



**T.C.
GİRESUN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI**

**KÜLTÜREL GÖSTERGELER KURAMI BAĞLAMINDA KÜLTÜREL BİR
AKTARIM ARACI OLARAK FOTOĞRAFIN İŞLEV VE ETKİLERİNİN
KÜRESEL PANDEMİ DÖNEMİNDE YENİ NORMALLERİN AKTARIMI
AÇISINDAN İNCELENMESİ**

**EXAMINING THE FUNCTIONS AND EFFECTS OF PHOTOGRAPHY AS A
CULTURAL TRANSMISSION TOOL IN THE CONTEXT OF CULTURAL
INDICATORS THEORY IN TERMS OF THE TRANSFERENCE OF NEW
NORMS IN THE GLOBAL PANDEMIC PERIOD**

DOKTORA TEZİ

**HAZIRLAYAN
Gökhan TOPTEPE**

**DANIŞMAN
Prof. Dr. Safiye KIRLAR AKSU**

Giresun-2024

BİLİMSEL ETİK İLKELERE UYGUNLUK/ETİK BEYAN

Doktora tezi olarak sunduğum “Kültürel Göstergeler Kuramı Bağlamında Kültürel Bir Aktarım Aracı Olarak Fotoğrafın İşlev ve Etkilerinin Küresel Pandemi Döneminde Yeni Normallerin Aktarımı Açısından İncelenmesi” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel etik ve geleneklere aykırı düşecek bir kullanıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, yararlandığım kaynaklara uygun yöntemlerle atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

19/01/2024

Gökhan TOPTEPE

T.C. GİRESUN ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne

Ana Bilim Dalı: İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı

Program Adı: İletişim Bilimleri Doktora Programı

Tez Başlığı: Kültürel Göstergeler Kuramı Bağlamında Kültürel Bir Aktarım Aracı Olarak Fotoğrafın İşlev ve Etkilerinin Küresel Pandemi Döneminde Yeni Normallerin Aktarımı Açısından İncelenmesi

Yukarıda başlığı verilen tez çalışmasının Giriş, Ana bölümler ve Sonuç kısımlarından oluşan (Kapak, Ön söz, Özet, İçindekiler ve Kaynakça hariç) toplam 210 sayfalık kısmına ilişkin 8/1/2024 tarihinde Turnitin benzerlik programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre tezin benzerlik oranı: %6'dır.

Filtrelemeye alıntılar dâhil edilmiştir. Filtrelemede 7 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç tutulmuştur.

Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından belirlenen azami benzerlik oranına (%30) göre tez çalışmasının herhangi bir intihal içermediğini, aksinin tespit edilmesi durumunda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim. 20/12/2023

Danışman: Prof. Dr. Safiye KIRLAR AKSU

Öğrenci: Gökhan TOPTEPE

KILAVUZA UYGUNLUK BEYANI

“Kültürel Göstergeler Kuramı Bağlamında Kültürel Bir Aktarım Aracı Olarak Fotoğrafın İşlev ve Etkilerinin Küresel Pandemi Döneminde Yeni Normallerin Aktarımı Açısından İncelenmesi” başlıklı Doktora Tezi, Giresun Üniversitesi Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak hazırlanmıştır.

Hazırlayan

Gökhan TOPTEPE

Danışman

Prof. Dr. Safiye KIRLAR AKSU

İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı Başkanı

Prof. Dr. Serpil KARLIDAĞ

JÜRİ ÜYELERİ ONAY SAYFASI

Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 5.12.2023 tarihli toplantısında jüri, Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı Doktora öğrencisi Gökhan TOPTEPE'nin Kültürel Göstergeler Kuramı Bağlamında Kültürel Bir Aktarım Aracı Olarak Fotoğrafın İşlev ve Etkilerinin Küresel Pandemi Döneminde Yeni Normallerin Aktarımı Açısından İncelenmesi başlıklı tezini incelemiş olup, aday 20.12.2023 tarihinde, saat 13.00'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Sunulan çalışma, sınav sonucunda oy çokluğu ile başarılı bulunarak jüri tarafından Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Sınav Jürisi	Unvanı, Adı Soyadı	İmzası
Üye (Başkan)	Prof. Dr. Serpil KARLIDAĞ	
Üye	Prof. Dr. Safiye KIRLAR AKSU	
Üye	Prof. Dr. Günseli BAYRAKTUTAN	
Üye	Prof. Dr. Bahar YALIN	
Üye	Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN	

ONAY

19/01/2024

Prof. Dr. Oğuz Serdar KESİCİOĞLU

Enstitü Müdürü

ÖN SÖZ

Fotoğraf, kültürel anlamın ve anlatımın görsel bir aracı olarak hem bireysel hem de toplumsal düzeyde büyük bir öneme sahiptir. Covid-19 döneminde çeşitli sebeplerle olağandan fazla maruz kalınan çevrimiçi içeriklerin büyük bir kısmını oluşturan haber fotoğrafları ise kültürün aktarımında etkili bir ileti biçimidir. Bu çalışmada küresel pandemi döneminde yaşantımıza dâhil olan yeni normallerin haber fotoğrafları vasıtasıyla aktarımı kültürel göstergeler kuramı bağlamında irdelenmek istenmiştir.

Çalışma sürecinde beni yönlendiren, değerli bilgi ve tecrübelerini paylaşan başta danışmanım Prof. Dr. Safiye Kırlar Aksu olmak üzere, Prof. Dr. Günseli Bayraktutan ve Prof. Dr. Bahar Yalın hocalarıma içten teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca, koşulsuz desteklerini samimiyetle hissettiren mesai arkadaşlarıma minnettarlığımı ifade etmek isterim. Sabreden ve sabır dileyen dostlarıma, değerli eşime ve süreç içinde dünyaya gelerek beni yeniden dünyaya getiren oğluma, hürmetle...

ÖZET

“Kültürel Göstergeler Kuramı Bağlamında Kültürel Bir Aktarım Aracı Olarak Fotoğrafın İşlev ve Etkilerinin Küresel Pandemi Döneminde Yeni Normallerin Aktarımı Açısından İncelenmesi” isimli bu doktora tezi kültürel bir aktarım aracı olarak fotoğrafın işlev ve etkilerinin incelenmesine odaklanmaktadır.

Duygu ve düşünce aktarımında önemli araçlardan biri olan fotoğraf, bir iletinin hedef kitleleri etkilemesi bakımından günümüz imajlar dünyasında önemli bir kitle iletişim aracıdır. Bu bağlamda, fotoğraf aracılığıyla aktarılan görüntüler alıcının zihninde imgelem yaratmaktadır. Fotoğraf bu yönüyle günlük hayatın bir parçası haline gelerek kayıt, bellek, gösterim, temsil, anlam üretimi ve kültürel aktarım aracı olarak kullanılmıştır. Alanda yaşanan gelişmelerin sonucu olarak iletilerin aktarımında sağladığı pratik nedeniyle haber ve duyuru metinlerinin de görsel aktarım aracı haline gelmiştir. Gelenek göreneklere ya da toplumun ortak edinimi olan deneyimlere gönderme yapan ve dolayısıyla toplumun tarihine ayna tutan fotoğraf, kültürel bilginin gelecek nesillere aktarılması konusunda da önemli bir rol oynamaktadır.

Çalışmada, George Gerbner'in kültürel göstergeler ve yetiştirme kuramının, medya mesajları sürekli tekrarlandıkça ve bireyler bu mesajlara maruz kaldıkça, toplumda belirli bir kültürel etki oluşturur yaklaşımından hareketle, haber platformlarının ve resmi sağlık kuruluşlarının sosyal medya hesaplarında Covid-19 pandemi döneminde paylaştıkları fotoğrafların yeni normallerin aktarımında kültürel bir aracı olarak etki ve işlevlerinin ortaya konması amaçlanmıştır. Çalışmanın, kültürel göstergeler kuramını televizyon metinleri yerine fotoğraf alanına uygulaması ve bunu özgün bir yöntemle gerçekleştiriyor olması bakımından alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu amaç doğrultusunda, çalışmanın birinci bölümünde özellikleri ve unsurları ile birlikte kültür kavramı, kültürün aktarımı ve dönüşümü, kültürel bellek ile kültürel bellek aracı olarak fotoğraf olgusu Gerbner'in kültürel göstergeler kuramı ışığında tartışılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde, fotoğraf olgusu; türleri ve tarihi ortaya konularak, işlevleri, kültür ile olan ilişkisi, kültürel göstergeler perspektifinden ele alınmıştır. Küresel pandemi döneminde ortaya çıkan yeni normallerin fotoğraflar

aracılığıyla haber platformları ve resmi sağlık kuruluşları tarafından sosyal medyada nasıl kullandığı araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Buna göre, ilk aşamada yapılan içerik analizinde ilgili fotoğraflar kategorize edilmiş, bu kategorizasyon sonucu fotoğraflar göstergebilimsel çözümlemeye tabi tutulmuş, elde edilen veriler ışığında yarı yapılandırılmış görüşmeler analiz edilmiştir. Fotoğrafın kültür üzerinde taşıyıcı, yönlendirici ve değiştirici bir etkisi olduğu yeni normallerin aktarım süreci bağlamında değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda, bir medya iletisi olarak semboller ve imgeler barındıran fotoğrafın kültürel bir aktarım aracı olarak sosyal gerçekliklerin inşasında önemli bir rol oynadığı ve kültürel göstergeleri aktarmak üzere tekrarlandıklarında anlam üretme, bellek görevi yerine getirme, hatırlatma ve pekiştirme amaçlarıyla kullanıldığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Haber Fotoğrafı, George Gerbner, Kültürel Göstergeler, İmge Aktarımı, Görsel Kültür, Kültürel Göstergeler ve Ekme Kuramı.

ABSTRACT

This doctoral thesis titled "An Examination of the Functions and Effects of Photography as a Cultural Transmission Tool in the Context of Cultural Indicators Theory in Terms of Transmission of New Normals in the Global Pandemic Period" focuses on the examination of the functions and effects of photography as a cultural transmission tool.

Photography, which is one of the important tools in the transfer of emotions and thoughts, is an important mass communication tool in today's world of images in terms of a message affecting target audiences. In this context, images transmitted through photography create imagery in the mind of the recipient. In this respect, photography has become a part of daily life and has been used as a means of recording, memory, representation, presentation, meaning production and cultural transmission. As a result of the developments in the field, it has also become a means of visual transmission of news and announcement texts due to the practice it provides in the transmission of messages. Photography, which refers to traditions, customs or experiences that are the common acquisition of the society and thus mirrors the history of the society, also plays an important role in the transfer of cultural knowledge to future generations.

In this study, based on the approach of George Gerbner's cultural indicators and upbringing theory that media messages create a certain cultural impact in society as they are repeated continuously and individuals are exposed to these messages, it is aimed to reveal the effects and functions of the photographs shared by news platforms and official health institutions on their social media accounts during the Covid-19 pandemic period as a cultural mediator in the transmission of new normals. It is thought that the study will contribute to the field in terms of applying the theory of cultural signs to the field of photography instead of television texts and realising this with an original method.

In line with this purpose, in the first part of the study, the concept of culture with its characteristics and elements, the transmission and transformation of culture, cultural memory and the phenomenon of photography as a cultural memory tool are

discussed in the light of Gerbner's theory of cultural signs. In the second part of the study, the phenomenon of photography; its types and history are revealed, its functions, its relationship with culture are discussed from the perspective of cultural indicators. How the new normals emerging during the global pandemic period are used on social media by news platforms and official health institutions through photographs constitutes the subject of the research. Accordingly, the relevant photographs were categorised in the content analysis conducted in the first stage, the photographs were subjected to semiotic analysis as a result of this categorisation, and semi-structured interviews were analysed in the light of the data obtained. The fact that photography has a carrier, guiding and changing effect on culture was evaluated in the context of the transmission process of new norms. As a result of the study, it was seen that photography, which contains symbols and images as a media message, plays an important role in the construction of social realities as a cultural transmission tool and is used for the purposes of producing meaning, fulfilling the function of memory, reminding and reinforcing when repeated to convey cultural indicators.

Key Words: News Photography, George Gerbner, Cultural Indicators, Image Transfer, Visual Culture, Cultural Indicators and Cultivation Analysis.

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Göstergebilimsel Analiz Tablosu	105
Tablo 2. Araştırma Deseni.....	107
Tablo 3. Araştırma Soruları.....	109
Tablo 4. Araştırmanın Akış Şeması.....	110
Tablo 5. Katılımcı Dağılım Listesi	112
Tablo 6. İncelenen Toplam Görsel Sayısı.....	114
Tablo 7. NTV Gönderi Dağılımı	116
Tablo 8. CNN Türk Gönderi Dağılımı	117
Tablo 9. Habertürk Gönderi Dağılımı	119
Tablo 10. Dünya Sağlık Örgütü Gönderi Dağılımı	121
Tablo 11. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Gönderi Dağılımı	122
Tablo 12. Kod İçeren Gönderi Sayısının Oransal Dağılımı	125
Tablo 13. Fotoğraf 1a Göstergebilimsel Analiz Tablosu	130
Tablo 14. Fotoğraf 1b Göstergebilimsel Analiz Tablosu	131
Tablo 15. Fotoğraf 1c Göstergebilimsel Analiz Tablosu	132
Tablo 16. Fotoğraf 1d Göstergebilimsel Analiz Tablosu	133
Tablo 17. Fotoğraf 1e Göstergebilimsel Analiz Tablosu	134
Tablo 18. Fotoğraf 1f Göstergebilimsel Analiz Tablosu	135
Tablo 19. Fotoğraf 1g Göstergebilimsel Analiz Tablosu	136
Tablo 20. Fotoğraf 2a Göstergebilimsel Analiz Tablosu	137
Tablo 21. Fotoğraf 2b Göstergebilimsel Analiz Tablosu	138
Tablo 22. Fotoğraf 2c Göstergebilimsel Analiz Tablosu	139
Tablo 23. Fotoğraf 2d Göstergebilimsel Analiz Tablosu	140
Tablo 24. Fotoğraf 2e Göstergebilimsel Analiz Tablosu	141
Tablo 25. Fotoğraf 2f Göstergebilimsel Analiz Tablosu	142
Tablo 26. Fotoğraf 2g Göstergebilimsel Analiz Tablosu	143
Tablo 27. Fotoğraf 3a Göstergebilimsel Analiz Tablosu	144
Tablo 28. Fotoğraf 3b Göstergebilimsel Analiz Tablosu	145
Tablo 29. Fotoğraf 3c Göstergebilimsel Analiz Tablosu	146
Tablo 30. Fotoğraf 3d Göstergebilimsel Analiz Tablosu	147
Tablo 31. Fotoğraf 3e Göstergebilimsel Analiz Tablosu	148

Tablo 32. Fotoğraf 3f Göstergebilimsel Analiz Tablosu	149
Tablo 33. Fotoğraf 3g Göstergebilimsel Analiz Tablosu	150
Tablo 34. Fotoğraf 4a Göstergebilimsel Analiz Tablosu	151
Tablo 35. Fotoğraf 4b Göstergebilimsel Analiz Tablosu	152
Tablo 36. Fotoğraf 4c Göstergebilimsel Analiz Tablosu	153
Tablo 37. Fotoğraf 4d Göstergebilimsel Analiz Tablosu	154
Tablo 38. Fotoğraf 4e Göstergebilimsel Analiz Tablosu	155
Tablo 39. Fotoğraf 4f Göstergebilimsel Analiz Tablosu	156
Tablo 40. Fotoğraf 4g Göstergebilimsel Analiz Tablosu	157
Tablo 41. Ortak Dilsel Göstergeler Tablosu	158
Tablo 42. Fotoğraf Grubu 1 Göstergeler Tablosu	158
Tablo 43. Fotoğraf Grubu 2 Göstergeler Tablosu	160
Tablo 44. Fotoğraf Grubu 3 Göstergeler Tablosu	161
Tablo 45. Fotoğraf Grubu 4 Göstergeler Tablosu	162
Tablo 46. Ortak Mitsel Göstergeler Tablosu	163
Tablo 47. Görüşmecilerin Genel Özellikleri ve Görüşmeye Dair Özet Bilgiler	164
Tablo 48. Farkındalık Düzeyleri Tablosu	168
Tablo 49. Mesafe Kategorisi Görüşme Analizi Tablosu	169
Tablo 50. Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanan Görüşmecilerin Mesafe Kategorisine İlişkin Yorumları.....	171
Tablo 51. Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanmayan Görüşmecilerin Mesafe Kategorisine İlişkin Yorumları.....	173
Tablo 52. Hijyen Kategorisi Görüşme Analizi Tablosu.....	174
Tablo 53. Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanan Görüşmecilerin Hijyen Kategorisine İlişkin Yorumları.....	177
Tablo 54. Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanmayan Görüşmecilerin Hijyen Kategorisine İlişkin Yorumları	179
Tablo 55. Maske Kategorisi Görüşme Analizi Tablosu.....	180
Tablo 56. Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanan Görüşmecilerin Maske Kategorisine İlişkin Yorumları.....	182
Tablo 57. Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanmayan Görüşmecilerin Maske Kategorisine İlişkin Yorumları	184

Tablo 58. Genel Pandemi Kategorisi Görüşme Analizi Tablosu	186
Tablo 59. Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanan Görüşmecilerin Genel Pandemi Kategorisine İlişkin Yorumları.....	188
Tablo 60. Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanmayan Görüşmecilerin Genel Pandemi Kategorisine İlişkin Yorumları.....	190
Tablo 61. Rezonatif Göstergeler Tablosu	192



GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1. Tarihteki İlk İnsanlı Fotoğraf.....	43
Görsel 2. Bilinen En Eski Camera Obscura Çizimi	51
Görsel 3. Twitter İletilerinin Görselleştirilmesi	114
Görsel 4. Görsellerin İlgili Kategorilere Göre Oransal Dağılımı	115
Görsel 5. NTV Toplam Görsel Dağılımı.....	116
Görsel 6. NTV Görsellerinin İlgili Kategorilere Göre Oransal Dağılımı.....	117
Görsel 7. CNN Türk Toplam Görsel Dağılımı	118
Görsel 8. CNN Türk Görsellerinin İlgili Kategorilere Göre Oransal Dağılımı	118
Görsel 9. Habertürk Toplam Görsel Dağılımı.....	119
Görsel 10. Habertürk Görsellerinin İlgili Kategorilere Göre Oransal Dağılımı	120
Görsel 11. Dünya Sağlık Örgütü Toplam Görsel Dağılımı	121
Görsel 12. Dünya Sağlık Örgütü Görsellerinin İlgili Kategorilere Göre Oransal Dağılımı	122
Görsel 13. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Toplam Görsel Dağılımı ...	123
Görsel 14. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Görsellerinin İlgili Kategorilere Göre Oransal Dağılımı	123
Görsel 15. Görsellerin Sayısal Dağılımı	124
Görsel 16. Fotoğraf Grubu 1	126
Görsel 17. Fotoğraf Grubu 2	127
Görsel 18. Fotoğraf Grubu 3	128
Görsel 19. Fotoğraf Grubu 4	129
Görsel 20. Fotoğraf 1a.....	130
Görsel 21. Fotoğraf 1b	131
Görsel 22. Fotoğraf 1c.....	132
Görsel 23. Fotoğraf 1d	133
Görsel 24. Fotoğraf 1e.....	134
Görsel 25. Fotoğraf 1f	135
Görsel 26. Fotoğraf 1g.....	136
Görsel 27. Fotoğraf 2a.....	137
Görsel 28. Fotoğraf 2b	138

Görsel 29. Fotoğraf 2c.....	139
Görsel 30. Fotoğraf 2d	140
Görsel 31. Fotoğraf 2e.....	141
Görsel 32. Fotoğraf 2f	142
Görsel 33. Fotoğraf 2g.....	143
Görsel 34. Fotoğraf 3a.....	144
Görsel 35. Fotoğraf 3b	145
Görsel 36. Fotoğraf 3c.....	146
Görsel 37. Fotoğraf 3d	147
Görsel 38. Fotoğraf 3e.....	148
Görsel 39. Fotoğraf 3f	149
Görsel 40. Fotoğraf 3g.....	150
Görsel 41. Fotoğraf 4a.....	151
Görsel 42. Fotoğraf 4b	152
Görsel 43. Fotoğraf 4c.....	153
Görsel 44. Fotoğraf 4d	154
Görsel 45. Fotoğraf 4e.....	155
Görsel 46. Fotoğraf 4f	156
Görsel 47. Fotoğraf 4g.....	157
Görsel 48. Kod İçeren Görsellerin Sayısal Dağılımı	194
Görsel 49. Kod İçeren Görsellerin Oransal Dağılımı	195
Görsel 50. Ortak Göstergeler Kelime Bulutu	196
Görsel 51. Rezonatif Göstergeler Kelime Bulutu	198

İÇİNDEKİLER

ETİK BEYAN	
TEZ ÖZGÜNLÜK BEYANI	
KILAVUZA UYGUNLUK BEYANI	
JÜRİ ÜYELERİ ONAY SAYFASI	
ÖNSÖZ.....	I
ÖZET.....	II
ABSTRACT	IV
TABLolar LİSTESİ.....	VI
GÖRSELLER LİSTESİ	IX
İÇİNDEKİLER	XI
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KÜLTÜR, KÜLTÜRÜN AKTARIMI VE KÜLTÜREL GÖSTERGELER KURAMI

1.1. KÜLTÜR.....	8
1.1.1. Kültürün Özellikleri.....	11
1.1.2. Kültürün Unsurları	13
1.2. KÜLTÜRLEME, KÜLTÜRLENME, KÜLTÜRLEŞME	15
1.3. KÜLTÜRÜN AKTARIMI VE DÖNÜŞÜMÜ	18
1.4. GERBNER'İN KÜLTÜREL GÖSTERGELER VE YETİŞTİRME KURAMINA ETİMOLOJİK YAKLAŞIM.....	21
1.4.1. Kültürel Göstergeler ve Yetiştirme Araştırmalarının Kökeni, Gelişimi ve Mevcut Durumu	24
1.4.2. Kültürel Göstergeler Araştırması	26
1.4.3. Yetiştirme Analizi	28
1.4.4. Anaakımlaştırma (Mainstreaming) ve Rezonans (Resonance) Kavramları .	31
1.4.5. Kötü Dünya Sendromu (Mean World Syndrome).....	33
1.4.6. Kültürel Göstergeler Projesi ve Yetiştirme Kuramı Üzerine Eleştirel Yaklaşımlar	36
1.5. KÜLTÜREL BELLEK.....	38
1.6. KÜLTÜREL AKTARIM ARACI OLARAK FOTOĞRAF	42

İKİNCİ BÖLÜM

2. KÜLTÜREL BİR AKTARIM ARACI OLARAK FOTOĞRAFIN İŞLEVİ VE ETKİLERİ

2.1. FOTOĞRAF OLGUSU	47
2.2. FOTOĞRAFIN TARİHİ	50
2.3. FOTOĞRAF TÜRLERİ.....	56
2.3.1. Portre Fotoğrafçılığı	57
2.3.2. Belgesel Fotoğrafçılığı	58
2.3.3. Moda Fotoğrafçılığı.....	60
2.3.4. Reklam Fotoğrafçılığı.....	61
2.3.5. Sokak Fotoğrafçılığı	63
2.3.6. Kavramsal Fotoğrafçılık	64

2.3.7. Fotojurnalizm ve Haber Fotoğrafçılığı	66
2.4. FOTOĞRAFIN İŞLEVLERİ.....	70
2.4.1. Temsil İşlevi	70
2.4.2. Belgeleme İşlevi	72
2.4.3. Hatırlama ve Hatırlatma İşlevi	73
2.4.4. Anlam Üretimi İşlevi.....	75
2.4.5. Kültürel Aktarım İşlevi	76
2.5. FOTOĞRAF VE KÜLTÜR	77
2.6. KÜLTÜREL BELLEĞE TUTULAN AYNA OLARAK FOTOĞRAF.....	85
2.7. KÜLTÜREL GÖSTERGELER YAKLAŞIMI VE FOTOĞRAF.....	90

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. KÜLTÜREL BİR AKTARIM ARACI OLARAK FOTOĞRAFIN İŞLEV VE ETKİLERİNİN KÜRESEL PANDEMİ DÖNEMİNDE YENİ NORMALLERİN AKTARIMI AÇISINDAN İNCELENMESİ

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	96
3.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	97
3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	100
3.4. KAPSAM VE SINIRLILIKLAR.....	113
3.5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI	113
3.5.1. İçerik Analizi Sonucunda Elde Edilen Bulgular	114
3.5.2. Göstergebilimsel Analiz Sonucunda Elde Edilen Bulgular.....	125
3.5.3. Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen Bulgular.....	164
3.6. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ	193
SONUÇ.....	199
KAYNAKÇA	207
EKLER.....	228

GİRİŞ

Fotoğraf, icat edildiği günden bu yana tarihsel figürlerin, mekânların ve olayların geleceğe aktarılmasında kullanılan bir iletişim aracı olmuştur. Bir nesnenin, olayın ya da kişinin fotoğraflanma amacı, içeriğe dair önemsenen bilginin kayıt altına alınması, korunması ve paylaşılmasıdır. Bu anlamda fotoğraf, hem sıradan insanın günlük yaşamı için hem de toplumsal yaşam için kültürel bir öneme sahiptir. Fotoğrafçılığın süreç içerisinde gelişmesiyle birlikte haber, belgesel, reklam, moda vb. fotoğrafçılık türleri ortaya çıkmış, gelişen iletişim teknolojileri de bu fotoğrafların yayılma hızını arttırmıştır. İletişim çalışmalarında yaşanan gelişmeler ise fotoğraf aracılığı ile yinelenen kültürel göstergelerin hedef kitlelerde bir karşılığı olduğunu göstermiştir.

Kültürel göstergelerin iletiminde haber fotoğrafçılığı, kitle iletişiminde faydalanan fotoğrafçılık türlerinden biridir. Haber niteliği taşıyan bilgilerin aktarımında yazınsal ve işitsel olduğu kadar görsel anlatıma da ihtiyaç duyulmakta, dolayısıyla fotoğraf ya da ilgili görsel, içeriği desteklemesi ya da tamamlaması sebebiyle sıklıkla kullanılmaktadır. Günümüzün yaygın teknolojik imkânları düşünüldüğünde fotoğraf, pek çok iletiye maruz kalan alımlayıcı için, yinelenme sıklığı ile bağlantılı olarak bir bilginin pekiştirilmesi açısından da işlevseldir. Özellikle, insanların haber alma ihtiyaçlarının yoğunlaştığı dönemlerde bu işlev daha fazla ön plana çıkmaktadır. Bireylerin haber alma, haberdar olma ve günceli takip edebilmek adına sosyal medya uygulamaları aracılığı ile takip ettikleri haber platformlarının seçtikleri görseller, kaynak ile izleyicisi arasında bir bağ kurmaktadır. Bu bağ, geleneksel medya kullanıcıları ile sosyal medya kullanıcıları arasında maruz kalınan görselin yinelenme sıklığı bağlamında farklılık göstermektedir. Bu anlamda, belirli bir konuya ait görselin sıklıkla yinelenmesinin doğurduğu sonuçları görmek için elverişli bir dönem olması nedeniyle çalışmanın konusu, Covid-19 pandemi döneminde ortaya çıkan yeni normallerin, fotoğraflar aracılığıyla haber platformları ve resmi sağlık kuruluşları tarafından sosyal medyada nasıl kullanıldığıdır. Kültürel göstergelerin çerçeve kavram olarak alınması nedeniyle de çalışma, iletişim alanında kültürel çalışmalar içerisinde konumlanmaktadır.

İletişim çalışmalarında kültür, geniş bir araştırma alanıdır ve kavramla ilgili farklı tanım ve yaklaşımlar mevcuttur. Bunlardan biri George Gerbner'in kültürel göstergeler ve yetiştirme kuramı'dır. Gerbner'in ilk olarak bir televizyon için araştırma projesi olarak başlattığı çalışma ile ilgili yayınladığı makalede açıkladığı kuram, iletişim çalışmalarında kültürel gösterge ve yetiştirme kavramlarının sıklıkla ele alınmasına sebep olmuştur. Türkçe literatürde "Kültürel Kuluçka", "Ekim Teorisi", "Ekme Kuramı", "Eğitim Analizi", "Ekme Modeli" vb. farklı şekillerde adlandırılmaktadır. Kuramla ilgili adlandırmaların ortak noktası ise kuramın, bir fikrin topluma ekilmesinde iletişim araçlarının etkili olduğunu açıklayan bir yaklaşım sahip olmalarıdır. Gerbner'in özgün metinlerine bakıldığında ise "Cultivation" kelimesi ile karşılanan anlam, izleyicide var olmayan bir fikrin medya aracılığı ile izleyiciye kanıksatılması şeklinde değil, toplumda halihazırda var olan ortak kodların iletişim aracı ile pekiştirilmesini işaret etmektedir. Bu anlamda çalışmanın önemli yanlarından biri, Türkçeleştirme aşamasında yaşanan kavram karmaşasıyla ilgili etimolojik bir yaklaşımda bulunarak Türkçe çevirilerin özgün metinle farklılıklarını göstermeye çalışmasıdır.

Gerbner, çalışmasında "şiddet" kavramı üzerinde durarak televizyon içeriklerinde bu kavramı karşılayan görüntülerin izleyicideki etkisi üzerine bir çalışma yürütmüştür. Mevcut çalışmalar incelendiğinde de Gerbner'in kuramının sıklıkla televizyon ve şiddet öğeleri çerçevesinde ele alındığı, medyanın ve araştırma nesnesinin sabit kaldığı görülmüştür. Bu anlamda çalışmanın bir diğer önemli yanı, Gerbner'in kuramının, ifade ettiği özgün şekline sadık kalınmakla birlikte, farklı bir araç ve nesne ile sınanmaya çalışılmasıdır. Analiz bölümünde kuram, iletişim aracı olarak televizyon yerine fotoğraf, şiddet görüntüleri yerine ise yeni normal (covid-19) fotoğrafları koyularak sınanmaktadır. Çalışmanın varsayımı ise Gerbner vd.'nin (1980, s.15) "medya mesajları sürekli tekrarlandıkça ve bireyler bu mesajlara maruz kaldıkça, toplumda belirli bir kültürel etki oluşturur" düşüncesinden hareketle, haber platformlarının ve resmi sağlık kuruluşlarının sosyal medya hesaplarında paylaştıkları fotoğrafların kültürel bir aktarım aracı olarak etkili oldukları yönündedir.

Çalışma için önemli olan kültürel göstergeler kuramının daha iyi anlaşılabilmesi adına ilk bölümde, kültür ile ilgili tanımlar, yaklaşımlar ve kuramlarla

ilgili literatür taraması yapılmıştır. Bu çerçevede kültürün özellikleri, kültürün unsurları, kültürleme, kültürlenme, kültürleşme, kültürün aktarımı ve dönüşümü kavramları açıklanmaya çalışılmıştır. Ardından kültürel göstergeler araştırmasının ve yetiştirme kuramının kökenleri incelenmiş, araştırmanın gelişimi ve ilerleme süreci üzerinde durulmuştur.

Gerbner'in ortaya koyduğu kuramdan hareketle yapılan diğer çalışmalar da kuramın geçmişten günümüze nasıl değerlendirildiğini görmek açısından önemlidir. Bu sebeple kuramın literatürdeki yerinin yanı sıra Türkçe literatürdeki kullanımına da ilk bölümde yer verilmiştir. Daha önce bahsedildiği üzere kuramla ilgili pek çok adlandırma ve açıklama mevcuttur. Dolayısıyla özgün metin incelenerek karşılaştırmalı bir tartışma yürütülmüştür. Son olarak, çalışmada fotoğraf kültürel bir gösterge olarak ele alındığı için kültürel bellek ve fotoğrafın bir gösterge olarak işlevi aktarılmaya çalışılmıştır.

Gerbner'in yürüttüğü kültürel göstergeler kuramı kapsamında çalışmanın yöntem, kapsam ve sınırlılıkları açısından önemli olan kuramın analiz alanları ve kavramları ilk bölümde açıklanmaya çalışılmıştır. Kuram incelemesinin ardından Gerbner'e yöneltilen eleştiriler aktarılmaktadır. Genel olarak bakıldığında Gerbner'in araştırma sürecinin yöntemi, araştırma nesnesinin içeriksel anlamda kapsamı düşünüldüğünde yetersiz olduğu, hipotezin ve sınanma şeklinin sorunlu olduğu, şiddet içerikli görüntülerin aktarılma şeklinin öznel olduğu ve sonuçların genel-geçer ya da muğlak olduğu yönündedir. Bu eleştiriler çalışma için önemlidir. Kuramın sınanması aşamasında yapılan eleştiriler de göz önünde bulundurularak yeni ve güncel bir yaklaşım geliştirilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, kültürel bir aktarım aracı olarak fotoğrafın işlevi aktarılmaya çalışılmıştır. Bu çerçevede fotoğraf olgusu, fotoğrafın tarihi ve fotoğraf türlerine yer verildikten sonra fotoğraf ve kültür ilişkisi tartışılmıştır. Son olarak kültürel göstergeler yaklaşımı çerçevesinde fotoğraf aracı ele alınmıştır. Bu aşamada, kuramın sınanması açısından en önemli farklılık, dönem farklılığıdır. Gerbner'in projesini yürüttüğü tarihsel çerçevede televizyon en önemli kitle iletişim aracı olarak görülmekte dolayısıyla kitle iletişim araçlarının potansiyel etkileri bu medya aracılığı ile sınanmaya çalışılmaktadır. Bu çalışmanın yapıldığı tarih itibarıyla ise sosyal

medyanın önemli bir kitle iletişim aracı olduğu düşünülmekte, dolayısıyla sosyal medya dolayimli etkiler ön plana çıkmaktadır. Bir diğer farklılık, televizyonun o dönem için toplumsallaşmanın aracısı olarak görülmesidir. Toplumsallaşma için ise uzun vadeli bir süreç gerektiği öngörülmektedir. Bu süreç, birtakım iletilerin topluma aktarılmasında gereken zaman ihtiyacı ile ilgilidir. İletinin toplumda karşılık bulduğu dönem tam olarak ekmenin gerçekleştiği dönemdir. Bu anlamda televizyon ve sosyal medyayı karşılaştırmak gerekirse, ilkinde yinelenen bir iletinin toplum tarafında bir karşılık bulması için zamansal ve mekânsal birliğe ihtiyaç vardır. Bir televizyon programının yayınlandığı saati bilmek ve program süresince televizyonun karşında konumlanmak gerekmektedir. Günümüz açısından bakıldığında bu ihtiyaç ortadan kalkmıştır. Ana akım medyanın iletileri aynı zamanda internette de yer almakta ve zaman-mekân birliğinin zorunluluğunu ortadan kaldırmaktadır. Aynı zamanda, maruz kalınan yinelenen içerik niceliksel anlamda artmıştır. Dolayısıyla ekmenin gerçekleşmesi için daha önce gereken ihtiyaç duyulan zaman azalmıştır. Bir diğer önemli farklılık televizyon ile aktarılan görüntülerin yapısıdır. Televizyon doğası itibari ile hareketli görüntülerin durağan görüntülere oranla çok daha fazla aktarıldığı bir medya aracıdır. Sosyal medya bu anlamda, durağan bir görüntü aktaran fotoğrafa televizyona oranla daha fazla maruz kalınan bir iletişim aracıdır. Dolayısıyla fotoğraf, kuramın farklı bir medyanın yanı sıra farklı bir iletişim aracı ile sınanmasına olanak sağlamaktadır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde analiz ve araştırma çalışmaları aktarılmaktadır. Çalışmanın yöntemi, kültürel göstergeler kuramı ve yetiştirme projesinin araştırma stratejisi temel dayanak noktası olarak belirlenmiştir. Bu kuram, geliştiricisi Gerbner tarafından televizyon metinlerinin içeriksel çözümlemelerini esas alarak, ilgili içeriklerin toplumsal ve başat kültürel kodlar üzerine etkilerini gözlemlemeyi amaçlamaktadır. Gerbner çalışmasında üç aşamalı bir araştırma süreci yürütmüştür. Ancak daha önce bahsedilen eleştiriler ve araştırma dönemlerinin farklılıklarından kaynaklanan sebeplerden dolayı bu aşamalar yeniden değerlendirilmiştir. Çalışmada, televizyon yerine fotoğraf aracı, nesnenin ise şiddet yerine yeni normal olarak belirlenmesi ekme etkisinin sınanmasındaki yöntemlerin de değişiklik göstermesine sebep olmuştur. “Kültürel göstergeler projesini destekleyenlere, bu proje çerçevesinde incelenen konulara, kullanılan araştırma metodolojisine bakıldığında, bu projede

öncelikle metodolojik olarak geleneksel içerik analizi ve sörvey tekniklerinin kullanıldığı görülmektedir” (Yaylagül, 2016, s.79). Bu yöntemlerden içerik analizi sabit kalmakla birlikte anket yerine yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tercih edilmiştir. Ayrıca çalışmada göstergebilimsel analiz yönteminden de faydalanılmaktadır. Araştırmanın tüm aşamalarını kapsayan soruları yöntemle ilgili literatür taranarak belirlenmiştir.

Çalışmanın evrenini, pandemi döneminde yeni normal ile ilgili içeriklere sahip haber fotoğrafları oluşturmaktadır. Örneklem olarak ise Türkiye’de faaliyet gösteren ve en çok takip edilen üç haber platformu olan NTV, CNN Türk ve Habertürk’ün yanı sıra Dünya Sağlık Örgütü ve Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı’nın Twitter (yeni adı ile X) hesaplarında konuyla ilgili paylaştıkları haber fotoğrafları oluşturmaktadır. Bu bağlamda, Dünya Sağlık Örgütü’nün pandeminin başlangıcı olarak kabul ettiği 1 Aralık 2019 tarihinden başlayarak geçen 1 yıllık süredeki paylaşımlar esas alınmıştır. Bu platformun seçilme nedeni ise haber platformlarının ürettikleri her haberi Twitter hesapları üzerinden paylaşıyor olmaları ve Twitter’da paylaşılan bir görselin, kullanıcılar tarafından yeniden paylaşılarak amaçlanandan daha geniş bir kitleye ulaşabilme potansiyeline sahip olmasıdır. Bu yanılla, ekme süresinin kısalması ve maruz kalma sıklığının artmasına hizmet eden bir platformdur.

Çalışmanın birbirini takip eden aşamaları ise şu şekildedir:

1. Aşama: Sosyal medyada yer alan haber fotoğraflarını yeni normaller üzerinden belirlemek ve kategorize etmek amacıyla içerik analizi yapılması
2. Aşama: Sosyal medyada yer alan görsellerde bulunan göstergelerin ne olduğunu ve pandemi sürecinde nasıl birer kültürel gösterge haline geldiğini belirlemek amacıyla göstergebilimsel analiz yapılması
3. Aşama: Sosyal medyada yer alan haber fotoğraflarında belirlenen kültürel göstergeleri kişilerin anlama ve anlamlandırma sürecinde fotoğrafın işlev ve etkilerini ortaya koymak amacıyla yapılan yarı yapılandırılmış görüşme yapılmasıdır.

İlk aşama ile ilgili olarak, örnekleme dâhil olan üç haber platformu ile küresel ve ulusal düzeyde birer resmi sağlık kuruluşunun, Twitter hesapları üzerinden

pandeminin ilk bir yıllık sürecinde paylaşmış olduğu toplam 63.941 görsel içeren 57.409 ileti incelenmiştir. İncelenen gönderilerden 6.529'unun pandemi ile ilgili olduğu ve bu gönderilerin toplam 7.272 görsel içerdiği tespit edilmiştir. Yapılan içerik analizi sonucunda yeni normalle ilgili fotoğrafların maske, mesafe, hijyen ve genel pandemi olmak üzere 4 kategoride yoğunlaştığı görülmüştür. Dört grupta kategorize edilen fotoğrafları temsil etmesi için, her kategoriden 7'şer toplamda 28 fotoğraf belirlenmiştir. Bu fotoğraflar, ikinci aşamada yeni normal çerçevesinde, Roland Barthes'in göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak dilsel ve mitsel düzeyde çözümlenmiş, her fotoğraf kategorisi için kültürel göstergelerle ilgili kodlar belirlenmiştir.

Üçüncü aşamada, göstergebilimsel analiz sonucunda elde edilen kodlarla (kültürel göstergeleri) kişilerin anlama ve anlamlandırma sürecinde fotoğrafın işlev ve etkilerini ortaya koymak amacıyla yarı-yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeciler, pandemi döneminin etkilerini farklı şekillerde deneyimleyen toplumsal kesimleri temsil edecek şekilde belirlenmiştir. Görüşmeciler ayrıca sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanan ve kullanmayan şeklinde iki eşit gruba ayrılmıştır. Medyadan ve yinelenen kültürel göstergelere maruz kalma oranlarından kaynaklanan farklılığının daha sonra değerlendirilebilmesi için böyle bir ayrımına gidilmiştir. Her bir grupta 9'ar kişi olmak üzere toplam 18 kişi ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın bulgu ve sonuçlarını genel olarak değerlendirmek gerekirse, özellikle toplumun haber alma ihtiyacının arttığı dönemlerde fotoğrafın işlevi ve etkisi farklılaşmaktadır. Bu anlamda covid-19 pandemi döneminin, haber alma ihtiyacının arttığı ve medyada belirli bir konu ile ilgili görsellere daha yoğun maruz kalındığı bir dönem olduğu söylenebilir. Bu bağlamda fotoğraf, sosyal medyada haberin vitrini haline getirilmiş ve içeriğin merak edilmesi ya da ikna ediciliği noktasında işlev kazandırılmıştır. Ortak kültürel kodlara gönderme yapan fotoğraflar, haberin alımlanma şeklinde katkı sahibidir. Covid-19 salgın sürecinde hayatımıza giren yeni normaller, yeni sosyal gerçeklik kavrayışı ve bu normalleri vurgulayan haber fotoğrafları pandemi süresince maske, mesafe, hijyen ve genel pandemi haberlerinde kullanılan fotoğraflar dilsel düzeyde bağlam dışı olsa da mitsel düzeyde seslendikleri ortak kültürel kodlar dolayısıyla etkileşiminin artmasını sağlamıştır. Yeni selamlaşma

biçimleri, çevrimiçi uzaktan eğitim, eldiven, maske vb. fotoğraflar, katılımcıların kültürel yakınlık kurabildikleri rezonatif göstergelerdir. Bu yeni normallere ilişkin haber fotoğrafları aynı zamanda Gerbner'in kötü dünya sendromu bağlamında da işlevseldir. Kuramın güncelliği açısından bir başka sonuç, sosyal medyayı kullanan ve kullanmayanlar arasındaki farklılıktır. Göstergelerin dilsel ve mitsel boyutlarıyla bağlantılı bir okumayı olanaklı kılan bu ayrım dolayısıyla görülmüştür ki; ilk görüşmeci grubu fotoğraflar bağlam dışı da olsa fotoğrafların pandemi bilgisi verdiğine dair bilgiye mitsel boyut okuyabilmesi dolayısıyla sahipken, ikinci grup yan anlamdan ziyade fotoğrafın düz anlamına odaklanmaktadır. Bu da ekme kuramının süreç gerektiren yinelemeli bir yapısı olduğunun geçerliliğini göstermektedir. Yetiştirme analizi bağlamında ekme süreci göz önüne alındığında, sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanan görüşmecilerin yeni normallerle ilgili farkındalık düzeyleri bu amaçla kullanmayan görüşmecilere göre daha yüksektir. Fotoğraf, haber kaynaklarının ekme amaçlı kullandıkları kültürel göstergelerin alımlayıcısı tarafından hatırlanması ve kalıcılığının sağlanması açısından işlevseldir. Genel anlamda günümüz yaygın medya alışkanlıkları açısından düşünüldüğünde alımlayıcılar için maruz bırakılan görsellerin yoğunluğu ve sıklığı nedeniyle ekme kuramının hala geçerli olduğunu ve farklı boyutlarda tekrar ele alınabileceğini söylemek mümkündür.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KÜLTÜR, KÜLTÜRÜN AKTARIMI VE KÜLTÜREL GÖSTERGELER KURAMI

Bu bölümde kültür, kültürün özellikleri, kültürün unsurları, kültürleme, kültürlenme, kültürleşme, kültürün aktarımı ve dönüşümü, kültürel göstergeler araştırmasının, yetiştirme kuramının kökeni ve George Gerbner ile bu alanda çalışan diğer akademisyenlerin ilgili çalışmaları, araştırmanın gelişimi, ilerlemesi, son durumu ve Türkçe literatürdeki kullanımı incelenecektir. Devam eden alt bölümlerde yetiştirme araştırmalarının çalışma dinamikleri incelenecek, teorik öneme sahip yapı taşlarının sistematığı irdelenerek bu araştırma için önem taşıyan noktaların üzerinde durulacaktır.

1.1. KÜLTÜR

İnsan, doğa karşısında fiziksel olarak zayıf bir varlıktır. İnsanın bu fiziksel yetersizliği, hayatta kalabilmesi için teknik ve sosyal açılardan sürekli kendini geliştirmesi gerekliliğine yol açmıştır ki bu özellik diğer canlı türlerinde de gözlemlenebilir. Teknolojik ve sosyolojik gelişim, insanın ayırt edici özelliklerindendir (Malinowski, 1992, s.127). Bu özellikler, insanları kültürel canlılar haline getirmiştir. Varlık sahnesine çıktığından bu yana insanın belirleyici bir gerçekliği olan kültür, insan soyunun hayatta kalmasının anahtarı haline gelmiş, insan bir bakıma doğanın dışında kendi doğasını kurmuş ve bu doğaya ilave ettiği maddi ve manevi her şey ise kültürü oluşturmuştur (Tylor, 1920, s.70).

İnsan hayatta kalabilmek için örgütlü hareket etmek, planlama yapmak, yakın ilişkiler kurmak, birbirini kollamak, sürekli topluca yer değiştirmek, doğan çocukları büyütme vb. bağlarla donatılmıştır. Örneğin zayıf fiziksel özelliklere sahip olan insanın tek başına avlanabilmesi veya güçlü yırtıcıları kendisinden uzaklaştırabilmesi hayli zordur. Bu nedenle av eylemleri grupların planlama ve örgütlenmeleriyle gerçekleşmiştir. Üreme de toplumsal evrimde önemli bir olgudur, keza sadece fiziksel yetileri yerine getiremeyen bebek değil, anne de bebeğe bağımlı durumdadır. Anne ile bebek arasındaki ilişkiye, babanın ve diğer topluluk üyelerinin onları koruyup

kollamas1 da dâhil olmakta ve böylece sıkı insan ilişkileri kurulabilmektedir. Aile bağlarının gelişmesi, sosyal kavramların artması demektir. Dil birliği ile de grup bağları iyice kuvvetlenip yerleşmiştir. “Grup, aile ve dil ortamında, insan zihninin ve kültürün gelişimi üstel ivme kazanmıştır. Bu noktada insanlar, bir bakıma kültür yaratma ve yayma makinesi gibidir.” (Ateş, 2022, s.376). Anlaşıldığı üzere, karmaşık toplumsallık ve gelişen iletişim, kültür yaratımı için temel olgulardır. Giderek karmaşık hale gelen toplumsal ilişkiler kendi topluluk kurallarını, inançlarını, üretim ve tüketim biçimlerini, araçlarını, dillerini, cinsiyet rollerini, ödüllendirme ve cezalandırma koşullarını, estetik anlayışlarını, alışkanlıklarını vb. ortaya çıkarmaktadır. Bunlar da maddi ve manevi öğeler olarak kültürü oluşturmaktadır. Nermi Uygur’un belirttiğı üzere; “Kültür insanın ortaya koyduğu, içinde insanın varolduğı tüm gerçeklik demektir.” (Uygur, 1984, s.17).

Bir kavram olarak kültür ile ilgili çok çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Bunun en iyi örneğini Kroeber ve Kluckohn vermektedir; keza Amerikalı iki antropoloğun konuya dair yaptıkları bir antolojide, kültür kavramının 164 ayrı tanımlaması olduğu görölmektedir (Kroeber ve Kluckohn, 1952, s.43-71). Bu nedenle kavramın boyutlarını net bir şekilde ortaya koyabilmek amacıyla alanda çalışmış düşünürlerin tanımlamalarına bakmamız yerinde olacaktır.

Kültürü kavramsal olarak kullanan ilk kişi, sosyal antropolog Edward Tylor’dır. “Primitive Culture” adlı kitabında, kavramın çıkış noktasını oluşturacak tanımlamayı yapmıştır (1871, s.16); “Kültür veya medeniyet, en geniş etnografik anlamıyla alındığında, insan soyunun toplumun bir mensubu olarak edindiğı bilgi, inanç, sanat, töre, yasa, görenek ve diğer tüm yetenekler ile alışkanlıkların oluşturduğu karmaşık bir toplamdır.”

Geert Hofstede (2010, s.6) ise kültürün kolektif bir olgu olduğuna işaret ederek, sosyal çevre ile birlikte yaşanan insanlarda ortak görüldüğünü vurgulamaktadır. Sosyal çevre, konunun temel dayanağıdır, keza kültür genlerle, değil sosyal ortam içerisinde öğrenilmektedir. İnsanın doğduktan sonra edindiğı düşünme, hareket ve hissetme kalıpları, sivilleşme manasına da gelen kültürle oluşmaktadır. Hemen her toplum aynı veya benzer sorunlarla karşılaşmakta, ancak bunlara kendilerine has çözümler ve yorumlar getirmektedir, bunun sebebi kültürel farklılıktır. Toplumun

geçmişi, dini, dili, sembolleri, kahramanları, ritüelleri vs. onu kendine has hale getirmektedir.

Önemli kültür kuramcısı Raymond Williams (2012, s.105), culture (kültür) sözcüğünün İngilizcedeki en karmaşık iki sözcükten biri olduğunu ifade etmektedir. Latincedeki yakın kök olan “cultura” sözcüğü, “colere”den köklenmiştir; “ikamet etmek, yetiştirmek, korumak, ibadetle onurlandırmak (cult)” gibi manalara gelmektedir. Sözcük, zamanla modern anlamına doğru evrilmiştir. Williams, kültüre eğilirken alışkanlıklar ve geleneklerden ziyade “yaşanmakta olan kültür”ü göz önüne almakta, bir nevi onu sıradanlaştırmaktadır. Kendi yaklaşımına kültürel materyalizm adını veren düşünür; insanların beraber yaşadıkları kültürel zamana ait duyguları paylaştığını, bu paylaşımın da aynı kültürel süreçte yaşamış insanlar arasında mümkün olabileceğini öne sürmüştür (Williams, 1993, s.8-10). Stuart Hall ise, Williams’ın kültür kavramına; toplumların, müşterek deneyim ve eylemlerine anlam kazandırdığı ve onları yansıttığı tanımların toplamı şeklinde yaklaştığını ifade etmektedir. Böylece kültür kült olmaktan çıkıp sıradanlaşmakta, demokratikleşmeye ve toplumsallaşmaya başlamaktadır (Akt. Özçetin, 2010, s.153).

Ülkemizde ise kültür üzerine çalışan ilk sosyolog Ziya Gökalp’tir. Gelişmeye çalışan cumhuriyetin toplumsal yapısına eğilen ve ilerleyişini etkilemeye çalışan Gökalp (2019, s.18), Emile Durkheim’dan da esinle toplumsal kültür ve hars konularına eğilmiştir. Ona göre millet “lisanca, dince, ahlakça ve sanatça müşterek olan, yani aynı terbiyeyi almış fertlerden mürekkep bulunan bir zümredir.” Kültürü de milletin üyeleri arasında dayanışma yaratan ahlaki, hukuki, dini, bilimsel, toplumsal, sanatsal değerlerin birleşimi olarak ele almıştır.

Kültür soyut bir kavram olarak da görüldüğünden, konu üzerinde çalışanlar onu tanımlamaktan ziyade tanıtmaya yönelmektedirler. Başka bir ifade ile mühim olan kültürün keskin bir tanımlamasından ziyade, onun özelliklerini tarif etmektir. Örneğin Bronislaw Malinowski; “ihtiyaçların giderilmesi ve somut problemlerin çözümünde yardımcı araç” şeklinde genel bir tanımlama yapmışsa da, özünde kültürün net tanımlamasının yapılabilesinin güç olduğunu ifade etmektedir (Malinowski, 1992, s.21). Tüm bunların ardından kültürün özelliklerine eğilmemiz, kültürü anlamak açısından yerinde olacaktır.

1.1.1. Kültürün  zellikleri

Kültürün en başat özelliği, toplumsal olmasıdır. Bir başka deyişle toplumsal olarak edinilen, yaşanılan ve paylaşılan bir olgudur. Elbette insanlar bireysel olarak birbirlerinden farklıdırlar, ancak farklılıklar toplumsal  er eve içerisinde mümkün olabilmektedir, sosyal sınırları vardır. Toplumlara özgü olan kültür, milletleri birbirinden ayıran kendine has bir yapıdadır. Keza her toplumun kendi içerisinde paylaştığı ortak sevin er veya üzüntüler farklı olabilmektedir. Bozkurt Güvenç (1979, s.99) kültür sözcüğüne yüklenen anlamları şöyle sıralamıştır; “bir toplumun ya da tüm toplumların birikimli uygarlığı, belli bir toplumun kendisi, bir dizi sosyal süreçlerin bileşkesi, bir insan ve toplum kuramı”. Gördüğümüz üzere, kültürel çalışmalarda her zaman  ne çıkan özellik, onun toplumsal oluşudur.

Apfelthaler vd. (2002, s.110) göre; kültür, toplumların kendi farklılıklarını gösteren bir olgu olsa da aynı zamanda evrenseldir. İnsanlığın belirleyici özelliği olarak hem özel hem de evrensel bir niteliği vardır. Bu sebeple kültürler birbirleriyle benzer olabildikleri gibi, farklı da olabilmektedirler. Evrensel kültürü, insanlık için bir çatı olarak alabiliriz, toplumsal kültürler de o çatının altındaki farklı kapılar ve pencereler gibidir. Dolayısıyla kültür çeşitlilik arz etme özelliği taşımaktadır. Kültürler sürekli dinamik olarak birbirlerine dolanırken aynı zamanda ayrışabilmektedirler. Son kertede kültür kapsayıcıdır, keza insanlığın ürettiği her şey kültür üretimine dâhil edilmektedir. En eski halk masalından internetin keşfine kadar, her şey kültürün kapsayıcı özelliği içerisindedir.

Toplumsallık özelliğine paralel olarak, kültür öğrenilen bir niteliğe sahiptir. Doğuştan veya genlerden gelmemektedir. İçine doğulan sosyal  evre ve toplum tarafından, büyüyüp geliştikçe öğrenilmektedir. Bir bakıma sosyal mirastır. Dolayısıyla bir diğer özelliği de koşullandırmadır. Birey doğduktan sonra bilinçli veya bilinçsiz biçimde,  evre tarafından k lt rlenmektedir. Kültürün koşullandırmasıyla yetişen birey, toplumun bir üyesine dönüşmektedir. Bunlar kültürün aktarılan ve sürekli bir olgu olduğunu da göstermektedir. Birey kültürün içinde yaşayarak, deneyimler edinerek, insanlarla etkileşime girerek toplumun  yesi olmaktadır. Yani kültür, sonraki nesillere sürekli olarak aktarılma niteliğine sahiptir (Smith, 2008, s.36). Kültür örüntülü bir niteliğe sahip olduğundan, bir ögesi değiştiğinde her ögesi bundan

etkilenmektedir. Bu sebepten hem geleneksel kalıcı özellikleri olabildiği gibi, hem de sürekli değişime açıktır ve değişmektedir.

İlk başlıkta bahsettiğimiz üzere, kültür soyut bir gerçekliktir. Somut biçimde gösterilebilmekten uzaktır, toplumsal bir soyutlama niteliği taşımaktadır. Birey daha ziyade yaşam içerisinde kültürü anlamakta ve hissetmektedir. Kültür üzerinde çözümleme yapmak için gündelik yaşamdaki davranış ve tutum kalıplarını gözlemlemek gerekir. İnsan toplumsal bir canlı olarak çevreye uyarlanmaktadır, uyarılan çevrenin kültürü de soyut yapıdadır. Dolayısıyla kültür, toplumsal bir canlı olan insanın, çevreye uyarlanma ihtiyacını karşılamaktadır. Temel somut ihtiyaçlar barınma, giyinme, beslenme vb.dir. Kültür de bunları karşılayacak somut araçlar geliştirmiş olmalıdır. Bu ihtiyaçların karşılanamadığı bir kültür düşünülemez çünkü böyle bir durumda insan hayatta kalamayacaktır. İhtiyaçların doyuma ulaştırılması kültür içerisinde belirli davranışları ve alışkanlıkları pekiştirmekte, sürekliliğini sağlamaktadır. Keza insan kültürlenme yoluyla hem kültürü hem de bu ihtiyaçları karşılamayı öğrenmektedir (Hofstede, 2010, s.10-12). Sonuç olarak kültür hem maddi hem manevi özellikler taşıyan, bu özelliklerin karşılıklı etkileşimini içeren bir olgudur.

Öte yandan insan bir gruba ait olma ihtiyacı hissetmektedir. Kültür toplumsalın temel niteliği olarak bu ihtiyacı da karşılamaktadır. İnsan kendisini kültürden ve kültürel çeşitlilikten dışarıda hissettiğinde, tek başına kalabilmekte ve kültür içerisinde hayatı sürdürmekte zorlanabilmektedir. Toplumsal hayatta dini, ırksal, sınıfsal çatışmalar vardır, kültür ise bu çatışmaları zayıflatabilecek bütünleştirici bir niteliğe sahiptir. Elbette hiçbir toplumda tam bir uyum yoktur, keza çatışmalar kültürel bütünlüğü tehdit edecek seviyeye gelmedikçe bir kültür var olmaya devam edebilmektedir (Aman, 2012, s.138). Başka bir deyişle kültür, mevcut çatışmaları yumuşatarak, yumuşatabildiği sürece hayatta kalabilmektedir. Buna paralel olarak kültür sadece uzlaşmanın değil, çatışmanın da kaynağı olarak ve bir direniş imkânı yaratarak varlığını sürdürebilir. Alt kültürler bunun en temel göstergesidir.

Kültür simgesel olma niteliği de taşımaktadır. Ayrıca simgeler her kültürün birbirinden farklılaşmasını da sağlamaktadır. Kültüre ait simgelere çözdükçe, sosyal yaşamda davranış ve tutum kalıpları geliştiririz. İnsan sürekli simgeler yaratmış ve yaratmaya devam eden bir canlıdır. Okunan ezandan takvime kadar, birçok şey

simgesel niteliğin kapsamındadır. İnsan bir toplumun simgelerini bilmiyorsa, o topluma ayak uydurmaktan ve simgelere uygun davranış kalıpları sergilemekten de uzaklaşmaktadır. Örneğin, ülkemizde 10 Kasım ulusal yas günüdür, tüm ülkede ve hatta diğer ülkelerin bazı kesimlerinde hayat 9'u 5 geçe bir dakikalığına durmakta ve saygı duruşuna geçilmektedir. Sebebi ortak tarihsel figür, kurucu önder olan Mustafa Kemal Atatürk'ün ölüm yıldönümü olmasıdır. Farklı toplumdan biri bunu bilmediğinden, o süreçteki davranışa anlam veremeyeceği gibi kendisi de buna uyum gösteremeyecektir.

Kültür, doğa ve toplumsal arasında bağ kurarken, aynı zamanda doğaya insan tarafından el koyma niteliği de taşımaktadır. Karl Marx'a göre kültür, doğal yaratımlara karşılık, insan soyunun yarattığı her şeydir. Ayrıca Marx, insanın da kalıtsal veya bireysel değil, toplumsal bir yaratım olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla, gelişen Aydınlanma felsefesiyle de birlikte, insanın kendi doğası adına doğaya el koyması, onu dizginlemesi gerektiği düşüncesi şiddetlenmiştir. İnsanın doğayı anlama biçimi, sosyal çevreyle gelen kültürlenme yoluyla gerçekleşmektedir. Bu hususta insan adına doğanın yaratımlarına denetleme, tüketme veya yasaklama gibi uygulamalar yapılmaktadır (Smith, 2008, s.59). Nihayetinde insan, kültür adına doğayı insanileştirmektedir.

1.1.2. Kültürün Unsurları

Kültürün unsurları birkaç maddede incelenmektedir, bunlar: “değerler, normlar, inançlar, sanat, semboller, gelenekler, yaptırım ve cezalar ile dildir”(Güvenç, 1979, s.120).

Değerler toplumsal içerisinde iyi ile kötü olanı saptamakta, yapılıp yapılmayacak olanları belirlemektedir. Değerler birey için statü, saygınlık, başarı, kendine güven gibi soyut davranışları belirlemektedir. Etik bir ölçü olan değer kavramının kaynağı toplumun öz kaynaklarıdır (Güler, 2011, s.199). Değerlerin geçerliliği değişim geçirebileceği gibi, toplumdan topluma da farklılık gösterebilmektedir. Bireyin sahip olduğu değerler, içinde yer aldığı kültürün ve toplumun ürünleridir. Kültürün üyelerinin görüşleri, ulaşmaya çabaladıkları amaçlarla

ilintilidir. Amaçlara ulaşmak adına bireyler birçok ortak his, davranış, fikir geliştirmektedirler. Bu da her kültürün kendi değerleriyle iç içedir. Normlar ise toplumun belirlediği, toplumsal ilişkileri düzenleyen kurallardır (Cevizci, 2005, s.1048). Değerler ile yakından bağlantılıdır, keza neyin yapıp yapılmayacağını belirlemekte ve davranış kalıplarını tasarlamaktadırlar. Normlara uygun davranan, kalıpları yerine getiren ve onları içselleştiren bireyler toplumsala dâhil olmaktadır. Eski bireyler için normlar alışkanlıktır. Yeni bireyler söz konusu olduğunda normlar öğrenilmesi gereken unsurlardır. Normlar yazılı veya yazısız olabilmektedirler; yasalar, hukuk kuralları veya gelenekler, töreler gibi. Norm konusuna yaptırım ve cezalar da girebilmektedir. Çünkü cezalandırma veya yaptırımlar, belli bir norma uyulmadığı zaman gerçekleşmektedir. Normun çeşidi hukuksal sınırlar içindeyse ceza ve yaptırım adalet kurumları tarafından verilmektedir, hukukun dışında ise toplum tarafından dışlanma ve küçümsenme gibi durumlarla karşılaşmaktadır (Kluckhohn, 1952, s.87).

İnançlar önemli kültürel referanslardır. Bir yargılama biçimi de sunan inançlar; bireyin tutum ve davranışlar üzerinde nasıl hissetmesi, değerlendirmesi ve algılaması gibi hususları etkilemektedir (Schein, 2010, s.19). Tutumların kaynağı olan inançlar, kültürün üyelerince ortak algılamalar gelişmesini sağlamaktadır. Ortak algılama ne kadar güçlüyse, kültürdeki inanç da o kadar güçlüdür. Dünyayı anlamlandırma araçlarımızdan biri inançlar ve dindir, dolayısıyla kültürle sıkı ilişkileri vardır. Din ve kültür, anlamlandırma araçları olarak birbirlerini etkileyebilmektedirler.

Semboller ise çok çeşitli olabilmektedir. Tek başlarına anlamları yoktur, ancak kültür içerisinde bir veya birçok anlama gelebilmektedirler. Mimikler, jestler, mitler, hikâyeler ve trafik levhalarına kadar, birçok şey sembollerin konusu olabilmektedir. Bunların her biri nesne ve eylemdir, ancak nesne ve eylem olmanın ötesindedirler keza anlam yüklenmiş durumdadırlar (Cevizci, 2005, s.1479). Öte yandan bir kültürün uzak veya yakın tarihi için anlatılan hikâyeler ve mitolojiler, kültürün önemli unsurlarındandır. Geçmişle kurulan bu bağlar, toplumun kültürüne ait değerlerin kalıcılışmasını sağlamaktadır. Bunlara mevcut topluma ait gerçek veya kurgusal tarihi kahramanlar da dâhildir. Kurgusal deyince konuya ekleyebileceğimiz diğer husus sanattır. Bir topluma ait sanat eserleri, kültürün önemli unsurları olarak toplumun

üyelerini birbirine bağlayabilmektedir. Öte yandan sanat yapıtları, toplumun kültürü üzerinde fikirler de verebilmektedir. Gelenekler ve töreler, yazılı olmayan davranış kalıplarını içermektedir. Bunlar geçmişten bugüne dek, mevcut toplumda yerleşik hale gelmiş eylem ve değer biçimleridir. Kimi gelenek ve töreler tüm toplumu kapsamayıp, belli bir yörede geçerli olmaktadır (Schein, 2010, s.24). Dolayısıyla toplumun geliştirdiği gelenekler o kültürün harcı olabildiği gibi, zamanla değişikliğe uğrayabilmekte ve bazen yok olabilmektedirler.

Kuşkusuz kültürün en önemli faktörlerinden bazıları da dil ve iletişimdir. Hatta dilin, insanın diğer hayvanlardan ayrılmasında ve bir medeniyet kurmasında en önemli pay sahibi olduğu dahi söylenebilmektedir. Kültürün her alanında; toplum, tarih, eğitim, bilim, din, edebiyat vb. her zaman dilin etkisi altındadır, dille yaratılmışlardır. İnsanlar ve toplumlar arasındaki ilişkiler dil sayesinde hayata geçebilmektedir. Maddi manevi, topluma konu olan her unsur dilde mevcuttur. George Murdock'ın da ifade ettiği üzere (1949, s.116), kültürün kuşaktan kuşağa aktarılmasının en önemli aracı dildir. Yetişen kuşaklar içinde doğdukları kültürü ve onun neredeyse tüm unsurlarını dil aracılığıyla öğrenmektedir. Dolayısıyla dilin öğrenilip aktarılması demek, kültürün de öğrenilip aktarılması demektir.

1.2. KÜLTÜRLEME, KÜLTÜRLENME, KÜLTÜRLEŞME

İnsan bir kültürün hem yaratıcısı hem de ürünü olduğundan, tür olarak dünyaya adım attığı günden beri kültürleme ile iç içedir. Kültürleme kavramı ilk olarak 1948 yılında, antropolog Herskovits tarafından kullanılmıştır. Sosyal bilimler içerisinde sosyalizasyon ya da genel manasıyla eğitim konuları kültürleme ile ilgilidir. Ancak kültürleme bunları da aşan bir kavramdır. Örneğin eğitim bilinçli ve amaçlı biçimde gerçekleşen bir kültürleme yönüdür, öte yandan kültürleme bunu da kapsar biçimde bilinç dışı ve kendiliğinden gelişmektedir. Ayrıca eğitim gibi belli bir yaş sınırında gerçekleşmemekte, tüm yaşamı kapsamaktadır. Keza Güvenç'e göre (1979, s.131); "Doğumdan ölüme kadar bireyin, toplumun istek ve beklentilerine uyacak şekilde etkileneceği ve değiştirilmesi" şeklindedir. Kültürleme, toplumun kültürünün yaşayan bir üyesi olan ve kültürün öğrenimini arzulayan kişiye yönelik bir öğrenme sürecini kapsamaktadır. Kişinin yaşadığı kültürün değerlerini, özelliklerini ve kodlarını

öğrenmesini içermektedir. Kültürleme toplumsal bir barış ve huzura kavuşma süreci olarak; toplumun, içinde yer alan bireylere belirli bir kültürü aktarması, toplumun talep ettiği yönde onları eğiterek yeniden üretmesi, denetlemesi, kültürel birliği sağlaması manasına gelmektedir (Güvenç, 2007, s.97).

Alman düşünür Immanuel Kant; “İnsan ancak eğitim sayesinde insan olabilir. İnsan, eğitimin meydana getirdiğinden başka bir şey değildir.” (Akt. Sayer ve Firsby, 2004, s.18) şeklinde belirtmektedir. Bu yalnızca kurumsal eğitim manasına gelmemektedir. Keza daha önce bahsettiğimiz üzere, zayıf insanın yaşamak için biyolojik ve sosyal gerçeklikler ile gereksinimleri öğrenip edinmesi gerekmektedir. Dolayısıyla kültürün temel işlevlerinden biri, kendi devamını sağlamak için üyelerine temel olanakları sunmaktır. Bu önce aile içinde kültürü öğrenmeyle, sonra sosyalleşme ve eğitim kurumları içerisinde devam etmektedir. Örneğin biyolojik olarak erkek veya kadın olmanın dışında, erkeklik ve kadınlık toplum içerisinde öğrenilen rollerdir. Son kertede kültürleme, bireye ait olduğu toplumun dilini öğretmektedir. “Rousseau’nun uzun bir zaman önce dediği gibi: İnsanı toplumun ona verdiği her şeyden mahrum bırakırsanız, elinizde duyulardan ibaret bir canlı kalır.” (Sayer ve Firsby, 2004, s.53). Ancak gördüğümüz üzere insan duyulardan ibaret değil sosyal bir canlıdır ve kültürleme içerisinde var olmaktadır.

Kültürlenme ise; bireyin dâhil olduğu toplumun parçasına dönüşmesi, kültürün bireye ihtiyaçlarını nasıl karşılayacağını öğretmesidir. Kavrama daha geniş baktığımızda Güvenç’in tanımıyla karşılaşırız; “Belli bir toplumun alt-kültürlerinden, ya da farklı toplumlardan kopup gelen birey ve grupların, buluşması ve bir etkileşim süresi sonunda, asıl kültür ve alt-kültürlerde bulunmayan yepyeni bir bireşime varılması, ulaşılması.” (Güvenç, 1979, s.131). Anlaşılacağı üzere, kültürlenme içerisinde yeni bir kültür bireşimi söz konusudur. Kültürler arası psikoloji alanındaki en kompleks konulardan biri olan kültürlenme; en az iki kültürün etkileşimiyle meydana gelen durumlar manasına geldiği gibi, bu etkileşim neticesiyle yaşanan psikolojik değişimleri de içermektedir (Segall vd., 1998, s.1101).

Kültürlenmeye örnek olarak, göçmenler ve mülteciler verilebilir. Göçmen ve mülteciler ne kendi kültürlerini yaşayabilmekte ne de göçtükleri bölgenin yaşam kültürüne katılabilmektedirler, böylece yeni bir kültür biçimi ortaya çıktığı gibi,

psikolojide de değişimler meydana gelmektedir. Kültürlenme ilkesel olarak yansız bir kavramdır ancak gerçekte gruplardan biri daha yoğun etkiye maruz kalmaktadır. Benzer olgular köyden kente yapılan g   lerde de görülmüştür. Gecekondu yapılanmaları ne kentte ne de köyde görülen t rdedirler, köyden kente gerçekleşen g   ler yoluyla ortaya çıkan yeni yapılanmalardır (Berry vd., 1998, s.229). Bireysel bir örnek vermemiz gerekirse, evlenen iki bireyin zamanla birbirlerinin fikirlerini ve kültürlerini benimseyip kendilerinin parçası haline getirmelerinden bahsedilebilir. Kültürün daima gelişen, dinamik ve akış halinde bir olgu olmasından hareketle, kültürlenme, mevcut kültür unsurlarının olduğu gibi korunup gelecek kuşaklara taşınması manasına gelmemektedir. Kültürlenme, eski ile yeninin sentezi ile meydana gelen yeni bir kültür sürecini de kapsamaktadır ( ahin, 2019, s.461).

Kültürleme insanın kendi kültüründen öğrendikleriyle gerçekleşirken, k lt rle me ise insanın ve bir toplumun başka toplumlardan aldıkları ve öğrendikleriyle ilgilidir. Başka deyişle k lt rle me, toplumlar arası bir etkileşimle mümkündür. Yani dünyada k lt rle meye uğramamış bir toplum bulabilmek neredeyse imk nsızdır. Dünya tarihinde en büyük ve eski k lt rle me örneklerinden biri, M .4. yy.da meydana gelen Helenizm hareketidir. Büyük  skender önderliğinde yapılan doğu seferleriyle birlikte; Helenizm ile  ran, Hint ve Mezopotamya kültürleri arası ciddi etkileşimler ya anmı tır. K lt rle menin  ngilizce karşılığı “acculturation”dır ve 1880’de ilk kullanan kişi Powell’dır. K lt rle me en basit ifadesiyle, bireyler ve farklı kültürlerden gelen gruplar arasındaki etkileşim anlamına gelmektedir (Berry, 2006, s.33). Tek yönlü bir ilişki olarak ele alınması güçtür; istemli ya da istemsiz biçimde bir araya gelmek durumunda kalmış gruplar vardır ve etki iki taraflıdır. Hem göç edenler bireysel kendi yapıları hem de mevcut kültürün göç eden gruplara yönelik davranışları konuya dâhildir (Berry, 1997, s.6). K lt rle me bir kavram olarak k lt rlemeden daha eskidir, 1880’lerde Amerikalı antropologlar “uygar insanların etkisiyle değişen yerli Kızılderili geleneklerinden” söz etmişler ve k lt rle me kavramını kullanmışlardır (Güvenç, 1979, s.135). K lt rle me için en az iki ayrı kültürün sürekli etkileşim ve ilişki içerisinde olması gerekmektedir. Kültürlerden biri baskın olsa bile iki sistem de bu ilişkiden etkilenmektedir. Bu etkileşimlerin sonucunda bir kültür değişmesi meydana gelmektedir.

Sonuç olarak, kültürleşme toplumsal değişimin, kültürel köken ve öğelerin birbirleri arasında dolaşımının sürecidir. Kültürleşme, değişimin her alanda olduğu anlamına da gelmektedir. Bu değişimin, toplumsal gruplar arasında ırk, din, dil, kültür ve diğer öğelerin birbirleriyle etkileşim içinde olduğu sosyal bir süreç olarak kabul edilmektedir. Örneğin bir toplumun, çevresindeki diğer toplumlardan alınan davranış biçimleri, normlar ve değerler tarafından değiştirilmesi buna dâhildir. Kültürler arası çatışmaların veya bir tür sosyal farkındalık ile çoğulculuğun oluşmasına da yol açabilmektedir.

