

Geç On Dokuzuncu ve Erken Yirminci Yüzyıl Amerikan Stereograf Kartlarındaki Osmanlı İmgesi¹

Bahar Gürsel²

Middle East Technical University, Assistant Professor, Department of History Ankara, Turkey

Received- Accepted: 16.05.2020-02.06.2020

Research Article

Öz

Günümüzde toplumsal hafızadan neredeyse silinmiş olmalarına rağmen, stereograf kartları on dokuzuncu yüzyılın sonları ve yirminci yüzyılın başlarında özellikle Amerika Birleşik Devletleri ve ayrıca farklı Avrupa ülkelerinde sanal gerçekliğin prototipik örnekleri haline geldi. Bahsi geçen dönemde çok çeşitli stereografik görüntüler dünyanın her yerinden Batı ülkelerine ilk elden üç boyutlu görsel bilgi aktardı. On dokuzuncu yüzyılın son dönemleri sırasında ve yirminci yüzyılın başında Osmanlı İmparatorluğu, halkı ve kültürünün nasıl tasvir edildiğini ve algılandığını tespit etmek amacıyla bu makale, ilk olarak stereografi, stereoskop ve stereograf kartları tanımlarını yapacak, akabinde Birleşik Devletler’de esas olarak Keystone View ve Underwood & Underwood Stereograf Şirketleri tarafından piyasaya sürülmüş olan stereograf kartlarına odaklanacak ve ayrıca bu fotoğraflarda imparatorluk sınırları içindeki İstanbul, İzmir, Selanik gibi farklı şehirlerin tarihi ve gündelik hayatının nasıl yansıtıldığını inceleyecektir. Bu makale genel olarak, on dokuzuncu yüzyılın sonlarında ve yirminci yüzyılın başlarında Osmanlı İmparatorluğu’nun kültürel ve sosyal açılardan Amerikan halkına ilksel sanal gerçeklik yöntemi yoluyla nasıl aktarıldığını göstermeyi hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Stereograf Kartları, Amerika, Osmanlı İmparatorluğu, Görsel Betimleme

The Ottoman Image in Late Nineteenth- and Early Twentieth-Century American Stereograph Cards³

Abstract

Despite the fact that in the present day they are almost erased from public memory, stereograph cards were the prototypical examples of virtual reality in the second half of the nineteenth century and early twentieth century, especially in the United States and in several European countries. In the aforementioned period, a very wide range of stereographic images conveyed first-hand three dimensional visual information from all around the world to the Western countries. For the purpose of pinpointing how the Ottoman Empire, its people and culture were depicted and perceived immediately in the late nineteenth and early twentieth centuries, this paper will firstly provide the definitions of stereography, stereoscope and stereograph, and then it will concentrate on the stereograph cards which were issued in the United States, mainly by the Keystone View Company and Underwood & Underwood Stereograph Company, and will also examine the history and daily life of different Ottoman cities like İstanbul, İzmir and Thessaloniki which were portrayed in these photographs. In general, this article aims to demonstrate from which cultural and social perspectives the Ottoman Empire was portrayed to the American people in the late nineteenth and early twentieth centuries via the primary form of virtual reality.

Key Words: Stereograph Cards, America, Ottoman Empire, Visual Delineation.

¹ This article is analyzed by two reviewers and it is screened for the resemblance rate by the editor. (Bu makale iki hakem tarafından incelenmiş ve editör tarafından benzerlik oranı taramasından geçirilmiştir)

² bgursel@metu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8737-4096

³ Makale kapsamında stereograf kartları isimleri (The favorites of the harem, Constantinople, Turkey; Favorites of the Harem, Constantinople, Turkey; Feasting in the harem: typical costumes and furniture, Constantinople; Ice cream merchant, Constantinople, Turkey; The Jewish quarters, Constantinople, Turkey; Mosque of St. Sophia, Constantinople, Turkey; One of the world’s most famous bridges, S. W. from Galata to Stamboul, Constantinople; Street scene, Smyrna, Syria [i.e. Turkey]; A “meat shop on horse-back,” by an old Roman archway, Salonica, Turkey; Theatre at Ephesus (N. W.) where the mob cheered for Diana) dahil İngilizce birinci ve ikinci el kaynaklardan yapılan tüm tercüme yazara aittir.

Giriş

“Stereograflar; stereoskop denilen bir optik cihazla bakıldığında üç boyutlu etki yaratan fotoğraf türüdür” (Batzli, 1997, s. 1). İlk olarak on dokuzuncu yüzyıl Britanya’ında bilim çevrelerinde tanımlanıp üretilen bu fotoğraflar, kısa bir süre içinde Batı dünyasında en çok tercih edilen görsel kaynaklar arasında yerini aldı. Birleşik Devletler’de bu fotoğrafların üç boyutlu olarak pratik bir şekilde görülmesini sağlayan ve kolaylıkla erişilen cihazın icat edilmesini takip eden süreçte, stereograf kartlarının üretimi ve Amerikalı tüketiciler tarafından satın alınması önemli bir ivme kazandı. Yirminci yüzyılın ilk dönemlerine kadar etkisini sürdüren bu ilk sanal gerçeklik örnekleri eğlenceden eğitime, turizmden sanata ve savaşlara kadar çeşitli alanlara ait görsel kaynakların milyonlarca Amerikalı ve Avrupalı’ya ulaşmasını sağladı. Bu yazı, günümüzde toplumsal hafızadan neredeyse tamamen silinmiş olan stereograf kartlarında Osmanlı İmparatorluğu’nun ve halkının nasıl tasvir edildiğini aktaracaktır. Bu amaçla, geç on dokuzuncu ve erken yirminci yüzyıl Birleşik Devletleri’nin en önemli iki stereograf üreticisi olan ve birer eğlence unsuru olmalarının yanı sıra stereograf kartlarını kitlesel eğitim araçları haline getiren Keystone View ve Underwood & Underwood Stereograf Şirketleri’nin büyük sayılarda ve çeşitlilikte üretilen stereoskoplarla birlikte pazarladığı serilerde bulunan Osmanlı İmparatorluğu ile alakalı fotoğraflarda tercih edilen mekanlar, konular ve betimlemeler incelenecektir. Bu şekilde, on dokuzuncu yüzyılda vuku bulan siyasi, sosyal ve ekonomik gelişim ve değişimlere de bağlı olarak Batı kültürü ve gündelik yaşamında kendini iyice belirgin hale getiren oryantalist düşüncenin, stereograf kartlarına nasıl yansıtıldığı tartışılacaktır.

