

KURGU ÇAĐINDA GERÇEKLİĞİN MANİPULASYONU, POPÜLER KÜLTÜR VE “PHOTOSHOP”

Göknur BOSTANCI EGE

Öz

Günümüzde imaj manipölasyonu popüler kültürün en önemli unsurlarından biri haline gelmiştir. Fotoğrafların dijital olarak değiştirilmesi konusundaki gelişmeler hayatımıza “fotoşoplama” ve “fotoşoplu” gibi yeni kavramları getirmiştir. Bütün bunların medya güvenilirliğini azaltma, sağlıksız beden imajı yaratılması, aldatıcı bilgi yayılması, tüketim kültürüne hizmet etme gibi sosyal kültürel, psikolojik, ekonomik, siyasi ve yasal açılardan pek çok sonuçları vardır.

Anahtar kelimeler: Popüler kültür, İmaj manipölasyonu, Photoshop, Görsel kültür, Sosyal medya, Beden imajı, Yeni medya

The Manipulation of the Reality in the Age of Fiction, Popular Culture and “Photoshop”

Abstract

Today, image manipulation has become an essential part of the popular culture. The developments in digital alteration of photographs, brought new concepts like “photoshopping” and “photoshopped images” into our life. These has many consequences in social, cultural, psychological, economic, political and legal aspects such as to reduce media reliability, to create unhealthy body images, spread deceptive information, subserve for consumption culture

Keywords: Popular culture, Image manipulation, Photoshop, Visual culture, Social media, Body image, New media

Giriş

Uzun yıllar, bilimin kurguyla değil, olguyla ilgilendiği fikrinden hareketle bilimin alanı dışında tutulan ve sanatın konusu olarak kabul edilen kurgu, kurgu ve olgu arasındaki sınırın giderek belirsizleşmesiyle, bilimsel çalışmaların her geçen gün daha fazla ilgi alanına girmeye başlamıştır. Bilimkurgunun bilime esin kaynağı olduğu dikkate alındığında, kurgu ve olgu arasında aslında hiçbir zaman pozitivist bilimin öngördüğü kadar kalın ve katı duvarlar olmadığı, bu sınır üzerinde her zaman karşılıklı geçişler olduğu görülür. Ancak bugün kurgunun sanat alanından çıkıp, tamamen yaşamın içinde yer almaya başladığı, bir dijital, kurgu çağında yaşamaktayız. Kurgu, olgu karşısında giderek üstünlük

kazanırken, bunu büyük ölçüde artan dijitalizasyona ve bilgi ve iletişim teknolojilerine borçludur. Bu süreçte, görüntü manipülasyonu ve fotoşop kültürü, gerçekliğin yeniden kurgulanarak, dönüştürülmesine yol açan bir fenomen haline gelmiştir.

Photoshop ve Fotoğraf İşleme

Öncelikle bugün popüler kültürün önemli bir parçası haline gelmiş “fotoşop (photoshop) ve fotoşoplama (photoshopping)” terimleri üzerinde biraz durmak gerekmektedir. “Photoshop” resim işleme ve imaj manipülasyonu konusunda yaygın olarak kullanılan bir yazılım olmakla birlikte, bu konuda -yaygın olarak kullanılan tek yazılım değildir. Ancak -selpak ve neskafe örneklerinde olduğu gibi- fotoşop* sözcüğü, hangi yazılım kullanılırsa kullanılsın, her türlü fotoğraf “edit” işlemini ve “imaj manipülasyonu”nu ifade eden bir terim haline gelmiştir. Terim o kadar yaygınlaşmıştır ki bir fotoğrafın manipüle edildiğini ifade etmek için “fotoşoplu” ya da fotoşoplanmış” (photoshopped) gibi, bu terimden üretilmiş sıfatlar kısaltılarak “şoplu” ya da “şoplanmış” (Shopped) şeklinde ifade edilir olmuştur. Knoll kardeşler bu macerayı 1988 yılında başlattığında bugün geleceği noktayı hayal edebilmişler miydi bilinmez ama , “photoshop”un ilk versiyonunun çıktığı 1990 yılından bu yana, çeyrek asırdan uzun bir geçmişe sahip bu serüven, sadece tasarımcıları, fotoğrafçıları, görsel malzemeyi konu alan her türlü uzmanlık alanının profesyonellerini değil, sıradan bireyleri de ilgilendiren önemli bir fenomene yol açmıştır.