1.3. KÜLTÜRÜN AKTARIMI VE DÖNÜŞÜMÜ

Kültürün özelliklerinden biri de aktarılabilir olmasıdır. Bu aktarım kuşaktan kuşağa gerçekleşmektedir. Aktarım dil aracılığıyla sözlü ve yazılı olarak, gelenekler aracılığıyla soyut olarak, toplumsal tören, ritüeller ve miraslar olarak, eğitim kurumları aracılığıyla vb. çeşitli biçimlerde gerçekleşmektedir. Kültürün aktarımında öne çıkan husus ise dildir. Dil, insan kitlelerini ortak duygu, düşünce, inanç etrafında toplamaya yarayan bir yetidir. Toplumun bireye verdiği en büyük miras dildir (Bakiner vd., 2020, s.172). Dil ve iletişim olmadan, ne bireyin toplumsal kültüre uyum sağlaması ne de toplumlar arası etkileşimler bu denli mümkün olabilmektedir. Birey öğrendiği dil sayesinde içinde bulunduğu toplumun kültürel işleyişini ve değerlerini de öğrenmektedir. Yazılı veya görüntülü kaynaklar aracılığıyla mevzubahis kültürün geçmişini de öğrenerek kendisine aktarabilmektedir. Bir çocuk doğal ortamında dili öğrenmekte, ardından eğitim kurumları içerisinde planlı biçimde bu eğitim devam etmektedir. Yaşanan bu süreç, birey için bir kültürlenme sürecidir ve dil kültürün kuşaktan kuşağa aktarılmasının temel araçlarından biridir. Kartal'a göre (2010, s.453) bir toplumun tarihi, hafızası ve geleneklerinin bütünü kültürel mirastır. Kültürel miraslar da en başta dil aracılığıyla bireye yeni kuşaklara aktarılabilir. Kültürel miraslar da en başta dil aracılığıyla bireye yeni kuşaklara aktarılabilir.

Öte yandan, kültür aktarımı yalnızca belli bir toplumun kültürel değerlerinin, o topluma mensup yeni fertlere aktarılması anlamına gelmemektedir. Diğer anlamı kültürler arası transferdir. Konunun başlangıç noktasını, 1980'lerin ortalarında Fransız ve Alman kültüründeki yabancı referansları araştıran iki bilim insanı Michel Espagne ile Michael Werner oluşturmuştur (Middell, 2021, s.13). Kültürlerarası transferde

bilimsel, ideolojik ve felsefi akımlar önemli bir inceleme konusu yaratmıştır. Bunlar bir kültürün bağlamı içerisinde yaratılmıştır, ancak başka bir kültüre aktarıldıklarında aynı etki ve beklentileri yaratma zorunlulukları yoktur. Kültür ögesi haline gelmiş metinler ve teoriler, transfer oldukları kültürün yeni bağlamına uyum sağlamaktadırlar. Espange'nin verdiği iki örnek Darwin'in ve Kant'ın fikirleri üzerinedir. Bu hususta İngiltere'de oluşan Darwinizm ile Fransa veya Almanya'ya aktarılan Darwinizm arasında çeşitli farklılıklar mevcuttur. Kant felsefesi de Fransa'da ve Almanya'da birbirinden farklı sonuçlara sebep olmuştur. Yani kaynak kültürel ögenin, alıcı kültüre aktarıldığında anlam kaymasına maruz kalmadan korunabilmesi mümkün değildir (Espagne ve Werner, 1985, s.503).

Aktarım ve farklılık niteliklerinin yanında, kültür değişip dönüşebilen akıcı ve dinamik bir olgudur. Eski ve yeni bağlamı içerisinde kültür, kültürlenme olarak aktarılmakta, öğrenilmekte ve öğretilmektedir (Şahin, 2019, s.459) Toplumu oluşturan kurumlar, değerler, toplumsal ilişkiler ve yapılar değişmeye başladığında, kültür değişiminden söz edilebilmektedir. Bu elbette aniden değil, yavaş ve çoğunlukla hissedilmeden yaşanmaktadır. Toplumsal yaşamda gerçekleşen değişimlere, bireysel farklılıklarla direnebilmek mümkün değildir çünkü kültür gibi değişimler de toplumsal olaylardır. Örneğin dün olduğu gibi bugün de yaşı büyük bireyler, yeni kuşağın kültüründen rahatsızlık duymakta ve eleştirebilmektedir. Ancak yine dün olduğu gibi bugün de, yeni kuşağın kültürü topluma egemen olmaya ve toplumu şekillendirmeye devam edecektir. Toplumdaki maddi ve manevi değerler, kültürü oluşturur. Eğer toplumu meydana getiren bireyler, özellikle yetişen kuşaklar farklı maddi ve manevi değer yargıları geliştirmişlerse, mevcut kültür değişime uğruyor demektir. Farklı fikir, algılama ve davranışlar bütünü gelişmeye başladığında eski fikir, algılama ve davranışlar ya dönüşüme uğramakta ya da kaybolmaya yüz tutmaktadır (Adıgüzel vd., 2014, s.167).

Değişim hususunda eğitimin payı büyüktür. Ancak eğitim tek taraflı değişim kaynağı değildir hem eğitim kültürü dönüştürebilmekte hem de kültürdeki dönüşümler eğitimi değiştirebilmektedir. Toplum kültürel olarak ayakta durabilmek ve bireylerin ihtiyaçlarını karşılayabilmek için bir takım sosyal kurumlar geliştirmek zorundadır. Bunlardan bir tanesi de eğitim kurumlarıdır. Eğitim alanı hem toplumsal dönüşümlere

ayak uydurmalıdır hem de toplumsal değerleri korumalıdır. Bu sebepten kültür gibi statik değil değişime açık bir yapıdadır.

Eğitim ile toplumsal dönüşüm ilişkisi üzerine dört temel yaklaşım vardır. Birincisi modernist ve yeniden oluşumcu yaklaşımdır. Bu görüş, bir toplumda teknolojik ve ekonomik gelişmenin, eşitlik, özgürlük, adalet gibi ilkelerin yaygınlaşmasının kaynağı olarak eğitimi görmektedir. İkinci görüş muhafazakâr veya çatışmacıdır. Bu görüşe göre eğitim kurumları köklü bir toplumsal dönüşüm yaratamazlar keza mevcut ekonomik ve politik güçlere bağlıdırlar. Keza Althusser birçok aygıt gibi eğitim kurumlarını da “sistemin ideolojik aygıtlarından” biri olarak değerlendirmiştir. Üçüncü görüş ikincisi ile benzerdir, ancak yine de eğitimin toplumsal dönüşümlere yol açabilecek özerklikleri olduğunu eklemektedirler. Son görüş ise Dewey’in öncülük ettiği, eğitimin kültürel dönüşüme sebep olabileceği ancak tüm toplumsal dönüşümlerin de aynı yolda değişiyor olması gerekliliği üzerinedir (Akt. Şahin, 2019, s.463). Özetle eğitim, kültürün dönüşümü hususunda her zaman önemli bir konu olmuştur.

Bu bağlamda, iletişim aygıtlarının dönüştürücü etkisinden söz etmek gerekmektedir. Yeni kuşaklar üzerinden yapılan dönüşüm çözümleri, günümüzde özellikle iletişim aygıtları üzerinden gerçekleşmektedir. Bu bağlamda, en önemli buluşlardan biri matbaadır. Matbaa ile birlikte çok sayıda kitap ve gazete basılmaya başlamıştır. Özellikle günlük gazetenin çok hızlı biçimde yaygınlaştığı dönemde, kültürde ciddi değişimler yaşanmıştır. Takip eden süreçte radyo, sinema ve daha önemlisi televizyon çok daha büyük etki bırakmıştır. Bunlar insanların gündelik davranışlarını, ilişki, düşünce ve kanaatlerini yoğun biçimde etkilemektedirler. Kültür de gündelik yaşamda izi sürülebilen bir olgu olduğuna göre, kültürel dönüşüm ile iletişim aygıtlarının etkisi fazlasıyla iç içedir (Ölçekçi, 2020, s.159). İletişim aygıtları, toplumsal yaşamı ve kültürün kodlarını etkileyen birer yazılım gibidirler. Bu yeni yazılımlar her eklendiğinde, kültürel kodlarda hızlı ve yeni dönüşümler yaşanmıştır. Keza günümüzden örnek verecek olursak; özellikle 2000’li yıllar itibarıyla akıllı telefon ve sosyal medya kullanımındaki büyük artışın, kültürü nasıl dönüştürdüğüne herkes şahit olmuştur. İlk zamanlarda yaşı büyük kuşaklar tarafından gençlerin telefondan başlarını kaldırmadığı yönünde şikâyetler yapılmış olsa da, kısa zaman

sonra büyük kuşaklar da bu yeniliğe alışmış ve günlük akıllı telefon ile sosyal medya kullanımını artırmışlardır. Bu sebepten iletişim aygıtları, kültürün dönüşümünü belki de en çok hızlandırabilen yeniliklerdir. Raymond Williams (1993, s.53) konuya dair şöyle yazmaktadır; “Basın, yayın, sinema, radyo, televizyon ve kayıt endüstrisi gibi kültür kurumları, modern bir kapitalist ekonomi ve onun toplumsal düzeninin karakteristik türü içindeki pazar evrelerinin daha önceki dönemlerinde çok da marjinal ya da küçük kalmamakla beraber, hem kendi içlerindeki bağları hem de diğer üretim kurumlarıyla bütünleşmeleri bağlamında, en genel ve yaygın şekliyle bütün toplumsal ve iktisadî örgütlenmenin parçasıdır.”

1.4. GERBNER’İN KÜLTÜREL GÖSTERGELER VE YETİŞTİRME KURAMINA ETİMOLOJİK YAKLAŞIM

Çalışma ve araştırma boyunca başvurulacak olan “Cultivation Theory” ve “Cultural Indicators” terimlerinin Türkçe literatürdeki karşılıkları üzerinden netleştirilmeler ile çalışmaya başlamak yerinde olacaktır. George Gerbner’in bir araştırma projesi olarak başlattığı ve yayınladığı ilk makaleden günümüze değin kültürel göstergeler projesi ve yetiştirme kuramı/analizine Türkçe literatürde sayısız atıf gerçekleşmiş, bu terim ders kitaplarında, derslerde ve sınavlarda farklı Türkçe kelime karşılıkları ile kullanılmıştır. Konu ile ilgili literatür araştırmasına başlayan her araştırmacının ilk başlarda terimsel karmaşa yaşaması kaçınılmazdır. Araştırmacı taramalarda bir ve birden çok kelime ve kelime öbeği ile araştırma yapmak zorundadır. Özünde George Gerbner ve birlikte çalıştığı diğer akademisyenlerin yaklaşımını anlamak oldukça kolaydır. Orijinal metinlerinde kullanılan dil açık ve nettir ancak orijinal metinden Türkçe literatüre geçişte yaşanan çeviri çeşitliliği ve yoruma dayalı çıkarımsal ve sezgisel çeviriler nedeni ile kuram ve araştırma terimsel tartışmaya ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda ortak payda da olan “culture” kelimesinin kökenine etimolojik bir yaklaşım sergilemek yerinde olacaktır.

Terry Eagleton (2005, s.9) “culture” teriminin İngilizcede çok anlamda kullanılan terimlerden biri olduğunu ifade eder; bu terim tarım anlamına gelen “agriculture”, gelişim anlamına gelen “cultivation” ve meta anlamında kullanılan “crops” kelimeleri arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir. Eagleton (2005, s.10)

“kültür” sözcüğünün kökeninin; Latince ’de tarımdaki kullanımından yerleşme anlamına, ibadet anlamından koruma anlamına kadar; bu kullanımlardan farklı birçok anlamı olan “colere” sözcüğüne dayandığını belirtmektedir. “Colere” sözcüğünün Latince anlamı “ekin”dir (Kartarı, 2016, s.14). Bozkurt’a göre ise (2002, s.96) kültür terimi “Cultura” kökeninden alınmıştır ve ekincilik, ekip biçmek, sürmek (tarla sürmek) manasında kullanılmaktadır. Türkçede ise Cultura, “ekin” sözcüğünün ifadesidir. Raymond Williams (2005, s.105), bu terimin Latince de ikamet etmek, yerleşmek, korumak, ibadet etmek gibi anlamları olan “colere” kelimesinden türemiş olan “cultura” olduğunu ifade eder (Kartarı, 2016, s.14). Ortaçağ’da terim olarak kullanılmayan “kültür” olgusunun 17. yy’dan sonra doğa kavramının eşdeşi şeklinde kullanıldığı ve doğadan alınanların yanında toplumun ürettiklerine işaret ederek kullanıldığı bilinmektedir. Sözcük zaman içerisinde dilin farklı alanlarında kullanılmış, ve birçok kavramın yeniden şekillenmesine kaynak olmuştur. Kültür teriminin “yerleşmek” anlamında kullanımı “colonus” sözcüğü ve “colony” “ibadet etmek” manasında “cultus” sözcüğü aracılığıyla “cult” terimine dönüşmüştür (Williams, 2005, s.105). Günümüzde dahi birçok farklı anlamda kullanılan kültür terimi, toplumların inanç, dil, yaşam tarzları, gelenek ve göreneklerinin belirlenmesinde oldukça fazla önem teşkil eden, toplumsal dinamiklerin çoğunu kapsayan bir olgu olarak zaman içerisinde etki alanını genişletmiştir.

Kültür, varlığımızın yapısını ve ilişkilerini belirleyen, sosyal bir süreçle öğrendiğimiz uygulama ve inançların, maddi ve manevi öğelerin birliğidir (Bozkurt, 2002, s.100). Bilinçli ya da bilinçsiz şekilde, başka insanlardan öğrendiklerimiz, özellikle de bir kuşaktan diğerine aktarılan bilgi ve kalıplaşmış davranış şekilleri olan bu terim, toplulukları birbirinden ayıran öğelerin bileşimidir. Kültür, insanların temelde kalıcı, ama aynı zamanda rutin iletişim ve sosyal etkileşim içinde değişebilirlik özelliklerine de sahip etkinliklerini, dünya görüşlerini, şeyleri, inançları içeren dinamik ve karmaşık çevresini ifade etmektedir.

“Cultivation Analysis” terimi George Gerbner ve birlikte çalıştığı akademisyenlerin çalışmalarından Türkçe literatüre aktarılırken; “Kültürel Kuluçka” olarak (Maigret, 2014, s.74), “Ekim Teorisi” olarak (Tekinalp ve Uzun, 2006, s.97), “Ekme Kuramı” olarak (Yaylagül, 2006, s.64), “Eğitim Analizi” olarak (McQuail ve

Windhal, 1997, s.127), “Ekme Modeli” olarak (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s.172), “Yetiştirme” olarak (Fiske, 2003, s.194). vb. benzeri çeşitlilikte karşımıza çıkmaktadır. Bu ve bunun gibi diğer farklı fakat birbirine yakın kullanım ve çevirilerin tamamı aynı kelime öbeğinin Türkçe literatüre kazandırılırken çevirinin çeşitlenmesinden kaynaklanmaktadır. Burada önemli olan kuramın sahibinin işaret ettiği anlama en yakın Türkçe karşılık ile terimi ifade etmek gerekliliğidir ki bu durumda dahi kişi çeviri yaparken bir yorumsama içine girmek durumundadır.

Kültür kelimesinin etimolojik kökenine ve önceden kullanılan türevlerine bakıldığında çoğunlukla işaret edilen ortak paydanın “toprağa ekilen” ya da “ekme eylemi”nin kendisi olduğu görülmektedir. Bu ilk ve doğrusal varsayım bizi “Ekme/Ekim/Ekinlenme Analizi” şeklinde bir çeviriye ulaştırmaktadır. Gerbner ve arkadaşlarının ilgili makalelerine bakılmaksızın yapılan bu çeviri Türkçe’de istenmeyen bir anlam içeren ifadeye zemin oluşturabilir. Ziraatla ilintili olan bu yaklaşıma göre ekme işlemi toprakta var olmayan bir cinsi veya türü orada var edebilmek adına yapılan girişimdir. Öyleyse analizi “ekme”, “ekim” ve “ekinleme” analizi olarak Türkçe literatüre kazandırmak okuyucuların zihninde farklı algılamalara neden olabilir. Oysa Gerbner ve arkadaşları (1989, s.249) “Cultivation” terimini özetlerken ilgili araştırmalarında hiç olmayan bir fikrin televizyon vasıtasıyla izleyicilere kanıksatıldığını ortaya koyacak bir ifadeye bulunmamış ancak, zaten var olan bir sosyal gerçekliğin, herkeste var olan ortak kodlar kullanılarak geliştirilebileceğini varsaymıştır. Bir diğer başat çeviri yine kelimenin etimolojik kökeni ile uyumlu, ziraat ile ilintili olan “Yetiştirme Analizi”dir. Bu aktarıma bakıldığında ise yetiştirme kelimesinin anlamının; hali hazırda var olanın gelişmesinde ve büyümesinde uygun şartları oluşturmak olduğu söylenebilir -ki Gerbner’in işaret ettiği sonuçlara uygun olarak- terim çalışma boyunca “Yetiştirme Analizi” şeklinde kullanılacaktır.

“Cultural Indicators” terimi ise Gerbner’in çalışmalarında mevcutta varolan ve çoğunluğun paylaştığı kültürel kodlar anlamında ifade edildiğinden ve Türkçe literatürde ortak bir yaklaşımla hemen her kaynakta “Kültürel Göstergeler” olarak çevrildiğinden bu terim olduğu şekli ile kullanılmaya devam edilecektir.

Etimolojik bir genelleme ile George Gerbner “Cultivation Analysis” terimi ile gönderme yaptığı anlam kelimenin terminolojik kökenine kadar inmekte olan bir anlam içermekte iken, “Cultural Indicators” söylemi ile kelimenin bugün kullanılan en kapsayıcı haline işaret etmektedir.

1.4.1. Kültürel Göstergeler ve Yetiştirme Araştırmalarının Kökeni, Gelişimi ve Mevcut Durumu

Lowenthal’a göre (2017, s.11): “*İnsan; herhangi bir toplumda doğar, çabalar, sever, acı çeker ve ölür ancak önemli olan bu ortak deneyimlere nasıl tepki verdiğinin tasviridir*”. Ortak ritüeller ve mitolojiler, sembolik sosyalleşme ve kontrolün araçlarıdır. Var olduğu toplumun normlarını ve değerlerini dramatize ederek toplumun nasıl çalıştığını gösterirler. Bunlar, hüküm süren bakış açılarını geliştiren/yetiştiren (bu yüzden biz buna kültür diyoruz) ve sosyal ilişkileri düzenleyen genel mesajlar sisteminin temel parçalarıdır. Hikâye anlatma işlevleri ile bu mesaj sistemi, insanların gerçek ve normal ve yerleşik toplumsal düzene uyanı doğru olarak algılamasını sağlar (Gerbner ve Gross, 1976, s.173). Gerbner’e göre (1988, s.175):

“İnsanlar anlattıkları hikâyelerle kurulan bir dünyada yaşayan tek türdür. Önceleri hikâye anlatma süreci el yapımı/ev yapımı ve topluluğun yaşantısından esinlenen bir biçimde şimdilerde karmaşık bir üretim ve pazarlama sürecinin nihai sonucudur. Durum yeni bir teşhis ve yeni bir reçete gerektirir. Kültürel Göstergeler ve Yetiştirme araştırma projelerinin yapmaya çalıştığı şey budur.”

Gerbner’a göre (1967, s.430) iletişim; mesajlar yolu ile etkileşimdir ve anlam uyandırmak amacıyla üretilen, bir kültürde bazı ortak öneme sahip, resmi olarak kodlanmış sembolik veya temsili olay bütünüdür. Gerbner iletişim alanında çalışan bilim insanlarını bu mesajları ve sistemlerini mikro ve makro düzeydeki etkilerini ve bilginin işlenme, bütünleştirilme şeklini anlama konusunda teşvik edici birçok makale kaleme almıştır. Gerbner mesaj sistemlerini iletişimin merkezinde yer alan sosyal etkileşim araçları olarak görür ve bunların kitlesel üretimini ve dağıtımını kitle iletişimi ile bir tutar (Gerbner, 1966, s.67). Bu kitlesel üretim ve dağıtımın dönüşümünün mesaj içeriğini ve kamusal sembolik çevreyi değiştirdiğini iddia eder.

Bu sebeple Gerbner (1969) “Bu aktarımın doğasının ve temposunun nabzını tutarak “kültürel göstergelerin” gelişmesine yol açabilecek bir teoriye ihtiyaç” olduğunu savunmuştur. Gerbner vd. (1978) çalışmalarının ilk başlarında önerdiği analize “Mesaj Sistemi Analizi” adını verdiler. Bu analiz genel olarak: Kitle iletişiminde herhangi bir tasvirin kaba, açık ve yaygın olarak anlaşılan gerçeklerine odaklanır. Bunlar, geniş ve heterojen kitleler arasındaki etkileşime, ortak varsayımlara ve tanımlara temel oluşturması beklenebilecek özelliğindedir.

Bir genelleme olarak yetiştirme kuramı, belirli bir tür içeriğe maruz kalan izler kitle ile birçok türden değişken arasındaki ilişkiyi inceleme durumudur. İlk ortaya konulduğu ve uygulanmaya başladığı 1960’lı yıllardan bu yana güncelliğini yitirmemiş olması, özünde basit ilişkileri, sade veriler ve tablolara indirgeyerek görünmeyi görünür kılmaya çalışmasından kaynaklanmaktadır. Morgan ve arkadaşlarına göre (2015, s.7); yetiştirme kuramının kalbinde insanın anlattığı ve insana anlatılan hikayeler ile dünyayı nasıl kavradığımızın arasındaki paralellik gizlidir. Özele indiğimizde ise; (Gerbner vd., 2002, s.47) yetiştirme kuramı; televizyon izlemenin izleyicilerin sosyal gerçeklik kavramlarına yaptığı bağımsız katkıyı tasvir etmektedir. Televizyon izleme, dünyayı görmenin yollarını izler kitle üzerinde yetiştirir, televizyon dünyasında yaşamak için daha fazla zaman harcayanların “gerçek dünyayı”, televizyonun merceğinden görme olasılığı daha yüksektir. McQuail ve Windahl’a göre (1997, s.128): Araştırmanın genel hipotezi televizyon izlemek sistematik biçimde televizyon haberleri ve kurguya dayalı programlarda gösterilen, basmakalıp ve çarpıtılmış oldukça dar bir bakış açısından verilen bir gerçeklikle uyum sağlayan toplumsal bir dünya görüşünün izleyiciler tarafından yavaş yavaş benimsenmesine yol açar. Televizyon ortamında toplumda hali hazırda var olan kültürel gösterge öğeleri kullanılarak çeşitli mesajlar üretilir ve bu mesajlar topluma aktarılır. Dolayısıyla toplum, televizyona içerik sağlayan bir ortama sahiptir. Buradan hareketle birçok kültürel gösterge toplumdan televizyon metinlerine taşınır ve bu metinlerde yetiştirme amaçlarına uygun olarak yeniden üretilerek topluma geri gönderilir (Güngör, 2013, s.111). Diğer bir ifade ile toplum ve televizyon metinleri birbirlerini etkileyen, dönüştüren ve yeniden üreten iki unsurdur.

Fiske'e göre ise (2003, s.185); kültürel konulara daha derinlemesine nasıl ışık tutabileceğine ilişkin en gelişkin kuramı üreten kişi George Gerbner'dir. Gerbner bir kültürün tüm medya çıktıları aracılığıyla kendisiyle iletişim içine girdiğine ve bu iletişimin bir kültürdeki değerler üzerinde geniş bir oydaşmayı (anaakımlaştırma) sağladığına ya da değiştirdiğine inanır. Ona göre, bu tür içerik çözümlemesinin (Kültürel Göstergeler Araştırması) güçlü olmasının nedeni, bireylerin iletilerle ilgili seçmeci deneyimleri yerine tüm ileti sistemini çözümlemesidir. Bir bütün olarak kültürün kullanımına sunulan "kitleselliktir" ve içerik çözümlemesinin baş edebileceği de budur. Gerbner, medyanın önemli özelliklerinin bireysel televizyon programlarında değil, tüm medya çıktıları altında yatan modellerde olduğunu düşünür. Bu modeller izleyici tarafından yavaş yavaş emilmektedir ve izleyici bunların farkına bile varmamaktadır. Gerbner'in çözümlemeleri bu modelleri açığa çıkarmayı amaçlamıştır.

1.4.2. Kültürel Göstergeler Araştırması

Geleneksel etki araştırmaları, seçici maruz kalma ve bazı mesajlara maruz kalanlar ile maruz kalmayanlar arasındaki farklardan, öncesi/sonrası olarak ölçülebilir olan belirli bilgi, eğitim, politik veya pazarlama çabalarını değerlendirmeye dayanmıştır (Gerbner vd., 2002, s.47). Araştırmacılar 1940'ların sonları ve 1950'lerde ABD'nin çeşitli yerlerinde televizyonların ailelerin oturma salonlarına girmesiyle birlikte "etki" analizlerine başlamışlardır. Bu çeşit bir araştırma stratejisi için erken sayılabilecek bu dönemde, araştırmacılar çoğunlukla çocukların tutum ve davranışlarını benzer özellikler taşıyan ve televizyonsuz ailelerin çocukları ile karşılaştırmalı olarak incelemişlerdir. Bu araştırmalar gerçek dünyada öncesi/sonrası şeklinde kontrollü bir tasarım içermektedir. Bu erken dönem televizyon araştırmaları alan ile ilgili birçok değerli öngörü üretmiştir (Shannan ve Morgan, 2004, s.9). Bu araştırma biçiminin sistematik ve boylamsal hali George Gerbner ve arkadaşları tarafından (1978, s.176-177) 1967-68'de Şiddetin Nedenleri ve Önlenmesi Ulusal Komisyonu adına televizyon dramalarındaki şiddetin araştırılmasıyla başlamıştır. Surgeon General'in Televizyon ve Sosyal Davranış Bilimsel Danışma Komitesi, Ulusal Ruh Sağlığı Enstitüsü ve Amerikan Tabipler Birliği'nin sponsorluğunda devam

etmiştir. Şiddetle ilgili bulgular ve göstergeler en yaygın şekilde yayınlanmış olsa da, yaklaşım baştan beri televizyon dizilerinde sunulan genel yaşam kalıplarının rolü ve sembolik işlevleri üzerine gözlemler toplamaya dayanıyordu. Araştırma birbiriyle ilişkili iki bölümden oluşmaktadır: (1) Televizyon drama dünyasının izlenmesiyle ilgili Mesaj Sistemi Analizi ve (2) Televizyonun farklı çocuk ve yetişkin izleyici gruplarında yetiştirme eğiliminde olduğu sosyal gerçeklik kavramlarını belirleyen Yetiştirme Analizi. Gerbner'e göre 1967-1968 yılları arasında üç inceleme alanı içeren Kültürel Göstergeler Projesi'nin analiz alanları şu şekildedir;

- Kurumsal süreç analizi “mesaj sistemlerini yapılandıran ve oluşturan mekanizmanın örgütsel biçim, işlev ve karar verme açılarından analizi”,
- Kitle iletişim araçlarında mesaj ve içeriğin yapısının ve bileşiminin sistematik olarak mesaj sistemi incelenmesi,
- Yetiştirme analizi “kurumsal süreçler, mesaj sistemleri ve bunların yetiştirdikleri/ektikleri kamusal varsayımlar, imajlar ve politikalar arasındaki ilişkilerin incelenmesi” (1970, s.71).

Kültürel Göstergeler araştırması, programlama içeriğinin düzenli, güvenilir ve kümülatif gözlemlerini yapmak için esnek bir araç olan ve Gerbner'in ilk çalışmalarında da göze çarpan Mesaj Sistemi Analizi ile başlar. Teknik, televizyon dünyasının hemen hemen her yönünü tanımlamamıza izin verir böylece izleyicilerin gerçek dünyaya ilişkin kavrayışlarına katkısı test edilebilir. Analizin amacı sistematik, kümülatif ve güvenilir gözlemler sağlamaktır (Gerbner vd., 1978, s.178). Erdoğan, mesaj sistemi analizini şu şekilde özetlemiştir; İleti sistem çözümlemesi için televizyon programlarının örnekleri kaydedilir ve içerik çözümlemesine tabi tutulur. Bu içerik çözümlemeleriyle televizyon dünyasının özellikleri belirlenir. Bu özellikler televizyon dünyasının izleyicilere verdiği potansiyel dersler olarak kabul edilir. Bu dersler alan araştırmasında sorulacak "televizyon yanıtı" olarak nitelenen soruların kaynağı olarak kullanılır (1998, s.173). “Televizyonun Yanıtı” terimi doğrudan Gerbner tarafından bu şekli ile kullanılmıştır (Gerbner vd., 1978, s.195). Çalışmadaki sorulara verilen cevaplar ile televizyonda gösterilen gerçeklik ile arasındaki bağı işaret etmektedir. Bir eğretileme olarak bu terim ile asıl ifade edilmek istenen televizyon

metinleri aracılığı ile iletilen ya da iletilmek istenen mesaj ile soruların yöneldiği kişinin verdiği cevabın örtüştüğü durum kastedilmektedir.

Kısaca söylemek gerekirse, kültürel göstergeler projesi kitle iletişim içeriği üretiminin etki faktörlerinin (kurumsal süreç analizi), kitle iletişim mesajlarının içeriğinin (mesaj sistemleri analizi) ve maruz kalma ile izleyici kitlenin sosyal gerçeklik anlayışı (yani yetiştirme analizi) arasındaki ilişkiyi inceleyen üçlü bir araştırma paradigmasıdır (Shannan ve Morgan, s.2004). Kültürel göstergeler yaklaşımının yenilikçiliği, üç analitik bileşenin analitik bulgularının karşılıklılığı ve karşılıklı çıkarımlarıdır.

1.4.3. Yetiştirme Analizi

Gerbner' göre (1989, s.249) "Yetiştirme", bir kültürün yaptığı şeydir. Kültür, insanların içinde yaşadığı ve öğrendiği temel ortam olsa da, bu basit bir nedensellik değildir. Doğrudan aktarımla: "Yetiştirme, kuşaklar ve bölgeler ya da az çok parçası olduğu yaşam tarzları dışında nadiren değişikliğe sebep olabilir ve hassas bir dengeyi bozabilir, ortak bilincin ana akımını imleyebilir ve kültürel çevrede büyük bir değişime işaret edebilse de, yetiştirme belirli eylemlerin tek (hatta sık görülen) belirleyicisi değildir." Yetiştirme'den kasıt, özellikle tutarlı ve sembolik bir fikrin karmaşık sosyalleşme ve kültrülenme sürecine yaptığı belirli ancak bağımsız katkılar anlamına gelmektedir.

Morgan'a göre (1995, s.104) Gerbner'in iletişim anlayışı özetle; "mesajlar aracılığıyla etkileşim"dir, kültürü oluşturan sembolik çevreyi hem yaratan hem de bu çevre tarafından yönlendirilen, açıkça insani (ve insancıllaştırıcı) bir süreçtir. Sembolik çevre, sosyal ve kurumsal dinamikleri ortaya çıkarır ve sosyal kalıpları ifade ettiği için onları da besler. O halde, Gerbner'in orijinal olarak "yetiştirme" ile kastettiği şey: mesajlar aracılığıyla etkileşimin, mesajların dayandığı terimleri şekillendirdiği ve sürdürdüğü süreçtir.

1976 yılına kadar Gerbner ve aynı projede birlikte çalıştığı akademisyenlerin Kültürel Göstergeler Araştırması yalnızca televizyon içeriğinin şiddet açısından yaygınlığını analiz etmekte ve tamamen oturmuş bir sisteme dayanmamaktadır.

Gerbner ve Gross (1976) yayınladıkları makalelerinde; okuryazarlık ve mobil sınırlılıkları ortadan kaldıran ve yüksek erişilebilirlik imkânları, geniş kapsamı ve herhangi gereksinime ihtiyaç duymadan gerçekleştirilen televizyon izleme eyleminin Amerikan toplumu üzerinde kültürlenme kaynağının odağında olduğunu ve daha karmaşık araştırma sistemlerine ihtiyaç duyulduğunun altını çizmektedirler. Kültürel Göstergeler Projesini daha ileri taşımak için yürütmekte oldukları çalışmalarına birtakım sorular yöneltmesi gerekliliğini daha önce de aktaran Gerbner, var olan çalışmada aranması gereken yeni çıkarımların şu sorulara (1972, s.2) cevap vermesi gerekliliğinin altını çizmektedir; “Bu (televizyon) dünya neye benziyor? Onu kim dolduruyor ve kim kime ne yapıyor? Şiddet kime yardım eder, kimi incitir?” İzleyicinin tepkisinin veya yorumunun araştıracakları yeni araştırmalarında bu cevaplarla başlaması gerekliliğini ifade ederken “Yetiştirme” çalışmalarının geleceğini öngörmüş olduğu söylenebilir.

Gerbner ve Gross (1976, s.182) ilk defa metot olarak andıkları Yetiştirme Analizi için; “televizyonun toplumun gerçekleri, normları ve değerleri hakkında yetiştirdiği varsayımları araştırmaktadır yargısına varırlar.” Televizyon izlemenin doğrudan etkileri olduğunu iddia etmek yerine, Gerbner ve Gross, izleyiciler tarafından günlük gerçekliği yorumlamak için kullanılan sembolik bir yapı üzerinde dururlar ve buna "Yetiştirme" adını verirler. Bu fenomeni araştırmak için, bilişsel yapı üzerindeki nispeten uzun vadeli etkiler olduğu için diğer analiz türlerinden daha üstün olduğunu iddia ettikleri "yetiştirme analizi" kavramını kullanırlar; söz konusu analiz, sadece geçici bir fikir, duygu veya tutumun yaratılmasından öte kalıcı bir değişiklik kastedilmektedir. Burada televizyonun fantezi ülkesi hakkındaki mesaj sistemi bulgularını sosyal gerçeklik ile sorulara dönüştürdüklerini açıkça ifade etmektedir. Böylelikle Kültürel Göstergeler projesinin metodolojik ayağını oluşturan Yetiştirme Kuramı kısmen oluşmuştur. Yetiştirme analizi, televizyon izleyicilerinin, televizyon dünyasından neleri içselleştirdiğini ve televizyon izleme eyleminin izleyicilerin gerçekler, normlar ve toplum değerlerine dair varsayımlarını nasıl şekillendirdiği hakkında bir öngörü sahibi olmak amacıyla yapılmıştır.

Yetiştirme analizi, genellikle televizyondaki egemen imajları ortaya koyan bir içerik analizinin verilerinin korelasyonu ile bu tip imajların izleyicilerin tutumları

üzerindeki etkilerini değerlendirmek için izleyici araştırmalarının verilerinden oluşur. İçerik analizi, yetiştirme kuramcılar tarafından televizyon dünyasını tanımlamak için kullanılır (Yaylagül, 2006, s.66). Ekme kavramı belli bir şeyi (psikoloji, kültür ve ideolojiyi) belli bir yere (izleyici bilincine) yerleştirme ve besleyip yetiştirmek için yapılan amaçlı girişim anlamındadır. Etki geleneğini ekme tezi açısından sürdüren bu yaklaşım, içerik analiziyle televizyonda egemen imajlar olarak seçilen televizyon dünyasının kültürel göstergeler değişkenlerini belirler ve bu imajların izleyicilere etkisini alan araştırması yoluyla inceler. İncelemede elde edilen televizyon izleme yoğunluğuyla imajlar arasındaki istatistiksel ilişkiyi anlamlandırır (Erdoğan, 1998, s.149). Hughes's göre (1980, s.288): Yetiştirme analizi gerçekten özel bir teknik değil, daha ziyade kültürel imgelemeye yoğun şekilde maruz kalmanın gerçeklik kavramlarını şekillendirdiğini varsayan ve doğrudan gelen basit bir araştırma stratejisidir. Berger'e göre (2014, s.157); Yetiştirme Kuramı, televizyonun "gerçeği" gösterim biçimi ile izleyicilerin gerçeğin ne olduğuna dair algılama biçimleri arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Gerçekliğin çarpıtılmış bir türevine maruz kalan izleyiciler gerçeğin gerçekte olmayan haline maruz kalmış olurlar. Öyleyse: medyanın kendi gerçekliğini sıfırdan üretemeyeceğini, ancak sosyal gerçekliği alıp kendi gerçekliğine çevirebileceğini, insan gerçekliğinin de medya gerçekliği üzerinden oluşabileceğini düşünmek mümkündür (Özer, 2017, s.4).

Fiske'e göre (2003, s.194) Gerbner, görgül iletişim çalışmasını diğer araştırmacılardan daha ileriye taşımıştır. Çünkü o, medya sisteminin içinde büyüdüğü ve seslendiği kültürle nasıl ilişkilendirildiğine ilişkin kuramın temelini oluşturmak için içerik çözümlemesi ve izleyici araştırmalarından elde edilen verileri kullanmaktadır. Gerbner bu ilişkiyi "yetiştirme" olarak adlandırır; yani medya bir kültürdeki tutumları ve değerleri yetiştirir. Medya bu değerleri yaratmaz -değerler önceden var olmak zorundadır; ancak bu değerleri besler, yayar ve kendi değerlerini sürdürmesi, üyeleri arasında yayması ve böylece üyelerini herkesin paylaştığı bir oydaşıma (anaakımlaştırma), bir öznelerarasılık etrafında tutabilmesi için kültüre yardımcı olur. İçerik çözümlemesi bir kültürün tüm ileti sistemi içerisinde gömülü olan değerleri açığa çıkarır; anlamsal ayrıştırma (Yetiştirme Araştırmaları) yöntemi ise bu değerlerin okurda gerçekten yerleşip yerleşmediğini ortaya koyabilir.

Yetiştirme Analizi uygulamalarında çalışmacılar görüşmecilere bir dizi anket uygulamıştır. Bu anket içeriğinde aradıkları “Televizyonun Cevabı”dır. Televizyonun cevabı olarak kabul edilebilen sonuçların baskın olduğu durumlarda ise televizyon tarafından izleyici üzerinde geliştirilen yeni fikir ve sosyal gerçeklik algısının kanıtları bulunmaktadır (Hughes, 1980, s.289). Gerbner’in “Televizyonun Cevabı” (1978, s.195) olarak kastettiği arantı Yetiştirme olgusunun izleyici üzerindeki en önemli kanıtı ve araştırmanın iskeleti niteliğindedir.

Televizyon içeriklerinden drama programlarının çözümlenmesiyle ortaya çıkan sonuçlar yani televizyon dünyası, gerçek dünya ile farklılaşmaktadır (Shannan ve Morgan, 2004). Morgan’a (1986, s.125) göre, bu farklılıklar televizyon izleyicilerinin sosyal gerçeklik tutumlarında zamanla homojen bir değişime neden olmaktadır. Boylamsal analizlerin sonuçlarından biri de; ortaya çıkan bu değişimin televizyon izleme alışkanlığını daha da geliştirdiği yönündedir. Yani televizyon insanların sosyal gerçeklik dünyalarında etkili olurken içeriğinde sunduğu insan sosyal gerçeklik anlayışına daha da yaklaşan bireyler kendilerini daha fazla televizyon izlerken buldukları yönündedir.

1.4.4. Anaakımlaştırma (Mainstreaming) ve Rezonans (Resonance) Kavramları

Televizyon, izleyicilerin gerçeklik anlayışlarına belirli ve ölçülebilir katkılarda bulunur. Bu katkılar hem yapay dünya televizyon sunumlarıyla hem de izleyicilerin gerçek yaşam koşullarıyla ilgilidir. Bunlar, Kültürel Göstergeler adlı uzun vadeli araştırma projesinin temel bulgularıdır ve bir dizi çalışma ile desteklenmiş, genişletilmiş ve iyileştirilmiştir (Gerbner vd., 1980, s.10). Gerbner’in işaret ettiği bu açık sonuçlara varma sürecinde hem yeni bulguların bir sonucu hem de tüm bulguları destekleyici iki yeni kavramsallaştırma karşımıza çıkmaktadır. Kültürel Göstergeler ve Yetiştirme Analizinin boylamsal verilere dayanan sonuçları ile ilgili yeni çıkarımlarda bulunan araştırma ekibinin ortaya koyduğu ve çalışmanın dinamiklerini etkileyecek bu iki yeni teorik gelişmeden bahsettikleri makalelerinde Gerbner ve arkadaşları “Anaakımlaştırma” ve “Rezonans” kavramlarını ortaya koyarlar. Anaakımlaştırma’nın daha genel bir kavram olduğu vurgulanırken “Rezonans” terimi ile daha özel bir durumun işaret edildiği bilinmelidir.

Kültürel Göstergeler ve Yetiştirme araştırmalarına tabii olan grupları ve sonuçları tasvir etmekte, tanımlamakta kullanılan bu iki terimden biri olan Anaakımlaştırma'nın temelini oluşturan "ana-akım" olgusunu nasıl kabul ettiğini açıkladığı makalesinde Gerbner ve arkadaşları şu ifadelerle yer verir (1980, s.14); "Çoğu kültür, birçok farklı akımdan oluşur. Ancak tipik olarak baskın bir tutum, inanç, değer ve uygulama kümesi vardır. Bu baskın akım, sadece tüm çapraz akımların ve alt akımların toplamı değildir. Daha ziyade, paylaşılan anlamların ve varsayımların en geniş boyutlarını temsil eden en genel, işlevsel ve istikrarlı olan görüştür." Bu ana-akım, televizyon dünyasına yoğun şekilde maruz kalmanın izleyicide yetiştirme etkisi oluşturmaya meyilli olduğu bakış açıları ve değerlerin göreceli bir ortaklığı olarak düşünülebilir. Erdoğan ve Alemdar'a göre Gerbner'in ana-akım ifadesi ile kastettiği olgu şu şekilde açıklanır (2005, s.173-174): Televizyon toplumun bütün sektörlerine girer, tekrarlanan ve yaygın kalıplar yoluyla belli bir dünya görüşünü ortaya atar; bu kalıplar organik bir şekilde birbiriyle ilişkili ve içsel olarak uyumludur. Gerbner televizyon seyretmenin farklı grupların yaşam koşullarıyla ve dünya görüşleriyle farklı fakat uygun bir şekilde ilgili olduğunu bulmuşlardır. Bu uygun kalıpların en genel olanları "ana-akım" olarak isimlendirilmiştir. Ana-akım (anayol, orta yol) televizyonun ekmeye çalıştığı genel dünya görüşü ve değerleri olarak tanımlanabilir. Gerbner ve arkadaşları doğrudan kavramsallaştırdığı anaakımlaştırma olgusunu ise şu şekilde açıklamaktadır; "Anaakımlaştırma" ile farklı görüşlere sahip olan televizyon izleyenlerin sonuçlarını, demografik gruplardaki yoğun izleyiciler arasında paylaşılması" (Gerbner vd., 1980, s.15). Açıkça anaakımlaştırma ile kastedilen, farklı görüşlerin baskın görüşler arasında seyreltilmesi durumuna işaret etmektedir. Bu kavram ile araştırma evrenine dahil olan gruplardan benzer demografik ve sosyo-ekonomik durumda olanlar arasında kurulan bu korelasyon araştırma evreninin homojenleştirilmesinde veya görünüm homojen bir yapıya kavuşmasında yardımcı bir genelleştirme olarak göze çarpmaktadır.

"Anaakımlaştırma", yoğun bir şekilde televizyon izlemenin, normalde diğer faktörlerden ve etkilerden kaynaklanan bakış açıları ve davranışlardaki farklılıkları absorbe edebileceği veya geçersiz kılabileceği anlamına gelir. Başka bir deyişle, farklı izleyici gruplarının yanıtlarında bulunan farklılıklar, genellikle bu grupların çeşitli kültürel, sosyal ve politik özellikleriyle ilişkilendirilen farklılıklar, aynı gruplardaki

yoğun izleyicilerin yanıtlarında azalmaktadır (Gerbner, 1988, s.183). Televizyon izlemenin anaakımlaştırmadaki rolünü ve araştırmada anaakımlaştırmanın işlevini açıkladığı bu bölümde Gerbner için televizyon izleme eylemi, araştırma evreninde bulunan benzer yapı ve gruplardaki farklı çıkan sonuçları ortadan kaldıracak nitelikte olduğunu ifade etmektedir.

İnsanların televizyonda gördükleri ile günlük gerçekliklerinin (veya hatta algılanan gerçeklikle) en uyumlu olduğunda bu kombinasyon televizyon mesajının tutarlı ve güçlü bir “çift dozu” ile sonuçlanabilir ve yetiştirme uygulamasının etkisini önemli ölçüde artırabilir. Bu nedenle, televizyon dünyası ile gerçek yaşam koşullarının uyumu "rezonans" içinde olduğunda ve belirgin şekilde güçlendirilmiş yetiştirme uygulama modellerine yol açabilir (Gerbner vd., 1980, s.15). Televizyonda sunulan gerçekliğin, gerçek hayatta var olan ile her zaman ayrı olmayacağı bazı durumlarda benzeşeceği açıktır öyle ki televizyonda gösterime giren bir sekansın gerçek hayat ile benzeşmesi durumda izleyicilerin vereceği tepkilerin boyutu sadece “Yetiştirme”nin sonuçları olarak açıklanmayacak kadar misli boyutlarda olabilir. Televizyonda sunulan durum ile gerçek hayatın benzeşmesi durumuna “rezonans” denir ve bu kavramın tanımında Gerbner ve arkadaşları “Double Dose” (1980, s.15) “*çifte etki/çifte doz*” tabirini kullanır. Kelime ilk akla gelen anlamına yakın olarak terimselleşmiştir. Tınlaşım ve yankılanmanın bir sonucu olan tını benzerliği olarak açıklanan bu fenomen var olan anlamına benzer şekilde “Yetiştirme Analizi”nin çıkarımlarından biri olarak literatürde yerini almıştır. Rezonans, hali hazırda bulunan ve basat olan kültürel kodların televizyon metinlerinde yetiştirme aracı olarak kullanılması durumunun toplum üzerindeki keskin ve çoklu etkisine işaret etmektedir.

1.4.5. Kötü Dünya Sendromu (Mean World Syndrome)

Türkçe literatürde “Acımasız (Çığ, 2011, s.50)”, “Vasat (Serttaş, 2014, s.318)” ve “Kötü (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s.177)” kelimeleri ile karşılık bulan Kötü Dünya Sendromu, Gerbner ve arkadaşları tarafından yürütülen çalışmaların sonucunda ortaya çıkan kavramlardan biridir. Bu kavramsallaştırma tez çalışmasının araştırma ve bulgular kısmında başvurulacak olgulardan biri olacaktır. Gerbner bu ifadeyi ilk olarak tanımladığı çalışmasında “dangerous and mean world” kelimelerini kullanır. Bu

ifadeden yola çıkarak tez çalışmasında bu kavram “Kötü Dünya Sendromu” olarak kullanılacaktır.

Televizyonda şiddet içeriklerine maruz kalmanın saldırgan davranışları teşvik etme olasılığı hakkındaki birçok araştırmanın aksine, Yetiştirme Analizleri televizyon izleme oranını arttıkça izleyicilerin abartılı tehlike, güvensizlik ve mağdur olma gibi kavramlara daha yatkın olduklarının yanı sıra bir şiddet olayına karışacaklarına inanma olasılıklarının daha yüksek olduğunu ortaya koyar. Aynı grup; insan ilişkilerinde “yeterince dikkatli olunamayacağını”, “diğer insanların sadece kendi başlarının çaresine baktıklarını” ve “diğer insanlara güvenilemeyeceğini” ifade eder (Gerbner vd., 1980, s.17-18). Ayrıca bu izleyiciler gerçek dünya istatistiklerinin gösterdiğinden çok daha fazla sayıda kolluk kuvvetlerinin var olduğuna inanmaktadırlar. Tüm bunlar; daha sonraları “Kötü Dünya Sendromu” adı alacak olan durumun temelini oluşturmaktadır (Morgan, Shanahan ve Signorielli, 2015, s.11-12) . Yetiştirme araştırmaları ve incelemeleri, televizyon seyretmenin tehlike algısını yükselttiğini ve abartılmış bir güvensizlik duygusu verdiğini göstermiştir. Televizyonun, kötü ve tehlikeli dünyayı, baskıcı tutumları ve basit-belalı-sert gösterimleri, bu televizyon metinlerini içeren olay örüntüleri ile birlikte televizyon, izleyicilerde büyük tehlikeler ve güvensizliklerin olduğu, "kötü dünyada" yaşadıkları duygusunun az izleyenlerden daha keskin olduğu bulunmuştur (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s.177). Velioğlu’na göre ise (2017, s.122); bu durumun sonucu olarak izleyiciler itaatkâr, tedirgin, başat fikre boyun eğmiş hale gelirler.

“Journal of Communication” ve “The Annenberg School of Communications” tarafından yayınlanan raporlarda, televizyon içeriklerindeki şiddet olaylarının gösterimi sistematik bir biçimde rakamlarla ortaya konulur ve televizyonda gösterilen şiddet içeriğinin gerçek yaşamdan daha fazla olduğu yargısına varılır. Yoğun televizyon izleyicilerinin şiddete olan bakış açılarının ve gerçek dünya algısının televizyon dramalarında gösterilenle tutarlı olduğunu ifade edilmektedir. Bu algının izleyicide televizyon tarafından yetiştirildiği, çalışma dizisinin sonuçları arasındadır. Bu kişiler (Hughes, 1980, s.287) gerçek dünyada işlenen suçların miktarı ve türü hakkında yanlış algılara sahip olma, kolluk kuvvetlerine karışan kişilerin sayısını yanlış tahmin etme, başkalarına daha az güvenme, yabancılaşma ve tecrübe etme

eğiliminde, şiddete karşı aşırı önlemler alma ve geceleri kendi mahallelerinde tek başına yürümekten korkma ve büyük miktarda genelleştirilmiş korkuya sahip olmaya meyilli olacaktırlar.

Gerbner ve arkadaşları tarafından yürütülen “ Television Violence Profile” Televizyonda/Televizyonun Şiddet Profili) isimli araştırma, televizyon draması dünyasındaki güç ve riskin eşit olmayan yapısına ilişkin önceki (Kültürel Göstergeler adı ile yapılan ve Gerbner ve arkadaşlarının yaptıkları ilk araştırma örnekleri) bulguları doğrulamaktadır. Sonuçlar ise, yüksek oranda televizyon izleyenlerde, aynı demografik gruplarda aynı gerçek yaşam risklerine maruz kalan hafif izleyicilere göre önemli ölçüde daha yüksek kişisel risk, kanun yaptırımı ve güvensizlik ve şüphe duygusu ortaya çıkarır. Sonuçlar ayrıca, TV'nin bu "kötü dünya" kavramlarının ve sosyal gerçekliğin diğer yönlerinin geliştirilmesine yaptığı bağımsız katkıların cinsiyet, yaş, eğitim, gelir, gazete okuma ve kiliseye devam etme ile önemli ölçüde değişmediğini gösterir. Altı çizilmesi gereken noktalardan biri de sorularda var olan ya da televizyon metinleri vasıtasıyla var olduğu algısı var edilmeye çalışılan şiddetin baskın bir şekilde yön tarif etmesidir. Sorularda ve cevaplarda şiddetin yönü bir insandan diğerine şeklidir. Çığ'a göre (2018, s.18) medyada görülen şiddetin salt bir şiddet eylemi olmasının ötesinde, kimin kime ne yapabileceğine yönelik bir kılavuz işlevi gördüğü saptaması ve Hughes'in bazı olaylar karşısında şiddet kullanımının haklı görülmesi durumu kötü dünya sendromu kavramının önemli sonuçları arasındadır. “Kötü Dünya Sendromu” varsayımlarına odaklanmış çalışmalarında (Gerbner vd., 1977, s.178) sorulan sorular aşağıdaki gibidir:

- “Sizce çoğu insan bir şansları olsa senden yararlanmaya mı çalışır yoksa adil olmaya mı çalışır?”
- “Genel olarak konuşursak, çoğu insana güvenilebilir mi yoksa insanlarla ilişkilerde çok dikkatli olamayacağınızı mı söylersiniz?”
- "İnsanların çoğu zaman yardımcı olmaya çalıştıklarını mı yoksa çoğunlukla sadece kendilerine dikkat ettiklerini mi söylersiniz?"

Yanıtlar yüksek korelasyonla “Televizyonun Cevabı” şeklinde, evet olacak şekilde kendini göstermektedir. Yetiştirme Analizi’nin Kötü Dünya Sendromu çıkarımı temelde bu soruların müspet cevaplarına dayanmaktadır.

1.4.6. Kültürel Göstergeler Projesi ve Yetiştirme Kuramı Üzerine Eleştirel Yaklaşımlar

George Gerbner’in araştırması ilk ortaya konduğu günden bugüne kuramsal yapısı ve yöntemi ile birçok akademisyen ve araştırmacı tarafından çeşitli yönleri ile eleştirilmiştir. Yapılan bu çalışmanın ana hatlarının belirleyicisi olan Yetiştirme Kuramına yöneltilecek eleştirilere değinmek bu araştırmanın tasarımı açısından oldukça önemlidir.

Uzun ve Tekinalp’e göre (2006, s.101), kültürel göstergeler yaklaşımında bir yöntem sorunu bulunmaktadır. Televizyon iletilerinin içerik çözümlemesi ile incelenmesinin, bu sayısal verilerin ancak toplumbilimin konusu olabileceği önsavını beraberinde getirmektedir. İçerik kategorilerinin araştırmacılar tarafından özellikle seçilmesi ve bu seçkinin nicelleştirilerek izleyicinin anlamlandırmaları olarak sunulması araştırmacının denekler üzerindeki etkisini gösterir niteliktedir.

McQuail ve Windahl, Gerbner ve arkadaşlarının araştırmalarını incelerken araştırma nesnesi için oluşturdukları seçkinin -içeriğin büyüklüğü göz önünde alındığında- yetersiz kaldığını belirtir. McQuail ve Windahl (1997, s.130), hipotezlerini çok genel olarak nitelediği Yetiştirme Araştırmaları televizyon içeriği ve televizyonun doğası hakkındaki görüşleri sınırlar. Televizyon izleme pratiği ve içeriği kuramın öngördüğünden daha fazla içerik ile doludur ve bu durum üretilen içeriğin çoğalması çeşitlenmesi ile daha da doğrulanacaktır. ABD dışında yapılan yetiştirme araştırmalarının sonucuna bakıldığında ise ABD’de yapılan araştırmalarla uyuşmayan sonuçlar vardır.

Araştırma sürecinin bütün evrelerini derinlemesine analiz eden Hawkins ve Pingree (1981, s.364), kontrol deneylerinde ve değişken demografik yapının eşzamanlı olarak anketlere tabi tutulmadığının altını özellikle çizmektedir. Dahası araştırmacıların vardıkları sonuca göre ise Gerbner ve arkadaşlarının kültürel

göstergeler ve yetiştirme kuramı'nın hipotezini şu şekilde yeniden ifade etmeleri gerekmektedir; “Televizyon doğrudan doğruya kendine özgü çarpıtmaları vasıtasıyla yoğun izleyicilerin toplumsal gerçekliği inşa etmeleri sürecini etkiler”.

İrfan Erdoğan'ın Kültürel Göstergeler ve Yetiştirme Kuramı'nı incelediği makalesinde (1998, s.152-163) eleştiriler üç ana başlık altında toplanmaktadır. Nicel verilere dayanan pozitivist-ampirik bulguları, nitel araştırmalara ihtiyaç duyulan sonuçlara bağlamış olması kuramsal eleştirilerin ana fikrini oluşturmaktadır. Yöntemi ile ilgili olarak ise; şiddet endeksine kattığı dramatik eylemlerini tamamen öznel yöntemler ile seçmiş olması, bir içeriği birden çok kez sayarak verilere dâhil etmiş olması ve örneklem seçimindeki sıklık ve frekans, problemlerin ana hattını belirlemektedir. Bulgular ve yorumlarla ilgili ise; televizyon ve içeriğine verilen orantısız güç ve izleyiciler üzerindeki abartılı etkisinin yanı sıra tüm bunların temelinde; analizler izler kitleyi pasifize etmek suretiyle indirgeyici bir tutum sergilemektedir. Maigret (2014, s.43) kurama değindiği bölümde “medya yoluyla var edilen ve izleyiciler üzerinde oluşan bunalım etkisinin neden/sonuç olarak izleyicilerde niçin bir şiddet eğilimine dönüşmelidir?” sorusuyla kuramın çıkarımını eleştirmiş ve sayısal verilere bakıldığında çarpıcı bulunabilecek kuramın analitik olarak anlamlandırılmasının zor olduğunu belirtmiştir.

Televizyon ve izleyen üzerindeki etki araştırmalarına değinen Bauman'a (2012, s.58) göre ise; televizyonda pek az içeriğin izlendiğini ve takip edildiğini, izlenen programlardaki ünlüler ve enformasyon uzmanlarının aktarımlarının yaşam tarzı sunuşlarından öte geçmediğini belirtir. Bu mesajın seyredenler üzerindeki etkisinin ne olabileceğini sormanın ise, “geleceğe ilişkin korku ve umudan sormaktan çok-, Hristiyanlığın bir insanın dünya görüşü üzerindeki ‘etkiler’ini ya da —Çinlilerin sormuş olduğu gibi— Konfüçyüsçülüğün genel ahlak üzerindeki ‘etki’lerini sormaya benzer”. Bauman, bir izleme ve maruz kalma durumunun etki ve sonuçları; etki altında kalmış olduğu düşünülen ya da maruz kalan bireylere sormanın neden-sonuç ilişkilerine olan muğlak katkısını eleştirmektedir.

1.5. KÜLTÜREL BELLEK

Bellek denildiği zaman akla insan beynine dair olgular; nöroloji veya psikolojik boyutlar gelmektedir fakat belleğin ana unsurları sosyolojik verilerdir. Bellek ile ilgili iç olgular ve dış unsurlar bulunmaktadır. Kültürel bellek ziyadesiyle belleğin dış veçhesine işaret etmektedir. Kültürel belleğe konu olan her unsur grup belleğine bağlıdır, keza hem grupça ortak görülmektedir hem de grup değerleriyle bütünleşen unsurlar kültürel bellekte yer bulmaktadır (Barash, 2007, s.18). Kültürel bellek, belli bir toplumun geçmişinde yer alan kültürel mirasının, anılarının, deneyimlerinin ve öğrenimlerinin saklanıp korunması ve yeniden üretilmesini sağlayan bir araçtır. Dolayısıyla toplumların geçmişlerini anlamalarına ve geleceği şekillendirmelerine yardımcı olmaktadır.

Toplumsal bellek denildiğinde, literatürde akla gelen ilk iki isim Durkheim ve Halbwachs'tır. Durkheim kavram olarak “toplum”u kullanmayı seçmiştir, Halbwachs ise “gruplar” kavramını kullanmaktadır çünkü belleğin mahiyetini çoğul olarak görmektedir. Bellek türleri iki ana kola ayrılmaktadır: “bireysel ve toplumsal”. Bireysel bellek, kişinin geçmiş yaşamında karşılaştığı deneyimler ve algılamalardır. Bir grup içerisinde, birlikte yaşanan geçmiş ise toplumsal belleğin konusudur. Fransız sosyolog Maurice Halbwachs, konuya dair önemli ilk değerlendirmeleri yapmıştır. Onun kavramsallaştırması perspektifinden bellek, sosyal kurumlar ve gruplarda meydana gelen kültürel ve kolektif düşünceler biçiminde ele alınmaya başlamıştır. Bildiğimiz üzere bireysel bellek insanın ölümlü olması sebebiyle sonludur. Halbwachs (2017, s.106-109), bunu aşmak amacıyla bir yer ve zamanda grup olarak “birlikte hatırlama”dan söz etmiştir: “Hatıralarımız genellikle kolektif olarak kalır ve yalnızca bizim müdahil olduğumuz olaylar ve yalnızca bizim gördüğümüz objeler söz konusu olduğunda bile bize başkaları tarafından hatırlatılır.” Kişisel biyografisini meydana getiren birey, bunu yalnızca ötekilerle kurduğu iletişim ve bağdan hareket ederek yapabilmektedir.

Ne var ki Halbwachs gruptaki tüm tanıkların öleceği gerçeği sebebiyle “ölümlü olma” durumunu aşamamıştır. Kısacası onun kültürel ve toplumsal bellek anlayışı, bireysel belleğin ölümlü kaderini paylaşmaktadır (İlhan, 2015, s.1402). Paul Connerton, Halbwachs'ın yaklaşımına şöyle yaklaşmaktadır: “Halbwachs, bireylerin;

anılarını bir toplumsal gruba üyelikleri yoluyla, özellikle akrabalık, dinsel ve sınıfsal bağlantıları yoluyla edinebildiklerini, belleklerinde bir yerlere yerleştirebildiklerini ve anımsayabildiklerini ileri sürer.” (Connerton, 1999, s.60). Başka bir deyişle, Halbwachs hatırlama eylemine işlerlik kazandıran bir sosyal çerçeve olarak “hatırlamanın çerçeve analizi”ni geliştirmiştir. Bu noktada, belleğin oluşup korunması için toplumsallığı öne sürmüştür. Ona göre mutlak yalnızlık içerisinde bireyin belleği olmayacaktır. Bellek bireye ait bir yeti olsa da, bu sosyalizasyon içerisinde oluşmaktadır. Toplum ve kültür, kendi üyelerinin belleğini belirlemektedir.

Başlangıçlar içerisinde hatırlama barındırmaktadır. Bu özellikle toplumsal bir grubun yeni yollar aramasında hayata geçmektedir. Mutlak biçimde yeni bir şeyi aklın kabul edebilmesini olanaksız görmektedir. Keza deneyimlerin akla yatkınlığından emin olabilmek için, elimizdeki tek referans geçmiş deneyimlerin bağlamına onu dayandırabilmektir. “Sınırları zaman içindeki deneyimlerimize göre çizilen kavrama dünyası, anımsamaya dayanan örgütlü bir beklentiler kümesinden oluşur.” Bu konuda Connerton, Fransız İhtilali’ni örnek vermekte ve anımsama hususunu anma törenleri ile bedensel pratikler üzerinden sürdürmektedir. Ona göre toplumsal bellek tarihin yeniden kurulması değildir, geçmiş pratiklerin bilgisi onların bıraktığı izlerle edinilebilmektedir. Velhasıl kültürel bellek, yalnızca geçmişin kayıtları değildir, onun şimdiye yeniden üretilmesi ve geleceği de şekillendirmesidir (Connerton, 1999, s.15).

Halbwachs’ın, bireyi ve karşılıklı etkiyi es geçen yaklaşımlarına karşı Assman: “Bizim bu kadar ileri gitmemiz gerekmiyor; bellek ve hatırlamanın öznesi her zaman tek tek bireylerdir, ama onlar anılarını kurgulayan çerçeveye bağımlıdırlar. Bu teoremin iyi tarafı hatırlama ile birlikte unutmayı da açıklayabilmesidir. Bir insan -ve bir toplum- geçmişi sadece bağlantı kurduğu ilişki çerçevesinde yeniden kurabiliyorsa, bu ilişki çerçevesinin dışında kalan her şeyi unutacaktır.” düşüncesini ifade eder (Assman, 2015, s.45). Assman’a göre hatırlama, kültürel bir faaliyettir ve belleğin dış veçhede dört boyutu bulunmaktadır. Birincisi mimetik bellek, yani davranışsal yönde taklit aracılığıyla oluşan bellektir. İkincisi nesneler belleğidir; nesnelerle çevrili biçimde yaşam süren insana geçmişi hatırlatan şeyler dünyasıyla ilgilidir. Üçüncüsü bireyler arası iletişimsel yöndür. Dördüncüsü ise kültürel bellektir ve ilk üç alanı da kapsamaktadır ve bununla birlikte toplumsal belleğe açıklama getirebilmek için

iletişimsel ve kültürel olmak üzere iki bellek ortaya koymuştur. İletişimsel bellek gruba bağlıdır, tek aracı iletişim olduğu için gruptaki taşıyıcılarına bağlıdır ve yakın geçmişi ilgilendirmektedir. Unutulmaya mahkûm bir bellek çeşididir, keza hatırlanabilirliğin artması ve kalıcılığı için aktarılması gerekmektedir.

Kültürel bellek ise sonu gelmeyen kültürel faktörlerdir. Toplumun ortaklaştığı tüm değerler sistemi üzerinden tanımlanmaktadır; toplumda ahlak, inanç, dil, toprak vb. üzerinde ortaklıklar kurulmuştur ve sosyal kurumlarla işlerlik kazanmaktadır. Kültürel bellekte dışsallaşmış mekanizmalar vardır, performans ve beden çerçevesinde değerlendirilirler. Bunlar düğün, cenaze, törenler, bayramlar ve yıl dönümleridir; topluluğun sahip olduğu ortak semboller, bayraklar, giyim, heykeller, mimaridir; müzeler, festivaller ve atasözleri, deyimlerdir. Kültürel bellek, bir nevi toplumun çimentosudur (Depeli, 2011, s.12). Kitle iletişim araçları da bu konuda önemli bir rol oynamaktadır.

Diğer bir bakış açısıyla kültürel bellek, gündelik olmayan hadiseleri hatırlama organı olarak tarihin belli noktalarına işaret etmektedir, hatırlandığı kadarı ile anlatılan ve aktarılan bir geçmiştir. Efsane haline gelmiş ve kuruculaşmış bir hikâye söz konusudur. İletişimsel bellek kendiliğinden yayılırken burada kendiliğinden yayılma yoktur ve bu sebeple kültürel belleğin hikayesi her daim özel anlatıcılara ihtiyaç duyar. Törensel ve biçimlendirilmiş bir olgu olarak bir çeşit zamansal bayramdır. Grup üyelerinin mekân ve zamandaki birlikteliği, kültürü ve kültüre ait kimliği pekiştirmektedir. Bayramlar dışında törenler ve anıtlar da kültürel bellek mekanları arasında sayılmaktadırlar. Nitekim Assman kültürel belleğin dini unsurlarla olan bağına işaret etmektedir (Assmann, 2015, s.60). Bu şekilde toplumsal hatırlamayı törenler ve ritüeller gibi faaliyetlere bağlamaktadır.

Assman'a göre (2015, s.149) kültürel bellek kaydı, semboller üzerinden gerçekleşmektedir. Toplumların zaman içerisinde meydana getirdikleri ile kendi ürettikleri değerlerini gelecek kuşaklara aktarması kültürel bellek ile gerçekleşmektedir. Keza geçmişin gelecek zamanda da devam edip korunmasını isteyen toplum, sahip olduğu değerlerin yeni nesillere aktarılmasını arzulamaktadır. Kültürel belleğin ayırıcı özelliklerinden biri de gelenekler ile sıkı sıkıya bağlı olmasıdır. Bireysel ve kolektif bellek, insanın ölümlülüğü ile sınırlandırılmış

durumdadır (Emir, 2018, s.156). Bu bakış açısına göre, nesilden nesile aktarım ve kültürün korunması kültürel bellek aracılığıyla mümkündür çünkü kültürel bellek geçmişini geleneğe çevirerek diğer belleklerden daha uzun süre hayatta kalmaktadır. Bu yönüyle, gelenekler sayesinde geçmiş, aktarılmakta ve korunabilmektedir.

Toplumsal bellek, yaşanmış durum ve olayların gerektiği zaman yeniden hatırlanmasıdır. Toplumsal bellekte mühim olan bir geçmişin insanlar tarafından aynı anda yaşanmasından ziyade geçmişe dair bilginin ortak olmasıdır. Dolayısıyla kültürel belleğin gücü, geçmişe dair bilgi paylaşımının artmasıyla kuvvetlenmektedir. Toplumsal bellek bir bakıma üç zaman kipi arasında köprüdür; “geçmiş, şimdi ve gelecek”. Bu hususta kültürel bellek, geçmişin doğrudan tanıklarına veya onu yaşamış olanlara değil kültürün genetiğini oluşturan tarihi eserler, müzeler, anıtlar, kütüphane, yer isimleri vb. unsurlara ihtiyaç duymaktadır (Atik ve Bilginer, 2014, s.3).

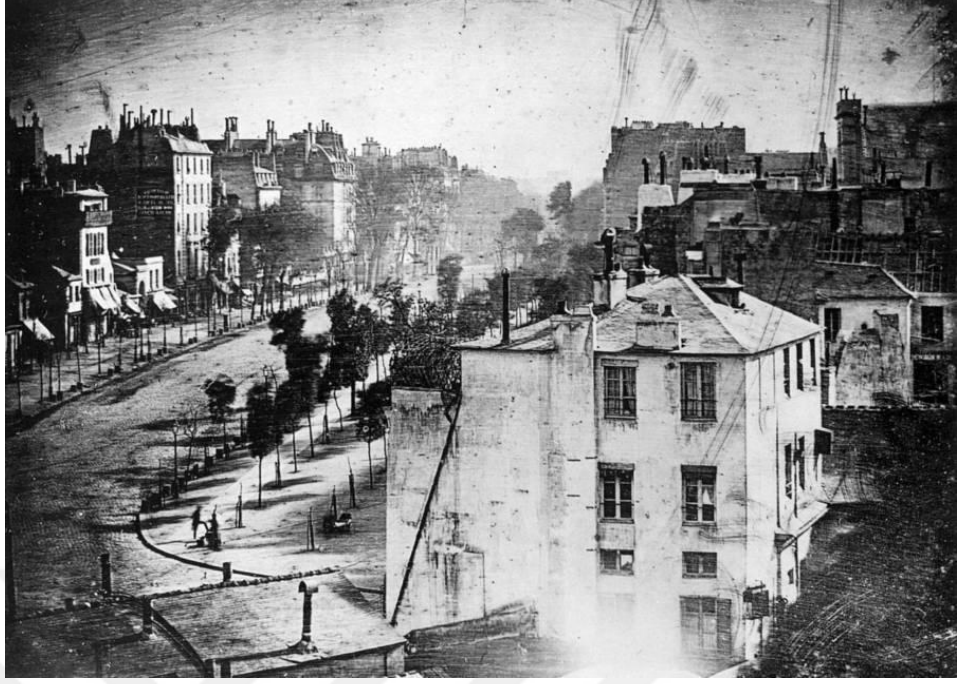
Bu hususta bellek ile tarih arasında farklılıklar olduğu açıktır. Bilgin (2013, s.15) göre; canlı ve resmi olmak üzere iki bellek tipinin farklılıkları ile benzerliklerini açıklamıştır. Bilgin’e göre, resmi belleğin kontrolü egemen grupların elindedir, toplumsal kimliğin inşa edilmesinde kurucu rol oynayan bir bellek tipidir. Ortak kimlik ve bilinç oluşturulması için üretilmektedir. Oysa bellek sürekli değişen ve dönüşen dinamik bir olgudur. Canlı bellek doğrudan Bilgin’in cümleleriyle; “olayların kurban veya faili olarak yükünü çeken, ağırlığını taşıyan, acı ve ıstırabını hissetmiş, tehdit ve korkusunu duymuş, şerefini veya utancını paylaşan insanların inşa ettiği bellektir.”

Assman (2015, s.164) da bu görüşü destekler: “egemen gruplar bir resmi tarih oluşturmakta ve toplumun neyi unutup neyi hatırlayacağını belirlemeye çalışmaktadırlar”. Belirleme için de hatırlanacak unsurlar mekansal düzeye taşınarak sembol ve simgelere dönüştürülmektedir. Eric Hobsbawm buna geleneğin icadı demektedir, rutin haline getirilen pratikler sayesinde kültürel belleğin inşa edilmesine işaret etmektedir. Hobsbawm’a (2006, s.2) göre; “Gelenek icat etmek, geçmişe referansla belirginlik kazanan, özünde bir formelleştirme ve rutinleştirme sürecidir.

1.6. KÜLTÜREL AKTARIM ARACI OLARAK FOTOĞRAF

Kültür, bellek ve teknolojik gelişmeler arasında güçlü bir bağ olduğunu söylemek mümkündür. Buna örnek olarak, 1839'da kullanılmaya başlanan fotoğraf makinesinin işlevleri verilebilir. Fotoğraftan önce resim benzer bir işlev görmüştür, ancak ne yarattığı etki ne de kullanışlılığı fotoğraf ile kıyaslanacak durumdadır. Bu bağlamda, bu başlıkta; fotoğrafın bellek ve toplumsal bellek ile olan ilişkisi ele alınacaktır.

İmgeler kültürel biçimlerdir ve birikirler, resim tekniği ile imgeler kültürel alan içerisinde var olmuşlardır. Ancak fotoğraf makinesinin icadıyla, fotoğrafın imge üretme gücü ile birlikte, imgelerin kültürel bellekteki işlevlerinde ciddi bir kırılma meydana gelmiştir. Fotoğraf, toplumsal belleğin önemli bir taşıyıcısı olarak görülmektedir. Bu yönüyle pek çok bilginin, hadisenin ve hatıratın gelecek kuşaklara taşınmasını sağlamaktadır. Kültürel bellek, bir toplumun gelenek ve görenekleriyle meydana gelmektedir. Bu gelenekler ve toplumsal değerler sürdürülebildiği ve aktarılabildiği müddetçe, kültürel bellek ayakta kalabilmektedir. Fotoğraf, bu tip verilerin unutulmaya başlandığı yerlerde oldukça etkili olmuş, geleneklerin hatırlanması ve yaşatılmasını sağlamıştır. Fotoğraf devamlılığın en güçlü araçlarından bir tanesi olarak geçmişin şimdide yeniden kurulmasına yardımcı olmaktadır (Gök, 2021, s.688). Örneğin Kurtuluş Savaşı ülkemiz için en önemli tarihsel hadisedir. Bu hadisenin önemi elbette yazınsal ve mekânsal kaynaklarla da aktarılıp anlaşılabilir. Ancak o dönemde cephede çekilen fotoğraflar, askerlerin yüzleri ve hatta kısa videolar, savaşın gerçekliğini bizlere en derinden hissettirebilmektedir. Böylece kültürel belleğimizde önemli yere sahip olan geçmiş bir hadise, şu anda yeniden canlanabilmektedir.



