

ETİK BAĞLAMDA HABER FOTOĞRAFÇILIĞININ MANİPÜLASYON VE PROPAGANDA ARACI OLARAK KULLANILMASININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Ali KORKMAZ¹

ÖZET

Teknolojik gelişmeler haber fotoğrafçılığında önemli değişimler yaratmıştır. Özellikle medyada, haberi destekleyen ve anlamlandıran bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Haber fotoğraflarının kitle iletişiminde önem kazanmasıyla birlikte uluslararası medya ve haber ajansları fotoğraf konusuna büyük önem vermişlerdir. Son yıllarda medyada görsel malzeme kullanımı eğilimi giderek artmaktadır. Çünkü fotoğraf yazılı metinden çok daha fazla etkileyici, çarpıcı ve sürükleyici bir özelliğe sahiptir. Bazen tek bir kare fotoğraf sayfalarca yazıdan daha etkili olabilmektedir. Buradaki en temel sorun; fotoğrafın, kurgu ürünü olarak kullanılmasının yarattığı etiksel durumdur. Özellikle siyaset ve savaş fotoğraflarında karşımıza çıkan yeniden kadrajlama, renklendirme veya yön çevirme gibi kurgulama yöntemleriyle ortaya çıkan bu etik sorun, fotoğrafın artık günümüzde birinci dereceden manipüle ve propaganda aracı olarak kullanılmasından dolayı önemlidir. Bu çalışmada, etik bağlamda haber fotoğraflarının nasıl manipülasyon ve propaganda aracı olarak kullanıldığı, fotoğraflar üzerinden analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Etik, Fotoğraf, Manipülasyon, Propaganda, Haber Fotoğrafçılığı.

AN ETHICAL EVALUATION ON THE USE OF NEWS PHOTOGRAPHS AS A MEANS OF MANIPULATION AND PROPAGANDA

ABSTRACT

Technological advancements have created significant changes in news photography. Photography can be seen as a component supporting and making sense of news specifically in the media. International media and news agencies started to attach great importance to photography along with the proliferation of news photography in mass communication. Recently visual materials are being widely used in the media because photograph is much more attractive and absorbing than written text. Sometimes a single photo might be much more effective than pages of text. The main problem here is; the ethical condition created because of the use of photograph as a product of fiction. This ethical problems is specifically observed in political and war photos along with fictitious methods such as re-framing, colouring and/or re-directing. This is important as photograph is used as a means of manipulation and propaganda today. The study analyzes how news photographs are used as a means of manipulation and propaganda with an ethical point of view over photograph samples.

Keywords: Ethics, Photography, Manipulation, Propaganda, News Photography.

¹ Yrd. Doç. Dr. Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi, alikorkmaz@erciyes.edu.tr

Giriş

Fotoğrafın basın alanına girmesi çok büyük bir olaydır. Kitlelerin dünya görüşünü değiştirmiştir. O güne kadar yakınındaki olayları gözünde canlandıran insan, fotoğrafla birlikte dünyayı görmeye başlamıştır. Bakışın genişlemesiyle birlikte dünya küçülmüştür. Yazılı sözcükler soyuttur ama fotoğraf, herkesin içinde yaşadığı dünyanın somut yansımasıdır. Bireysel portrenin kollektif portreye dönüşmesiyle birlikte fotoğraf, görsel medyanın temellerini attı. Büyük bir propaganda ve yönlendirme aracına dönüştü. Görüntülerin dünyası, basın organı sahiplerinin, sanayi, finans ve hükümetlerin çıkarları doğrultusunda yönlendirilmektedir (Freund, 2008: 96).

Fotoğraf, bulunduğu günden bu yana tarihsel bir belge niteliğindedir. İnsanların, olayların, doğanın, şehirlerin kısaca geçen zamanın tanığıdır. Aynı şekilde geçmişten günümüze basın açısından da fotoğraf önemli bir unsurdur. Yazılı basında fotoğraf, olaya ve habere anlam katan en önemli araçtır. Fotoğrafsız bir gazete ve dergi düşünmek imkânsızdır. Okuyucunun haberi ve olayı anlamlandırmasında, verilmek istenen mesajın kitleleri etkilemesi açısından fotoğraf çok güçlü bir kitle iletişim aracıdır. Haber fotoğrafları, haberi destekleyen bir unsur olması yanında bir takım mesajlar da içerir. Bu açıdan fotoğraf muhabiri ve onu yayına hazırlayan fotoğraf editörünün çok dikkatli olması gerekir. Bazen bilmeyerek, bazen de bilinçli bir şekilde fotoğraflarda bir takım değişikliklere gidilmektedir. Propaganda yapmak ve kamuoyu oluşturmak amacıyla haber fotoğrafları üzerinde ekleme, çıkarma veya birleştirme şeklinde bir takım manipülatif teknikler kullanılmaktadır. Çıkar amaçlı yapılan bu manipülasyonlar kitleler üzerinde etkili olmaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle bu durum daha da kolaylaşmaktadır. Sosyal medyanın denetimindeki güçlük, her isteyen bu alanlara manipülatif fotoğraflar koymasını kolaylaştırmaktadır. Bütün bunlar etik bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada, haber fotoğrafçılığındaki manipülasyon ve propaganda örnekleri etik bağlamda incelenmiştir.

1. Manipülasyon Kavramı ve Haber Fotoğrafçılığında Manipülasyon

Manipülasyon kavramı, Fransızca kaynaklı bir kelime olarak literatürümüze yerleşmiştir. Güncel Türkçe Sözlükte bu kelimenin anlamı, ‘yönlendirme; seçme, ekleme ve çıkarma yoluyla bilgileri değiştirme; varlıkları yapıcı, açıklayıcı ve yararlı bir biçimde kullanma işi’ olarak verilmiştir (TDK, 1998: 1501). Manipülasyonun bilimsel bağlamda kullanım alanları oldukça geniştir. Özellikle iletişim bilimlerinde manipülasyon oldukça geniş bir yer tutmaktadır. ‘Yönlendirme’ olarak kabul edilen anlam, iletişim bilimlerinde ‘çıkarmak için yönlendirme’ anlamı ile bütünleşme göstermektedir. Medya, bilgi ve haber vermek işlevinden, biçimlendirme ve yönlendirme amacına kayar. Bireyleri ve toplumu yönlendirmek için haber yerine propaganda yapmak, kamu çıkarı yerine özel çıkarı savunmak ve bu uğurda yanlış haber ve bilgi (dezenfermasyon, mizenfermasyon yaymak) vermektir (Çakır, 2007: 88).

Fotoğraf, tarihsel gelişimi içerisinde haberi doğrulayan bir unsur olarak dikkatleri üzerinde toplamaktadır. Fotoğrafın ilk dönemlerinde ‘manipülasyon’ olasılığı teknik olarak güç olduğu için, tümüyle çekildiği anı yansıttı. Haberde fotoğraf, evrensel, güçlü bir görsel anlatım aracıydı (Gezgin, 2003: 15-16). Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle manipülasyon teknikleri de gelişmiş ve kolaylaşmıştır. Teknolojideki dijitalleşme fotoğrafçılığı da etkilemiş ve dijital manipülasyon denilen bir kavram ortaya çıkmıştır. Orijinalinden ayırt etmenin güçlüğü, fotoğrafın anlamını değiştirmesi ve kolaylıkla yapılabilmesi gibi sebeplerden dolayı bir etik sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle siyaset, miting, savaş ve protesto eylemlerinde kullanıldığında ciddi sorunlar yaratabilmektedir. Kitlelerin bu manipüle edilmiş fotoğraflara inanması ve eyleme geçmesinin sonuçları da kimi zaman çok ağır olmaktadır.