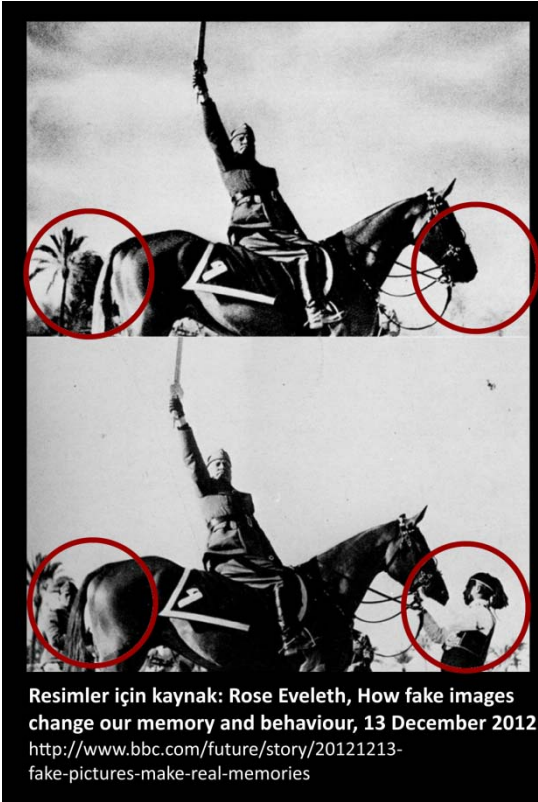
Gerçek görüntüyü (gerçeği) manipüle etme ihtiyacı, fotoğrafın dijitalize olmasından çok önceye dayandığı için, resim/fotoğraf işlemenin geçmişi “photoshop”tan çok daha eski bir geçmişe sahiptir. Karanlık oda fotoğrafçılığının rötuş teknikleri görüntünün manipülasyonu konusunda dönemin ihtiyacına hizmet ederken, istenmeyen benleri, çilleri, yüzdeki kusurları silebilmekte, hatta siyah beyaz fotoğrafları renklendirebilmekteydi. Bu elbette elle yapılan bir sanattı ve fotoğrafçının “pipitri” ya da “pipitre” olarak adlandırılan ışıklı şeffaf bir tezgâh üstünde, kimyasal sürülerek yumuşatılmış negatifin üzerinde ucu ince zımparalarla iyice inceltilmiş HB kurşun kalemle kullanılarak fotoğrafın işlenmesi, ya da özel kimyasallardan oluşan boyalarla adeta ressam gibi renklendirilmesi işlemlerini içermekteydi. Ancak tabii ki bundan ibaret değildi, görüntülerin üst üste bindirilerek yeni bir kurgusal gerçeklik yaratılması da bu rötuş teknikleri yardımıyla mümkün olabiliyordu. Mahallenizdeki fotoğrafçı dükkanı sadece fotoğrafın çekildiği yerler değildi adeta ressam atölyeleri gibiydi. Yetenekli fotoğrafçılar sanatlarını öyle bir icra ediyorlardı ki bir fotoğrafın üzerinde oynandığı çok fazla anlaşılmıyordu. Ancak kötü rötuşlar o dönemler için fotoğrafın kişisel tarih ve aile hatıraları açısından son derece az bulunan ve

* Adı geçen yazılımdan söz edildiğinde özel ad olduğu için sözcüğün İngilizce yazılışı kullanılırken, yine söz konusu yazılımın isminden türetilerek kavramlaşmış terim ve ifadeler yer verilirken kullanım dili olan Türkçedeki yazılışlarına yer verilmiştir

de çok kıymetli bir şey olduğu dikkate alındığında, bazen muhtemelen bir felakete dönüşebiliyor, fotoğrafçının kalemle yaptığı çizgiler yüzlerde izlenebiliyor, renklendirmeler gerçekliğe uygun olmayabiliyor, güzelim fotoğrafı karikatür haline getirebiliyordu.

Bugün sayıları oldukça azalan stüdyo fotoğrafçıları açısından durum çok farklı değil, ancak artık kullanılan teknoloji çok farklı. Her şeyden önce fotoğraf çekimi açısından stüdyo ve karanlık oda gibi temel unsurlar artık ya tamamen terkedilmiş ya da çok farklı bir anlam kazanmış durumda. Düşün mezuniyet, gibi özel günler için çekilen fotoğraflar bile büyük ölçüde stüdyo dışında çekildiği için, bu fotoğrafçılarda stüdyo sadece birkaç poz özel gün hatırası ve vesikalık çekimi yapılan bir mekâna dönüşmüştür, hasır bir iskemle, bir vazod çiçek, çeşitli fon resimleri gibi materyaller yerini, daha sonra resmin manipülasyonuna daha fazla imkân verecek, tek bir fon ve çeşitli ışık oyunlarına bırakmıştır.

Gerçekliğin Manipüle Edilmesi ve Fotoğraf



Yukarıda değinildiği üzere, fotoğraf manipülasyonu “photoshop”tan çok daha öncesine dayanıyordu ve fotoğrafın dijitalize olmasından çok önce, sadece siyah beyaz fotoğrafların olduğu döneme kadar uzanmaktaydı. Fotoğraflara yapılan müdahaleler de her zaman basit bir rötuş niteliğinde değildi. Fotoğrafın anlamını ve bağlamını değiştirebilecek fotoğraf manipülasyonu örneklerinden biri Mussolini’nin meşhur atlı fotoğrafıdır.

İtalyan diktator Benito Mussolini 1942 yılında atın üstünde çektiği fotoğraftan kendisine yardım eden seyisi, daha fazla “kahraman” gibi görünebilmek için çıkartmıştır. Böyle üretilen sahte imajlar, sadece bizim geçmişi nasıl gördüğümüzü değil, şu andaki ve gelecekteki

davranışlarımızı da etkilemektedir (Eveleth, 2012)