Görsel 1. Tarihteki İlk İnsanlı Fotoğraf.

Kaynak: Daguerre, 1838.

Assmann'a göre geçmişle ilişki kurabilmemizin iki şartı bulunmaktadır; birincisi geçmiş tümünden kaybolmamalı ve geçmişe dair bazı deliller bulunmalıdır, ikincisi de mevzubahis delillerin şimdiki zamanın koşullarına göre karakteristik farklılıklar taşıması gerektir (Assmann, 2015, s.306). Fotoğraflar hem geçmişin kaybolmamasını sağlamakta hem de delil niteliği taşımaktadır. Öte yandan geçmiş ile bugün arasındaki farkların anlaşılmasına da sebep olmaktadır. Örneğin on dokuzuncu yüzyıldan bir sokağın ve kalabalık bir insan grubunun fotoğrafına bakıldığında, günümüze göre yaşam tarzlarının ne kadar değiştiğini anlaşılabilmektedir. Bu farkın anlamsal değeri, fotoğraflarda çok güçlü biçimde yansıyabilmektedir.

Görme ve fotoğraf denildiği zaman akla gelen ilk isimlerden biri John Berger'dir. Berger'e göre; mağaraların duvarlarına yapılan çizimler ile Rönesans'ta yapılan resimler arasında ne kadar fark varsa, resim ile fotoğraf arasında da o kadar büyük fark vardır. Özellikle algılanışları oldukça farklıdır. "Fotoğraf makinesiyle anlık görüntüler birbirinden ayrıldı; böylece imgelerin zamana bağlı olmadıkları fikri ortadan kalktı. Başka bir deyişle makine geçen zaman kavramının (yağlıboya resim dışında) görünen şeylerin algılanışından ayrılamayacağını göstermiştir." (Berger, 1986, s.18). İmgelerin zamana bağlı olmayışı, onların fotoğraf sayesinde her zaman

diliminde hatırlanabilmesi ve canlanabilmesi manasına gelmektedir. Bu da toplumsal belleğin unsurlarından biridir.

Fotoğraf sadece yağlıboya resmi gibi bir imge ve gerçekliğin taklidi değildir, bir belgedir ve “gerçeğin kendisinden çıkarılmış bir şeydir.” (Berger, 2015, s.71). Bu da fotoğrafın geçmişe tanıklık etmesi manasına gelmektedir. Ondaki belge özelliği, geçmiş ile şu andaki insanın etkileşim kurmasını sağlamaktadır. Bu elbette sınırlı bir bilgidir. O andaki anlamın tamamını barındırmamaktadır. Bu da fotoğrafın bir propaganda malzemesi olarak kullanılmasının nedenlerinden biridir; yani geçmişin anlamı ve toplumsal bellek, propagandanın anlamıyla biçimlendirilebilmektedir.

Benzer olarak Susan Sontag (2005, s.143) da bazı fotoğrafların şu an ile geçmiş hakkındaki hislerimizin şekillenmesinde büyük rol oynadığını ifade eder. Bu fotoğraflar herkes tarafından bilinir hale geldiğinde, artık belli bir toplumun kültürünün ve fikir yapısının bütünleyici bir parçasına dönüşmektedirler. Bunlar toplumsal bellek öğeleridir. Sontag’a göre bu hafızaların toplamı uzun vadede “kurgu”ya dönüşmektedir. Yani gerçek manada kolektif hafıza diye bir şey olduğunu düşünmemekte, kurgusal ve manipülasyona açık olduğu için, toplumsal hafızanın mahiyetini ideolojik görmekte ve daha ziyade kolektif eğitime işaret etmektedir. “Bütün hafızalar bireyseldir, başka bir şeye indirgenemez; kişinin kendisiyle birlikte ölüp gider. Kolektif hafıza denen şey, hatırlatıcı değil koşullandırıcı bir olgudur: Bu nokta önemlidir ve bu, zihnimizin deposunda kilitli görüntülerle birlikte, olayların nasıl meydana geldiğinin öyküsüdür. İdeolojiler, anlamlı ortak fikirleri özetleyip kapsül haline getirerek öngörülebilir düşünce ve duyguları harekete geçiren, kanıtlayıcı görüntü arşivleri, temsili görüntüler biriktirirler.” (Sontag, 2004, s.85). Bu açıdan fotoğrafın yanlış bellek yaratımı için araç olduğu da görülmektedir.

Olduğu haliyle gerçekliği gösteren fotoğraflar, sanat ve bilim gibi alanlarda oldukça fayda sağlamıştır. Sanat eserleri, mimari eserler, tarihçilerin ve arkeologların ulaşamadığı ve araştırmalarında kullanabileceği görseller, fotoğraf sayesinde kütüphaneye dönüşebilmiştir. Öte yandan fotoğraf; verilerin belgelenmesi, aktarılması ve kullanılması için son derece elverişli olduğundan, bilimsel çalışmalara da büyük katkı sağlamıştır. Bir toplumun sanat eserleri, mimari yapıları, tarihi belgeleri ve bilimsel çalışmaları, onun hayli mühim kültürel öğeleri arasındadır. Dolayısıyla

fotoğraf kültürünün ilerlemesine sebep olduğu gibi, kültürel belleğin güçlenmesine de katkı sağlamıştır. Tüm bu gerçeklik niteliği, fotoğrafa duyulan güvenin psikolojik olarak artmasına sebep olmuştur. Roland Barthes (1996, s.46), fotoğrafın ilk icat edildiği zamanda nesnel gerçekliği bir düzleme aktarması sebebiyle insanları hayli şaşırttığını, ancak zaman geçtikçe gerçekliğin yerini almaya başladığını ifade eder. Başka bir deyişle sadece fotoğraflanan şeylerin gerçek olarak kabul edilmeye başladığını söylemek mümkündür.

Barthes’a paralel olarak Sontag’a göre fotoğraf makinesinin çektiği “bu tür görüntülerin gerçekliği gasp etmelerinin asıl sebebi, bir fotoğrafın her şeyden önce hem bir görüntü, 'gerçek' olan şeyin bir yorumu olması, hem de bir iz, bir ayak izi ya da ölüm maskı gibi 'gerçek'i doğrudan çoğaltan bir şey olmasıdır.” (Sontag, 2004, s.181). Ancak tüm negatif yönlerine rağmen, gerçek “gerçekliğin” unutulmaması ve toplumsal bellek inşası için fotoğrafın önemli olmaya devam edeceği söylenebilir. Fotoğraf, asla bir daha yaşanamayacak olan bir anı veya süreci, mekanik gücü sayesinde yineleyebilmektedir. Bu yönüyle fotoğraf, Assman’ın “geçmişin hatırlama yoluyla yeniden kurulması” (Assmann, 2015, s.74) dediği olguyu, belki de en efektif biçimde hayata geçirmektedir.

Bugün, içinde bulunduğu toplumun tarihsel uğraklarını görüp tanımak isteyen bir birey, internetteki fotoğraf arşivlerine ulaşarak bunu rahatlıkla hayata geçirebilmektedir. Örneğin 1999’da yaşanan Gölcük depremi, toplumumuzun yakın geçmişinde yaşanmış elim ve önemli, her yıl anılan bir hadisedir. Yeni kuşaklar, toplumsal belleğin bir ögesi olan bu depremi görmek istediklerinde, fotoğrafın gücü sayesinde meydana gelen internetteki görsellere ulaşmaktadırlar. Olayı o dönem görmemiş veya gündemine ortak olamamış olsalar da, güncellik içerisinde fotoğraf üzerinden bu ortak acıya katılmakta ve paylaşım yapabilmektedirler. Bu basit örnek bile, fotoğrafın toplumsal bellek için ne kadar mühim bir araç olduğunu ortaya koymaktadır. Bellone (2010, s.103) bu durumu şöyle yorumlar: *“fotoğrafın bir buçuk yüzyılda inanılmaz biçimde geliştiğinden söz etmiş ve önemini şu cümlelerle anlatmıştır; “bizim uygarlığımızı fotoğraf olmadan kimse düşünemiyor artık”.*

Günümüzde, sosyal medyanın da gelişmesiyle fotoğrafın öneminin ne kadar arttığı ortadadır. Çoğunlukla bireysel kullanım için tezahür etse de, bu fotoğraflar

sayesinde tarihsel gerçekler ve bilgiler internette dolaşıma sokulmaktadır. İnternet aynı zamanda bir veri depolama alanı olduğundan, fotoğrafın tarihsel bilgisinin toplumsal bellekte korunma imkânı hayli güçlenmiştir.



İKİNCİ BÖLÜM

2. KÜLTÜREL BİR AKTARIM ARACI OLARAK FOTOĞRAFIN İŞLEVİ VE ETKİLERİ

Bu bölümde, fotoğraf olgusunun kavramsal çerçevesine, fotoğrafın tarihi, türleri, temsil, belgeleme, hatırlama ve hatırlatma, anlam üretimi olmak üzere işlevleri, fotoğraf ve kültür ilişkisi ile kültürel göstergeler yaklaşımından fotoğraf olgusu bölümlerine yer verilmiştir.

2.1. FOTOĞRAF OLGUSU

İnsanın beş duyu organından biri olan görme yetisiyle gözlemleyebildiği maddi varlıkları ışık yardımıyla herhangi bir nesne üzerine işleyen bir işlem olarak tanımlanan fotoğraf kavramı, iki kelimenin birleşiminden oluşmuştur. Buna göre fotoğraf kavramı, terminolojik olarak Yunan dilinde ışık anlamına gelen photos ve yazı anlamına gelen graphes kelimelerinden oluşmuştur. Fotoğraf, dünyadaki maddi varlıkları veya yaşanan olayları örneğin filme veya herhangi bir nesneye aktarma işlemi olması nedeniyle bir kanıt oluşturma özelliği taşımaktadır. Bu yönüyle tarih üzerine analizler ve çıkarımlar yapmada görsel veriler “laboratuvar hizmeti” görmesinden dolayı bu alanda fotoğraf önem teşkil eder (Akbaba, 2005, s.188). Bu doğrultuda bazı devlet kurumları tarafından tarihi canlandırmada bir yol ve tarihi bilgiler elde etme yolunda birincil kaynak olarak açıklanmıştır (Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı, 2015).

Kanıt özelliğinden dolayı bilimsel bir nitelik kazanan fotoğraf, estetik niteliğinden dolayı da bir sanat dalı olarak tanımlanmıştır (Bazin, 2011, s.20). Bu açıdan Zor ve Bulut (2020, s.76) fotoğrafı rönesans ve reform hareketlerinin doğrultusunda ortaya çıkan akılcı-bilimsel düşüncenin bir ürünü olarak tanımlar. Fotoğraf kavramının literatüre girmesi ise 1839’da gerçekleşmiştir. Bahsedilen tarihte Fransız Kütüphaneci John Herschel (1792-1871), Yunan dilindeki ışık ve yazı kelimelerini birleştirerek oluşturduğu kavramı literatüre kazandırmıştır. Fotoğrafın tarihteki ilkleri üzerine yapılan çalışmalarda ise kronoloji çok geniş tutulmuştur. Kavramın doğuşunda fotoğraf makinesi ilk olarak basitçe kara kutu olarak tanımlanmıştır. Makinenin içerisindeki filmin zarar görmesini önlemek için dizayn

edilen kara kutu ile birlikte makinenin işleyişi, objektiften giren ışığın film üzerine aktarılması olarak tanımlanmıştır. Makinenin işleyişi dikkate alındığında ise dört özelliğiyle açıklanmıştır:

- 1-) Işığın geçmediği;
- 2-) Elde edilen görüntünün aktarıldığı bir filmin olduğu;
- 3-) Filme aktarılan görüntünün netlik kazanması için bir mercek sisteminin yer aldığı;
- 4-) Filmin ışıktan zarar görmesini engelleyecek bir sistemi barındıran makine.

Fotoğraf makinesinin icat edilmesi ve kaydedilen görüntünün belirli bir süre sonrası kaybolmaması ile birlikte insanlık tarihi yeni bir sanat ve bilim aracıyla tanışmıştır. Fotoğraf hem sanat hem de bilimin geniş alanlarında estetik veya kanıt niteliğiyle işlev kazanmıştır. Sanayi Devrimi'nin getirdiği yeniliklerin birleşimiyle dünya üzerinde hızlı yaygınlaşan fotoğraf makinesi ve onun kaydettikleri tarihi dönüşümü simgelemiştir. Fotoğraf makinesinin farklı yöntemler kullanılarak geliştirilmesiyle birlikte ise insanlar dünyayı yeniden keşfetmeye başlamıştır.

Estetik özelliğiyle bir sanat dalı olan fotoğraf; tarih, tıp, astronomi ve medya başta olmak üzere farklı alanlarda kullanılmıştır. Teknolojik gelişmelerin yaşanmasıyla 1900'lerde afişlerde kullanılan fotoğraf; Aleksandr Rodchenko, Charles Coiner ve Henry Wolf gibi isimlerin çalışmalarıyla 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren grafik tasarımlarına dâhil edilmiştir (Göçmen, 2016, s. 94). Bir başka kullanım alanı olarak tıpta 1965 yılında İsveç'li fotoğrafçı Lennart Nilsson tarafından insan embriyosunun rahimdeki gelişimin aşamalarını görüntülemek amacıyla fotoğraflanmıştır. Özdemir (2000, s.2) bu çalışmayı "bilimsel bulguları sanat haline getirmek" şeklinde tanımlamıştır.

Bir diğer kullanım alanı olarak uzay çalışmalarında, 1840'ta ABD'li John W. Draper Ay'ı fotoğraflamıştır. 1850'de ise John Adams Whipple ve William Cranch Bond ABD'deki Harvard Gözlemevi'nden Vega yıldızını görüntülemiştir (Oskay, 2020, s.757). Sanayi Çağı'ndan Bilgi Çağı'na geçilmesiyle birlikte farklı iletişim

araçlarının doğması fotoğrafın da kullanım alanlarını genişletmiştir. Günümüzde basın fotoğrafçılığı; belgesel fotoğrafçılığı; reklam fotoğrafçılığı gibi alanların yanı sıra sosyal medya olarak tanımlanan internet üzerinden iletişim ağlarında fotoğrafçılık da oluşmuştur. Özellikle kameralı cep telefonlarının gündelik hayata dâhil olmasıyla birlikte fotoğraf, turizm ve haber nitelikli veya gündelik yaşam alanlarından bir görüntünün kaydedilmesini sağlamıştır (Sağlamtimur, 2017, s.88). Fotoğrafın kullanıldığı bu alanlar kendi içerisinde de alt dallara bölünmüştür. Bu suretle fotoğraf modern çağda çok geniş bir kullanım alanına sahip olmuştur. Örneğin, haber fotoğrafları günümüz basın çalışanları için elzem bir unsur olmuştur Bundan dolayı foto muhabirliği, fotoğrafçılığın bir alt dalı olarak medya için önem teşkil etmiştir (Soygüder, 2013, s.1656). Aynı şekilde sanat fotoğrafçılığı, astronomi fotoğrafçılığı, yemek fotoğrafçılığı gibi alt dallar da literatüre girmiştir.

İnsanın doğaya, sanata, biyolojiye, astronomiye, teknolojiye, politikaya, bilime ve yaşamdaki diğer gelişmelere duyduğu merak fotoğrafın kullanım alanını genişletmiştir. Buna göre fotoğraf, sanatın icra edilmesinde ve yukarıda sıralanan alanlardaki gelişmelerin kayıt altına alınmasında temel işlev görmüştür. Bu önemli işlevinden dolayı ise modern çağın vazgeçilmez unsurlarından biri olmuştur. Özellikle teknolojinin gelişmesiyle insanların rahatlıkla taşıyabilecekleri bir yapıda fotoğraf makinesi veya yüksek çözünürlüklü kameralara sahip cep telefonlarının üretilmesi söz konusu kullanımı da kolaylaştırmıştır. Bu doğrultuda fotoğrafın kullanım alanını genişlerken yaşanan teknolojik gelişmeler söz konusu genişlemeyi hızlandırmıştır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte fotoğraf, bilim ve sanat alanında kullanılmasıyla kültürel bir öge özelliği taşımıştır.

Kullanım alanının yaygın olması da fotoğrafın farklı açılardan eleştirilmesine yol açmıştır. Örneğin literatürde, tarih alanında kanıt niteliği taşıyan fotoğraf, gerçekliği yansıtıp yansıtmadığı hakkında tartışmalar yapılmıştır. 1903 yılında Alfred Stieglitz (1864-1946), Camere Work dergisinde yayımlanan yazısında her fotoğrafın gerçeği yansıtmadığını; pratik olarak üzerinde işlem yapılmamış hiçbir fotoğrafın bulunmayacağını belirtmiştir (Akt. Ertan, 2005, s.58). Bazin ise fotoğrafı sanat tarihinin en önemli icadı olarak tanımlarken aynı zamanda diğer bilim camialarında kanıt niteliği taşıdığını belirtmiştir. Fotoğrafi tanımlamada resim ile kıyası tercih eden

Bazin'e göre resim benzerliğin yaratılması işlemi iken fotoğraf gerçeğin kendisi olmuştur (2011, s.18-19). Antmen (2002, s.131) ise fotoğrafın gerçek ile kurgu arasındaki sorgulama sürecini başlattığını belirtmiştir. Örgel ve Özturan (2016, s.36-37) da söz konusu tartışmaların günümüzdeki parçalanmış toplumsal yapıyla doğrudan bağlantılı olduğunu vurgulamıştır. Aslında araştırmacılar bu tespit ile fotoğrafın bir sanat eseri olarak mı veya bir anı yakalamak için mi çekildiğinin anlaşılmasının temel husus olduğunu belirtmiştir. Sonuç olarak sanat eserlerine yönelik gerçeklik eleştirisi yapılmamakla birlikte kanıt niteliğinden dolayı farklı bilim camialarında bu eleştiri yapılmıştır fakat Değirmenci (2018, s.89) fotoğrafın kanıt niteliğini toplumsal ve kültürel açıdan korumaya devam ettiğini belirtmiştir.

2.2. FOTOĞRAFIN TARİHİ

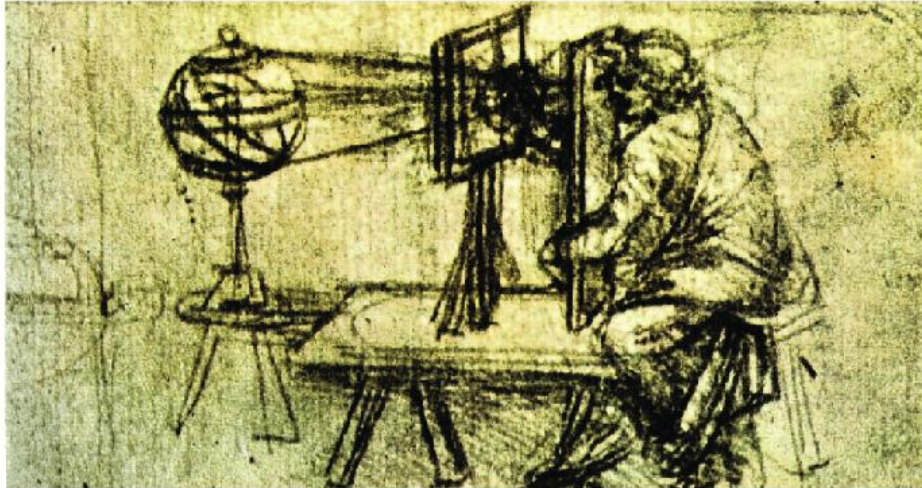
Başlangıç tarihi net olarak belli olmayan fotoğraf, hem karanlık bir kutu içerisinde görüntü ortaya çıkarmanın tarihi hem de söz konusu görüntülerin fotokimyasal yöntemler ile tespit edilmesinin de tarihi olarak kabul edilmektedir. Fotoğraf tarihindeki en belirgin gelişmelerden biri sekizinci yüzyılda İbn-i Hayyam tarafından 'Gümüş Nitrat'ın güneş ışığı etkisi ile karardığını saptamasıdır. Bir diğer önemli buluş ise; on beşinci yüzyılda dönemin ünlü sanatçısı Leonardo da Vinci'nin 'karanlık odada bulunan küçük bir deliğin dış dünyadaki görüntüleri yansıttığını göstermesi' olarak belirtilmektedir. Buna ek olarak 1725 senesinde, kireç ve gümüş nitrat kaplanmış bir kâğıt üzerine şekil yerleştirilerek güneş ışığına yaklaştırılmış ve böylece bu şeklin görüntüsünün oluştuğu tespit edilmiştir (Bilirdönmez, 2010, s.5). Keşfedilmesinin ardından fotoğraf, fizik ve kimya alanlarının birleşimi sonucu meydana gelen bir teknoloji olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Karanlık bir kutuda elde edilen görüntü yansımalarının nitelikleri su ya da ayna üzerinde yansıma aracılığı ile ortaya çıkan görüntüler ile benzer özellikler göstermekte olup, geçicidir (Şener, 2021, s.70).

Işığa karşı hassasiyeti olan birçok maddenin belirlenmesi ve karanlık görüntünün şekillenen dönüşümü 1800'lü yılların öncesine dayanmaktadır. Günümüzdeki hali ile fotoğrafın icadı ise temelde 19. yüzyıla ait bir buluştur. (Osterman, 2007, s.27). Bununla birlikte fotoğrafın kim tarafından bulunduğu ve icat

edildiği süregelen bir tartışma konusudur. Bunun en önemli nedeni olarak fotoğrafın evrensel olarak kabul edilmiş bir tanımının bulunmaması ifade edilebilir.

Fotoğrafın keşfedilmesi aşamasında son derece belirleyici olan camera obscura; sadece bir kutuda yer alan ufak bir delikten ışık yansıdığına, kutunun arka duvarında bulunan sahnenin baş aşağı görüntüsünü meydana getiren efekt oluşturmaktadır. Klasik dönemlerden beri etkisi devam eden camera obscura, fotoğraf tarihinde düşünülen optik fikir olarak ifade edilmektedir (Forrester, 2020, s.2) Fotoğraf makinesinin tarihsel gelişim süreci değerlendirildiğinde ilk olarak camera obscura kavramı ön plana çıkmaktadır (Aksel, 2015, 5). Karanlık kutu olarak adlandırılan ‘camera obscura’ güneş tutulmasını izlemek amacıyla keşfedilmiş olan ilkel bir kutudur.

Camera obscura’ya ait bilinen en eski kayıt örneği Çinli filozof Mozi tarafından M.Ö. 5. yüzyılda gerçekleştirilmiştir. Mozi camera obscura aracılığı ile ışığın düz bir çizgi üzerinde hareketi sonucunda ince bir delikten geçiş yaparak öbür tarafa ters dönerek görüntü verdiğini keşfetmiştir. Diğer taraftan Yunan filozof Aristoteles’de M.Ö. 4. yüzyılda aynı görüntüyü güneş tutulması esnasında fark etmiştir. Aristoteles güneş ışığının yaprakların arasında bulunan aralıktan geçerek bir güneş görünümü meydana getirdiğini saptamıştır (Kuş, 2019, s.383-384).



Görsel 2. Bilinen En Eski Camera Obscura Çizimi
Kaynak: İFSAK, 2022.

Camera obscura'yı kullanan ünlü isimlerden bir diğeri de Leonardo Da Vinci'dir. 1452-1519 seneleri arasında hayatını sürdürmüş olan Leonardo Da Vinci, camera obscura kavramını tanım olarak kullanan ilk insan olarak belirtilmektedir. Benzer biçimde Napoli'li Jean Batiste Porto'da 1533 senesinde camera obscura kavramının tanımını ve ilkelerini yapmış olduğu çalışmalar neticesinde ifade etmiştir. İngiliz bilim adamı Newton'un camera obscura'nın ön kısmında yer alan küçük deliğe mercek ilave etmesi de, günümüzde kullanılan fotoğraf makinalarının temelini oluşturmaktadır. 16., 17. ve 18. yüzyıllar süresince devam eden tarihsel dönem kapsamında ressamın çoğu tarafından kullanılan camera obscura, fotoğrafın keşfedilmesine kadar olan dönemde sanat ve resim alanında kullanılmıştır. (Görgülü ve Odabaş, 2018, s.72). Buna bağlı olarak da yapısında birtakım değişimler ve gelişmeler ortaya çıkmıştır. Böylece aracın portatif kullanımı gündeme gelmiştir.

İlk insanlar tarafından mağara duvarlarına çizilmiş olan resimler; yaşanan dönemi ve mekânı belgelemektedir. Mısır'da bulunan mezar freskleri ile geçmişin izlerini yansıtan mağara resimleri; insanların gördüklerini kalıcı hale getirme arzusuna örnek olarak gösterilmektedir. Bu resimler, eski çağlardan bilgi aktarımı yapan önemli belgeler olarak tarihteki yerini almışlardır. 1800'lerin ortasında, ışığı ve ışığa karşı hassas olan bir zeminden yararlanarak nesnelerin görüntülerini zemin üzerine kaydederek sabitleme tekniği olarak ifade edilen fotoğraf; icat edilışinden makine aracılığıyla kullanılmaya başlandığı 1839 senesine değin, M.Ö. dördüncü yüzyıldan itibaren optik, teknik ve kimyasal gibi birçok evreden geçmiştir (Önen, 2016, s.5). Bu yönüyle fotoğrafın tarihsel gelişimi incelendiğinde, bir tesadüf neticesinde değil, bir ihtiyaç neticesinde ortaya çıktığı görülmektedir. Fotoğrafın genel itibariyle en kesin başlangıcı 1826 senesi olarak kabul edilmekte olup, fotoğraf ile ilgili çalışmalar 1826 senesinde J. Nicéphore Niépce ile başlamıştır. Fotoğraf tarihinin başlangıç eseri Niepce tarafından 8 Aralık 1827'de İngiltere'de yer alan Royal Society'ye duyurulmuştur. Söz konusu bu fotoğraf ve akabinde önce oluşturulan fotoğraflar güneş ışığı ile meydana getirildiğinden 'Heliography' şeklinde isimlendirilmiştir.

Literatürde fotoğraf ile ilgili araştırmalar 8. yüzyıla kadar dayanmakla birlikte asli gelişmeler 18. yüzyılda kaydedilmiştir. İcat edilmesi ise Joseph Nicephore Niepce'nin 8 Aralık 1827'de ilk fotoğrafı İngiltere'deki Royal Society'e bildirmesiyle

gerçekleşmiştir (Ertan, 2005, s.57). Fakat bahsedildiği üzere bu gelişmenin sağlanması oldukça zahmetli süreçleri içermiştir. Buna göre, ilk bilimsel çalışma İbn-i Hayyam'ın gümüşü nitrik asitte çözerek gümüş nitratin karardığını keşfetmesi olmuştur (Vargün, 2021, s.43). Yaklaşık iki asır sonra 1038'de Hasan İbn-i el Heysem karanlık odaya ufak bir noktadan giren ışık parçacıklarının dışarıdaki maddi varlıkların görüntüsünü karşı nesneye ters olarak yansıttığını keşfetmiştir (Kuleli, 2015, s.40). 1519'da İtalyan sanatçı Leonardo da Vinci ve Alman ressam Albrecht Dürer, karanlık odada benzer çalışmalar yürütmüştür. 1550'de Jerome Cardon karanlık odadaki deliğe bir cam yerleştirerek Heysem'in keşfettiği yansımayı netleştirmiş; böylelikle mercek olarak tanımlanan gelişmeyi sağlamıştır. 1650'de ise karanlık odanın küçültülmesine yönelik çalışmalar başarıyla tamamlanmıştır. 1727'de Johann Heinrich Schulze bir dizi kimyasal süreçler yürüterek kâğıt üzerine görüntü aktarmayı başarmış ve bir süre boyunca kâğıt üzerinde görüntü elde etmiştir fakat görüntünün belirli bir süre sonra kararak kaybolmasından dolayı fotoğrafın kâşifi olarak sayılmamıştır (Uğurlu, 2007, s.211). 1800'de ise Thomas Wedgwood ve Humphry Davy bir cama aktardıkları görüntüyü kimyasal süreçten geçirdikleri kâğıda aktarmayı başarmışlardır. (Sırmalı, 2019, s.32). 1826'da Fransız araştırmacı Niepce karanlık oda ile ışıktaki kaybolmayan ilk görüntüyü elde etmiştir. Böylelikle 8 saatlik pozlandırmadan sonra avlu görüntüsünü metal üzerine aktarmayı başaran Niepce, fotoğrafın kâşifi olarak tarihe geçmiştir (Özdemir, 2000, s.18). Louis Daguerre'de Niepce'nin tekniğini geliştirerek doğrudan pozitif çekmeyi başarmış ve üçüncü banyoyu da keşfetmiştir. 1835'teki çalışmalarında gümüş levha üzerindeki gizli görüntüyü görünür hale getirmenin formülünü bulmuş ve 1837'de sodyum klorür ile görüntüyü sabitlemeyi başarmıştır. Uyguladığı teknik 19 Ağustos 1839'da Daguerreotype adını almıştır (Ünlü, 2017, s.7). Bu sayede Niepce ile keşfedilen fotoğraf Daguerre ile geliştirilmiştir. Demir yollarının ve buharlı gemilerin yaygınlaşmasına paralel olarak Daguerrotype'nin geliştirilmesiyle maceracılar ve bilim insanları fotoğrafın icadı ile dünyayı yeniden keşfetmiştir. 1840'da William Henry Fox Talbot'un görüntü keskinliğini geliştirmesi de yeniden keşfi hızlandırmıştır. Buna göre 1846-52 yılları arasında İtalya ve Mısır başta olmak üzere Akdeniz sahillerinde 1500'den fazla görüntü elde edilmiştir (Özdal, 2012, s.65-66). Daha sonraları kronolojik olarak Talbot, Joseph Petzval, Frederick Scott Archer, George Eastman, Adolf Miethe ve Arthur Traube'nin çalışmalarıyla

fotoğraf bilimi günümüze kadar geliştirilmiştir. Özellikle Eastman'ın Kodak fotoğraf makinesini icat etmesi ve 1935'de Kodak şirketinin ilk renkli filmi (Kodakrom) çıkarması renkli fotoğrafçılığın; başka bir tabir ile modern fotoğrafçılığın başlamasını sağlamıştır (İlkyaz ve Şahin, 2014, s.162) (Nickel 2001, s.549) (Bertrand, 1997, s.138).

Fotoğraf tarihinde dönüm noktalarından biri, 1837 senesinde ünlü Fransız sanatçı ve kimyacı Jacques Mande Daugerre'nin bakır ve gümüş birleşimi olan bir plaka üzerinde civa buharı aracılığı ile ilave ederek yeni bir görüntüleme tekniği icat etmesidir. Jacques Mande Daugerre'nin kendi ismini koymuş olduğu bu görüntüleme tekniği Daugerreotype şeklinde adlandırılmıştır. 'Daugerreotype' adlı görüntüleme tekniği 19 Ağustos 1839 tarihinde Fransız Bilimler Akademisi ve Güzel Sanatlar Akademisi'nde meydana gelen ortak toplantıda, Bilimler Akademisi Sekreteri François Arago tarafından ilk kez belirtilmiştir. Bu gelişmeler ile beraber fotoğraf hızlı bir gelişme evresine girmiş ve bu süreç ile birlikte fotoğraf; reklam, sanat, tanıtım, pazarlama ve belge amaçlı kullanılmaya başlanmıştır. Fotoğrafın reklam amaçlı kullanılmasının ilk uygulamalı örnekleri 1850'li yıllara dayanmaktadır. Fakat dönemin teknoloji olanaklarının az olmasından ötürü ilk fotoğraflı afişler; 1900'lü senelerin başlangıcından itibaren üreilmeye başlanmıştır. Basın fotoğrafı özelliğini gösteren ilk fotoğraf ise 14 Ekim 1843 yılında Jules Itier tarafından çekilmiştir. Çin İmparatorluğu ve Fransa arasında gerçekleştirilen antlaşmanın fotoğrafları döneminde gazetelerde yer almamışken, sadece Jules Itier'in foto muhabirlik görevi fotoğraf tarihinde bulunmamaktadır. Bu tarihler incelendiğinde, bir sanat dalı açısından kısa süre olarak kabul edilen bu süreçte, fotoğrafın bu denli hızlı bir gelişim göstererek gündelik hayatımıza girmesi ve ardından kendini sanat, tarihsel izleme şekilleri ve bilimsel araştırmalar gibi birçok alanda geliştirmesi büyük önem arz etmektedir (Aybay ve Çeken, 2021, s.495) (Ertan, 2005, s.57) (Aydın, 2016, s.6).

Yine aynı dönemde Albert S. Southworth ve minyatür ressamı Josiah J. Howes 1844 senesinde dagerotip (gümüş nitrat ile ışığa karşı duyarlı hale getirilen bakır levhalar) firmasını kurmuşlardır. Southworth & Hawes olarak adlandırdıkları bu firmanın müşteri portföyü, geniş bir yelpazeden oluşmaktadır. Fotoğrafın ilk ünlü ustaları olarak kabul edilen Southworth ve Howes, yalnızca stüdyoya bağlı kalmamış;

kameralarını kasabaya da çıkarmıştır. Öğrencilerin sınıflarında doğal mekânlarında fotoğraflarını çekmişlerdir. Southworth ve Howes, yaşadıkları dönemde büyük bir kabiliyet olarak kabul edilebilecek biçimde, portrelerindeki karakteri ön plana çıkarmışlardır. Bu önemli ikili, gizli tuttukları kendi metotları aracılığı ile dagerotip pozlama zamanını 25 saniyeye kadar azaltmıştır ve bu süre zarfında çekmiş oldukları fotoğraflarını ‘an’ fotoğrafları şeklinde ifade etmişlerdir (İlbaysözü, 2021, s.13-14).

Fotoğrafın tarihi gelişim aşamasında önemli olan bir diğer isim İngiliz fizikçi James Clerk Maxwell olarak bilinmektedir. Maxwell, ışığın yeşil, mavi ve kırmızı olarak üç ana renkten meydana geldiği prensibinden hareketle 1861 yılında ilk renkli fotoğrafı ortaya çıkarmıştır. James Clerk Maxwell’in renkli fotoğrafı üretmesinin temel nedeni; kırmızı, yeşil ve mavi renklerin belirli miktarlarda birleşimi sonucu, istenilen bütün renklerin elde edilebildiğini göstermesidir. George Eastman tarafından 1888 yılında düzenlenen selüloz nitrattı film bobinleri ve 1912 senesinde çok katmanlı renkli filmlerin icat edilmesi ile birlikte fotoğraf cihazları endüstrileşmeye başlamıştır. 1935 senesinde ise Eastman Kodak şirketi tarafından Kodakrom filmi piyasaya sunulmuş ve hemen akabinde Agfa şirketi tarafından da Agfacolor film imalatı yapılarak piyasaya verilmiştir (Sengül, 2013, s.72).

Tarihsel açıdan bakıldığında fotoğraf, sadece bir kişinin icadı olarak değerlendirilemez. Aynı zamanda sanayi devriminin ardından yaşanan teknolojik ve sosyal hayatta meydana gelen gelişmeler neticesinde birbirini seyreden gayretlerin bir sonucu olarak da ifade edilmektedir. 19. yüzyıl Avrupa’sında orta sınıfın gelişim göstermesi yükselen gereksinimlerin ihtiyaç duyulandan fazla üretim yapması, matbaa teknolojisinin gerilemeye başlaması, çizimlerin basit bir biçimde çoğaltılmaya çalışılması yeni yöntem arayışlarını hızlandırmıştır. Yükselen yoğunluk ve talep ressamların, minyatürcülerin söz konusu alanlarda mekanize olmasını zorunlu hale getirmiş ve bütün bu gelişmeler fotoğrafın icadını hızlandıran etkenler arasında yerini almıştır (Gök, 2010, s.6).

19. yüzyılda gerçekleşen teknolojik değişimler ve bilimsel araştırmalar neticesinde fotoğrafın keşfi ile ilgili yeni görme şekilleri ön plana çıkarılmaya başlanmıştır. Dünyada meydana gelen gelişmelere değişik bir bakış açısı ile yaklaşılmaya başlanmış olup, resmin fotoğrafın etkisi altında kaldığı gibi fotoğrafta

resim sanatından etkilenmiştir. Bu sayede fotoğraf, resim sanatı ile beraber gelişim göstermiş ve karşılıklı olarak birbirlerini yönlendirici etki yaratmıştır. Bunun sonucunda fotoğraf ve resim sanatı görme konusu ile ilgili benzer yaklaşımlar sergilemişlerdir. Fotoğraf keşfedildiği günden günümüze kadar resim sanatı içerisinde vazgeçilmez bir yere sahip olmuştur. Geçmişten günümüze kadar gelmiş olduğu aşama değerlendirildiğinde fotoğrafın, teknolojik boyutta büyük bir gelişme göstermiştir. Bunun en belirgin örneği de Fransız bilim insanı Joseph Nicéphore'nin yapmış olduğu çalışmalar da bariz bir biçimde görülmektedir. Diğer taraftan 19. yüzyılın ilk çeyreğinde Niepce tarafından ilk doğa fotoğrafının meydana getirilmesi sonucunda; insan varlığı, sanata yönelik oluşturma reflekslerini görüntüleyebilen resim uygulamalarında gerçekliğe erişim sağlamayı başarmıştır. Bu süreç kapsamında oluşan fotoğraf yöntemi, doğaya bağlı nesnel gerçeği hiç değiştirmeden görüntüleyebilme kabiliyeti ile resim sanatında yeni bir kırılma aşamasının gerçekleşmesine sebep olmuştur (Gümüş, 2021, s.9-10).

2.3. FOTOĞRAF TÜRLERİ

Günümüz çağı, hareket ederken sürekli olarak fotoğraf çekebildiğimiz ve sosyal medyada paylaşım yaptığımız akıllı telefon çağı olarak adlandırılmaktadır. Bu çağda bütün insanlar bir biçimde fotoğraf veya görsel görüntü ile karşı karşıya kalmaktadır. Sosyal medyada yer alan arkadaş fotoğraflarına, büyük reklam afişlerine ya da yerel dükkânlarda bulunan reklam kampanyalarına bakıp bakmadığımız durumlarda; fotoğrafçılık bir mesaj vermek ya da seyirciye bir hikâye anlatmak için yararlanılan bir araçtır (Popal, 2020, s.19).

Güzel'e göre (2020, s.16), fotoğraf, görsel olarak etkileşim kurmanın en önemli unsurlarından biri kabul edilmektedir. Diğer yandan fotoğraf estetik yönü ile değerlendirildiğinde de bir sanat olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle fotoğraflar; kullanım amaçlarına ve konularına göre farklı bölümlere ve kategorilere ayrılmaktadır. Kaynakların birçoğunda fotoğrafa ait 30'dan fazla kategori olduğunu görmek mümkündür

2.3.1. Portre Fotoğrafçılığı

Portre fotoğrafçılığı, bireyleri veya grupları temsil eden fotoğrafların çekilmesiyle ilgilenen bir fotoğrafçılık dalıdır. Bu tür fotoğraflarda, insanların yüzleri, ifadeleri ve kişilikleri ön plandadır.

Portre, fotoğrafın vazgeçilmez bir unsurudur. Sanatsal ya da bilimsel portre tipolojilerinin meydana getirilmesinde insan yüzünün benzerlik veya farklılıklarından ötürü insana ait olan kimliğin görünür hale getirilmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Portreler, insanlara ait olan kimliği nesnel olarak somut hale getirmektedir. Diğer bir ifade ile portre, belli bir çerçeve içerisinde fotoğraf üzerinde bulunan öznenin yüzüne ait olan detayları gün yüzüne çıkaran fotoğraflar olarak da ifade edilebilmektedir (Görgülü, 2020, s.231). Portre fotoğrafları, bir kişinin özelliklerini, duygularını, karakterini ve/veya hikâyesini yansıtmayı amaçlar. Fotoğrafçılar, ışıklandırma, kompozisyon, arka plan ve çekim açıları gibi unsurları kullanarak, izleyiciye bireyin veya grubun kişiliğini, duygularını veya bir anıyı aktarmaya çalışırlar.

Söz konusu portre tanımı, bir bireyin bedenine ait taklitçi görsel temsillerini içermektedir. İnsan fotoğrafçılığı olarak da adlandırılan portreler, fiziksel bedeni tip, kimlik, karakter vb. ifadeler ile özdeşleştirerek, göstergebilimsel sistemlerin bir parçasını oluşturmaktadır (Broeckmann, 1996, s.9). İtalyan asıllı İngiliz sanatçı Maurizio Anzeri' nin, bitpazarından almış olduğu geçmişe ait fotoğrafları bir nakış gibi işlemesi ve böylece farkında olmadığımız bambaşka yaşamların izlerini değerlendirmesi portre sanatına örnek olarak gösterilebilir (Birinci, 2016, s.17). Buna ek olarak Maurizio Anzeri'nin diğer portre çalışmaları incelendiğinde, özenle hazırlanmış nakış işlemeli ve desenli kostümlerin; insanların düşünce ve hislerini ortaya koyduğu görülmektedir

Geçmişten günümüze kadar olan süreçte fotoğrafın gelmiş olduğu son durum incelendiğinde, her zaman belgelemek ve kayıt altına almak isteği ile kullanıldığı görülmektedir. İşte bu isteğin başlangıcı ilk dönemlerde portreler olarak belirtilmektedir. Bu nedenle portrelerin ilk kayıtlı belgeler olduğunu söylemek mümkündür. Teknolojide meydana gelen gelişmeler ve daha az yer kaplayan kompakt makinelerin ortaya çıkması ile beraber belgeleme arzusu belli başlı ortamların dışına

taşmaya başlamıştır (Çubukcu ve Sözüneri, 2016, s.409-410). Böylece yalnız portre değil; insanlık, yaşam, doğa, şehirler, üzüntüler ve savaş konuları da fotoğrafçıların büyük çabaları ile görüntülenerek kayıtlı belge haline getirilmeye başlanmıştır.

Portre fotoğrafları, çeşitli ortamlarda çekilebilir. Bunlar stüdyo ayarında profesyonel bir ortam olabilir veya dış mekânlarda, doğal ışığın kullanıldığı daha rahat bir ortamda çekilebilir. Ayrıca, portreler siyah-beyaz veya renkli olarak çekilebilir, yakın çekimler veya tam vücut çekimleri olabilir. Portre fotoğrafçılığı, profesyonel bir fotoğrafçılık dalı olmanın yanı sıra, amatör fotoğrafçılar için de popülerdir. Sosyal medya profilleri, aile albümleri, mezuniyet fotoğrafları, düğünler veya diğer özel etkinlikler gibi çeşitli amaçlarla portre fotoğrafları çekilebilir. Özetlemek gerekirse, portre fotoğrafçılığı, insanları ve onların ifadelerini, kişiliklerini ve hikâyelerini yansıtan fotoğrafların çekilmesiyle ilgilenen bir fotoğrafçılık dalıdır. İnsanları en iyi şekilde temsil etmek, ifadeleri ve duyguları yakalamak için fotoğrafçının yetenekleri ve yaratıcılığı önemlidir.

2.3.2. Belgesel Fotoğrafçılığı

Belgesel fotoğrafçılığı, gerçek yaşamı belgelemek ve anlatmak amacıyla fotoğraf kullanma pratiğidir. Bu tür fotoğraflar, olayları, insanları, yerleri, kültürel veya sosyal durumları veya doğal dünyayı belgelemek için kullanılmaktadır.

İlk defa 1930 yıllarında ortaya çıkan belgesel fotoğrafçılığı, fotoğrafçının bir konuyu ifade ederken gerçeği anlama gayreti ve bu durumun çekmiş olduğu fotoğraflara yansımasıdır. Anlatmak istediği konuyu görselleştirirken bir sorunu çözme çabasıdır (İnan ve Azmanoğlu, 2016, s.587). Bütün bunların ötesinde belgesel fotoğrafçılığı, ayrıntılı bir biçimde inşa edilmiş olan görüntüleme tekniği ya da görme biçimi olarak da ifade edilmektedir. Önceden tasarlanan doğasına karşın belgesel fotoğrafçılık; gerçek olanı son derece aracısız bir biçimde ortaya koymaktadır. Belgesel fotoğrafçılık; sadakat, tarafsızlık ve gelecek nesil kavramlarına dayanmaktadır. Zor konulara açık ve klinik bir gözle yaklaşmakta olup, barakada yaşayan ya da kilisede dua eden insanlara karşı olan duygularımızı görmezden gelmektedir. Belgesel fotoğraf, orijinale saygılıdır; ancak buna rağmen dolaylı olarak

biçimsel nitelikleri ön plana çıkartmaktadır (Vassallo, 2014, s.18-19). Belgesel fotoğrafçılığı, bir hikâye anlatma amacı güder. Fotoğrafçılar, toplumsal, politik, çevresel veya kültürel konulara odaklanarak gerçek yaşamı, sorunları veya önemli olayları görsel olarak aktarmayı amaçlarlar. Bu tür fotoğraflar, izleyicilere olaylar aracılığıyla bir hikâye anlatırken aynı zamanda bir mesaj iletebilir.

Belgesel fotoğraflar genellikle doğal ve spontane anları yakalamayı hedefler. Fotoğrafçılar, konuyu ve durumu anlamak için zaman harcarlar ve uygun anı, kompozisyonu ve ışıklandırmayı yakalamak için sabırlı olurlar. Fotoğrafların diyalog kurmadan gerçekliği yansıtması önemlidir. Belgesel fotoğrafçılığı, gazete ve dergi fotoğrafçılığı, sosyal belgesel fotoğrafçılık, seyahat belgesel fotoğrafçılığı ve insan hikâyelerine odaklanan belgesel fotoğrafçılık gibi alt kategorilere ayrılabilir. Bu tür fotoğraflar, belgesel projelerde, sergilerde, kitaplarda veya medya platformlarında yayınlanabilir. Belgesel fotoğrafçılığı, gerçeklikle yakından ilişkili olduğu için etik sorumluluklar içerir. Fotoğrafçıların dürüstlük, objektiflik ve izleyicilerin haklarını korumak için doğru temsil ve sunum yapma sorumluluğu vardır.

20. yüzyılda hızlı bir gelişim gösteren belgesel fotoğrafçılık, taşıdığı nesnel bakış açısı ile kimliklerin kayıt altına alınması için ideal bir araç olarak ifade edilmektedir. Fakat belgesel fotoğrafı sanat eserine dönüştüren, imgenin sadece bir görüntü kaydı olmasından ibaret değildir. Aynı zamanda içerisinde barındırdığı anlamsal zenginliktir. August Sander belgesel fotoğrafçılığın önde gelen sanatçılarından biridir. Sanatçı 20. Yüzyıl başlangıcındaki Alman toplumunu meydana getiren sınıfları temsil eden tipik insanların, büyük ve küçük burjuvaların, zengin ve fakir köylülerin, işçi sınıfının, bohem ve entelektüellerin fotoğraflarını çekerek; toplumsal kategorileri ortaya koymuştur (Papila, 2007, s.186). August Sander'ın çekmiş olduğu fotoğrafların sanatsal yönü 'imgelerinin anlam yoğunluğunun çok yönlü ve karmaşık olması' olarak tarif edilebilir.

Sonuç olarak, belgesel fotoğrafçılığı, gerçek yaşamı belgelemek, hikâyeler anlatmak ve toplumsal veya kültürel konuları görsel olarak aktarmak için kullanılan bir fotoğrafçılık türüdür. Bu fotoğraflar, izleyicilere gerçekliği yansıtan anılar ve mesajlar sunar.

2.3.3. Moda Fotoğrafçılığı

Moda fotoğrafçılığı, moda endüstrisi için kullanılan görsel içeriğin oluşturulmasıdır. Moda fotoğrafçılığı, moda dergileri, reklam kampanyaları, kataloglar, markaların web siteleri ve sosyal medya gibi platformlarda kullanılan moda ürünlerini ve tasarımlarını tanıtmak amacıyla gerçekleştirilen profesyonel bir fotoğrafçılık dalıdır. Moda fotoğrafçılığında, moda tasarımlarının, aksesuarların, makyajın, saç stiline ve genel olarak stiline etkileyici bir şekilde görselleştirilmesi önemlidir. Fotoğraflar, moda markalarının veya tasarımcıların estetiklerini yansıtmalı ve hedef kitleye ulaşmada etkili olmalıdır.

Moda fotoğrafı, bir kıyafetin veya herhangi bir moda unsurunun niteliklerini ön plana çıkaracak şekilde, farklı yöntemlerden yararlanılarak görüntüleme tekniğidir. 1920 yıllarında gelişen moda fotoğrafçılığı; fotoğrafçıların yaratıcılıklarını daha fazla ön plana çıkartabilmek amacıyla tercih ettikleri bir alan olarak ifade edilmektedir çünkü moda fotoğrafçılığı, insanların klasik bir ürün tanıtımının aksine hayal gücünün ön plana çıkacağı çalışmalar gerçekleştirmesine olanak sağlamaktadır. Giysi tanıtımı 20. yüzyıl başlangıcında moda fotoğraflarının yazılı basında yer almaya başlaması ile birlikte önemi giderek artan bir konu olmuştur ve bu durum moda fotoğraflarının bu yönde kullanımını artırmıştır. Çünkü bir ürünün pazarlanabilmesi ve satılabilmesi ancak görünür olması ile mümkün olmaktadır. Moda sektöründe fotoğraf; belli bir ürüne ilişkin gereksinim oluşturmak, insanların belirlenen bir ürünü satın almasını sağlamak, bu satın alma isteğini eyleme geçirmek ve satın alma işlemine dönüştürmek amacıyla yararlanılan önemli bir araçtır (Halaç ve Baran, 2021, s.46-47) (Tekkılıç ve Alp, 2017, s.313). Moda fotoğraflarının diğer fotoğraf türlerine oranla daha fazla renkli olması en karakteristik özelliği olarak nitelendirilmektedir.

Aspers'e göre (2001, s.3), moda fotoğrafçılığı kolektif bir süreçtir. Bu nedenle fotoğrafçı, ortak yapımcılar şeklinde adlandırılacak kişiler ile iletişim halinde olmaktadır. Moda fotoğrafçıların yanlarında bir asistanı vardır ve bu asistan eski zaman çırağı gibidir. Bir moda fotoğrafçısı, fotoğraf üretebilmek için mankenler, kuaförler, makyözler ve stilistlerden de yararlanmaktadır. Stilist, fotoğrafçı dışında bulunan bütün yapım ekibi içerisinde belki de en önemli kişi olarak ifade edilmektedir. Diğer bir deyişle moda fotoğrafçılığı, genellikle profesyonel modeller, makyaj

sanatçıları, saç stilistleri ve moda stilistleri gibi ekip üyelerinin işbirliği içinde gerçekleştirilir. Fotoğrafçılar, uygun ışıklandırma ve kompozisyon teknikleri kullanarak moda ürünlerini ve modelleri en iyi şekilde vurgular. Renkler, perspektifler, arka planlar ve diğer görsel unsurlar, moda fotoğraflarının etkisini artırmak için dikkatlice düzenlenir.

Moda fotoğrafçılığı, yaratıcılığın ve stilin ön planda olduğu bir alandır. Moda trendlerini takip etmek, yeni ve çarpıcı görsel stiller yaratmak ve markaların hedef kitlelerine hitap etmek için moda fotoğrafçıları kendilerini sürekli olarak yenilemeli ve güncel kalmalıdır. Sonuç olarak, moda fotoğrafçılığı, moda dünyasının görsel temsilini sağlamak için kullanılan özel bir fotoğrafçılık türüdür. Estetik değerleri, trendleri ve markaların hikayelerini yansıtmada önemli bir rol oynar.

2.3.4. Reklam Fotoğrafçılığı

Reklam fotoğrafçılığı, ürünleri, hizmetleri veya markaları tanıtmak, satışları artırmak veya hedef kitleye belirli bir mesaj iletmek amacıyla kullanılan fotoğrafçılık türüdür. Reklam fotoğrafları genellikle ticari kullanım için çekilir ve reklam kampanyalarında, broşürlerde, dergilerde, web sitelerinde, sosyal medya platformlarında ve diğer pazarlama materyallerinde kullanılır.

Reklamlarda fotoğraflardan yararlanmanın temel nedeni; hedef kitlenin psikolojik olarak etki altında kalmasını sağlamaktır. Fotoğraf bu etkileme işlemini değişik biçimlerde gerçekleştirmektedir. Bu amaçla reklam amaçlı çekilen fotoğraflarda yer alan ana ürün, süslü ve ihtişamlı bir biçimde gösterilmektedir. Tüketiciler reklam amaçlı çekilen fotoğrafa baktıkları zaman ihtişamlı olarak gösterilen ürüne sahip olmak istemektedir. Çoğu zaman merak uyandırıcı ve dikkat çekici fotoğraflar ile hedef kitlenin ilgisi toplanmakta ve bu durum kitleyi reklamlarda yer alan metinleri okumasına ya da görseli aklında tutmaya çalışmasına yönlendirmektedir. Reklam fotoğraflarının gerçek olanı doğrudan göstermesi söz konusu ürünün kimi zaman sönük duruma gelmesine neden olabilmektedir. Bu nedenle reklam fotoğraflarının yalnızca gerçekleri göstermesi beklentisi içerisinde olmak, reklama konu olan ürün veya hizmetlerin pazarlama stratejileri ile uygunlukları

noktasında ters düşmesine yol açabilmektedir. Bunun en belirgin nedeni hedef kitlenin sosyo-psikolojik doğası ve yapısından dolayı reklam fotoğraflarında yalnızca ürün ile ilgili gerçeklerin yansıtılmasının yeterli olmaması şeklinde ifade edilebilmektedir (Dumlu, 2021, s.130). Bu bağlamda tüketicilerin, genel olarak ürün ve hizmetlerin psikolojik ve kullanım yönü ile de ilgili olduğunu söylemek mümkündür.

Reklam fotoğrafları, ürünlerin veya hizmetlerin en iyi şekilde temsil edilmesini sağlar. Fotoğrafçılar, ürünleri veya markayı cazip hale getirmek için görsel olarak çekici kompozisyonlar, ışıklandırma ve renk kullanır. Ürünlerin detayları, özellikleri ve kullanım şekilleri vurgulanır. Reklam fotoğrafçılığı, marka kimliğini yansıtmak, belirli bir hissiyat veya atmosfer oluşturma, hedef kitleyle bağ kurma veya belirli bir mesajı iletmek gibi amaçlarla kullanılır. Fotoğrafçılar, hedef kitleyi etkilemek için görsel semboller, stilize edilmiş sahneler, modeller veya ünlüler gibi çeşitli unsurları kullanabilirler. Reklam fotoğrafçılığı, markaların ürünlerini veya hizmetlerini hedef kitleye tanıtmada etkili bir araçtır. İyi bir reklam fotoğrafı, izleyicilerde merak uyandırır, dikkat çeker ve satın alma veya belirli bir eylem yapma isteği oluşturabilir.

Bilgili'ye göre (2019, s.393), reklam fotoğrafçılığı çoğunlukla profesyonel fotoğrafçılar tarafından tercih edilen bir alandır. Fotoğrafın yansıtmış olduğu görüntüler ile oluşturduğu etkiler sayesinde, ürünlerin satışının gerçekleştirilmesi sağlanmaktadır. Reklam fotoğrafları genellikle profesyonel ekipler tarafından hazırlanır. Bu ekipler, fotoğrafçılar, stilistler, makyaj sanatçıları, saç stilistleri, modeller ve diğer uzmanlardan oluşabilir. Bir reklam fotoğrafı çekimi, önceden planlama, konsept geliştirme, set tasarımı, makyaj ve stil seçimi gibi aşamalardan oluşabilir.

Sonuç olarak, reklam fotoğrafçılığı, ürünleri, hizmetleri veya markaları tanıtmak, satışları artırmak ve hedef kitleye belirli bir mesaj iletmek amacıyla kullanılan bir fotoğrafçılık türüdür. Görsel olarak çekici, etkileyici ve hedef kitleyi etkileyecek şekilde tasarlanmış fotoğraflarla pazarlama ve reklam stratejilerini destekler.

2.3.5. Sokak Fotoğrafçılığı

Sokak fotoğrafçılığı, halkın günlük yaşamını, sokakları, insanları, sokak sanatını ve anlık anları belgelemek amacıyla sokaklarda yapılan fotoğrafçılık pratiğidir. Bu tür fotoğraflar, insanların doğal hallerini, sokaklardaki etkileşimleri, kent yaşamının dinamiklerini ve sokaklardaki atmosferi yansıtmayı hedefler.

Günümüzde hala net bir tanımı olmayan sokak fotoğrafçılığı; sokak, sokaktaki insanlar, dükkânlar, mahalle, kent fotoğrafları vb. konuları tema olarak alan, sosyal belgeci gibi faaliyette bulunan fotoğrafçının aktivitesini ya da yaratıcı fikirlerini harekete geçiren özgür bir ruh durumunu ifade etmektedir (Satkın, 2017, s.436). Sokak fotoğrafçılığı, sıradan insanların yaşamlarını yakalayarak gerçeklikle doğrudan bağlantı kurar. Fotoğrafçılar, anlık anları, ilginç kompozisyonları, görsel kontrastları veya anlamlı ayrıntıları yakalamak için dikkatli gözlem yaparlar. Sokak fotoğrafları genellikle spontane ve hızlı çekilir, çünkü sokaklardaki anlar aniden ortaya çıkabilir ve geçebilir.

Stajenko'ya göre (2019, s.112-113), sokak fotoğrafçılığı, halka açık olan mekânlarda aracı olmayan şans eseri karşılaşmaları ve rastgele olayları ön plana çıkaran, sanat ya da araştırma amacıyla gerçekleştirilen fotoğrafçılık alanıdır. Literatürde 'samimi fotoğrafçılık' olarak da adlandırılan sokak fotoğrafçılığında kullanılan popüler çekim tekniklerinden birisi, 'kamerayı göze getirmeden çekim' yöntemidir. Bu yöntemde fotoğrafçı çekim yaparken kamerayı bel hizasında tutmakta ve vizörden bakmadan yukarı doğru çekim yapmaktadır.

Sokak fotoğrafçılığı günümüzde kamusal ortamda gerçekleştirilen ve söz konusu alandaki hayatı belgeleyen çağdaş bir fotoğraf alanı olarak ifade edilmektedir. Sokak fotoğrafçılığında sokak kelimesi ile belirtilmek istenilen halka açık ve özel alan olmayan mekânlardır. İngilizce'de 'candid' olarak adlandırılan sokak fotoğrafları; çoğunlukla alışılmış, tekdüze, anlık ve doğallığın ön planda bulunduğu özellikle poz verilmeden çekilen fotoğraflardan meydana gelmektedir. (Yüksel, 2020, s.530). Türkiye'de sokak fotoğrafçılığı alanında en popüler olan sanatçı, İstanbul'da gündelik yaşamı fotoğraflayan 'Ara Güler'dir. Sokak fotoğrafçılığı, belgesel bir yaklaşımı benimser ve gerçek yaşamı belgelemek için kullanılır. Fotoğrafçılar, sokaklarda gezinirken çeşitli kompozisyon, ışıklandırma ve perspektif tekniklerini kullanarak

görsel açıdan çekici fotoğraflar oluştururlar. Renkli veya siyah-beyaz olarak çekilebilir, farklı sokaklar, şehirler veya ülkeler üzerinde çalışmalar yapılabilir. Sokak fotoğrafçılığı, fotoğrafçıların gözlem yeteneklerini geliştirmesine, anlık kararlar vermesine ve hızlı tepki vermesine olanak tanır. Aynı zamanda, farklı insanlarla etkileşime geçmeyi gerektirebilir, çünkü fotoğrafçılar bazen insanların rızasıyla fotoğraf çekerken bazen de gizlice fotoğraf çekerken etik sorunlarla karşılaşabilirler. Sokak fotoğrafçılığı, birçok fotoğrafçı için bir tutku haline gelmiş bir sanat ve kendini ifade etme şeklidir. Fotoğrafçılar, kentsel yaşamın enerjisini, sosyal dinamiklerini ve insan hikayelerini yansıtan güçlü fotoğraflar aracılığıyla izleyicilere aktarır.

Özetlemek gerekirse, sokak fotoğrafçılığı, sokaklarda gerçekleşen olayları, insanları, atmosferi ve yaşamın anlık anlarını belgelemek için yapılan bir fotoğrafçılık pratiğidir. Bu tür fotoğraflar, gözlem, hızlı tepki ve yaratıcılık gerektirirken, kentsel yaşamın çeşitliliğini ve gerçekliğini yansıtmayı amaçlar.

2.3.6. Kavramsal Fotoğrafçılık

Kavramsal fotoğrafçılık, fotoğrafçının fikir, düşünce veya kavramları görsel olarak ifade etmek için fotoğrafı kullanmasıdır. Bu tür fotoğraflar, bir mesaj iletmek, bir konsepti araştırmak veya soyut fikirleri görsel olarak yorumlamak gibi amaçlarla çekilir. Kavramsal fotoğrafçılık, fotoğrafçının yaratıcı düşünce ve kavramsal anlayışını kullanarak fotoğrafın ötesine geçmeyi hedefler. Fotoğrafçılar, temaları, sembolleri, metaforları veya soyut kavramları kullanarak görsel bir dil oluştururlar. Bu tür fotoğraflar genellikle izleyiciyi düşünmeye teşvik eder ve farklı yorumlara açıktır.

Kavramsal fotoğrafçılık, ekspresyonizm (dışavurum) veya sanata yönelik fotoğrafçılık gerçekliğini kasıtlı bir biçimde bozarak, sanatçı ile ifade etmeye çalıştığı kavramı ön plana çıkarmak için çabalayan bir fotoğraf alanıdır. Kavramsal fotoğrafçılık alanında fotoğraf veya fotoğrafçı nesnellik sözü vermez; gerçeklik ile net bir şekilde oynanarak anlatılmak istenen anlam açığa çıkartılmaya çalışılır. Özellikle dijital fotoğrafçılık ve post-yapım imkânlarının gelmiş olduğu noktalarda, nesnel anlamın karışıklığı kavramsal fotoğrafçılığı daha da dikkat çekici bir hale getirmektedir. Kavramsal fotoğraf, stüdyo içerisinde birbirleri ile anlamsal ilişkiye

sokulmak istenen olguların birleştirilmesi sonucu meydana gelmektedir. Buna ek olarak bu fotoğrafçılık türü bilgisayar aracılığı ile elde edilen müdahaleler neticesinde de oluşturulabilmektedir (Aydoğan, 2019, s.29). Bu sayede fotoğrafın temelinde yer alan ile gösterilen arasındaki bağlantı bilerek bozulmakta ve yan anlamlara dayalı yeni bir metin meydana getirilmektedir.

Kavramsal fotoğraf, kavramsal ifadeler ile birleştirilerek oluşturulan fotoğraf şeklinde adlandırılmaktadır. Bu fotoğraf türü kavramsal sanat anlayışının bir bağıntısıdır ve kavram nesneden her zaman önce gelmektedir. Görsele ilişkin her şey yalnız sanatçının düşüncesini ortaya koymak amacıyla meydana getirilmektedir (Kızıldemir, 2021, s.34). Kavramsal fotoğraf genellikle kurgusaldır ve daha önce düşünülmüş bir kavramsal düşüncenin, nesneler ve figürler aracılığı ile iletiye çevrilmesi ve seyircisine aktarılması sürecini kapsamaktadır.

Kavramsal fotoğrafçılıkta, teknik mükemmeliyet yerine, fikir ve anlam daha ön plandadır. Fotoğrafçılar, kompozisyon, ışıklandırma, renk ve kurgusal unsurları kullanarak kavramlarını ifade ederler. Fotoğrafçılık, kavramın anlatımını güçlendirecek bir araç olarak kullanılır. Kavramsal fotoğraflar genellikle sergilerde, sanat galerilerinde veya sanat kitaplarında sunulur. Fotoğrafçılar, sergilerde veya projelerinde belirli bir konuya, felsefi bir düşünceye veya toplumsal bir soruna odaklanabilirler. İzleyiciler, bu tür fotoğrafları yorumlama ve kendi anlamlarını çıkarma özgürlüğüne sahiptir. Kavramsal fotoğrafçılık, fotoğrafın sınırlarını zorlamayı ve izleyiciye derinlemesine düşündürmeyi amaçlayan bir sanat formudur. Fotoğrafçılar, fikirlerini görsel olarak ifade etmek için yaratıcı yöntemler ve düşünce süreçleri kullanırken, izleyiciler de görsel olarak etkilenir ve düşünceye yönlendirilir.

Sonuç olarak, kavramsal fotoğrafçılık, fotoğrafın gücünü kullanarak fikirleri, kavramları veya soyut düşünceleri görsel olarak ifade etmeyi hedefleyen bir fotoğrafçılık türüdür. Bu tür fotoğraflar, düşünmeyi, yaratıcılığı teşvik eder ve izleyicilere farklı yorumlar sunar.

2.3.7. Fotojurnalizm ve Haber Fotoğrafçılığı

Fotojurnalizm; bir fotoğrafçının kamuoyuna bilgi aktarımı yapmak amacı ile imaja yer verilen gazete, dergi vb. kitle iletişim araçlarında yayınlanmak üzere fotoğraf meydana getirilmesi anlamına gelmektedir ve yazılı basında son derece önemlidir. Fotojurnalizm; gazetecilik alanı ile sıkı bir bağlantı içerisindedir. Haberlerde anlatılmak istenen ana temanın fotoğraflar veya görüntüler aracılığı ile aktarılması olarak ifade edilen fotojurnalizm kavramının kökeni, fotoğrafların oluşturulması ve yayınlanması temeline dayanmaktadır (Tatar, 2020, s.230). Diğer bir ifade ile basın fotoğrafçılığı kavramının yerine geçmektedir. Özetle fotojurnalizm, fotoğrafta yer alan görsel ifadenin, haber anlatısı ile bir araya gelmesi sonucu oluşmaktadır.

Fotoğraf kavramının öneminin artması ile birlikte, haberleri görseller ile ifade etme noktasında kıyasıya bir rekabet ortaya çıkmıştır. 1880 senesinde Jacobs Riis tarafından flaş yardımı ile New York'un arka sokaklarında bulunan cüzamlı hastaların fotoğraflarının çekilmesi, Evening Sun gazetesinde yayınlanmasından sonra konut probleminin çözüm bulunması açısından etkili bir gelişme olmuştur. 1900 ve 1920 seneleri arasında fotoğrafçılık alanında meydana gelen gelişmeler yardımı ile haber fotoğrafçılığı daha kaliteli bir biçimde gerçekleştirilebilmiş ve böylece oldukça estetik görüntüler ortaya çıkmıştır. Birinci Dünya Savaşı'nın ardından Amerika'da gazete dönemi başlamıştır. 1919 senesinde yeni New York Illustrated Daily News, milyonluk satış oranı ile 1930 senelerindeki haber fotoğrafçılığının temellerinin oluşmasını sağlamış, fotoğraf dergilerinin artış göstermesine katkıda bulunmuştur (Doğru ve Arıkan, 2019, s.918).

Fotojurnalizmde çekimi gerçekleştirilen fotoğraflar bir isim değildir; fiildir. Bu alanda fotoğrafçıların temelde aradıkları fiil olarak ifade edilmektedir. Bu fotoğraf alanında bir hikâyeyi ifade etmek için aynı cümlede olduğu gibi özne, fiil ve nesne yapısına gereksinim duyulmaktadır. Anlatılmak istenen durum aktarılırken, kadrajda yer alan nesneler çekilebilir niteliklere sahipken; çekilen olayın fiilin hangi evresinde çekildiği büyük önem arz etmektedir (Güldoğan, 2006, s. 23).

Yazılı basında fotoğraf her daim önemli bir gereksinim olarak karşımıza çıkmaktadır. Eski zamanlarda mağara duvarları üzerine yapılan resimler ile günümüz yazılı basınında görülen fotoğraflar aynı amaca hizmet etmektedir. Her iki dönemde

de amaç görsel aktarımın sağlanması olarak ifade edilmektedir. Fotoğraf unsurunun yazılı basında görülmeye başlamasından önce, basındaki görsellik gereksinimin giderilmesi amacıyla haberi destekleyen karikatür ya da çizim gibi görsel unsurlardan yararlanılmaktaydı. Bu sebeple basın organlarında karikatür çizenlere ait bir ekip yer almaktaydı. Geçmişten günümüze fotoğrafın hızlı bir gelişim göstermesi sonucu karikatür çizimlerinin yerini profesyonel görüntüler almaya başlamış ve yazılı basında kullanımı giderek yaygınlaşmaya başlamıştır (Ayvaz, 2008, s.38). Diğer yandan, fotoğrafın kapsadığı bilginin bütün insanlar tarafından basit bir biçimde anlaşılması ve sahip olduğu estetik unsurlar sebebi ile yazılı basında ayrı bir yer edinmeyi başarmıştır. Günümüzde gazeteler kurgulanmış karikatür çizimlerinden ziyade gerçek görselleri tercih etmektedirler. Bu sebeple de basın organlarına yer alan çizer grupların yerini artık fotoğrafçılar almaya başlamıştır.

Fotoğrafın en yaygın olarak yararlandığı alanlardan biri yazılı basındır. Fotoğraf basın için vazgeçilmez bir unsurdur. Eski dönemlerde görsel unsurlardan yoksun gazeteler, ressamlar tarafından çizilen haber görüntüleri sayesinde daha işlevsel hale gelmiş olup, fotoğrafın keşfedilmesi ve haberler kapsamında kullanılması akabinde daha güvenilir habercilik dönemine geçiş yapılmıştır. Bütün bu gelişmeler basın fotoğrafçılığı mesleğinin ortaya çıkmasına katkı sağlamıştır (Bodur, 2018, s.2). Fotoğraf, herhangi bir olayın kopyası olmasının ötesinde, bir nesnenin var olduğunun ispatı şeklinde de ifade edilmektedir. Fotoğraf bünyesinde barındırdığı görsel ikna yeteneği ile bireylerin kendi gözlerinden sonra en fazla güven duydukları ifade unsuru olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle, okuyucularına güvenilir ve doğru haber sunmak ile sorumlu olan gazeteler, olayların doğruluğunu ispatlamak amacı ile daha çok fotoğraflardan yararlanmaktadır.

Gazete ve dergilerde kullanılan fotoğraflar haberlerin tamamlayıcısı olarak kabul edilmektedir çünkü estetik değer katma, ilgi ve dikkat çekme, iletiye görsel hakikat verme amacı taşımaktadır. Günümüzde yazılı basın fotoğrafçılığı kavramı; haber, röportaj, spor, eğlence vb. birçok alanda görüldüğü gibi, savaş fotoğrafı ve dergi fotoğrafçılığı gibi alanlarda da kitle iletişim aracı şeklinde yararlanılan bir araçtır. Haberciliğin ilk örneklerinde resim bulunmamaktadır. Zaman içerisinde gravür adı baskı tekniği aracılığı ile gelişmiş ve gazetelerde yerini almıştır. Illustrated London

News’de yayınlanan Osmanlı-Rus Kırım savaş görüntüleri gazetelerde yayınlanan ilk fotoğraf örnekleri olarak tarihe geçmiştir. Ardından Amerikan iç savaş görüntüleri ile bu örneklerin sayısı çoğalmaya başlamıştır. Flaş kavramının keşfedilmesi ile beraber basın fotoğrafçılığı en güzel çağını yaşamıştır. Savaş fotoğraflarının yayınlanması ile ortaya çıkan basın fotoğrafçılığı, zamanla spor fotoğrafları, reklam fotoğrafları vb. şekilde çeşitlenerek hızla gelişmiştir. (Vargün, 2021, s.53-54). Günümüzde haber fotoğrafçılığı ister basılı ister dijital olsun insanların haberi inceleyip incelememesine karar verme noktasında belirleyici bir unsur haline gelmiştir. Dolayısıyla haber fotoğrafçılığı kendi kabiliyetini, yeterliliklerini ve prensiplerini ortaya koyan uzmanlık gerektiren bir disiplin olarak varlığını sürdürmektedir.

Haberlerin temel kaynağı insanlardır. İnsanların bulunduğu ortamda bir olayın haber değeri taşıması kaçınılmaz bir husustur. Bu durum iki taraflı bir ilişkinin meydana gelmesine neden olmaktadır. Haberlerin insanlar üzerinde dönüştürücü bir etkisi bulunmakta olup, söz konusu bu etki özellikle vakanın öyküleştirilmesi aşamasında yararlanılan söylem ve metotların bir sonucu olarak nitelendirilmektedir. Herhangi bir vakanın haberleştirilmesi aşamasında haber fotoğrafı vakayı değerlendiren ve yeniden kurgulayan en belirgin öyküleştirme unsurudur. Haber fotoğrafları, haberin kapsamını destekleyici bir dil içermektedir. Buradan hareketle haber fotoğrafçılığında temel amaç, iletiyi fotoğraflar aracılığı ile insanlara ulaştırmak şeklinde ifade edilebilir (Elitaş, 2020, s.18). Bu kapsamda haber fotoğrafçısı, hedef kitlenin işini basitleştirmeli ve yazılı metni destekleyen net görsellerden yararlanmalıdır.

Haber fotoğrafları, metinden daha fazla duygusal tepkiler uyandırmaktadır; çünkü fotoğraflar değişik biçimde işlenmekte ve görüntülerin dili insanları doğrudan etkilemektedir (Pfau vd., 2006, s.151). Haber fotoğraflarına güven, gazeteciliğın demokratik toplumlarda oynadığı rol ile doğrudan ilişkili bir konudur. Bu fotoğraflar, kamuoyunun dünya üzerindeki önemli olaylardan haberdar olmasını sağlayarak izleyiciler ile coğrafi olarak birbirinden bağımsız olaylar arasındaki mesafeyi azaltma konusunda son derece önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Pogliano, 2015, s.553).