Fotoğrafın bilgisayar ortamında uygun yazılımlar kullanılarak değiştirilip yeniden düzenlenmesi olarak açıklanabilecek görüntü manipülasyonu, geleneksel kurallardan biri olan haberi güvenilir birden fazla kaynağa başvurarak doğrulama

ilkesini eskisinden daha da önemli hale getirmektedir. Bazı özel tekniklerle ve uzman kişilerce gerçekleştirilebilen görüntüyü düzeltme teknikleri bugün kullanımı kolay bilgisayar programları sayesinde herkes için mümkün hale gelmiştir. Fotoğrafın üzerinde değişiklikler yapılmasının karede olmayan bir kişinin eklenmesinden, önemli olduğu düşünülen bir bölümün daha belirgin hale getirilmesine kadar çok çeşitli biçimlerde yapılabilmektedir. Türkiye’de 29 Mart 2009 yerel seçimleri döneminde yaşanan bir olay yeni iletişim teknolojilerinin görüntü manipülasyonu için kullanılmasına ilişkin bir örnek sunmaktadır (bkz. Fotoğraf 11). Seçim kampanyaları döneminde bir siyasi partinin bir ilde düzenlediği mitinge katılımın yüksek olduğunu iddia edebilmek için miting alanından çekilen fotoğraflar bilgisayar ortamında photoshop programı kullanılarak “klonlama” denilen ve bir kişinin fotoğraf karesinde birden fazla kez gösterilmesi olarak açıklanabilecek teknik ile düzeltilmiştir (Geray ve Aydoğan, ilefarsiv.com/etik)

2005 yılında Almanya’da, ‘Yalan Söyleyen Fotoğraflar’ başlığı ile duyurulan ve manipüle edilmiş fotoğrafları konu alan bir sergi açılmıştır. Sergide, fotoğraf ve resimler üzerinde ne tür manipülasyonların yapıldığı gözler önüne serilmiştir. Sergiyi gezen Bill Gates; ‘Fotoğrafa hükmedenler, insanların beyinlerine de hükmeder’ demiştir. Sergide bir gazetecinin; ‘En çok hangi fotoğraflar değişikliğe uğramış?’ sorusuna; ‘En fazla, tarihin akışını değiştiren olaylar sırasında çekilen fotoğrafların, özellikle de savaş fotoğraflarının değiştirildiği görülüyor’ şeklinde cevap vermiştir (Yamı, 2009: 51-52).

Manipülasyonlar değişik amaçlarla yapılabilir. Bunlar; gündem oluşturma amaçlı manipülasyon, propaganda-ikna amaçlı manipülasyon ve provokasyon amaçlı manipülasyon şeklinde olabilir (Uğur, solidarticles.com). Aşağıda kısaca bu manipülasyonlara açıklanacaktır:

Gündem Oluşturma Amaçlı Manipülasyon: Bir kaynak bir kitleyi manipüle etmek istediğinde, öncelikle gündemin belirleyicisi olmak durumundadır. Gündemin belirlenmesinden sonra ki aşama ise etkili bir enformasyon akımı ile söz konusu konuda kamuoyu oluşturabilmektir. Genellikle egemen ideolojinin güçlük yaşadığı, skandallarla sarsıldığı dönemlerde gündemi değiştirmek amacıyla yayın yaptığı bilinen gerçektir.

Propaganda ve İkna Amaçlı Manipülasyon: Günümüz kitle iletişim sahipleri kitlelerin belirli konulara ilişkin tutumlarını değiştirebilmek için manipülatif habercilik yapmaktadırlar. Bu haberciliğin sonuçları provake ve ikna etme çalışmalarıdır. Bir insanı belli bir yönde eyleme geçirebilmenin ön koşulu o insana o yönde alternatifin olduğunu bildirmek ve bu bilgiyi etkili bir şekilde almasını sağlamaktır. Burada en etkili yollardan birisi de fotoğraf kullanmaktır.

Provokasyon Yöntemi ile Manipülasyon: Kitleler zaman zaman tepkilerini ortaya koymak, bazı çevrelerin ilgisini çekebilmek için eylem yapabilirler. Bu eylemler sırasında çekilen fotoğraflar da kullanım şekillerine göre kitleleri provoke edici olabilir. Özellikle bir kitle iletişim aracındaki fotoğraf editörünün bu konudaki yaklaşımı önemlidir. Kitleleri manipüle etmenin bir yolu da haber fotoğrafçısının manipüle edilmesidir. Bilgisayar ortamında sayısal teknikler kullanılarak fotoğraf değişime uğratılabilir ve başka imajlar için de kullanılabilir. 511 fotoğraf editörü üzerinde yapılan bir araştırmada çıkan sonuç; fotoğraf editörlerinin çoğunluğunun maskeleye ve gölgeleme dışındaki her türlü manipülasyona karşı oldukları yönündedir.

Manipülasyon ve propaganda kavramları, beraber düşünülmesi gereken kavramlardır. Türkçe, 'yönlendirme', 'değiştirme' anlamlarına gelen manipülasyonun temel amacı, yapılmak istenen propagandaya hizmet etmektir. Manipülasyon, medyada sadece haber metni şeklinde olmaz. Aynı zamanda fotoğraflar, sayılar, işaretler, semboller ve resimlerden ya da bunların bileşkesinden de olabilir. Günümüz insanı her gün görmeye alıştığı için bu durum karşısında tepkisizleşmekte ve duyarsızlaştırılmaktadır.

2. Propaganda Kavramı ve Haber Fotoğrafçılığında Propaganda

Son yıllarda propagandanın anlamı üzerinde yoğunlaşan araştırmalar, propaganda terimini kötü çağrışımlardan uzaklaştırmaya ve eski anlamına kavuşturmaya çalışmaktadır. Bir anlamda propagandayı düşüncelerin yayılması, ikna ve etkileme çabaları olarak tanımlama gayreti söz konusu olmaktadır. Yapılan çalışmalar, belli çıkarları olan bireylerin ya da grupların, başkalarının kanılarını ve

davranışlarını etkilemek amacıyla önceden tasarlanmış, ikna ve telkin tekniklerini kullanarak yaptıkları eylemin propaganda olarak tanımlanması üzerinde görüş birliği sağlamaktadırlar (Bektaş, 1996: 149). Propagandanın tarihi insanoğlunun tarihi kadar eskidir ve konuşmasının gelişimiyle birlikte başladığı kabul edilmektedir (Özsoy, 2009: 69). Aşağıda propaganda üzerine yapılmış tanımlar görülmektedir:

Propaganda, bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmaya, benimsetmeye ve yayma amacıyla söz, yazı gibi yollarla gerçekleştirilen çalışmadır (TDK, 1998: 1827).

Propaganda; mesajların otoriter bir biçim (üslup) ile tek taraflı ve yoğun olarak hedef kitleye aktarılmasıdır (Aziz, 2003: 14).

Propaganda; örgütlü inandırma etkinliği; çeşitli inandırıcı ya da ikna edici araçlarla fikirlerin ve değerlerin yayılmasıdır (Mutlu, 2008: 240).

Propaganda; bir fikrin her çeşit araçtan yararlanarak hedef kitleye ulaştırılmasıdır (Özsoy, 2009: 69).

Propaganda; toplumun görüş ve davranışlarını, kişilerin belirli bir görüşü, belirli bir davranışı benimsemelerini sağlayacak biçimde etkileme girişimidir (Ayhan, 2007: 39).

Propaganda; toplumdaki bir grubun diğerlerinin tutum ve davranışlarını etkilemek için bilerek tasarladığı iletişimidir. Sembolizmi ve retorikçi sıkça kullanılır ve duygusal ve irrasyonel yanımıza hitap eder (Lilleker, 2013: 223).

Günümüzde, kitle iletişim olanaklarının artmasıyla birlikte, propaganda iletişimden geniş ölçüde etkilenmektedir. İletişim bilimciler göre propaganda iletişim ve toplumsal etkileşim süreci içerisinde oluşmaktadır. Kanaatlerin oluşmasını belirleyen ya da etkileyen temel unsurlar bireylerin gördükleri, işittikleri veya okudukları şeylerdir. Bir anlamda propaganda etkileyici iletişimidir (Bektaş, 1996: 149-179). Mesela terör örgütleri, propaganda amacıyla farklı medya araçlarından yararlanabilmektedir. Propaganda aracı olarak fotoğraf, afiş, broşür, gazete, dergi, kitap, radyo ve televizyondan yararlanmaktadır (Orhon, 2004: 167).

