özen (2206), **Açık hava Reklam Ortamlarında Görsel Tasarım**, basılmamış yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İzmir.
- ÖZDAMAR, Gülbin (2005), **Belgesel Fotoğrafın Propagandacı Tavrı: Afsad Fotoğraf Dergisi'ndeki İşçi Fotoğraflarının İncelenmesi (1978-1979)**, yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- ÖZDEMİR, A.Beyhan (1996), **Fotoğrafik Diliyetisinin Evrimi Bağlamında Müdahale Sorunsalı**, yayımlanmamış doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- ÖZEL, Zühal. (2005), **Teknolojik Gelişmeler İçerisinde Dijital Fotoğrafçılık ve Belgesel Fotoğrafçılığın Yeniden Tanımlanması**, yayımlanmamış doktora tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- SEVER, Şeyda (1998), **Dünyada ve Türkiye'de Belgesel ve Haber Fotoğraflarının Temelleri**, yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- TUMAY, Sadık (1997), **90'lı Yıllarda Türk Basımında Siyasi Fotoğrafın İşlevi**, yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

İNTERNET

ALTAN Ertan, “**Enverland'den İstanbul'a**”, www.yenisafak.com.tr
erişim 10.01.2009

ATAY, Simber (2000), “**Fotoğraf Yazıları** ” Dokuz Eylül Yayınları, İzmir.
Simge, Banu, http://www.bendevar.com/makale_oku.php?makale=150&editor=Banu+Simge
erişim 22.10.2010.

BAYRAKTAROĞLU, M.Ali, “**İkinci Körfez Savaşında Fotoğraf ve Propaganda**”
<http://www.fotomuhabiri.com/akademi/prop/prop02.html> erişim 10.01.2010

BATMAZ, Veysel, “**Nüsk ile Ritüel**”, internet makale, www.adilmedya.com, 24.04. 2011

BAYRAKTAROĞLU, Ali, **İkinci Körfez Savaşında Fotoğraf ve Propaganda**
Fotoğraf:<http://www.belgeselfotograf.com>.erişim 01.08.2010

ÇAĞLAYAN, Alper, **Türkiye’de Sinema Politikaları**, <http://www.kameraarkasi.org/> erişim
15.10.2010

DOĞRAMACI, Burcu.**Goethe-Institut**.Ankara 2010 <http://www.goethe.de/ins/tr> erişim 04.02.2011

DURTAŞ P.- BAŞPINAR B. “**Fotoğraf Birliği (Photo League) adlı kitabın İlk bölümünden çeviri**”. <http://fotografakademisi.moonfruit.com/#!/seminer-metinleri/4532644237F> erişim 12.09.2010

“**George Bernar Shaw**”, http://tr.wikipedia.org/wiki/George_Bernard_Shaw erişim 3.11.2010

FAKİHOĞLU. Behçet **Xv. Yerel Medya Eğitim Semineri - Erzurum (25 - 26 Ekim 2007) “Medyada Dezenformasyon”**. www.byegm.gov.tr erişim 12.01.2011

KALFAGİL Sabit, “**Röportajlar**” <http://www.belgeselfotograf.com/aid=130.phtml> erişim
28.09.2009

Merter Oral, www.belgeselfotograf.com/ aid= erişim 19.05.2010

SEVER, Şeyda, **Belgesel Fotoğraf ve Haber Fotoğrafı, Fark Nerede?**
<http://www.fotografya.gen.tr/> erişim 19.04.2010

ORAL,Merter,“**Magnum.Photos**”<http://www.fotomuhabiri.com/tarih/magnum/magnum.html> erişim 12.12.2009

“**Coşkun Aral ve Murat Yaygın ile Söyleşi**” www.aciksite.com.erişim 11.03.2002

ÖZDEMİR A. Beyhan. “**Toplumsal Bilincin Oluşmasında Belgesel Fotoğrafın Önemi.**”
<http://www.beyhanozdemir.com/showarticle.asp?article=29> erişim 24.07.2009

ÖZDEMİR A. Beyhan, ”**Türkiye’de Fotoğraf Ve Kurumsallaşma-2**”,
<http://www.beyhanozdemir.com/showarticle.asp?article=22>, Erişim 24.03.2011

PEHLİVANLI, Hamit, “**Çanakkale Muharebeleri Sırasında Müttefiklerin Propagandası ve Karşı Propaganda** ” <http://www.atam.gov.tr/i> 608 erişim 23.09.2010

SHENG,David,"**Every Picture Can Tell a Lie**", <http://www.wired.com/news/culture/0,1284,7815,00.html>, erişim 11.01.2004.

UĞUR, Ufuk. ”**Haber Fotoğrafı Nasıl Olmalı?**” <http://www.solidarticles.com/1>. erişim 10.01.2010

TEKİN, Nil Türker, “**Tek Parti Döneminin Sonu**”, <http://bianet.org/bianet/bianet/13660-tek-parti-doneminin-sonu>, erişim 27.03.2009

YURDALAN, Özcan, “**Bir soruya sahip olmak**” <http://www.fotografya.gen.tr/issue-4/ozcan.html> erişim 13.12.2010

http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay~haberNo~17305~
erişim 22,05,2011

<http://www.fotografya.gen.tr/issue-14/Bio.htm> erişim 12.9.2010

<http://www.msxslabs.org/forum//200034-sebastiao-salgado.html> erişim 24.01.2011

İBB Kültür A.Ş. **Yıldız Albümleri**, <http://nethaberci.com/sondakika-guncel-haberleri/ii-abdulhamit-119-yil-once-abdde-45828.html> erişim 19.06.2010

SÖZLÜK ve ANSİKLOPEDİLER

Ana Britannica Genel Kültür Ansiklopedisi (1994), Ana Yayıncılık, İstanbul.

Büyük Sözlük (1987), Arkın Kitapevi, İstanbul.

Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi (1997), Yem Yayınları, İstanbul.

Meydan Larousse (1995), Sabah Gazetesi Yayınları, İstanbul

Türkçe Sözlük (1988), Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.

ÖZGEÇMİŞ

1978’de Elazığ’da doğdu. Fatih Vatan Lisesi’ni, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Fotoğraf Bölümünü ve Marmara Üniversitesi Fotoğraf Yüksek Lisans programını bitirdi. Fotoğrafa 1995 yılında başladı. Yaklaşık 10 yıl, fotoğraf laboratuvarı işletmeciliği de yapan Satkın, fotoğraf yaşantısına, insan odaklı belgesel fotoğraf çalışmalarıyla devam etmektedir.

Bu güne dek 5 dia gösterisi hazırladı, bir kişisel sergi açtı, çok sayıda karma sergiye katıldı ve fotoğrafları çeşitli yayınlarda yer aldı. 2006 yılında Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Fotoğraf Bölümü’nde “Araştırma Görevlisi” olarak başladığı akademik kariyerini, “Öğretim Görevlisi” olarak sürdürmektedir.