Fotoğraf yazılı basında, olaya ve habere anlam katan en önemli unsurdur. Gazete ve dergileri fotoğrafsız düşünmek son derece imkânsız bir durumdur. İnsanların habere ve vakalara anlam katmasında, anlatılmak istenen iletinin hedef kitleleri etkilemesi bakımından fotoğraf oldukça kuvvetli bir kitle iletişim aracıdır. Haber fotoğrafları, habere destek veren bir faktör olmasının yanı sıra birçok iletiyi de kapsamaktadır (Korkmaz, 2014, s.27).

Haberlerde fotoğraflardan yararlanılması, bir haberin anımsanması noktasında olumlu etkiye sahiptir. Bunun en önemli sebebi, bireyin görüntülü nesneleri yazılı olanlara oranla daha fazla zihninde tutmasıdır. Haber fotoğrafçılığının kimi zaman barışa da hizmet ettiği görülmektedir. Vietnam savaşı esnasında görüntülenen birbirinden duygu yüklü ve dikkat çekici fotoğraflar savaşın Amerikan vatandaşlarının vicdan sorgulaması yapmasına neden olmuş ve böylece savaşın sona erdirilmesine büyük katkı sağlamıştır. Vietnam savaşı esnasında birçok efsanevi fotoğraf çekimi gerçekleştirilmiştir. Söz konusu savaş fotoğraflarının ana teması ölüm ve savaşın acımasızlığını betimlemektedir. Diğer bir örnek ise Irak Savaşı esnasında hapisanelerde çekilmiş fotoğraflardır. Bu fotoğraflar cezaevinde yer alan mahkûmların yaşamış olduğu olumsuzlukların açığa çıkmasına sebep olmuştur. Genel itibari ile amatör nitelik taşıyan bu fotoğraflar, Amerika'nın savaş stratejilerini değiştirmesinde son derece etkili olmuştur (Küçük, 2019, s.48). Bu bakımdan fotoğraf muhabiri ve fotoğrafları basına hazırlayan editörün son derece dikkatli çalışması gerekmektedir.

Foto muhabiri; fotoğraf aracılığı ile herhangi bir haberi ileten ve haber yazısı ile bağlantılı fotoğraflar oluşturan bireyleri ifade eden bir kavramdır. Foto muhabirliği ise bu bireylerin gerçekleştirdikleri mesleği ve durumu ortaya koymak amacıyla kullanılmaktadır. Foto muhabirliği mesleğinde başlangıçta haber verme işlevi, diğer bir ifade ile muhabirlik unsuru ön planda yer almaktadır. Foto muhabiri ifadesi genel itibari ile yazılı veya elektronik basın yardımı ile 'kapsamlı bir seyirci kitlesi ile iletişim kuran' fotoğrafçıları belirtmek için kullanılan bir kavram olarak da adlandırılmaktadır. Foto muhabirleri, belirli ajans ve basın kuruluşlarında freelance (bağımsız) bir biçimde faaliyetlerini devam ettirmektedir (Erol ve Tosun, 2018, s.599). Haber fotoğrafçısı olarak da adlandırılan foto muhabiri; gündemde popüler olan, yeri

ve zamanı belli olan herhangi bir vaka ya da olguyu görüntüleyerek, okuyucunun fotoğrafı fotoğrafçının gözünden görmesini sağlayan kişidir (Koyuncu ve Medin, 2015, s.146). Özetle foto muhabiri (haber fotoğrafçısı); içinde yaşadığı döneme ilişkin gerçekleri fotoğrafa dökmekle ilgili dönemin tarihine ışık gösteren belgeleri üretmiş olur. Söz konusu haber fotoğraflarının ana teması; şehir, ürün, moda, endüstri ve doğa gibi konuları içerebilmektedir.

2.4. FOTOĞRAFIN İŞLEVLERİ

Fotoğrafın sahip olduğu işlevler, 19. yüzyıldan bugüne dek üzerinde durulan bir konudur. Başlarda resim sanatının yerine konması itibariyle fotoğrafa resme ait işlevler atfedilmeye çalışılsa da fotoğrafın aynı zamanda bir kayıt teknolojisi olması bakımından resimden ayrılıyor oluşu, onun sahip olduğu diğer işlevlerin vurgulanmasının önünü açar. Dolayısıyla 19. yüzyılın ilk devresinde daha ziyade temsil işleviyle anılan fotoğraf, sonraları belgeleme ve hatırlatma gibi işlevleriyle ön plana çıkmıştır. Bunda, medyanın hâkimiyetini elinde bulunduran otoritelerin, fotoğrafın sahip olduğu söz konusu işlevleri suistimal ederek halk üzerinde algı yaratma faaliyetleri de etkili olur. Diğer bir deyişle, fotoğrafın sahip olduğu işlevlerin zamanla keşfedilip bunların içinden bir kısmının vurgulanması, fotoğrafın kullanım biçimine de etki ederek onun yeni fonksiyonlar edinmesini beraberinde getirir. (Altunay, 2012, s.39-43); (Yalçın, 2019, s.38-40). Örneğin fotoğrafın yarattığı inandırıcılık algısı, yalan yahut yanlış haberlerin sorgulanmadan yayılabilmesi için fırsata dönüştürülür. Bu bağlamda fotoğrafların temel işlevleri olarak a) temsil, b) belgeleme, c) hatırlama ve hatırlatma, d) anlam üretimi ve e) kültürel aktarım sayılabilir.

2.4.1. Temsil İşlevi

Fotoğraf temsil ilişkisi, fotoğrafın gerçek dünya ile olan ilişkisini ifade eder. Fotoğrafın temsil gücü, bir nesne, bir kişi, bir olay veya bir durumu gerçeğe yakın bir şekilde yansıtabilme yeteneğiyle ilgilidir. Temsil ilişkisi, fotoğrafın iki boyutlu bir yüzey üzerinde gerçek dünyadaki üç boyutlu nesneleri veya sahneleri nasıl yansıttığını

açıklar. Fotoğraf, gerçekliği temsil eden bir araçtır, ancak tam bir gerçeklik sunması mümkün değildir. Fotoğraf, bir anı dondurarak o anın bir temsili haline getirir.

Sanatta temsil, Aristo'dan bu yana çeşitli yönleriyle tartışıl原因en bir konudur. Esas itibarıyla, herhangi bir sanatsal üretimin, yaşanan gerçekliğin yalnızca bir kısmına dair söz söyleme olanağının bulunmasından doğan bir durum olarak özetlenebilir. Dolayısıyla fotoğraf da bütün diğer sanatsal üretim türleri gibi temsilden faydalanır. Zira görünen gerçekliğin tümünün tek seferde aktarımı mümkün olmadığından, söz konusu gerçeklik bütünü içerisinde belirli seçimler yapılmalıdır. Bu seçimlerin tercihinde gözetilen “tek bir örnekle geneli yansıtmı” yaklaşımı, temsili oluşturur (Altunay, 2012, s.33-34); (Ok, 2016, s.3). Bu yönüyle fotoğraf yüzeyinde görünenlerin, gerçekliğin ancak bir kısmını yahut yeniden yaratımını barındıran birer temsil olduğu söylenebilir.

Gerçek ile temsil arasındaki farkı oluşturan ana etken, insanın dış dünyayı duyu organlarıyla algılama sürecidir. Üç boyutlu bir biçimde deneyimlenen dış dünya ile iki boyutlu fotoğraf yüzeyinde deneyimlenen temsil elbette insanı birbirinden farklı algılara sürükleyecektir. Başlangıçta fotoğraf aleyhine bir sınırlılık gibi görülebilen bu durum, temsilin sağlayacağı avantajlara yaslanarak lehte kullanılabilir. Örneğin üç boyutlu gerçeklik evreninin karmaşıklığından ve buradaki enformasyon çeşitliliğinden ayıklanarak elde edilmiş bir temsil, her ne kadar iki boyutlu da olsa, söz konusu enformasyon karmaşası içerisinde fark edilememiş bir hakikat hakkında aydınlatıcı ipuçları içeriyor olabilir (Altunay, 2012, s.35). Temsil ilişkisi, fotoğrafın objektiflik ve gerçeklik algısıyla bağlantılıdır. Fotoğrafın subjektif bir yaratıcı sürece dayandığını ve fotoğrafçının seçimleri, kompozisyonu, ışığı ve diğer faktörleri kullanarak bir temsil oluşturduğunu unutmamak önemlidir. Fotoğrafçı, neyi fotoğraflayacağına, nasıl çerçeveleyeceğine ve hangi anları yakalayacağına karar verir. Bu seçimler, fotoğrafın temsili etkiler ve fotoğrafın izleyiciye nasıl aktarılacağını belirler. Temsil ilişkisi aynı zamanda izleyicinin fotoğrafa nasıl yaklaştığıyla da ilgilidir. İzleyici, fotoğrafı algılayarak kendi deneyimleri, değerleri ve kültürel arka planıyla etkileşime girer. Her izleyici, fotoğrafı kendi bakış açısından yorumlayacak ve fotoğrafın temsil ettiği şeyi kişisel olarak algılayacaktır.

Sonuç olarak, fotoğrafın temsil ilişkisi, gerçek dünyayı bir temsil olarak yansıtma ve izleyiciyle etkileşime girme yeteneği arasındaki ilişkiyi ifade eder. Fotoğraf, gerçeklik algısını etkilerken, aynı zamanda yaratıcılık, bakış açısı ve kişisel yorumlama ile de bağlantılıdır.

2.4.2. Belgeleme İşlevi

Fotoğrafın belgeleme işlevi, görsel olarak bir olayı, durumu veya nesneyi kaydetme ve belgeleme amacıyla kullanılmasıdır. Fotoğraf, gerçek zamanlı bir görüntüyü dondurarak, o anda var olan detayları ve gerçekliği yansıtır. Bu nedenle, fotoğraflar, tarihi olayları, toplumsal değişimi, doğal fenomenleri, insan yaşamını, kültürel mirası ve daha fazlasını belgeleme amacıyla kullanılır.

Fotoğraf makinesi teknolojik bir aygıt olma tarafıyla düşünüldüğünde, icat edildiği dönemde o güne dek yapılması mümkün olmayan bir kayıt altına alma fonksiyonunu icra ettiği fark edilecektir. Çekimle baskı arasındaki süreçte yapılabilecek hileler saf dışı bırakıldığında, deklanşöre basıldığı andaki görüntü ile ortaya çıkan ürün arasında neredeyse fark olmayışı, fotoğrafa güçlü bir kanıt niteliği yükler. Özellikle bu teknolojinin dolaşıma girdiği ilk zamanlarda herhangi bir fotoğrafla karşılaşıldığında öncelikli olarak düşünülen fikir, muhatap olunan görüntünün yaşanmış bir gerçekliği yansıttığı yönündedir (Yalçın, 2019, s.32-34). Dolayısıyla her bir fotoğraf, geçmiş hakkında kanıt olma özelliği taşıyan birer belgeye dönüşmüş olmaktadır.

Fotoğrafların belgeleme işlevlerinin bulunuyor oluşu, el yazması eserlerde meydana gelebilecek tahribatın önüne geçilmesi gibi yer yer olumlu hedeflerle kullanılabiliriyken, çeşitli ideolojik sebeplerle de yanlış bir algı yaratmak üzere faydalanılan bir özellik hüviyeti kazanabilmektedir (Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı, 2015, s.8). Bu bağlamda tarihsel süreç içerisinde fotoğrafın belgeleme işlevinden, yapılması planlanan ideolojik propagandayı destekleyecek biçimde faydalanılmış; fotoğrafla karşı karşıya bırakılan kitlenin, fotoğrafın güvenilir oluşuna yönelik inancı politik gerekçelerle suiistimal edilmiştir. Dolayısıyla siyasi iktidarların medya üzerindeki söz hakları arttıkça fotoğraflar da yanlış bir tarihin yazılmasında

kullanılan çarpıtılmış belgeler olarak karşımıza çıkabilmektedir (Toksoy, 2019, s.491-492); (Abdulahimoğulları, 2019, s.27-29).

Fotoğrafın belgeleme işlevi, geçmişte olan olayları veya durumları geleceğe taşımak için önemlidir. Bir fotoğraf, anıları canlı tutar, bilgi ve hikayeleri iletmeye yardımcı olur. Fotoğraf belgeleri, tarihçiler, araştırmacılar, gazeteciler ve diğer ilgilenenler için kaynak materyal olarak kullanılır. Ayrıca, fotoğraf belgeleme işlevi kişisel düzeyde de önemlidir. Fotoğraflar, bireylerin yaşamındaki anıları, aile bağlarını ve deneyimleri korur. Önemli anlar, sevdiklerimizle paylaştığımız anılar veya yaşamımızdaki dönüm noktaları fotoğraflarla ölümsüzleştirilebilir. Fotoğrafın belgeleme işlevi, insanların geçmişi hatırlamalarını, bilgileri paylaşmalarını, toplumsal değişimi anlamalarını ve kültürel mirası korumalarını sağlar. Aynı zamanda, belgelediği olayları veya durumları görsel olarak aktaran fotoğraflar, duygusal ve güçlü bir etki yaratma potansiyeline sahiptir.

Sonuç olarak, fotoğrafın belgeleme işlevi, olayları, durumları veya nesneleri görsel olarak kaydetmek ve geleceğe aktarmak için kullanılmasıdır. Bu işlev, tarihçiler, araştırmacılar ve bireyler için önemli bir kaynak ve anıları koruma aracıdır.

2.4.3. Hatırlama ve Hatırlatma İşlevi

Fotoğrafın hatırlama ve hatırlatma işlevi, geçmişteki anıları canlı tutma, özel anıları hatırlatma ve duygusal bağları kuvvetlendirme amacıyla kullanılmasıdır. Fotoğraflar, insanların önemli anıları, sevdikleriyle geçirdikleri anıları ve yaşamın dönüm noktalarını hatırlamalarına yardımcı olur. Hatırlama işlevi, fotoğraflar aracılığıyla geçmiş anıları canlandırmayı ve hatırlatmayı içerir. Bir fotoğrafı görerek, o anın detaylarını, duyguları ve deneyimi zihinsel olarak canlandırabiliriz. Fotoğraflar, insanların geçmişte yaşadıkları deneyimleri hatırlamalarına ve o anlara geri dönmelerine yardımcı olur. Hatırlatma işlevi ise, fotoğrafların bize özel anıları veya ilişkileri hatırlatma gücüdür. Bir fotoğraf, sevdiklerimizle geçirdiğimiz anıları, özel etkinlikleri veya anlamlı yerleri hatırlatabilir. Fotoğraflar, duygusal bağları canlandırır, anıları taze tutar ve insanların birbirleriyle olan ilişkilerini güçlendirir.

Fotoğrafın, belgeleme işlevinin bir getirisi olarak da düşünülebilecek diğer bir işlevi de hatırlama ve hatırlatma işlevidir. Yaşanılan an içerisinde fotoğraflanarak kayıt altına alınan görüntü, o andan itibaren geçmişe dair bir nüsha olarak elde bulunmaktadır. Dolayısıyla herhangi bir zaman diliminde o fotoğrafa tekrar dönüp bakmak, geçmişte yaşanmış bulunan o ana dair bir anımsama sürecinin başlatıcısı olur. Elbette fotoğraflar, söz konusu ana dair bütün detayları içeremez. Ancak hâlihazırda kişinin belleğinde kaydedilmiş bulunan mevzubahis zaman dilimine dair herhangi bir hatırlatıcı, yaşanılanların tekrar tahayyül edilmesine her halükârda zemin hazırlayacaktır (İşlek, 2009, s.30-32). Bu noktada fotoğrafların, sabit birer kayıt aracı olsalar dahi bu hatırlama ve hatırlatma işlevini sağladıkları söylenebilir.

Fotoğrafın hatırlama ve hatırlatma işlevinin toplumsal bellek ve bireysel bellek açısından iki farklı biçimde düşünülmesi mümkündür. Neticede hatırlamanın gerçekleşebilmesi için aradan geçen zamanın yanında fotoğrafa konu olan görüntüyü deneyimlemiş bir ya da birkaç kişiye de ihtiyaç vardır. Bunun yanında fotoğrafların ileride hatırlamak amacıyla çekilen ürünlere dönüşmesi, bireyin ya da toplumun, neyi hatırlamak isteyeceği üzerine düşünmesini gerektirir. Yahut belgeleme işlevinde söz edilen çarpıtmanın uygulanmasıyla birey ya da toplum, kendisini hatırlamak/hatırlanmak isteyeceği şekilde fotoğraflar. (Erkonan, 2014, s.129-130); Karaaslan, 2019, s.314). Böylece fotoğrafın sahip olduğu işlev, onun ortaya konma biçimine de etki etmiş olur. Fotoğrafın hatırlama ve hatırlatma işlevi, kişisel düzeyde önemlidir. Fotoğraflar, aile albümlerinde veya dijital koleksiyonlarda saklanır ve kuşaklar boyunca geçmişe ilişkin hikayelerin aktarılmasına yardımcı olur. Önemli anları veya kişisel başarıları görsel olarak hatırlamak, insanların kimliklerini, değerlerini ve kökenlerini anlamalarına yardımcı olur. Aynı şekilde, toplumsal düzeyde de fotoğraflar hatırlama ve hatırlatma işlevini yerine getirir. Tarihî fotoğraflar, toplumsal değişimi, kültürel mirası ve geçmişteki olayları hatırlatır. Toplumsal hafızayı canlı tutar, tarihî olayları anlamlandırmamıza yardımcı olur ve toplumların kimliklerini ve değerlerini korur.

Sonuç olarak, fotoğrafın hatırlama ve hatırlatma işlevi, geçmişteki anıları canlı tutma, özel anları hatırlatma ve duygusal bağları güçlendirme amacıyla kullanılmasıdır. Fotoğraflar, hatırlama ve hatırlatma gücüne sahip görsel belgelerdir

ve insanların geçmişle bağlarını sürdürmelerine ve anıları canlandırmalarına yardımcı olur.

2.4.4. Anlam Üretimi İşlevi

Fotoğrafın anlam üretimi işlevi, fotoğrafın izleyicilerde duygusal, estetik, düşünsel veya sembolik anlamların yaratılmasına yardımcı olmasıdır. Bir fotoğraf, içerdiği kompozisyon, konu, renk, ışık ve diğer görsel unsurlar aracılığıyla izleyicide belirli bir anlamı tetikleyebilir veya çağrıştıracaktır. Anlam üretimi işlevi, fotoğrafın subjektif bir şekilde yorumlanabilir olması ve farklı izleyicilerde farklı duygusal veya düşünsel tepkiler uyandırabilmesi temeline dayanır. Fotoğraf, izleyicilerin deneyimlerine, değerlerine ve kültürel arka planlarına göre farklı anlamlar taşıyabilir.

İnsanın iletişim kurma ihtiyacına cevap veren söz, yazı veya görüntü gibi her bir unsur, anlam üretimine olanak sağlayan birer dili ifade eder. Dolayısıyla fotoğraf da kişilerarası duygu ya da düşünce aktarımının gerçekleştirilmesinde kullanılabilecek bir araç hüviyetindedir. Fotoğraf aracılığıyla aktarılan ve daha sonra alımlayıcının zihninde belirli bir bağlam çerçevesinde yorumlanan bütün görüntülerde fotoğrafın anlam üretimi işlevi devrededir. Bu işlevin varlığından haberdar olmak, diğer bütün işlevlerde olduğu gibi, fotoğrafın üretim sürecine de etki eder. Artık fotoğrafı çeken kişi için bakılan her bir yüzey, anlam potansiyeline sahip birer görüntü barındırmaktadır. Bu noktada anlamın ne yönde üretileceğini her zamanki gibi seçimler belirlemiş olur ve seçim söz konusu olduğu zaman anlamın saptırılması da olası hâle gelir (Matara, 2000, s.11-13). Tıpkı belgeleme işlevinde görüldüğü gibi burada da fotoğrafın, en başından itibaren, ideolojik olarak verilmesi planlanan anlama göre ortaya konması mümkündür. Bir fotoğrafın anlamı, içerdiği görsel semboller ve kompozisyonun izleyicinin zihninde uyandırdığı çağrışımlarla oluşur. Örneğin, bir doğa fotoğrafı, huzur, güzellik veya doğal denge gibi anlamlar taşıyabilir. Bir portre fotoğrafı ise kişilik, duygusallık veya toplumsal bir mesajı yansıtabilir.

Anlam üretimi işlevi aynı zamanda fotoğrafın toplumsal ve kültürel bağlamlarda kullanılmasını da içerir. Bir fotoğraf, belirli bir olayı veya durumu temsil etme veya bir mesaj iletme için kullanıldığında, izleyicilerde belirli bir anlamın

algılanması amaçlanır. Fotoğrafın anlam üretimi işlevi, izleyicilerin fotoğrafları okuma, yorumlama ve anlamlandırma sürecine dâhil olmalarını sağlar. Her izleyici, kendi deneyimlerine, bilgilere ve bakış açısına dayanarak fotoğrafları farklı şekillerde anlamlandırır.

Sonuç olarak, fotoğrafın anlam üretimi işlevi, fotoğrafın görsel unsurları aracılığıyla izleyicilerde duygusal, estetik, düşünsel veya sembolik anlamların yaratılmasını sağlamasıdır. Fotoğraflar, izleyicilerin deneyimlerine ve bakış açılarına göre farklı anlamlar taşır ve izleyicilerin fotoğrafları yorumlama ve anlamlandırma sürecine aktif olarak katılmalarını sağlar.

2.4.5. Kültürel Aktarım İşlevi

Fotoğrafın kültürel aktarım işlevi, bir toplumun kültürel mirasının, değerlerinin, geleneklerinin ve yaşam tarzlarının görsel olarak kaydedilerek aktarılmasını ifade eder. Fotoğraflar, bir toplumun tarihini, sanatını, mimarisini, kıyafetlerini, ritüellerini ve diğer kültürel unsurlarını yansıtabilir. Kültürel aktarım işlevi, fotoğrafların belgeleme özelliğini kullanarak bir toplumun geçmişini ve geçmişteki kültürel değişimleri korumasını sağlar. Tarihî fotoğraflar, bir toplumun geçmiş yaşam tarzını, geleneklerini ve sosyal yapısını gösterirken, günümüz fotoğrafları da mevcut kültürel ifadeleri ve eğilimleri yansıtabilir.

Fotoğrafın sahip olduğu hiçbir işlev birbiriyle bağıntısız biçimde düşünülemeyeceği gibi kültürel aktarım işlevi de fotoğrafın diğer bir işlevi olan hatırlama ve hatırlatma işlevine bağlanır. Zira kurulum yönü ne olursa olsun, söz konusu durum bir belleğin inşası ise orada hatırlamadan ve hatırlatmadan söz etmek elzemdir. Dolayısıyla fotoğraf da hatırlatıcı doğası gereği, kültürel belleğin inşasında önemli bir rol üstlenmiş olur. Gelenek göreneklere ya da toplumun ortak edini mi olan deneyimlerine gönderme yapan her bir fotoğraf kültürel bilginin aktarımında katkı sahibidir (Sağlamtimur, 2018, s.164-165). Fotoğraflar, aynı zamanda kültürel farklılıkları ve çeşitliliği vurgulayabilir. Farklı bölgelerde, etnik gruplarda veya toplum kesimlerinde yapılan etkinlikler, giyim tarzları, dini ritüeller veya diğer kültürel

uygulamalar fotoğraflar aracılığıyla kaydedilir ve başka bir topluma aktarılır. Bu şekilde, fotoğraflar, insanlara başka kültürleri keşfetme ve anlama fırsatı sunar.

Fotoğrafın kültürel aktarım işlevinde kullanılışına bir örnek olarak, ölmüş kişilerin tören yahut ayinlerle uğurlanışlarının kayıt altına alınması verilebilir. Cenaze merasimleri veya ölen kişinin hatırlanması, çoğu toplum açısından önem arz eden meselelerdir. Bu anma faaliyetine, fotoğraf gibi geçmişte yaşanmış bir anı doğrudan kayıt altına alabilen bir aracın dâhil olması, kültürel aktarımı kalıcılık noktasında dönüşüme uğratar. Sözlü veya yazılı kültürde unutulması çok daha kolay hâle gelebilen bazı örf ve adetler, görsel imajların sağladığı etkileycilikle gelecek nesiller tarafından da benimsenmekte ve kalıcılıklarını artırmaktadır (Gök, 2021, s.689). Kültürel aktarım işlevi ayrıca fotoğrafların uluslararası düzeyde kültürel etkileşimlere katkıda bulunmasını da içerir. Fotoğraflar, bir toplumun kültürel öğelerini diğer toplumlara tanıtabilir ve kültürel alışverişi teşvik edebilir. Örneğin, bir ülkenin turistik fotoğrafları, başka ülkelerden gelen insanlara o ülkenin kültürünü, doğal güzelliklerini veya tarihi yerlerini keşfetme fırsatı sunar.

Sonuç olarak, fotoğrafın kültürel aktarım işlevi, bir toplumun kültürel mirasının, değerlerinin, geleneklerinin ve yaşam tarzlarının görsel olarak kaydedilerek aktarılmasını sağlar. Fotoğraflar, geçmişin ve günümüzün kültürel ifadelerini koruma, farklı kültürleri anlama ve uluslararası kültürel etkileşimi teşvik etme potansiyeline sahiptir.

2.5. FOTOĞRAF VE KÜLTÜR

İnsanlar ilk çağlarda yaşamını sürdürebilmek için kolay aletler yaratarak hem doğayı keşfetmek hem de doğanın hâkimiyetini kontrol altına alabilmek amacıyla birçok değişik icatlar aracılığıyla, bir kültürün meydana gelmesine bilinçli ya da bilinçsiz olarak katkıda bulunmuşlardır. Söz konusu kültürün gelecek nesillere taşınmasında da birçok iletişim aracından yararlanılması neticesinde, insanların kendilerini en iyi biçimde ifade edebileceği değişik iletişim kanallarının oluşması gündeme gelmiştir. Tarihsel dönem içerisinde başlangıçta görsel iletişim kavramının, insanlar tarafından Lascaux'ta yer alan mağara duvarlarına çizilen resimler ile

gerçekleştirdiği ve gün geçtikçe fotoğraf, sinema filmleri, televizyon gibi araçlar aracılığı ile yayılan görüntüler yardımı ile farklı biçimlerde ortaya çıktığı görülmektedir (Erdoğan, 2021, s.112). Bu bağlamda yararlanılan bu iletişim araçları ya da biçimlerinin, meydana geldiği dönemin toplumsal ve tarihsel şartları dikkate alınarak incelendiğinde hem kültür taşıyıcısı hem de kültür üreticisi olarak değerlendirildikleri görülmektedir.

Fotoğraf çekme işlemi 1839 senesinden günümüze değin, yeni bir görüntüleme yöntemi olarak ortaya çıkmıştır. Hızlı bir biçimde yayılmaya ve gelişmeye başlayan fotoğraf ve fotoğraf çekenler; değişik kültürel unsurları görüntülemişlerdir (Kement ve Bükey, 2019, s.24). Fotoğraf makinesinin keşfedilmesinden önceki dönemlere ilişkin bilgilere arkeolojik kalıntılar, oymacılık sanatı (gravür) ve yazı gibi birçok belge yardımı ile erişilebilirken; fotoğraf aracılığı ile çeşitli kültürel ve tarihi yapıtın, daha net algılanabilecek gerçeklikte basit bir biçimde kayıt altına alınması sağlanmıştır (Banaz, 2017, s.1733).

Fotoğrafın dilini ve yapısını; ışık, çerçeveleme, deklanşöre basma anı, kompozisyon, görüntünün özelliği, karanlık oda müdahaleleri, poz, nesnenin seçimi vb. unsurların meydana getirdiği ifade edilebilmektedir. Söz konusu fotoğraf dili kaynağını içerisinde yer aldığı kültürden alabilmektedir; fakat görsellik özelliği nedeni ile evrensel olarak değerlendirilmektedir (İşlek, 2009, s.6). Bu şekilde görselliğin zamanla evrenselleşmesi sonucu fotoğraf dili rahatlıkla çözülmeye başlamıştır.

Bir ülke ya da bölgede yaşamını sürdüren yerel halkın kültürel öğelerini, edebi değerlerini, gelenek ve göreneklerini, örf ve adetlerini, töre ve inançlarını; özetle bütün varlığını irdeleyen halk bilimciler tarafından en fazla kullanılan belgelendirme metodu fotoğraflama yöntemidir. Fotoğraflama yöntemi zaman içerisinde sanatsal çalışmalarına kültürel unsurları ilave etmek isteyen fotoğrafçıların da temel dayanak noktasını meydana getirerek, kendisine fotoğraf sanatı kapsamında yer edinmeyi başarmıştır (Yılmaz, 2019, s.48). Toplumsal ve bilimsel görsel dataların meydana getirilmesini sağlayan önemli bir araç durumuna gelen fotoğraf; kültürel öznenin görsel bir biçimde araştırılmasına ön ayak olmuştur. Simgelediği özneyi sosyolojik, belgesel ve sanatsal bir data olarak gelecek kuşaklara taşıma potansiyeline sahip olan fotoğraf; kültürel çalışmaların önemli bir unsurunu oluşturmaktadır (Görgülü, 2020,

s.230). Kültürel unsurların bir yansıması biçiminde değerlendirilebilecek olan fotoğrafların çekilme evresinden önce bir imgeleme göre biçimlendirildiği ifade edilmektedir (Bulut ve Zor, 2020, s.88-89). Kültürel bir biçim olarak imge kavramı, birikimsel bir nitelik taşımaktadır. Bu nedenle fotoğraflama geleneği kapsamında yeni yöntemler meydana geldikçe, kültürel alanda mevcut olmuşlardır (İşlek, 2009, s.6). Yeni bir imge yaratma şekli olarak fotoğraf; imgenin kültürel işlevinde ve fotoğraflama geleneğinde bir kırılma noktası şeklinde ifade edilmektedir.

İlk çağlarda bu imgelemeleri mağara duvarlarına çizen insanlar teknolojik gelişmeler neticesinde gelişim gösteren fotoğraf tekniği sonucunda söz konusu imgelemeleri fotoğraf makinesi yardımı ile gerçekleştirmeye başlamışlardır. Fotoğraf makinesi, kültürel düşünme ve üretme çabasının bir neticesi olarak güçlü bir medya aracı olarak meydana getirilmiştir. Özellikle 19.yüzyıl sonunda görüntüyü yakalayıp kaydetme hayali, hakikate bu fikirler sonucunda dönüşmüş olup; kitle iletişim araçlarının gelişim göstermesi ile ilişkili olarak değerlendirilmiştir (Bulut ve Zor, 2020, s.88-89). Bunun en önemli nedeni olarak medya kültürlerini yayma, asimile etme ya da endüstrileştirme aşamasında en kuvvetli olanaklara erişim sağlaması gösterilebilir.

Kültürel mirasta fotoğraf çekerek belgeleme yönteminin; eserin şimdiki ve tarihsel dönemdeki geçmişini, yapısal düzenini ve bozulma miktarlarının yanında materyal analizlerini de içermesi gerekmektedir. Araştırma, eserin morfolojik yapısını ortaya koyan nitelikleri ve şimdiki durumu ile zaman içerisinde geçirmiş olduğu müdahaleleri kapsamalıdır. Kültürel mirasın belgelenmesinde temel amaçlardan biri de tanıtım olarak ifade edilmektedir. Kültürel miras kavramı, şehir kimliği ve topluluğunun önemli bir parçasını oluşturmaktadır (Korumaz vd., 2011, s.68). Bu yönüyle fotoğraf görüntüleri kültürün değerlerini, kodlarını ve inançlarını tümüyle ifade eden anlamlandırma aşamasının parçası olarak bir ileti taşımaktadır (Çağlar, 2018, s.818).

Kültür kavramının görsel imgeler aracılığı ile etkin hale gelen ve yaşam bulan bir boyutu daima mevcuttur. Tarih süresince bütün medeniyetler, topluluklar ya da halk görsel imgeler meydana getirmiştir. Söz konusu imgeler; dünyanın ne şekilde algılandığını ve nasıl tasarlandığını göstermeleri sonucu en az yazı ve söz kadar değerli

hale gelmişlerdir. Kültürel ve mimari bir nakışlama, süsleme ya da dini önemi son derece değerli olan mozaik ya da resim; ilgili kültürün neyi ne şekilde düşündüğü ve tasarladığı, nasıl bir hayat içerisinde olduğunu yansıtmaktadır. Dolayısıyla ‘görsel kültür’ kavramı modern kültüre karşı eleştirel perspektifler meydana getirerek değişik düşünme ve araştırma olanağı sunmaktadır (Ümer, 2017, s.1537).

Özellikle 19. yüzyılda hareketsiz görüntü olarak karşımıza çıkan fotoğrafın son derece popüler olduğu dönemin ardındaki süreçte devinim kazanarak hareketlenen görüntünün yeni bir kültür şeklinde ifade edilmesi sonucunda ortaya çıkan görsel kültür; evrensel bir dil meydana getirerek, görüntüler ile oluşan iletileri iletişim, tüketim, bilgi, haber, eğlence vb. içerikler ile dolaşıma dahil etmektedir. Söz konusu iletişim şekillerinden birisi olan görselin; fotoğraf ile seri bir biçimde üretime geçmesi ve bütün alanlarda kullanılmaya başlaması ya da ilgi görmesi, ‘göstergebilim’ alanında izler bırakmıştır. Benzeşik toplumlarda görüntülerin geri planda kaldığı okuryazar iletişim ön plandayken; benzeşik olmayan toplumlarda görüntü, bütün kesime erişim sağlamak için kültürel çeşitliliğe uyum sağlamak zorundadır. Bu durum ortak bir kültür anlayışını ortaya koymaktadır. Söz konusu bu yeni kültürel yapı da disiplinler arası bir husus olarak gündelik hayatın vazgeçilmez bir unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır (Erdoğan, 2021, s.113-116). Özetle; günümüzde görsel kültür sonu olmayan bir yükseliş içerisinde gelişimini sürdürmektedir. Gündelik yaşamın görsel hale getirilmesi ve tekrar inşa edilmesi dahil insan hayatına ilişkin her alan görsel bir çıktı şeklinde algılanmaktadır.

Genel itibari ile fotoğraf sanatı da icra edilenler tarafından zamanın durdurulması şeklinde ifade edilmektedir. Günümüzde aktif olan görsel kültürün işlevsel boyut kazanması aşamasında fotoğraf unsurunun son derece önemli bir payı bulunmaktadır. Bu durumun nedeni ise fotoğrafın birden fazla nüshasının meydana getirilmesi ve birden çok insanın elinde bulunmasıdır. Bu açıdan değerlendirildiğinde fotoğrafın ‘sanat mı yorumculuk mu’ olduğu sorusu insan zihinlerindeki yerini almıştır (Paklacı, 2019, s.31). Diğer bir deyişle fotoğraf çekilmiyor olsa bile yaşamın her dakikası insanların denetiminde söz konusu olmadan devam etmektedir.

Kültürel kodların belirleyici unsurları olan ‘dil’ ve ‘simge’ ifadelerinin kısa bir zaman içerisinde yerine geçen fotoğraf, kültürün geçmiş uzantılarının ortaya konması

ve gelecek nesillere taşınması aşamasında yararlanılan en güvenilir ‘taşıyıcı’ araç olarak işlevini yerini getirmiştir. Günümüze değin hiç görülmemiş şekilde basit ve çabuk olarak ‘bilgi’ taşıyan bu yeni görsel teknoloji; kültürün en ufak oluşumlarından, en güçlü yapılarına kadar bütün üretilenlerin temsil aracı olma unvanını almakla kalmamış; bunun yanı sıra kültürün değişik özelliklerinde de büyük değişimlere neden olmuştur. Bugün için dünya içerisinde fotoğraflar aracılığı ile temsil edilmemiş bir topluluk olduğunu düşünmek son derece güçtür. Bu basit erişilebilir aracın baskın etkileri, sosyal bakımdan en doğrudan değişimleri kültür ve kültürel uzantılar çizgisinde şekillenmiştir. Bu evrede ‘kendi özgün kültürünü meydana getiren fotoğraf’; söz konusu kültürü mevcut olan düzeneğe entegre ederek ya da birçok modern düzeneği kendisine entegre etme yolu ile meydana getirmiştir. Kültür ve fotoğraf arasında ilişki oluşturma gayreti, öncelikle bu iki önemli unsurun gelişim aşamalarını değişik dinamikleri çerçevesinde incelemeyi gündeme getirmektedir. En özel hali ile değerlendirdiğimiz zaman bile; ‘günümüzde artık her modern ailenin fotoğraflar aracılığı ile kendisinin, portrelerden meydana gelen tarihsel bir kaydını meydana getirmesi ve bunu saklaması’ ile ilgili tutumu, fotoğraf unsurunun kültürel nesne olarak taşıdığı önemi vurgulamaktadır (Serttaş, 2007, s.35-36). Fotoğrafın kültürel işlevi yirminci yüzyıl ile birlikte son derece kapsamlı hale gelmiştir. Bunun sonucunda fotoğrafa ilişkin birçok kültürel yaklaşım ve uygulama alanı ortaya çıkmıştır.

Bir iletişim aracı olarak fotoğrafın algılanması sürecinde, mesajların algılanmasındaki kurallar doğrudan geçerli olmaktadır. Değişik kültürlerde hayatını sürdüren insanların aynı mesajı farklı algılamaları doğam bir durum olarak ifade edilmektedir. Özellikle sembolik anlamları içeren göstergeler kültürel niteliğe kıyasla daha değişik anlamlar içermektedir. Önemli bir kültürel unsur olarak renk kavramının fotoğraf içerisinde kullanım şekline göre değişik algılamalar meydana gelmektedir. Doğu ve batı kültürü içerisinde renkler değişik anlamlar taşımakta olup; aynı kültürden olan insanların yaş ve cinsiyet farklılıkları bile renklere karşı tepkilerde farklılıklar göstermektedir (Bodur, 2006, s.77). Renk sanatın önemli unsurlarından biridir ve farklı coğrafya ve kültürlerde anlamsal değişiklikler göstermektedir. Diğer yandan toplumların ilgi duyduğu renkler; onların kültürel zenginliği durumuna gelmiş olup; tarih boyunca renkler sanat ve kültürde bir ifade aracı olmanın akabinde bireylerin

görüşlerini ifade etme noktasında simge olarak yararlanılan bir unsur olarak kullanılmıştır (Mazlum, 2011, s.126).

Çeşitli kültürler ile ilişkili insanların değişik algısal davranışları taşıdıkları ilk olarak renklerin algılanması aşamasında görülmektedir. Siyahi Afrika ve Amerika'daki bazı kabileler üzerinde gerçekleştirilen çalışmalar; görülebilen evreni kavram haline getiren ve bu sebeple farklı kültürlerde algılama aracı şeklinde yararlanılan renk sistemlerinin, psikoloji, fizyoloji ve anatomi ile hiçbir bağlantısı ve renk ile ışık görüntüsünün doğal bir bölünümü olmadığını belirlemiştir. Bütün kültürler fotoğrafta yer alan renklerin devamlılığını, bir kültürden diğerine farklılaşma gösteren niteliğini isteğe bağlı bir ölçeğe dayalı olarak çeşitli parçalara bölmüştür. Günümüzde yer alan batı dillerinin renk ortaya koyma hususunda muhteşem zengin kelimeleri olmasına rağmen; insanların çoğu renkleri kaba ayrımlar ile ifade etmektedir. Bu ifadelerde yer alan ince detaylar toplumsal, kültürel faktörler ve cinsiyete bağlı olarak birtakım değişiklikler göstermektedir (Bodur, 2006, s.82). Bu durum, fotoğraflarda yer alan kültürel yansımaları da direkt olarak etkilemektedir.

Müzeler, kültürel değerlerin korunduğu, bozulmadan kaldığı ve gelecek nesillere taşındığı, sergilendiği, eğitim amaçlı yararlanıldığı, toplumu eğlendirici tarafları olan alanlar olarak tanımlanmaktadır. Bu sebeple toplumlar için müzeler vazgeçilmez kurumlar olarak nitelendirilmektedir (Mercin, 2011, s.152). Müze içerisinde görsel kayıt materyali olarak kullanılan fotoğraflar da yapıtların belgelenmesinde, kayıt altına alınmasında ve böylece envanter meydana getirilmesinden kullanılan önemli bir araçtır. Bunun akabinde fotoğraf, birçok müzede oldukça kapsamlı bir alan kaplayan arşiv alanlarında yapıtlar, müzenin kendisi ve müzenin içeriği ile ilgili çalışmalarda kayıt tutulmasına katkı sağlamaktadır. Belge, sergi, bilgi ve koleksiyon materyali olma özellikleri, çalışmalarda son derece önemli referanslar oluşturmaları, tanıtımlar ve çeşitli yayınlarda yararlanılacak görsel malzemeler olmaları gibi birçok alt başlık fotoğrafın müze içerisinde bulunma biçimlerine örnek olarak gösterilebilmektedir.

Fotoğrafın müze içerisinde bulunma biçimlerine yönelik olan 3 ana başlık aşağıda belirtilmiştir (Baysaling, 2008, s.29);

- Nesne olarak fotoğraf
- Bilgi/Belge olarak fotoğraf
- Dolaylı yollar ile müze içerisinde bulunan fotoğraf

Akarçay’a göre (2013, s.89), fotoğraf ve kültür ilişkisinde son derece önemli olan diğer bir unsur “etnografik fotoğraf” olarak ifade edilmektedir. Etnografik fotoğraf, özneyi ve kültürü kayıt altına almak ve algılamak için çekilmiş olan fotoğraf şeklinde belirtilmektedir. Herhangi bir fotoğrafın etnografik olarak değerlendirilebilmesi için yalnızca bu amaç doğrultusunda çekilmiş olması yeterli değildir; aynı zamanda etnografik bilgilendirme amacıyla da kullanılması büyük önem taşımaktadır. Etnografik fotoğraf olarak ifade edilen fotoğraflar, önceden oluşturulmuş ve belli bir dönemi yansıtan, etnografik bilgi içeren fotoğraflar olarak belirtilebilmektedir.

Bununla birlikte fotoğraflar yalnızca eskiyi hatırlamak amacıyla değil, birçok mekânda tanıtım ve pazarlama aracı olarak da kullanılan bir araçtır. Popüler kültürün etkisi ile ünlü olan bir kişinin yemek yediği ortamda yer almak, üzerine giydiği kıyafetin mağazasından giyinmek saygınlık göstergesi şeklinde yansıtılmaktadır. Kişilerin bu yöndeki eğilimleri ise ticari sektörlerde bir biçimde karşılığını bulmaktadır (Yiğit, 2022, s.9).

Görsel dünya içerisinde gastronomi temelli fotoğraflar değişik amaçlar doğrultusunda kullanılmaktadır. Bu amaçlar içerisinde en geleneksel olan görsel belgesel fotoğrafçılığı olarak ifade edilmektedir. Bir kültürü yansıtan gıda ürününün hazırlanmasında, yetişmesinde ve üretim aşamasında kültürel değerlerin görüntülenmesi fotoğraf makinesinin küresel anlamda yararlanıldığı ilk çağlardan günümüze kadar devam eden bir durumdur. Bu bağlamda önde gelen fotoğraf çeşitlerinden biri olarak belgesel fotoğraf; bir kültürün değerlendirilmesi, incelenmesi, mercek altına alınması ve anlaşılabilmesi noktasında değerli olabilecek görsel kanıtlar içermektedir. Bir şehir ya da bölgedeki yiyecek-içecek kültürünün yansıtılması, kayıt altına alınması amacı ile fotoğraftan yararlanılması genel olarak belgesel niteliği taşımaktadır. Dolayısıyla bir görselin gastronomi fotoğrafı niteliği içermesi için yiyeceğin üretimi ya da gıda maddesinin yer aldığı veya üretiminin yapıldığı kültürel,

coğrafi, tarihsel ve etnik kodların kadrajda bulunması gerekmektedir (Bozhüyük, 2022, s.214-217). Bu alanda meydana getirilen birçok görüntü yer almaktadır.

Orhan'a göre (2020, s.51-62), fotoğrafçılığın icat edilmesinden itibaren günümüze kadar uygulanan sokak fotoğrafçılığı, başlangıçta elde seyyar olarak taşınabilen Kodak makinenin 1888 yılında 'Siz tuşa basın, biz gerisini hallederiz' sloganı ile ardından da 1925 senesinde daha ufak ve 35 mm film kullanılan Leica makinesinin piyasaya sürülmesi aracılığı ile popüler olmaya başlamıştır. Üçayak kullanımını gerektirmeyen ufak ve ağır olmayan el kameraları, sokak fotoğrafçılığını hem kolaylaştırmakta hem de amatör fotoğrafçılığın yaygınlaşmasına ve fotoğraf kültürü kavramının toplumun bütün katmanlarına yayılmasına katkıda bulunmuştur. Sokak fotoğrafçısı, şans eseri ya da 'karar anı'nın ortaya çıkartılmasında, gizli veya gizli olmayan bir gözlemci olarak şehrin kültürel kodlarını gün yüzüne çıkarmaktadır. Bu bağlamda sokak fotoğrafçılığının bir kültür haline geldiğini söylemek doğru olacaktır.

Fotoğraf ile belgeleme, özellikle kültürel yapıtları kayıt altına almak amacıyla, tarihi bir eserin gerekli durumlarda incelenmesi ve onarılması esnasında üretilen, hem yazılı hem görsel olarak bütün bilgileri elde etme ve kaydetme süreci olarak ifade edilmektedir. Fotoğraf, fiziksel olarak kültürel bir öğeyi korumamıza yardımcı olmaktadır. Daha da önemlisi, geçmişini anlamamıza, hatırlamamıza ve geçmiş ile ilgili çıkarımda bulunmamıza imkân sağlamaktadır. Zaman içerisinde deforme olan kültürel yapıtların dönemin ve kültürel ortamın fotoğraflanması, fiziksel olarak yapı üzerindeki etkinin gelecek kuşaklara taşınabilmesi açısından son derece önemlidir. Diğer yandan, kültürel mirasların fotoğraf aracılığı ile kayıt altına alınması sonucunda, yapıtın ait olduğu dönemin kültürel anlayışının günümüz insanlarına aktarılması sağlanabilmektedir (Yakar vd., 2020, s.176). Kültürel miras insanların, büyüleyici dünya içerisinde kimliklerini bulmaları noktasında muhteşem bir bakış açısı yaratmaktadır. Bu bağlamda kültürel mirasların fotoğraf yardımı ile belgelenmesi gün geçtikçe önemi artan bir konu olarak değerlendirilmektedir.

2.6. KÜLTÜREL BELLEĞE TUTULAN AYNA OLARAK FOTOĞRAF

Fotoğrafın dış yaşamın doğrusal ve geometrik bakış açılarından elde edilen verileri ile yaratmış olduğu benzeşmeyi modern ressamlar, ilerleyen dönemlerde aynı yüzey üzerinde birçok değişik bakış açısını entegre ederek resim sanatının hakikat ile kurduğu bağlantıyı fotoğraf ile elde edilenden farklı bir boyuta çıkarmışlardır. Söz konusu bu yeni boyut arayışı doğrultusunda ilgili dönem içerisinde bellek ve bilincimizin işleyişi üzerine meydana getirilen yeni ve farklı görüşler etkili olmaya başlamıştır. Bellek kavramı, geçmişte hayat bulmuş bilinç ve zihin durumlarını günümüzdeki bilinç durumlarına aktarmaya yardımcı olan farkındalık; zamanı yarattığı, zaman içerisinde kurulan ilişkiyi ortaya koyduğu tahmin edilen iç zaman yaşantısı şeklinde tanımlanmaktadır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde bellek kavramının, bilinç ve zihnimizde imgeler yaratma ve görsel temsil üretme gücüne sahip olduğu görülmektedir. Belleğin geçmiş ile olan imgesel ilişkisi, belleği görsel anlamda gizleyebilme becerisi ile bağlantılıdır. Herhangi bir obje yerinde olmasa dahi bilincimiz, belleğimiz aracılığı ile bir imge olarak nesneyi tekrar meydana getirmektedir (Dönmez, 2020, s.177) Diğer bir ifade ile bellek, tecrübelerimizi yine duyularımızdan elde ettiğimiz veriler neticesinde gizlemekte ve ardından tekrar üretimini sağlamaktadır.

John Berger; fotoğraf makinesi keşfedilmeden öncesinde fotoğrafın yerini tutan unsurun ‘bellek’ olduğunu ifade etmektedir. Berger, fotoğraf tarafından dış ortamda gerçekleştirilen eylemlerin önceki dönemlerde düşünce tarafından yapıldığını savunmaktadır. Ona göre fotoğraf makinesi insanları belleğin yükünden kurtaran bir araç olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca fotoğrafın her zaman gerçeği yansıttığı ve asla yalan söylemediği, hakikatin varlığına ilişkin herhangi bir aldatmacada bulunmadığı vurgulanmaktadır (Akt. Şahin, 2018, s.877).

Gök’e göre (2021, s.26-28), fotoğraflar günümüz çağında hem bireysel, hem toplumsal hem de kültürel belleği biçimlendirmektedir. Özel zamanlarda sosyal medya aracılığı ile gerçekleştirilen paylaşımlar, toplumların tarihi ve kültürel belleklerini yenileyici etki yaratmakta ve böylece onların gelecek nesillere taşınmasına katkıda bulunmaktadır. Zamanı anlara ayırarak, zamansız bir duruma getiren fotoğraflar, geçmiş geleceğe taşıma konusunda son derece başarılı ve etkili bir araçtır.

Bu durum fotoğraf sayesinde geçmişin artık kaybolmayacağını, sadece anlık olarak durdurabileceğini kanıtlar niteliktedir. Dolayısıyla fotoğraf, geçmişini küçük bölümler biçiminde sadece bir an için durdurabilecek tek unsur olarak kabul edilmektedir. Belge özelliği taşıyan fotoğraf, sadece tarihi, toplumsal belleği değil; aynı zamanda kişisel ve kültürel belleği de doğrudan etkilemektedir. Kültürel değerlerin gelecek nesillere taşınmasında ve kişisel hatıraların yenilenmesinde belirleyici rol oynayan fotoğrafın; kimin tarafından çekildiği ya da çekilen görselin ne anlattığı önem taşımamaktadır. Temelde fotoğrafın yeniden meydana getirdiği asıl konu önem arz etmektedir.

Kültürel bellek kavramı, bireylerin dışsallaştırılmış belleği şeklinde tanımlanmaktadır. Bir grup insan tarafından paylaşılan ve kendisini paylaşan bireylere kolektif kimlik aktaran bir bellek türü olarak ifade edilen kültürel bellek; kolektif bellek olarak da adlandırılmaktadır. Kültürel bellek araştırmaları birçok alanın temelinde bulunan bir konu olarak dikkat çekmektedir. Kültürel bellek edebiyat, tarih, sosyoloji, iletişim ve medya araştırmaları gibi birçok disiplin açısından ortak bir çalışma konusu olarak değerlendirilmektedir. Ancak bu bellek türü özellikle iletişim ve medya araştırmaları kapsamında incelenmesi gereken bir bellek olarak ifade edilmektedir. Medya ve iletişim konusunun kültürel belleğin oluşturulması, taşınması, anımsanması ve canlandırılması noktasında üstlenmiş olduğu önemli rol söz konusu gerekliliği ön plana çıkarmaktadır (Taşkıran, 2022, s.2). Jan Assmann' a göre kültürel bellek, 'bir dizi insan tarafından paylaşılması ve bu insanlara kolektif, yani kültürel kimlik ileten kolektif bir hafıza biçimi'dir (Jakob, 2016, s.24).

Sağlamtimur'a göre (2018, s.166), kültürel belleğin taşıyıcısı olarak kabul edilen fotoğraf, görüntüleme yöntemleri aracılığı ile geçmiş döneme ait olan hatıraların anlamlı hale getirilmesine katkıda bulunmaktadır. Fotoğrafların geçmiş zamana ilişkin anımsattığı anlar, bireysel veya toplumsal grupların iletişimi ve etkileşimi doğrultusunda meydana gelmektedir. Fotoğraflar üzerinden gerçekleştirilen bellek araştırmaları, kültürel ve toplumsal alanlarda veri elde edilmesi amacıyla araştırmacılar için üretken bir araç şeklinde kabul edilmektedir.

19. yüzyıldan günümüze kadar insanların yaşamış oldukları olay ya da durumları görsel bir belge şeklinde sunan fotoğraf, geçmiş zamanı somut hale getirmekte, nesneleştirmekte ve hakikate olan yakınlığı ile kültürel hayat içerisinde

insanlık tarihinin tekrar düzenlendiği bir unsur durumuna gelmektedir. Fotoğraf, kültürel bellek unsurunu biçimlendirmekte ve geçmiş döneme ilişkin zamanı kendi gerçekliğinde göstermektedir. Fotoğraf aracılığı ile meydana getirilen araştırmaların bellek ile olan bağlantısı, hem hakikat çerçevesinde hem de kültürel/toplum bağlamında veri elde etme, anımsatma ve anma işlevi görmektedir. Fotoğraf keşfedildiği dönemden itibaren toplumsal ve kültürel belleğin görsel kayıtlarını tutmaya başlamıştır (Görgülü, 2020, s.398). Böylece kültürel anılar ve değerler belgelenerek, gelecek nesillere kolayca aktarımı sağlanabilmektedir.

Gök'e göre (2021, s.688-689), bilgilerin ve anıların unutulmaya başlandığı toplumlarda, kültürel belleğin nesilden nesile taşınması hususunda fotoğraf unsuru son derece etkili ve önemli bir araç durumuna gelmiştir. Toplumsal kimliğin ve kültürel değerlerin korunabilmesi aşamasında fotoğraf unsurunun geçmişi yansıtmaya gücü, bu değerlerin sürdürülebilir olması noktasında büyük önem arz etmektedir. Görsel bir belge görevi gören fotoğraflar yardımı ile insanların geçmişte yaşadıkları arşivlenmektedir. Bu sayede fotoğraflar, insanların geçmişte yaşamış olduğu güzel ya da kötü anıları hatırlamasında, unutmamasında ve günümüzde de özümsemesinde etkin bir rol oynamaktadır. Kültürel belleğin nesilden nesile taşınması doğrultusunda, törenler son derece önemli bir yere sahiptir. Bu bağlamda bayramlar kültürel belleğin 'ilk örgütlenme şekli' olarak ifade edilmektedir. Bayramların kültürel yapının sürekliliğini sağladığı ve toplum kimliğini koruduğu belirtilmektedir. Kültürel bellek kavramının sürdürülebilir olmasına yardımcı olan bayramlar, aile fotoğraflarının en fazla çekildiği törenler arasında yer almaktadır. Bütün aile fertlerinin yan yana olduğu, sofraların yiyecekler ile donatıldığı ve akraba ziyaretlerinin gerçekleştirildiği bayramlar, birçok toplumda özel bir yer teşkil etmektedir.

Fotoğraf, arşiv ve kültürel bellek incelemelerinde birbirine geçme duygusunun ortaya çıkmasında daha çok tanım ekleyebilmek için birtakım çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Örneğin; literatürde yer alan bir araştırmada, bir fotoğrafın tekilliği incelenmiştir. Bu doğrultuda fotoğraf biçimleri ve onun bellek üretimindeki yeri araştırılmıştır. Elde edilen bulgular neticesinde de aile fotoğraflarının hem kamusal hem özel bağlamda kullanıldığı görülmüş olup; bu belleğin değerinin açıkça ortada olduğu belirlenmiştir. Diğer bir araştırmada ise; fotoğraf arşivi ile bellek

arasından çok yakın bir ilişki olduğu saptanmıştır. Geçmişî hatırlatmak amacıyla kullanılabilecek görüntüleri kayıt altına alması aşamasında fotoğraf, arşiv ve kültürel bellek unsurlarının birbirinden ayrılmaz önemli kavramlar olduğu belirlenmiştir (Setiadi, 2017, s.173).

Kültürel bellek kavramının bir unsuru olarak aile fotoğraflarının toplum açısından önemi, belirli bir türdeki objelerin kendisine özgü pratikler doğrultusunda birleşmesine bağlıdır. Bu fotoğrafların görsel içeriği onların ‘aile fotoğrafı’ biçiminde adlandırılmasının yalnızca bir bölümünü meydana getirmektedir. Benzer biçimde, aile fertlerinin söz konusu fotoğrafları nasıl ve ne amaçlar ile kullandıkları konusu da bu kavramsal tanımın içeriğini tamamlamak açısından son derece belirleyici rol oynamaktadır. Aile fotoğrafları insanlar tarafından oluşturulmakta, gizlenmekte, arşivlenmekte ve zamanı geldiğinde de yakın çevre ile paylaşılmaktadır Tuncer, 2014, s.6). Kültürel belleği meydana getiren aile fotoğrafları; hayat biçimleri, giyim-kuşam tarzları, zevkler, estetik endişeler gibi bulunduğu dönemin kültürel niteliklerinin çeşitli sınıflarda nasıl farklılık gösterdiğini, zaman geçtikçe nelerin değişim geçirdiğini, dönüştüğünü, nelerin değişmeden kaldığını ve bütün bunların aile üyelerine nasıl yansıdığını ortaya koymaktadır. Aile fotoğrafları, aile bağları tarafından geçmişten kalan hatıraların kaydını sakladıkları ve bu kayıtları aile haricinde kalan kişilere gösterdikleri için aile belleğinin oluşturulması sırasında aynı zamanda söz konusu aileye dair hikâyelerin meydana gelmesini sağlamaktadır (Ulu, 2011, s.33). Aile fotoğraflarının, modern aile yaşamı ve ideolojisine yönelik yüklenen anlamların meydana getirilme aşamalarında temel oluşturması; gündelik yaşamda bu tür pratikler neticesinde ortaya çıkmaktadır.

Fotoğrafların gerçek olanı yansıtarak ve hatırlatarak toplumsal belleğin oluşum aşamasına sağladığı katkı, özel alanın istenilen taraflarının görünür hale getirilmesi işlevi taşıyan aile fotoğrafları söz konusu olduğunda son derece büyük önem arz etmektedir. Gündelik yaşamın detaylarına ilişkin görsel kayıtlar ile kişisel ve kültürel belleğin biçimlendirilmesi arasında yakın bağlar bulunmaktadır. Özenli bir biçimde uzun süre arşivlenen fotoğraf albümleri ile evlerde sergilenen fotoğraflar aile belleğinin meydana gelmesinde önemli rol oynamaktadır. Ayrıca bu fotoğraflar hatırlanmak istenilen geçmiş anıların hikayesine tamamlayan parçalar olarak

belirlenmektedir (Toksoy vd., 2020, s.170). Bu noktada, üzerine değerlendirme yapılan ve sergilenen fotoğraflar belleğin uyaranları şeklinde tanımlanmaktadır.

Gündelik hayatın önemli ve vazgeçilmez bir parçası olarak değerlendirilen fotoğraf; iyi fotoğraflar çekme ve çektirmenin büyük bir beğeni sayıldığı günümüz dünyasında gerçek ortamlarda, bireyin talep, istek ve beklentileri doğrultusunda özel tecrübeler bağlamında meydana getirilen düğün çekimleri hususunda son derece ön planda olan araç olmuştur. Düğün fotoğraflarının gerçekleştirilebilmesi için dünyanın dört bir yanından profesyonel çalışma ekibi ve ekipmanlar getirilmiştir. Kumsallar, deniz kenarları, kırsal alanlar, parklar, ormanlık alanlar ve saraylar düğün fotoğrafları için hem çekim mekânı olarak kullanılmakta hem de direkt olarak düğün çekimlerine özgü bir biçimde ışıklandırma yapılan, çiçekler ve camekânlar ile tasarlanan çekim platformlarından yararlanılmaktadır. Düğün öncesi fotoğrafçılığı, gelin fotoğrafçılığı gibi isimler ile ifade edilen yeni meslek alanları içerisinde bütün dünyada son derece popüler olan ve hızlı bir gelişim göstere düğün fotoğrafçılığı; bir kültürel bellek formu olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda ele alındığında düğün fotoğrafçılığı kavramı küresel bir iletişim biçimi olarak yükselişini sürdürmektedir. Günümüzdeki hali ile düğün fotoğrafları duygu ve hazların hâkim olduğu bir toplum içerisinde kişiselleşmenin varlığı ile bağlantılıdır (Saltık, 2022, s.440-443). Özetle düğün fotoğrafları, dijital çağda fotoğraf deneyiminin kişiselleştirilmesi ve yoğunlaştırılmasını kapsayan kültürel dönüşümün bir parçası olarak ifade edilmektedir.

Yenici'ye göre (2020), kültürel bellek unsurunun her zaman özel taşıyıcıları olmuştur. Bu özel taşıyıcılar; yazarlar, ozanlar, şamanlar, rahipler, öğretmenler, filozoflar vb. kendilerine bilgiyi taşıma yetkisine sahip olanların tümü şeklinde belirtilmektedir. Fotoğrafın 19. yüzyılda keşfedilmesi ile birlikte ortaya çıkan 'fotoğrafçı' da kültürel bellek unsurunun yeni özel taşıyıcısı olarak anılmaya başlamıştır. Toplumsal ve kültürel bellek unsurları dikkate alındığında ilk akla gelen fotoğraf türü ise belgesel fotoğraf olarak ifade edilmektedir. Belgesel fotoğraf; herhangi bir olayı, hayatın bir bölümünü, insanların hayat çevresini ve ülkeyi özel olarak ya da detaylı bir biçimde ifade eden bir fotoğraf türüdür. Bir milleti, hayat içerisinde meydana gelen küçük bir olay bağlamında, bir şehri sıradan bir sokak ile ve

bir toplumu da bir ferдин bireysel ifadesi ile anlatmak olarak da tanımlanan belgesel fotoğraf türünün en önemli özelliği, gerçek bir belge niteliğinde tanıklık özelliği taşıması olarak belirtilmektedir.

Kültürel bellek yardımı ile aileler, etnik gruplar ve milletler, bir taraftan kendi varoluşlarına meşruiyet kazandırırken; diğerk taraftan da mensupları üzerinde hem otorite oluşturmakta hem de güven duygusu yaratmaktadırlar. Fotoğrafın keşfedildiği dönem son derece yakın geçmiş olarak değerkendirilebilir. Fakat keşfinden günümüze değin göstermiş olduğu gelişim ve kullanımının yaygınlaşması son derece hızlı gerçekleşmiştir (Ulu, 2011, s.32). Fotoğraf stüdyolarında ya da sokaklarda çekilen ve toplumları meydana getiren insanlara ait olan portre, tören, sokak, arkadaş, aile, belge niteliğindeki fotoğrafların, kültürel bellek içerisinde oldukça önemli bir yer kapladığı düşünülmektedir. Bu nedenle, kültürel bellek kuramı fotoğrafların ana temasında her zaman yer alan vazgeçilmez ve belirleyici bir unsur olarak kabul görmektedir.

2.7. KÜLTÜREL GÖSTERGELER YAKLAŞIMI VE FOTOĞRAF

Kültürel göstergeler, toplumu bir bütün olarak ele alan, çeşitli alt yapılarını, düzeneklerini koruma altına alan ve tekrar üretmeye hizmet eden bir unsurdur. Buna ek olarak kültürel gösterge kavramı; toplum içerisinde meydana gelen değışim ve yeniliğe hizmet eden düşüncelerin, değerklerin ve inançların yapısına etki etmek açısından da son derece önemlidir (Blomkamp, 2015, s.15). Bu bağlamda ortaya atılan Kültürel Göstergeler Kuramı, gösterge kavramının net bir şekilde anlaşılması açısından oldukça belirleyicidir.

George Gerbner öncülüğünde bir grup araştırmacı tarafından geliştirilen ‘Kültürel Göstergeler Kuramı’ başlangıçta 1960’lı yılların ortalarında bir proje olarak ortaya çıkmıştır. Gerbner ‘Kültürel Göstergeler Kuramı’ kapsamında televizyon seyretmenin izleyicilerin gündelik hayatı ile ilgili düşünceleri üzerinde etkisi olup olmadığını, eğer etkiliyor ise bu etkinin ne yönde olduğunu ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu bağlamda Gerbner’in ‘Kültürel Göstergeler Kuramı’ genel itibarı ile 1940’lı yıllara kadar gerçekleştirilen iletişim çalışmalarının ‘Güçlü Etkiler Dönemi’ ve 1940’lı yıllardan 1960 yıllarına kadar olan ‘Sınırlı Etkiler Dönemi’nin bütüncül bir

eleştirisi şeklinde değerlendirilmektedir. Gerbner, kitleler tarafından eş zamanlı bir biçimde izlenen, paylaşılan değerlerin, önceliklerin neler içerdiğini ya da neleri hariç tuttuğunu ortaya koymada, kitle iletişim araçlarının üstlenmiş olduğu görevin belirleyici olduğuna dikkat çekmektedir (Mukhtarova, 2019, s.32-33). Baskın imaj kalıplarının yetiştirilmesi, herhangi bir toplumun baskın iletişim ajanslarının ana işlevidir. Hâkim iletişim araçlarının müşteri kitlesinde, konumunda veya görünümünde bir değişiklik olduğunda, bu süreçte önemli bir değişiklik olur. Böyle bir değişiklik meydana geldiğinde, mevcut görüntülerin ve davranış kalıplarının görece anlamını, kalıpları değiştirmeden önce bile değiştirir. Sosyal yapılar, mesaj sistemleri ve imaj yapıları arasındaki karşılıklı ilişkilerdeki değişimin yanı sıra sürekliliklerin tarihi ve dinamikleri iletişimin “etkileridir”.

Gerbner, endüstrileşme döneminin ardından ortaya çıkan siyasi sistem içerisinde egemen kuvvetlerin kitle iletişim araçlarını kendi menfaatleri için kullandığını vurgulamaktadır. Kitle iletişim araçlarının genel olarak bir bütün olarak ama özelde televizyon aracılığı ile toplumu kontrol ve denetim altında tutan egemen kuvvetler, mesajları istedikleri gibi şekillendirerek gündelik yaşamı tasarlamaktadır. Bu egemen kuvvetler, televizyonun özellikle simgesel dilinden ve sembolik yapısından yararlanarak politikaya ve kültüre yön vermektedir. Bu doğrultuda televizyon iki farklı biçimde kullanılan bir kitle iletişim aracı olarak ifade edilmektedir. Birincisi, toplumun günlük yaşamında ve kültürel yapısında mevcut olan durumları tekrar tekrar oluşturarak toplumun kullanımına sunması olarak; ikincisi ise gündelik hayatta ve kültürel yapıda bulunmayan şeylerin kurgu aracılığı ile zihinlere taşınmasının sağlanması şeklinde belirtilmektedir. İnsanlar bilinçli olarak ya da olmadan sürece dâhil olarak dönüşümün içerisinde bulunmaktadırlar. Bunun sonucunda televizyon odaklı bir toplumsallaşma meydana gelmiş olacaktır. Burada söz konusu olan değişim ve dönüşüm kısa bir zaman içerisinde olmayacaktır. Bu değişim uzun vadeli bir süreci içerecektir. Gerbner’ in kültürel göstergeler ve ekme kuramı çerçevesinde ilk olarak televizyon vasıtası ile toplum içerisinde birtakım ihtiyaçlar belirlenmektedir. Ardından belirlenen bu ihtiyaçlar, televizyon üzerinden gerçekleştirilen sunumlar yardımı ile karşılanmaya çalışılmaktadır. Gerbner bu niteliğinden ötürü projesine ‘ekme kuramı’ ismini vermiştir. Ekme kuramına göre

topluma atılan tohumlar gün geçtikçe yeşerecek ve istenilen ürün ortaya çıkacaktır (Bak vd., 2020, s.490).

Şen'e göre (2008, s.35-36), 19. yüzyıldan günümüze kadar gelişim ve değişim gösteren teknoloji ile beraber kitle iletişim araçları, baskı yöntemlerinin gelişmesi, fotoğraf ve sinemanın keşfedilmesi, 1920 senesinden itibaren radyo ve 1950'li senelerden sonra televizyonun kullanımı ile hızlı bir şekilde yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Ortaçağ döneminin ardından Avrupa'da kullanılan haber mektuplarından kökenini alan gazeteler ise Batı Avrupa'da ticari kapitalizmin bir ürünü şeklinde ortaya çıkmıştır. Modern açıdan gazeteler, kapitalist serbest piyasa ekonomisi içerisinde, toplumsal bir kurum ve ticari işletme görevini yerine getiren kitle iletişim aracı olarak ifade edilmektedir. Fotoğraf unsurunun gazeteler içerisinde ilk defa kullanılmaya başlanması da teknolojiye meydana gelen gelişimlerin etkisi ile 1800'lü senelerin son dönemlerine denk gelmektedir. 1880 senesinde New York'ta yayınlanan "Daily Graphic" gazetesinde yayınlanan ilk fotoğrafa "Shantytown" (gecekondu mahallesi) örnek olarak gösterilebilmektedir. İngiltere'de yayınlarına devam eden "Daily Mirror" gazetesi, 1904 senesinde sayfalarını yalnızca fotoğraflar için ayırmaya başlamıştır. Fotoğrafın bu şekilde basın ortamında yer almaya başlaması, görsel medyanın temellerinin oluşmasında büyük katkı sağlamıştır. İçinde yaşadığımız dünyanın somut bir yansıması olarak nitelendirilen fotoğraf unsurunun, kitlelerin tüketimine sunulması neticesinde hedef kitlenin dünya görüşü farklılığına uğramıştır.

Kopyalama yöntemlerinin gelişim göstermesi ile birlikte fotoğraflar, 19. yüzyılın sonlarından itibaren kamusal olayların görsel belgelenmesi şeklinde gazete ve dergilerde yerini almıştır. Fotoğrafların, toplumsal hayatı aynen ileten belgeler olarak kabul görmesi, görsel kayıtların toplumsal görevi ve iktidarların işleyişi sürecindeki etkinliği gibi olaylar etrafında günümüze değin devam eden tartışmaların meydana gelmesine sebep olmuştur. Görsellik ve dağıtım teknolojisi bağlamında gerçekleşen muhteşem yeniliklere karşın, bilgi aktaran belgeler olarak kabul edilen fotoğraflar, günümüzde hala medya için büyük bir önem taşımaktadır. Fotoğrafik kayıtların gerçek dünya ile olan bağlantısı, toplumda oluşturdukları etki doğrultusundaki tartışmalar fotoğrafların 'belge' niteliklerini temel almaktadır. Bu durum son derece kapsamlı bir yelpazede ilk sırada sosyoloji olmak üzere değişik

alanların hem kavramsal yaklaşımlarında hem de saha araştırmalarında fotoğraflardan yararlandıkları görsel çalışmaların hızlı bir biçimde gelişim göstermesine katkıda bulunmuştur (Toksoy, 2019, s.493).

Fotoğraf, kitle iletişim araçları içerisinde yer almaya başladıktan sonra son derece mühim bir tartışmayı ön plana çıkarmıştır. Söz konusu tartışma fotoğrafın gerçekliği ile ilgilidir. Bireyler fotoğraf ile ilk karşılaştıkları zaman şaşkın bir tavır sergilemişler ve görmüş olduklarına anlam vermekte zorluk çekmişlerdir. Fotoğraf, doğanın üç boyutlu görüntüsünü iki boyuta indirgerken aynı zamanda alıntı yaptığı şeyleri gerçek görüntüsü ile ileten bir imge olarak değerlendirilmektedir. Diğer bir ifade ile insanlar şu anda aslında var olmayan şeyleri fotoğraf sayesinde hatırlamakta ve yâd etmektedir. Bu bağlamda imge olarak ifade edilen kavramın anlatmak istediği ana temalar ile aynı görüntüde olması, fotoğraf unsurunun gerçekliğini tartışma konusu durumuna getiren yaklaşımların çıkış noktası olmuştur. Günümüzde görsel imgelerin yoğunlukta olduğu bir çağda yaşanılmaktadır. Televizyon, gazete, dergi, sinema vb. kitle iletişim araçları gün geçtikçe bünyesinde birçok fotoğrafa yer vermektedir. Bunun sonucunda da kitleler karşı koyamadıkları bir görsel şölen altında hayatlarını sürdürmek durumunda kalmaktadır. 19. yüzyıl sözlü ve yazılı kültürün büyük oranda hâkim olduğu kültürel bir ortam olarak değerlendirilmektedir. Bugünde izleri görülen yazıya dayalı kültürel yapının gün geçtikçe hemen hemen tamamen görselliğe dayanan bir kitle kültürüne dönüşmekte olduğu yaygın bir görüş olarak ifade edilmektedir (Eryılmaz, 1999, s.15-18). Basın yayın araçlarından gazete ve dergilerde de yazı oranı giderek düşmeye başlarken; fotoğraf ve görsel materyallerin oranı yükselmektedir. Böyle bir iletişim şekli, bireyler tarafından da basit bir biçimde anlaşılmakta ve zamanla alışkanlık haline gelmektedir.

Fotoğraf herhangi bir durumun anlık durumunu yansıtmaktadır. Hakikatin yansımaları şeklinde kabul gören fotoğraf, bu bakımdan kitle iletişim araçlarının sermaye ve iktidar ile olan bağlantısı çerçevesinde incelendiğinde ideolojik kullanıma açık olduğu görülmektedir. Özellikle totaliter rejim kapsamında propaganda amaçlı yararlanılabilen fotoğraf unsuru bunun akabinde kapalı bir biçimde ideolojinin kitleler üzerinde meşrulaştırılmasında da kilit rol oynamaktadır (Şen, 2008, s.36-37). Basında kullanılan fotoğrafların geniş kitleler tarafından anlaşılabilir olması ve toplumsal

boyutta yararlanılabilen bir kitle iletişim aracı olma niteliği, fotoğraf unsurunun gün geçtikçe daha popüler, etkili ve fazla bir şekilde medyada bulunmasına katkı sağlamaktadır (Demirel, 2015, s.633).