Bu fotoğraf üzerine yazılan yazılarda, genellikle atın başını tutan yardımcının fotoğraftan çıkarılmasından bahsedilir. Oysa atın arkasında durarak atı tutan asker de fotoğraftan çıkarılmıştır. Öndeki yardımcının çıkarıldığı daha belirgindir. Dizginlerin duruşundan oradaki eksiklik hemen anlaşılmaktadır. Oysa arkadaki asker siyah beyaz fotoğrafın azizliğine uğramış, orijinal resimde de atın kuyruğu ve ağaç arasında kaybolmuştur. Atın üstünde cesurca kılıcını havaya kaldırmış bir liderin daha karizmatik ve havalı görünmesi uğruna, aslında onun düşmesini engellemek için orada duran iki kişinin resimden hiç orada olmamışlarmış gibi silinmesi, aslında gerçek olmayan bir kahramanlık imajının yaratılmasıdır. Bugün de dijital teknolojilerin sunduğu geniş imkânlarla az sayıda kişinin katıldığı bir konser ya da miting alanını kalabalık yığınlarıyla doldurabilir, bir sanatçı ya da siyasetçiyi çok daha güçlü gösterebilirsiniz. Ancak her türlü medyada reklamlarda, haberlerde, sosyal medya mecralarında paylaşılan fotoğraf ve videoların manipüle edilmiş olma olasılığı, dijital imgelere olan güveni çok fazla sarsmış görünmemektedir. Yeni medya çağının bireyleri büyük ölçüde gerçekliğin dönüştürülmüş yeni halini, dijital olarak yaratılmış yeni imgesini –hatta çoğu zaman dönüştürülmüş olduğunu bilerek- olduğu gibi kabul etmeye hazırdır.

Oysa bir fotoğraf üzerinde küçük değişiklikler yapmak görüldüğü kadar basit bir olgu değildir. Örneğin Saddam Hüseyin'in fotoğrafının sadece bıyık kısmında yapılan ufak bir değişiklikle Hitler'e benzeyecek şekilde fotoşoplanması sadece bir resmin değiştirilmesi değildir, bir tür yanılsama yaratmadır; fotoğraflar bilgisayarda işlenebilir, manipüle edilebilir ve çarpıtılabilir ki bu onları gerçekliğin özü, bir anlatımı olmaktan ziyade, bir simülasyon haline getirecektir. (Lovejoy, 2004). Gerçekten de görüntü manipülasyonu, bu yanılsama yaratma niteliği ile aynı zamanda politik bir araca dönüşmektedir. Çünkü otantik gerçeğin, kurgusal bir gerçekle değiştirilmesi, istenilen görüntünün yaratılarak kitlelere açık ya da gizli birtakım mesajlar verilmesine hizmet ederek politik bir anlam kazanabilmektedir.

Görüntünün manipülasyonunun, gerçekliğin manipülasyonuna araç olmasında, görsel uyarıların bir fikir ya da bir duygu uyandırmadaki gücü ön plana çıkmaktadır. “Gözümle görmeden inanmam ” derken görme duyumuza olan güveni vurgularız. Ancak gözümüzle gördüklerimiz ne derece gerçektir? Ya da ne kadarı kurgudur ve manipüle edilmiştir? Bu konuda bir atasözü “kulağınla duyduğuna inanma gözünle gördüğünün yarısına inan” derken gözle görülene görelî bir güven atfetse de aslında görünenin gerçeğin kendisi olmayacağı konusunda bizi uyarmaktadır. Bu atasözünü söyleyen kimseler bugün hayatımızı kuşatan “fotoşop” kültürünün yeniden üretilmiş imgelerini belki kastetmemişlerdi, ancak bugün gözümüzle gördüğümüzün yarısının bile gerçeği yansıtmıyor olabileceği bir çağı yaşamaktayız.

Los Angeles Times'ın kadrolu foto muhabiri Brian Walski, 2003 yılında Irak'ta çektiği iki fotoğrafı birleştirerek yeni bir fotoğraf kurgulamıştı.



Bu olay, Walski'nin, resimdeki kompozisyonu daha etkileyici hale getirmek için, iki fotoğrafı birleştirdiğinin ve bilgisayarla yeni amalgam bir fotoğraf ürettiğinin editörlerce fark edilmesi üzerine işinden kovulması ile sonuçlanmıştı.

Değiştirilmemiş olan orijinal fotoğrafların ilkinde, ayakta duran bir adam ve kucağında bir çocuk görülmektedir, İngiliz asker onlara bakmamakta ve işaret etmemektedir. İkinci değiştirilmemiş, orijinal

fotoğrafta ise asker dramatik bir şekilde onlara işaret etmekte ve bakmaktadır ancak bu kez adam ve çocuk daha az görünürdür (-ve başka tarafa bakmaktadır-) Walski süper bir meşruiyet ve daha etkili bir kompozisyon yaratmak adına gerçekliği dönüştürmüştür. Bu “kurgu fotoğraf”ta, bazı tekrar eden unsurların olduğunun fark edilmesi üzerine, fotoğrafın gerçek olmadığı, manipüle edilmiş ve yeniden üretilmiş olduğu anlaşılmıştır (Van Riper, 2003)

“Görsel”in Yaşantımızdaki Yeri:

Her şeye rağmen görüntü ya da fotoğraf, bilgi anlam ve duygu taşıyan ve ileten en güçlü araç olma özelliğini sürdürmektedir. Bir fotoğrafın o fotoğrafa bakan kişiyi nasıl etkileyeceğini belirleyebilir oluşu, fotoğrafın çekildiği anda başlar. Henüz bir bilgisayar yazılımı ile manipüle edilmeden çok önce fotoğrafçı, gerçeğe onun bizim görmemizi istediği şekilde bakmamızı sağlar. 8 Haziran 1972’de Fotoğrafçı Nick Ut tarafından Güney Vietnam’da Trang Bang yakınlarında çekilen, atılan bir napalm bombasının ardından dehşet içinde oradan kaçan çıplak bir kız çocuğunun gösterildiği fotoğraf (Napalm Accident), bir fotoğrafın ne kadar güçlü anlamlar taşıyabileceğinin ve fotoğrafların kritik bir anda zamanı durdurmaya muktedir olmalarının en güzel örneklerinden biridir. Hariman ve Lucaites’in de ifade ettiği gibi, bu statik yapı nedeniyle ki bu resim, oradaki dehşet deneyimini -sadece o anda değil- tekrar tekrar ve bütün zamanlar için sabitler (2003:44). Sözün uçup yazının kalması gibi, yaşanan an akıp giderken, adeta fotoğraf içinde donar, ya da bir videoda tekrar tekrar akmaya devam eder. Bu o anın görüntüye kameraman ya da fotoğrafçı tarafından kaydedildiği haliyle geçtiği anlamına gelir. Görüntüyü kaydeden kişi, örneğin fotoğrafçı, o ana nereden ve nasıl bakıyorsa, o görüntü, bizi de aynı açıdan bakmaya zorlar. Fotoğrafçı neleri kadraja alacağını, neyi odaklayacağını, hangi açıyla ve hangi anın kaydedileceğini belirleyen kişidir. Bu özellikler ise aslında fotoğrafçılığı bir sanat yapan niteliklerdendir.

Bugün oldukça gelişmiş dijital kameralar cep telefonlarına kadar girmiştir ve her yerdedir. Tüketim kültürünün bir yansıması olarak teknoloji mağazaları kamera modellerini, akıllı telefonları, bilgisayarları ve her türlü dijital teknolojiyi inceleyen, satın alan ve bu teknolojiler üzerinde konuşan insanlarla dolup taşmaktadır. Yakın geçmişe kadar sadece profesyonel fotoğrafçıların gündeminde olan “çözünürlük”, “megapixel”, “optik lens”, “optik zoom”, “dijital zoom” gibi terimler günlük konuşmanın bir parçası olmaya başlamıştır. Her gün sayısız fotoğraf çekilmektedir. Ancak bunların çok büyük bir bölümü çok fazla kalıcı olmamaktadır. Kayıt alanında yer açmak için silinmekte, cihazlar arasında aktarılırken bir kısmı elenmekte, eski bilgisayarın/cep telefonunun bozulması, formatlanması ya da yeni bir cihaz alınırken eski cihazdakilerin büyük bölümünün gözden çıkarılmasıyla kaybolup gitmektedir. Başka deyişle, sadece fotoğraf teknolojileri değil fotoğrafın kendisi tüketim kültürünün bir nesnesi haline gelmekte, hızla ve büyük miktarlarda tüketilmektedir. Tüketim kültürünün ve dijital teknolojilerin yaşamın her alanına nüfuz etmesinin eleştirisini ironik bir şekilde, yine tüketim kültürünün nesnelerini ve dijital teknolojileri kullanarak yapanlar, bu konuya ilişkin olarak yeni bir olgu ve yeni bir kavramın ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Kültür Bozumu/bozgunu (Culture Jamming)

Kültür bozgunu (bozumu) (culture jamming) kavramı, bilindik bir göstergelyi alıp, onu yeniden şekillendirerek sorgulamayı ifade eder ki kültür bozuncuları (culture jammers) mevcut imajları, alternatif anlamlar üretmek için değiştirirken ve karıştırırken, makas boya kalem gibi analog araçları ya da photoshop gibi dijital araçları kullanırlar. Ancak tabii ki orijinal imajı değiştirerek yeni bir bağlam içine kopyalayıp yapıştırmayı ve hem orijinali hem de yeni bağlamı sorgulamayı olanaklı hale getiren online dünyada kültür bozgunu esas yerini bulmuştur (Meikle, 2016). Kültür bozuncular (bozucular) bu kavramı popüler hale getiren Dery'ye göre , Eco'nun iletişim gerillaları gibidir, alıcı ve verici arasındaki sinyali bozarlar ve Ewen'ın kültür kriptografları gibidir, kamu söylemi nosyonunu yenileyerek, pasif alıcı olmayı reddederler (Dery, 2017, s. 47).

Tanınmış bir firmanın maskara reklamında, maskaranın kullanıldığında ne kadar doğal kirpiklere sahip kılacağı vurgulayan; “belki de bununla doğdu” (may be she's born with it) sloganının altına eklenen “belki de fotoğrafçı” (may be it's photoshop) ifadesi, sadece tüketim kültürünün değil fotoğrafçı kültürünün ve reklamlarda tüketimi artırmak amacıyla “photoshop” kullanımının da eleştirisini yapan bir “kültür bozgunu” (culture jamming) örneğidir. Buradaki ironi -kültür bozgunu kavramının içinde mevcut olan- bir kültüre kendi silahıyla saldırılmasıdır ki muhtemelen reklamdaki değişiklik photoshop ya da photoshop benzeri bir yazılım kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Akıllı Telefonlar, Sosyal Medya ve “Özçekim”(Selfie) Kültürü