Sanal Gerçekliğin İlk Örnekleri: Stereograf Kartları

Stereograf kartları, Batı dünyasında özellikle 1870 ve 1930’lu yıllar arasındaki dönem boyunca hüküm sürmüş olsalar da, en etkin biçimde hem üretilip hem de tüketildikleri ortam Anglo-Amerikan dünyasıdır. Her ne kadar stereograf kartların yerleştirildiği elle tutulan görüntüleyici olan Amerikan stereoskopunu icat eden ve kolay kullanımı sebebiyle gündelik hayata kazandıran isim Dr. Oliver Wendell Holmes olsa da,⁴ stereografi kavramının ve ilgili prototipik yöntem ve cihazların yaratıcıları Britanyalı’ydı. Amerikalı taydaşları, aynı dönemde Birleşik Devletler’de hızla gelişen tüketici kültürüne de bağlı olarak, stereograf kartlarının hem çeşit hem de sayı olarak hızla çoğalmasını, üretilmesini ve toplumun her kesimi tarafından kolaylıkla satın alınmasını sağladı.

Stereografi kavramını icat eden bilim insanı ve mucit Sir Charles Wheatstone, “stereografik etki”yi; 1838 senesinde Büyük Britanya Kraliyet Cemiyeti’ne aynalı stereoskopunu tanıtırken, “tek bir objeye bakıldığında her iki gözün retinasına iki tane farklı resmin yansıtıldığını” belirterek ve “eğer obje yerine objenin düz bir yüzey üzerindeki yansıması aynı anda gözlere yansıtılırsa, görsel etkisi ne olur?” sorusunu sorarak gündeme getirdi (Zone, 2007, s. 7). 1849 yılında ise, kaleideskopun da mucidi olan “modern deneysel ışık biliminin babası” Sir David Brewster (www.brewstersociety.com), bu etkiyi bir fotoğraf tekniği (merceksel stereoskop) olarak geliştirdi. 1851 yılında düzenlenen Londra Fuarı kapsamında, Kristal Saray’da Kraliçe Victoria

⁴ Ünlü Birleşik Devletler Yüksek Mahkemesi Yargıç Oliver Wendell Homes, Jr.’ın babası olan Holmes, *The Atlantic*’in Haziran 1859 yılında yayımlanmış olan sayısı için hazırladığı “Stereoskop ve Stereograf” başlıklı yazısında konu hakkında ayrıntılı bilgi sunmuştur.

ve Prens Albert'ın çok beğendiği bir stereoskopik dagerreyotipi⁵ fotoğraf sergisi düzenlendi (Morton, 1998, s. 18). Bu yeni ve heyecan verici yöntem, 1854'te Birleşik Devletler'e Amerikan Stereoskopik Şirketi tarafından getirildi. İngiliz stereoskopunun pratik, kolay erişilen ve her yere taşınabilen alternatifi olan Amerikan stereoskopu ise Holmes tarafından 1859 yılında geliştirildi (Resim 1). On dokuzuncu yüzyılın oldukça kapsamlı bir biçimde görsel kaynaklarla belgelendirilen en önemli gelişmelerinden biri olan Amerikan İç Savaşı fotoğraflarında da stereografik teknik kullanıldı. Wheatstone'un tanımladığı etkiyi fotoğraflarla kanıtlayan stereograf kartlarında, aralarında 6 cm. bulunan çift lensli bir fotoğraf makinasıyla çekilen iki fotoğraf, yaklaşık 18 cm. genişliğinde ve 9 cm. yüksekliğinde sert bir kartona yerleştirildikten sonra, özel olarak tasarlanan bir tutucunun prizmatik lensleri sayesinde aynı anda her bir fotoğrafın sadece bir göz tarafından görülmesi sağlandı ve bu şekilde üç boyutlu bir etki yaratılmış oldu. Bu açıdan bakıldığında, İngiliz ve Amerikan çalışmaları profesörü Alan Trachtenberg'in deyiimiyle, stereografi sinema ve televizyon öncesi gelişen ilk görsel iletişim sistemi ve fotoğrafik kitle iletişim aracı haline geldi (1997, s. 17). Yarattıkları gerçekçi etki ve sundukları çeşitlilik, kartların toplum içinde çok popüler olmasına neden oldu. Stereograflar sayesinde milyonlarca Amerikalı, evlerinden veya okullarından ayrılmadan farklı kıtalarda çeşitli ülkelere sanal geziler düzenleyip değişik kültürleri tecrübe etti. Aynı zamanda bahsi geçen bu fotoğraflar, kurdukları "görsel temelli popüler kültür" (Godbey, 2012, s. 267) kapsamında, toplumu sundukları yanı(ş) "ilk izlenimler" yoluyla önemli bir derecede etkiledi (Batzli, 1997, s. 4). 1880'li yıllara gelindiğinde neredeyse her Amerikan hanesinde bir stereoskop ve çok sayıda stereograf kartı bulunmaktaydı (Batzli, 1997, s. 5).

Resim 1. Mısır gevreği kutusunda bulunan dört adet kupon karşılığında stereoskopun ve Başkan Theodore Roosevelt'in Yemin Töreni'ne ait kartların bedava verileceğini belirten gazete reklamı (*The Evening World*, 1905).



Kaynak: Chronicling America: Historic American Newspapers, Kongre Kütüphanesi.

Birleşik Devletler'de yirminci yüzyılın başında stereograf kartlarının popüler olmasını sağlayan iki önemli şirket bulunmaktaydı: Keystone View ve Underwood & Underwood. Kurucusu Albert Underwood'un

⁵ Fransız Louis-Jacques-Mandé Daguerre'ün Nicéphore Niépce ile birlikte 1830'larda geliştirdiği fotoğraf yöntemidir. Bu yöntemde fotoğraflar, bakır bir plakanın gümüş ile kaplanması, ışığa maruz kalması ve cıva buharına tutulduktan sonra bir tuz solüsyonuyla sabitlenmesiyle elde edilir. "Daguerreotype," *Britannica Academic*, erişim adresi:

<https://academic.eb.com/levels/collegiate/article/daguerreotype/28530?opensearch=daguerreotype>.