Arıcan'a göre (2001, s.17), günümüzde seyircilerin fotoğraflar ile en fazla karşı karşıya olduğu ortam kitle iletişim araçları olarak ifade edilmektedir. Kitle iletişim araçları, yalnızca mesajların aktarılması sürecinde değil, aynı zamanda şekillendirilmesinde de belirleyici rol oynamaktadır. Fotoğrafın kendine özgü bir anlatım metodu bulunmaktadır. Bu bağlamda herhangi bir olayın şiir veya fotoğraf aracılığı ile ifade edilmesi farklı anlamlar meydana getirmektedir. Fotoğraf bir kitle iletişim aracı olarak değerlendirildiğinde, taşıdığı niteliklerinden ötürü, kapsamının yanı sıra fotoğraf olarak sunulması da içeriğinin anlamına değişik bir yarar sağlamaktadır. Bunun akabinde, fotoğrafın yayınlanacağı kitle iletişim aracı da, fotoğrafın kapsamını etkilemektedir. Bütün kitle iletişim araçlarının kendine özgü nitelikleri ve kuralları bulunmaktadır. Fotoğrafçı çekmiş olduğu görüntüleri yayınlanacak olan kitle iletişim aracına ilettikten sonra, söz konusu kitle iletişim aracının nitelikleri ve kuralları çerçevesinde değerlendirme yapılmaktadır. Önemli ve popüler bir kitle iletişim aracı olarak gazetenin de belli başlı nitelikleri ve kuralları bulunmaktadır. Örneğin; bir fotoğrafın gazetede yayınlanabilmesi için ilk olarak birtakım nitelikleri taşıması gerekmektedir. Buna ek olarak fotoğrafın yer alacağı gazetenin kendine özgü kuralları da yerine getirmesi esastır. Eğer fotoğrafçı herhangi bir kitle iletişim aracından yayınlanması amacıyla fotoğraf çekiyorsa; milyonlarca insanın gözleri olmuş demektir. Bu nedenle herhangi bir kitle iletişim aracında yayınlanacak olan görseli üreten fotoğrafçının, ahlaki bakımdan bireylerin sorumluluğunu üzerinde taşıması ve insanların çekinmeden bakabilecekleri fotoğraflar çekmesi gerekmektedir.

Fotoğraf icat edildiği tarihten günümüz çağına kadar teknolojinin gelişim göstermesinin akabinde birçok evreden geçerek, fazla sayıda alanda yararlanılan bir araç durumuna gelmiştir. İnsanların yaratılışı gereği gördüğüne kolay bir biçimde inanması, gerçeği yansıtan fotoğraf unsurunun önemli bir görsel araç olarak kitle iletişim araçları kapsamında vazgeçilmez olmasını sağlamıştır (Aybay ve Çeken, 2021, s.497). Bu bağlamda kitle iletişim araçlarında kullanılan fotoğraf; herhangi bir

habere destek vermek, konuyu daha net ve dikkat çekici bir duruma getirmek, ilgi çekmek, sanat amacı gütmek, anı durdurarak belgelemek ve kurumsal alanlarda kullanmak gibi birçok amaçlar doğrultusunda yararlanılan bir unsurdur.

Tüm bu bilgiler ışığında fotoğraflar bilgi ve belge özelliği taşıdığı için her türlü konu ve durum açısından etkili olmaktadır. Örneğin; gazetelerde yayınlanan fotoğraf bazı durumlarda haberin tamamlayıcı unsuru olmanın akabinde esas unsur haline gelebilmektedir. Fotoğraf unsurunun kitlesel olma niteliği yalnızca gazeteler ile sınırlı değildir. Sokaklarda yararlanılan reklam ve tanıtım araçlarında da fotoğraf; görsel ifade gücü aracılığı ile kitlelere iletilerin gönderilmesinde etkin bir biçimde kullanılmaktadır. Tiyatro ve sinemanın topluma bildirilmesinde, birtakım iletilerin aktarılmasında, kısaca yaşamın her alanında fotoğrafın varlığı yoğun bir biçimde hissedilmektedir. Kitle iletişim araçlarında fotoğrafın işlevi; ulaştırılması hedeflenen iletinin görsel iletişim araçlarından biri olan fotoğraf aracılığı ile somut duruma getirilmesini sağlamak olarak belirtilmektedir. Doğru ve amacına uygun olarak çekilen bütün fotoğraflar mesajların iletilmesi aşamasında başarılı olmaktadır. Son olarak kültürel göstergeleri aktarması açısından kitle iletişim araçlarında fotoğraf unsurunun önemi aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir; fotoğraf görsel iletişim araçları içerisinde bir köprü görevi görür, kültürler arasında iletişim kolay gerçekleşmesini sağlar, tarihi olay ve durumlara ışık yansıtır, bilgi ve belge özelliği taşır, yayımlandığı ve kullanıldığı kitle iletişim aracına estetik boyut kazandırır, konuya dikkat çekme noktasında etkilidir, ilgi ve merak uyandırıcı bir niteliğe sahiptir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. KÜLTÜREL BİR AKTARIM ARACI OLARAK FOTOĞRAFIN İŞLEV VE ETKİLERİNİN KÜRESEL PANDEMİ DÖNEMİNDE YENİ NORMALLERİN AKTARIMI AÇISINDAN İNCELENMESİ

Bu bölümde araştırmanın amacı, önemi, yöntemi, kapsam ve sınırlılıkları, içerik analizi, göstergebilimsel analiz ve yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler olmak üzere üç ayrı başlıkta elde edilen bulgular ile tüm bu bulguların ortak bir değerlendirilmesine yer verilmiştir.

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

George Gerbner, televizyon metinlerinde gösterilen bir içeriğin hayatımızda zaten baskın bir biçimde var olan bir olgu ile aktarıldığında, televizyonda izlediğimiz tutum ve davranışı içselleştirme düzeyimizin her zamankinden daha yüksek olduğunu söyleyerek bu durumu yetiştirme analizi yapmak için en uygun ortam olarak nitелеmektedir. Hayatımıza giren yeni normaller ve bu normallerin toplum tarafından deneyimlenme süreci, bu süreçte sosyal medyanın yoğun olarak kullanılması ve bu yeni normallerin sosyal gerçeklik halini alması nedeniyle Covid-19 pandemi süreci, yetiştirme analizi yapmak için oldukça müsait bir durumu işaret etmektedir. Bu çalışmanın temel dayanak noktasını George Gerbner'in kültürel göstergeler ve yetiştirme kuramı araştırmasının kavramsal çerçevesi oluşturmaktadır. Bu kuram, geliştiricisi tarafından televizyon metinlerinin içeriksel çözümlemelerini esas almış ve toplumsal etkilerini gözlemlemeyi amaçlamıştır. Bu çalışmada kullanılan yaklaşım, ilgili dayanak noktası ile aynı kalmış, bununla birlikte araştırma evreni olan televizyon metinleri, haber fotoğrafı anlatılarıyla değiştirilmiş, sosyal gerçeklik ve yeni normal kavramı üzerine olan etkileri toplumsal açılarından incelenmiştir.

Bu bağlamda pandemi dönemi boyunca ilgili hesaplardan dolaşıma sokulan salgın konulu tüm sosyal medya haber fotoğraflarını tespit etmek, bu fotoğrafların içeriğini analiz etmek ve bu içeriklerde yer alan kültürel göstergeleri belirlemek araştırmanın ana amacını oluşturmaktadır. Bununla birlikte ilgili haber fotoğraflarının

izleyicilerin/takipçilerin yeni normaller ile ilgili sosyal gerçeklik algısını nasıl ve ne şekilde etkilediği ile algıları üzerindeki yetilerini sınamak ve bu fotoğraflar ile ilgili farkındalık düzeyini ortaya koymak araştırmanın diğer amaçları arasındadır.

3.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Anlatı ve ileti biçimlerinde yazınsal metinler ile birlikte görsel ve işitsel öğelerin rolü yadsınamaz derecede önemlidir. Güncel medya pratikleri açısından düşünüldüğünde, görsel içeriklerin veya içerikteki görsellerin geleneksel medyaya oranla daha ön planda olduğu gözlemlenebilir. Sosyal medya, bireyler arası iletişim işlevinin yanı sıra güncel olayların takibi ve haber alma amaçlı olarak sıklıkla kullanılan bir medya dolayımı haline gelmiştir. Bu kullanım pratikleri çerçevesinde, haber odaklı internet platformlarının sosyal ağ kurumsal hesapları bireyler tarafından takip edilmekte ve haber niteliği taşıyan olay ve olgular söz konusu haber odaklı platformların hem internet sitelerinde hem de sosyal hesaplarında içerdiği metin kısmına oranla daha fazla görseller ile eş zamanlı olarak sunulmaktadır. Toplumun dinamiklerini derinden etkileyen olaylar karşısında bireylerin haber platformlarını takip etme ve haberlere karşı daha duyarlı olma eğilimlerinde oldukları söylenebilir. Pandemi süreci ile beraber bireylerin sosyal mesafeye uygun hareket etmek zorunda olması nedeniyle daha düşük oranda aynı ortamda bulunmaları ve bütün salgın evresinde her alanda teknolojiye daha yüksek oranda yararlanılması söz konusu olmuştur. Özellikle dijitalleşmenin hâkim olmaya başladığı ve sürekli gelişim gösterdiği bu süreçte, salgının da etkisi ile sosyal medya platformları ve mobil uygulamalar gündelik hayatın önemli bir parçası durumuna gelmiştir. Gündelik yaşam aktivitelerine eklemlenen sosyal medya kullanımı ile birlikte bireyler, zamanlarının büyük bölümünü hem salgın hakkında bilgi almak hem de sosyal çevreleri ile iletişim halinde kalmak üzere bu platformları kullanarak geçirmişlerdir.

Seyahat kısıtlamaları, sosyal mesafe tedbirleri, karantina süreçleri ve iş yerlerinin kapatılması toplumların yapısında değişimlerin meydana gelmesine neden olmuştur. Bireylerin, gündelik yaşam rutinlerinin rahatlığından ve güvenliğinden çıkma konusunda zorluk yaşadığı pandemi sürecinde, sosyal medya tartışmaların merkezinde yer almaktadır.

Covid-19 salgını ile birlikte bireylerin hayata bakış açısı değişmiş ve yepyeni bir boyut kazanmıştır. İnsanların çevreleri ile etkileşimleri, ilişkileri, iş yerine gitme şekilleri ve katılım gösterdikleri sosyal aktiviteler gibi birçok rutinde değişikliğe neden olan Covid-19 pandemisinin sosyal yaşama etkileri bakımından önemi günümüzde de yadsınamaz bir gerçektir (Sargın ve Kutluca, 2020, s.66). Covid-19 pandemisi, bireylerin yalnızca sağlığını etkilemekle kalmamış; toplumsal hayatın bütün aşamalarında ve evrelerinde son derece büyük bir etki yaratarak uzun süreli bir dönüşüm sürecinin başlamasına neden olmuştur. Bu bağlamda eğitim, sağlık, mesleki ve sosyal hayat yeniden şekil almış ve böylece öngörülmesi zor bir süreç başlamıştır (İnce, 2021, s.498). Bu bakımdan salgın sürecinin tıbbi boyutu ile olduğu kadar toplumsal değişim boyutu ile de incelenmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir.

Pandemi sürecinde artış gösteren stres, duygusal ve ruhsal değişimler, ekonomik sıkıntılar, anksiyete, depresyon ve travma sonrası davranış bozuklukları meydana gelmiş ve bu durum aile ve evlilik hayatını olumsuz yönde etkilemiştir. Özellikle bireylerin yaşadığı psikolojik zorluklar ve günlük yaşam rutinlerinde ortaya çıkan değişim, ev içerisinde birtakım çatışmaların ve şiddetin yükselmesine, evlilik hayatında problemlere sebep olarak evlilik birliğinde azalmalara sebep olabilmektedir (Kaya ve Işık, 2021, s.511). Öte yandan bu süreçte arkadaş ortamından ve doğal yaşam alanlarından uzak kalan çocuklar için ‘teknoloji bağımlılığı’ riski gündeme gelmiştir.

Gündelik yaşam pratiklerinde süregelen olumsuz değişimlerin yanı sıra fiziksel temasın kısıtlanması sonucunda, sarılma, tokalaşma gibi birtakım kültürel alışkanlıklarda da kısıtlamaya gidilmesi zorunlu hale gelmiştir. Nitekim sosyal mesafe kavramı; fiziksel mesafenin temel olarak gerekliliğini ifade etmek amacı ile kullanılan bir kavramdır. Sosyal mesafe kuralları; tanıdık olsun ya da olmasın kimseye belirlenen mesafe miktarından fazla yaklaşmama, tokalaşmama, kucaklaşmama, öpüşmeme kısaca her türlü fiziksel temastan uzak durma gibi sosyal ilişkileri etkileyen kısıtlamaları kapsamaktadır (Ünal, 2022, s.126).

Covid-19 salgın sürecinin neden olduğu karantina ve izolasyon döneminde çevrimiçi olarak gerçekleştirilen alışveriş, toplantı, eğitim ve dizi/film seyretme gibi aktivitelerde artış görülmüş ve böylece bütün yaş gruplarında internet, bilgisayar ve akıllı telefon kullanımı yaygınlık göstermeye başlamıştır. Bu bilgilere paralel olarak,

bireylerin internette geçirdikleri süre artmış ve bu nedenle insanlar bu süreç boyunca haber iletilerine normalden çok daha fazla maruz kalmıştır. Bu durumun sebeplerinin; hastalığın seyrini takip etme isteği, internet ortamının eğlendirici ve kolay erişimli boş zaman aktivitesi yapısında olduğu söylenebilir. Her zamankinden daha fazla haber metinlerine maruz kalan kullanıcıların sosyal gerçeklik algılarının da bu haberler ve haberlerde kullanılan fotoğraflar tarafından etkilendiğini söylemek mümkündür. Yaşanan pandemi sürecinde insanların takip ettikleri haberlerdeki içeriği içselleştirmiş olma ihtimalleri daha yüksektir. Sebepler arasında; ölüm kaygısı, yakınlarını kaybetme korkusu, ekonomik sebepler, görece daha dingin algılar, metinlere yaklaşımdaki ciddiyet, pandemi ile ilgili iletilere yoğun maruz kalma durumu vb. durumlar gösterilebilir. Haber ajansları ve bu kaynaklardan edinilen haberleri yeniden sunan platformlar, izleyicilerin günlük hayatı algılama ve yorumlama süreçlerinde etkili birer kaynak niteliğindedir.

Covid-19 pandemisinin küresel ölçekte ve kalıcı biçimde etkilediği medya kullanım pratikleri göz önüne alındığında, kültürel göstergeler kuramının bu pratikler üzerinden incelenmesi için uygun bir ortam ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada, yaygın biçimde televizyon metinlerinin ve içeriklerinin toplum üzerinde davranışsal ve tutumsal anlamda nasıl ve ne gibi değişikliklere sebep olduğunun incelendiği araştırmalarda kullanılan yetiştirme analizi ve kültürel göstergeler kuramında kullanılan mevcut yöntem, Gerbner ve arkadaşlarının yürütmüş oldukları çalışmalara getirilen eleştiriler dikkate alınarak yeni bir alana uygulanmıştır. Çalışmada Gerbner ve arkadaşlarının çalışma evreni olan televizyon içerikleri, sosyal medya içerikleri ile değiştirilirken, tutum ve sosyal gerçeklik algısı değişikliklerinin araştırıldığı televizyon izleyicileri ise hayatın olağan akışı olarak kabul edilebilecek “normal” algısı değişen/değişmeyen sosyal medya takipçileri olacak şekilde yeniden uygulanmıştır. Ayrıca çalışmanın, kültürel göstergeler ve yetiştirme analizinin farklı bir alana ve sosyal medya ile birlikte değişen medya kullanım pratiklerine yönelik olarak uygulanması açısından da önemli olduğu düşünülmektedir.

3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Covid-19 pandemi süresinde hayatımıza giren yeni normaller, sosyal gerçeklik anlayışı ve yeni normallerin pekiştireci sayılabilecek haber fotoğrafları araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Bu süreçte geleneksel medyaya olan erişimin hijyen, mesafe, bulaş vb. riskler nedeniyle kullanım pratiklerinin azalması, sosyal medyanın kullanımının sıklık ve yoğunluğunun artmasına sebep olmuştur. Bu nedenle ilgili süreçte sosyal medyada yer alan haber fotoğraflarının bireylerle olan etkileşimi artmış ve önem kazanmıştır.

Bu bağlamda çalışmanın evrenini internet üzerinde haberin belgesi ve nesnesi olarak dolaşıma sokulan fotoğraflar ve bu fotoğraflara maruz kalan insanlar oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise Türkiye’de faaliyet gösteren ve en çok takip edilen üç haber platformunun Twitter hesaplarında tematik bir haber konusuna dair paylaştıkları fotoğraflar ve bu platformların takipçileri oluşturmuştur. Araştırma dâhilinde Twitter’ın seçilmesinin nedeni haber platformlarının üretmiş olduğu her haberi Twitter’da paylaşıyor olması ve Twitter’da paylaşılan bir görselin hesabı takip edenler tarafından retweet edilerek pek çok kişiye ulaşabilme özelliğidir. Araştırmaya dâhil edilen Twitter adresleri takipçi sayıları sırasıyla NTV, CNN Türk ve Habertürk kuruluşlarının resmi Twitter hesaplarıdır. NTV, CNN Türk ve Habertürk’ün Twitter hesapları, haber kuruluşu kategorisinde Türkiye’de ve Türkçe içerikle en çok takip edilen üç haber odaklı yayın kuruluşudur. Araştırma teması gereği ve veri doygunluğuna ulaşmak amacıyla Dünya Sağlık Örgütü ve Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı resmi Twitter hesapları da evrene dâhil edilmiştir. Bu bağlamda araştırmanın süresi Dünya Sağlık Örgütü’nün pandeminin başlangıcı olarak kabul ettiği 1 Aralık 2019 tarihinden başlayarak 1 yıllık süreyi kapsamaktadır.

Yaylagül’e göre (2016, s.79), “kültürel göstergeler kuramını destekleyenlere, bu proje çerçevesinde incelenen konulara, kullanılan araştırma metodolojisine bakıldığında, bu projede öncelikle metodolojik olarak geleneksel içerik analizi ve sorvey tekniklerinin” kullanıldığı görülmektedir. Gerbner’e göre ise (1970, s.70-71), medya politikaları, yalnızca örgütlenme ve karar verme teorileriyle değil aynı zamanda bunların şekillendirdiği mesaj sistemlerinin belirli özellikleriyle ilişkilendirilinceye kadar kültürel göstergelerin amaçlarına hizmet edemez. Kültürel analizin temel

boyutları, niyetlerden, politikalardan ya da bireysel kavrayışlardan değil, kamusal perspektife aracılık eden ve kamusal olayların gidişatını şekillendiren sosyal etkileşim için ortak temeller sağlayan fiili olarak paylaşılmış mesajlardan kaynaklanmaktadır. O halde mesaj sistemi analizi kültürel göstergelere giden araştırmaların çıkış noktasıdır.

Erdoğan (1998, s.173), mesaj sistemi analizini şu şekilde özetlemiştir; ileti sistem çözümlemesi için televizyon programlarının örnekleri kaydedilir ve içerik çözümlemesine tabi tutulur. Bu içerik çözümlemeleriyle televizyon dünyasının özellikleri belirlenir. Bu özellikler televizyon dünyasının izleyicilere verdiği potansiyel dersler olarak kabul edilir. Bu dersler alan araştırmasında sorulacak "televizyon yanıtı" olarak nitelenen soruların kaynağı olarak kullanılır. “Televizyonun Yanıtı” terimi doğrudan Gerbner tarafından bu şekli ile kullanılmıştır (Gerbner vd., 1978, s.195). Burada televizyonun yanıtı terimi, görüşmelerdeki sorulara verilen cevaplar ile televizyonda gösterilen gerçeklik arasındaki bağı işaret etmektedir. Bir eğretilme olarak bu terim ile asıl ifade edilmek istenen televizyon metinleri aracılığı ile iletilen ya da iletilmek istenen mesaj ile soruların yöneldiği kişinin verdiği cevabın örtüştüğü durum kastedilmektedir.

Bu doğrultuda, kuramı günümüz şartlarına uygun ve daha geniş bir şekilde uygulamak üzere ilgili görsellerde bulunan yeni normallerin kültürel göstergelerini ortaya koymak, yeni normallerin fotoğraf yoluyla aktarım sürecini incelemek ve bu aktarım sürecinde fotoğrafın işlev ve etkilerinin nasıl gerçekleştiğini belirlemek amacı taşıyan araştırma birbirini takip eden üç evreden oluşmaktadır. Bu evreler;

a) ilgili görselleri belirlemek ve kategorize etmek amacıyla içerik analizi yapılması,

b) bu görsellerde bulunan göstergelerin ne olduğunu ve pandemi sürecinde nasıl birer kültürel gösterge haline geldiğini belirlemek amacıyla göstergebilimsel analiz yapılması ve

c) belirlenen kültürel göstergeleri kişilerin anlama ve anlamlandırma sürecinde fotoğrafın işlev ve etkilerini ortaya koymak amacıyla yapılan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerdir.

İçerik analizi, “iletişimin sunulan içeriğinin tarafsız, sistematik ve niceliksel olarak tanımlanması” (Berelson, 1952, s.17) şeklinde tarif edilebilir. İçerik analizi veriden onun içeriğine ilişkin tekrarlanabilir ve geçerli sonuçlar çıkarmak üzere kullanılan metinden çıkarılan geçerli yorumların bir dizi işlem sonucu ortaya konulduğu bir araştırma tekniğidir (Krippendorff, 1980, s.25). Bu yorumlar, mesajın göndereni, mesajın kendisi ve mesajın alıcısı hakkındadır (Weber, 1989, s.5). Koçak ve Arun’a göre (2006, s.22) bu tanımların ortak özelliği; içerik analizi, farklı disiplinlerde ve farklı araştırma sorularını cevaplamak üzere başvurulmuş araştırma araçlarından biridir ve problemin sistematik ve objektif bir şekilde ortaya konulmasını amaçlamaktadır. İçerik analizi, kamusal alana yönelik üretilen ve kurgulanan metinleri çözümlemek, iletişimin boyutlarını analiz etmek ve sosyal gerçekliğin belirli boyutları hakkında çıkarım yapmak amacıyla, metinlerin içeriklerini analiz eden ve bu süreçte belli kurallar çerçevesinde hareket eden bir yöntemdir ve ayrıca içerik analizi yalnızca metinler üzerinde kullanılan bir teknik değildir. Öğrenci resimleri gibi görsellerin, televizyon programlarının, çekimlerin incelenmesinde de kullanılır (Büyüköztürk vd., 2014, s.246; Tavşancıl ve Aslan, 2001, s.22).

Atabek ve Atabek’e göre (2007, s.92), içerik analizi beş amaçtan birini gerçekleştirmek için kullanılır: a) İletişim içeriğini betimlemek, b) İletişim özelliklerine ilişkin hipotezlerin/soruların test edilmesi, c) Medya içeriğinin “Gerçek Dünya” ile karşılaştırılması, d) Toplumdaki belli bir grubun imajının saptanması, e) Medya etki araştırmaları için bir başlangıç noktası oluşturmak.

İçerik analizi tekniği kullanılarak belirlenen metinlerin, belgelerin, dokümanların, temaların içerikleri belli kurallar dâhilinde nesnel bir şekilde analiz edilebilmektedir. Bu noktada içerik analizi, “iletilerin açık olan içeriğinin nesnel ölçülebilir ve doğrulanabilir bir açıklamasını yapabilmek amacıyla kullanılmaktadır” (Fiske, 1996, s.176). Philip Bell’e göre (2001, s.16) içerik analizinin amacı, metinle ya da görsel özellikler aracılığıyla bir grubun ya da olayın nasıl temsil edildiğini açıklamaktır.

Bu çalışmada Philip Bell’in Content Analysis of Visual Images (2001, s.10-16) isimli çalışmasında tarif ettiği içerik analizi yöntemi izlenmiştir. Buna göre, haber metinlerinin, köşe yazılarının veya görsellerin analizi için ilk olarak araştırma

sorularımıza cevap verecek kategoriler belirlenmiştir ve temsillerde bu kategorileri oluşturan değerlerle tanımlanmıştır. İçerik analizi, çalışılan konu içinde ele alınan kategorinin başında ne şekilde ve ne sıklıkla öne çıkarıldığını, temsilinde nelere öncelik verilip verilmediğini gösterebilmesi açısından önemlidir (Bell, 2001, s.16). Bu özelliği sayesinde içerik analizi basının belirli bir konuya ya da insanlara dair tutumu hakkında bize fikir verebilir ve kamu algısının oluşumda basının oynadığı rolü tartışmaya açar. Bilgin'e göre (2006, s.18-19), içerik analizinin ilk uygulama tekniklerinden biri olan kategorisel içerik analizi tekniğinde mesajlar birimlere bölünüp kategoriler halinde gruplandırılır. Böylece anlam işlenerek bazı nesnel sonuçlara ulaşılabilir. Ancak kategorilendirme tekniğinde kategorilerin homojen, ayırt edici, objektif, bütünsel, amaca uygun ve anlamlı olması gerekir.

Göstergebilim Araştırmanın ikinci aşamasında kullanılan kavramı genel tanımı ile belli bir dizge içerisinde (alansal), herhangi bir anlamı ifade edecek biçimde dilsel kodlar ya da dilsel olmayan kodlar olmak üzere bir bütüne bağlı olarak bir araya getirilen göstergeleri ve yaratıldıkları dizgeleri çözümleme yaklaşımı olarak belirtilmektedir (Kalelioğlu, 2021, s.189-190). Girgin'e göre ise (2017, s.318), göstergelerin bilimi şeklinde de ifade edilen göstergebilim kavramı; dilbiliminden fonetiğe, psikanalizden sosyolojiye olmak üzere birçok bilim dalı ve disiplini kapsayan, onlar ile dirsek teması içerisinde olan disiplinler arası bir metodolojidir.

Çağdaş göstergebilim kuramının ilk temelleri 20. yüzyıl başlarında Amerikalı Charles Sanders Peirce ve İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure tarafından atılmıştır. Göstergebilim kuramının öncü isimlerinden bir diğeri de Fransız düşünür Roland Barthes olarak kabul edilmektedir. Roland Barthes, göstergebilim araştırmalarında betimlemeden yararlanarak kuramlaştırmaya erişim sağlamıştır. Barthes'e göre (1979, s.26), göstergebilimde dil her yerde bulunmaktadır ve baştan çıkarıcı olarak ifade edilmektedir. Ona göre göstergebilimin temel konusu her türlü göstergeler dizgesini içermektedir. Göstergeler kültürel biçimde belirlenmiş olan anlamlara veya kendine özgü anlamları bulunan yan anlamlara gönderme yapmaktadır. Barthes, 'Göstergebilim İlkeleri'nde (1979) dilbilimi, göstergebilimin alt bölümü şeklinde ele almıştır. İlgili eserde (1979, s.31), Barthes göstergebilimin

ilkelerini; a) Dil ve Söz, b) Gösterilen ve Gösteren, c) Dizge ve Dizim, d) Düz Anlam ve Yan Anlam olmak üzere dört temel başlık altında ele almıştır.

Barthes'e göre (1979, s.31-32) göstergebilim anlayışı içerisinde anlam sadece dil aracılığı ile aktarılan bir şey olarak ifade edilmektedir. Bu anlayışa göre, göstergebilim dil yardımı ile bireyin çerçevesinde meydana gelenleri bir anlam dizgesine dayandırma suretiyle dünyayı ifade etmesine katkı sağlamaktadır. Roland Barthes, göstergebilim kuramının gösteren ve gösterilen arasında yer alan bağlantı etrafında şekil aldığını vurgulamaktadır. Ona göre gösteren boş, gösterilen ise anlam ile dolu olmaktadır. Gösterenler düzlemi anlatım düzlemini, gösterilenler düzlemi ise içerik düzlemini meydana getirmektedir fakat Roland Barthes'in göstergebilim kuramı, gösterge-gösteren-gösterilen ayrımı ile sınırlı kalmamaktadır. Gerçekleştirilen diğer bir ayrım da yukarıda ifade edildiği gibi, düz anlam ve yan anlam ayrımıdır. Bütün bu ayrımlar doğrultusunda Barthes, mit olarak adlandırdığı buzdağının saklı kalan yüzünü açıklayan yapıyı gün yüzüne çıkarmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda gösteren ile gösterilenden oluşan herhangi bir göstergenin söz konusu olduğu birinci düzeye düz anlam düzeyi, ikinci düzeye de yan anlam düzeyi adı verilmektedir. Düz anlam ve yan anlam düzeyleri mit formu içerisinde ideoloji yaratmak için birleşerek, mitleri doğal hale getirme görevini yerine getirmektedirler.

Akbayır ve Dumlu'ya göre (2017, s.6-7), düz anlam ve yan anlam kavramları; ilk evrede gösterilenin (gerçek dünyanın) zihnimize yansıyan soyut hale getirilmiş, genelleştirilmiş karşılıklarını (gösteren) ifade etmektedir. İkinci evrede ise diğer adı ile iletişim/dışavurum evresinde kavram, gösterileni; dışa vurma biçimde (ses imgesi, görüntüsü imgesi vb.) gösteren durumunu yansıtmaktadır. Düz anlam, sözcüğün sözlük anlamı olarak ifade edilmekte olup, yalnızca kavramı bir olgu biçiminde betimlemektedir. Düz anlam olgusu, göstergeler üzerindeki genel itibarı ile ortak algılanan, bütün herkes tarafından bilinen anlamlarına gönderme gerçekleştirmektedir. Barthes'a göre düz anlam; gösterge olgusunun neyi temsil ettiği anlamına gelmektedir. Yan anlam ise göstergenin nasıl temsil edildiği konusunu vurgulamaktadır.

Tablo 1. Göstergibilimsel Analiz Tablosu

Dil MİT	1. Gösteren	2. Gösterilen	
	3. Gösterge		
	I. GÖSTEREN	II. GÖSTERİLEN	
	III. GÖSTERGE		

Kaynak: (Barthes, 1991, s. 113)

Özetle, Roland Barthes’ın yaklaşımına göre dilsel işlev, dilin temel sembolik yapısını temsil etmektedir. Bu düzeyde dil, somut nesneler ve kavramlar arasındaki bağlantıları ifade etmek için kullanılmaktadır. Bir diğer deyişle dilin bu işlevi, sembollerin anlamlarını taşımasını sağlamaktadır. Dolayısıyla dilsel işlev düz anlamlarla ilgilidir. Örneğin, “maske” kelimesinin kendisi dilsel düzeyde harflerden oluşan bir semboller bütünüdür ve “maske” nesnesinin kendisini temsil etmektedir. Maske fotoğrafları da düz anlam açısından maskenin görüntüsünü temsil etmektedir. Mitsel işlev ise, sembollerin toplumsal, kültürel veya ideolojik anlamlar kazandığı bir düzlemdir. Dilin bu işlevinde semboller toplumun, kültürün veya ideolojinin belli bir anlamını ifade etmek için kullanılmaktadır. Örneğin, "maske" kelimesi dilsel düzeyde bir sembol olsa da pandemi bağlamında farklı işlevler edinerek bireysel ve toplumsal anlamda sağlık önlemi, bir kural maddesi veya virüsten korunmanın bir aracı haline gelmiştir. Dolayısıyla dilsel boyut düz anlamı, mitsel boyut ise yan anlamı ifade etmektedir. Böylelikle maskenin kendisi pandeminin bir göstergesi haline gelmektedir. Bir gösterge haline geldiğinde farklılaşan bağlamda ürettiği yeni anlamlar ise normalleşerek mit haline gelmektedir.

Araştırmanın son aşamasında kullanılan derinlemesine görüşme, nitel araştırmalarda sıkça kullanılan bir veri toplama tekniğidir. Bu yöntem, görüşmecilere kendilerini doğrudan ifade etme şansı tanıdığı gibi, araştırmacıya da katılımcıların anlam dünyalarını, bakış açılarını ve içinde bulundukları özel durumların duygusal, düşünsel ve deneyimsel yönlerini, onların ifadeleri aracılığıyla derinlemesine anlama fırsatı sunar (McCracken, 1998, s.9). Nitel araştırmalar, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi yöntemlerle nitel veri toplama pratiğine odaklanır; bu yöntemler, algıların, tercihlerin, eğilimlerin ve beklentilerin gerçekçi ve bütünlük içinde ele alınmasını hedefler. Bu araştırma yöntemleri, süreçlerin ve nedenlerin derinlemesine

sorgulanmasına ve aktörlerin perspektiflerinin anlaşılmasına olanak tanıdıkları için sosyal bilimlerde sıkça kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 1999, s.19).

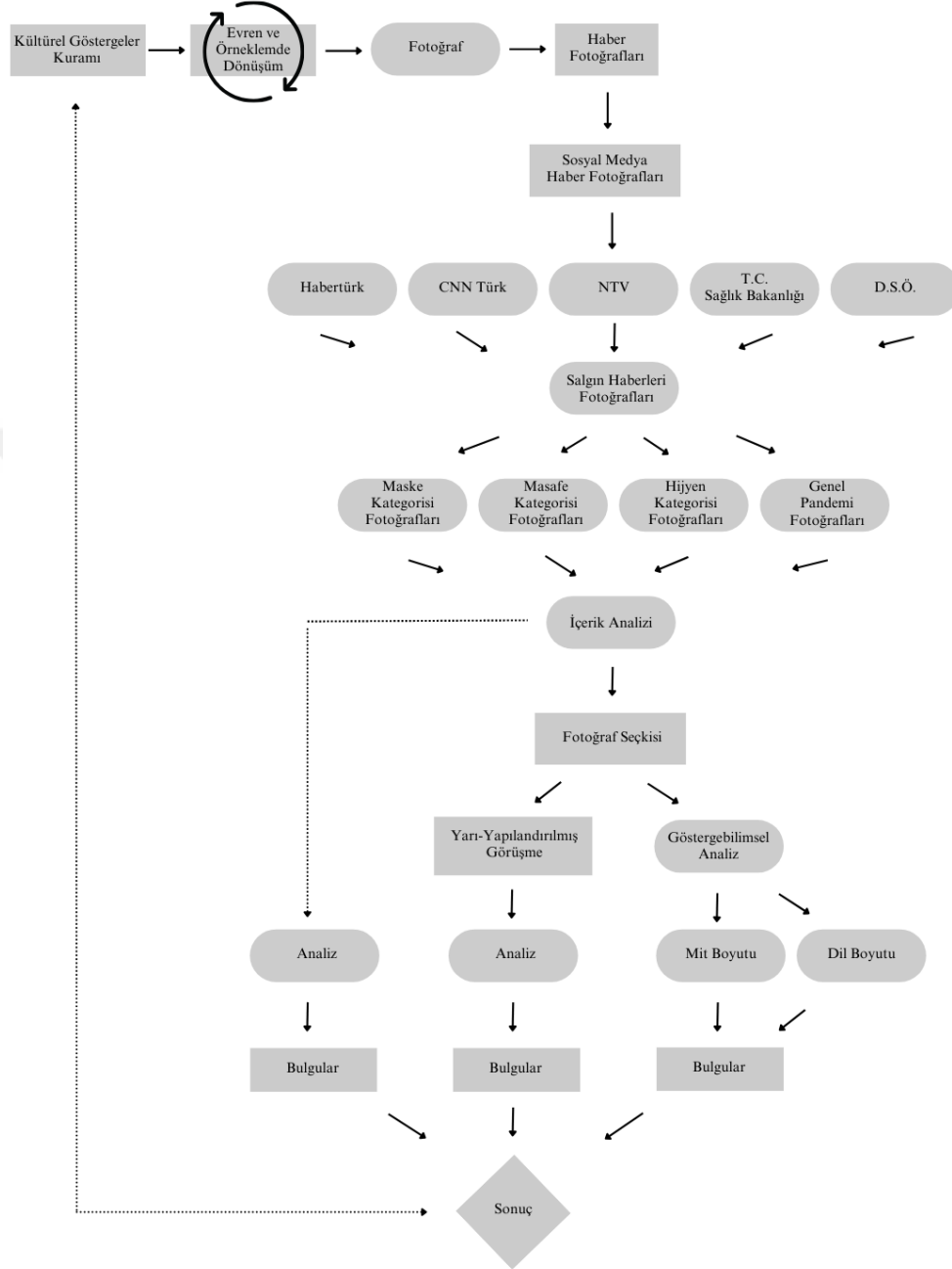
Derinlemesine görüşme, araştırılan konunun tüm yönlerini kapsayan, genellikle açık uçlu soruların yöneltip detaylı cevapların alındığı, yüz yüze, birebir gerçekleşen bir veri toplama tekniğidir. Bu yöntem, karşıdaki kişinin duygularına, bilgisine, tecrübelerine ve gözlemlerine ulaşmak için görüşme aracılığıyla derin bir anlayış elde etmeyi mümkün kılar (Tekin, 2006, s.101). Nitel bir veri toplama tekniği olan derinlemesine görüşmede, Duverger'e göre (2006, s.259), görüşmenin yapılandırılma derecesi arttıkça derinlik ortadan kalkmaktadır. Kendi ifadesiyle "(...)bir mülakat, ne derece serbest mülakat niteliği taşırsa derinliği de o derece fazla olmaktadır". Nitel çalışmalarda görüşme yöntemi; soruların hazırlık, organizasyon, sıralama ve yöneltilmesindeki yapısal özelliklere bağlı olarak yapılandırılmamış, yarı-yapılandırılmış ve yapılandırılmış olarak sınıflandırılabilirdiği gibi, odak grup görüşmesi veya derinlemesine görüşme gibi bir grup veya bireylere odaklanmasına, ayrıca yüz-yüze, telefonla veya çevrimiçi görüşme gibi teknik gerçekleştirilme biçimine göre çeşitli adlandırmalara sahiptir.

Yapılandırılmış görüşmelerle, araştırmacının rolü ve etkisi en aza indirilmeye çalışılır. Bireylerin her birine aynı soruların yöneltilmesi, veri analizi sırasındaki belirsizlikleri ortadan kaldırmayı hedefler. Ayrıca, bazı görüşmelerde melez karakterde yöntemler kullanılabilmektedir. Bu tür görüşmelerde önceden hazırlanan bir soru kâğıdı, çalışmaya çerçeve ve referans noktası sağlayabilir (Duverger, 2006, s.258). Bu tür görüşmelere genellikle "yarı yapılandırılmış" veya "yarı yönetimli" görüşmeler de denir. Bu karışık yaklaşım, zayıflıkları aşma ve yan etkileri azaltma fırsatı sunar.

Çalışmada, nitel araştırma sorularına cevap almak, nicel araştırmanın dezavantajlarını en aza indirmek ve Gerbner'e getirilen eleştirilere paralel olarak çalışmada kullandığı survey tekniğinin aksayan yönlerini tolere edebilmek amacıyla yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Görüşme tekniğinin, araştırmanın daha geniş ve detaylı verilere ulaşmasını sağlama açısından önemli bir rol oynadığı düşünülmüştür.

Bu bilgiler ışığında araştırma deseni şu şekilde oluşturulmuştur:

Tablo 2. Araştırma Deseni



Fotoğraf gruplarının kategorilerinin belirlenmesinde, Dünya Sağlık Örgütünün gündelik hayatın, bulaş riskinden azami kaçınarak nasıl düzenlenmesi gerektiğini belirten açıklaması dayanak noktasını oluşturmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü salgın gidişatının belirsizliğini, bireylerin yaşantı biçimleri ve kültürel yatkınlıklarının çeşitliliğini göz önünde bulundurduğunu belirttiği Twitter adresinden de canlı olarak

yaptığı açıklamasında; salgının ve hastalığın mevcut verileriyle –aşının bulunması ve/veya toplumsal bağışıklığın salgının gidişatını değiştirebilecek etkinliğe ulaşmaya kadar- bireylerin ve devlet mekanizmalarının maske, mesafe ve hijyen hususlarında gündelik sosyal ve profesyonel yaşamları yeniden gözden geçirmeleri gerekliliğinden bahseder. Yerel otoriteler tarafından dünya çapında çeşitli önlemlerin bu başlıklar altında toplandığını gözlemlemek mümkündür. Benzer bir açıklama Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı tarafından yapılmıştır. Dönemin Sağlık Bakanı tarafından yapılan açıklamada Dünya Sağlık Örgütü’nün tavsiyeleri yinelenir ve maske mesafe ve hijyen olgularının gündelik yaşantımızın başlıca düzenleyicileri olması gerekliliği vurgulanır. Öyle ki salgının ilerleyen sürecinde “Maske, Mesafe ve Hijyen” söylemi Sağlık Bakanlığı tarafından slogan olarak da kullanılmıştır. Yeni normal kavramının her bireyde farklı deneyimleneceği göz önüne alındığında her bir yeni normal deneyimi için bir kategori oluşturmak yerine salgında küresel otorite olarak kabul edilen Dünya Sağlık Örgütü’nün salgını önlemeye yönelik açıklamalarını temel dayanak noktası olarak belirlemek yerinde olacaktır.

Özellikle tüm nüfusu ilgilendiren ve bir başlık altında boylamsal çalışmaya müsait, fazlaca içerik üretilmiş olan ayrıca dünya genelinde etkili bir tema üzerine kurgulanacak özel araştırma evreni Covid-19 haberlerinden oluşturulmuştur. Sosyal medya haber kaynaklarında paylaşılan fotoğraflarla etkileşimde olan takipçilerin tutum, davranış ve sosyal hayatı genel kabullenişleri arasında bir korelasyonun var olup olmadığını kendine konu eden araştırma yeni normaller ve yeni sosyal gerçeklik anlayışını takipçiler üzerinde Gerbner ve arkadaşlarının kültürel göstergeler kuramını kullanarak sınamıştır. Sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanmayan bireyler de sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanan kişi sayısı kadar araştırmaya dâhil edilerek karşılaştırmalı bir değerlendirmenin de yapılması sağlanmıştır.

Bu kapsamda araştırma soruları belirlenirken, G. Gerbner tarafından yazılan “*Cultivation Analysis: An Overview. Mass Communication & Society*” (1988) ile “*Cultural Indicators: The Case of Violence in Television Drama*” (1970) isimli eserlerin ilgili bölümlerinden, Ü. Çığ tarafından yazılan “*George Gerbner. Kadife Karanlık 2*” (2011) isimli kitap bölümünden, “*Handbook of Visual Analysis*” (2001) isimli kitabın içerisinde yer alan P. Bell tarafından yazılan “*Content analysis of visual*

images” isimli kitap bölümünden , “Ö. Özer’in “*Kamular Türkü Söyleyin*” (2020) isimli kitabından, L. Yaylagül’ün “*Kitle İletişim Kuramları*” (2006) isimli kitabından ve R. Barthes’ın “*Mythologies*” (1991) isimli eserinden yararlanılmıştır.

Tablo 3. Araştırma Soruları

Soru Tipi	Araştırma Soruları
Nicel	Sosyal medyada en çok takip edilen haber kuruluşlarında yer alan pandemi dönemi fotoğraflarının diğer haberlere göre ve kendi içerisinde dağılımı nedir?
Nitel/Nicel	Küresel ve yerel ölçekte resmi sağlık kuruluşlarının paylaştığı pandemi dönemi fotoğraflarının içeriği nedir ve oransal dağılımı nasıl oluşmuştur?
Nicel	İlgili fotoğrafların maske, mesafe ve hijyen kategorilerinde dağılımı nasıldır?
Nitel	İlgili fotoğrafların gösterge, gösteren ve gösterilen bileşenleri nelerdir?
Nitel	İlgili fotoğrafların dilsel ve mitsel göstergeleri nasıldır?
Nitel	Görsellerin birlikte sunulduğu içeriğe desteği ne kadardır?
Nitel	Fotoğrafın haber aktarımı üzerinde nasıl bir etkisi vardır?
Nitel	Fotoğraf haber aktarım aracı olarak nasıl kullanılmaktadır?
Nitel	Fotoğrafların kanıtsal ve belgesel niteliği aracılığıyla olay ve olgu aktarımlarında nasıl bir sosyal-gerçeklik etkisi kurulmaktadır?
Nitel	Alınlanan gerçek üzerinde fotoğrafın kanıtlayıcı etkisi nedir?
Nitel	İletilerin paylaşım, gösterim ve dolaşıma sokulma sıklığı iletilerin anlamlandırılmasında nasıl bir rol oynamaktadır?

Bu sorulara cevap aramak üzere, araştırmanın ilk adımı olarak haber görselleri içerik analizi tekniği ile sınıflandırılmış, gruplandırılan bu görseller göstergebilim aracılığı ile çözümlemeye tabii tutulmuştur. Sosyal medyayı haber alma amacı ile kullanan ve kullanmayan kişiler ile yapılan görüşmelerde ise yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır.

Tablo 4. Araştırmanın Akış Şeması

Araştırmanın Akış Şeması	
Araştırma Alanları	Kullanılan Teknikler
Medyada konu ile ilgili yer alan içerikler	Kategorisel İçerik Analizi
İlgili içeriklerin düz ve yan anlamları	Göstergebilimsel Analiz (dilsel ve mitsel düzeyde)
İzleyicilerin ilgili içerikleri gördüklerinde algıladıkları ve anımsadıkları	Yarı Yapılandırılmış Derinlemesine Görüşme

İçerik analizi sürecinde ilgili haber kuruluşları ve resmi kuruluşların araştırma süresindeki paylaşımları olan toplam 57.409 tweet tek tek incelenmiş, yapılan inceleme sonucunda pandemi ile ilgili kodları içeren toplam 6.529 tweet derlenmiş, bununla birlikte toplam 63.941 haber fotoğrafı tek tek incelenerek kendi içinde gruplandırılmış, maske-mesafe-hijyen ve genel pandemi fotoğrafları olarak kategorize edilmiş ve 7.272 pandemi ile ilişkili fotoğraf seçkiye dahil edilerek oransal dağılımları ortaya konulmuştur. Elde edilen veriler MAXQDA Pro Analytics programı kullanılarak görselleştirilmiştir.

Göstergebilimsel analiz sürecinde, kategorize edilmiş olan fotoğraflar, dilsel ve mitsel boyutları ile ele alınarak gösterge, gösteren ve gösterilen bileşenleri üzerinden analiz edilmiştir. Göstergebilimsel analiz süreci sonunda elde edilen bulgular, yarı yapılandırılmış görüşmelerin deşifresinde tematik analiz yapmak amacıyla kullanılmıştır.

Yarı yapılandırılmış görüşme iki tur olarak planlanmıştır. İlk turda haber bağlamından koparılmış ve kategorize edilmiş fotoğraflar katılımcılara dilsel ve mitsel farkındalıklarını sınamak amacıyla sıra ile gösterilmiş fakat fotoğrafların içeriği hakkında bilgi verilmemiştir. İlk tur görüşme sonlandığında, gösterilen her bir görselin haber fotoğrafı olduğu ve Covid-19 salgını döneminde çekildiği bilgisi katılımcılar ile

paylaşmıştır. İkinci tur görüşmede tek bir soru üzerinden fotoğraf gruplarının tekrar değerlendirilmesi beklenmiştir. Bu noktada sosyal medyayı kullanan ve kullanmayan şeklinde iki gruptan oluşan katılımcıların yeni normalleri algılama ve içselleştirme süreçlerinin farklılığını ortaya koymak amaçlanmıştır. Aynı zamanda örneklem yöntemi olarak maksimum farkındalığa ulaşmak için amaçlı örnekleme kullanılmıştır. Şöyle ki, niteliksel araştırmalarda örneklem yöntemi “amaçlı” olarak tanımlanmaktadır, buna “seçici” de denilmektedir. Araştırmacı örnekleme dâhil edeceği kişileri kuramsal kaygılarla ya da zaman, mekân ya da güç ilişkileri gibi bazı boyutlar üzerinden belirleyebilir. Araştırma sürecindeki deneyimi bazı yeni vakaları dâhil edip, bazılarını da dışarıda bırakmasına yol açabilir, bütün bunları da bilinçli bir tercih sonucunda yapması beklenir.

Patton (2002), niteliksel araştırmalarda kullanılabilecek 9 farklı örnekleme yöntemi listeler, bunların hepsini de amaçlı örnekleme yöntemi olarak tanımlamak mümkündür (Akt. Erdoğan ve Uyan Semerci, 2021, s.102-103). Patton’a (1987) göre olasılıklı örnekleme yoluyla evrene yönelik genellemeler yapılırken amaçlı örnekleme ile belli bir konuya ilişkin olarak zengin bir bilgiyi içeren durumların derinlemesine bir şekilde analizi yapılır. Bazı kaynaklarda amaçlı örnekleme, ölçüt örnekleme şeklinde de adlandırılmaktadır. Ölçüt, araştırmacı tarafından oluşturulabilir (Akt. Yıldırım ve Şimşek: 2016) (Marshall ve Rossman, 2014, s.39). Bu bağlamda çalışmada azami farklılık ve farkındalık sağlamak amacıyla katılımcıları seçerken ölçütler belirlenmiş ve bu ölçütlere uyan kişiler ile görüşme yapılmıştır. Pandemi sürecine dair yapılan akademik saha çalışmaların sınırlılığı sebebiyle ölçütler belirlenirken zorluklar yaşanmıştır. Pandemi süreci geniş yelpazede tüm insanları etkilemiş ancak sürecin seyrindeki belirsizlikler sebebi ile ve alınan önlemler ve koyulan yasaklar neticesinde belirli insan gruplarının süreçten olumlu veya olumsuz olarak daha fazla etkilendiği söylenebilir. Şöyle ki;

- Altta yatan ve bilinmeyen veya geçmişte atlatılmış olması muhtemel sağlık sorunları sebebiyle, yasaklara en çok maruz kalan ve DSÖ’nün belirlemiş olduğu kriterler paralelinde salgın açısından en riskli kabul edilen 65 yaş üstü bireyler,

- Derslik, okul ve ulaşım ortamlarının yoğunluğu ve uzaktan eğitim kararları sebebiyle, eğitim görmekte olan bireyler ve dolayısıyla ebeveynleri,
- Çalışma ortamlarına ulaşımında ve iş yerlerindeki kalabalıklar ve uzaktan çalışma kararları sebebiyle iş yaşantısı içinde olan bireyler,
- Her kısıtlama neticesinde eve kapanma zorunlulukları sebebiyle aile içi sosyal rutini bozulan yalnızca ev işleri yapan bireyler,
- Cinsiyet oranını dengeli dağıtabilmek ve veri çeşitliliği/doygunluğunu sağlayabilmek amacıyla her kıstasta eşit sayıda kadın ve erkek bireyler,
- Çalışma amacı doğrultusunda sosyal medya mecrasının haber alma amacıyla kullanan ve kullanmayan bireyler olmak üzere eşit sayıda iki grup görüşmeci çalışmaya dâhil edilmiştir.

Bu ölçütler sonucu ortaya çıkan katılımcı listesinin özellikleri şu şekildedir:

Tablo 5. Katılımcı Dağılım Listesi

Sosyal Medyadan Haber Takip Eden	Sayı	Sosyal Medyadan Haber Takip Etmeyen	Sayı	Toplam
Üniversite Öğrencisi (Erkek)	1	Üniversite Öğrencisi (Erkek)	1	2
Üniversite Öğrencisi (Kadın)	1	Üniversite Öğrencisi (Kadın)	1	2
Ev Kadını	1	Ev Kadını	1	2
Çalışan Kadın	1	Çalışan Kadın	1	2
Çalışan Erkek	1	Çalışan Erkek	1	2
Ebeveyn Kadın	1	Ebeveyn Kadın	1	2
Ebeveyn Erkek	1	Ebeveyn Erkek	1	2
65 Yaş Üstü Erkek	1	65 Yaş Üstü Erkek	1	2
65 Yaş Üstü Kadın	1	65 Yaş Üstü Kadın	1	2
Toplam	9		9	18

Katılımcılar ilk olarak sosyal medya üzerinden haber takip eden ve etmeyen olarak iki gruba ayrılmıştır. Sosyal medyadan haber takip etmeyen kişiler, araştırmaya çok yönlü bir bakış açısı sağlaması ve farklı görüşleri ortaya koymasından önemlidir. Sosyal medyadan haber takip eden katılımcılarda aranan özellikler ise, a) Twitter kullanıyor olmak, b) Twitter üzerinden araştırma örnekleme dâhil olan ilgili haber kuruluşlarından en az birini takip etmek ve c) Pandemi döneminde ilgili resmi sağlık otoritelerinden en az birinin duyurumlarını takip etmek şeklindedir. Bununla birlikte araştırmanın en önemli ölçütünü ilgili fotoğrafların direkt muhatabı olan kişiler

oluşturmaktadır. Görüşmeler yapılmadan önce pilot görüşmeler yapılmıştır ve sorular son bir kez değerlendirilerek görüşmeler öncesi revize edilmiştir. İlgili değerlendirme ve çözümlemeler yapılırken MAXQDA Pro Analytics programından faydalanılmıştır.

3.4. KAPSAM VE SINIRLILIKLAR

Araştırmalar genellikle araştırmacıların belirlediği bazı sınırlılıkları içermektedir. Bilimsel araştırmalarda ortaya konan sınırlılıklar; araştırmanın belirli bir süreyi içermesi ve araştırma evreninin büyük olması nedeniyle erişimde yaşanabilecek zorluklardan kaynaklanmaktadır. Araştırmanın, belirlenen ölçütlere uygun olan ve amaçlı örneklem yöntemi doğrultusunda belirlenmiş ve araştırmaya katılım konusunda gönüllü olan 18 (on sekiz) kişiyle yapılmış olması araştırmanın temel sınırlılığıdır. Araştırmaya katılan kişilerin talebi üzerine katılımcıların bilgileri anonim bir şekilde verilmiştir. İçerik analizi yapılan fotoğraflara kaynak oluşturan haber kuruluşlarının ve resmi sağlık otoritelerinin sosyal medya hesaplarının sayısı araştırmanın bir diğer sınırlılığıdır. Bu bağlamda, çalışma ilgili kuruluşların Twitter hesaplarının analiz edilmesi ile sınırlıdır. Temel evrendeki verinin büyüklüğü ve bu büyüklükteki verinin analizinde yaşanabilecek sorunlar nedeniyle araştırma veri doygunluğuna ulaşılacak noktada sınırlandırılmıştır. Araştırmanın kapsamı, Dünya Sağlık Örgütü'nün pandeminin başlangıcı olarak kabul ettiği 1 Aralık 2019 tarihinden başlayarak 1 (bir) yıllık sürede paylaşılan haber fotoğrafları ile sınırlandırılmıştır.

3.5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

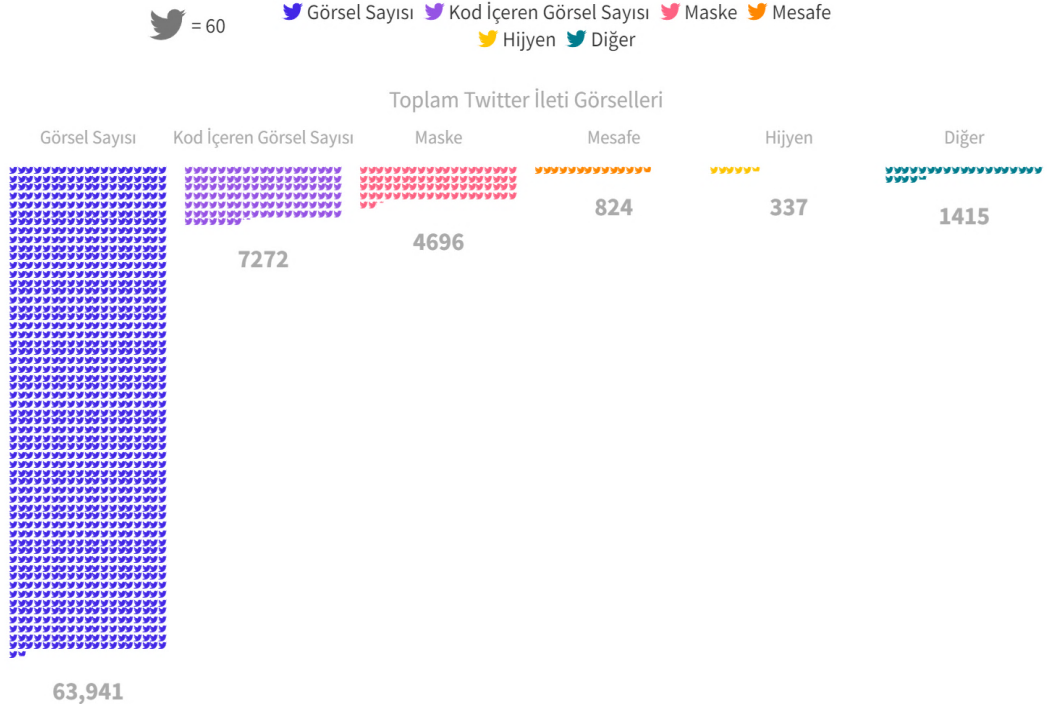
Bu araştırma, içerik analizi, içerik analizinden elde edilen bulgular ile birlikte haber fotoğraflarının kategorize edilmesi, kategorize edilen fotoğrafların göstergebilimsel analizin yapılması ve bu analiz sonucunda elde edilen temalar üzerinden yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme çözümlenmesi süreçlerinden oluşturmaktadır. Bu nedenle araştırmanın bulguları üç başlık altında derlenecek olup, bulgular ayrıca bir başlıkta değerlendirilecektir.

3.5.1. İçerik Analizi Sonucunda Elde Edilen Bulgular

Araştırmaya dâhil edilen Twitter adresleri takipçi sayıları sırasıyla NTV, CNN Türk ve Haber Türk kuruluşlarının resmi Twitter hesaplarıdır. NTV, CNN Türk ve Habertürk'ün Twitter adresleri haber kategorisinde en çok takip edilen üç haber odaklı yayın kuruluşudur. Araştırma teması ve veri doygunluğu sebebiyle Dünya Sağlık Örgütü ve Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı resmi Twitter hesapları araştırma evrenine dâhil edilmiştir. İlgili hesaplarda yer alan görseller derlenmiş, tüm görseller içerisinden kod olarak kabul edilen Covid 19 pandemi/salgın dönemi ile ilgili tweetler ayrı bir havuza alınmış ve çalışma temasına göre kendi içinde kategorize edilmiştir.

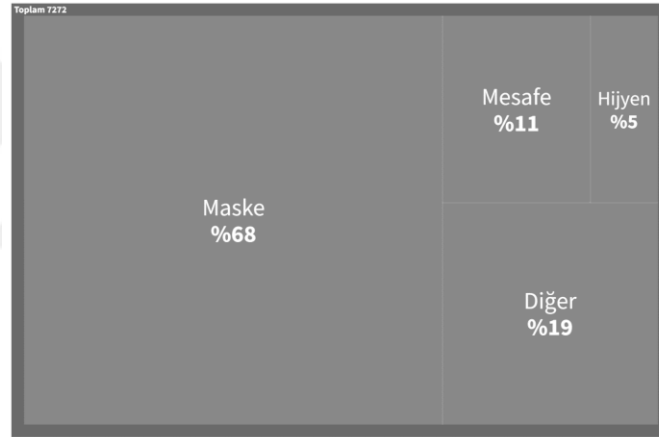
Tablo 6. İncelenen Toplam Görsel Sayısı

İncelenen Toplam Görsel Sayısı	
Kategori	Fotoğraf
Maske	4.696
Mesafe	824
Hijyen	337
Genel Pandemi (Diğer)	1.415
Kod İçeren Görsel Sayısı	7.272
Toplam Görsel Sayısı	63.941



Görsel 3. Twitter İletilerinin Görselleştirilmesi

Bahsi geçen Twitter hesaplarından 01/12/2019 ile 01/12/2020 tarihleri arasında 1 yıllık sürede paylaşılan ve en az bir görsel içeren toplam gönderi sayısı 57.409 ve içerdiği toplam görsel sayısı ise 63.941'dir. Bu görsellerin 7.272 tanesi Covid-19 temasına uygun fotoğraflardan oluşmaktadır. Maske kategorisi ile ilişkili fotoğraf sayısı 4.696, mesafe kategorisi ile ilişkili fotoğraf sayısı 824, hijyen kategorisi ile ilişkili fotoğraf sayısı 337 ve pandemi ile ilgili diğer içeriklere sahip bu kategoride değerlendirilecek fotoğraf sayısı ise 1.415'tir, bu kategoride bulunan 1.415 görselin kendi içerisinde kategorize edilemeyecek ve anlam bütünlüğü sağlayamayacak kadar farklı konulara dağılması nedeniyle Genel Pandemi Fotoğrafları (Diğer) olarak kategorize edilmiştir. Kalan 56.669 görsel içerikli gönderilerde ise Covid-19 temasına uygun bir fotoğraf gösterilmemiştir. İlgili görsellerin maske, mesafe, hijyen ve genel pandemi (diğer) kategorilerine göre dağılımı şu şekilde oluşmuştur:



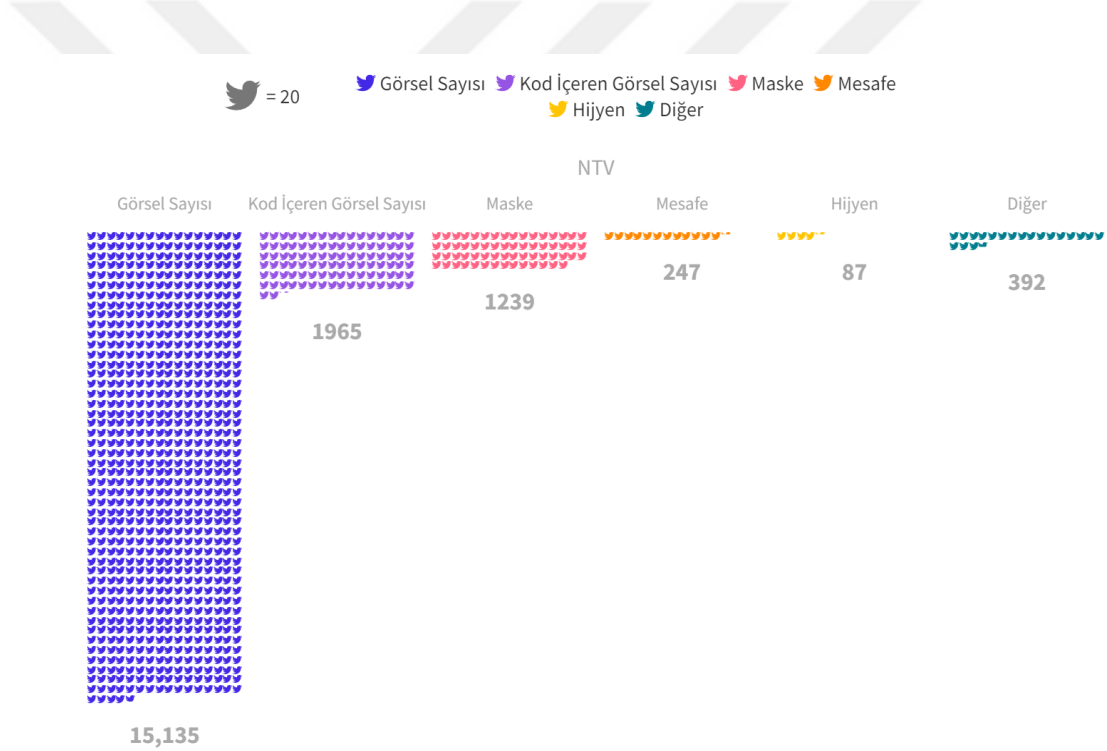
Görsel 4. Görsellerin İlgili Kategorilere Göre Oransal Dağılımı

Buna göre kod içeren toplam 7.272 görselin yüzde 68'i maske kategorisi ile, yüzde 11'i mesafe kategorisi ile, yüzde 5'inde hijyen ve yüzde 19'u ise genel pandemi fotoğrafları (diğer) kategorisi ile ilişkilendirilmiştir. Maske kategorisi ile ilgili görsellerin diğer görsellere göre daha fazla oranda paylaşıldığını söylemek mümkündür.

İlgili tarih aralığında NTV Twitter hesabından paylaştığı araştırmaya konu olan görseller derlendiğinde;

Tablo 7. NTV Gönderi Dağılımı

NTV Gönderi Dağılımı	
Tema	Fotoğraf
Maske	1.239
Mesafe	247
Hijyen	87
Genel Pandemi (Diğer)	392
Toplam	1.965
NTV Haber https://www.twitter.com/ntv	

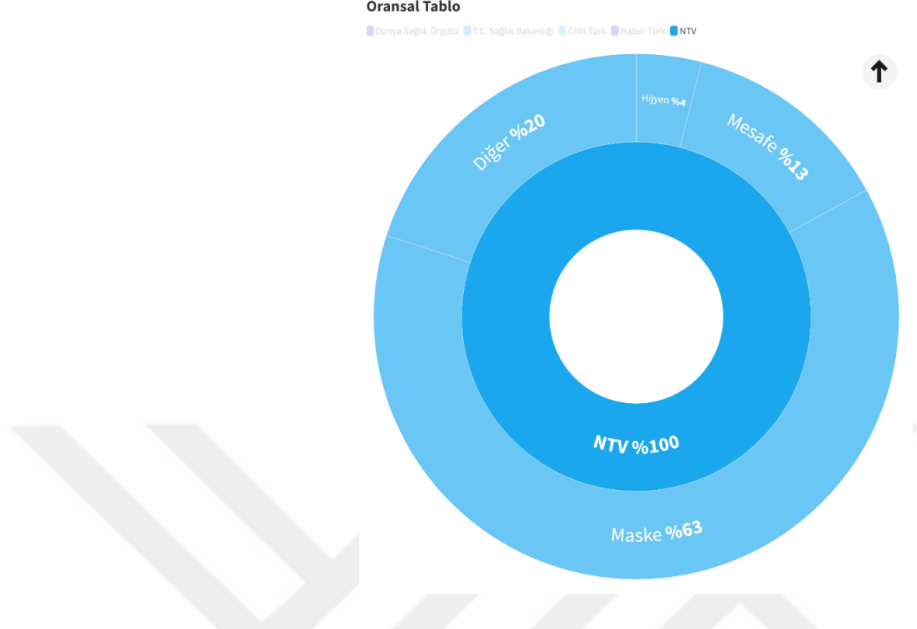


Kaynak: NTV Haber <https://www.twitter.com/ntv>

Görsel 5. NTV Toplam Görsel Dağılımı

İlgili tarihlerde NTV Haber'in resmi Twitter adresinden paylaşılan ve en az bir görsel içeren gönderi sayısı 13.845, bu gönderilerin içerdiği görsel sayısı ise 15.135'dir. Bu görsellerin 1.965 tanesi Covid-19 temasına uygun fotoğraflardan oluşmaktadır. Maske kategorisinde fotoğraf sayısı 1239, mesafe kategorisinde 247, hijyen kategorisinde fotoğraf sayısı 87 ve pandemi ile ilgili diğer içeriklere sahip

fotoğraf sayısı ise 392'dür. Kalan görsel içerikli gönderilerde ise Covid-19 temasına uygun bir fotoğraf gösterilmemiştir.



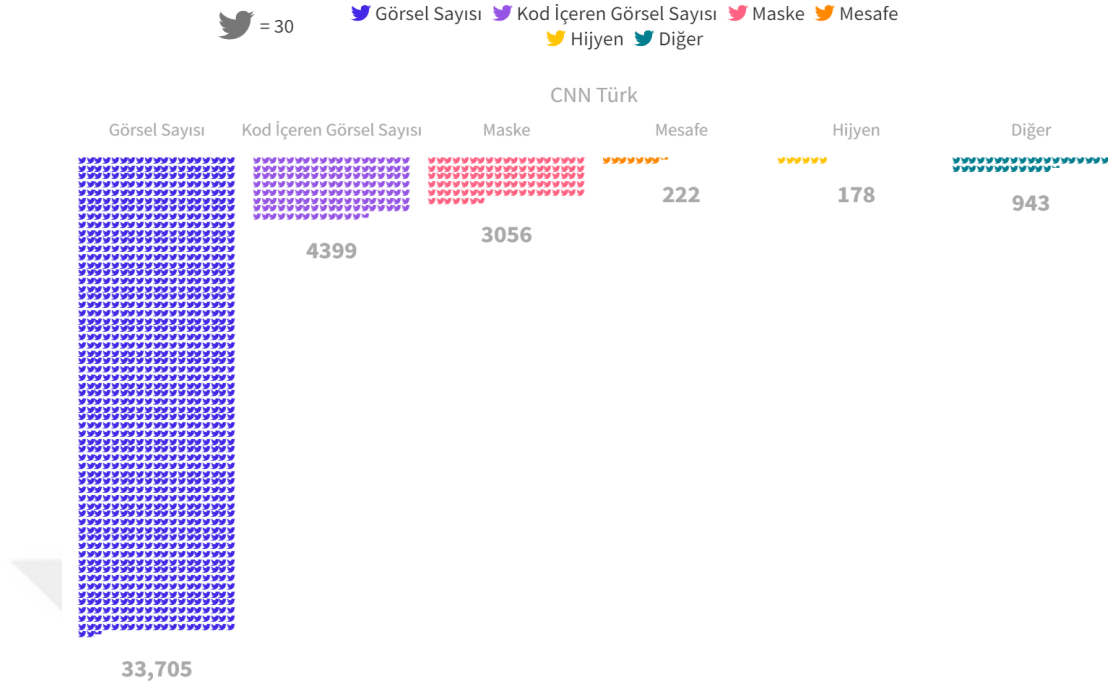
Görsel 6. NTV Görsellerinin İlgili Kategorilere Göre Oransal Dağılımı

Oransal Tablo'ya göre, kod içeren toplam 1965 görselin yüzde 63'ü maske kategorisi ile, yüzde 13'ü mesafe kategorisi ile, yüzde 4'ü hijyen kategorisi ile ve yüzde 20'si ise genel pandemi fotoğrafları kategorisi ile ilişkilendirilmiştir. Toplam incelenen görsel tablosuna paralel olarak, NTV Haber'in Twitter hesabından paylaşılan gönderilerde de maske kategorisi ile ilgili görseller diğer görsellere oranla daha fazla paylaşılmıştır.

İlgili tarih aralığında CNN Türk Twitter hesabından paylaştığı araştırmaya konu olan görseller derlendiğinde;

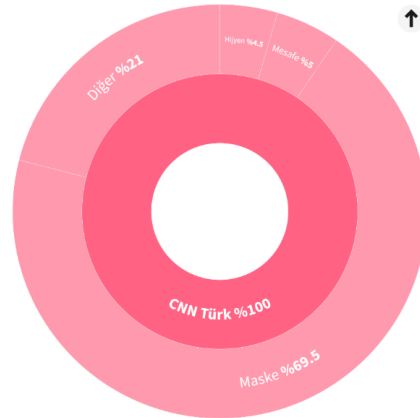
Tablo 8. CNN Türk Gönderi Dağılımı

CNN Türk Gönderi Dağılımı	
Tema	Fotoğraf
Maske	3056
Mesafe	222
Hijyen	178
Genel Pandemi (Diğer)	943
Toplam	4399
CNN Türk Haber https://www.twitter.com/cnnturk	



Görsel 7. CNN Türk Toplam Görsel Dağılımı

İlgili tarihlerde CNN Türk'ün resmi Twitter adresinden paylaşılan ve en az bir görsel içeren gönderi sayısı 29.454, bu gönderilerin içerdiği görsel sayısı ise 33.705'dir. Bu görsellerin 4.399 tanesi Covid-19 temasına uygun fotoğraflardan oluşmaktadır. maske kategorisinde fotoğraf sayısı 3.056, mesafe kategorisinde 222, hijyen kategorisinde fotoğraf sayısı 178 ve pandemi ile ilgili diğer içeriklere sahip fotoğraf sayısı ise 943'dür. Kalan görsel içerikli gönderilerde ise Covid-19 temasına uygun bir fotoğraf gösterilmemiştir.



Görsel 8. CNN Türk Görsellerinin İlgili Kategorilere Göre Oransal Dağılımı

Oransal Tablo'ya göre, kod içeren toplam 4.399 görselin yüzde 69.5'i maske kategorisi ile, yüzde 5'i mesafe kategorisi ile, yüzde 4.5'i hijyen kategorisi ile ve yüzde 21'i ise genel pandemi fotoğrafları kategorisi ile ilişkilendirilmiştir. Toplam incelenen görsel tablosu ve NTV Haber'in görsel tablosuna paralel olarak, CNN Türk'ün Twitter hesabından paylaşılan gönderilerde de maske kategorisi ile ilgili görseller diğer görsellere göre daha fazla paylaşılmıştır. Mesafe kategorisi ve hijyen kategorisinde bulunan görsel sayılarının oranları ise birbirine yakın olarak görülmektedir.