Akıllı telefonun esiri haline gelmiş modern birey, sürekli elinin altında olan bu dijital dünyaya yüklenen, çoğu otantik olmayan sayısız imajla kuşatılmıştır. Bu görüntüleri izlemekle kalmayıp, kendisi de çeşitli görüntüler paylaşma ihtiyacı duymaktadır. Öz çekim (selfie) kültürü bu ihtiyacın bir sonucu ve akıllı telefon çağının bir ürünüdür. Cep telefonuna kamera eklenmesiyle, onu aynı zamanda bir fotoğraf makinesine dönüştüren teknolojik gelişmeler, kamera özelliklerinin sürekli geliştirilmesinden, ön kameranın eklenmesine ve “selfie çubuğu”na kadar her geçen gün kazandığı yeni özellikler ile bir başkasına ihtiyaç duymadan kendinizin de içinde olduğu görüntüleri istediğiniz an kaydedip paylaşmaya imkân vermiştir. Akıllı telefonlar, bir bilgisayara ya da photoshop gibi bir yazılıma erişemediğinizde ya da gelişmiş bir resim işleme yazılımı kullanma bilgisine sahip değilseniz bile fotoğrafınıza çeşitli filtreler uygulama, kusurları kapatma, netleştirme, ışık oyunları ekleme gibi basit ama etkili resim işleme komutları içeren uygulamalarla, fotoğraf manipülasyonuna ve sıradan bir bireyin istediği zaman, istediği yerde otantik görüntüyü yapay olana dönüştürebilmesine olanak tanımaktadır. Sokakta, alışveriş merkezinde, sinemada, konserde, restoranda, hastanede ve hatta cenazede bile kendilerinin de dâhil olduğu görüntüleri çeken ve paylaşan insanların sayısı her geçen gün artarken, yine bu resimlerin önemli bir bölümünün üzerinde oynanmış olduğu ve bir görüntüyü paylaşmadan önce üzerinde değişiklik yapmanın da giderek yaygınlaştığı dikkat çekmektedir.

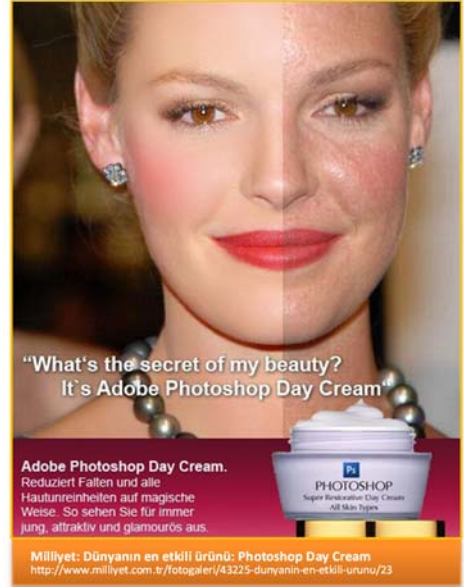
Beden İmajı ve “Photoshop”

Bu görüntüler çeşitli sosyal medya ortamlarında paylaşılmakta, bazen profil resmi olarak kullanılmaktadır. Bugün giderek arttığı gözlenen kendi görüntüsünü ya da kendisinin de içinde olduğu görüntüyü paylaşmayı ve/veya bu paylaşımı yapmadan önce fotoğraf üzerinde düzeltme ya da değişiklikler yapma ihtiyacını motive eden nedir? Bireyin otantik gerçekle olan bağının giderek koptuğu, bunun yerini kurgusal ve imgesel “kendi”siyle olan bağın aldığı görülmektedir. Yeniden yaratılan “kendi” imajı, bir profil resmi ile bireyin adeta dijital dünyadaki “avatar”ı haline gelmektedir. Dahası dönüştürülmüş beden imgesi sadece fiziksel olarak bireyin “kendi”sini yeniden kurmasına değil, aynı zamanda kişilik özellikleri açısından da gerçekte olduğundan farklı bir imaj oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Birey bu yolla “kendi”sini sadece daha zayıf, daha güzel, daha atletik, daha bakımlı, daha genç, daha kusursuz ... vb göstermekle kalmayıp, daha sportif, daha havalı, daha kendinden emin, daha “prezantabl”, vb. de sunabilmektedir.

Küresel medya dünyasında Jones'un ifade ettiği gibi artık bedenlerimiz yoktur, çünkü photoshop ve diğer görsel medya araçlarıyla yok edilmiştir. Jones bu yeni bedenlerimizi medya-bedenler olarak nitelendirir (Jones ,2013) Özellikle gençler açısından daha da önemli olan “beden imajı” üzerinde medyanın çok büyük bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir. Yapılan çalışmalar beden memnuniyetsizliği, zayıf olma ideali, gibi meselelerin ve bunlardan kaynaklanan sorunların medya ile olan ilişkisine dikkat çekmektedir (Grabe, Ward, 2008; L. Monique, Levine, Murnen, 2009; Vonderer, Kinnally, 2012). Ayrıca, moda endüstrisinin yarattığı sağlıksız güzellik anlayışının, sadece süper-modelleri değil, onları örnek alan kişileri ve dolayısıyla halk sağlığını da olumsuz yönde etkilediği göz önünde bulundurulmalıdır (Soltis, 2009).