Propagandanın hedefi sadece tutum değişikliği oluşturmak değil, sonunda eylem alanında bir eylem olarak görülecek tutum değişikliği meydana getirmektir. Kamuoyu üzerinde kontrol kurmak için girişilen eylemlerde temel varsayım, belirli durumlar karşısında bireylerin ne gibi tepkilerde bulunacaklarını belirleyen tutumların dış etkilerin tesirinde olduğu, bu etkilerin ise kısmen kontrol altına alınabileceğidir. Propagandacılar bilinçli olarak işte bu etkenleri kontrol altına almaya çalışırlar. Bunu bazen yeni bir durumla ilgili yeni bir durum oluşturmak, bazen var olan durumu sürdürmek ve bu tür tutumları bozucu güçlere karşı korumak, bazen de var olan tutumlardan bazılarının yerine kendi amaçları için daha uygun yeni tutumların oluşumunu sağlamak için yaparlar (Özsoy, 1999: 22-23).

Fotoğrafın ikna gücünü ve görsel etkisini keşfederek kullananlara pek çok örnek verilebilir. Bunların başında faşist rejimlerin fotoğrafı ve filmi önemli bir propaganda aracı olarak kullanmaları gelmektedir. Fotoğrafı bu şekilde kullananların ilki Naziler'dir (Ulutürk, 2010: 429). Hitler propagandaya çok önem verdiği için hükümet içinde Propaganda Bakanlığı adı altında bir bakanlığa yer vermiş ve bakanlığın başına da adı propaganda ile özdeşleşmiş Joseph Goebbels'i getirmiştir (Akay, 2013: 29). Hitler ile Goebbels'in çağdaş propagandaya çok büyük bir katkıları olmuştur. Propaganda alanında Nazizm'in yenilediği teknik ve yöntemlerin pek çoğu, politik propagandanın esaslarını oluşturmuştur. Hitler ile Goebbels hiçbir şeyi rastlantıya bırakmamışlardır. Her türlü gösteri ve propagandayı özenle hazırlamışlardır (Domenach, 1995: 40-43).

1956 yılı Aralık ayında, haftalık dergi l'Express, 'Bilgi mi, propaganda mı?' başlığı altında, Macar ayaklanması sırasında çekilmiş iki dizi fotoğraf yayınladı. Aynı belgeler, sıraları değiştirilerek farklı yorumlarla sunulmuştur. Amaç, farklı devlet kanallarının, aynı görüntüleri kullanarak olayları nasıl farklı şekillere soktuklarını ve yine de inandırıcı olmaya devam ettiklerini göstererek halkı manipülasyondan korumaktı. Bir kaç örnek verelim: Karede, sokakta duran bir Rus tankı görülmektedir. Resmin altındaki birinci yazı şöyle: 'Halkların kendi kendilerini yönetme haklarını hiçe sayan Sovyet hükümeti, Budapeşte'deki ayaklanmayı bastırmak için zırhlı birlikler gönderdi'. İkinci yazı da şöyle: 'Macar halkı, Sovyet

halkından yardım istedi. İşçileri korumak ve düzeni korumak için Rus tankları gönderildi'(Freund, 2008: 143).

Propaganda ve siyasal reklam kavramlarıyla birlikte görselliğin ağır bastığı materyal kullanımı en eski tekniklerden birisi olarak günümüzde de yoğun bir biçimde gerçekleşmektedir. Fotoğraf ya da fotoğrafa yakın resim, görsellik boyutuyla insanın zaman zaman sözlerden daha fazla etkiler. Fotoğrafa ilişkin; 'Bir fotoğraf bin sözcüğe bedeldir' sözü görselliğin önemine vurgu yapar. Geçmişin görsel tanığı olan fotoğraflar aynı zamanda propaganda için insanın duyduğundan çok Gördüğüne inanma eğilimine koşut bir araçtır. Durağan bir iletişim aracı olan fotoğrafın propaganda aracı olarak kullanılması yeni olmamakla birlikte teknolojinin ilerlemesi, fotoğraf üzerinde yapılabilecek pek çok değişiklik görsel algılamayı farklılaştırarak hedef kitlelerde istenen etkiyi yaratabilmektedir. Fotoğraf makinesi, bir yalanı alıntulamakta kullanıldığı zaman bile yalan söylemez. Böylece de yalanın daha doğru görünmesi sağlanmış olur (Ayhan, 2007: 163).

3. Temel Etik İlkeler

Etik; insan ilişkilerinde, toplumsal, kültürel, siyasi, ekonomik, hukuki, bilimsel teknolojik vb. tüm alanlarda insanın tutum, davranış, eylem ve kararlarında belirleyici olan, hiç kimsenin dışında kalamayacağı ilke ve değerler bütünüdür. Etik ve ahlâki değer yargılarının toplumda ortak kabule ulaşip geçerlik kazanabilmesi için kişiler tarafından içselleştirilmesi gerekmektedir. Bir kavramın içselleştirilmesi de, o kavramın ifade ettiği anlam, çağrıştırdığı değerler ve bu değerlere yüklü olarak taşıdığı anlamların bilgisine varmak, ileriye dönük olay ve olgular arasında bağlantılar kurma ve genelleme kolaylıkları sağlamak için onun, düşüncede soyutlanmasıyla mümkündür (Bodur, 2006: 3). Kozak ve Güçlü, etik konusunda dokuz temel ilke belirlemiştir (Kozak-Güçlü, 2006: 33-39):

1. Dürüstlük: Gerçeğin sözlere uygunluğu; diğer bir ifadeyle, verilen söze sadık kalmak ve beklentileri gerçekleştirmektir. Dürüstlük doğru ve içten olmayı, açık sözlülüğü, başkasının hakkını çalmamayı; yalan söylememeyi, kötü bir

davranışta veya eylemde bulunmamayı gerektirir. Etik davranış, başkaları ile ilişkilerde dürüst olmayı ve içtenliği gerektirir.

2. Doğruluk: Bir olayın doğruluğu hakkında yapılan değerlendirmelerde, olayın nesnel doğruluğu yanında, etik olarak da adlandırılan doğruluk ölçütü de esas alınır. Bir eylemle ilgili nesnel yargılar, sadece o eylemin hizmet etmesi gereken bir niyete uygunluğuna göre varılan yargılardan oluşur. Buna karşın ahlaksal yargılar; bir kişinin eyleminin bir başka kişilerin yararını veya zararını, ilgi ve niyetlerini gözetenek değerlendiren yargılardır. Bu nedenle, eylemlerde doğruluk ilkesine uygun olarak hareket edilmesi gerekmektedir.

3. Sözüde Durmak (Vaat): Sözüde durmak, güvenilir olmak, verdiği sözü tutmak; bağlılıklarını yerine getirmek; gerek sözleşme hükümlerine gerekse sözlü olarak verilen sözlere bağlı kalmaktır. İnsanların sahip olması gereken en önemli özelliklerden biri de doğru sözlü olmaktır. Doğru sözlü olmak; insanın inandığı, düşündüğü ve bildiği şeyleri söylemesidir. Bunun devamında insanın yapmayı taahhüt ettiklerini gerçekleştirmesi ona uygun hareket etmesi gerekir.

4. Sadakat (Bağlılık): Temel etik ilkelerinden olan sadakat, insanların birbirlerine içten bağlılık duymalarını, sağlam ve güçlü dostluklar kurmalarını ifade eder. Bu ilke insanların ailelerine, arkadaşlarına, iş arkadaşlarına, ülkelerine içten bağlı olmalarını gerektirir.

5. Adalet: Adalet, insanlar arasındaki eşitliğe saygı gösterip, yasalara uyma, insanlar arasında değerli nesnelere dağılımında (fayda ve zararın) doğrunun bulunmasıdır. Adalet ilkesi, tarafsız ve açık fikirli olmayı, hataları kabul etmeyi, yargıya bağlılık sergilemeyi, bireylere eşit davranmayı, başkalarının hatalarından veya eksiklerinden kendine çıkar sağlamamayı öngören bir etik ilkedir.

6. Başkalarına Yardım Etmek: İnsanların birbiriyle etkileşimlerde gözlenen yönlerden biri de yardım davranışıdır. Yardım etme eğilimi, her insanda olduğu halde, bazı durumlarda kişiler yardım davranışını göstermemektedirler.