İlgili tarih aralığında Habertürk'ün Twitter hesabından paylaştığı araştırmaya konu olan görseller derlendiğinde;

Tablo 9. Habertürk Gönderi Dağılımı

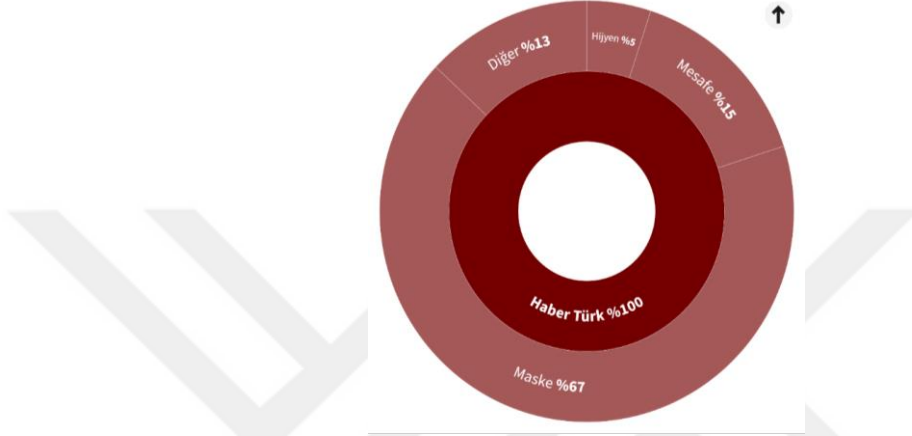
Habertürk Gönderi Dağılımı	
Tema	Fotoğraf
Maske	273
Mesafe	61
Hijyen	21
Genel Pandemi (Diğer)	52
Toplam	407
Habertürk https://twitter.com/HaberturkTV	



Kaynak: Haber Türk <https://twitter.com/HaberturkTV>

Görsel 9. Habertürk Toplam Görsel Dağılımı

İlgili tarihlerde Habertürk'ün resmi Twitter adresinden paylaşılan ve en az bir görsel içeren gönderi sayısı 10.670, içerdiği görsel sayısı ise 11.204'dür. Bu görsellerin 407 tanesi Covid-19 temasına uygun fotoğraflardan oluşmaktadır. Maske kategorisinde 273, mesafe kategorisinde 61, hijyen kategorisinde fotoğraf sayısı 21 ve pandemi ile ilgili diğer içeriklere sahip fotoğraf sayısı ise 52'dir. Kalan görsel içerikli gönderilerde ise Covid-19 temasına uygun bir fotoğraf gösterilmemiştir.



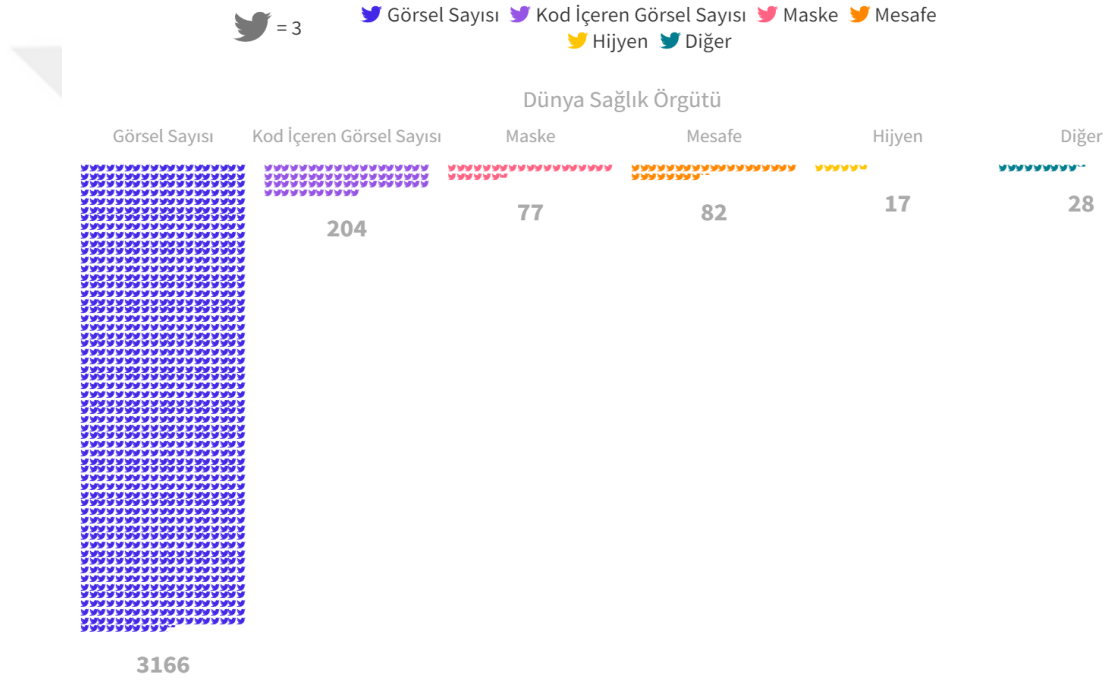
Görsel 10. Habertürk Görsellerinin İlgili Kategorilere Göre Oransal Dağılımı

Oransal Tablo'ya göre, kod içeren toplam 407 görselin yüzde 67'si maske kategorisi ile, yüzde 15'i mesafe kategorisi ile, yüzde 5'i hijyen kategorisi ile ve yüzde 13'ü ise genel pandemi fotoğrafları kategorisi ile ilişkilendirilmiştir. Toplam incelenen görsel tablosu ve NTV Haber ile CNN Türk'ün görsel tablosuna paralel olarak, Habertürk'ün Twitter hesabından paylaşılan gönderilerde de maske kategorisi ile ilgili görseller diğer görsellere göre daha fazla paylaşılmıştır. Maske kategorisini ise ikinci sırada mesafe kategorisi takip etmektedir.

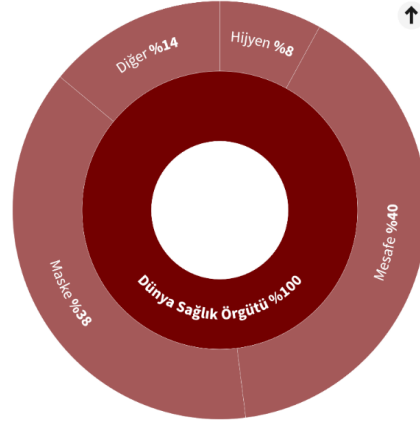
Haber platformlarına ek olarak örnekleme dâhil edilen küresel ve ulusal resmi sağlık otoritesi kuruluşlarından Dünya Sağlık Örgütü'nün ilgili tarih aralığında Twitter hesabında paylaştığı araştırmaya konu olan görseller derlendiğinde;

Tablo 10. Dünya Sağlık Örgütü Gönderi Dağılımı

Gönderi	
Tema	Fotoğraf
Maske	77
Mesafe	82
Hijyen	17
Genel Pandemi (Diğer)	28
Toplam	204
Dünya Sağlık Örgütü https://twitter.com/WHO	

Kaynak: Dünya Sağlık Örgütü <https://twitter.com/WHO>**Görsel 11. Dünya Sağlık Örgütü Toplam Görsel Dağılımı**

İlgili tarihlerde Dünya Sağlık Örgütü'nün resmi Twitter adresinden paylaşılan ve en az bir görsel içeren gönderi sayısı 2.947, içerdiği görsel sayısı ise 3.166'dır. Bu görsellerin 204 tanesi Covid-19 temasına uygun fotoğraflardan oluşmaktadır. Maske kategorisinde 77, mesafe kategorisinde 82, hijyen kategorisinde fotoğraf sayısı 17 ve pandemi ile ilgili diğer içeriklere sahip fotoğraf sayısı ise 28'dir. Kalan görsel içerikli gönderilerde ise Covid-19 temasına uygun bir fotoğraf gösterilmemiştir.



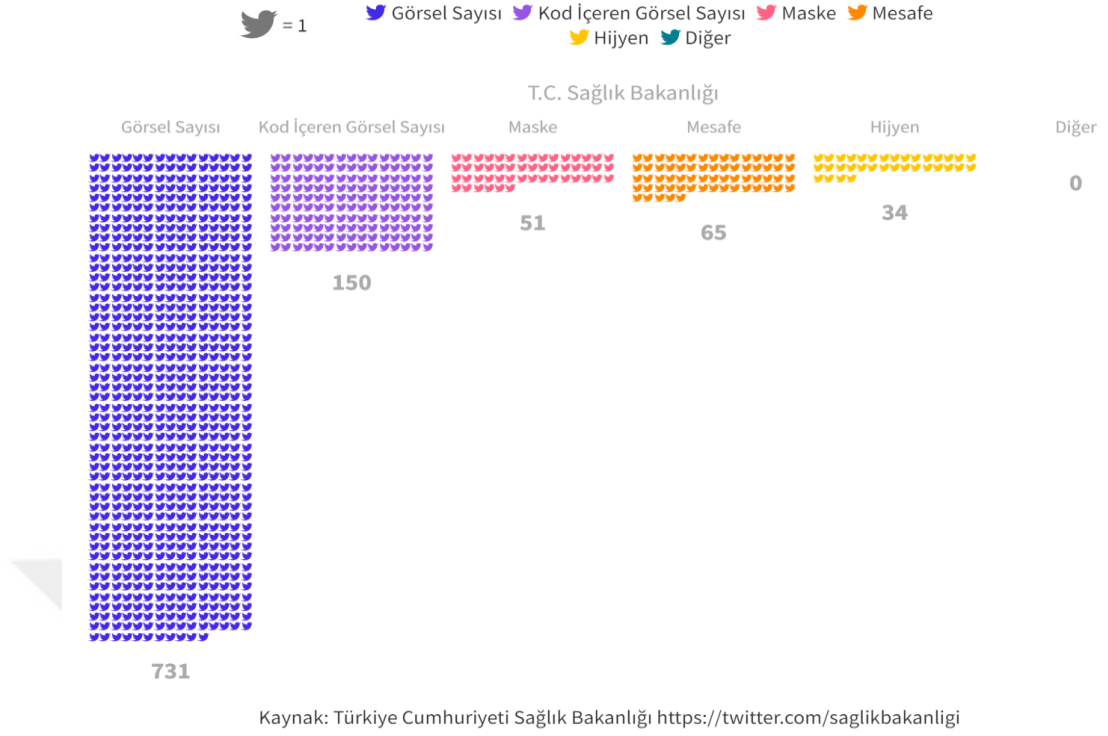
Görsel 12. Dünya Sağlık Örgütü Görsellerinin İlgili Kategorilere Göre Oransal Dağılımı

Oransal Tablo'ya göre, kod içeren toplam 204 görselin yüzde 40'ı mesafe kategorisi ile, yüzde 38'i maske kategorisi ile, yüzde 8'i hijyen kategorisi ile ve yüzde 14'ü ise genel pandemi fotoğrafları kategorisi ile ilişkilendirilmiştir. Toplam incelenen görsel tablosu, NTV Haber, CNN Türk ve Habertürk'ün görsel tablosundan farklı olarak, Dünya Sağlık Örgütü'nün Twitter hesabından paylaşılan gönderilerde mesafe kategorisi ile ilgili görseller diğer görsellere göre daha fazla paylaşılmıştır. Mesafe kategorisini ise ikinci sırada yakın bir farkla maske kategorisi takip etmektedir.

Ulusal resmi sağlık kuruluşu olan Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı'nın ilgili tarih aralığında Twitter hesabında paylaştığı araştırmaya konu olan görseller derlendiğinde;

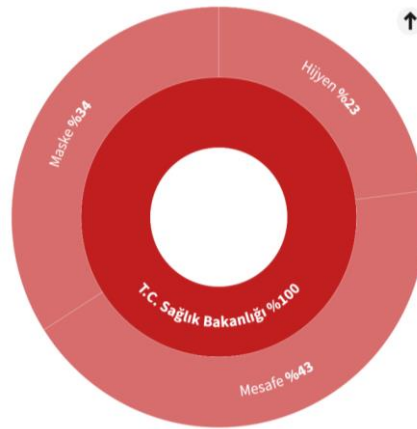
Tablo 11. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Gönderi Dağılımı

Gönderi	
Tema	Fotoğraf
Hijyen	34
Maske	51
Mesafe	65
Diğer	0
Toplam	150
Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı https://twitter.com/saglikbakanligi	



Görsel 13. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Toplam Görsel Dağılımı

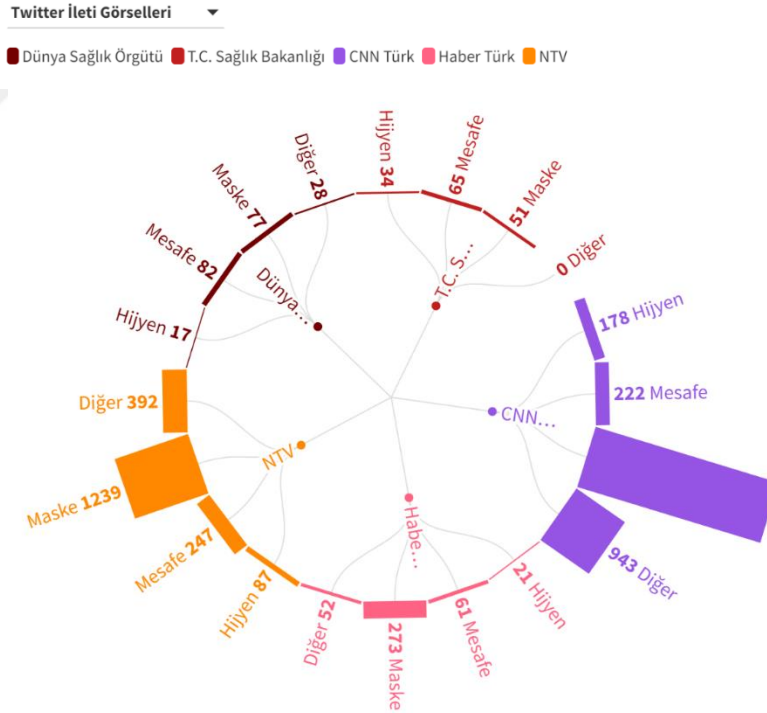
İlgili tarihlerde Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı'nın resmi twitter adresinden paylaşılan ve en az bir görsel içeren gönderi sayısı 493, içerdiği görsel sayısı ise 731'dir. Bu görsellerin 150 tanesi Covid-19 temasına uygun fotoğraflardan oluşmaktadır. Maske kategorisinde 51, mesafe kategorisinde 65, hijyen kategorisinde fotoğraf sayısı 34 ve pandemi ile ilgili diğer içeriklere sahip fotoğraf sayısı ise 0'dır. Kalan görsel içerikli gönderilerde ise Covid-19 temasına uygun bir fotoğraf gösterilmemiştir.



Görsel 14. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Görsellerinin İlgili Kategorilere Göre Oransal Dağılımı

Oransal Tablo'ya göre, kod içeren toplam 150 görselin yüzde 43'ü mesafe kategorisi ile, yüzde 34'ü maske kategorisi ile, yüzde 23'ü hijyen kategorisi ile ilişkilendirilmiş ve hiçbir görsel ise genel pandemi fotoğrafları kategorisi ile ilişkilendirilmemiştir. Toplam incelenen görsel tablosu ve haber platformlarının görsel tablosundan farklı, Dünya Sağlık Örgütü'nün görsel tablosuna benzer olarak Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı'nın Twitter hesabından paylaşılan gönderilerde mesafe kategorisi ile ilgili görseller diğer görsellere göre daha fazla paylaşılmıştır. Mesafe kategorisini ise ikinci sırada yakın bir farkla maske kategorisi takip etmektedir. Bununla birlikte genel pandemi (diğer) fotoğrafları ile ilişkilendirilen hiç görsel olmaması dikkat çekici bir veri olarak göze çarpmaktadır.

Karşılaştırmalı olarak genel dağılım, haber platformlarının kendi içinde dağılımı, haber platformları ile resmi sağlık otoriteleri arasındaki benzerlik ve farklılıklar incelendiğinde;



Görsel 15. Görsellerin Sayısal Dağılımı

Gönderilerin sayılarının genel dağılımı şu şekilde saptanmıştır: NTV Haber'in paylaştığı toplam 1.965 görselin 1.239'unu maske, 247'sini mesafe, 87'sini hijyen ve 392'unu ise genel pandemi fotoğrafları oluşturmaktadır. CNN Türk'ün paylaştığı

toplam 4.399 görselin 3.056'sını maske, 222'sini mesafe, 178'ini hijyen ve 943'ünü ise genel pandemi fotoğrafları oluşturmaktadır. Habertürk'ün paylaştığı toplam 407 görselin 273'ünü maske, 61'ini mesafe, 21'ini hijyen ve 52'sini ise genel pandemi fotoğrafları oluşturmaktadır.

Dünya Sağlık Örgütü'nün paylaştığı toplam 204 görselin 82'sini mesafe, 77'sini maske, 17'sini hijyen ve 28'ini ise genel pandemi fotoğrafları oluşturmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı'nın paylaştığı toplam 150 görselin 65'ini mesafe, 51'ini maske, 34'ünü hijyen oluşturmaktadır.

Pandemi kodu içeren gönderi sayısının toplam gönderi sayısına ve pandemi kodu içeren görsel sayısının görsel içeren toplam gönderi sayısına oranına bakıldığında;

Tablo 12. Kod İçeren Gönderi Sayısının Oransal Dağılımı

Kod İçeren Gönderi Sayısının Oranı	
Gönderi Sayısı	57.409
Kod İçeren Tweet Sayısı	6.529
Oran	%11,3
Görsel İçeren Gönderi Sayısı	63.941
Kod İçeren Görsel Sayısı	7.272
Oran	%11,3

İlgili tarihlerde araştırmaya konu olan Twitter hesaplarından paylaşılan kod içeren tweet sayısının toplam gönderi sayısına oranı 11,3, kod içeren görsel sayısının toplam görsel içeren görsel sayısına oranı da benzer şekilde 11,3 olarak hesaplanmıştır.

3.5.2. Göstergebilimsel Analiz Sonucunda Elde Edilen Bulgular

Yapılan içerik analizi sonucunda toplam 63.941 görsel tek tek incelenmiş, kod içeren görsel sayısı 7.272 olarak belirlenmiştir, bu görsellerin 4.696 tanesi maske, 824 tanesi maske, 337 tanesi hijyen ve 1.415 tanesi ise genel pandemi fotoğraflarıdır. Fotoğraf gruplarının içeriği oluşturulurken, maksimum çeşitliliğe ve asgari düzeyde temsile ulaşma amacı gözetilerek ilgili temayı (maske-mesafe-hijyen-genel pandemi) birbirinden farklı bir şekilde imleyen en az bir belirteç içeren fotoğraflardan oluşturulmuştur. İlgili kategoride bu belirteçleri içeren fotoğraflar gruplandırılmış,

ardından belirteçlerin birbirini tekrar ettiği fotoğraf sayısına kadar seçki içerisinde belirlenmiştir. Bu bağlamda 4 fotoğraf grubu oluşturulmuş ve toplam 28 fotoğraf ana örneklem olarak seçkiye dahil edilmiştir. Bu fotoğraf grupları şu şekilde son halini almıştır:



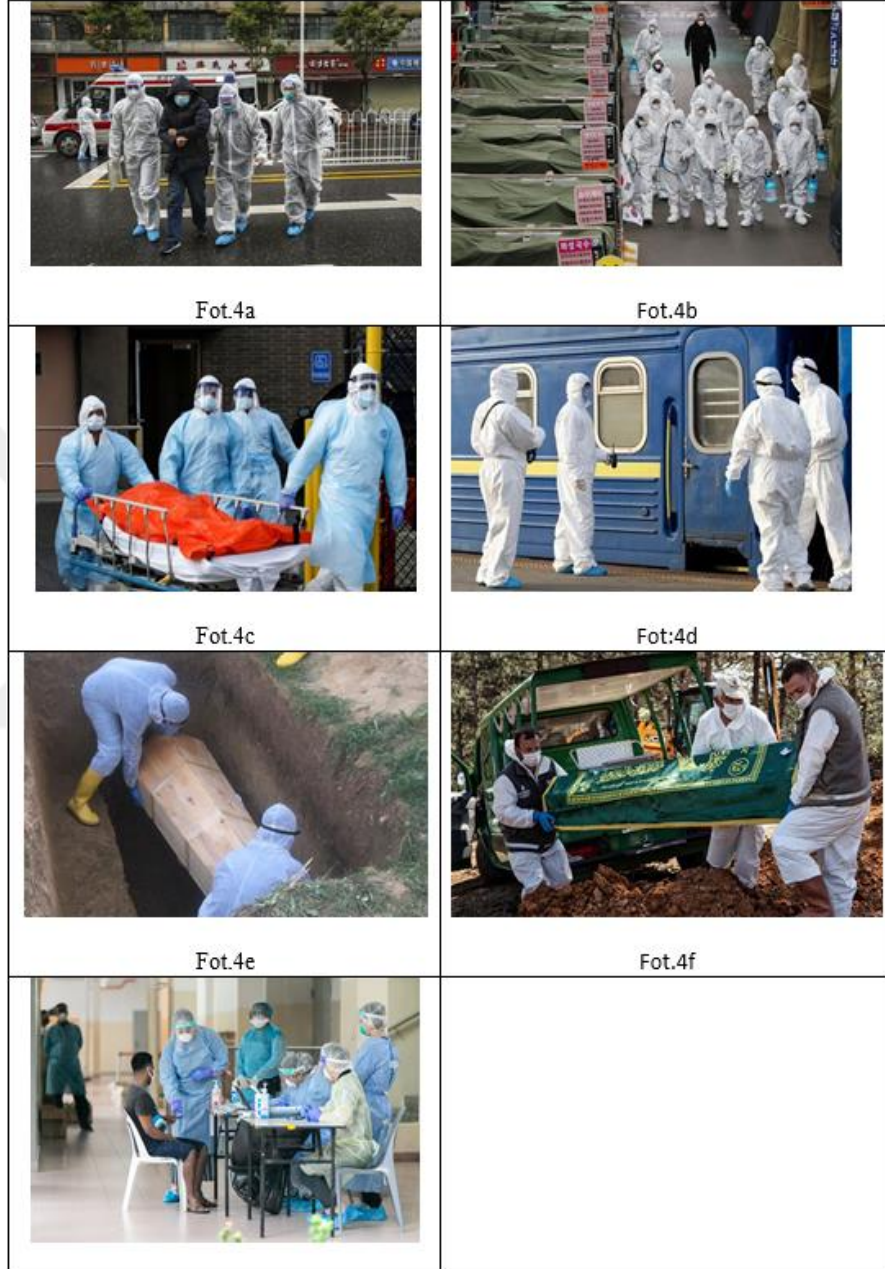
Görsel 16. Fotoğraf Grubu 1



Görsel 17. Fotoğraf Grubu 2



Görsel 18. Fotoğraf Grubu 3



Görsel 19. Fotoğraf Grubu 4

Bu bölümde Roland Barthes'in göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılacaktır. 4 fotoğraf grubunda bulunan 28 fotoğraf tekil biçimde dilsel ve düz anlamsal boyutların tespit edilmesi ve sonrasında ortaklaştığı göstergelerin

belirlenebilmesi için incelemeye tabii tutulacaktır. Dil boyutunda ve düz anlamlar evreninde her bir farklı görsel için yegâne göstergelerden söz edebilmek mümkündür çünkü bu göstergeler deneyimlenen imgeler üzerinden yaklaşıma tabii tutularak dilsel boyutta zihinsel imgelemi işaret etmektedir. Şöyle ki; aynı konu bağlamında seçilen, sayıca fazla fotoğrafın dilsel göstergeleri birbirinden tamamen farklı olabilirken mitsel boyuttaki göstergesi tek bir ifade ile açıklanabilir. Yukarıda tablolaştırılan göstergebilimsel analiz yönteminin **dil** ilk katmanını, **mit** ise ikincil katmanını ifade etmektedir. Mitsel ve yan anlamlar göstergelerinin ortaya konulabilmesi için fotoğraf grupları, dilsel boyutta ardından grup fotoğrafları şeklinde mitsel boyutta analiz edilecektir.

Fotoğraf Grubu 1



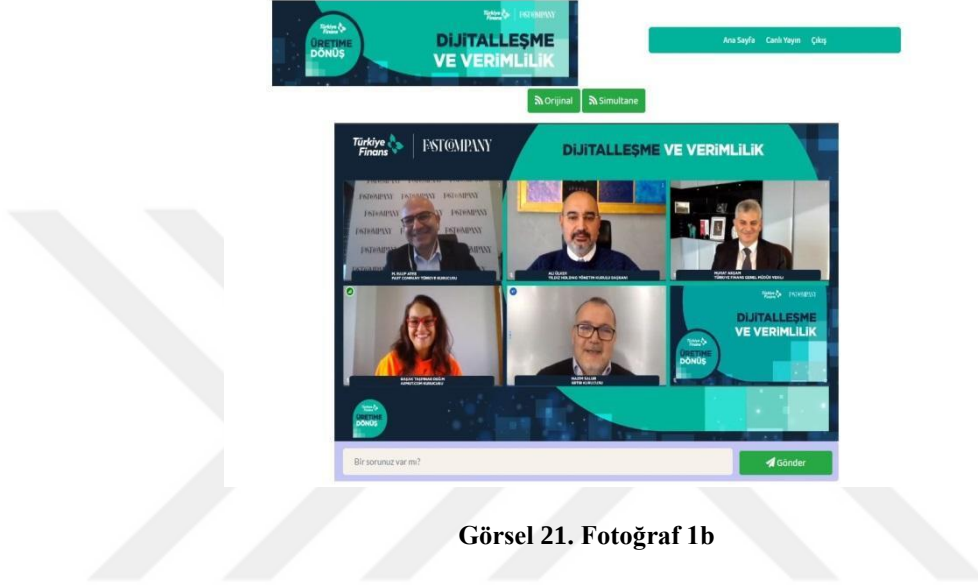
Görsel 20. Fotoğraf 1a

Tablo 13. Fotoğraf 1a Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Oturan ve konuşan iki insan	Sandalye	Sakin deniz
GÖSTERİLEN	Mesafeli oturarak sohbet eden iki insanlar	Mesafeli oturma düzeni ile yerleştirilmiş sandalye	Aydınlık, açık gökyüzü kent karmaşasından uzak manzara

Fotoğraf Grubu 1'in ilk görselinde üç adet gösterge belirlenebilir. Bu göstergelerin gösteren ve gösterilen bağlantıları; insan göstergesi oturan iki insan

gösterenini imlerken bu durum aynı iki insanın sohbet ettiği gösterilenine evrilir. Deniz göstereni doğa göstergesinin içinde var olurken, görece huzur veren sakin bir manzara gösterileni fotoğrafta görülebilir. Açık gökyüzü göstereni ve ışık göstergesi ile güneşli bir günün varlığı fotoğrafta gösterilen olarak yer almaktadır. Çalışma bağlamında pandemi süreci düşünüldüğünde; sohbet etme halinin uzaktan gerçekleştirilmesi halinin fotoğrafta işaret edildiği düşünülmektedir.



Görsel 21. Fotoğraf 1b

Tablo 14. Fotoğraf 1b Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Kareler içinde insan yüzleri	Görüşme ekranı ve aracı	Aynı olmayan mekânlar
GÖSTERİLEN	Çevrimiçi Görüşme	Toplantıların eşanlı fakat farkı mekânlardan yapılabilmesini sağlayan araç	Farklı mekânlardan eş zamanlılık

Fotoğraf 1b’de 3 adet göstergeden söz edilebilir; İnsan, nesne ve mekân. İnsan göstergesi kareler içinde insan yüzleri olan gösterenler ile imlenirken, çevrimiçi görüşme gösterilen olarak belirlenebilir. Farklı mekânlardan eş zamanlılık gösterileni ise; farklı mekânlar göstereni ile dolayımlanmış ve mekân göstergesi ile ifade edilmiştir. Pandemi bağlamında düşünüldüğünde ise bulaş riskinden uzak kalmak amacıyla özel alanda çalışma ortamının bir anlatısı olarak ifade edilebilir.



Görsel 22. Fotoğraf 1c

Tablo 15. Fotoğraf 1c Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Sosyal iletişim halinde iki insan	Giyim	Kırmızı zemin yol girişli yapı
GÖSTERİLEN	Ayak tokuşturarak selamlaşan insanlar	Teması asgari düzeyde gerçekleşmesini sağlayan ayakkabı ve pantolon	Kırmızı halı üzerinde topluma mal olmuş insanlar

Fotoğraf 1c’de 3 adet göstergeden söz edilebilir. İnsan göstergesi, hem ayak tokuşturma göstereni ile bir selamlaşma gösterilenini hem de gülümseyen yüz ifadesi göstereni ile mutlu insan gösterilenini ifade etmektedir. Kırmızı zemin göstereni, mekân göstergesi ile aktarılırken, kırmızı halı üzerindeki insanlar gösterileni işaret etmektedir. Çalışma bağlamında değerlendirildiğinde kültürel bir yatkınlıkla tokalaşarak sosyal iletişim biçimlerinden olan yüzyüze selamlaşmanın alternatif bir imgelem ile gösterildiği açıkça görülmektedir.



Görsel 23. Fotoğraf 1d

Tablo 16. Fotoğraf 1d Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Çocuk	Kırmızı Bayraklar	Süslenmiş kapalı mekânlar
GÖSTERİLEN	Bayram kutlayan çocuk	Türk Bayrağı ve Gazi Mustafa Kemal ATATÜRK fotoğrafları ile bezeli bayraklar	Kapalı mekânda bayram kutlaması

Fotoğraf 1d’de İnsan, mekân ve renk göstergelerinden bahsedilebilir. Çocuk göstereni ile bayram kutlayan çocuklar gösterilirken, süslenmelerle bezeli kapalı mekân görselleri ve kapalı mekânlar göstereni ile kapalı mekânda bayram kutlayan çocuklar gösterileni işaret edilmiştir. Nesne göstergesi ile kırmızı bayrak göstereni işaret edilmiş, bu gösteren ile Türk Bayrağı gösterileni ifade edilmektedir. Çalışmanın bağlamı düşünüldüğünde mekânsal bir anlatı biçimi ifade edilmiş, mesafeler ile bulaş riskine karşı önlemlerin bir anlatısı olarak fotoğrafı nitelemek mümkündür. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı’nın ithaf edildiği çocukların kutlamalara bizatihi katılması ve yüz yüze tasarlana gelmiş törenlerin özel alanlara taşınarak bireysel etkinliğe dönüştüğü halinin salgın şartlarına uygun anlatımı olarak fotoğraftan bahsedilebilir.



Görsel 24. Fotoğraf 1e

Tablo 17. Fotoğraf 1e Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Mavi gömlek ve lacivert ceket giyen bir insan eli	Minyatür ve boş alış-veriş arabası ve bilgisayar	Ev veya ofis ortamı
GÖSTERİLEN	Resmi giyimli insan	Alışveriş ve çevrimiçi olma hali	Çevrimiçi alışveriş yapma

Fotoğraf 1e’de bulunan göstergeler arasında insan, iki adet nesne ve mekân olduğu söylenmelidir. Mavi gömlek ve lacivert ceket giyen bir insan eli ile resmi giyimli biri insan göstereni, minyatür alış-veriş arabası ve bilgisayar gösterenleri ile çevrim içi alış-veriş gösterilmiştir. Çalışma dolayımı düşünülüğünde çevrim içi alışveriş durumunun fiziksel mekânlardan sanal mekânlara taşınan günlük pratikler vurgusunun yapılıyor olması şeklinde değerlendirilebilir.



Görsel 25. Fotoğraf 1f

Tablo 18. Fotoğraf 1f Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Matematik işlemleri izlemekte olan bir çocuk	Bilgisayar	Bireyselleştirilmiş kapalı mekân
GÖSTERİLEN	Çevrimiçi ders ortamı	Çevrimiçi/Uzaktan	Ev/Oda

Fotoğraf grubunun 1f kodlu görselinde; 3 adet göstergeden bahsetmek yerinde olacaktır. Bunlardan insan göstergesi ile matematik işlemleri izlemekte olan bir çocuk göstereni, bu gösteren ile de çevrimiçi ders işlemekte olan bir öğrenci gösterildiği söylenebilir. Bilgisayar göstereni ile çevrimiçi ve mekânsal uzaklık gösterilirken, bireyselleştirilmiş kapalı mekân göstereni ile ev ortamı gösterilmiştir. Salgının eğitim öğretime olan etkileri düşünüldüğünde mekânsal uzaklıklar ve farklılıklar vasıtasıyla alınan önlemlerden bahsetmek yerinde olacaktır.



Görsel 26. Fotoğraf 1g

Tablo 19. Fotoğraf 1g Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Tören kıyafetleri içindeki maskeli insanlar	Tören kıyafetleri içinde cansız mankenler	Süslü ve abartılı hazırlanmış iç mekân
GÖSTERİLEN	Gelin ve damat	Manken gelin ve damat	Düğün salonu

Birinci fotoğraf grubun son ögesi olan fotoğraf 1f'de; insan, nesne ve mekân göstergelerinden bahsedilebilir. İnsan göstergesi ve törensel kıyafetler içindeki insanlar göstereni ile gösterilen gelin ve damat, tören kıyafetleri ve tören takıları üzerinde olan cansız mankenler göstereni ile cansız manken gelin ve damat gösterilmiştir. Mekân göstergesi ile süslü ve ihtişamlı hazırlanan iç mekân göstereni imlenirken düğün salonu ise gösterilen olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışmanın bağlamı ile düşünüldüğünde her ne kadar maskeli gelin ve damat göze çarpsa da, dublör olarak takı töreninde kullanılan cansız manken imgeleri ile törensel alışlagelmiş bir düzenin değiştirilerek pandemi önlemleri kapsamında uyum sağlanmış bir mesafe olgusu anlatılmaktadır. Fotoğraf grubu 1'e bakıldığında ilgili fotoğraflardaki görüntüsel göstergelerini *uzaklık, sosyal iletişim ve çevrimiçi/eşanlık* olmak üzere üç ana başlıkta temalaştırmak yerinde olacaktır.

Fotoğraf Grubu 2



Görsel 27. Fotoğraf 2a

Tablo 20. Fotoğraf 2a Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Eline kolonya döken insan	Kolonya şişesi ve bidonlar	Kapalı alan
GÖSTERİLEN	Arınan insan / hijyen kaygısı	Arındırma/Güzel Koku	Hijyen bankosu

Fotoğraf grubu 2'nin ilk görseli olan fotoğraf 2a'da iki adet nesne göstergesinden, bir adet insan göstergesinden ve mekân göstergesinden bahsedilebilir. Kolonya şişesi göstereni ile arınma ve güzel koku, kolonya bidonu göstereni ile de yedeklemeye ihtiyaç duyulan bir durum ve uzun sürecek kullanım gösterileni işaret edilmektedir. Eline kolonya döken insan göstergesi ile temas ettiği koku ya da kir durumdan uzaklaşmaya çalışan insan gösterileni imlenmektedir. Çalışmanın salgın boyutu bağlamı ile ele alındığında fotoğrafta nesneden çok insan ön plandır. Kişisel temizlik ve hijyen koşullarının sağlanması vasıtasıyla bulaş riskinden kaçınma durumunun kültürel bağlama atıfla kolonya kullanımı ile anlamlandırma boyutunda bahsedilmesi gerekliliğinden söz edilebilir.



Görsel 28. Fotoğraf 2b

Tablo 21. Fotoğraf 2b Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Elinde telefon ve bardak tutan iki ayrı insana ait el	Cep telefonu ve telefonun görüntülediği kare kod	Kare kod ve bardak bulunan masa
GÖSTERİLEN	Kişinin kare kod ile istediği veriye temassız erişimi sağlayabilmesi	Cep telefonun aracılığı ile erişimin temassız sağlanması	Menü görselinin kare kod ile gelebiliyor olduğu mekân

Fotoğraf grubu 2’de bulunan 2b kodlu görselde insan göstergesi ile elinde kamerası açık telefon bulunan ve bardak bulunan kişinin gösterenleri işaret edilmektedir. Elinde kamerası açık telefon bulunan kişinin bir erişimi temasız yapmaya çalışıyor oluşunun gösterildiği fotoğrafta ayrıca nesne göstergesi ile cep telefonu ve kare kod, veriye temasız erişimde kullanılma durumunu göstermektedir. Ayrıca mekân göstergesinde masada kare kodun bulunuyor oluşu ile mekânda kullanılmak üzere tasarlanan bir verinin çevrimiçi ulaşılabilir olduğu gösterileni işaret etmektedir. Çalışma bağlamından hareketle birden fazla kişinin elinin temas ettiği bir nesnenin bir başka kişide bulaş riskini arttırma durumunun anlatıldığı fotoğrafta hastalığın nasıl yayıldığı ile ilgili de bir bilgi de bulunduğundan söz edilebilir.



Görsel 29. Fotoğraf 2c

Tablo 22. Fotoğraf 2c Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Kredi kartı ve bu ödemeyi kabul eden cihazı tutan iki el	Kredi kartı ve bu ödemeyi kabul eden cihaz	Ödeme yapılması gereken işletme
GÖSTERİLEN	Temas etmeden ödeme gerçekleştiren ve alan insanlar	Temas etmeden ödeme gerçekleştirme ve alma	Temassız ödeme imkânı sunan işletme

Fotoğraf 2c’de 3 adet göstergeden bahsetmek yerinde olacaktır. Bunlar sırasıyla insan, nesne ve mekândır. Kredi kartı ve ödeme cihazı tutan elleri gösteren olarak ve bu işlemin temassız yapan insanları da gösterilen, kredi kartını ve cihazı gösteren, bu işlemin gerçekleştirilmesinin temassız olma durumunu ise gösterilen olarak işaretlemek mümkündür. Çalışma bağlamından hareketle ödeme yapmak ve almak gibi sıradan bir gündelik pratikte ve bu mecburiyette dahi temas etmeme haline özenle yaklaşmak durumunu pandemin bulaş riskleri açısından değerlendirilmesi gerekliliği ile açıklanabilir.



Görsel 30. Fotoğraf 2d

Tablo 23. Fotoğraf 2d Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Eldiven takan insan	Eldiven ve tutmaç	Tutmaç ve koltukları olan uzunca araç
GÖSTERİLEN	Eldiven kullanarak temastan kaçınan insan	Mecburi temastan azami kaçınma	Toplu taşıma aracı

Fotoğraf 2d'ye bakıldığında insan, nesne ve mekân göstergeleri göze çarpmaktadır. Eldiven takan insan göstereni ile eldiven vasıtasıyla temastan azami kaçınan insan gösterilirken, eldiven ve tutmaç gösterenleri ile temas gösterilenine işaret edilmektedir. Tutmaç ve koltuklar göstereni ile toplu taşıma aracı gösterilmektedir. Salgın bağlamında ele alındığına ise fotoğraf pandeminin bulaş risklerine karşı kullanılmasıyla gerekliliği ile kullanılan paylaşımlı toplu taşıma aracında azami hijyen şartları açısından mecburi temastan eldiven aracılığı ile kaçınabilme ve temasla bulaş riskinden korunabilmek durumu anlatılmaktadır.



Görsel 31. Fotoğraf 2e

Tablo 24. Fotoğraf 2e Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Dezenfektan elini uzatan insan	Dezenfektan Kutuları	Birden çok insan varlığı
GÖSTERİLEN	Elini arındıran insan	Korunma	Kamusal alan

Fotoğraf Grubu 2’de bulunan 2e görselindeki göstergeler insan, nesne ve mekândır. Dezenfektan kutularına elini uzatan insan göstereni ile elin arındırma gösterileni, dezenfektan kutuları ile koruma ve korunma gösterileni imlenmiştir. Birden çok insan ve birden çok dezenfektan kutusunun varlığı ile ise kalabalık kamusal bir mekân gösterileni işaret edilmektedir. Çalışma bağlamından hareketle el arındırıcı ürünlerin sokaklara yayılması durumu hijyenik olma halinin sıradan olması ve gündelik hayata yayılabilmesi durumuna işaret edilmektedir.



Görsel 32. Fotoğraf 2f

Tablo 25. Fotoğraf 2f Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Sıhhi kıyafetli ve donanımlı insan	Dezenfeksiyon aleti ve tulum	Rıhtım, Vapur ve Camii
GÖSTERİLEN	Sıhhi tulum ile dezenfeksiyon yapan insan	Hijyen	İstanbul

Fotoğraf Grubu 2’de bulunan 2f görselinde, gösterge olarak İnsan, nesne ve mekândan bahsetmek mümkündür. İnsan göstergesi tulum giyen, sırtında ve elinde alet bulunduran bir kişi ile imlenmiş, gösterilen ise sıhhi tulum ile dezenfeksiyon yapan insandır. Nesne göstergesini dezenfeksiyon aleti ve tulum göstereni imlerken gösterilen ise hijyen olgusudur. Mekân göstergesinde ise rıhtım, vapur ve camii göstereni ile İstanbul’da sıradan bir sokak gösterilmektedir. Salgın bağlamında ele alındığında ise fotoğraf hijyen önlemlerinin otoriteler tarafından sokak zeminlerine kadar konvansiyonel bir biçimde yayıldığı, açık hava ve kamusal alanlarda dahi zeminlerin arındırıldığını ifade edilmektedir.



Görsel 33. Fotoğraf 2g

Tablo 26. Fotoğraf 2g Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Eldivenle bez ve spreyl tutan el	Eldiven, bez ve spreyl	Tezgâh, dolap ve ocak
GÖSTERİLEN	Temizlik yapan insan	Temizlik aparatları	Mutfak

Fotoğraf Grubu 2'nin son görseli olan fotoğrafı 2g'de insan, nesne ve mekân göstergelerinden bahsedilebilir. İnsan göstergesinin göstereni eldivenle bez ve alet tutan el gösterileni ise temizlik yapan insandır. Nesne göstergesine bakıldığında ise eldiven ve bez gösterenleri ve temizlikte kullanılan gösterilenler imlenmiştir. Mekân göstergesinde ise tezgâh, dolap ve ocak göstereni ile mutfak gösterilenine işaret edilmektedir. Salgın bağlamında bakıldığında göstergelerin insan ve nesne olanları temiz olma halini ve bulaş riskini en aza indirebilmek adına atılan adımları işaret etmeyken eldiven takılarak yapılan temizliğin işlemini temizlik katmanından dezenfeksiyon detayına taşımaktadır. Fotoğraf Grubu 2'ye bakıldığında ilgili fotoğraflardaki dilsel göstergeleri **temizlik**, **dezenfeksiyon** ve **temas** olmak üzere üç ana başlıkta temalaştırmak yerinde olacaktır.

Fotoğraf Grubu 3



Görsel 34. Fotoğraf 3a

Tablo 27. Fotoğraf 3a Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Tören kıyafetleri içinde kadın erkek ve benzer giyimli insan kalabalığı	Tıbbi Maske	Kapalı ortam
GÖSTERİLEN	Maske takan gelin ve damatlar topluluğu	Sağlık sebebiyle koruma ve korunma	Toplu düğün tören mekânı

Fotoğraf Grubu 3'ün ilk görseli olan fotoğraf 3a'da insan, nesne ve mekân göstergelerinden söz etmek mümkündür. İnsan göstergesi ile tören kıyafetleri içinde kadın, erkek ve benzer giyimli insan kalabalığı göstereni ve gelin ve damatlar topluluğu gösterileni ile oluşturulmuştur. Tıbbi maske göstereni ile sağlık açısından korunuyor ve koruyor olma durumu ise nesne göstergesinde değerlendirilebilir. Mekân göstergesi kapalı ortam göstereni ve toplu düğün mekânı gösterileni ile imlenmektedir. Çalışmanın bağlamı düşünüldüğünde maske takma durumunun salgın bağlantısını kurmak ve törensel pratikleri yerine getirebilmenin bir koşulu olarak belirlemek yerinde olacaktır.



Görsel 35. Fotoğraf 3b

Tablo 28. Fotoğraf 3b Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Kemal Sunal	Maske	Sokak
GÖSTERİLEN	Halk figürü	Sağlık sebebiyle korunma	Sesleniş halinin gösterimi

Fotoğraf Grubu 3'ün 3b görselinde insan, nesne ve renk göstergesinden söz edilebilir. İnsan göstergesi Kemal Sunal'ın canlandığı film karakteri gösterileni ve kendisi tarafından oluşturulur. Nesne göstergesi, maske göstereni ve önlem gösterileni ile imlenmiştir. Siyah-beyaz göstereni ve nostalji gösterileni ile var edilen ise renk göstergesidir. Çalışma bağlamından hareketle maske takıyor olma halinin tavsiyesi bir halk karakteri ve sevilen bir oyuncu tarafından veriliyor gibi gösterilmiştir. Elbette filmi hatırlayanlar için Kemal Sunal'ın canlandığı film karakterinin ilgili filmde maske takmıyor oluşu hatırlanacaktır.



Görsel 36. Fotoğraf 3c

Tablo 29. Fotoğraf 3c Göstergibilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Sokakta insan	Maske	Tramvay ve sokak
GÖSTERİLEN	Kamusal alandan insanlar	Sağlık sebebiyle korunma	Turistik alan, İstanbul

Fotoğraf 3c’de bulunan göstergeler; insan, nesne ve mekândır. İnsan göstergesi, araç kullanan ve sokakta bulunan insan göstereni ve kamusal alanda insanlar gösterileni ile oluşturulmuştur. Maske göstereni ve sağlık tıbbi sebeplerle önlem alınma hali gösterileni ile nesne göstergesi imlenmiştir. Mekânsal gösterge ise tramvay ve sokak göstereni ile turistik bir alan olan Beyoğlu İstanbul’u gösterilenini işaret etmektedir. Çalışma bağlamında düşünüldüğünde açık bir mekânda, tarihi ve turistik bir ulaşım aracında kullanılan yaygın maske kullanım biçimine işaret edilmektedir.



Görsel 37. Fotoğraf 3d

Tablo 30. Fotoğraf 3d Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Yürümekte olan insanlar	Maske	Deniz kenarında yer ve bir şehrin silueti
GÖSTERİLEN	Kalabalıklar ve insan	Açık ve havadar olan bir alanda maske kullanım yaygınlığı	İstanbul / köprü üstü yaya yolu

Fotoğraf 3d görselinin göstergeleri arasında insan ve mekân göstergelerinden bahsedilebilir. İnsan göstergesi; yürümekte ve balık tutamakta olan insanlar göstereni ve kalabalıklar içinde insanlar gösterileni ile imlenmektedir. Kamusal alan, İstanbul gösterilenleri ve deniz kenarında bir alan, bilinen bir şehir silueti gösterenleri ile mekân göstergesinin bileşenleridir. Çalışma bağlamından hareketle gündelik yaşam pratikleri içinde insanların fotoğraflandığı görselde sosyal yaşam, ulaşım ve boş zaman aktivitesi gibi faaliyetler içerisinde maske kullanım durumunun sıradanlığı işaret edilmektedir.



Görsel 38. Fotoğraf 3e

Tablo 31. Fotoğraf 3e Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Maske takılan insan	Maske	Törensel hazırlık yapılan ortam
GÖSTERİLEN	Başka biri tarafından kendisine maske takılan kadın	Altın renkli ve payetli maske	Gelinlik mağazası

Fotoğraf 3e’de insan, nesne ve mekân göstergeleri bulunmaktadır. Maske takılan insan göstereni ve başka biri tarafından kendisine maske takılıyor olma halinin gösterilen olduğu insan göstergesini oluşturmaktadır. Maske göstereni ve altın renkte payetli maske gösterileni ile nesne göstergesi imlenmektedir. Mekân göstergesinde ise fonda bulunan gelinlikler göstereni ve gelinlik mağazası gösterileni bulunmaktadır. Çalışma bağlamında törensel bir gösterge olan kıyafetlere (gelinlik, damatlık vb.) eklemlenen maske takma pratiğinin günlük yaşantının sıradan bir ögesi olarak kabul edilebilecek herhangi bir ritüele dahi dâhil edilişi, kişiselleştirilmiş maske kullanımı dolayısıyla içselleştirilmiş bir kullanım biçimini vurgulanmaktadır.



Görsel 39. Fotoğraf 3f

Tablo 32. Fotoğraf 3f Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Kadın - Çocuk	Maske	Açık alan
GÖSTERİLEN	Anne – Maske takılan çocuk	Tıbbi kullanım amaçlı maske	Güneşli ve sıcak bir gün tasvirli dış mekân / oyun alanı

Fotoğraf 3f’de İnsan göstergesi kadın ve çocuk gösterenleri ve maske takma vasıtasıyla koruma ve korunma gösterileni ile imlenmektedir. Nesne göstergesine, maske göstereni ve tıbbi amaçlı maske gösterileni ile işaret edilmektedir. Salgın kapsamı düşünüldüğünde ise bir koruma ve korunma hali göze çarpmaktadır. Bireyler arası ilişkilerde sosyal yakınlık derecesi gözedilmeksizin bir koruma/korunma halinin anlatıldığı fotoğrafta, bir ebeveyn ve çocuk ilişkisinde dahi maske kullanımı vurgulu anlatım baskın bir şekilde gözlemlenebilir. Mekansal bağlamda bakıldığında kapalı olmayan ortamda takılan maske ile salgın çekincesinin betimlendiği söylenebilir. Ebeveyn ve çocuk arasında gerçekleşen tensel temasın yer aldığı fotoğraf salgın çekincesinin ebeveyn ve çocuk arasında değil çocuğun bir parçası olacağı sosyal ortam için hazırlık aşamasını, yaşça küçük bireylerin maske takma bilinci konusunda teşvik edilme ihtiyacı içinde olabileceğinin ifadesi şeklinde yorumlamakta mümkündür.



Görsel 40. Fotoğraf 3g

Tablo 33. Fotoğraf 3g Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Kalabalık	Maske	Yeşillik, ağaçlar ve toprak
GÖSTERİLEN	Tören amaçlı bir arada olma hali	Tıbbi amaçlı maske kullanımı	Mezarlık

Fotoğraf grubu 3'ün son görseli olan fotoğraf 3g'de İnsan, nesne ve mekân göstergelerinden söz etmek mümkündür. İnsan göstergesinde; kalabalık insan güruhu göstereni ve tören amaçlı bir arada olma hali gösterilen olarak işaret edilebilir. Nesnel gösterge ise maske göstereni ve tıbbi amaçlı maske kullanımı gösterileni ile imlenmektedir. Ağaçlar ve toprak zemin göstereni ve mezarlık gösterileni ile mekânsal gösterge belirtilmektedir. Çalışma bağlamından hareketle son görev olarak atfedilen cenaze ritüelinin koşullar gereğince belirli kurallar ve zorunluluklarla maske kullanımı ile tamamlandığı anlatılmaktadır. Fotoğraf grubu 3'e bakıldığında ilgili fotoğraflardaki dilsel göstergeleri *mekân* ve *kurallar/zorunda olma* hali olmak üzere iki ana başlıkta temalaştırmak yerinde olacaktır.

Fotoğraf Grubu 4



Görsel 41. Fotoğraf 4a

Tablo 34. Fotoğraf 4a Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nense	Mekân
GÖSTEREN	Tıbbi tulumlu ve ayrıca kelepçeli insan	Kırmızıçizgili ve mavi-kırmızı lambalı beyaz araç	Açık alanda bir cadde görünümü
GÖSTERİLEN	Tehlikeli bir durumun anlatımı	Ambulans / Acil durum	Mekân fark etmeksizin tıbbi önlemin zorundallığı

Fotoğraf grubu 4'ün ilk görselinde insan ve nesne göstergelerinden bahsetmek mümkündür. İnsan göstergesi tıbbi tulum ve maske kullanan insanlar, kelepçe ve maskeli sıradan giyimli insan göstereni ve tehlikeli bir durumdan korunma halinde görünen görevliler ile zorla götürülen kelepçeli ve maskeli insan gösterileni ile imlenmektedir. Nesnel gösterge ise ambulans gösterileni kırmızı beyaz renkli bir araç gösterileni ile ifade edilebilir. Çalışma bağlamından hareketle pandemi koşullarında görevliler tarafından zorundalık haliyle götürülmekte olan bir insan dolayısıyla karantinadan ve/veya karantina ihlali durumundan bahsetmek yerinde olacaktır.



Görsel 42. Fotoğraf 4b

Tablo 35. Fotoğraf 4b Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Tıbbi tulum ve maske içinde zemin ilaçlayan insanlar	Ceset torbaları içinde ölü bedenler	Cenazelerin toplu biçimde bir arada durduğu alan
GÖSTERİLEN	Tehlikeli bir durumdan koruma ve korunma halinde olan temizlik görevlileri	Ölüm	Morg

Fotoğraf 4b’de insan göstergesi tıbbi tulum ve maske içinde mekân ilaçlayan insanlar göstereni ve tehlikeli bir durumdan koruma ve korunma halinde olan dezenfeksiyon görevlileri gösterileni tamamlanmaktadır. Nesnel göstergesine ise bakıldığında ceset torbaları içinde beden silüetleri ve ölüm gösterileninden bahsetmek mümkündür. Mekân göstergesini ise toplu cenazelerin açık alanda bir arada oluşu göstereni ve açık alan morgu gösterileni oluşturmaktadır. Salgın kapsamında düşünüldüğünde dezenfeksiyon görevlilerinin ve açık alanda bulunan cenazelerin çokluğu ölüm temasını ve bu temanın sıradanlığının bir ifadesi olarak nitelendirilebilir.



Görsel 43. Fotoğraf 4c

Tablo 36. Fotoğraf 4c Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Tıbbi tulum ve maske kullanan insanlar ve ölü insan	Sedye ve ceset torbası	Açık alanda bir yapının girişi/çıkışı
GÖSTERİLEN	Tehlikeli bir durumdan korunma halinde görünen görevliler	Ölüm	Mekân fark etmeksizin tıbbi önlem hali

4c görselinde insan bulunan göstergelerin insan ve nesne olduğu söylenebilir. İnsan göstergesi; tıbbi tulum ve maske kullanan insanlar ve ceset torbası içinde beden göstereni ve tehlikeli bir durumdan korunma halinde olan görevliler ve ölü gösterileni ile tamamlanmaktadır. Nesnel gösterge ise sedye ve ceset torbası göstereni ve ölüm gösterileni ile imlenmektedir. Çalışma kapsamında bakıldığında; hayatını kaybeden birey ile temasın tehlikeli olma durumunun ciddiyetinden bahsetmek yerinde olacaktır.



Görsel 44. Fotoğraf 4d

Tablo 37. Fotoğraf 4d Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Tıbbi tulum ve maske kullanan insanlar	Yolculuk amaçlı kullanılan toplu ulaşım aracı	Toplu taşıma araçlarının duraklayabildiği platform
GÖSTERİLEN	Tehlikeli bir durumdan korunma halinde görünen görevliler	Tren	Gar

Fotoğraf 4d’de insan göstergesi tıbbi korunma amaçlı maske ve tulum giyen insanlar göstereni ve tehlikeli bir durumdan korunma halinde görünen görevliler gösterileni ile imlenmektedir. Nesnel göstergeye bakıldığında ise toplu ulaşım aracı göstereni ve tren gösterileninden bahsedilebilir. Trenin duraklayabildiği platform göstereni ve gar gösterileni ile mekân göstergesi tamamlanmaktadır. Çalışma evreninden hareketle bir sağlık tehlikesini tren ve gar ile ilişkilendirmek mümkündür.



Görsel 45. Fotoğraf 4e

Tablo 38. Fotoğraf 4e Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Tıbbi tulum ve maske kullanan insanlar	Tabut	Defin amaçlı açılan toprak alan
GÖSTERİLEN	Tehlikeli bir durumdan korunma halinde görünen görevliler	Törensel şartların dahi yerine getirilemediği tehlike içeren ifadesi	Mezarlık

4e kodlu fotoğrafta tıbbi tulum ve maske kullanan insanlar göstereni ve tehlikeli bir durumdan korunma halinde görünen görevliler göstereni insan göstergesinin bileşenlerini oluşturmaktadır. Tabut göstereni ve tehlike sebebiyle törensel şartların dahi yerine getirilemediğinin ifadesi olan tabutla defin gösterileni ile nesnel bir göstergedan bahsedilebilir. Defin amaçlı açılan toprak alan göstereni mekânsal bir göstergeyi mezarlık gösterileni ile tamamlamaktadır. Pandemi koşulları düşünüldüğünde tam koruma kıyafetli görevliler tarafından defin işleminin gerçekleşmesi üst düzey bir bulaş tehlikesinin bir ifadesidir. Kültürel bir göstergede pandemi koşullarında yaşanan törensel bir olgunun uğradığı değişim gösterilmiştir.



Görsel 46. Fotoğraf 4f

Tablo 39. Fotoğraf 4f Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Tıbbi tulum ve maske kullanan insanlar	Tabut	Toprak zemin ve ağaçlık alan
GÖSTERİLEN	Tehlikeli bir durumdan korunma halinde görünen görevliler	İslami usullerin yansıtıldığı defin örtüsü	Mezarlık

Fotoğraf 4f’de insan, nesne ve mekân göstergelerinden bahsetmek gerekir. İnsan göstergesi tıbbi korunma durumdan olan insanlar göstereni ve bu korunma haline görünün görevliler gösterileni ile tamamlanmaktadır. Nesnel bir gösteren olan tabuta imgesine İslami usullerin yansıtıldığı defin öncesi örtü gösterileni eşlik etmektedir. Mekân göstergesi toprak zemin ve ağaçlık alan göstereni ve mezarlık gösterileni ile imlenmektedir. Çalışma bağlamından hareketle törensel bir olayın pandemi koşullarının tehlikeli şartlarına karşın görevliler tarafında da olsa ifa edilmekte olan ritüelin görüntüsüdür.



Görsel 47. Fotoğraf 4g

Tablo 40. Fotoğraf 4g Göstergebilimsel Analiz Tablosu

GÖSTERGE	İnsan	Nesne	Mekân
GÖSTEREN	Tıbbi tulum ve maske kullanan insanlar	Tıbbi tulum ve maske	Tıbbi donatılı koridor görüntüsü
GÖSTERİLEN	Tıbbi bir tehlike durumunda test yapan ve yapılan insan	Tehlikeden korunma amaçlı kullanılan tıbbi önlem aparatları	Hastane

Fotoğraf grubu 4'te bulunan 4g numaralı görselde 3 adet göstergeden bahsetmek mümkündür. İnsan göstergesi, tıbbi tulum ve maske kullanan insanlar göstereni ve bir hastalık tehlikesi sebebiyle sağlık işlemleri (test vb.) yapan ve yaptıran insan gösterileni ile tamamlanmaktadır. Nesnel göstergede ise tıbbi tulum ve maskenin gösteren, tehlikeden korunma amaçlı kullanılan önlem aparatları gösterileni bulunmaktadır. Tıbbi donatılı koridor göstereni ve hastane veya benzeri bir yapı gösterileni ile mekân göstergesi imlenmektedir. Çalışma evreni bağlamında düşünüldüğünde herhangi bir mekânda testlerin yapılabilmesi adına geçici suretle oluşturulmuş bir çalışma masası görüntüsü ve tıbbi koruma ekipmanları içinde olan çalışanlar fotoğrafı salgın halinde görülen çalışma koşullarına olağanüstü hale işaret

etmektedir. Fotoğraf grubu 4'e bakıldığında ilgili fotoğraflardaki dilsel ve düz anlamsal göstergeleri **ölüm** ve **tehlike** olmak üzere iki ana başlıkta temalaştırmak yerinde olacaktır.

İlgili gruptaki fotoğraflar tek tek ele alındığında; göstergibilim analizi sonucunda dilsel ve düz anlamsal belirli başat temaların ön plana çıktığı belirlenmiştir. Bu temalar şu şekildedir:

Tablo 41. Ortak Dilsel Göstergeler Tablosu

Fotoğraf Grupları	Dilsel Göstergeler		
1. Mesafe Ortak Paydası	Uzaklık	Sosyal İletişim	Çevrimiçi
2. Hijyen Ortak Paydası	Temizlik	Dezenfeksiyon	Temas
3. Maske Ortak Paydası	Mekân	Zorundalık	Kurallar
4. Genel Pandemi Fotoğrafları	Tehlike	Ölüm	

Bu bölümde mesafe, hijyen, maske ve genel pandemi fotoğrafları, yan anlamları ve mitsel karşılıkları bağlamında analiz edilmektedir.

Fotoğraf Grubu 1 (Mesafe Kategorisi Fotoğrafları)

Tablo 42. Fotoğraf Grubu 1 Göstergeler Tablosu

Dil MİT {	İnsan fotoğrafları (Gösteren)	Fiziksel ve çevrimiçi alanlarda iletişim kuran insanlar (Gösterilen)	
	Yeni Gösterge Mesafe (Gösteren)		<u>Pandemi</u> (Gösterilen)
	Bireysellik, yalnızlık, koruma/korunma (Gösterge)		

Pandemi dönemi, insanların günlük yaşamlarını doğrudan etkileyen ve toplumda önemli değişimlere neden olan bir süreçtir. Bu süreçte, pandemi ile ilgili haber fotoğrafları toplumun psikolojik deneyimlerini, içerdikleri göstergeler ve aktardıkları iletiler bağlamında etkilemiştir. Mesafenin sembolik işlevi, pandemi dönemindeki toplumsal ilişkilerin kısıtlandığı gerçeğini yansıtmaktadır. Fotoğraflarda

mesafe kuralına uyulduğunu gösteren ve örnek olması amaçlanan farklı selamlaşma yöntemleri, fiziksel buluşmalar, çevrimiçi eğitim, toplantı ya da törenler ile ilgili görüntüler toplumdaki uzaklaşma, izolasyon ve sosyal mesafeyi sembolize etmektedir. Bu semboller, insanlara salgının etkileri ile mücadelede birbirlerinden uzak durmaları gerekliliğini sıklıkla hatırlatarak toplumun bir bütün olarak salgına karşı birlikte hareket etmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Fotoğraflarda bu etkiyi yaratmak amacıyla oluşturulan mitsel iletilerden biri **bireyselliktir**. Bu tema, insanların kendi sağlıklarını koruma ve kendilerini izole etme çabalarının bireysel güvenlik ve sağlık önlemleri sebebiyle gerekliliğini sembolize etmektedir. Fotoğrafların içerdiği iletiler, bireylerin kendilerini, yakınlarını ve toplumun diğer bireylerini korumaları için sorumluluk almaları gerektiği yönünde bilinç oluşmasına katkı sağlamaktadır. Fotoğrafların sembolize ettiği bir diğer mit **yalnızlıktır**. İnsanların sosyal izolasyon ve mesafe kurallarına uyma zorunlulukları nedeniyle yaşadığı duygusal deneyimler fotoğraflarda yansıtılarak toplum tarafından ortak duyguların paylaşıldığı mesajı da verilmektedir. Bazı fotoğraflarda bireylerin tek başına, izole bir şekilde yer alması, sosyal bağların bilinçli bir şekilde kısıtlanması ya da farklı yollarla kurulması gerektiğini vurgulamaktadır. Bununla bağlantılı olarak mesafe ile ilgili pandemi fotoğraflarında bir diğer mitsel anlatı **koruma/korunma** teması üzerinden yaratılmaktadır. İnsanların kendilerini ve başkalarını korumak için aldığı önlemlere alternatifler üreten içerikler, insanların salgından korunmak için çaba gösterdikleri mesajını tekrar ederek toplumun sağlık ve güvenlik kaygılarına seslenmektedir.

Genel olarak değerlendirmek gerekirse mesafe temalı fotoğraflar toplumun kolektif bilincini uyandırarak insanları salgınla mücadelede sorumluluk almaya teşvik etmektedir. Mitsel işlev yaklaşımı açısından, pandemi fotoğraflarındaki bireysellik, yalnızlık, koruma ve korunma temaları toplumun ortak değerlerini, inançlarını ve normlarını yansıtan sembollerle ifade edilmektedir. Bu temalar, toplumun pandemiyle mücadeledeki deneyimlerini ve duygusal durumunu yansıtırken, semboller aracılığıyla toplumsal normları ve yeni değerleri meşrulaştırma işlevini de üstlenmektedir.

Fotoğraf Grubu 2 (Hijyen Kategorisi Fotoğrafları)

Tablo 43. Fotoğraf Grubu 2 Göstergeler Tablosu

Dil MİT	İnsan fotoğrafları (Gösteren)	Temizlik malzemeleri ve teknolojik aletler kullanan insanlar (Gösterilen)	
	Yeni Gösterge Hijyen (Gösteren)		<u>Pandemi</u> (Gösterilen)
	Dijitalleşme, koruma/korunma		

Pandemi döneminde koruyucu önlemlerin önemi hijyen içerikli fotoğraflarda sıklıkla tekrarlanmaktadır. Özellikle pandemi süreciyle birlikte temassız ödeme yöntemleri popülerlik kazanmış, temassız ödeme sembolleri ve teknolojileri fotoğraflarda çeşitli şekillerde yer almıştır. İnsanların nakit kullanımını azaltarak teması minimize etmeleri gerektiği mesajı, fotoğraflarda kişinin telefon kullanarak ödeme yapması, bir kartın kablosuz ödeme cihazına yaklaştırılması vb. içeriklerle aktarılmaktadır. Teknoloji ve pandemi kavramları birleştirilerek pandemi döneminde temassız ödemenin sağlıklı olmaya karşılık gelen bir deneyim olduğu işaret edilmektedir. Mitsel işlevi sayesinde fotoğraflar, toplumda temassız ödemenin norm haline gelmesini ve hijyenik bir ödeme yöntemi olarak kabul edilmesini sağlamıştır. **Dijitalleşme** miti alışverişin yanı sıra uzaktan eğitim veya uzaktan çalışma gibi yeni normalleşme süreçlerinin benimsenmesine de hizmet etmiştir. Fotoğraflardaki semboller, dijitalleşmenin sağladığı avantajları ve toplumun bu değişime uyum sağlaması gerektiğini vurgulamaktadır.

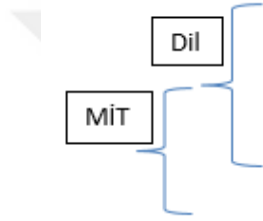
Mesafe fotoğraflarında olduğu gibi hijyen içerikli pandemi fotoğraflarında da **koruma/korunma** miti belirgindir. Fotoğraflarda el yıkama, eldiven kullanımı, yüzeyleri dezenfekte etme, temizlik ürünlerinin kullanımı gibi eylemler yer almaktadır. Özellikle pandeminin ilk yılında uyum gösterilmesi gereken yeni kural ve alışkanlıkların benimsenmesini sağlamamasının yanı sıra topluma salgının yayılmasını önlemek için koruyucu önlemlere uymaları gerektiği de hatırlatılmaktadır. Hijyenin bireysel sorumluluk olduğu kadar toplumun salgınla mücadelede dayanışma

ve işbirliği gerektiren konulardan biri olduğu kamusal alanlardaki temassız ödeme yöntemleri ve dezenfektanlarla gösterilmektedir.

Genel olarak hijyen içerikli pandemi haber fotoğrafları temassız ödeme ve dijitalleşme kavramları ile sağlık ve koruma/korunma temalarını birbirine yaklaştırmaktadır. Böylelikle topluma sağlık bilinci, hijyen alışkanlıkları ve koruyucu önlemler konusunda mesajlar iletmektedir.

Fotoğraf Grubu 3 (Maske Kategorisi Fotoğrafları)

Tablo 44. Fotoğraf Grubu 3 Göstergeler Tablosu



İnsan fotoğrafları (Gösteren)	Kapalı ve açık alanlarda maske takan insanlar (Gösterilen)	
Yeni Gösterge Maske (Gösteren)		<u>Pandemi</u> (Gösterilen)
Yabancılaşma, önlem, sağlık		

Pandemi dönemi, sağlık önlemlerinin ve koruyucu ekipmanların yaygınlaştığı bir zaman dilimidir. Maske içerikli pandemi haber fotoğrafları, bu dönemde topluma sembolik mesajlar ileterek, sağlık bilincinin artmasına ve önlemlerin benimsenmesine katkıda bulunmuştur. Özellikle mesafe ve hijyen fotoğrafları ile kıyaslandığında maske içerikli fotoğraflar, pandemi iletilerinin bağlamla en yakın ilişki içerisinde olduğu göstergelere sahiptir. Bunun altında yatan en önemli sebeplerden biri maske ile ilgili hasta, hastane, bulaşıcılık vb. kavramlarla ilişkilendirilen evrensel kültürel ön kabuldür.

Maskelerin, insanların yüzlerini kapatması ve duygusal ifadelerini gizlemesi insanlar arasında bir tür uzaklaşma ve yabancılaşma hissi yaratmaktadır. Bu sebeple maske içerikli pandemi fotoğrafları *yabancılaşma* mitinin sembolik ifadelerini taşımaktadır. Fotoğraflar, bu sembolik anlamı kullanarak toplumu yabancılaşmanın etkileri konusunda düşünmeye teşvik etmektedir. Maskenin yarattığı tekinsizlik hissi

önlem alma ve tedbirlerin önemini vurgulamada sembolik bir işlev görmektedir. Maskeler, koruyucu önlem olarak algılanmaktadır ve edinilmesi gereken bir aksesuardır. Fotoğraflarda maskelerin kullanımı, yeni önlemlerin benimsenmesi gerektiğini hatırlatmaktadır. Bu önlemler, yeni normal olarak adlandırılan dönemde insanların kalabalık şekilde bir arada olduğu düğünlerin, cenazelerin, törenlerin yanı sıra gündelik yaşamda, toplu taşımalarda hatta sokaklarda maskelerle bir arada olunabileceğini gösteren fotoğraflar aracılığı ile öğretilmektedir.

Maske içerikli pandemi fotoğrafları, **sağlık** miti ile birleşerek pandeminin simgesi haline gelmiştir. Fotoğraflarda maske kullanımıyla birlikte hijyen alışkanlıkları ve mesafe kurallarına da dikkat çekilmektedir. Bu sembolik anlamlar, toplumda sağlık bilincini yükselterek, bireylerin ve toplumun sağlığına önem vermesine teşvik ederek kurallara uymasını hatırlatmaktadır. Maske, sağlıklı olan bireyler için olduğu kadar koronavirüs hastalığının tedavi sürecinde olan kişiler için de **önlem** anlamına gelmektedir. Bu anlamda mesafe ve hijyen fotoğraflarından farklı olarak maskenin hastalık korkusuna yönelik daha belirgin bir iletisi vardır.

Genel olarak bakıldığında maske içerikli pandemi haber fotoğrafları, insanların pandemi döneminde yaşadıkları yabancılaşma duygusunu yansıtırken aynı zamanda önlemlerin gerekliliğini ve sağlık bilincinin önemini vurgulamaktadır.

Fotoğraf Grubu 4 Genel Pandemi Fotoğrafları

Tablo 45. Fotoğraf Grubu 4 Göstergeler Tablosu

Dil MİT	İnsan fotoğrafları (Gösteren)	Kapalı ve açık alanlarda koruyucu ekipman ve kıyafetli insanlar (Gösterilen)	
	Yeni Gösterge Sağlık ekipleri (Gösteren)		<u>Pandemi</u> (Gösterilen)
	Belirsizlik, zaman, korku, kaygı, endişe		

Pandemi dönemi, sağlık çalışanlarının sıklıkla gündemde olduğu bir zaman dilimidir. Maske fotoğraflarına benzer bir şekilde sağlık ekipmanlı ve kıyafetli sağlık çalışanlarının yer aldığı pandemi haber fotoğrafları sağlıkla doğrudan ilişkilendirilen fotoğraflardır. Maske fotoğraflarındaki yabancılaşma bu fotoğraflarda yerini **belirsizlik** mitine bırakmaktadır. Pandemi sürecindeki belirsizliklerin ve gelecekle ilgili endişelerin sembolik bir yansıması haline gelmiştir. Belirsizlik ve endişenin ardında ise **zaman** miti yer almaktadır. Çünkü pandemi zaman algısının da değiştiği bir döneme işaret etmektedir. Sağlık çalışanları, oldukça korunaklı görüntüleri ile tehlikenin büyük olduğuna yönelik bir algı yaratmaktadır. Bu algı özellikle hastalar ve yaşlılar açısından belirsiz bir gelecek ile ilgili paranoyaları ve komplo teorilerini beslemiştir.

Bu fotoğraf grubu, toplumda zamana bağlı olarak değişen **korku, kaygı ve endişelerin** zaman zaman yankılandığı bir anımsatıcı görevi görmektedir. Hastanelerde, yoğun bakım ünitelerinde, acil servislerde, test merkezlerinde hatta mezarlıklarda çekilen fotoğraflar yoğunluk, karışıklık, ölüm gibi kavramları çağrıştırmaktadır. Bu fotoğraflarda, sağlık ekipmanlarıyla donanmış çalışanların koşuşturması, hastaların sıralarda beklemesi ve yoğunluğun yarattığı karmaşa, pandemi döneminin stresini ve kaotik atmosferini yansıtmaktadır. Tüm bunlara ek olarak sağlık çalışanlarının yüzlerini tamamen veya kısmen gizleyen maskeler, tüm vücudunu kaplayan kıyafetler, gündelik yaşamdan değil kültürel metinlerden alışkın olunan görünümlerdir. Dolayısıyla toplumun fotoğrafik hafızasına seslenen genel pandemi fotoğrafları distopik bir geleceği çağrıştıran görüntüler içermektedir.

İlgili gruptaki fotoğrafların göstergebilim analizi sonucunda mitsel ve yan anlamlar belirli başat temaların ön plana çıktığı belirlenmiştir. Bu temalar şu şekildedir:

Tablo 46. Ortak Mitsel Göstergeler Tablosu

Fotoğraf Grupları	Mitsel Göstergeler		
1. Mesafe Teması	Bireysellik/Yalnızlık	Koruma/Korunma	
2. Hijyen Teması	Dijitalleşme	Koruma/Korunma	
3. Maske Teması	Yabancılaşma	Önlem	Sağlık
4. Genel Pandemi Fotoğrafları	Müphem	Zaman	Korku/Kaygı/Endişe

Dilsel ve mitsel düzeyde ayrı ayrı yapılan göstergebilimsel analiz sonucunda ortaya çıkan ve tablolastırılan göstergeler aynı zamanda yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerin çözümlemesinde tema olarak kullanılacaktır.

3.5.3. Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen Bulgular

Araştırmanın göstergebilimsel analiz süreci sonucunda maske-mesafe-hijyen ve genel pandemi dört ana kategorisinin her birine ait mitsel ve dilsel düzeyde gösteren, gösterilen ve gösterge bileşenleri her fotoğraf grubu için beş adet tema olmak üzere oluşturulmuştur. Yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler bu temalar üzerinden analiz edilmiştir. Bununla birlikte görüşmecilerin farkındalık düzeyleri ve ilgili görsellerin rezonatif göstergeleri ayrıca belirlenmiştir.

