

132935-1

BİR KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK
HABER FOTOĞRAFI VE MANİPÜLASYON

Hüseyin ERYILMAZ
(DOKTORATEZİ)

Eskişehir, 1999

BÖLÜM II

YÖNTEM.....	54
Araştırma Modeli.....	54
Evren ve Örneklem.....	54
Verilerin Toplanması.....	56
Verilerin Çözümlemesi.....	58

BÖLÜM III

BULGULAR VE YORUM.....	59
------------------------	----

BÖLÜM IV

TARTIŞMA.....	67
---------------	----

EKLER.....	70
------------	----

KAYNAKÇA.....	83
---------------	----

ÇİZELGELER LİSTESİ

	Sayfa
Çizelge 1 : Örnekleme Oluşturan Deneklerin Kişisel Özellikleri.....	55
Çizelge 2 : Cinsiyetlerine Göre Deneklerden Fotoğrafların Yalın Görüntüsüne İlişkin Elde Edilen Bulgular.....	60
Çizelge 3 : Cinsiyetlerine Göre Deneklerden Fotoğrafların Manipülatif Görüntüsüne İlişkin Elde Edilen Bulgular.....	60
Çizelge 4 : Öğrenim Düzeylerine Göre Deneklerden Fotoğrafların Yalın Görüntüsüne İlişkin Elde Edilen Bulgular.....	61
Çizelge 5 : Öğrenim Düzeylerine Göre Deneklerden Fotoğrafların Manipülatif Görüntüsüne İlişkin Elde Edilen Bulgular.....	61
Çizelge 6 : Gazete Okuma Sıklıklarına Göre Deneklerden Fotoğrafların Yalın Görüntüsüne İlişkin Elde Edilen Bulgular.....	62
Çizelge 7 : Gazete Okuma Sıklıklarına Göre Deneklerden Fotoğrafların Manipülatif Görüntüsüne İlişkin Elde Edilen Bulgular.....	63
Çizelge 8 : Fotoğrafların Yalın Görüntüsüne İlişkin Deneklerden Elde Edilen Puanların Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	64
Çizelge 9 : Fotoğrafların Manipülatif Görüntüsüne İlişkin Deneklerden Elde Edilen Puanların Ortalama ve Standart Sapma Değerleri..	65

BÖLÜM I

GİRİŞ

Problem

İnsanlık yazıyı bulduktan sonra, bu en önemli iletişim malzemesini, matbaa aracılığıyla daha üst bir konuma yerleştirmiştir. Matbaanın bulunması sayesinde yazılı iletişimin kolaylaşması ve geniş kitlelere ulaşabilme şansı kazanması, günümüzdeki çağdaş iletişim biçimlerine de ortam hazırlamıştır.

Matbaa aracılığıyla yaygınlaşan “gazete”, zamanla çok önemli bir kitle iletişim aracı olarak yerine oturmuştur. Basın diye de adlandırdığımız gazete haberciliği aracılığıyla kitle iletişim biçimi, sahip olduğu güç nedeniyle de, diğer güçler tarafından kontrol altında tutulmak istenmiştir.

Özellikle içinde yaşadığımız yüzyılda etkinliğini büyük ölçüde artıran, son zamanlarda da en büyük güç haline gelen basın, demokratik toplumlarda dördüncü kuvvet olarak kabul edilir. Basın özgürlüğünün amacı; “toplumu yakından ilgilendiren konularda doğru ve gerçeğe uygun haber vermek; çeşitli konularda kamuoyunu düşünmeye yöneltebilecek tartışmalar açmak ve toplumu siyasal ve toplumsal olaylar ve oluşumlar üzerinde düşünmeye sevkettir.”

İlk gazetenin yayımlandığı yıllardan itibaren, basınla iktidarlar arasında bir mücadele başlamıştır. İktidarların basını kontrol altına almak ve kendi görüşleri doğrultusunda yönlendirmek istemelerine karşılık, basın da kendisine tanınan özgürlüklerin sınırlarını daha geniş tutma mücadelesi vermiştir. Hatta daha da ileri giderek, sahip olduğu gücü artırmaya, daha güçlü olmaya çalışmıştır. Bu noktada da basının sahip olduğu gücün kullanımının sorgulanmasını gerektirecek ciddiyette olaylar yaşanmıştır.

DOKTORA TEZ ÖZÜ

BİR KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK HABER FOTOĞRAFI VE MANİPÜLASYON

Hüseyin ERYILMAZ

Basım ve Yayıncılık Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mart 1999

Danışman: Prof.Dr. A.Haluk YÜKSEL

Bu araştırmada bir kitle iletişim aracı olarak haber fotoğrafı ve haber fotoğrafının manipülatif etkisi betimlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada, haber fotoğrafının manipülatif etkisi, veri toplama aracı ile elde edilen görüşler ile betimlenmiştir.

Araştırmanın belirlenen amaca ulaşması için gerekli olan veriler, araştırmacı tarafından geliştirilen “*Haber Fotoğrafı ve Manipülasyon*” adlı veri toplama aracı ile toplanmıştır.

Geliştirilen veri toplama aracının ilk yedi sorusunu farklı yedi fotoğrafın manipüle edilmiş görüntüleri ve bunlara ilişkin yargılar oluşturmuştur. Diğer sayfada ise aynı fotoğrafların yalın biçimleri ve yine aynı yargılar yer almaktadır. Araştırmadan elde edilen bulgular, araştırmanın örneklemini oluşturan grubun cinsiyet, eğitim düzeyi ve gazete okuma sıklığı açısından da ayrıca tartışılmıştır.

Sonuç olarak, katılımcıların aynı fotoğrafın yalın biçimde sunulması durumunda verilen yargıyı inandırıcı bulmadıkları halde fotoğrafın manipüle edilmiş biçimine ilişkin verilen aynı yargıyı bu kez inandırıcı bulmaları, fotoğrafta yapılacak bir manipülasyon ile düşünce ve görüşlerin değiştirilebileceğini göstermektedir.

ABSTRACT

In this study, the news picture, as one of the mass media, and the manipulative effect of news picture have been described. The study has been designed as “descriptive search”. The manipulative effects of news picture have been described by considering the views gathered via the data collection material called “*News Picture and Manipulation*” prepared by the researcher.

Seven different manipulated pictures and the judgements related to them constitute the first seven questions of the data collection material. Natural forms of the same pictures and the related judgements constitute the rest of the questions.

The data obtained from the study have been discussed by considering the sex, educational background and the newspaper reading frequency of the subjects within the sample group of the study.

It was found, in the study, that while the subjects thought the judgements were not convincing when the pictures were presented in their natural forms, they thought they were convincing when presented in their manipulated forms. This shows that any manipulation made on a picture might change the opinions and views of the people.

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

İmza

Üye (Tez Danışmanı): Prof.Dr. A.Haluk YÜKSEL

Üye: Prof.Dr.Suat GEZGİN

Üye: Prof.Dr.Uğur DEMİRAY

Hüseyin ERYILMAZ'ın “Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Haber Fotoğrafı ve Manipülasyon” başlıklı tezi 21 Mayıs 1999 tarihinde, yukarıdaki jüri tarafından Lisansüstü Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, Basım-Yayımcılık Anabilim dalında, Doktora tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

1.1.Kitle İletişimi

İletişimi tanımlarken ya da iletişime ilişkin bakış açıları belirtilirken *toplumsallık* niteliğinden söz edildiğinde, kaçınılmaz olarak, *kitle iletişimi* kavramı ile karşılaşılır. Zılhoğlu, iletişimin toplumsal yönünü ele aldığı bir anlatımında şöyle der, “İletişim toplumsal yaşamı olanaklı kılar, bu nedenle toplumsal yaşamın temelidir. İletişim olmadan insan toplumu olmazdı. Buna bağlı olarak tüm insan toplumları birbirleriyle ilişkili iletişim ağları gibi düşünülebilir. Tüm insan etkinlikleri iletişikle sürdürülür ve değiştirilir.”⁵

İnsan etkinliklerinin iletişikle sürdürülmesi ve değiştirilmesi, kitle iletişimi ile yaşanan sürecin bir sonucudur. Kitle iletişimi, belli spesifik sosyal grupların veya üyelerinin teknik araçlar sayesinde heterojen olan ve geniş alana yayılmış sayıca fazla insanlara sembolik içerikleri iletmeye veya ulaştırmaya çalıştıkları bir süreçtir.⁶

Başka bir kaynak, kitle iletişiminde, kitle iletişim araçları bağlamında şöyle bir yaklaşım getirmektedir; toplumun tümünün veya önemli bir kısmının alıcı (hedef kitle) konumunda olduğu, kitlelere yönelik iletişime kitle iletişimi adı verilmektedir. Belli başlı kitle iletişim araçları gazete, kitap, radyo, tv, sinema, çeşitli dergiler ve afişlerdir. Bu araçlar herhangi bir konudaki enformasyonu kısa zamanda geniş kitlelere yayabilmekte ve bu yüzden günlük hayatımızda çok etkili olmaktadır.⁷ Bu etkilerin en önemlilerinden birisi de, kitle iletişim araçlarının çok çabuk ve kolay *kamuoyu* oluşturabilme özelliğidir. Kitle iletişim araçları genel olaylar hakkında haber verme ve dünyada olup bitenleri bildirmenin yanında, daha önemli bir işlevi yerine getirmekte ve insanların siyasal olaylar hakkında bilgi edinmelerini ve kanı oluşturabilmelerini sağlamaktadır.⁸

1.2.Yazılı Kitle İletişim Aracı Olarak Gazete; Önemi ve İşlevleri

Gazete toplumla varolan iletişimin biçimsel bir boyutu olarak karşımıza çıkmaktadır. Gazete ve gazetecilikle ilgili yaklaşım ve tanımlamaların bulunduğu nokta ise, haber ya da heberciliktir. Gazete, gazetecilik mesleğinin ortaya koyduğu bir mal,

⁵ Zılhoğlu, a.g.e., s.13

⁶Orhan Gökçe, *İletişim Bilimine Giriş* (Ankara.Turhan Kitabevi Yayınları), s.81

⁷ Emir Turam, *Medyanın Siyasi Hayata Etkileri* (İstanbul: İrfan Yayıncılık., 1994) s.45

⁸ Turam, a.g.e., s.45

bir üründür. Bu noktada gazetecilik nedir diye bakıp, konuyu bu açıdan ele almak, gerekmektedir. “Önce gazeteciliği enformasyon olarak kabul etmek zorunluluğu vardır. Gazete haberleşme aracıdır. Küçük bir tarifle; gazetecilik sesle, resimle, ya da yazıyla dünyada olup bitenleri ulaştırma mekanizmasıdır. Bundan ötesi, yani habercilikten ötesi gazetelerin süsleridir.”⁹ Bu açıklamadan yola çıkarak, gazeteciliğin temel işlevinin haber vermek, toplumu bilgilendirmek olduğu sonucuna varılabilir.

Yukarıda sözü edilen değerlendirmeyi destekleyen bir tanımlama da şöyledir; “Gazetecilik, haber malzemesi sayılan bilgilerin toplanması, yazılması, düzenlenmesi ve dağıtılmasını içeren bir işlemdir”.¹⁰

Basının, toplumların ilerlemesini, gelişmesini sağlayan bir motor olduğu da söylenebilir. Gazete çok önemli bir güç içerdiği için de, çağlar boyu en önemli kitle iletişim araçlarından birisi olmuş, yasalarla kontrol altına alınmaya çalışılmıştır. Anayasalarda yer alan tek meslek olması da bunu kanıtlamaktadır.

“Nedir gazete? Bütün dünya anayasalarına giren tek mesleğin ürünüdür. T.C. Anayasası Madde 26: ‘ Herkes düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla, tek başına veya topluca açıklama ve yayma hakkına sahiptir’.”¹¹

Basının gücünün diğer bir göstergesi de, iş dünyasında çok önemli noktalara gelen işadamlarının daha önemli noktalara gelerek, ülkelerinin yönetiminde söz sahibi ya da etkileyici bir güç olup, çıkarlarını korumak amacıyla gazete, tv gibi medya kuruluşlarına sahip olmak istemeleridir.

“Demokratik toplumların vazgeçilmez unsurları olan yasama, yürütme ve yargı nasıl demokrasinin kurumları ise, basın ve bir basın organı olan gazete de bu kurumları halk adına denetleyen, kontrol altında tutan bir güçtür”.¹²

⁹Nezih Demirkent, **Sayfa Sayfa Gazetecilik** (İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi,1982)s.32

¹⁰Oya Tokgöz, **Temel Gazetecilik** (Ankara:Ankara Üniversitesi Yayınları.,1981)s.5

¹¹Ahmet Ayhan, **Gazete Nedir? Ne Değildir?**(İstanbul Gazeteciler Cem. Yayınları,1987),s.23

¹²Hüseyin Eryılmaz, **Yayımlanmamış Yük.Lis.Tezi**, Anadolu Üniv. Sos.Bil.Ens.,1995, s.3

Bir yazarımızın da ifade ettiği gibi, üç kuvvet organik bir aksiyon gücü halinde yaşarken, dördüncü kuvvet zaman zaman hepsini birden bünye değişikliğine zorlar. Yapısal hatalar, işleyiş aksaklıkları, yani icradaki sarsıntılar ve kanun yapımındaki manasızlıklar, ismine basın dediğimiz bu dördüncü kuvvet tarafından önce ikaz edilir, sonra değişiklik yapmaya zorlanır. Basının dördüncü kuvvet oluşunda, diğer güçlere oranla farklılığı, hepsinden daha etkili oluşunun nedenleri, bu noktada gizlidir.¹³

Özgürlükçü hukuk devleti, gücünü vatandaşların özgür iradesinden alır.¹⁴ Yerel ortamda ya da ülke genelinde yaşanan gelişmelerin yanı sıra global bazda yaşanan gelişmelerden sağlıklı biçimde haberdar edilen kitleler sağlıklı karar verebilme yeterliğine sahip olur. Basının bu anlamdaki görevini sağlıklı biçimde yapması kitleleri doğru bilgilendireceği için, kitlelerin toplumsal yaşam ve ülke yönetimi için vereceği kararların da sağlıklı olacağı düşünülebilir. Bunun yapılmasını sağlayan da, basının diğer bir işlevi olan eğitici yanıdır.