7. Başkalarına Saygı Göstermek: Bu ilke, insanların haklarına, özel yaşamlarına ve kişisel tercihlerine saygılı olmayı; nazik, anlayışlı ve teşvik edici olmayı, insanların kendi hayatlarıyla ilgili karar verebilmelerinde ihtiyaç duydukları

bilgiyi sağlamayı, başkalarına büyüklük taslamamayı ve başkalarını küçültücü davranışlarda bulunmamayı gerektirir.

8. Mükemmeliyeti Aramak: İnsanın yaşamında her konuda gayretli, güvenilir, üretken olmayı, yetenekleri dâhilinde tüm görevlerde en iyisini yapmayı, mücadele isteğiyle çalışmayı ve bu isteğini geliştirmeyi gerektirir.

9. Sorumluluk: Kişinin kendi davranışlarını veya kendi yetki alanına giren herhangi bir olayın sonuçlarını üstlenmesi ve özgür irade ile birlikte ortaya çıkan, ayrıca bir ceza veya ödül gerektiren her tür davranış sorumluluğun alanına girer.

4. Haber Fotoğrafçılığı

İnsanlığın görsel hafızasının en önemli araçlarından biri fotoğraftır. Fotoğrafın en önemli misyonu ise yaşanan an'ı, gerçeği belgelemesidir. Fotoğraf, görsel bir ürün olarak her alanda kullanılmaktadır. Zaman içerisinde fotoğrafın toplumu etkileme gücünün olduğu anlaşılmıştır. Bu gücü kendi çıkarları için kullanmak isteyen bir takım kişi ve kurumlar, fotoğrafı siyasi, ideolojik ve propaganda amacıyla kullanmıştır.

Fotoğraf, pek çok haberin ana unsuru sayılır. Haberi süslemez, kendisi de haber içeriği, yani bilgi taşıdığı için haberin anlattıklarına katkı ve vurgu yapar. Bu açıdan fotoğrafların seçiminde haber özüyle bağlantı, haberin hepsi değilse de çoğunun altına yazılan kısa metinler ve tabii ki kaynağı (fotoğrafçı veya ajans) önem taşır. Görsel malzeme tabiatı gereği güçlü bir malzeme olduğu için de etik açıdan da özenli karar ve tercihler ister (Baydar, 2013: 16). Gazetelerdeki haber fotoğraflarının betimleme gücü, metinden farklıdır. Yorum gerektirir, duygulara seslenir. Haber fotoğrafının kullanımında yazar, öyküsünü fotoğraf doğrultusunda anlatabilir; bu onun için büyük bir şanstır, fotoğrafı ne kadar iyi değerlendirebilirse, metnin okunabilirlik payı da o derece artacaktır (Schneider ve Raue, 2002: 134).

Haber fotoğrafının basında kullanımını üzerinden bir asırdan fazla zaman geçti. Teknolojik gelişmelerle, fotoğrafın gazetelere direkt olarak basılma imkânının oluşması, haber fotoğrafının kullanım oranını da artırdı. Bu artan kullanım oranının en olumlu yanı tiraja direkt olarak katkı sağlamasıydı. Haber fotoğrafının basında ilk

kullanımı sırasında bazı tutucu çevreler, bu yeni görsel dile tepki göstererek mesafeli durdular. Önceleri insanların yeni yerler görme duygusunun bir dürtüsü olarak gelişen haber fotoğrafının tiraj üzerindeki etkisi bugün olaylara tanık olma ihtiyacı ile sürmektedir (Kanburoğlu (a), 2002: 193). Haber fotoğrafı, televizyon gibi daha teknolojik ve daha çabuk bir iletişim dilinin ortaya çıkması ile birlikte görsellikteki tekel özelliğini başlangıçta yitirir gibi oldu. Ancak ortada bir gerçek var. Fotoğraf, basılı yayımlardan daha değişik bir dile sahiptir. Kelime ve söz, bu alanda geçerli değildir. Bir fotoğrafa bakan kimse, başka hiçbir ögenin yardımı olmadan fotoğrafta ne demek istendiğini anlamaktadır. Fotoğrafın belirtmek istediği anlamı desteklemek üzere söze ve yazıya ihtiyaç olmadığı için bu sanat dalındaki anlamın her ulus tarafından anlaşılması kolaydır. Fotoğrafla televizyon arasındaki en büyük ayrılık, fotoğrafın zaman içindeki çok kısa bir anı dondurmasıdır. Fotoğraf, bir olayın saniyeden daha kısa bir an içindeki akışının bütün ayrıntılarıyla film üzerine kaydedilmesidir. Fotoğraflar geniş halk kitleleri tarafından kolay anlaşılıp okunabildikleri için her türlü iletişim ve propaganda amacıyla kullanımları yaygındır. Çünkü onlar, özellikle fazla eğitilmiş olmayan kitleler için, her şeye rağmen, kanıt ve belge olarak inandırıcıdır (Kanburoğlu (b), 2003: 138-140).

Yazılı basın haberlerinde görsel malzemenin olabildiğince yararlanılmaktadır. Haberin görsel malzemeyle daha anlaşılır kılınması, daha etkili sunumu açısından ulusal ve uluslararası basın olabildiğince fotoğraf destekli haber sunumuna yönelmektedir. Bu yönelimin kimi zaman etik kuralları zorlayan boyutlara ulaştığı da bilinmektedir. Fotoğrafın sunumunda etik kurallar gereği zaman zaman ‘bantlama-kadraj-pikselle ayırma’ gibi yöntemlerle önlemler alınmaktadır. Bir diğer etik sorun da teknolojik üstünlüklerle yapılan değişimlerdir. Görsel tasarımda bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ve fotoğrafsal-optik imge üretimi bilgisayar kaynaklı üretimi desteklemiştir. Bu gelişmeler ‘dijital manipülasyon’ olarak tanımlanabilmektedir. Analog olarak da fotoğrafın amaca göre yönlendirilerek sunumu mümkündür. Fotoğrafın basında kullanımı konusunda yaşanan bir diğer sorun da arşiv fotoğraflarının bağlantısız olaylarda kullanılmasıdır. Tüm bunlara karşı gerek fotoğraf muhabirinin, gerek fotoğraf editörünün temel ilke ve sorumlulukları taşıması gerekir. Fotoğraf editörü bir haberin sunumunda verilecek

fotoğrafi etik ve mesleki açıdan değerlendirerek seçecek olan kişidir. Fotoğrafın kimliğine, diline, yapısına saygılı bir seçimle istenilen düzeyde bir sorumluluk örneği göstermek mümkündür (Gezgin, 2003: 16-17).

4.1. Haber Fotoğrafçılığının Özellikleri

Fotoğrafın haber metinlerindeki niteliği, her zaman bir ideolojik amaç barındırır. Medyanın gerçeği görüntülerde araması çok önemlidir. Kurallar, gazetecilerin beyan edilen kaynaklardan aktardıklarının kontrol etmeleri yönündedir. Kurallar aynı zamanda kaynakların gazetecileri manipüle etme çabalarını açığa çıkarmayı, reklamlarının ve propagandalarının medyaya kaymasını önermemektedir. Siyasi ve ekonomik bilginin dörtte üçünün resmi kaynaklardan sağlandığı bilinmelidir (Bertrand, 2004: 63-64). Fotoğraflar yanlış şekilde yorumlanabilirler; bundan kaçınmak için önlemler alınmalıdır. Fotoğraflar, çarpıtmaya sebep olacak şekilde işlenmemelidir. Gözden geçirilen fotoğraflar bu şekilde incelenmelidir. Özellikle şiddet, sansasyon haline getirilmemelidir (ölçsüz dil, dramatik fotoğraflar yoluyla). Gereksiz yere şok edici tanımlardan kaçınılmalıdır. Özellikle çocuklarda travmaya yol açabilecek idam, kaza, acımasızlık olayları vb. (Bertrand, 2004: 52).