Araştırma, 15-30 Mayıs 2023 tarihleri arasında, 9'u sosyal medyadan ilgili haber platformlarını takip eden, 9'u sosyal medya haber platformlarını takip etmeyen toplam 18 kişiyle yapılmıştır. Her bir görüşme ortalama 15 - 25 dakika aralığında sürmüştür. Görüşmeler, farklı farkındalık düzeylerini ölçmek amacıyla iki turdan oluşmaktadır. Buna göre, ilk tur görüşmede sorular, görüşmecilere fotoğraflar hakkında herhangi bir bilgi verilmeden yöneltilmiş, görüşmecilerin fotoğraflara dilsel düzeyde ve pandemi bağlantısı dışında yaklaşımı sorgulanmıştır. İkinci turda ise görüşmecilere aynı fotoğraflar gösterilen her bir görselin haber fotoğrafı olduğu ve Covid-19 salgını döneminde çekildiği bilgisi verilerek tekrar gösterilmiş ve soruları cevaplanması istenmiştir. Bu sebeple görüşme sürelerinde değişiklik gözlemlenmiştir.

Tablo 47. Görüşmecilerin Genel Özellikleri ve Görüşmeye Dair Özet Bilgiler

Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanan Görüşmeciler				
Kod	Kriter	Süre	Görüşme Ortamı	Ses Kaydı
A1	Çalışan Kadın	15:31	Görüşmecinin belirlediği ofiste görüşülmüştür. Görüşmeyi etkileyecek herhangi bir olumsuzluk ile karşılaşılmamıştır.	İzin alındı.
A2	Ebeveyn Kadın	15:36	Görüşmecinin belirlediği ofiste görüşülmüştür. Görüşmeyi etkileyecek herhangi bir olumsuzluk ile karşılaşılmamıştır.	İzin alındı.
A3	Öğrenci Kadın	16:38	Görüşmeci ile ortaklaşa kararlaştırılan bir işyeri ortamında görüşme sağlanmıştır. Görüşmeyi	İzin alındı.

			olumsuz etkileyecek herhangi bir durum ile karşılaşılmamıştır.	
A4	Ev Kadını	17:18	Görüşmeci ile ortaklaşa kararlaştırılan bir ofis ortamında görüşme sağlanmıştır. Görüşmede yalnız kalmamayı talep etmiş ve bir refakatçi eşliğinde görüşme sağlanmıştır. Görüşmeyi olumsuz etkileyecek herhangi bir durum ile karşılaşılmamıştır.	İzin alındı.
A5	65 Yaş üstü kadın	18:16	Görüşmecinin talebi üzerine kendi evinde ve bir refakatçi eşliğinde görüşme sağlanmıştır. Görüşmeyi olumsuz etkileyecek herhangi bir durum ile karşılaşılmamıştır.	İzin alındı.
A6	65 Yaş üstü Erkek	22:22	Görüşmecinin talebi üzerine kendi evinde görüşme sağlanmıştır. Görüşmeyi olumsuz etkileyecek herhangi bir durum ile karşılaşılmamıştır.	İzin alındı.
A7	Ebeveyn Erkek	18:38	Görüşmecinin belirlediği ofiste görüşülmüştür. Görüşmeyi etkileyecek herhangi bir olumsuzluk ile karşılaşılmamıştır.	İzin alındı.
A8	Öğrenci Erkek	15:41	Görüşmeci ile ortaklaşa kararlaştırılan bir işyeri ortamında görüşme sağlanmıştır. Görüşmeyi olumsuz etkileyecek herhangi bir durum ile karşılaşılmamıştır.	İzin alındı.
A9	Çalışan Erkek	16:18	Görüşmecinin belirlediği ofiste görüşülmüştür. Görüşmeyi etkileyecek herhangi bir olumsuzluk ile karşılaşılmamıştır.	İzin alındı.
Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanmayan Görüşmeciler				
B1	Ebeveyn Erkek	16:48	Görüşmecinin belirlediği ofiste görüşülmüştür. Görüşmeyi etkileyecek herhangi bir olumsuzluk ile karşılaşılmamıştır.	İzin alındı.
B2	Ev Kadını	17:55	Görüşmecinin talebi üzerine kendi evinde görüşme sağlanmıştır. Görüşmeyi olumsuz etkileyecek herhangi bir durum ile karşılaşılmamıştır.	İzin alındı.
B3	65 Yaş üstü Kadın	17:15	Görüşmecinin talebi üzerine kendi bir yakının evinde ve bir refakatçi eşliğinde görüşme sağlanmıştır. Görüşmeyi olumsuz etkileyecek herhangi bir durum ile karşılaşılmamıştır.	İzin alındı.
B4	Çalışan Erkek	16:55	Görüşmecinin belirlediği bir program kullanılarak telefonla görüşülmüştür. Görüşmeyi etkileyecek herhangi bir olumsuzluk ile karşılaşılmamıştır.	İzin alınamamıştır. Görüşme boyunca not tutulmuştur.
B5	Çalışan Kadın	15:17	Görüşmecinin belirlediği ofiste görüşülmüştür. Görüşmeyi etkileyecek herhangi bir olumsuzluk ile karşılaşılmamıştır.	İzin alındı.
B6	65 Yaş üstü Erkek	16:47	Görüşmecinin belirlediği işyerinde görüşülmüştür. Görüşmeyi etkileyecek herhangi bir olumsuzluk ile karşılaşılmamıştır.	İzin alındı.

B7	Üniversite öğrencisi Erkek	16:41	Görüşmecinin belirlediği bir program kullanılarak çevrimiçi görüşülmüştür. Görüşmeyi etkileyecek herhangi bir olumsuzluk ile karşılaşılmamıştır.	İzin alınamadı.
B8	Üniversite öğrencisi Kadın	17:22	Görüşmecinin belirlediği bir program kullanılarak çevrimiçi görüşülmüştür. Görüşme internet kesintisi nedeniyle duraksamış olsa da görüşme tamamlanmıştır.	İzin alınamamıştır. Görüşme boyunca not tutulmuştur.
B9	Ebeveyn Kadın	16:11	Görüşmecinin talebi üzerine kendi evinde ve refakatçi eşliğinde görüşme sağlanmıştır. Görüşmeyi olumsuz etkileyecek herhangi bir durum ile karşılaşılmamıştır.	İzin alınamamıştır. Görüşme boyunca not tutulmuştur.

Görüşmecilere gösterilen fotoğraf grupları şu şekilde oluşturulmuştur:

Fotoğraf Grubu 1, çalışma kapsamında incelenen tarih aralığında ilgili Twitter hesaplarından paylaşılan, mümkün olan en geniş yelpazede mesafe ortak paydasında değerlendirilebilecek yeni normal kavramını içeren görsellerden oluşturulmuştur. Bu grupta özellikle Covid-19 pandemi dönemini çağrıştıracak gösterenlerden uzak durulmaya çalışılmıştır. Gönüllülere ilk gösterilecek fotoğraflar bu grupta olacağından görüşmenin başından pandemi döneminde edinilen deneyimlerden doğrudan etkilenmemesi hedeflenmektedir.

Fotoğraf Grubu 2, çalışma kapsamında incelenen tarih aralığında ilgili Twitter hesaplarından paylaşılan, hijyen kategorisinde değerlendirilen fotoğraflardan seçkiye dahil edilmiştir. Yeni normal olarak kabul edilen hijyen içerikli davranış biçimlerini azami seviyede temsil eden fotoğraflar ile gösterilmesi amaçlanmıştır. Fotoğraf Grubu 1’de olduğu gibi bu grupta da doğrudan pandemi dönemi çağrışımlarından kaçınılmaya çalışılarak görüşmelerin içselleştirilen deneyimler ışığında devam etmesi sağlanmaya çalışılmaktadır.

Fotoğraf Grubu 3, çalışma kapsamında incelenen tarih aralığında ilgili Twitter hesaplarından paylaşılan maske kategorisinde değerlendirilen fotoğraflardan

seçilmiştir. Pandemi çağrışımından kaçınmanın mümkün olmadığı bu grupta görüşmelerin pandemi temasına yöneleceği önceden hesaplanmıştır.

Fotoğraf Grubu 4, çalışma kapsamında incelenen tarih aralığında ilgili Twitter hesaplarından paylaşılan diğer kategorisinde yoğunluklu olan fotoğraflar arasından seçkiye dâhil edilmiştir. Fotoğraflar kategorize edildikten sonra bu grupta yer alan fotoğrafların daha çok “ölüm” ve “tehlike” çağrışımlı fotoğrafları içerdiği tespit edilmiştir. Fotoğraf grubu 1, 2 ve 3’te bulunan içeriklerin aksine bu grup, izleyicisinden bir davranış ve alışkanlık değişiminden çok duygu durumu ve genel kabulleniş şekli değişikliği beklemektedir. Sosyal medyada haber görsellerine maruz kalan izleyicilerin davranış biçimlerindeki değişiklik ve yeni yönelimleri görüşmelerin genelin amacını oluşturmakla beraber duygu durumlarındaki değişikliklerin de yansıtılabilecek olması esas sınama konusunun yanı sıra ek bir sınamayı beraberinde getirmektedir. Böylelikle kültürel göstergeler kuramının çıktılarından biri olan ve kuramın dinamikleri arasında yerini alan “Kötü/Vasat Dünya Sendromu” da çalışmaya dâhil edilmiş olacaktır. Ayrıca görüşmelerde fotoğraf gruplarına amaçlı olarak 4/1 oranında dâhil edilen ve kültürel anlamda gönüllülerin kültürel yakınlıklarına doğrudan hitap ettiği varsayılan görseller aracılığı ile Gerbner’in “Rezonans” kavramı ve Gerbner’in kendi ifadesiyle “double dose/çifte etki” çalışmaya eklenmiş olacak ve kültürel göstergeler içeren görsellerin görüşmecilerdeki farklı yansımalarına yer verilebilecektir.

Bu bağlamda, araştırma sorularına cevap aramak üzere görüşme soruları şu şekilde oluşturulmuştur:

İlk Görüşme Turu Soruları

Soru 1. Fotoğrafta görmüş olduğunuz imgeler nelerdir?

Soru 2. İlgili fotoğraf size ne ifade etmektedir? Açıklayınız.

Soru 3. İlgili fotoğrafın önermesi sizce nedir?

Soru 4. Fotoğrafta yer alan imgeler size ne çağrıştırmakta, ne hatırlatmaktadır?

Soru 5. İlgili fotoğrafın sizde yarattığı duygu durumunu nasıl tanımlarsınız?
(Olumlu/Olumsuz vb.)

İkinci Görüşme Turu Soruları

Soru 1. “Normal” ve “Yeni Normal” kavramları size ne/neleri ifade etmektedir. Bu kavramlar ışığında ilgili fotoğraf grubu size ne/neleri ifade etmektedir?
(Bu soru açıklandığı üzere sadece ikinci turda sorulmuştur).

Soru 2. İlgili fotoğraf grubu size ne ifade etmektedir? Açıklayınız.

Katılımcıların görüşmenin ilk turunda ilgili fotoğrafların pandemi ortam paydasında olduğuna dair görüş belirtmeleri ya da belirtmemeleri üzerine oluşturulan tabloda; sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanan bireylerin 9’undan 6’sı ilk fotoğraf grubuna ait fotoğrafları gördüklerinde fotoğraflarda yer alan imgeleri pandemi ile bağdaştırmış ve ilgili görsellerin pandemi dönemine ait görseller olduğunu tahmin etmiştir. Bu durum aslında kişilerin sosyal medya haber platformlarında bu görselleri daha önce görmüş olduklarını ve dolayısıyla bu görsellerin akıllarında yer ettiğini ve kendilerine pandemi dönemini hatırlattığını göstermektedir. Buna zıt olarak, sosyal medyada haber platformlarını takip etmeyen görüşme grubunda bu oran, katılımcıların 9’da 2’si olarak ortaya çıkmıştır. Yetiştirme Analizi bağlamında ekme olgusu düşünüldüğünde, sosyal medyadan haber takip eden katılımcıların farkındalık düzeyleri, sosyal medyadan haber takip etmeyen katılımcılara göre oldukça yüksektir. Bu katılımcıların hem fotoğraflar üzerinden pandemi dönemini anımsadıklarını hem de görsel imgelemin ilksel çağrışım noktası olarak pandemiye atıfta bulunduklarını söylemek mümkündür.

Tablo 48. Farkındalık Düzeyleri Tablosu

Katılımcılar	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B6	B7	B8	B9
Farkındalık	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	-	✓	-	-	-	-	-	-	✓	-	✓	-
	-	-	-	-	X	X	-	X	-	X	X	X	X	X	X	-	X	-	X

Fotoğraf Grubu 1

Mesafe Kategorisini temsil eden Fotoğraf Grubu 1’de 7 adet fotoğraf bulunmaktadır. Bu fotoğraflar göstergebilimsel analiz sonucunda uzaklık, sosyal iletişim, çevrimiçi, bireysellik/yalnızlık, koruma/korunma olmak üzere 5 temada dilsel ve mitsel düzeyde gösteren, gösterilen ve göstergelerine ayrılmıştır. Yarı-yapılandırılmış görüşmeler analiz edilirken belirtilen 5 temaya göre çözümleme yapılmıştır.

Tablo 49. Mesafe Kategorisi Görüşme Analizi Tablosu

	MESAFE KATEGORİSİ				
Sosyal Medya Aracılığı ile Haber Takip Eden Görüşmeciler					
	Uzaklık	Sosyal İletişim	Çevrimiçi	Bireysellik/Yalnızlık	Korunma /Koruma
A1	✓	✓	✓	✓	✓
A2	✓	✓	✓	✓	✓
A3	X	✓	X	✓	X
A4	X	✓	✓	✓	✓
A5	X	X	✓	✓	✓
A6	X	✓	-	✓	✓
A7	✓	✓	✓	✓	✓
A8	X	✓	X	✓	✓
A9	X	✓	X	✓	X
Sosyal Medya Aracılığı ile Haber Takip Etmeyen Görüşmeciler					
	Uzaklık	Sosyal İletişim	Çevrimiçi	Bireysellik/Yalnızlık	Korunma /Koruma
B1	X	X	X	X	X
B2	X	X	X	X	✓
B3	X	✓	X	X	✓
B4	X	✓	X	X	X
B5	X	✓	X	X	X
B6	X	✓	X	X	X
B7	✓	✓	✓	X	X
B8	✓	✓	✓	X	X
B9	X	X	X	X	X

(Tabloda bulunan ✓ işareti katılımcıların görüşmenin ilk turunda ilgili göstergelerin farkına vardığını, X işareti ikinci turda farkına vardığını, - işareti ise hiç bahsetmediğini göstermektedir).

Uzaklık temasında alınan cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 3'nün ilk tur görüşmede, 6'sının ise ikinci tur görüşmede ilgili fotoğraflarda uzaklık temasına değindiği görülmüştür. Sosyal medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin 2'sinin uzaklık temasına ilk tur görüşmede, 7'sinin ise ikinci tur görüşmede değindiği görülmüştür. Uzaklık temasında yoğunlukla ikinci tur görüşmelerde farkındalık düzeyinin arttığı söylenebilir.

Sosyal İletişim temasında alınan cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 8'inin ilk tur görüşmede, 1'inin ise ikinci tur görüşmede ilgili fotoğraflarda sosyal iletişim temasına değindiği görülmüştür. Sosyal medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin 6'sının sosyal iletişim temasına ilk tur görüşmede, 3'ünün ise ikinci tur görüşmede değindiği görülmüştür. Sosyal iletişim temasında yoğunlukla ilk tur görüşmelerde farkındalık düzeyinin yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

Çevrimiçi temasına ilişkin cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 5'inin ilk tur görüşmede, 3'ünün ikinci tur görüşmede ilgili fotoğraflarda uzaklık temasına değindiği, 1 kişinin ise bu temaya hiç değinmediği görülmüştür. Sosyal medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin 2'sinin uzaklık temasına ilk tur görüşmede, 7'sinin ise ikinci tur görüşmede değindiği görülmüştür. Çevrimiçi temasında sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin ilk tur görüşmelerde tema ile ilgili farkındalık düzeylerinin sosyal medyadan haber takip etmeyen görüşmecilerden daha yüksek oranda olduğu söylenebilir.

Bireysellik/yalnızlık temasına ilişkin cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin hepsinin birinci tur görüşmelerde ilgili temaya değindiği, sosyal medyadan haber takip etmeyen görüşmecilerin ise hiçbirinin ilgili temaya değinmediği görülmüştür. Bu görüşmecilerin tamamı ilgili temadan ikinci turda bahsetmiştir. Bu temada sosyal medyadan haber takip eden ve etmeyen görüşmecilerin farkındalık düzeylerinin tamamen farklı olduğu görülmüştür.

Koruma/korunma temasında alınan cevaplar değerlendirildiğinde, sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 7'si birinci tur görüşmelerde, 2'si ise ikinci tur görüşmelerde ilgili temaya değinmiştir. Sosyal medya aracılığı ile haber takip

etmeyen görüşmecilerin 2'sinin birinci tur görüşmelerde, 7'sinin ise ikinci tur görüşmelerde ilgili temaya değindiği görülmüştür. Koruma/korunma temasında sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin ilk tur görüşmelerde tema ile ilgili farkındalık düzeylerinin sosyal medyadan haber takip etmeyen görüşmecilerden daha yüksek oranda olduğu söylenebilir.

İlgili temalardan dilsel düzeyde gösterilenlerin uzaklık, sosyal iletişim ve çevrimiçi olduğu, mitsel düzeyde gösterilenlerin ise bireysellik/yalnızlık ile koruma/korunma olduğu göstergebilimsel analiz sonucu ortaya konmuştur. Fotoğraf Grubu 1 ile ilgili yapılan görüşmeler sonucunda dilsel düzeyde gösterilenlerin her iki görüşme grubunda yakın farkındalık düzeylerinde olduğu gözlemlenirken, mitsel düzeyde gösterilenler ile ilgili farkındalık düzeylerinde sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin, sosyal medyadan haber takip etmeyen görüşmecilere nazaran daha yüksek düzeyde farkındalık sahibi olduğu söylenebilir. Bununla birlikte sosyal medyadan haber takip etmeyen görüşmecilerin mitsel düzeyde farkındalıklarının ikinci tur görüşmeler sonucunda arttığı belirlenmiştir.

Sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanan görüşmecilerin mesafe kategorisine ilişkin yorumları değerlendirildiğinde; görüşmecilerin özellikle online alışveriş, uzaktan eğitim, evde yapılan kutlamalar, uzaktan tokalaşma, maske, mesafeli oturma (sosyal mesafe) ile ilgili görselleri direkt olarak mesafe teması ile ilişkilendirdikleri görülmüştür. Görüşmecilerin hepsi bu fotoğraf grubuna baktıklarında görsellerin direkt olarak pandemi ile ilgili olduğunu tahmin etmişlerdir. Özellikle ayakla selamlaşmanın pandemi döneminin ikonik görsellerinden biri haline dönüştüğünü ve kişiler, bu fotoğrafta görmüş oldukları selamlaşma şeklini gündelik hayatlarında da uyguladıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 50. Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanan Görüşmecilerin Mesafe Kategorisine İlişkin Yorumları

A1: Bayramı evde kutlayanlar, uzaktan eğitim yapanlar, uzaktan alışveriş yapanlar. Bu fotoğraflar korona dönemine ait olabilir. Çevrimiçi toplantı yaparak sosyal mesafeyi korumaya çalışmışlar gibi geldi bana. Bir de bu fotoğraflar o dönemleri hatırlattığı için kaygı seviyem, yani kaygım biraz arttı gibi, o dönemleri düşününce.

A2: Bu görseller Covid dönemi ile ilgili. Şimdi şurada muhtemelen Covid dönemi ile ilgili bir görsel var. Covid döneminin düğünleriyle ilgili bir görsel sanki fot 1G olan. Uzaktan tokalaşma, ayaktan tokalaşma, uzaktan görüşme yani. Tamamen mesafe bu. Şimdi bir maske gerçeği girdi hayatımıza. Hiçbirimizde maske yoktu öncesinde ama şu anda hala maskelerimiz var. Yani bir hastaneye gidersek takıyoruz ya da bir grip olduğumuzda artık maske takmaya ihtiyacı hissediyoruz.

A3: Bir öğrencinin sanal bir şekilde öğrencilik süreci bana direkt pandemiye ve bu şekilde kısıtlanan iletişimi hatırlatıyor. İnsanlar artık eskisi gibi böyle çok yakın da duramıyor birbirlerine. Yani dijital iletişim diyebiliriz. Tüm bu görseller bana malum pandemi dönemini hatırlattı aslında. Yani sosyal mesafemize dikkat ediyoruz. Bu mesafeyi biraz daha korumak için dijital ortamlarda işlerini yürütüyorlar. Hatta kutlamaları etkinlikleri bile o şekilde yapıyorlar.

A4: Burada mesafeli bir oturma var, eskiden hani sarılırdık yüz yüze, belli ki yansımsı buraya hani sıkıntılı bir şekilde korkulu bir şekilde, yeni normal bu. Şu anda bile sarılırken kimseye artık sarılamıyoruz, uzaktan eğitimler vs. de hayatımıza girdi. Yani artık uzaktan alışveriş yapıyoruz, interaktif olarak kullanıyoruz her türlü en ufak bir ihtiyacımızı bile artık uzaktan alabiliyoruz.

A5: Bunlar Cumhuriyeti kutluyor değil mi? Çocukların bayramı evde kutluyor olması ilginç geldi bana. Bir de diğer fotoğrafta birisi maskeli birisi maskesiz, pandemi fotoğrafı mı acaba?

A6: Burada denizi seyrediyorlar. Geçen gemilere bakıyorlar, manzara karşısında oturmuş dinleniyorlar. Diğer fotoğrafta eğlence var, burada ayak vurma yani birbirine temas halinde. Eskiden şöyle yani eskiden diyeceğim, şu pandemide hastalıkta millet tokalaşmayı da ayakla vuruyor ya aynı o sistemde vuruyor, ona benzettim. Diğer fotoğrafta evlilik var ama aileler uzaktan bir çekim yapmış. Gelin ayrı duruyor, damat ayrı duruyor mutluluk olsun diye. Şu ayakla selam verilen fotoğraf benim çok ilgimi çekti çünkü o dönemde görüp ben de yaptım onu.

A7: Birinci fotoğrafta aslında birbirinden uzak ama birbirine yakın olan kişiler diyebilirim yani sohbet eden ve huzur arayan insanlar. Bu kadar mesafede taşınabilir bir sandalyeyle bu kadar uzaktan konuşmalarını anormal karşılayabilirim yani. Niye yaklaşmıyorlar diyebilirim kendi içimde. Bir diğer fotoğraf bana Covid dönemi çağrıştıran bir selamlaşma, tokalaşma şekli. Bu fotoğraflar bana Covid dönemi ve sonrası yani dijitalleşmeyi hatırlatıyor. Son fotoğraf da misafir çağırmadan herhalde mankenin üzerine taktılar takıları galiba yakınlaşmasın insanlar diye. Aslında bu şu an toplumda yaşadığımız işte Covid dönemi ve sonrası olsun dijitalleşme, dijital öğrenme, işte gibi şeyler var.

A8: Örneğin teyzelerin yan yana oturması lazımken mesafe var. İkinci fotoğrafta Zoom üzerinden yapılan bir toplantı var. Bu fotoğraftaki kutlama online büyük ihtimal çünkü herkes evlerinde. Bu fotoğraftakiler genelde pandemide oldu. Online eğitim görüyor çocuk evinde okula gidemiyor. Yani artık dünyanın yeni bir düzeni, yeni bir hayat akışı var.

A9: Pandemiyle alakalı başlayan tokalaşma sistemi. 23 Nisan kutlamalar çocuklarını evde yaptığı dışarıya çıkamadığımız için onlarla alakalı pandemi dönemi ile. Beşinci fotoğraf online alışveriş olabilir. Yine altıncı fotoğraf online canlı ders pandemi dönemiyle alakalı gelişen. Örneğin, tokalaşma mesela el sıkışma değil de yumruklaşma normal artık. Online görüşmeler hayatımıza artık tamamen girdi. Alışveriş, online alışveriş, dijital platform yani bu hayatımıza basit baya giriş yaptı.

Sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanmayan görüşmecilerin ise mesafe kategorisinde fotoğrafları daha çok sadece selamlaşma ve maske görselleri ile ilişkilendirdikleri görülmüştür. Bireysellik, yalnızlık, çevrimiçi gibi temalarda ise görüş bildirmemişler ve sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanan görüşmecilere göre daha kısa ifadelerle konuyu anlattıkları söylenebilir. Uzaktan yapılan toplantılar ve uzaktan eğitim ile gibi görsellerin bu görüşmeci grubunun dikkatini daha çok çektiğini söylemek mümkündür.

Tablo 51. Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanmayan Görüşmecilerin Mesafe Kategorisine İlişkin Yorumları

B1: Ortaklaştığı bir şey yok, sadece eskiye dönük baktığımızda anıları olabilir mesela çocuğun. İlkokul çağında işte 23 Nisan kutlaması ya da önemli bir gün olan düğün zamanı anılarını paylaşmışlar. Ders çalışan çocuğun olduğu fotoğraf dikkatimi çekti diyebilirim.
B2: İki kadın oturmuş denizin kenarında. Burada Cumhuriyet şeyleri var. Bayram kutlaması mı bu acaba?
B3: O covid zamanında ayakla tokalaşma, selamlaşma gibi. Hani öyle bir şey vardı, onu yansıttı bana. Burada da bence bu bir market arabası, artık böyle küçük bir arabanın alacağı kadar alışveriş yapacağız gibi geliyor bana. Yani bütçeye göre sanki bu kadar bir şeyle alışveriş yapacağız.
B4: Uzaktan toplantı yapan insanlar var burada ve alışveriş etkinliği. Bir de maket gelin ve maket damat var.
B5: Bu fotoğraftaki görseller de daha çok dijitalleşme ve verimlilik hakkında herhalde.

B6: Bu internet üzerinden yapılan bir görüşme gibi geldi bana. Diğeri de sanki iki dostun farklı bir selamlaşma şekli gibi görünüyor burada. Buradaki fotoğraf grubunda da bir bayram öncesinde bir hazırlık yapılmış ve kutlanıyor. Büyük bir olasılıkla 23 Nisan olabilir, çocukların kendi tasarladığı evlerinde oluşturduğu bir bayram kutlaması gibi görünüyor.

B7: Burada iki kadın sandalyede oturuyor, bunlar şeyde mi oturuyor ama sandalye herhalde. Burada da toplamaları toplama hesap yapıyorlar. Bence gelir gider şeysinden mi? Artık onu bilemiyorum ama bir toplama var, bir işlem yapıyorlar burada. Sandalyede oturuyorlar, denize bakıyorlar. Benim gördüğüm sohbet ediyorlar herhalde.

B8: Yaşlılarımıza yaklaşmamamız, onlara hastalık bulaştırmamamız gerektiğini anlıyorum fotoğrafa bakınca. Bu şekilde de hepimizin arasında bir mesafe oldu.

B9: Bu da uzaktan ders herhalde. Artık teknoloji ilerlediği için uzaktan yani internet üzerinden de ders yapabiliyorlar.

Fotoğraf Grubu 2

Hijyen Kategorisini temsil eden Fotoğraf Grubu 2’de 7 adet fotoğraf bulunmaktadır. Bu fotoğraflar göstergebilimsel analiz sonucunda temizlik, dezenfeksiyon, temas, dijitalleşme koruma/korunma olmak üzere 5 temada dilsel ve mitsel düzeyde gösteren, gösterilen ve göstergelerine ayrılmıştır. Yarı-yapılandırılmış görüşmeler analiz edilirken belirtilen 5 temaya göre çözümleme yapılmıştır.

Tablo 52. Hijyen Kategorisi Görüşme Analizi Tablosu

	HİJYEN KATEGORİSİ				
	Sosyal Medya Aracılığı ile Haber Takip Eden Görüşmeciler				
	Temizlik	Dezenfeksiyon	Temas	Koruma/Korunma	Dijitalleşme
A1	✓	✓	✓	✓	✓
A2	✓	X	X	✓	✓
A3	✓	✓	✓	✓	✓
A4	✓	✓	X	✓	✓
A5	✓	✓	✓	✓	✓
A6	✓	✓	✓	✓	✓
A7	✓	-	✓	X	✓
A8	✓	X	X	X	X
A9	✓	X	✓	✓	✓

Sosyal Medya Aracılığı ile Haber Takip Etmeyen Görüşmeciler					
	Temizlik	Dezenfeksiyon	Temas	Koruma/Korunma	Dijitalleşme
B1	✓	✓	✓	-	X
B2	✓	X	X	✓	X
B3	✓	✓	✓	X	✓
B4	✓	X	X	X	X
B5	✓	X	X	X	X
B6	✓	X	X	X	X
B7	✓	X	✓	X	X
B8	✓	X	✓	✓	✓
B9	✓	✓	X	X	X

Temizlik temasında verilen cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin hepsinin ilk tur görüşmede ilgili fotoğraflarda ilgili temaya değindiği görülmüştür. Buna paralel olarak sosyal medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin de hepsinin ilk tur görüşmeler sonucunda ilgili temaya değindiği görülmüştür. Temizlik temasında ilk tur görüşmelerde farkındalık düzeyinin her iki görüşme grubunda da yüksek olduğu söylenebilir.

Dezenfeksiyon temasında alınan cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 5'inin ilk tur görüşmede, 3'ünün ikinci tur görüşmede değindiği, 1 kişinin ise bu temaya hiç değinmediği görülmüştür. Sosyal medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin 6'sının dezenfeksiyon temasına ilk tur görüşmede, 3'ünün ise ikinci tur görüşmede değindiği görülmüştür. Dezenfeksiyon temasında sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin ilk tur görüşmelerde tema ile ilgili farkındalık düzeylerinin sosyal medyadan haber takip etmeyen görüşmecilerden daha yüksek oranda olduğu söylenebilir.

Temas temasına ilişkin cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 6'sının ilk tur görüşmede, 3'ünün ise ikinci tur görüşmede ilgili temaya değindiği görülmüştür. Sosyal medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin 4'ünün ilgili temaya ilk tur görüşmede, 5'inin ise ikinci tur görüşmede değindiği görülmüştür. Bu temada sosyal medyadan haber takip eden ve etmeyen görüşmecilerin farkındalık düzeylerinin benzer olduğu söylenebilir.

Koruma/korunma temasında alınan cevaplar değerlendirildiğinde, sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 7'si birinci tur görüşmelerde, 2'si ise ikinci tur görüşmelerde ilgili temaya değinmiştir. Sosyal medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin 2'sinin birinci tur görüşmelerde, 6'sının ikinci tur görüşmelerde ilgili temaya değindiği ve 1 kişinin ise ilgili temaya hiç değinmediği görülmüştür. Koruma/korunma temasında sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin ilk tur görüşmelerde tema ile ilgili farkındalık düzeylerinin sosyal medyadan haber takip etmeyen görüşmecilerden daha yüksek oranda olduğu söylenebilir.

Dijitalleşme temasına ilişkin cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 8'i birinci tur görüşmede, 1'i ise ikinci tur görüşmede ilgili temaya değinmiştir. Sosyal medyadan haber takip etmeyen görüşmecilerin 2'si birinci tur görüşmelerde, 7'si ise ikinci tur görüşmelerde ilgili temaya değinmiştir. Bu temada sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin ilgili temaya ilişkin farkındalık düzeylerinin yüksek, sosyal medyadan haber takip etmeyen görüşmecilerin ise farkındalık düzeylerinin düşük olduğu söylenebilir.

İlgili temalardan dilsel düzeyde gösterilenlerin temizlik, dezenfeksiyon ve temas olduğu, mitsel düzeyde gösterilenlerin ise dijitalleşme ile koruma/korunma olduğu göstergebilimsel analiz sonucu ortaya konmuştur. Fotoğraf Grubu 2 ile ilgili yapılan görüşmeler sonucunda dilsel düzeyde gösterilenlerin her iki görüşme grubunda yakın farkındalık düzeylerinde olduğu gözlemlenirken, mitsel düzeyde gösterilenler ile ilgili farkındalık düzeylerinde sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin, sosyal medyadan haber takip etmeyen görüşmecilere nazaran daha yüksek düzeyde farkındalık sahibi olduğu söylenebilir. Bununla birlikte sosyal medyadan haber takip etmeyen görüşmecilerin mitsel düzeyde farkındalıklarının ikinci tur görüşmeler sonucunda yükseldiği belirlenmiştir.

Sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanan görüşmecilerin hijyen kategorisine ilişkin görüşleri değerlendirildiğinde, temizlik, dezenfeksiyon, temas ve koruma/korunma temalarının ön plana çıktığını söylemek mümkündür. Görüşmecilerin hepsi ilgili görselleri pandemi dönemi ile ilişkilendirmiştir. Bu fotoğraf grubunda özellikle otobüste tutunmak için eldiven kullanılması, temassız

ödeme ve QR kod kullanımı, aşırı temizlik ve titizlik duygusu ön plana çıkan görseller olmuştur.

Tablo 53. Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanan Görüşmecilerin Hijyen Kategorisine İlişkin Yorumları

A1: Bu fotoğraf hijyenle alakalı herhalde, biraz öyle anladım ben. Salgın hastalıktan dolayı olabilir mi? Yani daha temiz ve dikkatli olmam konusu direkt olarak korona dönemini hatırlattı bana. Temizliğe, hijyene dikkat etmem ya da bir şeye temas etmemem, edersem bana bulaşacağı. Ben direkt hastalığa odaklandım şu an. Hepsi umarım korona değildir. Bana hepsi koronayı hatırlatıyor. Yani QR kodlu okutulması hani bu temassızın daha çok kullanılması gündelik hayatımızı daha kolaylaştırdı. Mesela önceden temassız kullanmıyordum ben.
A2: Bu fotoğraflar bana daha çok hijyeni hatırlattı ve kişisel temizlik gibi. Bir de çok ilgimi çeken bu QR'lı kodlu menüler. Bence bununla beraber biraz teknoloji gelişmesine sebep olmuş olabilir. Bu QR'lı menüler. Dikkatimi çeken bir diğer görsel ise eldivenle tutulan otobüs tutmağı.
A3: Temizlik malzemeleri. Sıradan şeylerde bile kullanmak zorunda kaldık, bir şeylere dokunurken önlem amaçlı. Örneğin, eldiven. Normalde direkt tutulabilirdi ama pandemi döneminde önlem amaçlı bu şekilde tutulmuş. Ya da temassız alışveriş de buna bir örnek sanki.
A4: Burada ellerini dezenfekte etmeye çalışan ya da güzel kokutturmaya çalışan bir el görüyorum. Burada da kare kod okutan bir telefon kullanıcısı, onun elini görüyorum. Alışveriş işlemi yapan banka kartıyla işte şey temassız galiba işlem yapan bir şey görüyorum, iletişim. Burada da yine kendini korumaya çalışmış herhalde eldivenle otobüs içerisinde sanki. Ambulans ya da toplu taşımada tedbirli bir şekilde yolculuk yapan biri gibi ambulans da olabilir gibi düşündüm. Burada da yine dezenfektanla kalabalık toplu yerlerde kendi dezenfekte etmeye çalışan kişiler görüyorum. Yine işte şey temizleme çalışmaları, sokakları temizleyen, dezenfekte eden özellikle tulum giymiş biri, çalışan görüyorum.
A5: Bu fotoğrafta pandemiden korumak için durmadan kolonya kullanıyor galiba. Otobüsle giderken ellerine mikroplar yani her tarafa eli bulaşmasın eldivenle tutarak gidiyor, diğeri de dezenfektan kullanıyor.
A6: Dezenfekte yapmak var, kolonya var, elleri temizleme var. Tamamen hijyen olarak temizlik yapılıyor. Kare kod ve dokunmatik, temassız bir çekim olduğunu görüyorum. Burada da otobüsle yolculuk var eldiven giyilmiş hijyen olarak. Dezenfektan yapılıyor kalabalık ve umumi bir yerde temizlik yapılıyor. Evet burada hijyen olarak temizliği

gösteriyor yani. Burada da bir gemi var. Geminin yanında dezenfekte ilaçlama yapan bir beyefendi var. Yani hastalıklardan korunmak için ilaçlama yapıyorlar bir de arınmak için. Son fotoğrafta da yine dezenfekte üzerinde eldiven giymiş. Yani cam sil gibi veya deterjanla. Cam önleri, camlar çerçeveler siliniyor gibi görünüyor.

A7: Birinci fotoğraf hijyen ile alakalı, ikinci fotoğraf bir şeye dokunmadan, menü gibi şeylere dokunmadan online alışveriş veya online sipariş tarzında. Üçüncü fotoğraf aynı şekilde, temassız ödeme. Dördüncü fotoğraf, otobüsle yolculuk, herkesin dokunduğu şeye dokunmama, beşinci fotoğraf yine hijyen. Bugün eldivenle birini sokakta bir şey dokunurken görsem ya da otobüsle ya da uçakla görev gereği. Temizlik hastalığı olan, obsesif kompulsif bozukluğu olduğunu düşünebilirim yani kişinin. O gün belki hepimiz öyleydik ama.

A8: Burada adam büyük ihtimalle eline bir şey olduğunda kolonya sürüyor. Bu da restoranlarda oluyor genelde bu menü oluyor. QR kod yani ve temassız kredi kartı, günümüzde meşhur. Bu tarafta büyük ihtimalle bir virüsten dolayı ya da temizlik hastası olan bir insan. Eldiven takıp dolmuşta öyle tutuyor orayı. Yani sırf temizlik ve hijyen olsun diye. Adam el sabunu ya da dezenfektan onu sürüyor eline, büyük ihtimalle şey yapıyor Covidden dolayı dezenfekte yapıyor.

A9: Kolonya ve dezenfektan yine pandemiye hatırlatıyor. Aynı şekilde kare kod okuma, hastane girişleri vesaire. Kare kodla beraber neydi? Hes kodu. Temassız ödeme, online paraya dokunmadan. Eldiven, otobüste eldiven takmış yani yine pandemiyle alakalı, pandeminin hayatımıza kattıklarıyla alakalı bunlar. Düğün merasimi gibi ama maske var. Maskeyi takmış korunma amaçlı. Çarşı içerisinde, sokakta gezerken yine maske takımı. Hep pandeminin hayatımıza getirmiş oldukları, yani virüsle beraber bir dönemki maske zorunluluğunu anlatan fotoğraflar. Bak cenaze ortamı bile aynı şekilde, tabutu bile tutamadığımız zamanlar oldu. Yine pandemi.

Sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanmayan görüşmecilerin hijyen kategorisine ilişkin yorumları değerlendirildiğinde, temizlik temasından tüm görüşmecilerin direkt olarak bahsettiği dezenfeksiyon ve temas temasından görüşmecilerin yarısının bahsettiği, koruma/korunma ve dijitalleşme temalarında ise ilgili görsellerin görüşmecilerin çoğunda çağrışım yapmadığını söylemek mümkündür.

Tablo 54. Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanmayan Görüşmecilerin Hijyen Kategorisine İlişkin Yorumları

B1: Bunlar genellikle şeyi çağrıştırıyor bana hani eldiven, ilaçlama, temizlik dezenfektan. O pandemi dönemini çağrıştırıyor. Bir de kart, alışverişi ifade ediyor.
B2: Pos makinesinde hesap mı yapıyor, şifre mi giriyor? Diğer fotoğrafta da otobüsle tutunarak gidiyor. Elinde de eldiveni var, dezenfekte için o da temiz olayım diye. Hijyenik olsun diye ellerini dezenfekte ediyorlar.
B3: Burada şey kolonyayla adanın elini yıkıyor, Dezenfekte ediyor tahminimce. Burada da sıvı sabunlarla ellerini yıkıyorlar, dezenfekte ediyorlar. Dezenfekte yeri burada da yine covidde ilaçlama.
B4: Temizlenmek, temizlik, temizleme gibi şeyler olduğunu görüyorum. El temizliğini öğrenmesi gibi burada da belediyenin ya da bir kamu kuruluşunun sokak temizliği olayı var.
B5: Burada da yine tekrar temizlik yapılıyor evde, bunlar hep bana pandemi sürecini çağrıştırıyor. Burada dikkatimi çeken bu ilaçlama neden dışarıda yapılıyor? Yani etki eder mi, acaba şey mi ilaçlanıyor böcek falan mı?
B6: Burada bir temizlik. Burada da metroda ya da metrobüste işte yolculuk yapan temizliğine de dikkat eden, elinde eldiveni ile beraber seyahat eden bir yolcunun betimlemesi.
B7: Bunlar artık normale döndü mesela bir lokantaya gidiyorsun artık menüye kodla bakılıyor.
B8: Kredi kartı ile alışveriş, şu an teknolojinin gelişmesi ile birlikte artık nakit kullanılmıyor. Alışverişte sürekli kart kullanıyorsun. Şu fotoğrafta bir temassız ödeme olduğunu düşünüyorum diyebilirim.
B9: Dezenfektan kullanımı mesela küçük çocuklar olduğu için biraz daha çok dikkat ediyorsun.

Fotoğraf Grubu 3

Maske Kategorisini temsil eden Fotoğraf Grubu 3’de 7 adet fotoğraf bulunmaktadır. Bu fotoğraflar göstergebilimsel analiz sonucunda kamusal alan, kural/zorundalık, yabancılaşma, önlem ve sağlık olmak üzere 5 temada dilsel ve mitsel düzeyde gösteren, gösterilen ve göstergelerine ayrılmıştır. Yarı-yapılandırılmış görüşmeler analiz edilirken belirtilen 5 temaya göre çözümleme yapılmıştır.

Tablo 55. Maske Kategorisi Görüşme Analizi Tablosu

	MASKE KATEGORİSİ				
Sosyal Medya Aracılığı ile Haber Takip Eden Görüşmeciler					
	Kamusal Alan	Kural/Zorundalık	Yabancılaşma	Önlem	Sağlık
A1	✓	✓	X	✓	✓
A2	✓	✓	-	X	✓
A3	-	✓	-	X	X
A4	✓	✓	X	-	X
A5	✓	✓	X	✓	X
A6	✓	✓	-	✓	✓
A7	✓	X	-	-	X
A8	✓	X	-	-	-
A9	✓	X	-	✓	X
Sosyal Medya Aracılığı ile Haber Takip Etmeyen Görüşmeciler					
	Kamusal Alan	Kural/Zorundalık	Yabancılaşma	Önlem	Sağlık
B1	X	-	-	X	X
B2	X	X	-	X	X
B3	✓	X	-	✓	X
B4	✓	X	-	X	X
B5	✓	X	-	X	X
B6	✓	X	-	X	✓
B7	✓	✓	-	✓	X
B8	✓	✓	-	X	✓
B9	X	X	X	X	✓

Kamusal alan temasında alınan cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 8'inin ilk tur görüşmede ilgili temaya değindiği görülmüştür. Sosyal medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin 6'sının bu temaya ilk tur görüşmede, 3'ünün ise ikinci tur görüşmede değindiği görülmüştür. Kamusal alan temasında sosyal medya kullanan katılımcıların yoğunlukla ilk tur görüşmelerde, sosyal medya kullanmayan katılımcıların ise çoğunluğunun ilk turda farkındalık düzeyinin yüksek olduğu söylenebilir.

Kural/zorundalık temasında katılımcıların cevapları değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 6'sının ilk tur görüşmede, 3'ünün ise ikinci tur görüşmede ilgili fotoğraflarda kural/zorundalık temasına değindiği görülmüştür. Sosyal medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin 2'sinin

ilgili temaya ilk tur görüşmede, 6'sının ise ikinci tur görüşmede değindiği görülmüştür. Kural/zorundalık temasında sosyal medyadan haber takip eden katılımcıların yoğunlukla ilk tur görüşmelerde farkındalık düzeyinin yüksek olduğu, sosyal medyadan haber takip etmeyen kullanıcıların ise ikinci turda farkındalık düzeylerinin arttığı gözlemlenmiştir.

Yabancılaşma temasına ilişkin cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin hiçbirinin birinci tur görüşmelerde ilgili temaya değinmediği, 3'ünün ise ikinci tur görüşmede ilgili fotoğraflarda yabancılaşma temasına değindiği görülmüştür. Sosyal medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin hiçbirinin birinci tur görüşmelerde ilgili temaya değinmediği, sadece 1'inin ise ikinci tur görüşmede değindiği görülmüştür. Bu temada sosyal medyadan haber takip eden ve etmeyen görüşmecilerin farkındalık düzeylerinin benzer olduğu söylenebilir.

Önlem temasına ilişkin cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 4'ünün ilk tur görüşmelerde, 2'sinin ikinci tur görüşmelerde ilgili temaya değindiği, 3'ünün ise ilgili temaya hiç değinmediği görülmüştür. Sosyal medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin 2'sinin ilk tur, 7'sinin ise ikinci tur görüşmelerde ilgili temaya değindiği görülmüştür. Bu temada sosyal medyadan haber takip eden katılımcıların ilk tur farkındalık düzeylerinin sosyal medyadan haber takip etmeyen katılımcılara nazaran daha yüksek olduğu söylenebilir.

Sağlık temasına ilişkin cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 3'ünün ilk tur görüşmelerde, 5'inin ikinci tur görüşmelerde ilgili temaya değindiği, 1'inin ise ilgili temaya hiç değinmediği görülmüştür. Sosyal medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin 3'ünün ilk tur, 6'sının ise ikinci tur görüşmelerde ilgili temaya değindiği görülmüştür. Bu temada ilgili sosyal medya platformlarından haber takip eden ve etmeyen görüşmecilerin farkındalık düzeylerinin aynı olduğu söylenebilir.

İlgili temalardan dilsel düzeyde gösterilenlerin kamusal alan ve kural/zorundalık olduğu, mitsel düzeyde gösterilenlerin ise yabancılaşma, önlem ve sağlık olduğu göstergebilimsel analiz sonucu ortaya konmuştur. Fotoğraf Grubu 3 ile

ilgili yapılan görüşmeler sonucunda dilsel düzeyde gösterilenlerden kamusal alan temasında her iki görüşme grubunun farkındalık düzeyi benzer olsa da, kural/zorundalık temasında sosyal medyadan haber takip eden katılımcıların farkındalık düzeylerinin ilk turda sosyal medyadan haber takip etmeyen katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Mitsel düzeyde gösterilenlerden yabancılaşma ve sağlık temalarında farkındalık düzeyi benzer iken önlem temasında sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin, sosyal medyadan haber takip etmeyen görüşmecilere nazaran daha yüksek düzeyde farkındalık sahibi olduğu söylenebilir. Bununla birlikte sosyal medyadan haber takip etmeyen görüşmecilerin mitsel düzeyde farkındalıklarının ikinci tur görüşmeler sonucunda arttığı belirlenmiş, sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin ise farkındalık düzeyinin ikinci turda arttığı tek tema sağlık olmuştur.

Sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanan görüşmecilerin maske kategorisine ilişkin görüşleri değerlendirildiğinde, kural/zorundalık, önlem ve kamusal alan temalarının ön plana çıktığını söylemek mümkündür. Görüşmecilerin hepsi ilgili görselleri pandemi dönemi ile ilişkilendirmiştir. Bu fotoğraf grubunda özellikle cenaze esnasında maske takılıyor olması, Taksim, Eminönü gibi merkezlerde insanların birbirinden uzak ve maskeli bir şekilde olması, ailelerin çocuklarına yaklaşırken maske takması ile ilgili görseller görüşmecilerin üzerine daha çok konuştuğu, dikkatlerini daha çok çeken görseller olmuştur.

Tablo 56. Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanan Görüşmecilerin Maske Kategorisine İlişkin Yorumları

A1: Hastalık konusunda dikkat edilmesi gerektiğini, birbirine yayıldığını düşündürdü bana bu fotoğraflar. Ama teması, sarılmayı seven bir millet olduğumuz için tabii bir soğukluk duruyor fotoğraflarda ve insan hayatında. Yani kalabalıklarda insanları mutlu göremedim, kaygılı gibi duruyorlar. Görsellerde mesela Taksim çok kalabalık bir yer fakat görselde çok büyük bir kalabalık yok ve mesafeliler, maskeliler.
A2: Burada biraz daha o mesela şeyin altında bir maske takması kadının bu gelinlik üzerine yani o dönemin artık normalleştiğini ya da ayak uydurulduğunu gösteriyor. Hepsinde maske var evet ama maskeyle beraber buna ayak uydurulmuş. İnsanlar

dışarı çıkmış, sokakta yürümüş, anne baba çocuğuna yaklaşmış ama yine maskeyle, mesafe yani maskeyle yaklaşmış, cenazesini kaldırmış ama yine maskeyle kaldırmış. Kişiselleştirilmiş olan maske en çok dikkatimi çeken fotoğraf oldu, altın süslü maske.

A3: Tüm bu fotoğraflar bana pandemi döneminde takmak zorunda olduğumuz maske meselesini hatırlatıyor.

A4: Burada da toplu bir evlilik herhalde var ama bir öyle bir üzgünler yani çok heyecanlı görünmüyorlar. Çok heyecanlı olmayan bir düğün şeyi var herhalde. Yani şey, pandemiye çağırıştırıyor çoğunluk olarak maske, o dönemde yaşanmış şeyleri, sıkıntıları, toplumsal sıkıntıları. Yine şeyde de böyle Taksim'de de şey var, yine maskeli hayat bir şekilde devam ettirilmeye çalışılmış genel olarak.

A5: Bir düğün ortamı ve iki gelin var, birisi maskeli birisi maskesiz, pandemi döneminde yapılan bir düğün olabilir mi bu? Millet maske ile dolaşıyor İstanbul'da herhalde. Çocuğuna da maske takıyor korunmak için. Cenazedekiler de hep maskeli.

A6: Burada büyük bir topluluk var oturulmuş ama gelinde maske var. Geçirdiğimiz bir hastalık üzerine maskeyle oturuyorlar sanki. Topluluk da hastalıktan korunmak için takmış ama düğün olayı gibi bir şey nikâh töreni gibi. Burada aynı şey var. Yine maskeli kimseye bir şey olmasın diye bir maske takılmış. Kendini koruma amaçlı böyle bir kişi var yani. Burada da Eminönü'nde sahilde yani rıhtımda şey var, milletin sağa sola gidişi var ve yine maske ağızlarında hastalık zamanında toplu bir yürüyüş var. Burada da çocukları nasıl koruruz hastalıktan diye çocuklara maske takmışlar.

A7: Birinci fotoğraf bir düğünde çekilmiş bir fotoğraf, covid dönemini hatırlatıyor. İkinci fotoğraf insanların toplumsal mesaj vermek için işte bir karakteri kullanması, herkes tarafından bilinen bir karakteri kullanması. Üçüncü fotoğrafta, yani normalde o meydanın kalabalık olduğu ama bu fotoğrafta biraz daha az insanın olduğu yine covid dönemi. Dördüncü fotoğraf yine aynı şekilde bütün insanlar maskeli. Yine artık insanlar uyum sağlayıp maskeyi artık aksesuar olarak da farklılaştırma. En çok bana bir şey anlatan beşinci fotoğraf, bizim de çocuğumuz o dönemden geçtiği için o dönemde çocuklarımızı dışarı çıkaramadık.

A8: Burada herhalde düğün var ama covid esnasında düğün çünkü herkes maskeli. Bu da meşhur Taksim ve orada insanlar yine covidden dolayı maske takmış, bunu

anlatıyor bana. Bu fotoğrafta yani büyük ihtimal anne oğlu ilişkisi var ama ona rağmen covidten dolayı maskeyi takıyorlar birbirlerine. Bu da covid zamanı ölmüş herhalde bir insanın cenazesi.

A9: Düğün merasimi gibi ve yine pandemi dönemi kullanılan maske var, maskeyi takmış korunma amaçlı. Gelinlikçiye gitmiş, gelinliğe uygun maske bakmaya çalışıyor.

Sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanmayan görüşmecilerin maske kategorisine ilişkin görüşleri değerlendirildiğinde, kamusal alan temasının direkt olarak hatırlanan tema olduğunu, sağlık, kural/zorundalık ve önlem temasının az düzeyde hatırlandığını, yabancılaşma temasının ise hiç anımsanmadığını söylemek mümkündür. Bu fotoğraf grubunda özellikle kamusal alanlarda sürekli olarak maske takılıyor olması, törenlerde maske takılması ve bunların bir zorunluluk olarak yapılması üzerine görüş bildirmişlerdir. Bu fotoğraf grubu, görüşmecilere direkt olarak o günlerde kendi gündelik yaşamlarında maske takmanın getirdiği zorlukları hatırlatmıştır. Sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanan görüşmecilere paralel olarak görüşmecilerin yorumları ebeveynin çocuğuna maske takmasına ilişkin görsel ve Taksim’de insanların maske takıyor olması görselleri üzerine yoğunlaşmıştır.

Tablo 57. Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanmayan Görüşmecilerin Maske Kategorisine İlişkin Yorumları

B1: Pandemi dönemi geçirildiği için hani böyle bir takıya çevirmişler, pandemi dönemini hatırlatmak amacıyla böyle bir şey, gelenek gibi. Şey, artık önceden hani bu filmi kaç kere izlemiştiz izledikçe izleyesin, geliyor mesela Kemal Sunalın maske takması bana çok değişik geldi çünkü maskesiz haline alışmışız.

B2: Sokakta maskeyle gezmeler, cenazeler, gelinlerin hep maske takması, çocukların maske takması, cenazelerimizde yine hep maske olması... Maske ile bir de korumayla ilgili.

B3: Yine de burada covid zamanıyla ilgili, bence hep maskeyle dolaştığımız zamanlar maskelerin takıldığı zamanlar.

B4: Her fotoğrafta bir maske var. Bir mecburiyet ve zorunluluk hali var. Açık havada bile maske takılmasını öyle algıladım ben.

B5: Burada, işte Kemal Sunal'ın filminin görseli. Bu da çöpçü olduğu için ağzında maske var. Burada da yine Taksimdeki meşhur tren. Hep bunlar pandemi süreci.
B6: Toplu bir yerde işte kendisi maskeyle korunmuş kişiliğini oluşturduğu bir grup. Bu bir toplantı, seremoni ya da düğünden bir görüntü gibi sanki ama kalabalıkta maskeyle korunmaya çalışan bir grup.
B7: Bu grubu gördüğümde ben net olarak korona dönemini hatırlıyorum. Burada bir korona mevzusu var. Mesela buraya kadar ben bunu anlamamıştım şahsen, net olarak anlamamıştım.
B8: Maskenin dışarıda takılması kadar saçma bir şey yok. Yani açık havada kullanılmasının bir anlamı olmadığını düşünüyorum. Burada herhalde düğün merasiminde süslü bir maske olayı var. Burada çocuğa maske takmış annesi burada da muhtemelen pandemiden vefat eden yani birinin cenazesi gibi yani birbirine bağdaştırdı.
B9: Çocuğun sağlığından şüphe ettiği için artık ebeveynler, yani panik ettiği için çocuklarına maske takıyorlar.

Fotoğraf Grubu 4

Genel Pandemi Fotoğrafları Kategorisini temsil eden Fotoğraf Grubu 4'de 7 adet fotoğraf bulunmaktadır. Bu fotoğraflar göstergebilimsel analiz sonucunda ölüm, tehlike, kaygı/korku/endişe, zaman ve müphem olmak üzere 5 temada dilsel ve mitsel düzeyde gösteren, gösterilen ve göstergelerine ayrılmıştır. Yarı-yapılandırılmış görüşmeler analiz edilirken belirtilen 5 temaya göre çözümleme yapılmıştır.

Tablo 58. Genel Pandemi Kategorisi Görüşme Analizi Tablosu

GENEL PANDEMİ KATEGORİSİ					
Sosyal Medya Aracılığı ile Haber Takip Eden Görüşmeciler					
	Ölüm	Tehlike	Kaygı/Korku/Endişe	Zaman	Müphem
A1	✓	✓	✓	✓	X
A2	✓	X	✓	X	X
A3	✓	X	✓	X	-
A4	✓	X	✓	-	X
A5	✓	-	X	X	X
A6	✓	✓	✓	-	X
A7			✓	-	✓
A8	✓	✓	✓	X	X
A9	✓	✓	X	X	X
Sosyal Medya Aracılığı ile Haber Takip Etmeyen Görüşmeciler					
	Ölüm	Tehlike	Kaygı/Korku/Endişe	Zaman	Müphem
B1	✓	-	X	X	X
B2	✓	X	X	-	X
B3	✓	X	X	X	X
B4	✓	X	X	-	X
B5	X	X	X	-	X
B6	✓	X	X	-	✓
B7	✓	X	X	✓	✓
B8	X	✓	✓	X	✓
B9	✓	X	✓	X	X

Ölüm temasında verilen cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 8'inin ilk tur görüşmede ilgili temaya değindiği, 1'inin ise iki turda da değinmediği görülmüştür. Buna paralel olarak sosyal medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin 7'sinin ilk tur görüşmeler sonucunda ilgili temaya birinci turda, 2'sinin ise ikinci turda değindiği görülmüştür. Bu tema üzerine yapılan görüşmelerde ilk tur farkındalık düzeyinin her iki görüşme grubunda da yüksek olduğu söylenebilir.

Tehlike temasında alınan cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 4'ünün ilk tur görüşmede, 3'ünün ikinci tur görüşmede değindiği, 2 kişinin ise bu temaya hiç değinmediği görülmüştür. Sosyal

medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin sadece 1'inin ilgili temaya ilk tur görüşmede, 7'sinin ikinci tur görüşmede değindiği görülürken, 1 kişinin ise bu temaya hiç değinmediği belirlenmiştir. Tehlike temasında sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin ilk tur görüşmeler sonucunda tema ile ilgili farkındalık düzeylerinin sosyal medyadan haber takip etmeyen görüşmecilere göre daha yüksek oranda olduğu söylenebilir.

Üçüncü tema olan kaygı/korku/endişe temasına ilişkin cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 7'sinin ilk tur görüşmede, 2'sinin ise ikinci tur görüşmede ilgili temaya değindiği görülmüştür. Sosyal medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin 2'sinin ilgili temaya ilk tur görüşmede, 7'sinin ise ikinci tur görüşmede değindiği belirlenmiştir. Bu temada sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin ilgili temaya ilişkin farkındalık düzeylerinin yüksek, sosyal medyadan haber takip etmeyen görüşmecilerin ise farkındalık düzeylerinin düşük olduğu söylenebilir.

Zaman temasına ilişkin cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 1'inin ilk tur görüşmelerde, 5'inin ikinci tur görüşmelerde ilgili temaya değindiği, 3'ünün ise ilgili temaya hiç değinmediği görülmüştür. Sosyal medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin 1'inin ilk tur görüşmelerde, 4'ünün ikinci tur görüşmelerde ilgili temaya değindiği, 4'ünün ise ilgili temaya hiç değinmediği görülmüştür. Bu temada ilgili sosyal medya platformlarından haber takip eden ve etmeyen görüşmecilerin farkındalık düzeylerinin aynı olduğu söylenebilir.

Müphem temasına ilişkin cevaplar değerlendirildiğinde; sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin 1'inin ilk tur görüşmede, 7'sinin ikinci tur görüşmede ilgili temaya değindiği, 1 kişinin ise hiç değinmediği belirlenmiştir. Sosyal medya aracılığı ile haber takip etmeyen görüşmecilerin 3'ünün ilgili temaya ilk tur görüşmede, 6'sının ise ikinci tur görüşmede değindiği görülmüştür. Bu temada sosyal medyadan haber takip eden ve etmeyen görüşmecilerin farkındalık düzeylerinin benzer olduğu söylenebilir.

İlgili temalardan dilsel düzeyde gösterilenlerin ölüm ve tehlike olduğu, mitsel düzeyde gösterilenlerin ise kaygı/korku/endişe, zaman ve müphem olduğu

göstergebilimsel analiz sonucu ortaya konmuştur. Fotoğraf Grubu 4 ile ilgili yapılan görüşmeler sonucunda dilsel düzeyde gösterilenlerden ölüm temasında her iki görüşme grubunun farkındalık düzeyi benzer olmakla birlikte tehlike temasında sosyal medyadan haber takip eden katılımcıların farkındalık düzeylerinin ilk turda sosyal medyadan haber takip etmeyen katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Mitsel düzeyde gösterilenlerden kaygı/korku/endişe temasında, sosyal medyadan haber takip eden görüşmecilerin ilgili temaya ilişkin farkındalık düzeylerinin yüksek, sosyal medyadan haber takip etmeyen görüşmecilerin ise farkındalık düzeylerinin düşük olduğu söylenebilir. Bununla birlikte mitsel düzeyde gösterilen zaman ve müphem temalarında farkındalık düzeylerinin benzer olduğu belirlenmiştir.

Sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanan görüşmecilerin gelen pandemi kategorisine ilişkin görüşleri değerlendirildiğinde, tehlike, ölüm, korku/kaygı/endişe temalarının ön plana çıktığını söylemek mümkündür. Görüşmecilerin hepsi ilgili görselleri pandemi dönemi ile ilişkilendirmiştir. Bu fotoğraf grubunda özellikle toplu ölümler, cenazeye dokunulmaması, değişen defin kültürü ile ilgili görseller görüşmecilerin üzerinde en çok durduğu görseller olmuştur. Görüşmeciler, özellikle bu görselleri ilgili dönemde gördüklerinde pandemi döneminin çok daha farklı, çok daha ölümcül ve tehlikeli bir şekilde geçeceğini düşündüklerini fakat görsellerde yansıtıldığı kadar genele yayılan kötü bir dönem olmadığını belirtmişlerdir. Bu fotoğraf grubu ile ilgili görüşlerinde görüşmeciler genelde kendi kişisel deneyimlerine de yer vermişler ve yalnızlık, geleceğe karşı endişe, korku ve üzüntü üzerine görüşlerini bildirmişlerdir.

Tablo 59. Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanan Görüşmecilerin Genel Pandemi Kategorisine İlişkin Yorumları

A1: Ölümü ifade ediyor. İnsanın böyle yalnız kalacağını, yalnızlaşacağını, topluluktan uzaklaşılacağını. Yani bu dönem için. Korku olabilir, kaygı olabilir yine. Yani, evet, geleceğe karşı endişe diyebilirim. Bu gruba genel olarak baktığımda aklıma direkt ölüm geldi ve bundan sonraki gelecek için olan kaygı geldi.
A2: Bunu gördüğümde biraz daha korku oluyor. Biraz daha hastalık, ölüm yani buna baktığımda korku ve endişe hakim bu görsellerde.

A3: Üzüntü. Ya kimse bu şekilde defnedilmek istemez açıkçası yani. Ölüm zaten kötü ama bu şekilde kendini daha da kötü hisseder insan, o döneme ait sarsıcı fotoğraflardan diyebiliriz. Burada da mesela cenaze kültürü olması lazım ama insanlar tedirgin olduğu için hep mesafeli yaklaşıyorlar. Hep bir önlem halinde bu da kötü bir durum.

A4: Burada şu özellikle dikkatimi çekti, birini götürüyorlar ama hani hasta olduğu için herhalde. Covid pozitif çıktı muhtemelen ve götürüyorlar. Burada da çok kötü ölüm şeyleri olmuş herhalde toplu bir şekilde pandemiden kaynaklı fotoğraflar sanıyorum.

A5: Burada cenazeyi gömecekler ama hep şey giymişler. Kendilerine bulaşmasın diye özel bir şey giymişler sanki. Yani hepsi maskeli, hepsi tulum giymiş mikroptan korunmak için. Hastaneler de öyle gidemiyorsun. İnsanları tabutla gömüyorlar yani mikrobu bulaşmasın diye. Dünya benim için artık bundan sonra daha dışarıya çıkılmaz hale dönmüş gibi.

A6: Bu kişiyi karantinaya almışlar, 3, 4 maskeli kişi olarak götürüyorlar. Burada bir grup var. Çevresini karantinaya almış gidiyorlar. Yani kendini koruması için insanların. Burada gömme işlemi var, cenazeyi gömme işlemi var. Orada eldiven hijyen kuralları tamam. Burada yine bir hastane odası, doktorlar var, hemşireler var. Hepsi maskeyle ama bir tanesi maskesiz ayakta, kollar açık yüzde bir şey yok, hijyen yok.

A7: Burada aslında o koronanın Türkiye'ye geldiği mart ayındaki kafamda düşündüklerim fotoğrafa yansımış yani belki de medyanın bize yansıttığı bu olduğu için olabilir. Yani Covid döneminin ben aynen şu işte ikinci fotoğraftaki gibi işte ölümler falan o şekilde geçeceğini düşünüyordum. Hani kısmen böyle oldu ama tam anlamıyla bu yaşanmadı. Burada böyle bir ürperti sanki dünyanın sonu veya işte bir film izlersin ya bir virüs bulaşmış, herkesi öldürecekmiş hissi oluyor, yani hissiyat var, korku.

A8: Bu da şunlar ölen insanlar mı? Coviddan dolayı ölen insanların şeyi cenazesi. Zor bir şey, tabii bu zamanlar çok kötüydü. Çok insan öldü yani. Psikolojik açıdan herkes etkilendi o durumdan. Herhalde treni dezenfekte ediyorlar ya da içinde hepsi covid olan insanlar var. Evet, covid bu. İki fotoğraf da Covid zamanında bence. Tabutta gömmeye başladılar, aslında bu yoktu önceden. Tabutta gömmeye

başladılar aslında bir şey olmasın diye hatta cenaze bile yıkamıyorlarmış. Yani hastalık geçmesin diye yıkamadan direkt defnediyorlarmış. Hatta çoğunun akrabası bile gelmiyormuş cenazeye sırf Covidden dolayı, son yolculuğuna.

A9: Bu fotoğraf grubunda da tabi bir korku bir tedirginlik oluyor. İlk başta özellikle bu virüs çıktığında insanlara ne gözüyle bakıyorduk yani resmen bu verimli gözüyle bakıyorduk, virüs varmış koronaymış. Toplu cenazeler, toplu ölümler... Bu korku verici bir şeydi, işin gerçeğini söylemek gerekirse.

Sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanmayan görüşmecilerin gelen pandemi kategorisine ilişkin görüşleri değerlendirildiğinde, ölüm temasının çoğunlukla anımsandığını, müphem ve korku/kaygı/endişe temalarının düşük düzeyde, tehlike ve zaman temalarının ise neredeyse hiç anımsanmadığını söylemek mümkündür. Bu fotoğraf grubunda özellikle koruma kıyafetleri, ölümlerin geleceğe dair karamsarlık oluşturması, hasta götürenler ve hepsinin özel giysiler giymiş olması ile ilgili görseller görüşmecilerin üzerinde en çok durduğu görseller olmuştur. Görüşmeciler, özellikle bu fotoğraf grubu ile ilgili görüşlerinde vefat durumlarının kendilerinde yarattığı duygu durumu, korku ve endişe üzerine görüşlerini bildirmişlerdir.

Tablo 60. Sosyal Medyayı Haber Alma Amaçlı Kullanmayan Görüşmecilerin Genel Pandemi Kategorisine İlişkin Yorumları

B1: Pandemi dönemindeki vefatları anımsattı bu fotoğraflar bana. Tabi bu his olarak kötü bir duygu durumu oluşturuyor.
B2: Burada da aynı şekilde maskeleri var bir de şey kullanılıyor ya. Neydi, korona mıydı? Korona giysileri vardı ya onlardan kullanıyorlar burada hepsinde de var aşağı yukarı, cenaze koyalarda da var.
B3: Zamanında covidde ölenlerimizin, cenazelerimizin dezenfekte ile maskelerle korumalar, koruma kıyafetleriyle beraber defnedilmesi.
B4: Yani toplu ölümler görüyorum, burada pandemiden kaynaklı görünüyor. Maske ve tulumlar olduğu için, pandemiden kaynaklı ölümler görüyorum.
B5: İşte pandemi sürecinde yaşadıklarımız, televizyonda gördüklerimiz. Geçirdik hep bu ölümleri, hiç sanki yaşanmamış gibi.

B6: Tabii o günün şartlarında olan bir şey ölümler. Bu da büyük bir karamsarlık oluşturuyor yani. Geleceğe dair bir insanın içini karartan olumsuz bir durum.
B7: Buradaki duygu şu, cenaze olaylarına üzgün duygu olur tabi üzülürsün.
B8: Bu sayfada en çok dikkatimi çeken şey, hasta götürenler, hasta götürüyor ve hepsi kapalı giyinmişler.
B9: Bu salgın hastalığın bize verdiği kayıplar. Korku var burada bence. Genel olarak baktığımızda yani, korku hali hâkim. Şu üçünde özellikle, şu dördünde. Bir çekince hala hâkim.

Gerbner'in Yetiştirme Analizinde ortaya koymuş olduğu bir kavram olan rezonans olgusu, araştırmada rezonatif göstergeleri belirlemek üzere kullanılmıştır. Buna göre, katılımcıların kültürel yatkınları en fazla olan dolayısıyla kültürel yakınlık kurabildikleri için akıllarında kalan ya da dikkatini çeken iletilere rezonatif gösterge denilebilir. Bu bakış açısıyla, tüm görüşme süresince katılımcıların üzerine en çok konuştuğu, en fazla atıfta bulunduğu ve örneklerini çerçevelediği fotoğraflar ve fotoğraflarda yer alan göstergeler not alınmıştır. Her bir fotoğraf grubu içerisinde belirlenen rezonatif göstergeler şu şekilde tablolandırılabilir:

Tablo 61. Rezonatif Göstergeler Tablosu

Fotoğraf Grubu	Rezonatif Göstergeler	
Fotoğraf Grubu 1		
Fotoğraf Grubu 2		
Fotoğraf Grubu 3		
Fotoğraf Grubu 4		

Rezonatif göstergelerin fotoğraf gruplarına göre dağılımı incelendiğinde; selamlaşmayı içeren 1c kodlu fotoğraf ile çevrimiçi uzaktan eğitimin yer aldığı 1f kodlu fotoğraf, Fotoğraf Grubu 1'in rezonatif göstergeleri olarak belirlenmiştir. Bu grupta 18 katılımcının 6'sı selamlaşma içeren fotoğrafı, 5'i de uzaktan eğitimin yer aldığı fotoğrafı mesafe kavramını anlatmakta kendilerine referans noktası olarak belirlemiştir.

Fotoğraf Grubu 2'de eldiven ve tutamak içeren 2d kodlu fotoğraf ile karekod ile ödemeyi içeren 2b kodlu fotoğraf, ilgili fotoğraf grubunun rezonatif göstergeleri olarak belirlenmiştir. Bu grupta 18 katılımcının 7'si eldiven imgesinin yer aldığı fotoğrafı, 4 katılımcı ise karekod imgesi içeren fotoğrafı hijyen kavramını betimlerken

referans olarak almıştır. Fotoğraf Grubu 3'te maskeli bir çocuk ve ebeveynin yer aldığı 3f kodlu fotoğraf ile cenaze töreninin yer aldığı 3g kodlu fotoğraf, yapılan görüşmeler sonunda ilgili fotoğraf grubunun rezonatif göstergeleri olarak ortaya çıkmıştır. Bu grupta, 18 katılımcı maske kavramını açıklarken 8'i çocuk içeren fotoğrafa, 5'i ise cenaze içeren fotoğrafa gönderme yapmıştır. Fotoğraf Grubu 4'te sedye ve sağlık çalışanlarının yer aldığı 4c kodlu fotoğraf ile açık morg ile dezenfeksiyon görevlilerinin yer aldığı 4b kodlu fotoğraf ilgili fotoğraf grubunun rezonatif göstergeleri olarak ortaya çıkmıştır. Bu grupta 18 katılımcının 6'sı 4c kodlu fotoğrafı, 5'i de 4b kodlu fotoğrafı genel pandemi fotoğrafları ile ilişkilendirmiştir.

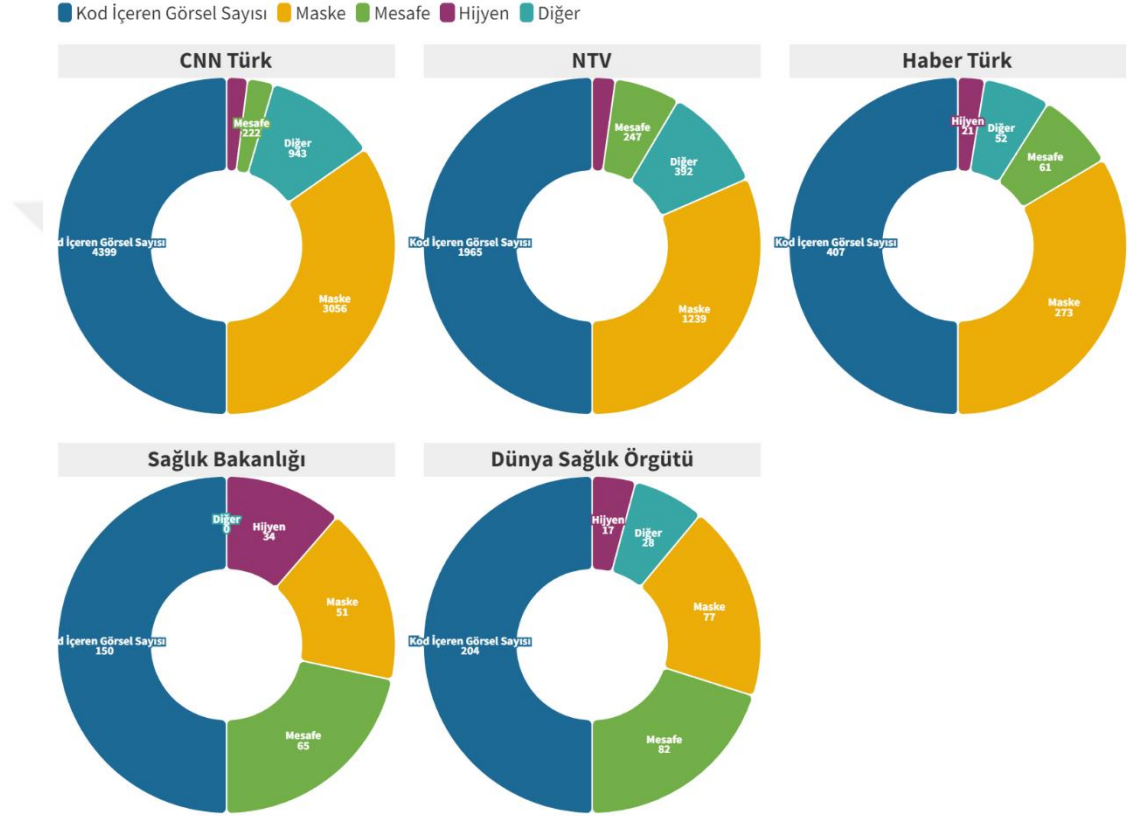
3.6. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Kültürel bir aktarım aracı olarak fotoğrafın işlev ve etkilerinin küresel pandemi döneminde yeni normallerin aktarımı açısından incelendiği bu çalışmada, örnekleme dâhil olan üç haber platformu ile küresel ve ulusal düzeyde birer resmi sağlık kuruluşunun, Twitter hesapları üzerinden pandeminin ilk bir yıllık sürecinde paylaşmış olduğu toplam 63.941 görsel içeren 57.409 gönderi incelenmiştir. İncelenen gönderilerden 6.529'unun pandemi ile ilgili olduğu ve bu gönderilerin toplam 7.272 görsel içerdiği tespit edilmiştir.