Örneğin basın okuyucularını eğitmekle ve bağlı olarak sistemin kendini yeniden üretmesi olarak anılan görevle de yükümlüdür. Bu bağlamda, basın tüketicileri olan okurlar, basının öğrencileri olarak nitelendirilebilirler. Kaldı ki, insanın eğitiminin sadece programlı eğitim kurumları olan okullarla sınırlı olmadığını da unutmamak gerekir. İnsanların çalıştıkları kurumlar, basın, diğer kitle iletişim araçları, çevresi vb. hep bir anlamda insanların toplumsallaşmasını sağlayan eğitim birimleridir.¹⁵

Dünyada cereyan eden olayların çoğu hakkında bilgi edinimi ve kanaat oluşumu büyük ölçüde milyonlarca kimsenin paylaştığı basın ve televizyondaki haber söylemine dayanır. Muhtemelen öbür hiç bir söylem tipi, bu kadar çok insan tarafından aşağı-yukarı aynı anda paylaşılmaz ve okunmaz.¹⁶ Basına ilişkin tartışmalar dikkate alındığında, basını bu kadar güçlü hale getiren özelliğin kitlesel

¹³Oğuzhan Kavaklı, “Basında Sorumluluk”,**Türk Basınının Sorunları Sempozyumu**,(Ankara:A.Ü.Yayımları 1986),s75

¹⁴Kayıhan İçel, “ Günümüzde Basının Kamusal Görevleri” **Genç Gazeteciler Eğitim Semineri**,(İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları,1995), s.18.

¹⁵Haluk Yüksel ve Uğur Demiray, **Basının Toplumsal İletişimdeki İşlevi**,(Eskişehir:Anadolu Üniversitesi Yayınları,1988), s57-58

¹⁶A.Van Dijk Teun, **Medya İktidar İdeoloji** Çev.Mehmet Küçük(Ankara:Ark Yayınevi.,1994)., s.306

kabul görmesinde gizlendiği düşünülebilir. Her gün milyonlarca insan, yaşadıkları çevrede ve dünyada neler olup bittiğini öğrenebilmek amacıyla, gazete, tv gibi haber kanallarına koşmaktadır.

Kitlelerin bilgi sahibi olma ve gelişmeleri izleme istemleri o kadar yoğundur ki, haber alamama ya da yanlış haber alma durumunda kimi toplumsal sorunlar ortaya çıkabilir. Toplumbilimci Barlas Tolan, *Toplum Bilimlerine Giriş* adlı çalışmasında bu gereksinime şöyle değinir: “çağdaş toplumlarda kitleler, kitle iletişim araçları ile yakın bir ilişki kurma gereksinimindedirler. Bu gereksinimin daha çok kentsel kitlelerde görüldüğü ve grev sırasında gazete okuyamamaktan daha çok bu kitlelerin sızlandığı bilinmektedir. Hatta bir araştırma, grev dönemlerinde bazı Amerikalıların eski gazeteleri yeniden okuduklarını göstermiştir”.¹⁷

Alımlayıcılarının kapsamının gücü ölçüt alındığında tüm basılı metinler arasında en etkilisi değilse de en yaygın olanının kitle medyasının ürettiği basılı metinler olduğuna işaret eden Dijk Teun, televizyonun sözlü ve görsel söylemlerinin yanı sıra gazete metinlerinin de kamusal iletişimde hayati bir rol oynadığını belirtmektedir. Teun’a göre popüler ve akademik inançların tersine, yazılı basındaki haberlerin bellekte tutulması daha kolaydır ve nitelik olarak televizyon haberlerinden daha yüksekte olduğu düşünülür. Bu durum yazılı basındaki haberlerin ikna edici etkisini ve bundan dolayı gücünü zenginleştirebilir.¹⁸

Basının kitleler üzerindeki etkisi söz konusu olduğunda, egemen ideolojinin basın üzerindeki baskısını ve (bu önemli gücü) kontrol etme arzusunu yok sayamayız. Hegel, kitle haberleşme araçlarının ilki olan ‘gazete’nin 19. yüzyıl başlarındaki konumunu şöyle anlatır; “Modern insanın sabah duası”. Yurттаşlarına sürekli aktaracağı mesajları olan devletin, böylesi önemli bir iletişim aracına kayıtsız kalması düşünülemezdi; ulus-devletler, gazetelerin ortaya çıkışıyla birlikte, ya doğrudan yayını kendi tekellerinde tutarak, ya özel girişimlerin yayın faaliyetlerini denetleyerek ya da her ikisini birden yaparak alan üzerinde ağırlıklarını koydular.¹⁹

Buraya kadar Sunulan görüşlerin yanı sıra, basının, habercilik işlevinin ötesine geçmesi gerektiğini savunan görüşler de vardır. Bir görüşe göre, gazetecilerin tek

¹⁷Barlas Tolan, *Toplum Bilimlerine Giriş*,(Ankara:Adam Yayıncılık, 1996)., s.448

¹⁸Teun, a.g.e., s.303

¹⁹M.Naci Bostancı, *Toplum Kültür ve Siyaset* s.69

sorumluluğunun olay ve olguları sunmaktan ibaret olduğunu savunan anlayış sık sık tartışma konusu edilmiştir. Bir tartışmanın bağlamı ise şöyledir: Sosyalist ya da gelişmekte olan bir çok ülkede yetkililer ve basın, medyanın rolünün toplumsal, siyasal ve ekonomik sorunların çözümüne katkıda bulunmak olduğunu kabul ederler. Batılı ülkelerde çok sayıda gazeteci benzer bir görüşe sahiptir.²⁰ Basının toplumsal sorunların çözümüne katkıda bulunması tartışması aslında çok önemli bir sorun olarak görülmemekle beraber, dikkatli olunması gereken bir noktadır. Sorunların çözümünde söz sahibi olmak isteyen bir basın gücünün, burada söz konusu edilen rolünün ötesine geçmesinin çok hassas bir nokta olduğu savunulabilir.

Bir basın organının haberciliğin ötesinde bir misyon yüklenmesi durumunda, önüne aldığı ve sorun olarak gördüğü kavramları istediği biçime getirebilmek amacıyla yapacağı kamuoyu oluşturma çalışması manipülatif girişimlere zemin hazırlayacaktır. Basının yönlendirme gücüne ilişkin tartışma manipülasyon kavramı çerçevesinde tartışılacağı için, burada ayrıca değinilmeyecektir.

1.3.Algı ve Kültür Bağlamında Görsel İletişim Kavramı

Görsel iletişim, insanın var olduğu günden bu yana en önemli iletişim biçimlerinden birisi olagelmıştır. Günümüzde de en etkili iletişim biçimi olarak yaşamımızı yönlendirmektedir. Sık sık karşılaştığımız “ben görmediğim şeye inanmam” yaklaşımının temelinde bu bakış açısı yatmaktadır.

İnsanoğlu daha mağaralarda yaşadığı dönemlerde bile günlük yaşam sürecinde edindiği deneyim ve izlenimleri diğer türdeşleri ile paylaşmak; bu yaşantıların onda bıraktığı etkileri diğer türdeşlere aktarmak; onları bu konuda deneyimlerinden haberdar etmek ve bu deneyimlerin aktarım yoluyla kalıcılığını sağlamak amacını gütmüştür. Bu çabasında ise temel sorunu bu, yaşanması bir kereye mahsus olan yaşantıları ve deneyimleri hedef izleyici kitlesinin zihninde canlandırmada ve bu iletinin kalıcılığını sağlamada güçlük olmuştur. Her iki sorunun da üstesinden gelmede ‘iletiyi görüntüleme’ güdü ve yeteneği insanoğlunun yardımına koşmuştur.²¹

²⁰Bir çok ses Tek Bir Dünya, Sean Mc Bride Raporu(Ankara:Unesco Türkiye Milli Komisyonu.,1993)., s.55

²¹Murat Barkan, “Görsel Karizma ve Duvar Reklamları”,**Kurgu Dergisi** Sayı:7,(Eskişehir:1990), s.324

Görsel algı kavramının temelinde, insanın görme ve algılama yetileri yer almaktadır. Derman'a göre *görme*, işlev olarak basit ancak yapı bakımından karmaşık bir süreçtir. *Birey ve nesne*, diğer algılama türlerinde olduğu gibi belirleyici iki olgudur. Görsel algılamada da, bilişsel bir sürecin varlığı söz konusudur. Ego bu süreç içinde zaman olarak geçmiş ve geleceği hesaba katar, aynı zamanda beklentileri vardır. Görerek algılayan insan, bir fotoğraf makinesi gibi kör değildir. Algılayan, yaşayan canlı bir varlıktır.²² İnsan her şeyden önce, görme yetisini kullanma sürecinde algıladıklarını anlamlandırabilen bir yetiye sahiptir. Bu, insana diğer canlılar karşısında bir farklılık kazandırmaktadır.

Çevresel uyarıların duyu organlarımız aracılığı ile beyine giderek burada yorumlanıp anlamlı hale gelmesine algılama diyoruz. Uyarıcıların yalnızca anlamlı bir çerçeve içerisinde algılanabileceği ve bu çerçevenin toplumsal ve kültürel bir nitelik taşıdığı da²³ bugün bir çok çevre tarafından kabul edilmiş bir gerçektir. Bu tanımlamadan yola çıkıldığında, kültürel bir altyapının; deneyim ve birikimlerin olmadığı bir algılamanın gerçekleşmeyeceğini iddia etmek, kehanet ya da varsayım değildir.

İnsanda görsel algılama, bir filmin kaydettiklerinden çok daha karmaşık ve seçici bir süreçtir. Gene de hem fotoğraf makinesinin objektifi hem de göz -ışığa karşı duyarlılıkları nedeniyle- imgeleri büyük bir hızla ve olayın olduğu anda kaydederler.²⁴ Bu yüzden görme ile inanma arasında çok önemli bir bağlantı vardır. İnsanlar gördüklerine hemen inanma eğilimi taşırlar. Bu, birincil reflektir. Görüleni düşünme, yorumlama ve yargılama daha sonra gelir. Yanlış algılama ve anlama genellikle, görülenin kritize edilmesi, başkalarının algılarının paylaşılması sonucunda farkedilir.

Algılama sürecinde, gösterge kavramı ile karşılaşılır. Gösterge ise bir gösteren ile bir gösterilenden kuruludur. Gösterenler anlatım düzlemini, gösterilenler ise içerik düzleminin anlatır.

²²İhsan Derman, *Fotoğraf ve Gerçeklik*, (İstanbul:Ağaç Yayıncılık,1991),s.36-37

²³Tolan, a.g.e., s.364

²⁴John Berger, *O Ana Adanmış*, Çev:Yurdanur Salman ve Müge Gürsoy, (İstanbul:Metis Yayınları,1988), s.

Bir giysi, bir otomobil, hazırlanmış bir yemek, bir el-kol-baş hareketi, bir film, bir müzik, bir reklam görüntüsü, bir gazete başlığı: görünüşte birbirinden farklı nesnelere²⁵ bütün bunların ortak yönü, gösterge olmalarıdır. Algılama sürecinde hedefe yöneltilen göstergeler aracılığı ile mesaj iletilir, anlamlandırma sağlanır. Bu yüzden göstergeler algıda çok önemlidir.

“Kongolu ayaklanmacıların ellerinde Çek yapımı bir makineli tüfek bulundu” dendiğinde ortada tartışılmaz bir bilgi vardır. Fakat hükümet yanlılarının kullandıkları Amerikan silahlarının sayısını da aynı anda anımsadığımızda, söz konusu bilgi ikincil bir gösterge olur, siyasal nitelikli bir seçme'nin söz konusu olduğunu gösterir.²⁶ Bu örneğin de ortaya koyduğu gibi, gösterge durumunda olan veriler anlamlandırmada, fikir oluşumunda son derece büyük öneme sahiptir.