adını almış olan Underwood & Underwood Şirketi, “1880 ve 1920 yılları arasında Amerika ve Britanya’daki başlıca stereograf satıcısıydı” (Plunkett, 2013, s. 389). Keystone View Şirketi ise 1920 senesinde önemli bir hamle yaparak Underwood’un sahip olduğu bütün stereoskopik görüntüleri satın aldı ve pazarın en önemli şirketi haline geldi (Malin, 2007, s. 405). Bu iki şirketin biraraya getirip satışa çıkardığı kolayca erişilebilen stereograflar sayesinde, hem bazı kavramların tanımları değişti hem de fiziksel olarak ulaşılamayacağı düşünülen ve bilinen birçok yer gündelik hayat kapsamında ve insanların evlerinin içinde ulaşılabilir hale geldi. Örneğin, Underwood & Underwood yirminci yüzyılın başında, kartların sahiplerini farklı ülkelerde sanal seyahatlere çıkaran kutulu stereograf serileri yayımladı. Çok uzun yıllar boyunca sadece belirli bir üst sınıfın çıkabildiği “*Büyük Tur*” olarak adlandırılan seyahatlere tüm teferruatıyla ve stereograf kartlarıyla beraber satılan rehber kitaplar ve haritalar yoluyla birçok Amerikalı da kolaylıkla erişmiş oldu. Bu yeni “*sanal turizm*” hali seyahat tanımını değiştirmekle kalmadı, daha önceden Avrupa, Asya ve Orta Doğu’da bulunan ülkelere asla gidemeyeceklerini düşünen insanlara bu toprakları ayrıntılı bir biçimde tanıma şansı verdi (Parmeggiani, 2016, s. 232). Underwood & Underwood, fotoğrafın bilgi kazandırma konusundaki önemini vurgulayarak, stereoskopun eğitim amacıyla kullanılması fikrinin de en önemli savunucularından biri oldu (Stakelon, 2010, s. 416). Underwood & Underwood gibi, Keystone View Şirketi de rehber kitaplarla desteklediği setler hazırladı ve stereoskopun “*Amerikan medeniyetinin yayılması ve coğrafya gibi konuların öğretilmesi*” ve benzeri hususlarda önemli bir rolü olacağını vurguladı (Malin, 2007, s. 404). Aynı zamanda, Birinci Dünya Savaşı’nın patlak verdiği yıllardan itibaren 1930’lara kadar savaş ve cepheleriyle ilgili yüzlerce stereograf kartı da yayımladı. Keystone View Şirketi’ne göre, “*orta sınıf, modern ve Amerikalı olmak için stereoskopik cihazın ve onun sağladığı bakışla erişilen ideal vatandaşlığın tüketicisi olmak gerekiyordu*” (Malin, 2007, s. 418).

Osmanlı İmparatorluğu’nun Stereograf Kartlarında Betimlenmesi

On dokuzuncu yüzyılın sonu ve yirminci yüzyılın başında, müşterilerine dünyanın çeşitli köşelerinden farklı görsel referanslar sunan stereograf şirketlerinin fotoğraf koleksiyonlarında, Osmanlı topraklarında veya Osmanlı hakkında çekilmiş fotoğraflar da bulunmaktaydı. En kapsamlı sayısal stereograf kartları arşivlerinden birine sahip olan Birleşik Devletler Kongre Kütüphanesi’nde, “*Türkiye*” konu başlığı altında 1893 ve 1923 yılları arasındaki döneme ait yaklaşık yüz tane birinci el görsel kaynak bulunmaktadır. Farklı Osmanlı bölge ve şehirlerinde çekilmiş fotoğrafların bir kısmı kişilere ve gündelik hayata odaklanırken, kayda değer bir kısmı ise şehirler, anıtlar ve binalar hakkında bilgi vermektedir.

Birleşik Devletler’in Osmanlı coğrafyasına olan ilgisinin, şüphesiz 1800’lü yılların sonunda hızla gelişen tüketici kültürünün etkisiyle iyice belirgin hale gelen ve başta Uzak Doğu ülkeleri olmak üzere farklı toprakları kapsayan sömürgeci Amerikan hayalleri ve amaçlarıyla alakası vardı. Avrupa ve genelde Batı dünyasının “*öteki*” olarak tanımladığı Doğu, Batı’nın tamamen farklı imge, düşünce, kişilik ve tecrübesinin tanımlanmasına katkıda bulunarak Avrupa’nın “*maddi medeniyet ve kültürünün ayrılmaz bir parçası*” haline geldi (Said, 2014, s. 1-2). Amerika’nın yirminci yüzyıl boyunca popüler kültürüne derinlemesine nüfus etmiş olan Orta Doğu’yla alakalı “*öteki*” fikrinin doğuşu ise Birleşik Devletler’in on dokuzuncu yüzyılın başından itibaren

Osmanlı İmparatorluğu ile geliştirdiği ilişkilerle de bağlantılıydı. İki ülke arasındaki münasebetin ileri aşamaları üzerinde önemli bir etkisi olan ve 1800 ve 1918 yılları arasındaki dönemi kapsayan “uzun başlangıç” (Yılmaz, 2015, s. 10) süresince, Osmanlı-Birleşik Devletler ilişkilerinde olumlu gelişmeler “olumsuz eğilimlerin yıkıcı etkilerinden” daha fazla ön planda oldu (Erhan, 2004, s. 4).

Onsekizinci yüzyılın sonunda Doğu Akdeniz’in ticari ilişkiler ve kazanımlar açısından öneminin büyük olduğunu kavrayan Amerika’nın gemilerine Kuzey Afrika’da korsanların düzenlediği saldırıları takiben, bölgenin idari yönetimini elinde tutan Osmanlı İmparatorluğu ve Birleşik Devletler arasında bir iletişim gelişti. Kaptan William Bainbridge *George Washington* fırkateyniyle 19 Ekim 1800 tarihinde her ne Cezayir Dayısı Ömer’in zorlaması sebebiyle, Dayı’nın hediyelerini ve Cezayir elçisini İstanbul’a götürmek üzere yola çıkmış olsa da, bu ziyaretle Osmanlılar daha önce adını duymadıkları “Birleşik Devletler”in Kolomb’un keşfettiği “Yeni Dünya” olduğunu öğrendiler (Akçadağ, 2012, s. 135). On dokuzuncu yüzyılın başlarından itibaren Birleşik Devletler Doğu Akdeniz’deki ticaret faaliyetlerini Amerikalı tüccarlar kanalıyla genişletirken, 7 Mayıs 1830 tarihinde imzalanan Osmanlı-Amerikan Dostluk, Ticaret ve Seyr-i Sefain Anlaşması ile iki ülke arasında diplomatik ilişkiler resmen kuruldu. Birleşik Devletler, Türk-Amerikan ilişkilerinde çeşitli sorunlara yol açan misyonerlik faaliyetlerini ise American Board örgütünün (ABCFM) 1819 yılında Osmanlı topraklarını programına dahil etmesiyle başlattı (Akın, 2004, s. 457). 1821 yılında başlayan Yunan İsyanı’nın Amerikan kamuoyu tarafından desteklenmiş olmasının yanı sıra, 1890’lı yıllarda Osmanlı yönetimine karşı bir Ermeni ayaklanmasını kışkırtan Doğu Anadolu’daki misyonerlerin farklı dönemlerde Amerikan gazetelerine gönderdikleri mektuplar ve yazdıkları kitaplarda Birleşik Devletler’de Türkler’le ilgili olumsuz görüşlerin ve stereotiplerin ortaya çıkmasına sebep oldu (Erhan, 2004, s. 17). 1881-1885 yıllarında Başkan James Garfield tarafından Amerika’nın İstanbul elçiliği görevine atanmış olan *Ben-Hur* romanının yazarı Lewis Wallace, Sultan II. Abdülhamid ile kurduğu yakın dostluğun yanı sıra eşi Susan E. Wallace ile birlikte Osmanlı İmparatorluğu ve insanları hakkında Amerikan toplumuna oldukça olumlu bilgiler yansıttı.⁶ 1913-1916 döneminde Woodrow Wilson tarafından İstanbul’a elçi olarak atanan Henry Morgenthau ise, Birleşik Devletler’de on dokuzuncu yüzyılın sonlarına doğru iyice belirgin hale gelen Osmanlı aleyhtarlığına tarafsız olmayan yazılarıyla destek oldu (Köse, 2013, s. 56). Osmanlı İmparatorluğu’nun 1917 senesinde Amerika ile olan ilişkilerini resmen bitirmesiyle bahsi geçen “uzun başlangıç” dönemi, 1927 yılında Türkiye Cumhuriyeti ve Birleşik Devletler arasında ilişkiler yeniden inşa edilene kadar sona erdi. 1919 ve 1927 yılları arasında, Birleşik Devletler’in Yüksek Komiser’i Amiral Mark L. Bristol, Amerika’daki olumsuz Türk algısını değiştirmek ve iki ülke ilişkilerini yeniden inşa etmek için çaba gösterirken,⁷ New York’ta Osmanlı göçmenleri tarafından 1921 yılında kurulan ve “ilk Türk lobisi” (Akın, 2004, s. 474) olan Osmanlı Teavün Cemiyeti hem Birleşik Devletler’deki Türk göçmenlerini, hem de Anadolu’daki Milli Mücadele’yi destekledi.