Farklı fotoğraf türleri, üretim yöntemleri ve kullanımları bakımından farklı özellikler taşımaktadır. Bu anlamda haber fotoğrafçılığını diğer fotoğraf türlerinden ayıran bazı temel özellikler vardır. Frank P. Hoy, 'Photojournalism-The Visual Approach' adlı kitabında bu temel özellikleri sekiz maddede özetlemiştir (Arıcan, fotomuhabiri.com):

1. Haber fotoğrafçılığı bir iletiyi yaymaya yönelik fotoğrafçılıktır. Haber fotoğrafçısının hedefi, okuyucunun hızlı algılayabilmesi için iletiyi açık bir şekilde iletmektir.

2. Haber fotoğrafçılığının iletişim ortamı gazeteler, haber dergileri ve haber ajansları gibi basılı kitle iletişim araçlarıdır.

3. Haber fotoğrafçılığı bildirme amaçlıdır. Haber fotoğrafçısının bütün çabası, zekası ve becerisi bir haberin belirli yönlerini bildirmeyi amaçlamaktadır.

4. Haber fotoğrafçılığı sözcükler ve fotoğrafın birleşiminden oluşan bir dil ile iletişim kurmaktadır.

5. Haber fotoğrafçılığının konusu insandır.

6. Haber fotoğrafçılığı büyük bir kitleyle iletişim kurmaktadır. Bu yüzden mesaj birçok farklı insan tarafından anında anlaşabilecek kadar özlü olmalıdır.

7. Haber fotoğrafçılığı iletileri daha etkili hale getiren, yetenekli bir editör tarafından sunulmaktadır.

8. Haber fotoğrafçılığın temel düşüncesi, bugünün karmaşık dünyasında halkı bilgilendirmenin kaçınılmaz gerekliliğidir.

4.2. Haber Fotoğrafçılığında Etik İlkeler

Gazetelerde kullanılan haber fotoğrafları, sahip oldukları inandırıcılıkla, insanların kendi gözlerinden sonra en güvendikleri araç konumundadır. Bu yüzden doğru haber vermekle yükümlü olan gazeteler, olayların doğruluğunu pekiştirmek amacıyla, yoğun olarak fotoğraf kullanırlar. Fotoğraf, çoğu kimse tarafından gerçeğin resmi gibi algılanmasına karşın kolayca manipüle edilebilmekte, dolayısıyla foto muhabirleri için hakikiliği sağlamak önemli bir görev olmaktadır. Fotoğraf çekerken tamamen nesnel olmak, karar vermedeki insan ögesi nedeniyle olanaklı değildir. Çünkü her fotoğrafta karar verilmesi gereken bakış açısı, kadraj, görsel düzenleme ve çekim anı gibi seçimler söz konusudur. Çekilen fotoğrafta hakikiliği ve dürüstlüğü sağlayan tek öge ise fotoğrafçının etik davranışdır. Haber fotoğrafıyla uğraşan kişiler, olabildiğince dürüst bir şekilde gerçeği aktarma çabası içindedirler. Fotoğraflar konusundaki etik sorunlar; fotoğrafın çekilmesi sırasında, yeni gelişen teknolojilerin de kullanılmasıyla işlenmesi sırasında ya da yayınlanmasıyla ortaya çıkabilir (Uzun, 2007: 153-154).

Bir iletişim aracı olarak nitelendirilen fotoğrafın, yazı gibi ciddiyetle, ilgiyle ele alınması beklenir. Yazı işleri sorumluları nedenli görsel ve dilsel ekine erişmişlerse, söz konusu ciddiyet ve ilgi de o denli kendini hissettirir (Gezgin, 2003a, 90). Haber fotoğrafının üretildiği süreçte rol alan kişilerin ahlâk felsefesi açısından

değerlendirilmesinin gerek şartı, söz konusu kişilerin bu süreç içerisinde mesleksi işlevlerini yerine getirdikleri koşulların meslek ahlâk ilkelerini yaşama geçirmelerine elverişli olmasıdır. Başka bir ifadeyle, bu kişilerin haber fotoğraflarını belirleyen tercihlerini yaparken bağımsız olmaları gerekir. Elbette ki, bağımsızlık bu kişilerin doğru tercihler yapmalarını garanti etmez. Öte yandan kişilerin doğru tercihlerini hayata geçirilebilmesi için gerekli olan -maddi ve teknik olanaklar gibi- diğer olanakların da elverişli olması gerekir. Basın emekçilerinin, basın meslek ahlâkına uygun, özgürce çalışabilmelerini ve üretebilmelerini doğrudan ve dolaylı etkileyen birçok faktör vardır. Haberciye sosyal güvencesinin ve iş güvencesinin olmadığını düşündüren nedenler var ise haberci istediği halde, meslek ilkelerine göre çalışmakta zorlanacaktır. Sendika gibi oluşumların çalışanların kendilerini bu açılardan güvencede hissetmelerinde etkisi olduğu görülmektedir (Çetintaş, 2006: 4).

Etik iki seviyede işlev görür; esaslar ve günlük hayat. Toplumda medyanın rolünün öğretilmesi, tartışılması, yavaş yavaş entegre edilmesi gerekir. Daha sonra her gün muhabirler ve editörlerin hızla vermesi gereken binlerce küçük ya da büyük karar vardır. Hiçbir kural, her olası durum için hüküm teşkil etmez. Küçük bir ABD kasabasında, bir yangında korkunç şekilde çirkinleşen ve uzun bir tedavi gören küçük bir kızın fotoğrafını bir gazete yayınladı. Başka bir gazete yayınlamadı. Biri çocuğun topluma tekrar entegre olması için insanların onun görünümüne alışması gerektiğinin düşündü. Diğeri okuyucularını korkutmak istemedi (Bertand, 2004: 56).

Haber fotoğrafından beklenen, olayı tüm açıklığı ve gerçekliği ile yansıtmasıdır. Özellikle manipüle edilmemiş olması ve tarafsız olması beklenir. Çünkü haber fotoğrafı, haberi doğru olarak algılamamıza yardımcı olur. Haber fotoğrafında önemli olan kritik an'dır. Fotoğrafçı anı yakalamalı ve o'nu estetik olarak kadraja oturtmalıdır. Haber fotoğrafçısı fotoğraf editöre gitmeden kendi öz denetimini yapar. Fotoğrafçının makine ayarı yapması, çeşitli çekim teknikleri uygulaması, karanlık oda banyolarını hazırlarken yaptığı seçimler gibi öznel inisiyatifler fotoğrafın mesajına direkt etki edebilir. Doğal olarak haber fotoğrafçısı mesajını güçlendirmek için tüm bu tekniklerden yararlanabilir. Olayın kendi doğal akışına ve mesajına müdahale olmadığı sürece bunlar normal işlemlerdir. Etik bağlamda haber fotoğrafçılığı şu sorulara cevap verir (Uğur, solidarticles.com):

- Fotoğrafın konusuna dışarıdan müdahale yapılmış mı?
- Fotoğraf çekilmeden önce herhangi bir düzenleme, olayın akışına her hangi bir müdahale olmuş mu?
- Fotoğraf çeşitli kimyasal formüllerle değişime uğratılmış mı?
- Çekilen fotoğraf bir ideolojiyi veya fikri empoze etmek için mi kadrajlanmış?
- Fotoğraf özgün mü? Taşıdığı bilgiler ve uyandırdığı etki, o an olup bitmekte olan olayın aslına sadık mı?
- Yeterince anlatıcı mı? Fotoğrafçının etik ve estetik birikimiyle ortaya koyduğu görüntü kendi başına bir haber kurgusuna sahip olmalıdır.