Göstergeler hemen hemen her zaman algılamada önemli ipuçları verirler. Özellikle fotografik imgeler söz konusu olduğunda, göstergeler, anlamlandırmada belirleyicidirler. Sözelimi, yerde uzanmış bir insanın üzerinin tamamen örtülü olması bize bir ceset görüntüsü sunmaktadır. Görüntü çerçevesi içinde ve hemen cesedin yanındaki sert bir cisim ölümün vurma-darp-sonucu olduğu mesajını vermektedir. Görüntüde yer alan bir köprü, düşme sonucu ölümü anlatırken, cesedin yan tarafında göreceğimiz göl ya da deniz görüntüsü, ölüm nedeninin boğulma olduğu sonucuna varmamıza neden olacaktır.²⁷

Görsel imgelerle dolu bir dünyada yaşıyoruz. Günlük yaşantımızın büyük bölümü görsel imgelerle haşır neşir olarak geçiyor. Gazete, dergi, afiş, tv, sinema gibi organlar sürekli bir görüntü saldırısıyla yaşamımızda yer edinmiş durumdadır. 19. yüzyılın büyük ölçüde söz ve yazı etkinliği altında olan bir kültürel ortam geliştirdiği gerçeğini düşündüğümüzde, hala izlerini taşıdığımız yazılı kültür yapısının büyük hızla, görselliğe dayalı bir kitle kültürüne dönüştüğünü görüyoruz.²⁸ Bu noktada konuya bir başka açıdan daha bakarak, görsel kültür kavramını tartışmak gerekir. Kitle

²⁵Roland Barthes, **Göstergebilimsel Serüven**, Çev:Mehmet ve Sema Rifat,(İstanbul:YapıKredi Yayınları,1993)., s.159

²⁶Aynı, **a.g.e.** s.160

²⁷Eryılmaz, **a.g.e.**, s.49

²⁸Adem Genç ve Ahmet Sipahioğlu, **Görsel Algılama**,(İzmir:Sergi Yayın.,1990)., s.7

iletişim araçları aracılığıyla üzerimize yöneltilen görüntü bombardımanının yaratacağı olumsuz sonuçlar vardır; hergün karşımıza çıkan milyonlarca görüntünün görsel algımız üzerinde yaptığı tahribat, insanların kimi kavram ve olgulara karşı duyarsızlaştırılması, bireyselleşmeye itilmesi ve buna koşut yaşanan yabancılaşma, görsel kültür çağının patolojik ürünleridir.

Kitle iletişim araçlarının insanları önemli ölçüde duyarsızlaştırdığına işaret eden Özkök, bu soruna şöyle yaklaşıyor: Bugün dünyanın her tarafında olup bitenleri en kısa zamanda hem de görüntüleriyle izleyebiliyoruz. Etyopya'daki aç çocuklar, Güney Afrika'da karaderili insanlara yapılan işlemler, El Salvador'da, Şatilla kamplarında (günümüzde Bosna'da) katledilen insanlar günlük yaşamımızın ancak seyirlik bir olgusudur artık. Kısaca bu açılardan kitle iletişim araçları (hepsi olmasa da), kültürün duyarlı hale getirme işlevini törpülemiştir. Oysa günlük dramın seyirlik bir olgu haline indirgenmesi kadar tehlikeli bir şey olamaz.²⁹ Yaşadığımız çağdaş iletişim sistemi olgusu eleştirel duygunun parçalanmasını sağlayarak bu duyarsızlaşmaya yol açmıştır. Berger'in de işaret ettiği gibi, kitle iletişim araçları, şiddet imgeleri taşıyan savaş fotoğraflarına yer veriyorlar; çünkü ender durumlar bir yana, bu fotoğraflar bugün, hiç de bir zamanlar yapacakları varsayılan etkiyi yapmıyor.³⁰

Görsel iletişim kavramı çerçevesinde düşünüldüğünde, insanlara gönderilen buyrukların, görsel imgelerin içinde gizli olduğu görülebilir; kitle iletişim araçları, yayım yaptıkları süreç içerisinde, hedef kitlelerinde ortak bir görsel kültür altyapısı oluşturur, referans çerçevesi belirlerler. Dolayısıyla, yaptıkları yayımlar da bu referans çerçevesi içinde yer alacak, hedef kitle tarafından bilinç temeline dayanmadan da algılanabilecektir.

Kitle iletişim araçları bütün bu süreçte işleyen kod ve göstergelerle doludur ve bunlar bize materyali nasıl anlayacağımızı anlatır. Bu gösterge ve kodlar, gelenekler adı verilen kurallar aracılığıyla bir arada tutulur. Bir örnek olarak tipik bir kadın dergisini ele alalım (buradaki tipik sözcüğü sizi geleneklerin varlığı konusunda uymalı), bu kapakta, gülümseyen bir kadın yüzü (sözsüz kod), bu yüzün çerçevenin tam ortasında olması (resimsel kod), içerikteki yazıların başlıklarının bu yüzün çevresine yazılması (dergi ikincil kodu) gibi unsurlar bulunabilir. Geleneklerle

²⁹Ertuğrul Özkök, *Kitlelerin Çözülüşü*,(Birinci Baskı, Ankara:Tan Yayınları,1985)., s.132

³⁰Berger, *a.g.e.*, s.71

birleştirilmiş bütün bu göstergeler şu anlama gelir; bu kadınlar için hazırlanmış bir dergidir, bu kapağa dikkat edin, mutlu olun, derginin içindekileri okuyun, bunlar kadınların ilgilendikleri/ilgilenmek zorunda oldukları konulardır.³¹

Bize ne yapmamız gerektiği kimi kodlar aracılığıyla iletilir. Bunların temelinde de bize öğretilen gelenekler yer almaktadır. Sözelimi bir haber sütununu okurken, sütun bittiğinde tekrar yukarıya dönmemiz gerektiğini biliriz, çünkü bu bize öğretilmiş, gelenek haline getirilmiştir. Televizyon ile yapılan futbol maçı yayınlarında görmeye alıştığımız *gol tekrarı* görüntüleri gibi; bir maç naklen yayınında gol görüntüsü ekrana geldiğinde tekrar beklentisi vardır, pozisyon tekrarına alıştırılan izleyici, tekrarı görmezse rahatsız olacaktır.

Sonuç olarak, kitle iletişim araçları incelenirken, sunulan materyale bir metinmiş gibi yaklaşmak gerekir; anlamın çözülmesinden öte, gösterge, kod ve gelenekler dikkatle irdelenmelidir.³² Bu dikkat gösterildiği takdirde, kitle iletişim araçlarının gerçekleştirmeye çalıştığı yönlendirmenin, bir ölçüde de olsa kontrol altına alınabileceği düşünülebilir.

2.Fotoğraf

Fotoğraf, 19. yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan ve günümüze değin oldukça hızlı bir gelişme kaydeden, teknolojik gelişim ve değişimlere uğrayan bir tekniğin ürünüdür. Geçirdiği süreç göz önüne alındığında, diğer bilim ve sanat alanlarına göre de çok genç olarak nitelendirilebilir.

Fotoğrafın günümüzde bulduğu kullanım alanına baktığımızda ise, diğer alanlara göre daha yaygın olduğunu görüyoruz.; bilimden sanata, iletişimden amatör kullanımına kadar yaşamımızın hemen hemen her alanında fotoğraf var. Fotoğraf, bir bilim ve sanat olgusu olmasının ötesinde, ekonomik, politik, toplumsal yönleriyle de insanlığın yaşamında ve gelişiminde önemli bir yere sahiptir.

³¹Greame Burton, **Görünenden Fazlası**,Çev:Nefin Dinç,(Birinci Baskı, İstanbul, Alan Yayıncılık,1995)., s.43

³²Burton, **a.g.e.**, s.43

Üretim ve tüketim yöntemleri dikkate alındığında hiç de karmaşık olmayan fotoğrafik süreç, ortaya konan çok farklı bakış açıları ve tanımlamalar nedeniyle, fantastik bir kurguya dönüşüyor. Bu bağlamda, kendisini karmaşık bir durum haline getiren bu fantastik yapısının temelinde yatanın, fotoğrafa yöneltilen farklı bakış açıları ve göreceli yaklaşımlar olduğu düşünülebilir.

Fotoğrafı tanımlama yaklaşımları kimi zaman teknik, kimi zaman felsefi, kimi zaman da sosyo-ekonomik bakış açılarıyla yapılmıştır. Derman'a göre fotoğraf, her şeyden önce nesnelere görüntülerinin ışığa karşı duyarlı bir malzemenin üzerine saptandığı optik ve (kimyasal, fiziksel özellikleri olan) mekanik bir süreçtir³³

Fotoğrafa felsefi bir temelle yaklaşan Sontag; fotoğrafın, özünde toplumsal bir ayin, korkuya karşı bir güç ve savunma aracı olduğunu savunur³⁴ Başka bir yaklaşımı da şöyledir; geçmişte tüketilebilir bir nesneye çeviren fotoğraflar, kestirme birer yoldur. Her fotoğraf koleksiyonu gerçeküstücü montajda ve tarihin gerçeküstücü biçimde kısaltılmasında yapılmış bir alıştırmadır³⁵

Günlük yaşamda karşılaştığımız fotoğraflar birer görüntü olarak bizi etkiler, kendisini oluşturan şeylere (imgelere) gönderme yaparlar. Gazetelerde ya da galerilerde gördüğümüz fotoğraflarda hemen hergün karşılaştığımız, belki de baktığımız fakat görmediğimiz şeylerle karşılaşırız. Fotoğraflar belki de bizim gördüğümüz şeyleri, başkalarının gözü ve bakış açıları ile, onları yapanların birikimi ve kültürü eşliğinde görmemizi sağlamaktadır.³⁶

Flusser'in bakış açısı ise, kendine özgü bir yapı taşımaktadır. Flusser, fotoğraf kritiğinde kimi tarihsel mitlere de gönderme yaparak, fotoğraf ve fotoğrafçıyı simülasyon bağlamında bir yapıyla çerçeveler; bir kişiyi elinde fotoğraf makinesiyle gördüğümüzde, bir tür avlanma davranışına tanık oluruz. Bunlar, paleolitik çağda tundrada avlanan bir kimsenin hareketleridir. Fark ise, fotoğrafçının oyununu çalılıklar yerine, onun avlanma davranışlarını da belirleyen bu içinde bulunduğu yapay ortamdır.³⁷

³³Derman. *a.g.e.*, s.65

³⁴Susan Sontag. *Fotoğraf Üzerine*, Çeviren:Reha Akçakaya,(İstanbul:Altıkırkbeş, 1993, s.22

³⁵Sontag, *a.g.e.*, s.82

³⁶Eryılmaz, *a.g.e.*, s.8

³⁷Vilem Flusser. *Bir Fotoğraf Felsefesine Doğru*, Çev: İ. Derman, (Ağaç Yay.,1991), s.37

2.1. Teknik Görüntü Olarak Fotoğraf

Fotoğrafın bir imge olarak üretilmesi, herşeyden önce, teknik bir süreç gerektirir. Üretilen imgenin teknik bağlamında düşünülmesi ve irdelenmesi bu yaklaşıma dayanır. Işığa duyarlı bir malzeme, bu malzemeye mekanik yolla uygulanan fiziksel, kimyasal etkiler ve sonuçta ortaya çıkan bir imge. Fotoğrafın teknik süreçle üretilmesi, bu üretimin gerçekleştirilmesini sağlayan araca büyük önem atfeder. Flusser'in yaklaşımı da bu çizgidedir; teknik görüntüler bir "aygıt" (apparatus) tarafından üretilen görüntülerdir. Aygıtların da, uygulanmış bilimsel metinlerin bir sonucu olması, teknik görüntüleri bilimsel metinlerin bir sonucu haline getirmektedir. Bu nedenden ötürü, teknik görüntülerin ontolojik ve tarihsel konumu, geleneksel görüntülerden çok farklıdır.³⁸

Derman ise, teknik görüntülere basit bir bakış açısıyla yaklaşıldığında bir neden-sonuç ilişkisinin varlığının sezildiğine işaret ederek şöyle der; teknik görüntüler yalnızca birer görüntüdürler, onlar gerçekliğe açılan pencereler değildirler. Her olay'ı bir durum'a çevirerek aktarırlar.³⁹ Teknik görüntülerin bulunması tarihsel süreç içerisinde bir dönüm noktası olarak da kabul edilir; tarihteki ilk dönüm noktası, yaklaşık olarak M.Ö. ikibinin ikinci yarısına rastgelen "*doğrusal yazı*"nın (linear writing) bulunuşu, ikincisi ise, "*teknik görüntülerin icadı*"dır.

2.2. Fotoğraf ve Gerçeklik

Fotoğraf kitle iletişim araçlarında boy göstermeye başladıktan sonra, önemli bir tartışmayı da gündeme getirdi. Bu tartışma, fotoğrafın gerçekliği üzerinedir. İnsanlar fotoğrafla ilk kez karşılaştıkları anda bir tür şaşkınlık yaşıyorlar, gördüklerini anlamlandırmakta güçlük çekiyorlardı. Fotoğraf, doğanın üç boyutlu görünümünü iki boyuta indirgerken, alıntı yaptığı şeyleri gerçek görünümüyle aktaran, bir imgeydi. Aslında orada var olmayan şeyler, fotoğraf aracılığıyla varediliyorlardı. İşte bu söz konusu imgelerin, işaret ettikleri şeylerle aynı görünümde olması, fotoğrafın gerçekliğini tartışma konusu haline getiren yaklaşımların çıkış noktası olmuştur.

³⁸Flusser, a.g.e., s.17

³⁹Derman, a.g.e., s.57

Bir yanda, fotoğrafın ait olduğu auraya ilişkin yansıttığı görüntü gerçekliği, diğer yanda fotoğrafik sürece yapılan müdahaleler, tam bir paradoks oluşturmaktadır. Çünkü bir görüntü ya da fotoğrafik imge, gösterdiği şeylere yakınlaştıkça, onlar hakkında söylediği yalan daha da büyümekte, güç kazanmaktadır.

Gerçeklik, ölüme kadar karşılaşılan her şeydir.⁴⁰ Fotoğraf gerçekliğin özelliklerine ilişkin yalanlar söyleyebilir ancak, gerçekliğin varlığına dair bir aldatmacada bulunamaz. Görüntü ne kadar çarpıtılmış olursa olsun, bazı şeylerin fotoğraf çekildiği anda varolduğuna dair bir işarettir.⁴¹ gibi görüşler, ikibinli yıllara doğru farklı boyutlarda tartışmalar yaratmaktadır. Artık fotoğraflar gerçekliğin varlığına dair aldatmacada bulunabilirler ya da aldatmacada buldukları tartışılabilir.