⁶ Lew Wallace, yazar ve tarihçi Edwin A. Grosvenor’un *Constantinople* adlı eserinin 1895 baskısı için bir giriş yazısı hazırlamıştır. Susan E. Wallace’in da İstanbul’u ve gündelik hayatını ayrıntılı bir şekilde betimlediği, 1898 yılında yayımlanmış olan *Along the Bosphorus: And Other Sketches* adlı bir kitabı bulunmaktadır.

⁷ Ayrıntı için bakınız: İsmail Köse (2016). *Türk-Amerikan İlişkilerinin Şekillenmesinde Amiral Mark L. Bristol’un Rolü (1919-1927)*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.

Osmanlı-Amerikan ilişkilerinde bahsi geçen gelişmelerin vuku bulduğu geç on dokuzuncu ve erken yirminci yüzyılda yayımlanmış olan fotoğrafların bulunduğu Kongre Kütüphanesi Stereograf Kartları Koleksiyonu'nda göze çarpan Türkiye'ye dair ilk örneklerden biri, yaklaşık 1893 yılında Underwood & Underwood Şirketi tarafından piyasaya sürülmüş olan *Haremin gözdeleri, İstanbul, Türkiye* adlı fotoğrafır (Resim 2). On dokuzuncu yüzyıl oryantalizminin gerçek dışı imgelerle sıklıkla tasvir etmeye çalıştığı mekanlardan biri olan haremden çekildiği varsayılan bu resimde, ikisi yerde bir ibriğin ve nargilenin arasında oturmuş bir şekilde koyu bir sohbe dalmış üç cariye ile ayağa kalkmış ve mekanı terketmekte olan Doğulu bir erkek bulunmaktadır. Arkası dönük olan kadının açık saçlarıyla, gölgelerin arasında sedirin tavana yakın kısmına tünemiş olan tavus kuşunun kuyruğu arasında bir benzerlik kurulmuştur. Fotoğraf, gerçekçi olması maksadıyla mekanın asıl sahiplerinin haberi olmadan çekilmiş izlenimini veriyor olmasına rağmen, bahsi geçen dönemde herhangi bir hareme girmek mümkün olmadığı için, Batılı tüketicinin çok merak ettiği ama gözüyle görmesi imkansız olan haremin üç boyutlu bir şekilde canlandırılması amacıyla bir stüdyoda çekildiği aşikardır.

Resim 2. Haremin gözdeleri, İstanbul, Türkiye



Kaynak: Kongre Kütüphanesi.

Geç on dokuzuncu ve erken yirminci yüzyıl görsel sanatında sıklıkla rastlanan bu klişe örneğin tekrarları stereograf kartlarında da bulunmaktadır. Örneğin, 1900 yılında aynı şirket tarafından aynı isimle satışa sunulmuş olan bir kartta, aynı imgeler çok daha abartılı bir şekilde kullanılmıştır. Bir saraydan ziyade büyük bir çadırın içini yansıtmış izlenimi yaratan dekorun çok daha fazla gerçekdışı olmasının yanı sıra, sayısı dörde çıkmış olan cariyelerin ikisinin gülümseyen yüzleri bu fotoğrafta doğrudan kameraya dönüktür. Abartılı türbanı ve kaftanıyla bir sultan imgesi yaratmak amacıyla resmedilmiş olan tek erkek ise arka planda içeriye yeni girmekte olan bir başka güleryüzlü cariyenin elini tutmaktadır.⁸ 1913 tarihli olduğu düşünülen *Haremden ziyafet: Tipik*

⁸ *Haremin gözdeleri, İstanbul, Türkiye*, erişim adresi: <https://www.loc.gov/item/2002736695/>.

kostümler ve mobilya adlı Underwood & Underwood Şirketi tarafından satışa çıkarılmış olan karttaki stüdyo fotoğrafı ise, duvar halılarının önünde yer sofrasına oturmuş ve çok mutlu bir şekilde yemek yiyen üç kadın ve bir erkeği resmetmektedir (Resim 3). Diğer iki örnekten farklı olarak bu görselde, hayali bir sarayın içinde konumlandırılmış farazi bir haremde ziyade, sıradan bir Osmanlı evinde, gündelik hayatın içinde bir ailenin nasıl yaşayabileceği tasvir edilmeye çalışılmıştır. Bu görseller genel olarak incelendiğinde, bahsi geçen zaman dilimi süresince stereograf kartlarında da hayali dünyaları gerçek dışı ortamlar ve kişiler yoluyla Batılı tüketiciye sunan ve onların zihninde aslında var olmayan bir Doğulu özel alanı yaratan oryantlizmin etkisinin yadsınamayacak derecede önem taşıdığını belirtmek isabetli olacaktır.