Ulusal Basın Fotoğrafçıları Birliği (The National Press Photographers Association, NPPA), medya sektöründe çalışan fotoğraf muhabirlerinin ve fotoğraf editörlerinin mesleki etik kodlarını belirlemiştir. Buna göre, haber fotoğrafçıları ve fotoğraf editörleri günlük çalışmalarında aşağıdaki standartları sağlamakla sorumludur ([nppa.org/code of ethics](http://nppa.org/code_of_ethics)):

1. Fotoğrafın sunumu eksiksiz ve kapsamlı olmalı.
2. Sahne (kurma) fotoğraflarda manipülasyona karşı olun.
3. Konuları fotoğraflarken ve kaydederken konuya tamamen hâkim olun. Basmakalıp bireyler ve gruplardan uzak durun. Çalışmalarınızda sadece bir kişinin, kendi önyargılarını sunmasından sakınmaya çalışın ve bu konuya önem verin.
4. Tüm konulara saygı ve ciddiyetle yaklaşın. Hassas konulara özel önem verin, trajedi veya cinayet kurbanlarına merhametli davranın. İnsanların özel alanlarına ve hayatlarına izinsiz girmeyin. Kederli ve ıstıraplı anlarını izinsiz çekmeyiniz
5. Konuları fotoğraflarken kasıtlı olarak olayları değiştirmek ve etkilemek için katkıda bulunmayın.
6. Editörler, fotoğraf görüntülerinin içerik ve bütünlüğünü korumalıdır. Görüntüler üzerinde her hangi bir ekleme, çıkarma, değiştirme gibi manipülatif çalışmalar yapmamalıdır.

7. Kaynaklara veya konulara ücret ödemeyin veya bilgi veya katkı için her hangi bir maddi ödül vermeyin.

8. Takip ettiğiniz olayı etkilemek isteyenlerin verdiği hediye, iyilik veya bedeli kabul etmeyin.

9. Diğer gazetecilerin çabalarını kasten engellemeyin.

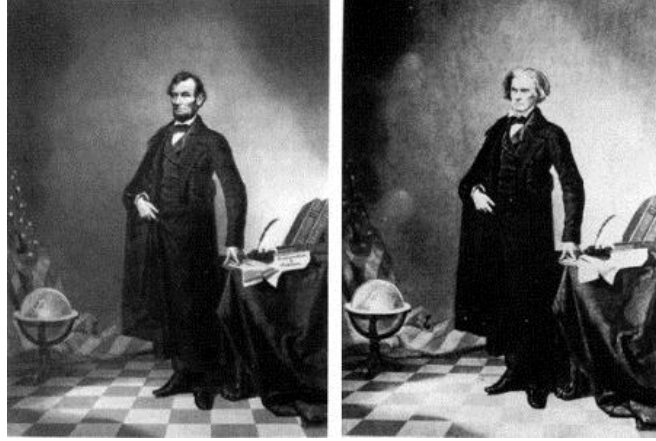
5. Çalışmanın Yöntemi

Bu çalışmada etik, propaganda, manipülasyon gibi kavramların genel anlamı ve medya sektöründeki anlamını incelemek üzere, kavramsal inceleme tekniğinden yararlanılmış, haber fotoğraflarında ise, görsel analiz (visual analysis) yöntemi içinde yer alan çerçeveleme analizi (framing analysis) kullanılmış ve fotoğraflardaki görsel objeler tek tek detaylıca incelenmiştir. Böylece olayın ve bağlamın ne olduğunun ötesinde, her bir çerçevenin içine nelerin dâhil edilip nelerin çerçeve dışında bırakıldığı, nelerin ilave edildiği (digital photo manipulation) incelenmek suretiyle gerçekliğin nasıl yeniden kurgulandığı veya tarafsız kalmaya çalışıldığı tespit edilmiştir. Foto muhabirinin dünya görüşü, çalıştığı medya kuruluşunun çıkarları ve beklentileri, kendi bireysel tecrübeleri ve hatta psikolojik durumu görüntülediği olayı nasıl yansıtacağını belirlemektedir. Bu belirlenişin hangi faktörleri içerdiği bu makalenin temel araştırma sorusu olmuş ve somut örnekler üzerinden incelemeler yapılmıştır. Bu amaçla yedi adet fotoğraf incelenmiş, bu fotoğrafların beşi karşılaştırma, biri propaganda ve biri de klonlama fotoğrafıdır. Bazı fotoğraflar ise, (Boğaz Köprüsü örneği) metnin manipülasyonuna maruz kalmış, kendi içinde foto-manipülasyon barındırmamaktadır.

6. Manipüle Edilmiş ve Propaganda Amaçlı Kullanılan Fotoğraf Örnekleri

1- Fotoğrafçılığın başladığı ilk yıllardan itibaren fotoğraflar üzerinde manipülasyon yapılmaktadır. 1814'te Niepce tarafından ilk fotoğrafın çekilmesinden kısa bir süre sonra fotoğraflar üzerinde manipülasyonlar da başlamıştır. Aşağıdaki fotoğrafta, 1860 yılında A.B.D. Başkanı Abraham Lincoln'ün ikonik fotoğrafı,

aslında Güneyli politikacı John Calhoun'un fotoğrafı üzerine Abraham Lincoln'ün başının yerleştirilmesiyle oluşmuştur (ethicsinediting. wordpress.com).



Fotoğraf 1: ABD Başkanı Abraham Lincoln'ün Manipüle Edilmiş İkonik Fotoğrafi

2- Soğuk Savaş döneminde, fotoğraf sanatının ideolojik bağlamda çok etkin biçimde kullanıldığı görülmektedir. Bu dönem, siyasal ve toplumsal içerikleriyle haber fotoğraflarının imgesel bir anlatıma dönüşerek adeta ikonlaştığı ve dolayısıyla da olaylar ve olgular üzerinde simgesel bir ağırlık kazandığı dönemdir. Bu tür fotoğraflara verilebilecek en iyi örneklerden biri, 15 Ağustos 1961'de Doğu Alman er Conrad Schumann'ın Doğu Almanya'dan Batı Almanya'ya kaçışını gösteren ve yıllarca 'Hürriyet Atlayışı' olarak adlandırılarak batı için bir propaganda malzemesi olarak kullanılan fotoğraftır. Yıllarca ABD ve batılı müttefikler tarafından er Conrad Schumann'ın bu fotoğrafı eşliğinde, adeta bir 'özgürlüğe kaçış söylencesi' biçiminde ve propaganda malzemesi olarak kullanılmıştır (Özgen, 2002: 33-34).



Fotoğraf 2: Er Conrad Schumann'ın Doğu Almanya'dan Batı Almanya'ya kaçışını gösteren fotoğraf (iconicphotos.wordpress.com)

3- Aşağıdaki fotoğraflarda 9 Nisan 2003'te Irak'ın başkenti Bağdat'a giren Amerikan güçlerinin Firdevs Meydanı'ndaki Saddam Hüseyin heykelini yıkış anı görülmektedir (Fotoğraf 3-4). Haber ajansı AP, binlerce Irak'lı'nın heykelin yıkılması sırasında hazır bulunduğu bilgisiyle geçtiği haberi ilk fotoğrafla beraber servis etmiştir (Fotoğraf 3). Heykelin tam yıkıldığı anı gösteren fotoğrafta kalabalık bir grubun hemen heykelin dibinde olduğu görülmektedir. Oysa heykelin bulunduğu alanı yukarıdan gören başka bir fotoğrafta meydana birkaç tank ve heykelin dibinde biriken bir avuç ABD askeri ve sivil Irak'lıdan başkası görülmemektedir (Fotoğraf 4). AP fotoğrafçısı kadrajına aldığı heykelin yıkılış anını izleyen insanlar tele objektifin yardımıyla kalabalık bir grup etkisi vermekte ve haberin bilgisiyle beraber fotoğraf, tamamen bir propaganda silahına dönüşmektedir (Fırat, 2008: 26).



Fotoğraf 3: Bağdat Firdevs

Meydanı, Saddam Hüseyin heykelinin yıkımı, 9 Nisan 2003, Irak.

Fotoğraf 4: Bağdat Firdevs Meydanının genel görünümü, 9 Nisan 2003, Irak.

4–2003 yılında Los Angeles Times foto muhabiri Brian Walski, Irak'ın Basra kentinde çektiği iki ayrı fotoğrafı bilgisayarda işleyerek birleştirir ve gazetesine gönderir (Fotoğraf 5). Fotoğraf 31 Mart 2003 tarihinde yayınlandığında dikkatli bir okurun uyarısıyla manipülasyon ortaya çıkar ve Brian Walski işten çıkarılır. Gazete ertesi hafta, yayımlanan fotoğrafın, bir İngiliz askerini kalabalık bir Iraklı grubuna silahını doğrultmuş bir şekilde gösterdiğini, fotoğrafın aslında iki fotoğrafın birleştirilmesi ile oluştuğunu ve koalisyon güçlerini kötülediğini açıklar (Fırat, 2008: 27).