İlgili görsellerde bulunan yeni normallerin kültürel göstergelerini ortaya koymak, yeni normallerin fotoğraf yoluyla aktarım sürecini incelemek ve bu aktarım sürecinde fotoğrafın işlev ve etkilerinin nasıl gerçekleştiğini belirlemek amacı taşıyan araştırma birbirini takip eden üç evreden oluşmaktadır. Bu evreler; a) ilgili görselleri belirlemek ve kategorize etmek amacıyla içerik analizi yapılması, b) bu görsellerde bulunan göstergelerin ne olduğunu ve pandemi sürecinde nasıl birer kültürel gösterge haline geldiğini belirlemek amacıyla göstergibilimsel analiz yapılması ve c) belirlenen kültürel göstergeleri kişilerin anlama ve anlamlandırma sürecinde fotoğrafın işlev ve etkilerini ortaya koymak amacıyla yapılan yarı yapılandırılmış görüşme yapılmasıdır.

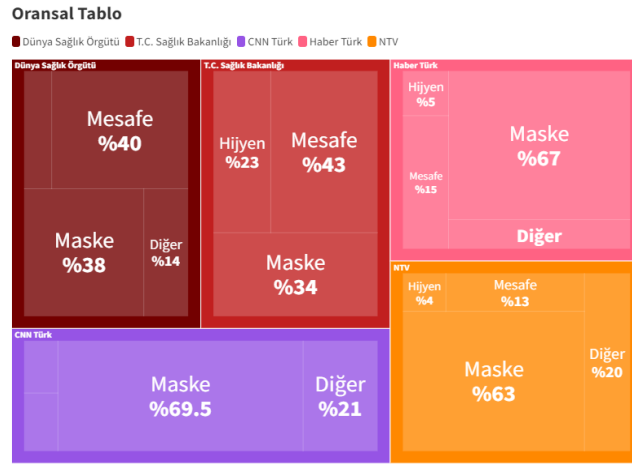
İçerik analizi sürecinde haber platformları ve resmi sağlık kuruluşlarının bir yıllık süreçte paylaşmış olduğu görsellerin yüzde 11,3'ünü pandemi kodu içeren görseller oluşturmaktadır. Kod içeren görsellerin toplam sayısı 7.272 olmakla birlikte,

haber platformlarının paylaştığı pandemi temalı fotoğrafların sayısı 6.918 iken resmi sağlık kuruluşlarının paylaştığı pandemi temalı fotoğrafların sayısı ise 354'dür. İlgili fotoğraflardan, maske kategorisi ile ilişkili fotoğraf sayısı 4.696, mesafe kategorisi ile ilişkili fotoğraf sayısı 824, hijyen kategorisi ile ilişkili fotoğraf sayısı 337 ve pandemi ile ilgili diğer içeriklere sahip bu kategoride değerlendirilebilecek fotoğraf sayısı ise 1.415'tir.



Görsel 48. Kod İçeren Görsellerin Sayısal Dağılımı

Buna göre kod içeren toplam 7.272 görselin yüzde 68'i maske kategorisi ile, yüzde 11'i mesafe kategorisi ile, yüzde 5'inde hijyen ve yüzde 19'u ise genel pandemi fotoğrafları (diğer) kategorisi ile ilişkilendirilmiştir. Maske kategorisi ile ilgili görsellerin diğer görsellere göre daha fazla oranda paylaşıldığını söylemek mümkündür.



Görsel 49. Kod İçeren Görsellerin Oransal Dağılımı

Haber platformlarının gönderilerinde maske kategorisine ilişkin görsellerin yüksek oranda olduğu görülürken, resmi sağlık kuruluşlarının gönderilerinde mesafe kategorisine ilişkin görsellerin ilk sırada olduğu, bununla birlikte bu hesaplarda paylaşılan maske kategorisine ilişkin görsellerin oranının da yadsınamaz derecede yüksek olduğu görülmektedir. Maskenin bireysel bir önlem olması, günlük hayatta yerinin olması ve kolay uygulanabilir ve aktarılabilir bir araç olması maske kategorisinin yüksek oranı ile ilişkilendirilebilir. Mesafe konusunda alınacak önlemlerin bireysel ile birlikte toplumsal duyarlılığa da ihtiyaç duyması ve mesafe olgusunun sosyal mesafe, kişisel mesafe gibi alt başlıkları olması nedeniyle aktarımının katmanlı olması ise resmi kuruluşların paylaştığı fotoğrafların mesafe ağırlıklı olması ile açıklanabilir. Hijyen kategorisine ilişkin fotoğrafların da tüm hesaplarda birbirine yakın oranlarda fakat genel toplama oranla düşük sayılarda paylaşıldığı saptanmıştır. Hijyenin, yeni normaller arasında kültürel kodlarımıza yakın olması, kültürde bir yerinin olması fakat örneğin dezenfeksiyon gibi bazı öğretilerin var olan normallere yeni normaller olarak eklenmesi gibi sebeplerle aktarımının diğer yeni normallere nazaran basit olması bu kategorideki fotoğrafların paylaşım sayılarının düşüklüğünü açıklayabilir. Araştırmanın dikkat çeken bir diğer bulgusu olarak, diğer kategorisinde değerlendirilen genel pandemi görsellerinin resmi kuruluşların gönderilerinde düşük oranda olduğu görülürken, haber platformlarının paylaşımlarında göz ardı edilemeyecek kadar yüksek oranda olduğu görülmektedir. Buna sebep olan etkenin ise, bu görsellerin içeriğinin (ölüm, tehlike vb.) takipçilerde yaratacağı etkinin olumsuz olabileceği kaygısı olduğu söylenebilir.

İçerik analizi sonucunda maske, mesafe, hijyen ve genel pandemi fotoğrafları olarak dört grupta kategorize edilen fotoğraflar içerisinde seçilerek araştırmaya konu olan her grupta yedişer olmak üzere toplam yirmi sekiz fotoğraf Roland Barthes'in göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak dilsel ve mitsel düzeyde çözümlenmiştir. Bu noktada analiz yönteminin ilk katmanını dilsel düzey, ikinci katmanını ise mitsel düzey oluşturmaktadır.



Görsel 50. Ortak Göstergeler Kelime Bulutu

Bu bağlamda Fotoğraf Grubu 1’de bulunan dilsel düzeydeki görüntüsel göstergeleri **uzaklık**, **sosyal iletişim** ve **çevrimiçi** olmak üzere üç ana tema olarak, mitsel düzeydeki göstergeleri ise **bireysellik/yalnızlık** ve **koruma/korunma** olarak iki ana tema altında toplamak mümkündür. Fotoğraf Grubu 2’de bulunan dilsel düzeydeki görüntüsel göstergeler, **temizlik**, **dezenfeksiyon** ve **temas** olmak üzere üç ana tema altında, mitsel düzeydeki göstergeler ise **dijitalleşme** ve **koruma/korunma** olarak iki ana tema altında toplanmıştır. Fotoğraf Grubu 3’te bulunan dilsel düzeydeki görüntüsel göstergeler, **kamusal alan (mekân)** ve **kurallar/zorundalık** olmak üzere iki ana tema olarak, mitsel düzeydeki göstergeler ise **yabancılaşma**, **önlem** ve **sağlık** olarak üç ana tema olarak belirlenmiştir. Fotoğraf Grubu 4’de bulunan dilsel düzeydeki görüntüsel göstergeler **ölüm** ve **tehlike** olmak üzere iki ana tema olarak, mitsel düzeydeki göstergeler ise **kaygı/korku/endişe**, **zaman** ve **müphem** olarak üç ana tema altında toplanmıştır.

Dilsel ve mitsel düzeyde yapılan göstergebilimsel analiz sonucunda ortaya çıkan bu göstergeler, yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerin çözümlemesi için bir projeksiyon oluşturmuş ve yeni normallerin göstergeleri olarak temalaştırılmıştır. Tema olarak belirlenen yeni normal göstergelerinin anlama ve anlamlandırılması sürecinde fotoğrafın işlev ve etkilerini ortaya koymak amacıyla görüşmecilerin yeni normal göstergeleri ile ilgili farkındalık düzeyleri belirlenmiş ve bu yeni normallere karşı kültürel yakınlıklarını ortaya koymak amacıyla rezonatif göstergeler saptanmıştır. Çalışmanın bu aşamasında, görüşmeciler sosyal medya kullanan ve kullanmayan olarak ikiye ayrılmış ve maksimum farklılığa ulaşabilmek amacıyla pandemi döneminden öncelikli olarak etkilendiği düşünülen özellikleri taşıyan bireyler ile görüşülmüştür. Her bir grupta dokuzar kişi olmak üzere toplam on sekiz kişi ile görüşme yapılmış, farkındalık düzeylerinin ortaya konabilmesi için görüşmeler iki turdan oluşmuştur.

Sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanan bireylerin çoğunluğu, fotoğraf gruplarına ait fotoğrafları gördüklerinde fotoğraflarda yer alan imgeleri pandemi ile bağdaştırmış ve ilgili görsellerin pandemi dönemine ait görseller olduğunu tahmin etmiştir. Bu durum aslında kişilerin sosyal medya haber platformlarında bu görselleri ve/veya göstergeleri daha önce görmüş olduklarını ve dolayısıyla bu imajların akıllarında yer ettiğini ve kendilerine pandemi dönemini anımsattığını göstermektedir. Buna zıt olarak, sosyal medyada haber platformlarını takip etmeyen görüşme grubunda bulunan katılımcıların çoğunluğu ise ilk turda tüm imajları pandemi dönemi ile ilişkilendirememiştir.

Her iki grupta bulunan katılımcıların fotoğraf gruplarının dilsel yani düz anlam içeren göstergeleri söz konusu olduğunda farkındalık düzeylerinin benzer, daha fazla kültürel gösterge içeren mitsel düzeyleri söz konusu olduğunda ise sosyal medyayı haber alma amacıyla takip eden katılımcıların farkındalık düzeylerinin takip etmeyenlere oranla daha yüksek olduğu görülmüştür.



SONUÇ

Toplum ve kültürün kendisi, bir dizi sosyal süreçlerin bileşkesi olarak ortaya çıkmaktadır. Bu sosyal süreçlerden en önemlileri olarak görülen dil ve iletişimin, bir toplumun ve kültürün devamlılığı için hayati öneme sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bu noktada insanlığın iletişim kurma ihtiyacına cevap veren söz, yazı veya görüntü gibi her bir unsur, anlam üretimine olanak sağlayan birer dili ifade eder. Bu yaklaşıma göre, fotoğraf da kitlesel ya da kişilerarası duygu ve düşünce aktarımının gerçekleştirilmesinde kullanılabilecek önemli araçlardan biridir. Fotoğraf aracılığıyla aktarılan ve daha sonra alıcının zihninde belirli bir bağlam çerçevesinde yorumlanan bütün görüntülerde fotoğrafın anlam üretimi işlemektedir. Taşıdığı görsel ikna yeteneği ile bireylerin kendi gözlerinden sonra en fazla güven duydukları ifade unsuru olarak kabul edilen fotoğraf herhangi bir olayın kopyası olması ile birlikte bir özne ya da nesnenin var olduğunun ispatı şeklinde de tanımlanabilir. Bir kültürel aktarım aracı olarak, insanların yaşamış oldukları olay ya da durumları görsel bir belge şeklinde sunan fotoğraf, geçmiş zamanı somut hale getirmekte, nesneleştirmekte ve hakikate olan yakınlığı ile kültürel hayat içerisinde insanlık tarihinin tekrar düzenlendiği bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Fotoğraf, günlük hayatın bir parçası, kayıt, bellek, gösterim, temsil, anlam üretimi ve kültürel aktarım aracı olarak kullanım kazanması ve yaşanan gelişmelerin sonucu olarak pratikliği ile birlikte haber ve duyuru metinlerinin görsel aktarım aracı haline gelmiştir.

Anlatı ve ileti biçimlerinde metnin olduğu kadar görsel ve işitsel öğelerin de rolü yadsınamaz derecede önemlidir. Günümüz imajlar dünyasında görsel ile desteklenen bir iletinin hedef kitleleri etkilemesi bakımından fotoğraf oldukça güçlü bir kitle iletişim aracıdır. Fotoğraf, olay ve olguların görsel anlatımında yalınlığı sebebiyle sıklıkla kullanılan bir araçtır. Bununla birlikte günümüzün yaygın teknolojik imkânları ile medyada iletilerine yoğun bir şekilde maruz bırakılan özne için fotoğrafın, zihinlerinde inşa olan ya da inşa edilmek istenilen sosyal gerçeklik ile ilişkisi oldukça fazladır. Özellikle sosyal medyada, görsel içerikler veya içerikteki görseller geleneksel medyaya oranla daha ön plandadır. Hayatın olağan akışı içinde bireyler haber alma, haberdar olma ve günceli takip edebilmek amaçlarıyla sosyal medya uygulamaları aracılığı ile haber platformlarını takip etmektedirler. Bu durumda

sosyal gerçeğin görseller vasıtasıyla temsili oldukça önem arz etmektedir. Medyada gerçeğin nasıl var olduğu ya da var olan gerçeğin nasıl temsil edildiği uzunca bir süredir tartışılan bir konudur. Fotoğraf ve gerçek arasındaki tartışmaya benzer olarak, medya alanında yaşanan hızlı gelişmeler ile birlikte izleyicilerin gerçekle olan bağı da sürekli sorgulanan bir yapıdadır.

Fotoğrafın temsil gücü, bir nesne, bir kişi, bir olay veya bir durumu gerçeğe yakın bir şekilde yansıtabilme yeteneğiyle ilgilidir. Temsil ilişkisi, fotoğrafın iki boyutlu bir yüzey üzerinde gerçek dünyadaki çok boyutlu nesneleri veya sahneleri nasıl yansıttığını açıklamaktadır. Fotoğraf, gerçeği temsil eden bir araçtır, ancak tam bir gerçeklik sunması mümkün değildir. Fotoğraf, bir anı dondurarak o anın bir temsili haline gelir. Fotoğrafın temsil ilişkisi, gerçek dünyayı bir temsil olarak yansıtmaya ve izleyiciyle etkileşime girme yeteneği arasındaki ilişkiyi ifade eder. Fotoğraf, gerçeklik algısını etkilerken, aynı zamanda yaratıcılık, bakış açısı ve kişisel yorumlama ile de bağlantılıdır.

Bununla birlikte hatırlatıcı doğası gereği fotoğraf, kültürel belleğin inşasında önemli bir rol üstlenmiş olur. Gelenek göreneklere ya da toplumun ortak edini mi olan deneyimlerine gönderme yapan her bir fotoğraf kültürel bilginin aktarımında katkı sahibidir. Bu açıdan, fotoğrafın kültürle ilişkisi çok yönlüdür. Fotoğraf, hem kültürel ifade aracı olarak kullanılır, hem kültürel anlatılarda ve bellek oluşumunda etkili olur, hem de kültürel estetik değerlerin bir yansıması olarak görülebilir.

Toplumsallık özelliğine paralel olarak, kültür öğrenilen bir niteliğe sahiptir. Doğuştan veya genlerden gelmemektedir. İçine doğulan sosyal çevre ve toplum tarafından, büyüyüp geliştikçe öğrenilen bir sosyal mirastır. Birey doğduktan sonra bilinçli veya bilinçsiz bir biçimde, çevre tarafından kültürlenmekte ve bu koşullandırmayla yetişen birey, toplumun bir üyesine dönüşmektedir. Kültür, aynı zamanda sürekli olarak sonraki nesillere aktarılmaktadır. Bu yönüyle kültürün, görsel imgeler aracılığı ile etkin hale gelen ve yaşam bulan bir boyutu daima mevcuttur.

Tarih süresince bütün medeniyetler ve topluluklar görsel imgeler meydana getirmiştir. Söz konusu imgeler; dünyanın ne şekilde algılandığını ve nasıl tasarlandığını göstermeleri sonucu en az yazı ve söz kadar değerli hale gelmişlerdir.

Kültürel kodların belirleyici unsurları olan ‘dil’ ve ‘simge’ ifadelerinin kısa bir zaman içerisinde yerine geçen fotoğraf, kültürün geçmiş uzantılarının ortaya konması ve gelecek nesillere taşınması aşamasında yararlanılan en güvenilir taşıyıcı araç olarak işlevini yerini getirmektedir. Bir toplumun değerleri, gelenekleri, günlük yaşamı ve tarihini yansıtan fotoğraflar, sosyal miras olarak adlandırılan kültürün gelecek nesillere aktarılma konusunda etkin bir rol oynar.

Kültür, mevcut çatışmaları yumuşatarak, yumuşatabildiği sürece hayatta kalabilmektedir. Bu yönüyle kültür, simgesel olma niteliği de taşımaktadır. Ayrıca simgeler her bir kültürün birbirinden farklılaşmasını da sağlamaktadır. İnsan, sürekli simgeler yaratmış ve yaratmaya devam eden bir canlıdır. Bireyler, kültüre ait simgeleri çözdükçe, sosyal yaşamda davranış ve tutum kalıpları geliştirirler. Birey, bir toplumun simgelerini bilmiyorsa, o topluma ayak uydurmaktan ve simgelere uygun davranış kalıpları sergilemekten de uzaklaşmaktadır. Ortak algılama ne kadar güçlüyse, kültürdeki ortaklaşılan noktalar da o kadar güçlüdür. Burada bahsedilen ortak algılamayı sağlama konusunda fotoğraf etkin bir rol oynar. Kültürel göstergeler, bir toplum veya kültür içinde anlam taşıyan semboller, işaretler, davranışlar veya nesnelerdir. Bu göstergeler, insanlar arasında iletişimi ve anlaşmayı sağlar ve kültürel bir anlamı ifade eder. Bu özellikleriyle belirli bir toplumun değerlerini, inançlarını, normlarını, geleneklerini ve sosyal ilişkilerini yansıtır. Fotoğraf da kültürel bir gösterge olarak kullanılabilir ve belirli bir toplumun kültürel ifadelerini aktarabilir.

Bu çalışmada, haber olgusunun bir gerçeklik aktarımı oluşunun ön kabulü ile haber platformlarının oluşturdukları ya da alıntıladıkları kanıtsal nitelikteki fotoğrafların, pekiştirici misyonu görerek yeni normalleri birer sosyal gerçeklik olarak yeniden inşası ele alınmış, pandemi sürecinde ortaya çıkan bu yeni normallerin kişiler nezdinde artık bir normal ve gerçeklik haline geldiği görülmüştür. Çalışma sonucunda sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanan kişilerin, kullanmayan kişilere oranla pandemi dönemi fotoğraflarını doğrudan anımsadıkları görülmüştür. Diğer yandan kişilerin o dönemin fotoğraflarına ve anılarına dair daha geniş kapsamlı yorumlarında, sosyal medyada dolaşıma giren (paylaşılan, retweet edilen vb.) fotoğrafların belirli bir konuyu ekme ve yetiştirme bağlamlarının rolünü vurgulamak gerekir. Sosyal

medyadan haber takip eden bireyler, takip etmeyenlere oranla yeni sosyal gerçeklikleri alımlamaya daha açıktır ve bununla ilgili anımsama oranları daha yüksektir.

Araştırmadan elde edilen bulgular ışığında fotoğraf, toplumda yer alan sosyal gerçekliklerin temsil edilmesi, öğrenimi konularında kültürel bir aktarım aracı işlevi görürken aynı zamanda yapısı gereği çeşitli boyutlarda yeni temsillerin de oluşabilmesinin yolunu açmaktadır. Bu noktada sosyal medyada yer alan haber ve duyuru fotoğraflarının, insanların değerler, düşünce, tutum ve inanç sistemlerini şekillendirdiği ve belirli bir kültürel gerçeklik algısı oluşturduğu söylenebilir. Fotoğraf, hem var olan kültürel göstergeleri tekrar tekrar hatırlatarak kültürün devamlılığını sağlar hem de herhangi bir konuda yeni bir gösterge olarak kültüre dahil olan sembol ve simgeleri yeni bir kültürel gösterge olarak kişilerin zihin dünyasına yerleştirme konusunda da önemli bir misyon edinir. Bu işlevi sınamak üzere araştırmanın temel sorularından biri olan, medyada konu ile ilgili yer alan içeriklerin neler olduğu sorusuna cevap aramak üzere yapılan içerik analizi sonucunda maske, mesafe, hijyen ve genel pandemi olarak cevap verilmiştir. Bu kategorilerde yer alan fotoğraflar çeşitli sembol ve simgelerle temsil edilmiş ve bunlar; selamlaşma biçimleri, çevrimiçi eğitim ve toplantılar, uzaktan çalışma, değişen alışveriş alışkanlıkları, tören biçimlerindeki yenilikler, kolonya ve dezenfektan kullanımı, kamusal mekanlardaki mesafe ve kişisel alanın değişime uğraması, temizlik alışkanlarının farklılaşması, hayatın her alanında maske kullanımı ve ölüm olgusunun daha fazla hayatın içinde olması şeklinde değerlendirilmiştir.

Sosyal medyanın gündelik yaşamda giderek daha baskın bir rol oynadığı ve bireylerin sosyal medya iletileriyle sürekli etkileşim halinde olduğu günümüz toplumundaki bu sürekli maruz kalma hali, sosyal medyada sunulan dünya görüşlerini ve değerleri benimsemeye ve içselleştirmeye yol açabilir. Sosyal medyada yer alan yinelenen mesajlar ve temalar, insanların gerçek dünyayı algılama biçimlerini etkiler ve onları belirli bir gerçeklik perspektifine yönlendirir. Bu da bireylerin düşünce tarzlarına, tutumlarına ve davranışlarına yansımaktadır. Bu noktada bir tür “çifte doz” etkisi ortaya çıkar. Fotoğrafların yardımıyla şekillenen bu “çifte doz” etkisinin ise belirli bir konuda toplumların kolektif belleğinin oluşumuna ve sürdürülmesine katkı sağladığı görülmektedir. Bu çerçevede araştırmanın temel sorularından bir diğeri olan

ilgili içeriklerin düz ve yan anlamlarının bir diğer deyişle içerdiklerinin ne olduğu sorusuna göstergebilimsel analiz sürecinde cevap verilerek “bireysellik/yalnızlık, koruma/korunma, dijitalleşme, yabancılaşma, önlem, sağlık, müphem, zaman, korku/kaygı/endişe, uzaklık , sosyal iletişim, çevrimiçi, temizlik, dezenfeksiyon, temas, mekân, zorundalık, kurallar, tehlike, ölüm” temalarında ortaklaştığı görülmüştür.

İlgili temel soruların cevaplanmasının ardından izleyicilerin ilgili içerikleri gördüklerinde algıladıkları ve anımsadıklarının nasıl şekillendiği sorusu irdelenmiştir. Bu bağlamda sosyal medyayı haber alma amacıyla kullanan kişilerin fotoğrafları, kullanmayan kişilere nazaran uzun uzun kendi pandemi dönemi deneyimlerini anlattıkları ve genelde daha umutsuz ve yan anlamlar içeren yorumlar yaptıkları görülmüştür. Yapılan görüşmelerde özellikle sosyal medyayı haber alma amaçlı kullanan görüşmecilerin fotoğrafları görüp pandemi dönemini hatırladıktan sonra direkt olarak kendi duygu dünyaları, pandemi zamanı yaşadıklarını anlatmaya yönelmeleri aslında fotoğraflar aracılığıyla kişilere hem bir duygunun direkt olarak aktarılabilceği hem de ilgili konunun zihinlerinde yer etmesine yardımcı olacağı anlaşılmaktadır. Yetiştirme Analizi bağlamında ekme süreci göz önüne alındığında, sosyal medyadan haber takip eden katılımcıların imajlar ile ilgili farkındalık düzeyleri, sosyal medyadan haber takip etmeyen katılımcılara göre oldukça yüksektir. Bu katılımcıların hem fotoğraflar üzerinden pandemi dönemini anımsadıklarını hem de görsel imgelemin ilksel çağrışım noktası olarak pandemiye atıfta bulunduklarını söylemek mümkündür.

Fotoğraflar, pandemi döneminde yaşanan deneyimleri ve kültürel pratik olarak adlandırılacak yeni normalleri kaydetmiş ve böylece toplumsal paylaşımını teşvik etmiş ve bu yeni normallerin içerdiği sembolik anlamlar aracılığıyla toplumun pandemi ile ilgili ortak hafızasını beslemiş ve güçlendirmiştir. Gerbner’in rezonans kavramına göre, televizyon izleyicileri, televizyonda sunulan içeriklerin gerçek yaşamlarındaki deneyimleriyle uyumlu olduğunu hissettiklerinde daha güçlü bir etkiyle karşılaşır. Bu çalışma sonunda benzer bir etkinin sosyal medya kullanıcıları için de geçerli olduğunu söylemek mümkündür. Pandemi döneminde insanların hayatına girmiş olan yeni normallerin maske görseli gibi örneklerinin sosyal medyada

sıklıkla tekrarlanması sonucu güçlü bir rezonans etkisi yarattığı söylenebilir. Özellikle kolonya gibi ülke kültüründe yer edinmiş, günlük olarak kullanılan bir ürünü pandemi dönemine ait başka bir unsur olmadan gördüklerinde dahi kendilerine pandemi dönemini hatırlatması, pandemi döneminde kullanılan fotoğrafların güçlü etkisinin bir sonucu olarak yorumlanabilir. Bu noktada çalışmanın kapsamında yeni selamlaşma biçimleri, çevrimiçi uzaktan eğitim, eldiven ve tutamak, karekod, maskeli çocuk ve ebeveyn, salgın dönemi cenaze töreni, sedye ve sağlık çalışanları, açık morg ile dezenfeksiyon görevlileriyle ilgili fotoğraflar, katılımcıların kültürel yakınlık kurabildikleri rezonatif göstergeler olarak belirlenmiştir.

Gerbner, bir kültürün medya çıktıları aracılığıyla iletişim içine girdiğine ve bu iletişimin bir kültürdeki değerler üzerinde geniş bir oydaşmayı sağladığını ya da değiştirdiğini ortaya koymuştur. Bu duruma paralel olarak pandemi döneminde ortaya çıkan yeni normallerin kültürde yeni bir gerçeklik olarak yerini alması konusunda haber fotoğraflarının bir oydaşma sağladığını söylemek mümkündür. Öyle ki haber fotoğrafları, yeni normallerin etkilerini yansıtmış ve insanların yaşadığı değişimleri belgelemiştir. Yeni normaller ile birlikte sağlık önlemleri, haber fotoğraflarında sıkça görülmüş; maske kullanımı, sosyal mesafe kurallarının uygulanması, hijyene dikkat edilmesi gibi unsurlar, haber fotoğraflarında görsel bir vurgu haline gelmiştir. Bu fotoğraflar, pandemiye ve yeni normallere ilişkin güncel durumu yansıtarak haberlerin anlatımını destekleyerek kültürel bir anlatı olarak yeni sosyal gerçeklerin dağıtımında, pekiştirilmesinde ve bellek oluşumunda etkili olmuştur. Haber fotoğrafları, kısıtlamaların uygulandığı dönemlerde boş sokaklar, kapalı işletmeler, sınırlı toplu taşıma kullanımı gibi görüntülerle yeni normalleri yansıtmıştır. Bu tür fotoğraflar, insanların günlük yaşamlarındaki değişimleri göstererek toplumun adapte olma sürecini kolaylaştırmıştır. Öte yandan kısıtlamaların etkisini de belgeleme görevi görmüştür. Yeni normallerin bir parçası olarak uzaktan çalışma ve eğitim yaygınlaşmıştır. Haber fotoğrafları, evde çalışma düzenlerini, video konferanslarla iletişimi ve sanal öğrenme ortamlarını yansıtarak bu değişimi göstermiştir. Bu tür fotoğraflar, iş dünyası ve eğitim sistemlerindeki dönüşümü belgeleyerek haberlerde ve dolayısıyla zihinlerde yer almıştır. İnsanların sosyal mesafe kurallarına uygun olarak nasıl etkileşimde bulunduğu, parklarda, alışveriş merkezlerinde, restoranlarda, kamu alanlarında sosyal mesafenin ne şekilde uygulandığı, haber fotoğraflarında yansıtılan

önemli bir diğer unsurdur. Haber fotoğrafları, yeni normallerin toplum üzerindeki etkilerini görsel bir şekilde aktararak, insanların yaşadığı değişimi anlatma ve belgeleme misyonu taşımıştır. Bu fotoğraflar, olayların gerçek zamanlı izlenmesini ve toplumun yeni koşullara nasıl uyum sağladığını anlama açısından önemli bir rol oynamıştır. Bu bağlamda Gerbner'in (1978) "Televizyonun Yanıtı" olarak ifade ettiği terimi, çalışma çerçevesinde fotoğrafın bilgi ve belge işlevi ile birlikte ele alındığında "Fotoğrafın Yanıtı" şeklinde yorumlanmaktadır.

Çalışmanın pandeminin bitişinden üç yıl sonra yapılmasına rağmen görüşmecilerin çoğuna bu fotoğrafların direkt olarak pandemiye hatırlatması sosyal medyada bulunan haber fotoğraflarının sosyal medya kullanıcıları üzerinde etkisinin uzun sürdüğünü göstermektedir. Pandemiye dair çok az unsur içeren ilk fotoğraf gruplarında bile çoğunlukla direkt olarak pandeminin hatırlanması, günümüzde fotoğrafların önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte bireysellik/yalnızlık, tehlike, kaygı/korku/endişe gibi negatif çağrışımları olan temalarda sosyal medyadan haber takip eden katılımcıların farkındalık düzeylerinin ilk turda sosyal medyadan haber takip etmeyen katılımcılara göre daha yüksek olduğunun görülmesi, sosyal medyanın tekrarlayıcı etkisi (double dose) aracılığıyla kötü dünya sendromunun yaygınlaşması konusunda önemli bir rolü olduğunu göstermektedir. Buna benzer bir etki, kural/zorundalık ile önlem temalarında da görülmektedir. Sosyal medya kullanan bireylerin, kullanmayan bireylere nazaran bu temalarda yer alan göstergeleri daha hızlı bir şekilde (ilk turda) ve daha yüksek oranda anımsıyor olması sosyal medyada karşılaştıkları görsellerin görülme sıklığı ve bu şekilde akılda yer etmesi ile açıklanır.

Bu çalışma, kültürel bir aktarım aracı olarak fotoğrafın işlev ve etkilerinin Covid 19 pandemisi döneminde yeni normallerin aktarımı açısından incelenmesini konu alması bakımından sınırlıdır. Bununla birlikte başat bir iletişim kuramının çıktılarını temel alarak yeni bir alana, yeni bir konuya ve kurama getirilen eleştiriler de göz önüne alınıp göstergebilimi de içine dahil ederek uygulanması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu noktada Gerbner'in ilgili kuramının, spesifik alanlara uygulandığında çok farklı ve özel sonuçlar verebileceği öngörülebilir. Yine aynı şekilde fotoğrafın kültürel aktarım aracı olarak kullanımının farklı teorik görüşler

ışığında değerlendirildiği çalışmalar bu konudaki alanyazını genişletmesi açısından değerli olacaktır. Özellikle yapay zekâ kullanılarak üretilen fotoğraflar aracılığıyla yaratılan yeni gerçeklikler ve yetiştirme analizi ilişkisi bu çalışmanın çıktıları üzerinden incelenebilir. Ayrıca Gerbner'in projesinin analiz aşamasındaki yetiştirme analizi, anaakımlaştırma ve rezonans, kötü dünya sendromu kavramlarından ilki literatürde daha çok yer almaktadır. Çalışmanın değerlendirme aşamasında bu kavramların tümünden faydalanılmaya çalışılmıştır. Bu anlamda yeni araştırmalar için bu kavramlar yeniden değerlendirilebilir.

Sonuç olarak, yeni normaller ile ilgili haber fotoğrafları genellikle güncel yaşamın değişen dinamiklerini ve toplumdaki değişimleri yansıtmıştır. Örneğin, pandemi döneminde maske takma, sosyal mesafe, karantina uygulamaları gibi ortaya çıkan yeni normaller bu haber fotoğraflarında gösterilmiş, insanların bu kurallara uyumunu sağlamış veya yeni yaşam tarzlarını yansıtmıştır. İlgili haber fotoğrafları, yeni normalleri görsel olarak temsil ederek toplumun dikkatini çekmiş ve haberlerin etkisini arttırmıştır. Bu fotoğrafların, olayın gerçekliğini ve insanların deneyimlerini daha derinden hissettirdiği söylenebilir. Ayrıca, haber fotoğrafları, yeni normallerin kabul edilmesi veya toplumun bu değişikliklere tepkisi gibi sosyal dinamikleri de yansıtmıştır. Bu anlamda kültürel bir aktarım aracı olarak fotoğrafın sosyal gerçekliklerin inşasında önemli bir rolü vardır ve toplumda belirli bir kültürel etki oluşturur. Bu çalışmanın çıktıları sonucunda görülmüştür ki bir medya iletisi olarak fotoğraflar, semboller ve imgeler aracılığıyla kültürel mesajları iletme amacıyla tekrarlandıklarında ve topluma yayıldıklarında, kültürel göstergelerin aktarımında etkili bir şekilde kullanılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Abdulhakimoğulları, E. D. (2019). Althusser'in devletin ideolojik aygıtları bağlamında fotoğrafın kullanımı. *Journal of Political Administrative and Local Studies*, 2(1), 27-42.
- Adıgüzel, O., Batur, H. Z., & Ekşili, N. (2014). Kuşakların değişen yüzü vey kuşağı ile ortaya çıkan yeni çalışma tarzı: Mobil yakalılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 165-182.
- Adorno, T. W. (2003). Kültür endüstrisini yeniden düşünmek. *Cogito Dergisi*, 36, 76-83.
- Adorno, T. W. (2021). *Kültür endüstrisi-kültür yönetimi* (E. Gen, N. Ülner, & M. Tüzel, Çev.; 12. Baskı). İletişim Yayınları.
- Afacan, E., & Avcı, N. (2020). Koronavirüs (covid-19) örneği üzerinden salgın hastalıklara sosyolojik bir bakış. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 1-14.
- Ahmadi, R. (2020). Koronavirüs pandemisinin (kovid-19) toplumsal etkileri. *Bilim Armonisi Dergisi*, 3(2), 65-72.
- Akarçay, G. Ö. (2013). Etnografların alanda fotoğrafı kullanma deneyimleri ve çalışma pratikleri üzerine bir etnografik çalışma. *Antropoloji*, 26, 83-128.
- Akbaba, B. (2005). Tarih öğretiminde fotoğraf kullanımı. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 185-197.
- Aksel, F. (2015). *Fotoğraf ve ideoloji: 17 Aralık süreciyle ilgili türk yazılı basınında kullanılan fotoğrafların göstergebilimsel çözümlemesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Akdeniz Üniversitesi.
- Aktaş, B. (2023). *Göstergebilim yöntemiyle reklamlarda satın almaya teşviğin incelenmesi: Türkiye'de Black Friday örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Akdeniz Üniversitesi.
- Alemdar, K., & Erdoğan, İ. (2005). *Öteki kuram*. ERK Yayınları.

- Altunay, A. (2012). Geleneksel medyadan yeni medyaya: Görüntü yüzeyi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27, 33-44.
- Aman, F. (2012). Bronislaw Malinowski'nin kültür teorisi. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 21(1), 135-151.
- Anık Gök, S. (2020). *Fotoğraf ve bellek ilişkisi: Görsel temsillerin yeniden üretimi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.
- Anık Gök, S. (2021). *Kültürel bellek bağlamında fotoğrafın gösterdikleri*. 683-694.
- Antmen, A. (2002). Çağdaş sanatta fotoğraf kullanımı ve Türkiye'de fotoğraf temelli sanat üzerine düşünceler. *Sanat Dünyamız*, 84, 130-139.
- Apfelthaler, G., Muller, H. J., & Rehder, R. R. (2002). Corporate global culture as competitive advantage: Learning from Germany and Japan in Alabama and Austria? *Journal of World Business*, 37(2), 108-118.
- Arat, T. (2020). İletişim aracı olarak fotoğraf. *Aksaray İletişim Dergisi*, 2(1), 40-50.
- Aspers, P. (2001). A market in vogue: Fashion photography in Sweden. *European Societies*, 3(1), 1-22.
- Assmann, J. (2015). *Kültürel bellek* (A. Tekin, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Ateş, N. T. (2022). *Varoluş isyanı-moderniteye bakış ve yeni bir mücadele arayışı*. Phoenix Yayınevi.
- Atik, A., & Bilginer Erdoğan, Ş. (2014). Toplumsal bellek ve medya. *Atatürk İletişim Dergisi*, 6, 1-16.
- Aydın, B. (2016). *Fotoğrafta kompozisyonel unsurlar (mimari fotoğrafçılıkta kompozisyon oluşturma uygulaması)* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Atatürk Üniversitesi.
- Aydoğan, D. (2019). Reklam fotoğraflarında metafor yaratmak: Kavramsal fotoğrafçılık. *Egemia*, 4, 23-40.

- Bak, G., Altıntop, M., & Bak, A. (2020). George Gerbner'in genel iletişim modeli, kültürel göstergeler ve ekme kuramı. *Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 6(25), 484-492.
- Bakiner Çetin, A., & Çalışkan, H. (2020). Dil ve kültür üzerine. *Language Teaching and Educational Research*, 3(1), 163-175.
- Banaz, F. (2017). Mimarlık, kültür ve sosyal tarihimizin görsel tanıkları; mimari fotoğraf'ın grafik tasarımda yeri ve önemi. *Ulakbilge*, 5(16), 1731-1750.
- Baran, H., & Halaç, H. H. (2021). Öğrencilerin moda fotoğraflarında tarihi ve atıl mekân kullanımının değerlendirilmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 13(1), 44-63.
- Barash, J. A. (2007). Kolektif bellekte çarpıtma dinamikleri. *Cogito Dergisi*, 50, 11-22.
- Barthes, R. (1991). *Mythologies*. The Noonday Press.
- Barthes, R. (1996). *Fotoğraf üzerinde düşünceler* (R. Akçakaya, Çev.). Altıkırkbeş Yayınları.
- Bauman, Z. (2023). *Küreselleşme-toplumsal sonuçları* (A. Yılmaz, Çev.; 11.Baskı). Ayrıntı Yayınları.
- Bayhan, V. (2020). Covid-19 küresel salgın bağlamında gündelik hayatın denetimi. *Şehir Araştırmaları Dergisi*, 6(12), 37-50.
- Bayrak İşcanoğlu, İ. (2022). Kırgız kadınının geleneksel süs, baş ve dış giyiminin göstergebilimsel açıdan incelenmesi. *Folklor Akademi Dergisi*, 5(3), 616-626.
- Baysaling, İ. (2008). *Fotoğrafın müzede kullanım şekilleri ve koleksiyon nesnesi olma kriterleri* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Bazin, A. (2011). *Sinema nedir?* (İ. Şener, Çev.). Doruk Yayınları.
- Bell, P. (2004). *Content analysis of visual images*. SAGE Publications.
- Bellone, R. (2010). *Fotoğraf* (İ. Yerguz, Çev.). Dost Kitabevi.

- Benjamin, W. (2020). *Tek yön* (T. Turan, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Free Press.
- Berger, A. A. (2014). *Kültür eleştirisi-kültürel kavramlara giriş* (Ö. Emir, Çev.). Pinhan Yayıncılık.
- Berger, J. (2022). *Bir fotoğrafı anlamak* (B. Eyüboğlu, Çev.; 6. Baskı). Metis Yayınları.
- Berger, J. (2023). *Görme biçimleri* (Y. Salman, Çev.; 29. Baskı). Metis Yayınları.
- Berry, J. W. (1997). Immigration, acculturation, and adaptation. *Applied Psychology*, 46(1), 5-34.
- Berry, J. W. (1998). Acculturation and health: Theory and research. İçinde *Cultural clinical psychology: Theory, research, and practice* (ss. 39-57). Oxford University Press.
- Berry, J. W. (2006). Contexts of acculturation. İçinde D. L. Sam & J. W. Berry (Ed.), *The cambridge handbook of acculturation psychology* (1. bs, ss. 27-42). Cambridge University Press.
- Berry, J. W. (2009). Living together in culturally-plural societies: Understanding and managing acculturation and multiculturalism. İçinde A. Aksu Koç & S. Bekman (Ed.), *Perspectives on human development, family, and culture* (ss. 227-240). Cambridge University Press.
- Bertrand, A. (1997). Beaumont Newhall's 'Photography 1839-1937' Making History. *History of Photography*, 21(2), 137-146.
- Bilgili, Y. (2019). Turizm'de fotoğrafçılık. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 391-395.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal bilimlerde içerik analizi*. Siyasal Kitabevi.
- Bilgin, N. (2013). *Tarih ve kolektif bellek*. Bağlam Yayıncılık.

- Bilginer Erdoğan, Ş. (2021). Görsel kültürün küresel kültüre dönüşmesinde kitle iletişim araçlarının rolü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(3), 989-1006.
- Bilirdönmez, K. (2010). *Fotoğrafın görsel iletişim tasarımıındaki kurguları ve uygulamaları* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Atatürk Üniversitesi.
- Birinci, G. (2016). Çağdaş fotoğraf sanatında deneysel yaklaşımlar. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 16, 11-21.
- Blomkamp, E. (2015). A critical history of cultural indicators. İçinde L. MacDowall, M. Badham, E. Blomkamp, & K. Dunphy (Ed.), *Making culture count* (ss. 11-26). Palgrave Macmillan UK.
- Bodur, F. (2006). Fotoğraf ve renk: Fotoğraftaki renklerin iletilerin algılanmasındaki rolleri. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1), 77-86.
- Bodur, F. (2018). Ulusal basın haber fotoğraflarında altyazı sorunu ve çözüm önerileri. *Kesit Akademi Dergisi*, 15, 1-18.
- Bourdieu, P. (1999). *On television*. New Press.
- Bozhüyük, B. (2022). Yiyecek fotoğrafçılığının grafik tasarım bağlamında değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 48, 214-225.
- Bozkurt, G. (2002). *İnsan ve kültür*. Remzi Kitabevi.
- Bozkurt Yüksel, A. E. (2021). Sokak fotoğrafçılığı ve kişisel verilerin korunması. *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, 42, 525-566.
- Boztepe Taşkiran, H. (2022). Kültürel bellek aktarımında dijital medyanın kullanımı: Türkiye'nin en çok ziyaret edilen müzeleri üzerine bir inceleme. *Global Media Journal TR Edition*, 12(24).
- Bulut, E., & Dever, A. (2019). Derbi futbol maçlarında açılan pankartların göstergebilimsel analizi. *Mavi Atlas*, 7(1), 1-15.

- Bulut, S., & Zor, İ. (2020). Bir kültür üretim aracı olarak fotoğraf ve gündelik yaşamı aktarmada fotoğraf kültürü. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2020(50), 74-96.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2023). *Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri* (34. Baskı). Pegem Akademi.
- BYS Grup. (2020). *Fotoğrafçılık el kitabı*. BYS Grup.
- Can Çuvalcı, F. (2017). Toplumsal belgeci fotoğraf ve Walker Evans. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslar arası Hakemli Dergisi*, 25(1), 28-50.
- Cevizci, A. (2005). *Felsefe terimleri sözlüğü*. Paradigma Yayınları.
- Connerton, P. (2019). *Toplumlar nasıl anımsar?* (A. Şenel, Çev.; 3. Baskı). Ayrıntı Yayınları.
- Çağlar, B. (2018). Foto-etnografik bir çalışma: Alevi/Bektaşî-Çepni Ballar köyü. *Journal of Turkish Studies*, 13(10), 813-832.
- Çakır, M. (2021). Kültür aktarımı, kültürel transfer. *Türkçe Konuşanların Akademik Dergisi*, 8(2), 65-81.
- Çakmakçı, M. (2007). *Fotoğrafın icadının resim sanatına olan etkileri ve fotogerçekçilik* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- Çığ, Ü. (2018). Neoliberal dönemde medyanın dönüşümü ve Gerbner'i yeniden düşünmek. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 29, 1-20.
- Çiçek, E. (2018). Sihirli belge fotoğrafın Osmanlı Devleti'nde kabulü, gelişimi ve II. Abdülhamid dönemi. *Social Sciences Studies Journal*, 4(23), 4581-4589.
- Çubukcu, G., & Sözüneri, G. (2016). Bir disiplin olarak belgesel fotoğraf. *International E-journal of Advances in Social Sciences*, 2(5), 407.

- Çulha, O. (2011). Gösterge bilim semiyotik tekniği kullanılarak Kanada fotoğraflarının incelenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(13), 409-424.
- Değirmenci, K. (2018). Etnografik bir veri olarak fotoğraf: Temsil, düşünümSELLİK ve gerçekçilik. *Antropoloji*, 36, 87-102.
- Demir, B., & Ateş, H. (2023). Covid-19 pandemisinin bireysel ve sosyal etkileri. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 11(34), 242-259.
- Demir, S. (2009). *Göstergebilim, umberto eco ve yapıtları bağlamında göstergebilime katkıları* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Demirel, G. (2015). Fotoğrafın manipülasyon ve gündem saptama gücü. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(2), 625-625.
- Depeli, G. (2011). *Kültürel bellek: hatırlayış ve unutuş. Hafıza çalıştayı.*, İzmir: Nesin Matematik Köyü.
- Doğan, Ö. (2008). *Kültür bilimleri ve kültür felsefesi*. Doğu Batı Yayınları.
- Doğru, M. S., & Arıkan, A. (2019). Göstergebilimsel açıdan fotoğraf incelemesi: Pulitzer ödüllü savaş fotoğrafları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 913-928.
- Dönmez, İ. (2021). Fotoğraf, bellek ve gerçekliğin temsili üçgeninde Gerhard Richter'in 'Foto Resim'leri. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 27, 171-195.
- Dumlu, A., & Akbayır, M. (2017). Bir göstergebilimsel analiz örneği: The Watchtower of Turkey. *International Congress Of Eurasian Social Sciences*, 8(28), 1-17.
- Dumlu, G. (2021). Fotoğraf sanatında sürrealizm ve foto-manipülasyon. *Pearson Journal of Social Sciences and Humanities*, 6(11), 123-137.
- Duverger, M. (2002). *Sosyal bilimlere giriş* (Ü. Oskay, Çev.; 4. Baskı). Bilgi Yayınevi.
- Erdoğan, İ. (1998). Gerbner'in ekme tezi ve anlattığı öyküler üzerine bir değerlendirme. *Kültür ve İletişim*, 1(2), 149-180.

- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (1990). *İletişim ve toplum-kitle iletişim kuramları tutucu ve değişimci yaklaşımlar*. Bilgi Yayınevi.
- Erkonan, Ş. (2014). Aile fotoğrafları: Aile belleğinin kurgulanmasında fotoğrafın rolünü etnografik yöntemle incelemek. *Moment Dergi*, 1(2), 122-147.
- Ertan, G. (2010). Düünden bugüne fotoğraf. *Sanat Dergisi*, 7, 57-66.
- Eryılmaz, H. (1999). *Bir kitle iletişim aracı olarak haber fotoğrafı ve manipölasyon* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- Espagne, M., & Werner, M. (2018). Deutsch-französischer Kulturtransfer im 18. Und 19. Jahrhundert. Zu einem neuen interdisziplinären Forschungsprogramm des C.N.R.S. *Francia*, 13, 502-510.
- Festinger, L., & Katz, D. (1966). *Research methods in the behavioral sciences* (C. 10). Holt, Rinehart and Winston.
- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş* (S. İrvan, Çev.; 1. Baskı). Bilim ve Sanat Yayınları.
- Forrester, R. (2020). *History of Photography-from Camera Obscura to the Kodak Camera*.
- Frisby, D., & Sayer, D. (2017). *Toplum* (B. Bekmen, Çev.; 1.Baskı). Habitus Kitap.
- Gerbner, G. (1966). An institutional approach to mass communications research. İçinde L. Thayer, *Communication: Theory and research* (ss. 429-445).
- Gerbner, G. (1969). Toward "Cultural Indicators": The analysis of mass mediated public message systems. *AV Communication Review*, 17(2), 137-148.
- Gerbner, G. (1970a). Cultural indicators: The case of violence in television drama. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 388, 69-81.
- Gerbner, G. (1970b). *Violence in television drama: A study of trends and symbolic functions*. Annenberg School of Communications, University of Pennsylvania. <https://books.google.com.tr/books?id=WyYiGwAACAAJ>

- Gerbner, G. (1990). Epilogue: Advancing on the path of righteousness (maybe). İçinde N. Signorielli & M. Michael, *Cultivation analysis: New directions in media effects research* (ss. 249-262). SAGE Publications.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication and Society*, 1(3-4), 175-194.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 172-199.
- Gerbner, G., Gross, L., Eleey, M. F., Jackson-Beeck, M., Jeffries-Fox, S., & Signorielli, N. (1977). TV violence profile no. 8: The highlights. *Journal of Communication*, 27(2), 171-180.
- Gerbner, G., Gross, L., Jackson-Beeck, M., Jeffries-Fox, S., & Signorielli, N. (1978). Cultural indicators: Violence profile no. 9. *Journal of Communication*, 28(3), 176-207.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The “Mainstreaming” of America: Violence profile no. 11. *Journal of Communication*, 30(3), 10-29.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation. İçinde J. Bryant & D. Zillmann (Ed.), *The perspectives on media effects* (ss. 17-40). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. (1994). Growing up with television: The cultivation perspective. İçinde J. Bryant & D. Zillmann (Ed.), *Media effects: Advances in theory and research* (ss. 17-41). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Girgin, Ü. H. (2017). Sen Aydınlatırsın Geceyi filminin göstergebilimsel çözümlemesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 45, 315-344.
- Gökalp, Z. (2019). *Türkçülüğün Esasları* (1. Baskı). Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları.

- Gökçe, O. (2006). *İçerik analizi: Kuramsal ve pratik bilgiler*. Siyasal Kitabevi.
- Görgülü, E. (2020). Fotoğraflarla geçmişî hatırlamak: Güncel sanat pratiğinde bellek ve hafıza çalışmaları. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 26, 395-413.
- Görgülü, E. (2021). Fotoğraf sanatında portre tipolojileri. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 11(1), 228-247.
- Görgülü, E., & Odabaş, O. (2018). Fotoğraf resim ve yeniden üretim ilişkisi bağlamında American Gothic. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 12(22), 71-81.
- Güleç Korumaz, A., Dülgerler, O. N., & Yakar, M. (2011). Kültürel mirasın belgelenmesinde dijital yaklaşımlar. *Selçuk Üniversitesi Mühendislik, Bilim Ve Teknoloji Dergisi*, 26(3), 67-83.
- Güler, A. (2016). Korku kültürü yerine değerler kültürü. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(2).
- Gümüş, K. (2021). *Türkiye’de toplumsal yapı değişimleri ve fotoğrafın dönüşümü* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Güneş, A. (2013). Göstergebilim tarihi. *Humanities Sciences*, 8(4), 332-348.
- Güngör, N. (2020). *İletişim: Kuramlar ve yaklaşımlar* (6. Baskı). Siyasal Kitabevi.
- Güvenç, B. (2019). *Kültürün abc’si* (7. Baskı). Yapı Kredi Yayınları.
- Güzel, H. (2020). *1990’lı yıllardan günümüze sokak fotoğrafçılığı ve fotoğrafta anlam yaratma süreçleri* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Halbwachs, M. (2017). *Kolektif hafıza* (B. Barış, Çev.). Heretik Yayınları.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. İçinde S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Ed.), *Culture, media, language* (ss. 165-176). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203381182>
- Hawkins, R. P., & Pingree, S. (1981). Using television to construct social reality. *Journal of Broadcasting*, 25(4), 347-364.

- Hobsbawm, E., Ranger, T., & Şahin, M. M. (2020). *Geleceğin icadı* (4. Baskı). Agora Kitaplığı.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: Software of the mind* (3. Baskı). McGraw Hill LLC.
- Hughes, M. (1980). The fruits of cultivation analysis: A reexamination of some effects of television watching. *Public Opinion Quarterly*, 44(3), 287-302.
- İlhan, M. E. (2018). Bellek çalışma kılavuzu veya “unutulanlar, unutanları asla unutmazlar!” *International Journal of Social Inquiry*, 11(2), 153-170.
- İlhan, M. E. (2023). *Kültürel bellek: Sözlü kültürden yazılı kültüre hatırlama* (2. Baskı). Doğu Batı Yayınları.
- İlkyaz, A., & Şahin, D. (2014). Fotoğrafın sanat serüveni. *İdil Dergisi*, 3(14), 159-172.
- İnan, T., & Azmanoğlu, R. (2016). Belgesel fotoğrafçılık tekniğiyle osmanlı dönemi kuş saraylarının incelenmesi. *Journal of Turkish Studies*, 11(2), 583-583.
- İnce, C. (2021). Yeniçağın nosofobisi: Covid-19 salgını. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 494-500.
- İşlek, N. (2009). *Görsel kültür ve toplumsal bellek bağlamında sayısal fotoğraf estetiği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Jakob, J. B. (2016). What remains of Abu Ghraib?: Digital photography and cultural memory. *Visual Studies*, 31(1), 22-33.
- Kale, M., & Nur, İ. (2016). Karl Marx ve marksist teori açısından eğitim ve toplumsal cinsiyet. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 40-55.
- Kalelioğlu, M. (2021). Göstergebilim kuramının genel bir değerlendirmesi, Türkiye’deki yeri ve önemi. *Söylem Filoloji Dergisi*, 6(1), 189-200.
- Karaaslan, S. (2019). Dijital çağda otobiyografik anlatılar olarak kişisel fotoğraflar. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 36(2), 307-323.

- Karakaş, M. (2020). Covid-19 salgınının çok boyutlu sosyolojisi ve yeni normal meselesi. *İstanbul University Journal of Sociology*, 40(1), 541-573.
- Karaman, E. (2017). Roland Barthes ve Charles Sanders Peirce'in göstergebilimsel yaklaşımlarının karşılaştırılması. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 9(2), 25-36.
- Kartal, E. (2010). Dil, kültür ve eğitim ilişkisi. *Humanities Sciences*, 5(3), 447-454.
- Kaya Deniz, A. (2020). Covid-19 salgını sürecinde dijitalleşen eğlence anlayışı: Çevrim içi konserler. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 191-206.
- Kaya, Y., & Akın, R. (2021). Covid-19 ile yaşanan sosyal izolasyonun aile ve evlilik yaşamına yansımaları: Fenomenolojik bir çalışma. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 15(3), 510-520.
- Kejanlıoğlu, B. D. (2005). *Frankfurt Okulu'nun eleştirel bir uğrağı: İletişim ve medya*. Bilim ve Sanat Yayınları.
- Keskin, S. (2020). Covid-19 salgını sürecinde kısıtlamaların ve endişelerin tüketici davranışına etkileri. *Ahi Evran Akademi*, 1(2), 69-82.
- Kır Elitaş, S. (2020). *Haber oluşum sürecinde haber fotoğrafları: Suç ve suçlunun haber fotoğraflarındaki temsili*. 16-26.
- Kızıldemir, D. (2021). *Grafik tasarımda kavramsal fotoğraf; sosyal sorumluluk afişleri üzerine bir inceleme* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- Kocaay, F. (Ed.). (2022). *Covid-19 pandemisinin olumlu ve olumsuz etkileri*. Medipol Üniversitesi Yayınları.
- Koçak, A., & Arun, Ö. (2013). İçerik analizi çalışmalarında örneklem sorunu. *Selçuk İletişim*, 4(3), 21-28.
- Korkmaz, A. (2014). Etik bağlamda haber fotoğrafçılığının manipülasyon ve propaganda aracı olarak kullanılmasının değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(4), 26-52.

- Koyuncu, S., & Medin, B. (2015). Haber fotoğraflarında 2003 Irak savaşı karşıtlarının temsili. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 137-168.
- Kroeber, A. L., & Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A critical review of concepts and definitions*. Peabody Museum Press.
- Kuleli, Z. (2015). *Kitâb el-menâzir'in temel prensiplerinin bilim felsefesi açısından incelenmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi.
- Kurt, S., & Karaaziz, M. (2021). Covid-19 pandemisinin psikososyal alandaki etkileri. *Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 3(2), 81-91.
- Kurtdaş, M. Ç. (2020). Covid-19'un toplumsal etkileri üzerine bazı değerlendirmeler. *Şehir ve Medeniyet Dergisi*, 6(12), 532-545.
- Kuş, M. (2019). Kamera obskür, teknoloji ve görsel sanatlar. *İdil Dergisi*, 8(55), 381-386.
- Küçük, O. (2019). *Etik bir sorun olarak çevrimiçi haber sitelerinde içeriği yansıtmayan başlık kullanımı: Milli güvenlik haberleri* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Lowenthal, L. (2017). *Literature and the image of man*. Routledge.
- Maigret, É. (2019). *Medya ve iletişim sosyolojisi* (H. Yücel, Çev.). İletişim Yayınları.
- Malinowski, B. (1992). *Bilimsel bir kültür teorisi* (S. Özkal, Çev.). Kabalcı Yayınları.
- Malumatfuruş. (t.y.). *Tarihte kaydedilen ilk ay fotoğrafı* (<https://www.malumatfurus.org/ayin-ilk-fotografi/>). Malumatfuruş.
- Marangoz, M., & Kırılı Özen, E. (2021). Covid-19 pandemi sürecinin farklı alanlarda dijitalleşmeye etkileri: Kavramsal bir değerlendirme. *Hitit Ekonomi ve Politika Dergisi*, 1(1), 54-68.
- Matara, B. (2010). Fotografik anlam üretimi üzerine. *Sanat Dergisi*, 2, 11-15.

- Mazlum, Ö. (2011). Rengin kültürel çağrışımları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31, 125-137.
- McCracken, G. D. (1988). *The long interview*. SAGE Publications.
- Mcquail, D., & Windahl, S. (2017). *İletişim modelleri: Kitle iletişim çalışmalarında* (K. Yumlu, Çev.; 4. Baskı). İmge Kitabevi.
- Middell, M. (2021). Cross-cultural comparison in times of increasing transregional connectedness: Perspectives from historical sciences and area studies on processes of respatialization. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 22(2).
- Mollaoğlu, S. (2022). *Lisansüstü öğrencilerinin günümüz sanat pratiklerini göstergebilimsel çözümlemeye yönelik özyeterlik ölçeğinin geliştirilmesi ve uygulanması* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Morgan, M. (1986). Television and the erosion of regional diversity. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 30(2), 123-139.
- Morgan, M. (1995). The critical contribution of George Gerbner. İçinde J. A. Lent (Ed.), *A different road taken: Profiles in critical communication* (ss. 99-117). Westview Press.
- Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2015). Yesterday's new cultivation, tomorrow. *Mass Communication and Society*, 18(5), 674-699.
- Mukhtarova, K. (2019). *Çocuk bilgi yarışma programlarında kültürel göstergelerin karşılaştırmalı analizi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Kocaeli Üniversitesi.
- Murdock, G. P. (1967). *Social structure*. Collier-Macmillan.
- Nar, M. Ş. (2020). Covid-19 salgını ve dönüşümün etkisi: Şimdi ve sonrası. *İmgelem*, 4(7), 363-382.
- Nickel, D. R. (2014). History of photography: The state of research. *The Art Bulletin*, 83(3), 548-558.

- Odacı, H., Türkkkan, T., & Bülbül, K. (2022). Covid 19 pandemisi ve akademisyenler: Psikolojik yansımalar ve sosyal yaşam üzerindeki etkileri. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42(1), 85-121.
- Ok, S. S. (2016). *Acının öte(sinde)ki biçimiyle fotoğrafta temsil*. 1-11.
- Ong, W., Luhmann, N., Williams, R., Althusser, L., & Gerbner, G. (2000). *Kadife karanlık 2-21.yüzyıl iletişim çağını aydınlatan kuramcılar* (B. Çoban & Ü. Çığ, Ed.; 1.Baskı). Su Yayınevi.
- Orhan, S. (2020). Toplumsal değişimin görsel estetik belgesi olarak sokak fotoğrafçılığı. *Sanat Dergisi*, 35, 49-64.
- Oskay, H. A. (2020). Gece gökyüzünün sanat Eserinde kullanımı: Astrofotoğraf. *İdil Dergisi*, 9(69), 750-767.
- Osterman, M. (2013). The technical evolution of photography in the 19th century. İçinde M. Peres (Ed.), *The focal encyclopedia of photography*. Routledge.
- Ölçekçi, H. (2020). Dijital iletişim ve küresel kültürel etkileşimin homojenleşme, kutuplaşma ve melezleşme süreçleri. *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, 50, 146-163.
- Önen, F. (2016). *Osmanlı Devleti'nde fotoğrafçılığın gelişimi ve fotoğrafın tarihsel kaynak değeri* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Uludağ Üniversitesi.
- Örgel, S., & Özturan, S. (2016). Gerçekliğin Snapshot kaydı ve anıların bir sanat nesnesi olarak yeniden kurgulanması. *İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 2(3), 35-46.
- Özçetin, B. (2010). İdeoloji, iletişim, kültür: Bir Stuart Hall değerlendirmesi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 13, 139-159.
- Özdal, I. (2013). Oryantalizm, görsel izler ve günümüz fotoğraf sanatı. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 9, 61-73.
- Özdemir, N. (2010). İlerlemenin yolunda fotoğraf. *Sanat Dergisi*, 2, 17-34.

- Özel Sağlamtimur, Z. (2017). Yeni medya sanatı ve fotoğraf. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 7(2), 82-100.
- Özel Sağlamtimur, Z. (2018). *Kültürel bellek ve fotoğraf*. 164-172.
- Özer, Ö. (2017). Medyada şiddet kullanımı: Şiddet ekonomisi, medyanın ideolojik şiddeti ve yetiştirme kuramı açısından bir değerlendirme. *Marmara İletişim Dergisi*, 27, 1-19.
- Özgür Güler, E. (2010). Bilimsel araştırmalarda nitel veri analizi ve parametrik olmayan istatistik yöntemleri. İçinde E. Tutar & C. Gariper (Ed.), *Bilimsel araştırma yöntemleri* (ss. 211-246). Lisans Yayıncılık.
- Özkan, S. (2017). Gerbner'in kültürel göstergeler kuramı bağlamında televizyon haber içeriklerine ilişkin bir araştırma. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(4), 129-141.
- Özmkas, U. (2009). Charles Sanders Peirce'in gösterge kavramı. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 32-45.
- Öztürk Göçmen, P. (2016). Görsel hikaye anlatımı bağlamında basılı reklamlarda fotoğraf kullanımı. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 17, 91-105.
- Paklacı, P. (2019). *Görsel kültür unsurlarından hareketle 21. Yüzyılda kültür endüstrisi ve tüketim toplumu* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Trakya Üniversitesi.
- Papila, A. (2007). Kimliğin anlatım aracı olarak sanat. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 176-190.
- Pogliano, A. (2015). Evaluating news photographs: Trust, impact and consumer culture in the digital age. *Journalism Practice*, 9(4), 552-567.
- Polat, A. (2022). Nitel Araştırmalarda yarı-yapılandırılmış görüşme soruları: Soru form ve türleri, nitelikler ve sıralama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 161-182.

- Popal, T. (2020). *Geçmişten günümüze kadar fotoğrafçılık: Afganistan fotoğrafçılığına bir bakış ve uygulama denemesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
- Saltık, R. (2022). 21. Yüzyılda postmodern özne deneyimi olarak profesyonel düğün fotoğrafı çekimleri ve sosyal medya etkisi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(3), 437-465.
- Sargın, N., & Kutluca, V. (2020). Covid-19 salgını sürecinde yetişkinlerin tepkileri. *Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 47-59.
- Satkın, M. B. (2017). Sokak fotoğrafçılığında yeni bir mecra: Instagram. *The Journal of Social Sciences*, 4(14), 431-451.
- Schein, E. H. (2004). *Organizational culture and leadership*. Wiley.
- Serttaş, A. (2014). V For Vendetta filminin alımlama analizi ile sinemada televizyon. *Global Media Journal*, 5(9), 303-321.
- Serttaş, T. (2007). *Modernizm sürecinde kültürel bir temsiliyet aracı olarak, İstanbul'da; fotoğraf ve azınlıklar* [Yıldız Teknik Üniversitesi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Setiadi, C. J. (2017). The significance of photography as archives and cultural memory. *Humaniora*, 8(2), 175.
- Shanahan, J., & Morgan, M. (1999). *Television and its viewers: Cultivation theory and research*. Cambridge University Press.
- Sırmalı, E. (2019). *Çağdaş sanat'ta yaratım süreci olarak manipülasyon* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Bursa Uludağ Üniversitesi.
- Smith, P. (2007). *Kültürel kuram* (İ. Gündoğdu, Çev.). Babil Yayınları.
- Sontag, S. (2004). *Başkalarının acısına bakmak* (O. Akinhay, Çev.). Agora Kitaplığı.
- Sontag, S. (2008). *Fotoğraf üzerine* (O. Akinhay, Çev.). Agora Kitaplığı.

- Soygüder, Ş. (2013). Fotoğraf editörlüğü kurumu ve gazeteler için önemi. *International Journal of Social Science*, 6(2), 1653-1677.
- Stajniko, J. K. (2019). Street photography in light of information privacy. *Compendium of Contemporary Legal Issues*.
- Subölen, S. (2020). Covid 19 pandemisi sürecinde stresle baş etme yöntemi olarak sosyal medyada mizah olgusu: Cezmikalorifer ve saykodelipaylaşımları isimli instagram hesaplarının analizi. *Online Academic Journal of Information Technology*, 11(42), 123-142.
- Süsem, T. (2019). *Fotoğrafta kamu eleştirisi: Beton* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Şahin, D. (2018). Fotoğraf ve bellek: Shimon attie, marcelo brodsky. *Ulakbilge*, 6(26), 875-884.
- Şahin, M. (2019). Kültür değişimleri ve eğitim. *Eğitim Kuram Ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 458-466.
- Şen, S. O. (2009). *Futbolun sunumunda fotoğrafın endüstriyel ve politik işlevleri* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Şendur Atabek, G., & Atabek, Ü. (2007). *Medya metinlerini çözümlemek-içerik göstergebilim ve söylem çözümleme yöntemleri*. Siyasal Kitabevi.
- Şener, Ö. (2021). *Fotoğraf ve ideoloji: Yeni medyanın haber pratiklerinde işçi fotoğrafları* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Ege Üniversitesi.
- Şengül, E. (2013). Çağdaş sanat yapıtlarının plastik ve mekanik süreç etkileşiminde fotoğrafın yeri. *Sanat Ve Tasarım Dergisi*, 5(5), 70-83.
- Tatar, O. (2020). Teknik gelişmeler perspektifinde başlangıcından post-fotoğrafa fotojurnalizmde gerçekliğin temsiline olan yaklaşımlar. *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 26(44), 229-245.
- Tavşancıl, E., & Aslan, A. E. (2001). *Sözel yazılı ve diğer materyaller için içerik analizi ve uygulama örnekleri*. Epsilon.

- Tekinalp, Ş., & Uzun, R. (2019). *İletişim araştırmaları ve kuramları* (5. Baskı). Beta Yayınevi.
- Tekkılıç, E. İ., & Alp, K. Ö. (2017). Türkiye’de moda fotoğrafının tarihsel gelişimi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 21(2), 311-329.
- Temizkan, V., Güven, E. Ö., Yılmaz, A., & Andsoy, C. (2021). Covid-19 ile gerçekleşen tüketici davranışları ve eğilimlerine yönelik bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(79), 1311-1327.
- Terzi, M. (2006). *Fotoğraf okuma ve eleştirisi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Terzi, Ö. (2021). *Mecid Mecidi sinemasına göstergebilim açısından bakış: “Hz. Muhammed: Allah’ın Elçisi” filminin göstergebilimsel bağlamda incelenmesi* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Toksoy, N. G. (2019). Fotoğraf aslında neyin belgesi? Fotoğrafın toplumsallığı ve medya ve gerçeklik tartışmalarında değişmeyen rolü. *Mediterranean Journal of Humanities*, 9(2), 491-505.
- Toksoy, N. G., Süzmetaş, S. G., & Dörtkaş, D. K. (2020). Aile fotoğraflarında "izler". *Global Media Journal TR Edition*, 11(21), 164-187.
- Tuncer, S. (2017). Fotoğrafın gör dediği: Aile fotoğrafları üzerine bir analiz denemesi. *Fe Dergi*, 9(1), 1-11.
- Tylor, E. B. (1889). *Primitive culture: Researches into the development of mythology, philosophy, religion, language, art and custom* (ss. xii, 502). Henry Holt and Company. <https://doi.org/10.1037/12987-000>
- Tylor, E. B. (2016). Kültür Bilimi. *ViraVerita E-Dergi*, 4, 91-110.
- Uğurlu, F. (2007). Gümüş Bromür’den görüntünün sayısallaştırılmasına. *Selçuk İletişim*, 5(1), 210-216.

- Ulu, M. H. (2011). *Kültürel değişim ve kültürel belleğin taşıyıcıları olarak cumhuriyet sonrası düğün ve aile fotoğrafları: İstanbul örneği* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Yeditepe Üniversitesi.
- Uygur, N. (2022). *Kültür kuramı* (6. Baskı). Yapı Kredi Yayınları.
- Ümer, E. (2017). Görsel kültür ve resim sanatında imge. *İdil Dergisi*, 6(33), 1535-1553.
- Ünal, M. F. (2016). Göstergibilimin serüveni. *Mütefekkir*, 3(6), 379-398.
- Ünlü, R. (2017). *Fotoğraf sanatında güneş baskı tekniğinin resimsel açıdan uygulama biçimi* [Yayımlanmamış sanatta yeterlilik tezi]. Akdeniz Üniversitesi.
- Ünür, E. (2022). Kültürel göstergeler projesi kapsamında Türk sinemasında şiddet ve cinsellik. *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 119-161.
- Vargün, Ö. (2021). Fotoğraf ve görüntünün tarihi kullanım alanları ve sınırları. *Yeni Yüzyıl'da İletişim Çalışmaları Dergisi*, 1(3), 39-70.
- Vassallo, J. (2014). Documentary photography and preservation, or the problem of truth and beauty. *Future Anterior: Journal of Historic Preservation, History, Theory, and Criticism*, 11(1), 15.
- Velioğlu, Ö. (2017). *Kötülüğe yenik düşen Türk sineması*. Agora Kitaplığı.
- Weber, R. (1990). *Basic content analysis*. SAGE Publications.
- Williams, R. (1993). *Kültür* (S. Aydın, Çev.; 1. Baskı). İmge Kitabevi.
- Williams, R. (2018). *Anahtar sözcükler* (S. Kılıç, Çev.; 7. Baskı). İletişim Yayınları.
- Williams, R. (2021). *Kültür ve materyalizm* (F. B. Aydar, Çev.; 2. Baskı). Sel Yayıncılık.
- Yakar, M., Ulvi, A., Varol, F., Yiğit, A., Kaya, Y., Kabadayi, A., Çıkıkcı, K., & Catın, S. (2018). Kültürel Miras Çalışmalarında Yersel Fotogrametri Yönteminin Uygulanması: Fetih Camii Örneği. *International Congress on Cultural Heritage and Tourism*, 175-185.

- Yalçın, S. N. (2019). *Toplumsal belgesel fotoğrafta, fotoğrafçı ve yabancılaşma* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Yaylagül, L. (2006). *Kitle iletişim kuramları: Egemen ve eleştirel yaklaşımlar* (1. Baskı). Dipnot Yayınları.
- Yenici, M. (2020). Toplumsal bellek kaydı olarak Ara Güler'in meyhane fotoğrafları. *Art-Sanat Dergisi*, 14, 557-577.
- Yıldırım, A. (2020). Dijital çağda dijital pandemi: Türkiye'de covid-19 gündemi. *Intermedia International E-Journal*, 7(13), 381-401.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (12. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, S., & Bektaş, F. (2021). Covid-19 salgınının çocukların boş zaman etkinliklerinde yarattığı değişimin ebeveyn görüşleriyle değerlendirilmesi. *Gazi Beden Eğitimi Ve Spor Bilimleri Dergisi*, 26(1), 99-122.
- Yılmaz, A. (2019). *Sakarya'daki etnik çeşitliliğin mutfak kültürü fotoğraflarıyla temsili* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Yiğit, N. H. (2022). Yeme içme mekânlarının dekorasyonunda kullanılan geleneksel kültür ürünlerinin Sivas ölçeğinde incelenmesi. İçinde H. Muşmal & E. Koç (Ed.), *Türk Dili ve Kültürü Araştırmaları* (84.-103. bs). Palet Yayınları.