Resim 3. Haremde ziyafet: Tipik kostümler ve mobilya



Kaynak: Kongre Kütüphanesi

Oryantalizmin etkisiyle fotoğraf stüdyolarında, fotoğrafçıların hayal gücüyle yaratılan iç mekanlarda çekilen hayali harem fotoğraflarının dışında, Amerika'da 1800'lerin sonu ve 1900'lü yılların başında yayımlanmış olan Osmanlı İmparatorluğu ile ilgili dış mekanları betimleyen stereograf kartları da bulunmaktadır. Bahsi geçen bu görseller sıklıkla İstanbul'la özdeşleşmiş yer ve binaları yansıtmış olsa da, imparatorluk sınırları içindeki çeşitli şehirlerde çekilmiş fotoğrafların üç boyutlu betimlemelerine de rastlanmaktadır. Bu birinci el görsel kaynakların büyük bir kısmının hangi fotoğrafçı tarafından çekilmiş olduğu bilinmiyor olmasına rağmen, bazılarının hangi isimlere ait olduğu kayıtlarda belirtilmiştir. Osmanlı İmparatorluğu ile alakalı dış mekan fotoğraflarını çekmiş olan kayda değer isimlerden biri olan, görsellerinin üç boyutluluk özelliğini daha fazla yansıtmak için çektiği fotoğraflarında ön planı belirgin bir şekilde vurgulayan Benjamin West Kilburn'un (1827-1909), 1901 yılında geçirdiği rahatsızlıktan sonra Keystone View Şirketi'ne satılmış olan stereograf kartları bulunmaktadır (Hannavy, 2007, s. 796). Üç ayaklı bir fotoğraf sehпасı yerine bir silah kundağına yerleştirerek

omzunun üzerinde taşıdığı ve “*tabanca kamera*” adını verdiği fotoğraf makinesiyle Başkan Grover Cleveland’ın Yemin Töreni, 1893 Chicago Kolomb Dünya Fuarı, İspanyol-Amerikan Savaşı, Çin’deki Boxer Ayaklanması ve Güney Afrika’daki Boer Savaşı gibi birçok önemli olaya tanıklık etmiş olan Kilburn (Hannavy, 2007, s. 796), mesleki hayatı boyunca farklı kıtaları ve ülkeleri ziyaret etmiş ve buraların gündelik hayatını ve kültürel yaşamını, daha önce bahsi geçen stüdyo fotoğraflarından nispeten daha gerçekçi ve etkili bir biçimde kartları satın alan Amerikalı tüketicilere yansıtmayı başarmıştı. Kilburn’un Kongre Kütüphanesi Arşivi’nde bulunan Osmanlı İmparatorluğu ile ilgili stereograf kartları, değişik sosyal sınıflar ve gruplara mensup insanların betimlemeleriyle dönemin gündelik hayatı hakkında daha önce bahsi geçen stüdyo fotoğraflarına göre daha gerçekçi ve objektif bir bakış açısı sunmaktadır. Keystone View Şirketi’ne satılmadan önce, 1898 yılında piyasa sürülen *Dondurma satıcısı, İstanbul, Türkiye* isimli stereograf kartında Kilburn, eski bir binanın önünde iki küçük çocuğa dondurma veren satıcıyı resmetmiştir. Sandalyede oturan ve kız kardeşinden daha büyük olduğu belli olan fesli erkek çocuğu, kardeşine bir kaşıkla dondurma vermektedir. Binanın önünde ise iki adam durmaktadır. Fotoğrafın arka planındaki adam ve iki çocuk başka yerlere bakarken (kız çocuğunun arkası dönüktür), çocuklara sattığı dondurmanın yarattığı sevinci izleyen dondurmacı hafifçe gülümseyen bir yüzle çocuklara doğru, çocukların arkasında duran genç adam ise satıcıya bakmaktadır. Fotoğrafın üç boyutlu bir stereograf kartta kullanılmış olduğu göz önüne alındığında, resimde öne çıkan ayrıntının merkezinde dondurma satıcısı, eski ve boyaları dökük bir bina ve aynı derecede eskimiş kıyafetler giymiş olan insanlar bulunmaktadır. Farklı yaş gruplarını temsil eden erkeklerin üçünü betimleyen gündelik hayat objesinin ise fes olduğu dikkat çekmektedir (Resim 4).

Resim 4. Dondurma satıcısı, İstanbul, Türkiye.



Kaynak: Kongre Kütüphanesi.

Kilburn’un İstanbul ile alakalı daha az bilinen bir diğer stereograf kartı ise yine 1898 yılında yayımlanmış olan ve bir İstanbul mahallesindeki gündelik hayattan canlı bir kesit sunan *Yahudi mahallesi, İstanbul, Türkiye* isimli fotoğraftır. Kilburn bu resimde, insanlardan çok binalara, yollara ve gündelik hayata odaklanmış ve ahşap evlerin pencelerinde asılı perdeler ve arnavut kaldırım yollar gibi ayrıntıları izleyiciye

sunmuştur. Birbirine benzeyen binalar nerede bittiği belli olmayan bir yere kadar uzanmaktadır. Yolun ortasında sırtındaki yüküyle satıcı olduğu izlenimi yaratan yaşlı bir adam ve önünde de bir köpek durmaktadır. Evlerin pencelerinden sarkan kadınlar ise farklı yerlere odaklanmış bir şekilde yoldaki diğer kadınlarla konuşmakta ya da köpeğe bakmaktadır. Dingin bir hareketliliği izleyicisine yansıtan resmin sol köşesinde ise yansı görünen fesli çocuğun gözü fotoğrafçının arkasında bir yere takılmıştır. Üç boyutlu etki yaratacak olan iki kartın sağ taraftaki kopyasında ise çocuk resimden silinmiştir. Kilburn'un bu fotoğrafta bir dini gruba has özellikler yerine İstanbul'a has şehir hayatının belirli özellikleri ve öğelerini yansıtmak istediği anlaşılmaktadır (Resim 5).

Resim 5. Yahudi mahallesi, İstanbul, Türkiye.