Fotoğraf 5: Brian Walski, Manipule edilmiş fotoğraf, 2003, Irak.



Fotoğraf 6-7: Brian Walski, İngiliz askeri ve Irak'lılar, 2003, Irak.

Walski'nin her iki fotoğrafında da asker silahını çevresinde yerde oturur durumda olan silahsız sivillerin üzerine doğrultmuş bir haldedir. Sivillerden sadece kucağında bir çocuk taşıyan erkek ayakta ve fotoğrafta soluna doğru bakmaktadır (Fotoğraf 6), ikinci fotoğraftaysa bakış yönü askere doğrudur (Fotoğraf 7) ve ilkinde göre daha yakın ve fotoğrafik olarak daha çarpıcıdır. Biri diğerinin bir an sonrasında çekilmiş iki karede de askerdeki tek değişiklik sol kolunun yönüdür. Silahın namlusuysa her iki karede sivillere dönüktür. Gazete Walski'nin fotoğraflarını birleştirmeden yayımlasaydı da fotoğraflar yine İngiliz askerini kalabalık bir Iraklı grubuna silahını doğrultmuş bir şekilde gösterecekti.

5- Fotoğraf, her alanda olduğu gibi sosyal medyada da etkili bir şekilde kullanılmaktadır. Günümüzde propaganda amaçlı fotoğraflar hızlı ve etkili olduğu için sosyal medya üzerinden de yayınlanmaktadır. Bunlardan biri de 2012 Avrasya Maratonuna katılan onbinlerce kişiyi, halk (eylemciler) Taksim'e yürüşe geçti şeklinde veren fotoğraftır. Gerçek fotoğraf ve propaganda amaçlı fotoğraflar aşağıdadır (aksam.com.tr).



Fotoğraf 8: Propaganda amacıyla sosyal medyada yer alan bir fotoğraf (aksam.com.tr).



Fotoğraf 9: Köprüden geçenlerin gerçek fotoğrafı (aksam.com.tr).

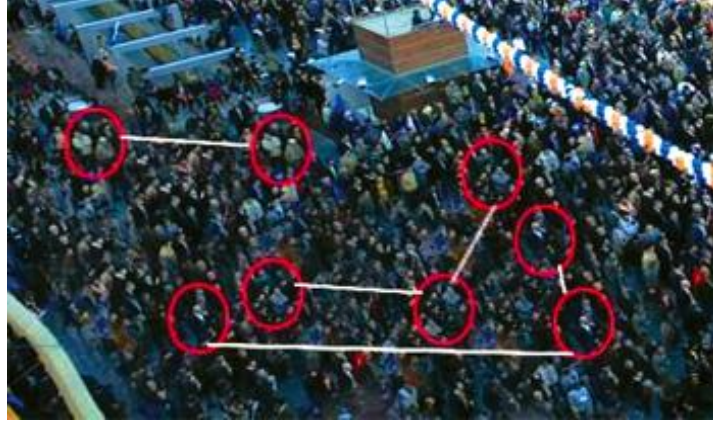
6- Fotoğraf üzerinde yapılmış manipülasyonlara birçok örnek verilebilir. Bunlar zaman zaman karşımıza çıkmaktadır. Amerikalı ünlü sporcu O. J. Simpson'un eşini öldürmesi şüphesiyle tutuklanmasını haber yapan dergilerin kapaklarındaki farklar, manipülasyon sorununu karşımıza çıkarmaktadır. Renk üzerinde yapılan ve sonuçta etik tartışmalara yol açan müdahale Time dergisinin 1994 yılındaki kapağında kullandığı, iyice karartılmış O. J. Simpson fotoğrafıdır. Bu fotoğrafla ilgili olarak John Long'un NPPA sitesinde yayınlanan yazısına göre Time dergisinin fotoğraf editörü, yayınına karar verdiği bu fotoğraf nedeni ile ırkçılıkla suçlanmıştır. Time dergisi fotoğrafı manüpile ederek karartmıştır (Soygüder, 2004:

1661). Time dergisi, ayrıca polisin verdiği numaraları küçülterek Simpson'un suçlu olduğuna karar vermiş ve onu dava sonuçlanmadan suçlu olarak göstermiştir. Fotoğrafi olduğu şeyden (bir belge), olmasını istediği şey haline getiren Time dergisi, hem kendi güvenilirliğine hem de bütün gazetecilerin güvenilirliğine zarar vermiştir (Uzun, 2007: 158).



Fotoğraf 10: O. J. Simpson'un aynı fotoğrafının Newsweek ve Time dergilerinde gerçek ve karartılmış hali görülmektedir (beforeitsnews.com)

7- Bir başka fotoğraf manipülasyonu 2009 seçimleri öncesinde yaşandı. Manisa'da seçimler öncesi yapılan bir parti mitingine katılanların sayısını olduğundan kalabalık göstermek isteyen bir parti görevlisinin, manipüle edilmiş fotoğrafları (fotoğraf: 11) basına dağıttığı şeklindeydi. İlk bakışta masum gibi görülebilecek bu davranış, aslında kitleleri etkilemek için fotoğraf manipülasyonu kullanılmasından başka bir şey değildi. Ancak basın, dolaylı yoldan da olsa bu manipülasyona alet edilmeye çalışılmış olması, basın mensuplarının konu üzerinde daha dikkatli olmaları gerektiğine dair güzel bir örnektir (Yamı, 2009: 53-54). Aşağıda klonlama yöntemi görülmektedir.



Fotoğraf 11: 2009 Yerel seçimleri öncesinde Manisa’da yapılan bir partinin mitingine katılanların kalabalık gösterilmesi (portal.firat.edu.tr).

SONUÇ

Günümüz insanı kurgulanan gerçekliklerin görüntü üzerinde aktarıldığı fotoğrafik bir kadrerin içine hapsedilmiş durumdadır. İnsanlığın görsel hafızasının en önemli araçlarından olan fotoğraf; günümüzde, gerçeğin içinden çekip aldığı an’ı dondurup saklama misyonundan hayli uzak bir noktaya taşınmıştır. Son dönemlere kadar bireyleri ve toplumu etkileme gücü bakımından ikinci planda olduğu düşünülen fotoğrafın, kurgu ürünü olarak kullanılmasının ‘etik’liği temel sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle savaş fotoğraflarında karşımıza çıkan değişik kurgulama yöntemleriyle ortaya çıkan bu etik sorun, fotoğrafın artık günümüzde birinci dereceden manipüle ve propaganda aracı durumunda olmasından ötürü önemlidir.

Fotoğrafın kitleleri etkileyen güçlü bir iletişim aracı olması, siyasi, sosyal, askeri, ekonomik amaçlarla kullanılmasına neden olmuştur. Fotoğraf üzerinde yapılan ekleme, çıkarma, birleştirme, değiştirme gibi teknolojik işlemlerle kitleler, çıkar gruplarının amaçları doğrultusunda yönlendirilebilmektedir. Özellikle eğitim seviyesinin düşük olduğu toplumlarda fotoğraf, yazıdan daha etkili olmaktadır. Her meslekte yaşanan etik sorunlar fotoğrafçılık içinde geçerlidir. Bunun önüne geçmek için haber fotoğrafçılığında ulusal ve uluslararası etik ilkeler belirlenmiştir. Fotoğraf muhabiri ve fotoğraf editörü, fotoğraf çekimi öncesinde, çekerken ve yayınlarken belirlenen etik değerlere uyulmalıdır. Özellikle manipülasyon ve propaganda amaçlı

fotoğraflardan uzak durulmalıdır. Fotoğraflara, yasaların (kamusal alan, özel hayat ve mahrem hayat hakkı) belirlediği şekilde sahip olunmalı, haksız yöntemler kullanılmamalıdır. Özel alanlarda, kişilerden fotoğraflarını çekmek için izin alınmalıdır, eğer izin verilmezse ısrarcı olunmamalıdır. İzinsiz çekilen fotoğrafları editörler yayınlamamalıdır. Uzaktan, kişilerin bilgisi dışında uzun objektiflerle fotoğraf çekilmesi etik değildir. Haber fotoğrafları tehdit, taciz ve şantaj gibi amaçlar için kullanılmamalıdır. Çocukların fotoğraflarını çekmek ve yayınlamak için ailesinden izin alınmalıdır. Haber fotoğrafçısı, kamu veya özel alanlara girerken gazeteci kimliğini göstermeli ve yetkili kişilerden izin almalıdır. Olayları fotoğraflarken insanları rahatsız etmemeli, saygılı ve dürüst olunmalıdır. Fotoğraf editörü, çocukların, mağdurların ve cinsel tacize uğramış kişilerin fotoğraflarını yayınlarken daha duyarlı davranmalıdır. Arşiv görüntüsü veya mizansen amaçlı bir fotoğraf kullanılıyorsa bu durum belirtilmelidir. Fotoğraf ile alt yazıları uyumlu olmalıdır.