2000’li yıllar sağlıksız güzellik anlayışının getirdiği ölümlere tanık olmuştur: Sadece domates ve elma diyeti yapan Brezilyalı model Ana Carolina Reston’un 2006 yılında beslenme bozukluğundan, Uruguaylı model Eliana Ramos’un 2007 yılında yetersiz beslenmeye bağlı kalp yetmezliğinden, İsraili model, Hila Elmalich’in 2007 yılında anoreksiyaya bağlı kalp yetmezliğinden, Fransız model Isabelle Caro’nun 2010 yılında, anoreksiyaya bağlı immün yetmezliğinden erken yaşta hayatını kaybetmesi durumun vehameti hakkında bir fikir vermektedir. Moda endüstrisinin pompaladığı 2000’li yılların “sıfır beden” ideali, genç kadınların ve hatta çocukların rüyalarını süslerken, bu idealin sonuçlarının sadece moda dünyası için değil, çok geniş kitleler için ölümcül olabileceği göz ardı edilmeye devam etmiştir. “Fotoşop kültürü” bu güzellik anlayışının özellikle gençler ve kadınlar üzerinde olumsuz etki yapmasına katkıda bulunarak, aynı anlayışı doruğa çıkarmıştır.

New York’un önde gelen “rötuşer”lerinden Louise Grubb’a göre reklamlarda görülen fotoğrafların hemen hepsi bir rötuş işleminden geçmiştir (Jacobson, Mazur 1995 s.75). Manovich , sayısal temsiliyet, modüler olma, otomasyon, değişkenlik, kod geçişi (transcoding) olmak üzere 5 nitelik açısından analog medya ve her geçen gün daha fazla dijitalize olan yeni medyayı karşılaştırır. Yeni meyanın nesnelere dijital kodlara dönüştürülmüş olduğundan örneğin bir imaj matematiksel olarak tanımlanabilir ve matematiksel fonksiyonlarla açıklanabilir. Dolayısıyla algoritmik bir manipülasyona açıktır ki bu bir fotoğrafın uygun algoritmayla dönüştürülebilir olması demektir. Yine yeni medyanın nesnelere modüler



olması, seslerin görüntülerin yazıların daha küçük unsurlara ayrılabilmesine (piksellere, sahnelere, karakterlere vb.) ve tekrar başka şekilde bir araya getirilebilmesine olanak verir (Manovich 2001, 49-65). Bir şekilde üzerinde oynanmış, -egemen güzellik anlayışına göre- kusurları giderilmiş yanıltıcı fotoğraflar, -özellikle gençlerin kadınların- kendilerini bu imajlarla karşılaştırmalarına yol açar ki bu son derece yıkıcı bir etkidir (Berberick, 2010). Kimi zaman farklı fotoğraflardan alınan farklı parçaları birleştirerek en mükemmel beden imajı oluşturulmaya çalışılır (Jacobson, Mazur 1995 s. 75).

Bu şekilde gerçekliği parçalara ayırıp tekrar bir yapboz gibi birleştiren fotoğraf editörleri, yeni medyanın Victor Frankenstein'larına dönüşür, mükemmel insanı yaratma arzusuyla dijital teknolojinin tüm nimetlerinden yararlanmaktan kaçınmazlar. Klonlama araçlarını, mask ve benzeri özellikleri kullanarak, aynı resmin bir bölümünü resim üstünde taşıyabilir, inci dişli, hokka burunlu, pürüzsüz tenli “Barbie bebekler” yaratabilirler. Ancak fotoğraf üzerinde bu şekilde oynandığı ölçüde, gerçeklikten uzaklaşılır çünkü Barbie bebek bir kurgudur. Fotoğraf, gerçeklikten koptuğu ölçüde de yansıttığı beden imgesi Frankenstein'in ucubelerine dönüşür



Avustralya Gençlik Ofisinin gerçekleştirdiği araştırma, olumlu bir beden imajını oluşturma ile medyada yer alan imajların gerçekçi oluşu arasındaki ilişkiyi ortaya koyarken, katılımcılar bu konuda, medyada “photoshop” kullanılmamış imajların yayınlanmasının önemine işaret etmektedir (Body Image Survey Report, 2011). Başta İngiltere ve Fransa olmak üzere birçok ülkede bir imajın yeniden üretilmiş değiştirilmiş ve fabrikasyon olduğuna ve gerçeği yansıtmadığına ilişkin uyarıların

zorunlu hale getirilmesi gündeme gelmiştir. Kimi zaman fotomodellerin abartılı bir şekilde fotoşoplanmış fotoğraflarını kullanan firmalar özür dilemek zorunda kalmıştır: Ralf Lauren'in 2009'da yayınladığı reklamda kullanılan Filippa Hamilton'ın pek çok yerde yer alan, fotoğrafı dramatik bir photoshop kullanımı örneğidir (Donovan, 2012).

Ralph Lauren bu fotoğraf nedeniyle özür dilese de bu özür, bir moda fotoğrafında, modelin belini adeta işkence makinasıyla sıkılmış gibi gösteren sözkonusu grotesk rötuş işlemi nedeniyle feminist grupların rahatsızlığını dindirmedi. Amerika Ulusal Kadın Organizasyonu, NOW (National Organization for Women), daha sonra Filippa Hamilton'un -kilolu olduğu için- işine son veren bu firmayı, aşırı zayıf kadın bedeni takıntısı nedeniyle tüm kadınlardan özür dilemeye davet etti (Klein, 2009)

Bu fotoğraftaki kadın imgesinin daha zayıf daha ince belli daha, büyük göğüslü ve daha uzun bacaklı yapmaya çalışırken fotoğrafla abartılı bir şekilde oynandığı ve gerçek beden imgesiyle olan bağın koptuğu, insan zihnindeki her türlü beden orantısıyla ilişkinin kaybedildiği görülmekte, resimdeki anormallik sıradan bir göz tarafından bile algılanabilmektedir. Giderek çığırından çıkan "photoshop" kullanımı ve imaj manipülasyonunun yasallığı sorgulanır olmuştur. Çünkü gerçek olmayan bir imajın gerçekmiş gibi sunulması bir tür aldatmaca, kitlelerin gerçek olmayan bir şeye inandırılması ve yanıltılması anlamına gelmektedir. Fotoğraf hileleri gerçekliği dönüştürürken, sadece yanlış bilgi vermekle kalmayıp, olumsuz sonuçlar doğurabilmekte ve önemli toplumsal sorunlara yol açabilmektedir.