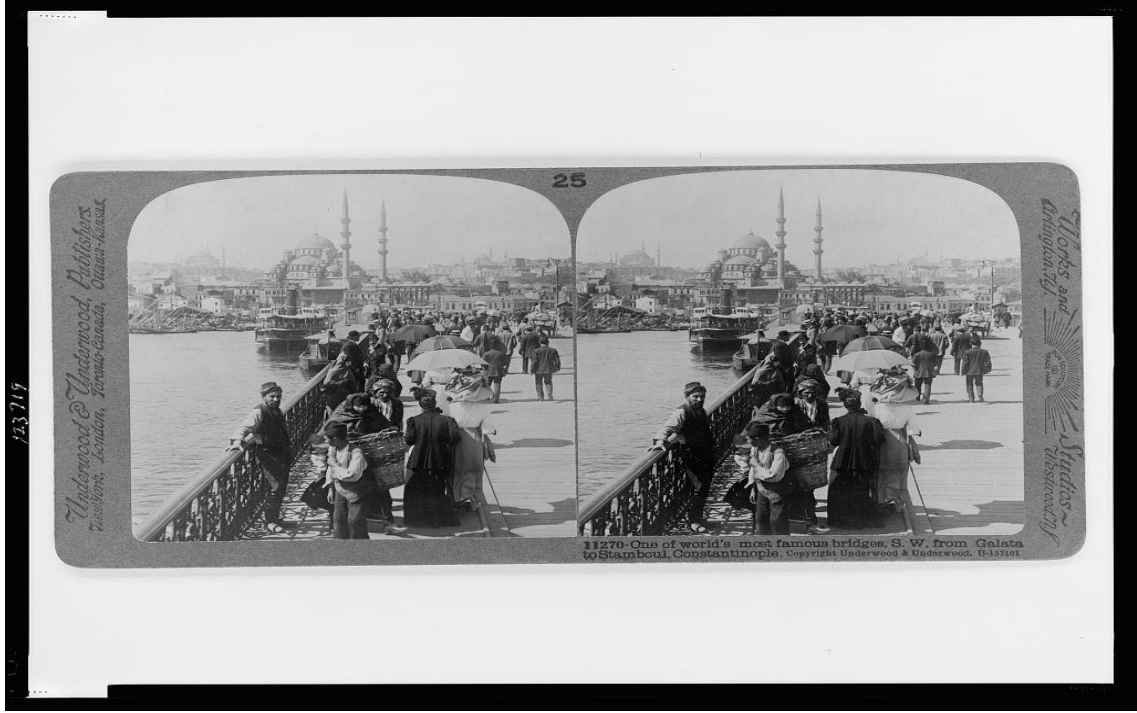
Kaynak: Kongre Kütüphanesi.

Geç on dokuzuncu ve erken yirminci yüzyılda Osmanlı topraklarını ziyaret edip farklı mekanları resmetmiş olan ve isimlerine Kongre Kütüphanesi'ndeki stereograf kayıtlarında rastlanmayan fotoğrafçılar, çok büyük olasılıkla Keystone View ve Underwood & Underwood gibi şirketler tarafından belirlenmiş görevler kapsamında Avrupa ve Orta Doğu gezileri düzenlemiş, İstanbul'un özellikle tarihi yarımadasında fotoğraflar çekmiş ve bu görseller Birleşik Devletler'de stereograf kartları olarak satılmıştır. Dönemin bu üç boyutlu popüler "sanal turizm" gezilerinde ön plana çıkan mekanlardan biri Aya Sofya Camii'dir. Örneğin, 1919 yılında yayımlandığı düşünülen Keystone View Şirketi'ne ait bir stereograf kartında Aya Sofya ile ön planda yürüyen ve bir at arabasıyla gezen İstanbullular'ın fotoğrafı kullanılmıştır.⁹ Underwood & Underwood Şirketi'ne ait olan ve yaklaşık 1913 senesinde piyasaya sürülen stereografa ise "dünyanın en meşhur köprülerinden biri" olan Galata Köprüsü görülmektedir ve günün kalabalık bir saatinde şehrin bu önemli mıntıkasının nasıl olduğu karta bakan kişiye hareket duygusu çok iyi bir şekilde hissettirilerek yansıtılmıştır. Arkada Yeni Cami'nin görüldüğü resimde köprü'nün üstü oldukça kalabalıktır ve güneşten korunmak için çeşitli renklerde şemsiyeler açmış olan farklı

⁹ *Aya Sofya Camii, İstanbul, Türkiye*, erişim adresi: <https://www.loc.gov/item/99471975/>.

milletlerden insanlar yürümektedir. Çarşafli bir kadının yanından geçmekte olan Batılı kadınların sırtları fotoğraf makinasına dönüktür. Köprüye yaslanmış olan adam ise, en önde yürüyen hamaldan farklı bir şekilde kameraaya doğru bakmaktadır (Resim 6).

Resim 6. Dünyanın en meşhur köprülerinden biri, G. B. Galata'dan Stamboul'a, İstanbul



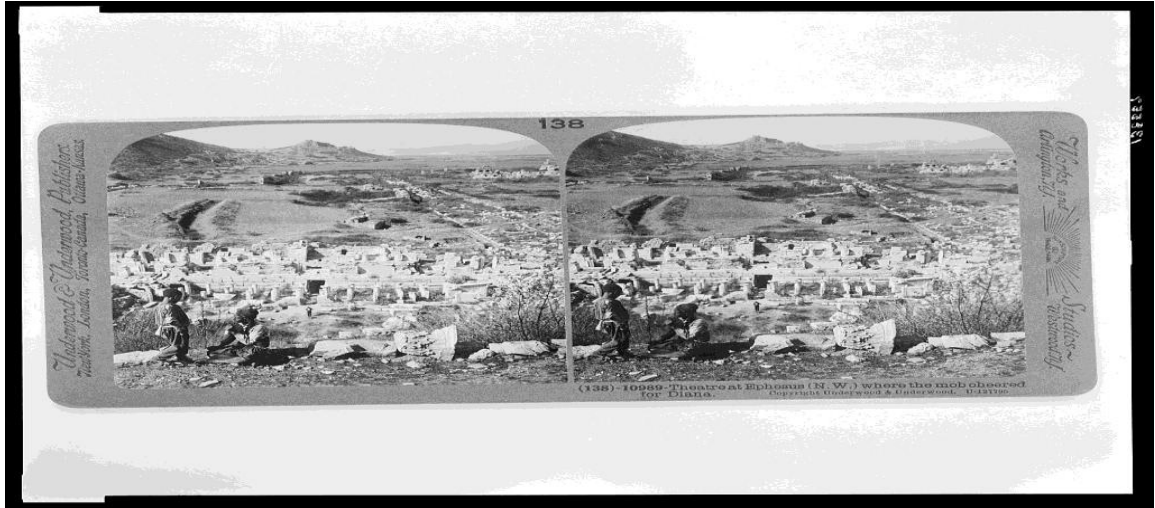
Kaynak: Kongre Kütüphanesi.