Fox Talbot'un pozitif-negatif prosesinin 1840'ların ortasında Daguerreotype'ın (ilk pratik fotoğrafik işlem) yerini almaya başlamasından on yıl sonra bir Alman fotoğrafçı negatif üzerine rötuş yapma tekniğini keşfetti. Aynı portrenin -biri rötuşlanmış, diğeri rötuşlanmamış- 1855 yılında Paris'te düzenlenen Exposition Universelle'de (ikinci kez düzenlenen dünya fuarı ve fotoğraf sergisi olan ilk fuar) büyük kalabalıkları şaşkınlığa uğratmıştı. Fotoğraf makinasının yalan söyleyebileceği haberi, fotoğraf çekirtmeyi çok daha fazla yaygınlaştırdı.⁴²

Öbür görsel imgelerin tersine fotoğraf, konusunun aktarılması, taklit edilmesi ya da yorumlanması değil, o konunun gerçek bir belgesidir. Ne denli doğalcı olsun, hiçbir yağlıboya resim ya da skeç, konusuna fotoğrafın olduğu ölçüde ait değildir.⁴³ biçimindeki görüşlerin yanı sıra, görüntülerin onları oluşturan kişilerin yapısını, öznel yaklaşımını yansıttığına inanan ve bu noktaya dikkat çeken görüşler de vardır.

Camera Work dergisini çıkaran bir grup da, fotoğrafı, bir düşünceyi, bir bakış açısını veya fotoğrafı çeken kimsenin kendisi veya çekilen konu hakkındaki duygularının yansıtılabileceği, zengin anlatım özelliklerine sahip bir ortam olarak

⁴⁰Derman, a.g.e., s.110

⁴¹Derman, a.g.e., s.107

⁴²Sontag, a.g.e. s,100

⁴³Sontag, a.g.e., s.76

görüyorlardı.⁴⁴ Onlara göre her fotoğraf, onu çeken kimsenin ruhsal yapısıyla, objektifin önündeki gerçekliğin bir etkileşimi olarak ortaya çıkıyordu. Bu görüntünün yaratıcısının da fotoğraf makinası değil, fotoğrafı çeken kimse olduğunu savunuyorlardı. İşte tam bu noktadan hareket ederek, fotoğrafın ortaya koyduğu bu durumun aslında bir dolayım olma olduğunu savunanlar da vardır. Dolayım olmanın fotoğraf aracılığıyla gerçekleştirildiğine işaret eden Burton, fotoğraf ve gerçeklik tartışmasına medya bağlamında değinerek şöyle diyor; medya ilgilendiği her şeyi kaçınılmaz olarak dönüşüme uğratar. Tam da bizle yani izleyici ile kullandıkları özgün materyal arasına girerler. Bu su götürmez, aşikar bir gerçektir. Ekranda, sayfada görünen gerçek değildir; fakat onun yorumlanmış biçimidir.⁴⁵

İçerik gerçekliği tartışmasının yanı sıra, Derman'ın getirdiği biçimsel sorgulama da dikkat çeken, görüntüsel gerçekliği sorgulayan bir yaklaşımdır. Derman'a göre, görüntüsünün ilettiği algılar ile fotoğrafa konu olan gerçekliğin ilettiği algılar birbirinden farklıdır. Çünkü gerçekliği çarpıtmak aygıtın programının kasıtlı özelliğidir. Artık "fotoğraf bize fotoğrafçının gördüğünü iletir" sözü yeterliliğini yitirmiştir. İnsan gözü gerçekliği, siyah-beyaz, iki boyutlu ve 1/500 veya 1/1000 saniye kadar anlık, sabit 150 mm veya 24 mm odak uzaklığı ile kaydedilip, "Kodak D-76" da banyo edilmiş ve "multigrade" karta basılmış bir biçimde algılayamaz.⁴⁶

2.3. Görsel Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Fotoğraf

Görsel imgelerle dolu bir çağ yaşıyoruz. Televizyon, gazete,afiş, sinema gibi kitle iletişim araçları hergün binlerce görüntüyü yayımlarken, kitleler de karşı koyamayacakları bir görüntü bombardımanı altında yaşamak durumunda kalıyor. 19. yüzyıl, büyük ölçüde sözlü ve yazılı kültürün egemen olduğu bir kültürel ortam olarak görülür.Hala izlerini taşıdığımız yazıya dayalı bu kültürel yapının giderek neredeyse tümüyle görselliğe dayanan bir kitle kültürüne dönüşmekte olduğu düşüncesi yaygındır.⁴⁷

Öte yandan, iletişimde,örneğin basın yayın araçlarında da durum bundan farklı değil: Gazete ve dergilerde yazı oranı giderek azalırken, fotoğraf ve görsel

⁴⁴Derman, a.g.e. s,16

⁴⁵Burton, a.g.e. s,72

⁴⁶Derman, a.g.e. s,101

⁴⁷Adem Genç, Ahmet Sipahioğlu, **Görsel Algılama**,(İzmir:Sergi Yayınları,1990), s.7

malzemelerin oranı giderek artıyor.⁴⁸ Bu tür bir iletişim biçimi, insanlar tarafından da kolayca algılanıyor ve bir tür alışkanlık yaratıyor. Görsel metinlerle beslenmeye alışan kitleler, yeterli görsel besini alamadığı zaman sıkılıyor.

Berger, görmenin konuşmadan önce geldiğine değinerek, “çocuk konuşmaya başlamadan önce bakıp tanımayı öğrenir”⁴⁹ derken, görmenin insanın gelişim sürecindeki önceliğine de işaret eder. İletişim ve bildirişim araçlarının bilginin ve olayların yaygınlığını kolaylaştırdığı ve çabuklaştırdığı gerçeğini yadsıyamayız. Bunların büyük bir bölümü de, görsel olarak algıladığımız, içlerinde bildirişim kodlarını taşıyan görsel imgelerdir.⁵⁰ Sözü ettiğimiz görsel imgelerin büyük çoğunluğu da, fotoğrafik kayıtlardan oluşmaktadır. Fotoğraf, görsel imgelerle haşır neşir olduğumuz çağımızda, bilinçaltı etkilenmelerin yanı sıra, bilinç düzeyinde verdiğimiz kararların da büyük bölümünde etkili olmayı sürdürmektedir. Yaşam tarzımızı belirleme sürecinde; nasıl yaşayacağımızdan nasıl giyineceğimize kadar, her tür bilgi bize görsel imgeler aracılığıyla dayatılmaktadır. Bunların başında da fotoğraflar gelir. Kitleler, kitle iletişim araçlarında gördükleri, kendilerine önerilen yaşam tarzlarını çoğu kez bu fotoğraflarda gördükleri biçimleriyle kabullenme eğilimindedirler.

“M.Ö. 2000 yıllarında görüntülerin büyüselliğini önlemek için doğrusal yazı bulunmuştur. Ancak o zamanlar bu amacın farkına varıldığı pek söylenemez. Teknik görüntülerin ilki olarak 19. yüzyılda icad edilen fotoğraf, mucidlerinin henüz farkında olmamalarına rağmen, metinlere yeniden büyüsellik katma amacını taşıyordu.”⁵¹ Flusser’in bu görüşünün, fotoğrafa çok farklı boyutta bir misyon yüklemeye yönelik olduğu düşünülebilir. Benzer bir misyon yükleme girişimi de Berger’den gelmektedir. Ancak Berger, fotoğraf özelinde değil, iletişimdeki imgeler genelinde bir yaklaşımda bulunur. İmgelerin iletişimde kullanımı da, ticari, politik, tinsel kaygılarla gerçekleştirilebilir. Yalnızca iletişim amaçlı kullanımına arkaik dönemlerden günümüze dek rastlanmaktadır. Berger’e göre; bizden önceki kültürlerin hepsinde görünüm, yaşayanlara gönderilmiş işaretler olarak algılanıyordu.⁵²

⁴⁸Genç ve Sipahioğlu, a.g.e., s.8

⁴⁹John Berger, **Görme Biçimleri**,Çev:Yurdanur Salman,(İstanbul:Metis Yayınları,1990)., s.7

⁵⁰Ahmet Gezgin, **Türkiye’de Sanatın Bugünü ve Yarını**, (Ankara: H.Ü.Yayınları,1985),s.375

⁵¹Flusser, a.g.e., s.21

⁵²Berger,a.g.e.,1988,s.115

Flusser, fotoğrafın iletişimsel içeriğinden söz ederken, iletişim sürecindeki işlevlerine göre sınıflandırılabilceğine işaret etmektedir. Flusser'e göre bilimsel dergilerde yer alan bir fotoğraf "bildiren" bir yapıya sahip iken, reklam, politik ve ticari afişlerde yer alan fotoğraflar "buyuran", galeri ve müzedekiler de sanatsal fotoğraflardır.⁵³ Fakat bu noktada özellikle üzerinde durulan, bildiren yapıya sahip olan fotoğraflardır. Bunlar, yaşamın içinden kimi kesitlerin kitlelere aktarılması, bildirilmesi amacıyla üretilir ve tüketilir. Fotoğrafın bu tür kullanım özelliği de özellikle gazete, dergi ve ajansların ürettikleri görüntülerde kendisini gösterir.

Dünya haber pazarında yer alan ve basın kuruluşlarını besleyen bir çok ajans, hergün milyonlarca sözcüğü iletişim pazarına sunarken, bu yazılı metinleri görsel metinlerle de destekleme çabasındadır. Üretimi yalnızca fotoğrafik kayıtlar olan kimi ajanslar ise, bu pazarda önemli bir paya sahiptir. Yazarın da kısa bir süre çalıştığı, merkezi Fransa'nın başkenti Paris'te bulunan Sipa Press bunlardan biri ve belki de kapasitesi bağlamında en önemlisidir. Fotoğrafın bir iletişim aracı olarak kullanımında, global düzeyde belirleyici olan Sipa Press'in, yetmiş yakın ülkede haber ve röportaj peşinde koşan "staff"ları (masrafları ajans tarafından karşılanan, kadrolu muhabir) hergün binlerce kare fotoğrafı, dünya haber pazarına sunulmak üzere ajanslarına gönderir. Ajansa ulaşan fotoğraflar, eksperler, fotoğraf editörleri tarafından seçilip çoğaltılarak abone olan basın kuruluşlarına zaman geçirmeden ulaştırılır. Bu süreçte harcanan para, ekonomik değer, çok önemli rakamlara ulaşmaktadır. Yalnızca bu örnek bile, iletişim amaçlı fotoğraf pazarının boyutlarını

göstermesi açısından önemlidir. Fakat burada gözden kaçmaması gereken nokta, söz konusu fotoğrafların salt iletişimi sağlama, insanları bilgilendirme, gelişmelerden haberdar etme amacı taşımadığıdır. Asıl amaç; bunca paranın akıtıldığı sektör aracılığıyla, yığımlara akıtılan görüntülerin içine yüklenmiş mesaj kodları ve bu kodların hedef kitlelere ulaştırılabilmesidir

Fotoğrafik kayıtlara, basın kuruluşları tarafından yoğun olarak kullanılan fotoğrafa çok büyük ölçülerde para harcanmasının temelinde yatan nedenin ne olduğunu keşfetmek zor değildir. Çünkü fotoğraf, bir iletişim aracı olarak çok önemli ve etkileyicidir. Etkili, güçlü fotoğraflar aracılığıyla büyük yığınlar çok kolay harekete

⁵³Flusser, a.g.e., s.58

geçirilebilir, kamuoyu oluşturulabilir, bu da yönetimler üzerinde önemli bir baskı oluşturabilir. Fotoğraf, uzunca bir dönem, her şeyi en yakından gören tanık olarak bilinmiştir. Fotoğrafın, gerçeğin doğrudan görülmesini sağlayan bir araç olduğuna inanılan bir dönemdir bu.