Özellikle genç bireyler ve kadınlar kendi bedenlerini, medyada, reklamlarda, hayranı oldukları ünlü isimlerinin fotoğraflarında gördükleri beden imajı ile karşılaştırmaktadır. Bu fotoğraflar gerçeklikten uzak olduğu ölçüde, kabul gören ideal beden imgesi de anoreksiya gibi yeme bozukluklarından, özgüven eksikliği gibi psikolojik sorunlara, çeşitli ruhsal ve bedensel rahatsızlıklara, gereksiz estetik cerrahiye kadar uzanan çok sayıda soruna yol açabilmesinin yanında, photoshop kullanımını ve fotoğraf manipülasyonunu da artırmaktadır. Adeta bir kısır döngü içerisinde daha mükemmel beden imajları yaratmak adına photoshop kullanımı, gerçek imajların bu değiştirilmiş görüntülerle karşılaştırılmasına ve en sonunda onlara benzemek için daha fazla photoshop ve benzeri programların ve uygulamaların kullanımına yol açmaktadır.

Kadının medyadaki sunumu yıllar boyunca onu nesneleştiren ve gerçek olmayan bir ideale dönüştüren ve kadınların kendilerini karşılaştırabilecekleri bir güzellik tanımını yaratan bir şey olmuştur ve bu ideal grafik sanatçıların arzu uyandırmak üzere tasarladığı fabrikasyon bir güzelliştir (Berberick, 2010). Bu idealize edilmiş ve gerçekçi olmayan beden kurgusu gerçekleştirilmesi çok zor, sağlıklı ya da imkânsız bir ideali ortaya çıkarmaktadır. Resim işleme programları ile yeniden yaratılan imge, öylesine gerçekçidir ki, kurgu ve olgu arasındaki sınırı belirsizleştirir ve izleyiciyi bu ideale inandırır. Reel bedenini

dönüştüremeyen bireyler, internet üzerinde bilgisayar ve akıllı telefonları aracılığı ile kurgusal bedenleriyle yer alarak, bedenlerinden duydukları memnuniyetsizlikte kurtulmaya, daha fazla beğenilmeye ve bu yolla ihtiyaç duydukları özgüveni temin etmeye çalışmaktadır.

Sonuç

Sosyal medya ortamları açısından beğeni sayısı, takip sayısı, görüntülenme sayısı gibi sayılar adeta bir sosyal itibar göstergesi haline gelmiştir. Bir fotoğrafın yeterince beğeni almamış olması bile sosyal medya kullanıcılarında hayal kırıklığına yol açabilmekte, sosyal medya ortamlarında daha fazla “reyting” alacak paylaşımlara yönelmelerine neden olmaktadır. Örneğin, youtube kanalının takip ve izlenme sayısını artırtmak amacıyla bazen “youtuber” olarak adlandırılan kişiler hayatlarını bile riske atabilmektedir. Ancak eğer birey popüler kültürün yarattığı beden imajına uymuyorsa ya kendi görüntüsünü yayınlamaktan kaçınmakta, ya da video yorumlarında son derece incitici eleştirilere maruz kalmaktadır. 11 yaşındaki küçük bir kız çocuğunun fazla kiloları nedeniyle videolarına olumsuz yorumlar aldığı için önce, daha sonraki videolarında sadece ellerini göstermesi ve sonra videolarını silmeye karar vermesi ve kanalını kapatması, beden imajı konusundaki önyargıların sonuçları konusunda bir fikir vermektedir. “Görüntünüzü herkese açık yayınlıyorsanız bunu izleyenlerin göz zevkine hitap edecek şekilde yeniden düzenlemelisiniz” mesajı, fotoğraf ya da video yorumlarındaki bu örnekte olduğu gibi acımasız ifadelerle zihinlere kazınmaktadır.