Bahsi geçen döneme ait Amerikan stereograf kartları arasında İstanbul dışındaki imparatorluk şehirlerini Amerikalı meraklılarına sunan fotoğraflar da bulunmaktadır. Şüphesiz İzmir bu kentlerin başında gelmektedir ve farklı şekilde kartlara yansıtılmıştır. İzmir'e ait panoramik betimlemeler ve liman fotoğraflarının yanı sıra gündelik hayata dair tasvirler de bulunmaktadır. Örneğin, 1906 yılında yayımlanmış ve üzerine yanlış bir şekilde "Suriye" ibaresi eklenmiş olan bir stereograf kartta, sokakta panjurları kapalı bir binanın önünde keçilerinden birini sağan ve yüzü görünmeyen fötr şapkalı bir adam ve arkada elleri belinde kameraaya bakan bir erkek çocuk bulunmaktadır.¹⁰ Verilebilecek diğer örneklerden biri ise, yaklaşık 1903 senesinde piyasaya sürülmüş olan ve Selanik'te gündelik hayatın nasıl olduğunu yansıtan stereograf kartıdır. Fotoğrafta at sırtında et satan bir kasabın etrafında biriken yetişkin ve çocuklardan oluşan bir grup bulunmaktadır. Kameraaya bakan müşterilerin çoğunluğu feslidir, bir erkek çocuğu ise şapka takmaktadır. Stereografin hem görsel hem de yazılı olarak vurguladığı ayrıntılar, "at sırtında et dükkamı" ve resmin arka planını kaplayan binaların ortasında duran antik Roma kemeridir (Resim 7).

¹⁰ Sokak manzarası, İzmir, Suriye [Yani Türkiye], erişim adresi: <https://www.loc.gov/item/200963228/>.

Resim 7. Bir Roma kemerinin yanında “at sırtında et dükkanı”, Selanik, Türkiye.**Kaynak:** Kongre Kütüphanesi.

Osmanlı'nın resmedildiği stereograf kartlar arasında Antik Yunan ve Roma tarihini anımsatmak için hazırlanmış olanları da kayda değer sayıdadır. Bu sınıflandırma için verilebilecek bir örnek Efes ile ilgilidir (Resim 8).

Resim 8. Kalabalığın Diana için tezahürat yaptığı Efes Tiyatrosu (K. B.).**Kaynak:** Kongre Kütüphanesi.

Efes Tiyatrosu'nu kuzeybatı yönünden gösteren fotoğraf, harabelerin bir zamanlar Romalılar'ın vahşi doğa ve av tanrıçası olan Diana¹¹ için tezahürat yaptığı bir mekan olduğunu anımsatmaktadır. Stereograf tanrıçanın tabiat ile olan bağlantısını çağrıştırır bir şekilde doğa ile harabeleri bir araya getirmiştir. Resmin arka kısmında, harabelerin önünde tek başına duran bir adam seçilmektedir. Yukarıda ise yerde oturan genç bir adamın

¹¹ Tanrıçanın Antik Yunan'da ismi Artemis'tir.

yanında bir erkek çocuğu durmakta ve sağ taraflarında Amerikalılar'ın öykündüğü ve kendi geçmişleriyle özdeşleştirdiği Roma İmparatorluğu'nu hatırlatan bir korint sütun başlığı bulunmaktadır.

Sonuç

On dokuzuncu yüzyıl, Osmanlı İmparatorluğu ve Amerika Birleşik Devletleri'nin aralarındaki resmi ilişkileri başlattığı dönem oldu. Her ne kadar fiziksel olarak birbirlerinden çok uzak ülkeler olsalar da, dönemin getirdiği siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel değişimler farklı açılardan Osmanlı ve Amerikan devletlerini birbirine yaklaştırdı. Amerikalılar'ın Osmanlı'ya bakış açısı, Batı'nın Doğu'yu ötekileştirerek ve kendisine göre tanımlayarak betimlediği oryantalist düşüncenin etkisi altında gelişti. Uzak, egzotik ve çok farklı zenginliklere sahip olan Osmanlı İmparatorluğu, tüm Batılılar gibi Amerikalılar'ın da keşfetmek istediği bir yer haline geldi. Aynı zamanda, 1820'li yıllardan itibaren misyonerler tarafından başlatılan propaganda kapsamında, Amerikalılar'ın zihninde Türkler hakkında olumsuz fikir ve imgeler geliştirildi. On dokuzuncu yüzyılın sonları ve yirminci yüzyılın ilk dönemlerinde, Avrupa ve de özellikle Birleşik Devletler'de toplumun her katmanını görsel olarak etkilemiş olan stereograf kartları, Batı dünyasına Osmanlı İmparatorluğu ve halkı hakkında görsel ve de oldukça yanlış bilgiler taşıdı. “*Sanat ve bilim ile bir araya getirildiğinde oryantalizm Batı için fotoğraf sayesinde Doğu'ya ilişkin geniş bir 'bilgi' dağarcığı üretti*” (Gülaçtı, 2018, s. 86). Batı'nın Osmanlı İmparatorluğu hakkında yaratmış olduğu hayali dünyaya dair yanlış kanılar, stereograf kartlarının yarattığı üç boyutlu evrende kendini çok daha etkili bir şekilde gösterdi. Batılı'nın dimağına uzun zaman önce yerleşmiş olan farazi harem kavramı, bu fotoğraflarda bir defa daha gerçekten uzak bir kapsamda Amerikalı tüketiciye sunuldu. Orta Doğu'yu ziyaret eden fotoğrafçılar, yollarının üzerinde rastladıkları anıtları ve harebeleri kendi geçmişlerinin birer parçası olarak görürken, bu coğrafyada yaşayan insanları fotoğraflarında isimleri belli olmayan ırksal ve kültürel stereotiplere dönüştürdü ve “*şanlı bir geçmişin yozlaşmış veya değersiz halefleri*” olarak gösterdi (Hannosh, 2016, s. 6). Bu durum, Batılı fotoğrafçıların ziyaret edip resimlerini çektiği tüm “öteki” millet ve kültürler gibi Osmanlı İmparatorluğu için de geçerliydi. Birleşik Devletler'de gerçekleştirmek istedikleri “*sanal turizm*” gezileri kapsamında uzunca bir müddet milyonlarca Amerikalı tarafından satın alınıp ilgiyle incelenmiş olan birçok stereograf kartında, Amerikan şehirlerinden ve günlük yaşamından oldukça değişik olan ve bu yüzden ilgi uyandıran Osmanlı şehirlerindeki medeniyet ve çok kültürlü gündelik hayatı vurgulayan dış mekanlar, binalar ve insanlar betimlendi. Fakat yansıtılan bu hayranlık ve ilginin yanı sıra Batı'nın Doğu'ya bakış açısında saklı olan ötekileştirme ve olumsuz özelliklerle bağdaştırma dürtüsü de güçlü bir şekilde hakim olmaya devam etti. Edward Said'in deyimiyle “*hayali Doğu*” bir sembolden çok her zaman bir imge ve görsel bir betimleme oldu (Kalmar, 2012, s. 27). Diğer birçok görsel araçta vurgulandığı gibi, ilerleyen zamanlarda hakim olmaya devam edecek olan ve “*ötekini*” betimleyen olumlu ve olumsuz imge ve stereotipler modern zamanların ilk sanal gerçeklik aracı olan stereograf kartlarında da kendilerini açık bir şekilde gösterdi.¹²

¹² Osmanlı'da Avrupa'nın nasıl betimlendiğini incelemek için bakınız: İbrahim Şirin (2006). *Osmanlı imgeleminde Avrupa*. Ankara: Lotus Yayınları.