Berger bu dönemi şöyle anlatır; bu araç'ı kullanan büyük tanıklık ustaları Paul Strand ve Walker Evans'ın dönemi. Kapitalist ülkelerde , fotoğrafın en özgür olduğu andı bu: fotoğraf, güzel sanatların kısıtlılığından kurtulmuş, demokratik olarak kullanılacak bir kamu bildirişim aracı olmuştu. Bununla birlikte bu durum çok kısa sürdü. Bu yeni bildirişim aracının “gerçeğe bu kadar sadık” oluşu, propaganda aracı olarak kasten kullanılmasını hızlandırdı. Fotoğrafı sistemli bir biçimde propaganda aracı olarak ilk kullananlar arasında Naziler vardı.⁵⁴

Bu önemli kamu bildirişim aracı yalnızca kötü amaçlarla kullanılmıyordu; Lewis Hine yüzyılın başında Ulusal Çocuk İşçiler Komitesi'ne fotoğraf memuru olarak atanmış, o'nun pamuk fabrikalarında, pancar tarlalarında ve kömür madenlerinde çalışan çocuk fotoğrafları, çocuk çalıştırmayı kanun dışı ilan etme konusunda yasa yapanları gerçekten de etkilemişti⁵⁵ Riis'in 1880'de fotoğrafladığı tek New York gecekondu mahallesi olan Mulberry Bend, daha sonra dönemin eyalet valisi olan Theodore Roosevelt'in emriyle yıkılarak burada yaşayanlar yeni evlere yerleştirilmiş, aynı derecede korkutucu olan gecekondu mahallelerine ise dokunulmamıştı.⁵⁶

Fotoğrafın durağan yapısının da gücü üzerinde etkili olduğu savunulmaktadır. Sinemada hareketi meydana getiren hareketsizliğin fotoğraf olduğuna işaret eden Derman, bu hareketsizliğin kimi zaman çok güçlü bir etki yaratabileceğini savunur; örneğin, Güney Vietnamlı bir kız çocuğunun Amerikan napalminin patlayışından vücudu çıplak ve yanık olarak, bağırarak kameraya doğru kaçışını gösteren siyah-beyaz fotoğraf, Vietnam Savaşı hakkında yetmişli yıllarda kaydedilmiş binlerce metrelik televizyon filminden daha kalıcı olmuştur.⁵⁷

⁵⁴Berger, a.g.e., 1988,s.75

⁵⁵Sontag, a.g.e., s.77

⁵⁶Sontag, a.g.e., s.78

⁵⁷Derman, a.g.e., s.99

Fotoğrafın bir kitle iletişim aracı olarak etkili kullanımına örnek oluşturan bir olay da, Lincoln ile ilgilidir. Birleşik Devletler’de Cumhuriyetçi Parti’nin kurucusu, aday Abraham Lincoln, Middle Westli çok yoksul bir aileden gelmektedir. Onu kabalık, cahillik ve nasıl davranacağını bilmemekle suçlayan politik rakipleri, batının endüstri zenginleri ve güneyin kölelik yanlısı kişilerdi. Bu suçlamaları yalanlamanın bir yolu bulunmalıydı. Lincoln’ün bir arkadaşı şu düşünceyi ortaya attı: “seni Brady’nin -Mathew- görüntülemesi gerekli. Böylece okuyucular senin kibar, ince, eğitilmiş bir kişi olduğunu göreceklerdir” Düşünce uygulamaya konuldu ve sonuçta Lincoln anılarının başında şöyle demektedir: “ben Brady’nin portreleri sayesinde Amerika’nın Başkanı oldum”⁵⁸

Buraya kadar aktarılan örneklerin ortaya koyduğu durum, fotoğrafın bir kitle iletişim aracı olarak ne denli önemli olduğunu sergilemektedir. Fotoğraf bu kadar etkili olunca, -sözgelimi Lincoln’ün aslında ne kadar nitelikli bir aday olduğunu aktarabilme yeteneğini gösterince- ister istemez, kötü amaçlı kullanımlara da araç olmaya başladı. Bunların başında da, olayların ya da gerçeklerin olduğundan farklı bir biçimde kitlelere yansıtılarak, eşdeyişle “manipüle” edilerek kitlelerin yanıltılması gelmektedir. Fotoğraf, ortaya çıktığı günden bu yana egemen olsun olmasın bir çok ideoloji tarafından, manipülasyon amacıyla yoğun olarak kullanılmaktadır.

3.Manipülasyon Kavramı ve Kaynakları

Manipülasyon kavramının tanımlanmasında, (genellikle bir çok kavramda olduğu gibi) farklı yaklaşımlarla karşılaşılabilir. Manipülasyon, çok basit bir tanımlamayla, yanıltma, yönlendirme olarak açıklanabilir. Manipülasyon kavramının tanımlanmasında da bakış açısına göre yorumlar görmek mümkündür. Sosyolojik, psikolojik, teknik olgular bağlamında farklı yaklaşımlar görebileceğimiz manipülasyon, Kirschner’in bir çalışmasında şöyle tanımlanıyor; manipülasyon ile, hemen her gün ve hatta her an, yaşadığımız olayların içinde karşılaşılıyor ve hepimiz insan olmanın doğal eğilimleri yüzünden, bu oyuna katılıyoruz. Karı-koca, anne-baba ve çocuklar, patron-çalışan, alıcı-satıcı ya da devlet ve vatandaşlar olarak karşımızdakileri ezmeye, onlara üstün olmaya ve onları isteklerimize göre yönlendirmeye çalışıyoruz. Dünyasal düzen işte böyle (aslında boş olan) bir oyun ve bir ezme-ezilme, yönetme-yönetilme ve aldanma-aldatma mücadelesi olarak sürüp gidiyor.⁵⁹ Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere, toplum dediğimiz dinamik yapıyı oluşturan bireylerin hemen hemen hepsinin karşı karşıya kaldığı manipülasyon, kitleleri özellikle iletişim bağlamında etkiliyor.

⁵⁸Suat Gezgin, **Basında Fotoğrafçılık**, (İstanbul: Der Yayınları, 1994)., s.14

⁵⁹Josef Kirschner, **Manipülasyon ama nasıl?** Çeviren:Aydın Arıtan, (İstanbul,Arıtan Yay,1993)

İletişim sürecinde karşılaştığımız, büyük oranda da etkisi altında kaldığımız manipülasyon, yalnızca kitle iletişimi kavramının bir ögesi olmamakla beraber, kitle iletişiminde yoğun olarak karşımıza çıkıyor. İletişim bağlamında yığınlar söz konusu olduğunda da, manipülasyonun oluşturacağı etkinin kitlesel bir etki olduğunu belirtmeden geçemeyiz. Bu durumda manipülatif enformasyon akışının etkileyeceği kitlelerin vereceği tepki, toplumsal bir tepki olacaktır.

Bir toplumun bütününe herhangi bir konuda ortak tepki vermesi söz konusu edildiğinde *kamuoyu* kavramıyla karşılaşırız. Kamuoyunu oluşturan da öncelikle, belirlenen gündemdir. Bir kaynak kitleyi manipüle etmek istediğinde, bu amaçla yola çıktığında öncelikle gündemin belirleyicisi olmak durumundadır. Gündemin belirlenmesinden sonraki aşama ise, etkili bir enformasyon akımı aracılığıyla söz konusu konuda kamuoyunu oluşturabilmektir. Bu tür bir konuda çözümleme yapabilmek için hangi düşünceden yola çıkılması gerektiğini belirlemekte yarar vardır. Durkheim'e göre iki tür düşünce vardır; bir yanda gerçeklikleri saptıran kavramlardan yola çıkan ideolojik düşünce; öte yanda, nesnel gerçeklikleri içinde, karşılaştırmaya ve bilimsel incelemeye sunulan olgulardan yola çıkan bilimsel düşünce.⁶⁰ Durkheim'e göre, düşünce bilimden önce gelir; insan çevresini kaba ve aldatıcı kavramlar aracılığıyla tanır. Bilimin düşünceye katkıda bulunmasından önce edinilmiş olan bu spekülatif kavramların çözümlenmesine Durkheim, *ideolojik çözümleme* der.

İdeoloji, kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleştirilen iletişim biçiminin içeriğinde, önemli düzeyde belirleyicidir. Aynı zamanda, bir kültürde egemen olan ve özellikle güce sahip olanların elinde bulundurduğu tutarlı inanç ve değer kümelerini ifade eder. İdeoloji toplumsal ilişkilerde, güç ilişkileriyle ve ayrıca bunların ortaya çıkarıldığı araçlarla ilgilidir.⁶¹ Bu araçlar da öncelikle kitle iletişim araçlarıdır. Medya kendi izleyicilerine ideoloji ilettiği için, bu materyaldeki iletilerin kapalı olması, doğrudan yansıtılmaması doğaldır. İdeoloji, başka kavramların içeriğinde yer alır ve bu kapalı iletiler çözümlenerek bulunabilir.

⁶⁰Emile Durkheim, **Toplumbilimsel Yöntemin Kuralları**, Çeviren, Celal Bali Akal, (İkinci Baskı, İstanbul: Bilim Felsefe Sanat yayınları, 1985)., s.8

⁶¹Durkheim, **a.g.e.**, s.222

İdeoloji kavramının tanımlanmasındaki farklı bakış açılarının nedeni, tanımlayan ideolojinin kendisidir. Sözelimi Marx'a göre ideoloji, oldukça açık bir kavramdır. Yönetici sınıfın fikirlerinin toplumda doğal ve normal görülmesini sağlayan bir araçtır. Tüm bilgiler sınıf temellidir; içlerinde ait oldukları sınıfın özelliklerini taşırlar ve bu sınıfın çıkarlarının ilerletilmesi için çalışırlar.⁶²

Raymond Williams'a göre ideolojinin üç temel kullanımı vardır; belirli bir sınıf ya da gruba özgü inançlar sistemi; doğru ya da bilimsel bilgiyle çelişebilecek aldatıcı inançlar sistemi, yanlış fikirler ya da yanlış bilinç; anlam ve fikir üretiminin genel süreci.⁶³

Fiske, İdeolojinin kitle iletişim araçlarında nasıl işlediğini görsel kültür bağlamında çözümlüyor; gazete, okurlarını, bir fotoğrafı başat kodlara göre kodaçabilmesi için ya da başka biçimde söylersek fotoğrafın kendisinin yeğlediği anlamlara ulaşabilmesi için bu toplumsal kimliği kabul etmeye davet etmektedir. Yeğlenen anlamı okurla metin birlikte üretmektedir ve bu işbirliğinde okur, başat değer sistemine ve topluma belirli ilişkiler dizgesiyle bağlı olan biri olarak inşa edilir. Bu, işbaşındaki ideolojidir.⁶⁴

İdeolojik yapısı bunca önemli olan haber, aslında toplanmaktan daha çok yapılır. Bu yüzden gazeteciler genellikle farkında olmadan, “haber yapmak” deyimini kullanmayı yeğlerler. Postman bu yapıya “gazetecinin önemli bulduğu ya da onun izleyiciler tarafından önemli veya ilginç bulunacağını sandığı fikrine dayanmaktadır” biçiminde açıklama getirir.⁶⁵

Kitle iletişim teknolojisinin kitleler üzerindeki olumlu etkileri şüphesiz ki sayısızdır. Bostancı, “*Toplum Kültür ve Siyaset*” adlı çalışmasında bunu, dünyadan,

⁶²John Fiske, *İletişim Çalışmalarına Giriş*, Çev: Süleyman İrvan (Ankara: Ark Yayınevi 1990) s.221

⁶³Fiske, *a.g.e.*, s.212

⁶⁴Fiske, *a.g.e.*, s.212

⁶⁵Neil Postman ve Steve Powers, *Televizyon Haberlerini İzlemek*, Çev. Aslı Tunç, (Birinci Basım, İstanbul: Kavram Yayınları, 1996), s.22

yaşadığı ortamdan daha fazla haberdar olma, bilgilenme, eğlenme gibi başlıklar altında tanımlamaktadır. Manipülasyona da gönderme yapan yazar, kitle iletişim araçlarından kaynaklanan manipülatif enformasyon için şöyle demektedir; gerçekte bugün radyo ve tv'lerin bilinç aşılama, tutum değiştirme, manipüle etme gibi etkileri çok daha fazla tartışılıyor. Totaliter diktatörlüklerin ideolojilerini yaygınlaştırmak için radyoyu nasıl kullandıklarını Nazi Almanya'sı ve Sovyetler Birliği örneklerinden biliyoruz. Fakat kapitalist dünyada da bu araçlar kamuoyunu, çıkar gruplarının siyasi ve ekonomik menfaatleri için manipüle eden *truva atlarının* dönüşmüştür.⁶⁶

Kitle iletişim araçlarının manipülatif enformasyonla yüklenmesinin temelinde kitleleri yönlendirme amacı yattığı için, özellikle politik arenada aşırı manipülasyon yüklenmiş enformatik kayıtlarla karşılaşmak mümkündür. Bu, kimi kaynaklarda “politik dalavere” olarak tanımlanmakta ve şöyle açıklanmaktadır; aşırı vaatte bulunma, yalan propaganda, aşırı bilgi sunma ve gizlilik politik dalaverenin başlıca türlerini oluşturmaktadır. Politik dalavereye “politik manipülasyon” adı da verilmektedir.⁶⁷

3.1.Gündem Oluşturma Amaçlı Manipülasyon

Kitle haberleşme araçları aracılığıyla yayılan enformasyonun manipüle edilmesinin temel gerekçelerinden biri, herhangi bir konuda kamuoyu oluşturma çabasıdır. Amacı kamuoyu oluşturmak olan medya kuruluşlarının öncelikle başarılı olmak zorunda oldukları nokta, gündemin belirleyicisi olabilmektir. Toplumun nabzını yakalayarak da olsa, yayımladığı haberlerle gündemi belirleyebilen bir medya kuruluşunun istediği taktirde sözkonusu konuda kamuoyunu oluşturabilmesi hiç zor değildir.

Graber, medyanın politik süreçteki gücünü tartıştığı bir çalışmasında kitle iletişim araçlarının bizlere ne düşüneceğimizi söyleme konusunda etkin olmasalar bile, çok etkin oldukları başka bir noktadan söz eder; o da, ne hakkında düşüneceğimizdir. Bunda da oldukça başarılı oldukları söylenebilir.⁶⁸ Burada sözü edilen hiç şüphesiz ki, gündemin belirlenmesidir. Kitle iletişim araçlarının özellikle egemen ideolojinin

⁶⁶M.Naci Bostancı, **Toplum Kültür ve Siyaset**,(Ankara: Vadi Yayınları, 1995), s.95

⁶⁷Coşkun Can Aktan,” Siyasal Ahlak Sorunu ve Çözüm Önerileri”, **Siyasal Ahlak ve Siyasal Ahlaksızlık**,(İstanbul:Bilgi Yayınevi, 1993),. s.431

⁶⁸Doris A. Graber, **Media Power in Politics**, (İkinci Baskı,A.B.D: CQ Press), s.75

güçlük yaşadığı, skandallarla sarsıldığı dönemlerde gündemi değiştirmek amacıyla yayın yaptığı herkes tarafından bilinen bir gerçektir. Gündemin değiştirilmesi eşdeyişle, yeni gündemin belirlenmesidir.