Elbette, görüntü işleme yazılımları, görüntünün iyileştirilmesi, parazitlerin temizlenmesi, netleştirilmesi ve bu suretle görüntü kalitesi yetersiz fotoğraflardan daha fazla bilgi elde etmek amacıyla da kullanılabilir. Örneğin çekilen ilk uzay fotoğraflarından itibaren astronomi alanında fotoğraflar üzerinde bilimsel kaygılarla netleştirme ve iyileştirme amaçlı düzenlemelerin kullanıldığı bilinmektedir. Sinema ve grafik sanatlarında görüntü işlemenin nimetlerinden yararlanılması ise kaçınılmazdır ve ortaya çıkan esere önemli katkılar sağladığı da bir gerçektir. Ancak yine de bu olumlu etkilerini her zaman akılda tutmak kaydıyla imaj manipülasyonunu eleştirel bir gözle ele almak gerekmektedir. Hemen her sosyal medya alanında ses fotoğraf ve video paylaşılabilmesinin yanında, sosyal medyanın görüntü paylaşımı üzerindeki etkisi konusunda, Youtube, Instagram ve Pinterest gibi, video, fotoğraf ve resim türündeki sadece görsel ve görsel-işitsel materyalin paylaşımı üzerine odaklı yaygın sosyal paylaşım sitelerinin varlığı bir fikir vermektedir. Bu kadar yoğun bir görsel paylaşımın olduğu bir dönemde, artık sadece sanat ya da bilim adına yapılan görüntü işleme çalışmalarını, popüler kültürün gerçeği dönüştürmeye yönelik görüntü manipülasyonu çalışmalarından ayırmak gerekmektedir. Fotoşop kültürünün beraberinde getirdiği sosyal kültürel, psikolojik, ekonomik, siyasi ve yasal meseleler, şimdilik büyük ölçüde toplumun geneli tarafından göz ardı edilmeye devam etmektedir. Ancak bu meselelerin ortaya çıkardığı sorunlar

toplumu olumsuz yönde etkilemekte, gerçekte olan ilişkimizin her geçen gün daha fazla kopmasına yol açmaktadır. Yukarıda da açıklandığı üzere gerçekliğin manipülasyonu ihtiyacı dijital teknolojilerle ortaya çıkmış olan yeni bir şey değildir. Dijital teknolojiler gerçekliği dönüştürmeyi kolaylaştırmış ve manipülasyonu ciddi ölçüde artırmış olsalar da yaşanan sorunların tek nedeni bu dijital teknolojiler değildir ve söz konusu teknolojileri kullanarak gerçekliğin dönüştürülmesine duyulan gereksinimi harekete geçiren nedenler göz ardı edilemez. Özetle, haberlerin nesnellığı ve tarafsızlığından, akıllı telefon ve sosyal medya bağımlılığına, tüketim kültüründen, sağlıksız güzellik anlayışına ve cinsiyetçiliğe, hukuksal ve tarihsel belge niteliği taşıyan görüntülerin güvenilirliğine uzanan çok sayıda sorun sadece söz konusu dijital teknolojilerin değil, daha derindeki çok çeşitli toplumsal faktörler etrafında şekillenmektedir. Fotoşop kültürünün olumsuz etkileriyle mücadelenin önünde henüz çok uzun bir yol var gibi görünmektedir

Kaynakça

- _____, sizing up body image what South Australia's young people say about body image, Body Image Survey Report, Office for Youth, Government of South Australia, 2011.
- BERBERICK Stephanie Nicholl,, The Objectification of Women in Mass Media: Female Self-Image in Misogynist Culture The New York Sociologist, Vol. 5, 2010
- DERY Mark, Culture Jamming: Hacking, Slashing, and Sniping in the Empire of Signs Culture Jamming: Activism and the Art of Cultural Resistance, Eds: Marilyn DeLaure, Moritz Fink, , NYU Press, 2017.
- DONOVAN Kerry C., Vanity Fare: The Cost, Controversy, and Art of Fashion Advertisement Retouching, Notre Dame Journal of Law, Ethics & Public Policy, Volume 26, Issue 2, pp.581-620, 2012
- EVELETH Rose, How fake images change our memory and behaviour 13 December 2012
- GRABE Shelly, WARD L. Monique, The Role of the Media in Body Image Concerns Among Women: A Meta-Analysis of Experimental and Correlational Studies, Psychological Bulletin, American Psychological Association Vol. 134, No. 3, 460 – 476, 2008,
- JACOBSON, Michael F., Laurie Ann Mazur Marketing Madness a Survival Guide for a Consumer Society, Westview PressInc. Boulder, CO, 1995
- JONES M. Media-Bodies and Photoshop. In: Attwood F., Campbell V., Hunter I.Q., Lockyer S. (eds) Controversial Images. Palgrave Macmillan, 2013 London.
- HARIMAN, Robert, and Lucaites John Louis "Public Identity and Collective Memory in U.S. Iconic Photography: The Image of "Accidental Napalm."Critical Studies in Media Communication,Vol. 20, No. 1, 2003: 35-66

KLEIN Karin, Digital anorexia, Los Angeles Times, October 16, 2009

LEVINE Michael P, Murnen Sarah K., Everybody knows that mass media are/are not a cause of eating disorders: a critical review of evidence for a causal link between media, negative body image, and disordered eating in females. Journal of Social and Clinical Psychology, Vol. 28, No. 1, 2009, pp. 9-42, 2009

LOVEJOY, Margot, "Digital currents: art in the electronic age" Routledge, 2004.

MANOVICH Lev, The Language of New Media, MIT Press, 2001.

MEIKLE Graham, Social Media: Communication, Sharing and Visibility, Routledge, 2016

SOLTIS Cassandra A., Dying to Be a Supermodel: Can Requiring a Healthy BMI Be Fashionable? Journal of Contemporary Health Law & Policy, Volume 26, Issue 1, pp 49-71, 2009

VAN Riper Frank, Manipulating Truth, Losing Credibility, The Washington Post, April 9, 2003

VONDEREN Kristen E. Van, William Kinnally, Media Effects on Body Image: Examining Media Exposure in the Broader Context of Internal and Other Social Factors American Communication Journal Spring, Volume 14, Issue 2, 2012