Kaynakça

- [1] Akçadağ, Gökür (2012). Akdeniz’de Türk-Amerikan ticari ilişkilerinin başlamasında Kaptan William Bainbridge’in İstanbul seyahatinin önemi. *Tarih Dergisi*, 54 (2011/2), 121-148.
- [2] Akın, Veysi (2004). Amerika’da ilk Türk lobisi: Türk Teavün Cemiyeti (Turkish Welfare Association), *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 20, no 59, 453-521.
- [3] *Aya Sofya Camii* (y.1919). [Fotoğraf]. Erişim adresi: <https://www.loc.gov/item/99471975/>.
- [4] Batzli, Samuel A. (1997). *The visual voice: ‘armchair tourism,’ cultural authority and the depiction of the United States in early twentieth-century stereographs* (Yayımlanmamış doktora tezi), Urbana-Champaign Illinois Üniversitesi, ABD.
- [5] *Bir Roma kemerinin yanında “at sırtında et Dükkanı”*, *Selanik, Türkiye* (1903). [Fotoğraf]. Erişim adresi: <https://www.loc.gov/item/2018650393/>.
- [6] *Dondurma satıcısı, İstanbul, Türkiye* (y.12 mart 1898). [Fotoğraf]. Erişim adresi: <https://www.loc.gov/item/2006679647/>.
- [7] *Dünyanın en meşhur köprülerinden biri, G. B. Galata’dan Stamboul’a, İstanbul* [y.1913]. [Fotoğraf]. Erişim adresi: <https://www.loc.gov/item/99471966/>.
- [8] Erhan, Çağrı (2004). Main trends in Ottoman-American relations. Mustafa Aydın ve Çağrı Erhan. *Turkish-American relations: Past, present and future* içinde (3-25). New York ve Londra: Routledge.
- [9] Godbey, Emily (2012). ‘Terrible fascination’: Civil War stereographs of the dead. *History of Photography*, 36, no. 3, 265-274. doi:10.1080/03087298.2012.672225.
- [10] Gülaçtı, İsmail Erim. Oryantalizmin ellerindeki fotoğraf: Osmanlı Devleti’nin 19. yüzyıl fotoğrafçılığında ‘öteki’nin mikrokozmosu olarak yansması. *Art-Sanat Dergisi*, 10, 81-120.
- [11] Hannavy, John (2007) . *Encyclopedia of nineteenth-century photography*. 1. cilt. New York ve Londra: Routledge.
- [12] Hannoosh, Michèle (2016). Practices of photography: circulation and mobility in nineteenth-century Mediterranean. *History of Photography*, 40, no. 1, 3-27. doi:10.1080/03087298.2015.1123830.
- [13] *Haremde ziyafet: tipik kostümler ve mobilya* (y.23 Mayıs 1913). [Fotoğraf]. Erişim adresi: <https://www.loc.gov/item/2003653814/>.
- [14] *Haremin gözdeleleri, İstanbul, Türkiye* (y.10 Ocak 1900). [Fotoğraf]. Erişim adresi: <https://www.loc.gov/item/2002736695/>.
- [15] *Haremin gözdeleleri, İstanbul, Türkiye* (y.1893). [Fotoğraf]. Erişim adresi: <https://www.loc.gov/item/2003671186/>.

- [16]Kalmar, Ivan (2012). *Early orientalism: Imagined Islam and the notion of sublime power*. New York ve Londra: Routledge.
- [17]"Kaleydeskopun mucidi". Brewster Cemiyeti. Erişim adresi: <https://brewstersociety.com/kaleidoscope-university/sir-david-brewster/>.
- [18]*Kalabalığın Diana için tezahürat yaptığı Efes Tiyatrosu (K. B.)* (y.1911). [Fotoğraf]. Erişim adresi: <https://www.loc.gov/item/2009632273/>.
- [19]Köse, İsmail (2013). İstanbul büyükelçisi H. Morgenthau'nun Türk algısı, *Tarih Dergisi*, 56(2012/2),55-85.
- [20]Malin, Brenton J (2007). Looking white and middle-class: Stereoscopic imagery and technology in the early twentieth-century United States. *Quarterly Journal of Speech*, 93, no. 4, 403-424. doi:10.1080/00335630701593998.
- [21]Morton, Marilyn Faye (1998). *The social stereoscope: Issues in American cultural history* (Yayımlanmamış doktora tezi), Emory Üniversitesi, ABD.
- [22]Parmeggiani, Paolo (2016). From Grand Tour to virtual tour: Italy through the stereoscope in 1900. *Visual Studies*, 31, no. 3, 231-247. doi:10.1080/1472586X.2016.1209985.
- [23]Plunkett, John (2013). 'Feeling seeing': Touch, vision and the stereoscope. *History of Photography*, 37, no. 4, 389-396. doi:10.1080/03087298.2013.785718.
- [24]Saïd, Edward W. (2014). *Orientalism*. New York: Knopf Doubleday Publishing Group.
- [25]*Sokak manzarası, İzmir, Suriye [yani Türkiye]* (y.1906). [Fotoğraf]. Erişim adresi: <https://www.loc.gov/item/2009632287/>.
- [26]Stakelon, Pauline (2010). Travel through the stereoscope. *Media History*, 16, no. 4, 407-422, doi:10.1080/13688804.2010.507476.
- [27]Trachtenberg, Alan (1989). *Reading American photographs: Images as history, Mathew Brady to Walker Evans*. New York: Hill and Wang.
- [28]*The Evening World*, New York (5 Temmuz 1905). Erişim adresi: <https://chroniclingamerica.loc.gov/lccn/sn83030193/1905-07-05/ed-1/seq-3/>.
- [29]*Yahudi mahallesi, İstanbul, Türkiye* (y.12 Mart 1898). [Fotoğraf]. Erişim adresi: <https://www.loc.gov/item/2006679648/>.
- [30]Yılmaz, Şuhnaz (2015). *Turkish-American relations, 1800-1952: Between the stars, stripes and the crescent*. New York ve Londra: Routledge.
- [31]Zone, Ray (2007). *Stereoscopic cinema and the origins of 3-D film, 1838-1952*. Lexington: The University Press of Kentucky.