Gündem oluşturma, haber medyasının materyali oluşturmak için belirli konuları düzenli olarak seçerek hangi konuların izleyicinin esas ilgilendiği konu olması gerektiğine karar verme sürecini de ifade eder.⁶⁹ Haber kuruluşları haberleri şekillendiren konulardan bir gündem oluşturur. Bu da, bir kez daha haberlerin “dışarıdan bir yerden” gelen doğru olayların ve gerçeklerin bir toplamı olduğu fikrini yalanlar. Yazı işleri müdürleri haberleri seçer, bu seçim işlemi de konulardan bir gündem oluşturur ve bu, bizim o gün ya da hafta dünyada neyin önemli olduğuna dair bakış açımızı belirler.⁷⁰ Başka bir deyişle, gündem neyin olduğu değil, nelerin seçildiğidir.

Kitle iletişim araçları herşeyi gündeme getiremeyeceklerinin bilincinde olduklarından bazen ilginç bir yöntem başvururlar ve kamuoyunun neyi okumak istediğini ve hangi konuda yorumları izlemek istediğini kendileri tayin etmeye çalışırlar. Böylece bazı olayların diğerlerinden daha önemli olduğuna kendi kendine karar veren medya, izleyicileri veya okuyucuları ve aslında tüm toplum için bir çeşit “gündem belirleyici” görevini üstlenmektedir.⁷¹

Medya gündemi belirlerken, bu gündem aracılığıyla kamuoyu oluşturma çabası içindedir. Bu da, kamuoyu oluşturulmak istenen kavramın gündemde ne kadar kaldığıyla doğru orantılıdır. Belirli bir dönem sürekli aynı konularla karşı karşıya kalan izleyici, ister istemez kendisini gündemin içinde bulacak ve kendi değer yargılarıyla örtüşen enformasyon karşısında, kendisine yüklenen referans çerçevesini kabullenecektir. Bu da sözkonusu enformasyon ile uzun süre karşılaşmasıyla mümkün olabilecektir. Bu yüzden kitle iletişim araçları, kamuoyu oluşturmak istedikleri konularda sürekli yayın yaparak, konunun unutulmasını, gündemden düşmesini engellemeye çalışacaklardır.

⁶⁹Burton, a.g.e., s.220

⁷⁰Burton, a.g.e., s.137

⁷¹Turam, a.g.e., s.48

Bir iddianın üzerinde ne kadar çok inançla ve ısrarla durulursa, o iddianın inandırıcılık ölçüsü de o oranda artacaktır. İddialar ne kadar çok tekrarlanırsa, onu algılaması istenen kişiler arasındaki inandırıcılık oranları da yükselmeye devam eder. Böylece insanlar yanlış ya da doğru, ne olursa olsun, sürekli olarak ve kesin bir tavırla ileri sürülen bu iddiaya inanma ve onu benimseme çabası içine girerler.⁷² Burton'un konuya ilişkin örnekleme de benzer biçimde şekillenmiştir; bir şey yeteri kadar yinelenirse o şeye inanma eğilimi doğacaktır. Sinema ve video filmlerinden birçoğu, şimdi olduğu gibi Vietnam hakkında ise, bunlar toplumda büyük kabul görecektir ve içerdikleri tüm iletiler aynı şekilde etkili olacaktır⁷³ Burton'un verdiği örneğe, Kızılderilileri konu alan filmler de eklenebilir. Yıllarca, Kızılderililerin vahşi, acımasız, katil kişilikli olduklarına dair aldatmacalarla dolu filmleri izleyen insanlar, aslında toprağından atılan, katledilen, yokedilmeye çalışılan bir ırk hakkında kötü bir imaj edinmiş, filmleri izlerken, hiç tanımadıkları insanlara karşı, Amerikalı kovboyun safında yer almıştır.

İnceoğlu'nun "Tutum Algı İletişim" adlı çalışmasında yer verdiği kavram benzer bir yaklaşımla tanımlanmıştır; Bir haber ya da konu hakkında medyanın "sözediş sıklığı" birey tarafından bir "ipucu" olarak değerlendirilir. İçinde yaşadığı toplumda olup bitenler hakkında bilmesi gerekenin bu olduğunu düşünür⁷⁴

Buraya kadar sözünü ettiğimiz gündem belirleme kavramı yalnızca kitle iletişim araçlarının tekelinde değildir. Kimi politikacıların da benzer yöntemlerle gündem belirleme çabasına girdikleri, kamuoyu oluşturma çabasında oldukları gözlenmiştir. Bunun en çarpıcı örneklerinden biri, Amerika'da komünist eğilimli kişilerin peşine düşerek kamuoyunda büyük sükse yapan Senatör Mc Carthy, uzun süre gündemde kalmasını bazı ilginç taktiklere borçluydu. Hemen her pazar günü öğleden sonra, araştırmayı yöneten senato komitesinin, ifade vermek üzere önemli bir şahidi davet ettiğini duyurur, böylece genel olarak pek fazla haberin bulunmadığı pazartesi sabahı bir çok gazetenin baş sayfasında kendine bir yer kapmayı başarırdı.⁷⁵

⁷²Kirschner, a.g.e., s.127

⁷³Burton, a.g.e., s.90

⁷⁴Metin İnceoğlu, **Tutum Algı İletişim**, (Ankara: V Yayınları, 1993), s.133

⁷⁵Turam, a.g.e., s.47

Haber akışındaki boşluğu iyi kullanarak gündemde kalmayı başaran politikacının yaptığı ya da medya kuruluşlarının benzer etkinlikleri, aslında var olmayan bir gündemi yaratmak, ve bu konuda kamuoyu oluşturmak amacını güder. Bu da bir tür manipülasyon yöntemidir. Sonuç olarak kitleler yönlendirilir, yanlış ya da kendisini ilgilendirmeyen enformasyon yüklemesinin etkisinde kalır. Günümüzde de bu süreç, profesyonel iletişimciler tarafından işletilmektedir. Politikacıların yanı sıra kimi kişi ve kuruluşlarca istihdam edilen medya danışmanlarının işi, kitlelerin istedik biçimde yönlendirilebilmesi için en etkin yöntemleri bulmak ve uygulamaya koymaktır.

3.2.Manipülasyonun Tutum Değiştirme Yöntemi Olarak Propaganda ve İkna Amaçlı Kullanımı

Günümüzün kitle iletişim araçlarının çok etkin oldukları noktalardan birisi, enformasyon yayımı sürecinde gerçekleştirdikleri manipülatif haberciliktir. Bunu yaparken de en önde gelen amaçlarından birisi, kitlelerin belirli konulara ilişkin tutumlarını değiştirebilmektir. Bu çerçevede yapılan manipülatif enformasyon yayımının iki önemli aracı, propaganda ve ikna yöntemleridir. Bu yöntemler kullanılarak kitlelerin belirli konulara ilişkin tutumlarında yaşama geçirilen değişikliklerin, manipülatif enformasyon aracılığıyla gerçekleştirildiği şüphe götürmez bir gerçektir.

Şerif Mardin, İdeoloji adlı eserinde kitle iletişim araçlarının önemine işaret ederken, gerek aydınların etkililiği, gerekse eğitimin ideoloji için yeni bir zemin oluşturmasının ancak yayım araçlarının gelişmesiyle mümkün olduğunu belirtiyor.⁷⁶ Bir çok çevre tarafından kabul gördüğü gibi, kitlede istenilen etkinin uyandırılabilmesi, kitle tepkilerinin belli yöne kanalize edilebilmesi ancak belli tekniklerin bilinmesi ve bilinçli biçimde uygulanabilmesi ile olanaklıdır.⁷⁷

Bir insanı belli bir yönde eyleme geçirebilmenin ön koşulu, o insana o yönde bir alternatifin varlığını bildirmek ve bu bilgiyi algılayabilmesini sağlamaktır. Bu nedenle örneğin kişinin belli bir ürünün tüketicisi, belli bir görüşün yanlısı durumuna gelmesi için, o konu ve içeriği hakkında iletilen mesajları algılayabilmesi gerekmektedir. Algılamının araştırılması konusu ise, tutum değişikliği yaratmaya dönük tüm güdüleme tekniklerinin can alıcı noktasını oluşturmaktadır.⁷⁸ Bu düşünceden hareketle, günümüz iletişim dünyasında, algılamaya ilişkin bilgilerin

⁷⁶Şerif Mardin, **İdeoloji**, (Birinci Basım, İstanbul: İletişim Yayıncılık, 1992),s.168

⁷⁷Metin Inceoğlu, **Güdüleme Yöntemleri**, (Ankara: BYYO Yayınları, 1985), s.v

⁷⁸Inceoğlu, **a.g.e.**, s.9

reklamcılar, propagandacılar, siyasetçiler, haberciler tarafından yoğun olarak kullanıldığı görülür.

Tutum değiştirme amacıyla manipülatif bir girişimin nasıl yapıldığını belirleme aşamasında, tutumun ne olduğunun açıklanması gerekmektedir. Yüksel'e göre "tutum", bir bireye atfedilen ve onun bir psikolojik obje ile ilgili düşünce, duygu ve davranışlarını düzenli bir biçimde oluşturan bir eğilimdir⁷⁹ Bir birey için herşey bir psikolojik obje olabilir. Örneğin; sevilen-sevilmeyen kişiler, siyasal eğilimler ya da bir deterjan. Tutumlar; büyüme ve toplumsallaşma boyunca ailede öğrenilen tepki yollarının birikmesi, yaşantılardan çıkarılan genel sonuçlar, çok şiddetli etki eden bir olaya dayanarak benzer olayların da aynı şekilde değerlendirilmesi ve nihayet başkalarının tutumlarını taklit yoluyla benimsemekle oluşur.⁸⁰

Burton'un tutuma ilişkin yaklaşımı ise şöyledir; bir insana ya da medyada sunulan bir konuya karşı olan düşmanca ya da arkadaşça tavrımızı ifade eder. Tutum oluşturma medyanın verili bir konu hakkındaki görüşlerimizi şekillendirme yollarıdır denilebilir⁸¹. Bunu tutum değiştirme olarak yorumlamak da mümkündür. Kitle iletişimi sürecinde enformasyon, doğrudan doğruya ikna amaçlıdır.

Yüksel'in bu konudaki görüşleri de aynı doğrultuda şekillenmektedir: Bilindiği gibi, insanlar bir çok nedenden dolayı iletişim halindedir. Bilgi vermek, yardım istemek, söz vermek. kendi düşüncelerini anlatmak ya da başkasının düşüncelerini öğrenmeye çalışmak için belli bir yapı ve düzen içerisinde iletişim kurulur. Temelde baktığımızda en basit konuşmanın bile bir bakıma ikna olduğunu görürüz. İletişimin gerçekleştiği pek çok durumda insanlar ya birisini verdiği bilginin doğruluğuna ya davranışlarını değiştirmesine ya da başka bir konuda ikna etmeye çalışırlar. Çünkü iletişim için ikna etme ortak ve önemli bir nedendir.⁸²

Kimi çevrelerin ya da ideoloji temsilcilerinin, kitleleri herhangi bir düşünce doğrultusunda ikna edebilmelerini sağlayan yöntemleri başarılı bir şekilde kullanabilmeleri, ikna sürecinin başarılı olmasında çok etkilidir. Bu nedenle söz konusu yöntemlerin bilinçli bir şekilde kullanılması gerekir. İkna amaçlı yayım yapan

⁷⁹A.Haluk Yüksel, **Konuşma ve İkna**, (Eskişehir: AÜ. AÖF. Yayınları, 1994), s.2

⁸⁰Yüksel, a.g.e., 1994, s.2

⁸¹Burton, a.g.e., s.226

⁸²Yüksel, a.g.e., 1994 s.2

çevreler, kitlelerin zayıf yönlerini belirleyerek bunları etkili şekilde kullanırlar. Bunlardan birisi de, Ayşe İnal'ın, “yazılı basın haberlerinde yanlışlık sorunu”⁸³ bağlamında gönderme yaptığı ve muhafazakar çevreler tarafından önemli ölçüde kabul gören ve savunulan, “kalabalıkların usdışı davranışlara ve yönlendirmelere açık oluşları” üzerinedir. İnal'ın “Kalabalıklar” olarak tanımladığı kitlelerin, iletişim araçları aracılığıyla yapılan yönlendirmeleri hemen kabullenme eğiliminde olduğuna daha önce de değinilmişti. Bu noktada öncelikle belirtilmesi gereken, ikna için kullanılan aracın ne olduğu ve önemidir.