Sonuç olarak haber fotoğrafçıları, çalışmalarında belirlenen etik ilkelere uymalıdır. Haber fotoğrafı, olayı doğru ve kapsamlı yansıtmalıdır. Haber fotoğrafçısı, kitlelere daha kaliteli görüntü verebilmek için teknik imkânlardan faydalanabilir. Ancak fotoğraf üzerinde manipülasyon (yönlendirme) amaçlı değişiklikler yapılmamalıdır. Propaganda amaçlı fotoğraflar yayınlanamamalıdır.

KAYNAKÇA

- AKAY, Rafet Aykut (2012). Siyasal İletişim Danışmanı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- ARICAN, Melih Zafer. “Haber Fotoğrafçılığının Özellikleri”, Erişim Tarihi: 28.08.2013, <http://www.fotomuhabiri.com/haberfotografciligi/>
- AZİZ, Aysel (2003). Siyasal İletişim, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- AYHAN, Ahmet (2007). Propaganda, Literatürk Yayınları, İstanbul.
- BAYDAR, Yavuz (2013). “Fotoğrafın Kırmızı Çizgileri”, Okur Temsilcisi, 11.02.2013 Sabah Gazetesi.

- BEKTAŞ, Arsev (1996). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- BERTRAND, Jean Claude (2004). *Medya Etiği*, Başbakanlık Basın- Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara.
- BODUR, Feyyaz (2006). “Haber Yazısı ve Haber Fotoğrafı Örnekleriyle Yazılı Basında Etik Sorgulaması”, *Küresel İletişim Dergisi*, sayı 2, Güz–2006.
- ÇAKIR, Hamza (2007). *Gazeteciliğe Giriş*, Tablet Yayınları, Konya.
- ÇETİNTAŞ, Erdem (2006). “Haber Fotoğrafı Üretim Süreci Koşullarının Etik Açısından Değerlendirilmesi”, *Küresel İletişim Dergisi*, sayı 2, Güz–2006.
- DOMENACH, Jean Marie (1995). *Politika ve Propaganda*, Varlık Yayınları, İstanbul.
- FIRAT, Nazım Serhat (2008). *Savaş Fotoğraflarının Kullanımı Bağlamında Propaganda ve Manipülasyon*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- FREUND, Gisele (2008). *Fotoğraf ve Toplum*, Sel Yayıncılık, İstanbul.
- GERAY ve Aydoğan, “Yeni İletişim Teknolojileri ve Etik”, <http://ilefarsiv.com/etik/yeni-iletisim-teknolojileri-ve-etik>, Erişim Tarihi: 01.07.2014.
- GEZGİN, Suat (2003). “Cumhuriyetten Günümüze Basının Gelişim ve Fotoğrafçılık”, s. 11-22, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul.
- GEZGİN, Suat (2003a). *Basında Fotoğrafçılık*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları: 14, İstanbul.
- KANBUROĞLU (a), Özer (2002). “Haber Fotoğraflarının Tiraj Üzerindeki Etkisi”, s.193-199, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul.
- KANBUROĞLU (b), Özer (2003). “Televizyona Rağmen Haber Fotoğraflarına Olan İhtiyacın Artması”, s.137-146, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul.

- KOZAK, Meryem Akoğlan-Güçlü, Hatice (2006). *Turizmde Etik – Kavramlar, İlkeler, Standartlar*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- LILLEKER, Darren G. (2013). *Siyasal İletişim*, Kaknüs Yayınları, İstanbul
- MUTLU, Erol (2008). *İletişim Sözlüğü*, Ayraç Kitabevi, Ankara.
- ORHON, Nezh (2004). “Terörün Anlamı ve Görselleştirilmiş Terör, Terörün Görsel Sunumu”, *Terörün Görüntüleri, Görüntülerin Terörü*, Ed. Orhan Gökçe-Uğur Demiray, Çizgi Kitabevi, s. 163–186, Konya.
- ÖZGEN, Murat (2002). “Basında Fotoğraf Kullanımı ve Etkileri”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul.
- ÖZSOY, Osman (1999). *Politik Propaganda Teknikleri*, Alfa Basım-Yayım, İstanbul.
- ÖZSOY, Osman (2009). *Siyasal İletişim*, Pozitif Basım-Yayım, İstanbul.
- SCHNEİDER, Wolf - Raue, Paul Josef (2002). *Gazetecinin El Kitabı*, Çev. Işık Aygün, Konrad-Adenauer Vakfı Yayınları, İstanbul.
- SOYGÜDER, Şebnem (2013). “Fotoğraf Editörlüğü Kurumu ve Gazeteler İçin Önemi”, *International Journal of Social Science*, Cilt: 6 Sayı: 2, s. 1653-1677, Şubat 2013. http://www.jasstudies.com/Makaleler/1680736004_86Soygudersebnem_S-1653-1677.pdf
- TDK, (1998). *Türk Dil Kurumu Sözlüğü*, Ankara.
- UĞUR, Ufuk “Haber Fotoğraflarında Etik ve Manipülasyon”, Erişim Tarihi: 23.08.2013. http://www.solidarticles.com/1.x/hc60017893,readarticle_printout?nocache=L1&articleid=46
- ULUTÜRK, Muammer (2010). “Modern İslam Algısının Göz Ardı Ettiği Görsel Kültür Unsurları Olarak Fotoğraf ve Sinema”, *Uluslararası Sempozyum*, Samsun, 26-28 Kasım 2010, http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30358680/1424169087_057

UZUN, Ruhdan (2007). İletişim Etiği, Sorunlar ve Sorumluluklar, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kırkınıcı Yıl Kitaplığı No: 2, Ankara.

YAMI, Vedat Şafak (2009). “Dijital Manipülasyon ve Medya Etiği”, I. Medya ve Etik Sempozyumu, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, 07-09 Ekim 2009, s. 49-62, Elazığ.

CONRAD Schumann’ın Doğu Almanya’dan Batı Almanya’ya kaçışını gösteren ‘Hürriyet Atlayışı’ fotoğrafı, <http://iconicphotos.wordpress.com/2009/05/11/conrad-schumann-defects/> Erişim Tarihi: 23.04.2014.

Fotoğrafta Manipülasyon’un Tarihi: <http://ethicsinediting.wordpress.com/2009/04/01/photo-manipulation-through-history-a-timeline/> Erişim Tarihi:13.03.2014.

<http://www.aksam.com.tr/guncel/gezi-parki-olaylari-ile-ilgili-ortaya-atilan-17-twitter-yalani/haber-211987>, Erişim Tarihi: 24.02.2014.

O. J. Simpson Cover, <http://beforeitsnews.com/awesome-time-wasters/2013/08/o-j-simpson-cover-matt-mahurin-2-2449878.html>, Erişim Tarihi: 23.02.2014.

Ulusal Basın Fotoğrafçıları Birliği Etik Kodları, (The National Press Photographers Association, NPPA) https://nppa.org/code_of_ethics, Erişim Tarihi: 20.03.2014.

2009 Yerel seçimleri öncesinde Manisa’da yapılan bir parti mitingine katılanların kalabalık gösterilmesi (<http://portal.firat.edu.tr>). Erişim Tarihi: 23.06.2014.