Haberlerin ikna yollarından birisi de “*belki en önemlisi*” vurgusuyla, İnal tarafından şöyle açıklanıyor; olayın tanıklarından ya da taraflarından yapılan alıntılar. Tabii bunlar da kaynaklara bağımlılığı artırdığı gibi, gazetecilerin habere ilişkin kişisel yorumlarını katmaksızın yorum yapmanın dolaylı bir yolu oluyor. Fotoğraflar okuyucuyu kısmen de olsa olaya tanık ederken, kamera gerçeği gösterdiği iddiası ile inandırıcılığını kabul ettirmiş olarak görünüyor⁸⁴

Kitlelerin önceden belirlenmiş bazı kavram ve düşünceler hakkında ikna edilebilmelerini sağlayan yöntemlerden birisi de “*propaganda*” olarak karşımıza çıkıyor. İnceoğlu'nun bir çalışmasında propaganda, Ünsal Oskay'ın Qualter'dan yaptığı bir çeviriye göre şöyle tanımlanıyor; bir bireyin veya grubun başka bireylerin veya grupların tutumlarını belirleyip biçimlendirmek, denetim altına almak veya değiştirmek için iletişim araçlarından yararlanarak bu bireylerin veya grupların belirli bir durum veya konumdaki tepkilerinin kendi amaçlarına uygun tepkiler olacağını umarak gerçekleştirdikleri bilinçli bir girişimdir.⁸⁵ İnceoğlu'na göre bu süreç şöyle işler; kamuoyunu etkilemek için gerçekler kadar, hatta onlardan daha fazla, dedikodulardan, yarım gerçeklerden, hatta yalanlardan yararlanır. Propagandacı yalan-gerçek farkını pek önemsemez. Doğru söylendiği, yazıldığı izlenimini vermek bazen doğruyu söylemekten daha etkili olur. Propagandacı açısından seçilen “gerçekler” propaganda mesajı içine yerleştirilir.⁸⁶

⁸³Ayşe İnal, “Yazılı basın haberlerinde yanlışlık sorunu”, **Toplum ve Bilim**, (İstanbul: Birikim Yayınları, Sayı:67, 1995), s.111

⁸⁴İnal, **a.g.e.**, s.120

⁸⁵İnceoğlu, **a.g.e.**, 1985, s.66

⁸⁶İnceoğlu, **a.g.e.**, 1985, s.70

“Önemli olan bütün toplum katlarında kargaşalık çıkarmak, propaganda yapmaktır” diyen Lenin’den sonra Hitler’in de “propaganda, iktidarı elde tutmamızı sağladı, dünyayı fethetme olanağını da bize gene propaganda verecek” demesi, yirminci yüzyılın ilk yarısından sonra siyasal bir olgu olarak kendini iyiden iyiye duyumsatan propagandanın, komünist devrimi ile faşizmin zaferindeki katkı payının derecesi hakkında bize ipucu verir niteliktedir.⁸⁷ biçimindeki yaklaşımın sunduğu örnekler, propagandanın hangi ideoloji için olursa olsun, başarılı kullanım sonucunda ne kadar etkili olabileceğini kanıtlıyor. Tarihsel süreçte bir çok yerde karşımıza çıkan propaganda destekli ideolojik zaferler, aydınların bu konu üzerinde daha dikkatli düşünmelerini ve tepki vermelerini de sağlamıştır. Propagandayı konu alan çalışma ve yayınların çokluğu da bunun bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Ertuğrul Özkök’ün “Kitlelerin Çözülüşü” adlı çalışması da, propagandayı ayrıntılarıyla ele alan, kritize eden yayınlardan biri. Özkök de Nazilerin, kitlelerin iknası konusundaki başarılarını propagandadaki üstünlüklerine bağlar; “Radyolarınızın düğmelerini sonuna dek çevirin, pencerelerinizi ardına kadar açın” Üçüncü Reich’in başına geçen Hitler’in Alman halkından istediği ilk şey buydu. On yıldan çok Almanya’nın üzerine kara bir bulut gibi çökecek olan düşünce böylece radyolardan ve ardına kadar açık olan pencerelerden sokaklara taşacaktı.⁸⁸

Hitler’in propaganda bakanı Jozeph Goebels’in zekice hazırlanmış yeni kamuoyu oluşturma çalışmalarını izleyenlerden birisinin de Alman sosyalisti olan Serge Tchakotine olduğuna işaret eden Özkök, Tchakotine’nin, “*Siyasal Propaganda ile Kitlelerin Aldatılması*” adlı eserinin, bir halkın o güne değin görülmemiş bir biçimde yanıltılabilmesinin mekanizmasını açıkladığını belirtir ve daha çarpıcı olan şu noktaya dikkat çeker; Tchakotine’in kitabında, Alman toplumunun Nazi düşüncesinden arındırılması sırasında da aynı yöntemler uygulanmıştır. Ona göre değişen, yalnızca propagandanın içeriğidir.⁸⁹

Söz konusu dönemde yapılan uygulamaların en bariz örneklerinden birisi, basın üzerinde uygulanan kontrol mekanizmasıdır. 1933 yılında Hitler dönemindeki Ulusal

⁸⁷Emine Yavaşgöl, “Uluslararası siyasal iletişim”, *Uluslararası İletişim*, Editör:Gürsel Öngören,(İstanbul:Der Yayınevi, 1995), s.141

⁸⁸Özkök, *a.g.e.*, 1985, s.239

⁸⁹Özkök, *a.g.e.*, 1985, s.239

Sosyalistler iktidara geldikleri zaman, karşılarında özgür bir basın bulmuşlardır. Bu basın içinde, ulusal sosyalizm yanlısı basının oranı %4 gibi küçük bir güçtür. İktidarın ilk uygulamalarından biri, basın üzerinde otorite kurmak amacıyla bir bakanlık kurmak olmuştur. Böylece, Joseph Goebels kurulan bu bakanlığın; Propaganda ve Halkla İlişkiler Bakanlığı'nın başına getirilmiştir. Bakanlık, özgür basın yerine, hükümete destek veren bir basın oluşturmak için sert uygulamalarda bulunmuştur. Bu bağlamda bir çok gazete kapatılmıştır.1927 yılında on bin olan gazete sayısı, 1944 yılında 977'ye düşmüştür.⁹⁰

Propaganda ve propaganda içerikli enformasyon bu kadar etkili olunca, propaganda içerikli mesajların yerleştirileceği kitle iletişim araçları da büyük önem kazanmaktadır. Bu araçların en önemlilerinden birisi de, fotoğraftır. 1855 Dünya Fuarı, ilk kez “fotoğraf” adı altında bir sergileme sunar. Aynı yıl, fotoğrafı konu alan büyük incelemesini yayımlayan Wiertz, fotoğrafın resim sanatına felsefi düzeyde bir aydınlanma getirdiğini savunur. Walter Benjamin “Tekniğin olanaklarıyla yeniden üretilebildiği çağda sanat yapıtı” adlı makalesinde, Wiertz'in, kendi resimlerinde de görülebileceği üzere bu aydınlanmayı politik doğrultuda anladığını ileri sürer ve şöyle der; “bu nedenle Wiertz, kurgu aracılığıyla fotoğrafın propaganda amacıyla kullanımını, önceden bilmiş olmasa bile, istemiş ilk insan diye nitelendirilebilir”⁹¹

3.3.Provakasyon Yöntemi ile Manipülasyon

Provakasyon, herhangi bir olayın gelişim sürecinde, olayın ortaya çıkış amacıyla örtüşmeyen, dışarıdan yapılan müdahaleler sonucunda ortaya çıkan gelişme olarak tanımlanabilir. Kitleler zaman zaman, gelişmeler karşısındaki tepkilerini ortaya koymak, ilgili çevrelerin dikkatini çekerek uyarmak amacıyla toplu gösteri ya da eylem girişiminde bulunurlar. Bu tür gösteriler kimi zaman anayasal hak çerçevesinde kullanılırken, kimi zaman da yürürlükte bulunan yasalara muhalefet biçiminde gelişebilir. Durum ne olursa olsun, gösteri halindeki kitleler taşıdıkları heyecan nedeniyle yönlendirmelere açıktır. Bunun bazı çevrelerce kullanılması durumunda da istenmeyen olaylar meydana gelebilmektedir. Herhangi bir nedenle yapılan yasal bir

⁹⁰Nurhayat Yoloğlu, “Almanya’da Basın” İletişim Fakültesi Dergisi, (İstanbul: İ.Ü. Basımevi, Sayı.5, 1997), s.99

⁹¹Walter Benjamin, **Pasajlar**, Çeviren:Ahmet Cemal (İstanbul: Yapı Kredi Yayınları), s.82

gösteri sürecinde kitleyi temsil etmese bile, küçük bir azınlığın yönlendirmesiyle yasa dışı gelişmeler olabilir, kitlenin haklı tepkisi yasa dışı bir gösteriye döntülebilir. Bu tür eylemlerin yönlendirilmesi, başka bir deyişle manipüle edilmesi oldukça kolaydır.

Kitle eylemlerinin kitleyi haksız kılmak adına provake edilmesi ya da manipülasyon amacıyla provake edilmesi arasında çok fazla bir fark yoktur. Kitle gösterilerini yönlendiren güçler egemen olsun ya da olmasın, yapılan eylemlerin kamuoyu oluşturması amacıyla medya gündemine girmesini isterler. Fakat kitle iletişim araçlarının yöneticilerinin gündem belirlerken çarpıcı ve sıradan olmayan olayların peşinde olmaları bu tür gösterilerin provake edilmesine neden olabilir.

“Küçük gösterilerin kitle iletişim araçlarının gündemine kolayca girmelerini sağlayan en kolay yol, şiddet kullanılacağı ihtimalidir. Bu yüzden yapılacak gösteri öncesinde demeçler ve davranışlarla sanki gösteri sırasında olay çıkacakmış izlenimi yaratılmaya çalışılırsa, olay çıkacağı kokusunu alan medyanın kameralar ve mikrofonlarıyla orada hazır bulunacağı kesindir”⁹² biçiminde bir yaklaşımla medyanın da manipüle edilebileceğini belirten Turam, bu sürecin tersine de işleyebileceğine işaret ediyor; “Planlanandan sönük geçen ve az kişinin katıldığı bir miting, akşam tv haberlerinde gösterilme şansını kaybetmiş gibi gözükürken, polisle çıkacak ufak bir çatışma birden mitingi kitle iletişim araçları için çok önemli bir olay haline getirecektir.”⁹³ Bu da, medyanın manipüle edilmesinin yanı sıra, medya yöneticilerinin olaylar karşısında gösterdikleri seçici tavır nedeniyle, istemeden de olsa olayların manipüle edilmesine neden olduklarının bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Bu durumda, kitlesel olayların gelişim ve sonuçları sürecinde medyanın da önemli ölçüde pay sahibi olduğunu düşünmek pek yanlış olmaz. Nitekim, Turam’ın, “medyanın siyasi hayata etkileri” çerçevesindeki yaklaşımı da aynı biçimde şekillenmektedir; bir gösteri veya yürüyüş medya tarafından işlenmezse amacına ulaşamayacağına ve şiddet kullanmak veya olay çıkarmak bir gösteriyi kitle iletişim araçlarının gündemine sokacağına göre, toplumda seslerini duyurmaya çalışan insanlar veya gruplar medya tarafından olay çıkarmaya teşvik edilmiş olmaktadır.⁹⁴ Fakat bu tür bir gelişmeden yalnızca medya sorumlu olamaz. Sonuç olarak, yaşanan bir paradokstur; kitle iletişim araçlarının görevi insanları gelişmelerden haberdar etmektir,

⁹²Turam, a.g.e., s.55

⁹³Turam, a.g.e., s.55

⁹⁴Turam, a.g.e., s.55

ancak insanlar da haber olabilmek amacıyla şiddete başvurmaktadırlar. Bu noktadan hareketle, provakasyonun da manipülasyon amacıyla gerçekleştirildiği düşünülebilir.

4.Kavram ve Olayların Fotoğraf Aracılığıyla Manipülasyonu ve Uygulanan Yöntemler

Kavram ve olayların manipülasyonu süreci en temel biçimiyle, herhangi bir olayı haber yapma davranışına giren gazetecinin düşünme süreciyle başlar; bir gazetecinin, haber yapacağı olayı belirleyip çerçevesini çizerken kimi ayrıntıları haber sınırları dışında tutması, kimi ayrıntıları haber çerçevesinde değerlendirmesi, yapacağı haberi bir bakış açısına oturtması gerekecektir. Bu süreç, gazetecinin referans çerçevesini belirleyen kültürel altyapısı ışığında şekillenecektir.

Haber fotoğrafçısı Ramazan Öztürk'ün, süreci yaşayan bir gazeteci olarak yaptığı özeleştiri de “çünkü bizler belli bir ülkenin insanı olarak değil, koca bir dünyanın bireyi olarak hareket ederiz. Bizlerin de bir özgeçmişi ve ideolojisi vardır. İnsan olarak bizleri oluşturan bütün özellikler, objektifimizin zımladığı olayın üzerine de yansır”⁹⁵ biçimindeki yaklaşımı, konuya ilişkin yaşanan durumu betimliyor. Nitekim Öztürk'ün “Türkiye’de yaşanan birçok katliamın ve hunharca öldürülen onlarca değerli bilim ve siyaset adamıyla değerli gazetecilerin fotoğraflarını çektim. Hepsi kahpece öldürülmüşlerdi”⁹⁶ biçimindeki yorumunun hareket noktası da bu yansımanın bir sonucu olarak karşımıza çıkıyor.

Haberlerin çoğu zaman manipüle edilerek yayımlandığı bilinen bir gerçek. Üzerinde tartışılması gereken, haberlerin manipüle edilmesinde öte, nasıl ve hangi süreçte gerçekleştiğidir. Çünkü bu süreci etkileyen bir çok faktör vardır. Soruna bu çerçeveden bakarak, hergün yaşanan bir senaryo ile örnekleyen Neil Postman, şöyle der; örneğin pek çok gazeteci, *intifada* diye adlandırılan şeyin haber değeri taşıdığına inanmaktadır. Filistinli bir çocuğun, onsekiz yaşındaki iki İsrail askerine molotov kokteyli savurduğunu varsayalım. Patlama, askerlerden birini yere serer ve sol gözünü parçalar. Diğer asker, korku içinde Filistinli çocuğa ateş eder ve onu anında öldürür. Yaralı asker, görme yeteneğini kaybeder. Bu olayı aktarırken hangi ayrıntılar hesaba katılmalıdır? Filistinli çocuğun yaşanan olayla ilgisi nedir? İsraili askerin yaşının bir

⁹⁵Ramazan Öztürk, *Sessiz Tanık*, (Birinci Basım, İstanbul:Sabah Yayıncılık,1996), s.xv

⁹⁶Öztürk, a.g.e., s.xv

ilgisi var mıdır? Ya da askerin aldığı yaranın ne kadar ilgisi vardır? Filistinli'nin eylemi, sadece İsrail askerlerinin varlığından mı kaynaklanmıştır? Ateş etme eylemi meşru mudur? Ateş edenin ruh durumunun olayla bir ilgisi var mıdır?⁹⁷ Bu soruların yanıtlarının tamamen gazetecinin bakış açısıyla belirlenip şekillendiği düşünülebilir.

Fotoğrafın ve gazetecinin tanıklığını tartışan gazetecilerden Ali Tartanoğlu, “*Baskın Basın'ın mı?*” adlı çalışmasında Ahmet Oktay'ın şu görüşlerine yer verir; fotoğrafın tanıklığı, basının kitleleşmesi ve popülerleşmesi sonucunda tartışılabilir duruma gelmiştir. Şüphesiz gazete fotoğrafı bugün de tanıklık görevini yerine getirmekten geri kalmamaktadır. (...) Ama fotoğraf gazetede o yalın biçimiyle sunulmamaktadır ki!.. Başlığı vardır, alt yazısı vardır ve yansıttığı gerçek bunlar aracılığıyla saptırılabilir⁹⁸

Ramazan Öztürk, “*Sessiz Tanık*” adlı kitabında medyanın toplumsal yaşamda ne kadar etkili olabileceğini Romanya olayıyla örneklerken, “Romanya’da 24 yıllık bir totaliter rejim devrildi. Birçok insan hayatını kaybetti. Kısacası bir ülkenin kaderini etkileyen önemli değişiklikler oldu. Ancak, bu olayları yaşayan biri olarak, gerçek devrimi dünya medyasının yaptığına inanıyorum”⁹⁹ der. Öztürk’ün bu düşüncesi ve verdiği örnekler düşündürücüdür. Kapitalist dünyanın sermaye çevreleri ve egemen ideolojilerinin sosyalist Avrupa üzerindeki özelemlerine en çok yaklaştıkları andır bu. Bir ülkedeki totaliter rejim yıkılacak, yerine kimi çevrelerin özlediği liberal ekonomi gelecektir. Böyle bir durumda, sermaye çevrelerinin sözcülüğünü yapan medyanın sessiz kalması düşünülemez. Nitekim, yaşanan olayların en yakın tanıklarından biri olan Ramazan Öztürk o günleri şöyle anlatıyor “Gorbaçov’la başlayan değişim rüzgarına kim karşı çıkarsa, Avrupa’da ona karşı güç birliği oluşuyordu. Bükreş sokakları cesetlerle dolu haberi ajanslardan geçince sokakları dolaşmaya başlıyorduk ama hiç bir cesede rastlayamıyorduk. Mutlaka ölenler vardı fakat, binlerle ifade edilecek kadar değildi. Zaten bunların çoğunun gömülüşlerini bir çok gazeteci arkadaşımınla birlikte izledik. Ancak yüze yakın ceset vardı.(...) Romanya olaylarının çok abartıldığını sonraki aylarda Avrupa basını da kabul etti. Hatta bir çok ajans, gazete ve dergi konuyla ilgili özeleştirici yazısı yayımladı... Bana göre Romanya’daki devrimi medya yaptı”¹⁰⁰

⁹⁷Postman ve Powers, a.g.e., s.21

⁹⁸Ali Tartanoğlu, *Baskın ‘Basın’ın mı?*, (Birinci Basım, Ankara:Ç.G.D. Yayınları,1994), s.151

⁹⁹Öztürk, a.g.e., s.171

¹⁰⁰Öztürk, a.g.e., s.171

Gazeteci Fehmi Kuru, basının toplumsal gelişmeler üzerindeki yönlendirici etkisinin önemli sorunlar yarattığına işaret ederek, gazetecilerin görevleri dışına taşarak başka kurumların alanına müdahale ettiğini, bunun da kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleştirilen bir manipülasyon olduğuna dikkat çekerek yaşadığı bir olayı şöyle aktarıyor; “başka bir manipülasyon veya etkileme olayı da mahkemelerin etkilenmesidir. (...) Geçenlerde bir haber programında bir televizyon kanalında, daha önce seyrettiğimi gayet iyi hatırladığım, bu sanıklardan bir tanesiyle ilgili programın aynen yeniden verildiğini , yani bir tür mahkemenin yargıçlarına ‘siz bunu unutmuş olabilirsiniz, size bir daha hatırlatalım, bu adam bu işleri yapmıştı’ diye sunulduğunu kendi gözlerimle gördüm. Halbuki mahkemelerin bu biçimde etkilenmesi bizim görevimiz değildir. Bizim görevimiz ipuçlarını değerlendirerek okurlarımızı doğru bilgilendirmektir. Yoksamahkemeleri yönlendirmek değildir”¹⁰¹

Kuru, basının sorumsuzluk örneği olarak değerlendirilebilecek bir yayın biçimini de çok çarpıcı bir örnekle şöyle aktarıyor; “Engin Civan olayında mahkemenin karar oturumunda Sanık Engin Civan diyor ki, ‘sayın hakim bey benimle ilgili bütün senaryolar, bir defterle ilgili, ancak bugüne kadar bir tek kişi bile çıkıp bu defter sana mı aittir diye sormadı bana’, Hakim o zaman soruyor; ‘Ben o zaman şimdi sorayım’ diyor. ‘Defter sana mı ait?’ ‘ Hayır efendim bana ait değil’ diyor. Şimdi yalan da söyleyebilir ama, bir an doğru olduğunu düşünün. Ve bugüne kadar yapılan yayınları gözünüzün önüne getirin. Dolayısıyla bizim olmayan, bize ait olmayan bir görevi yerine getirmekle basın mesleğinin mensupları görevli değildir”.¹⁰²

Fehmi Kuru’nun geliştirdiği yaklaşım çıkış noktası olarak doğru olabilir ancak, gazetecinin ya da manipülasyonu gerçekleştiren kaynağın niyetinin ne olduğu da bu noktada önemli bir belirleyicidir. Söz konusu olay değerlendirildiğinde, ortada bulunan defterin manipülasyon amacıyla gündeme getirildiği ya da bu haberi yapan gazetecilerin defterin sanığa ait olmadığını bilmeleri durumunda bile bu tür bir yayını yapabilecekleri düşünülebilir.

İletişim tarihi, olayların, haberlerin nasıl manipüle edildiğini, kitlelerin nasıl yanıltıldığını gösteren örneklerle doludur. Zaman zaman bu tür örneklerin kanıtlarıyla ortaya konduğuna bir çok okur tanık olmuştur. Gladdy Essen’in 1989 yılında

¹⁰¹Fehmi Kuru, “Medyada Kişilik Hakları”, **Basın Kendini Sorguluyor**, (İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1996), s.163

¹⁰²Kuru, a.g.e., s.163

yayımladığı “*Felaketin İnkarı*” adlı kitabında yer verdiği 1806 San Francisco depremi olayı, manipülasyonun yapılaş amacının insanlık yararına bile olsa tartışma konusu olabileceğini göstermektedir.¹⁰³ San Francisco’da meydana gelen depremde çekilen fotoğrafların manipüle edildiği kanıtlanmıştır. Şehir idaresinin, fotoğrafçılara, depremden dolayı meydana gelen kötü durumun ve acı görüntünün insanlar üzerindeki etkisinin en aza indirilmesi amacıyla, fotoğrafların manipüle edilmesi konusunda yetki vermesi de, tartışmaların çıkış noktasıdır.

4.1.İmgelerin Manipüle Edilmesi

Mc Luhan, Marx ve Bergson’u çağrıştıran bir düşüncesini şöyle ifade eder; *mesaj aracın kendisidir*. İletişim biliminde bir özdeyiş haline gelen bu formülün anlamı şudur; bir iletişim eyleminde belirleyici olan şey iletilmek istenen mesajın içeriği değil, bu mesajı iletmek için kullanılan aracın kendisidir.¹⁰⁴ İletişim sürecinde araç olarak fotoğrafın kullanılması, en baştan bazı iddiaların ortaya atılması anlamına gelir; bu iddialar olayın gerçek, yaşanmış olduğu, habercinin o anda orada olduğu, dikkate degecek kadar önemli bir gelişme olduğu üzerinedir. Bu da, görüntülerle beslenmiş, metinlere ne kadar uzaksa imgelere o kadar yakın olan kitlelerin, gördüğüne inanmaya eğilimli yapıları üzerinde çok etikili olacaktır.

Flusser, fotoğrafların diğer teknik görüntüler gibi, fotoğrafçının niyeti ve makine programında bulunan bazı kavramların, durumlar olarak kodlanması sürecinde elde edilen imgeler olduğunu söyler.¹⁰⁵ Fakat bunun da kimi sınırlılıkları olduğuna işaret ederken, fotoğraf çekme davranışı içinde, makinanın fotoğrafçının istekleri doğrultusunda, fotoğrafçının ise, makina programının çizdiği sınırlar içinde hareket ettiğini belirtir.¹⁰⁶

Fotoğrafçı her ne kadar kendi istekleri doğrultusunda bir imge oluşturmak istese de, makinanın çizdiği sınırları aşamayacaktır, fakat bu düşünce günümüz koşullarında tekrar gözden geçirilmek durumundadır. Fotoğrafçı istediği imgeyi aygıtın izin verdiği çerçevede elde ettikten sonra, bu kez başka bir ortamda, bilgisayar ortamında daha geniş sınırlar içinde hareket ederek amacına ulaşabilecektir.

¹⁰³Paul Lester, *Photojournalism*,(New Jersey:L.E.A.Publishers, 1991), s.100

¹⁰⁴Özkök, a.g.e., 1985, s.157

¹⁰⁵Flusser, a.g.e., s.52

¹⁰⁶Flusser, a.g.e., s.40

Sonuç olarak elde edilecek olan imge, fotoğraftır. Fotoğrafın istendiğinde çok tehlikeli olabileceği de bilinen bir gerçektir. Bu tehlikeyi doğuran en önemli nedenlerden birisini Mc Luhan, “sıcak araç” deyiimiyle açıklar. Çünkü Mc Luhan’a göre, bir araç mesaj bakımından ne kadar zenginse (ne kadar çok bilgi veriyorsa) alıcının katılımına o ölçüde az pay bırakır. Sıcak araç, tamamlanmış mesajlar iletir. Başka deyişle bu araçların taşıdığı mesajlar alıcı düzleminde herhangi bir katılıma gerek doğurmaz.¹⁰⁷ Gerçekten de, söz, yazı, çizgi film, karikatür gibi soğuk araçların doğurduğu mesajı, yeniden inşa etme, verilen ipuçlarıyla sonuca ulaşma gibi katılım gerektiren ortamlar fotoğraf için genellikle söz konusu olmaz.

Medya iletişimindeki anlam bize işaret edilmektedir. Bu işaret etmenin ve göstermenin her şekilde ortaya çıkması bütün iletişim çalışmaları için temel olarak alınabilir. Gazetelerdeki manşetler neyin önemli haber olduğunu düşünmemiz gerektiğini bize işaret eder. Haber fotoğrafları da benzer şekilde kimin ve neyin önemli kabul edilmesi gerektiği hakkında işaretler içerir.¹⁰⁸ Bütün iletişim biçimlerinde bu işaretleri veren belirli göstergeler vardır. Bu göstergeler, görsel kültürün oluşum sürecinde ortaya çıkmış, kitlelere öğretilmiş ve genel kabul görmüş kodlar olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda medya, mesajını iletirken belirli göstergeler aracılığıyla mesajının kabul edilebilirliğini güçlendirme eğilimindedir. Kitle iletişim araçlarında bu göstergelerin hemen hepsi ile karşılaşabiliriz. Radyoda söylenen söz, gazetelerde basılı olarak yer alırken, gazete ve dergilerde fotoğraf, tv yayınlarında hepsinin birleşimi olarak karşımıza çıkar.

Kitle iletişim araçları aracılığı ile gönderilen mesajlarda anlamlandırma farklı düzeylerde şekillenir. Fiske, anlamlandırmanın düzeylerini tartıştığı bir çalışmasında düzandan söz ederken şöyle der; düzandan, göstergenin ortakduyusal, aşık anlamına gönderme yapar. Bir sokak manzarası fotoğrafı belirli bir sokağı gösterir. *Sokak* sözcüğü binalar arasında uzanan bir şehir yolunu anlatır. Ama ben aynı sokağı önemli derecede farklı biçimlerde fotoğraflayabilirim. Renkli bir film kullanabilir, donuk bir gün ışığı seçebilir, yumuşak bir odak ayarı yapabilir ve sokağı çocuklar için mutlu, sıcak, şefkat dolu bir oyun alanı haline getirebilirim. Ya da siyah-beyaz bir film, sert odak ayarı, güçlü kontrastlar kullanabilir ve aynı sokağı oyun oynayan

¹⁰⁷Özkök, a.g.e., 1985, s.159

¹⁰⁸Burton, a.g.e., s.39

çocuklar için soğuk, zalim, barınılamaz ve yıkıcı bir mekan haline getirebilirim.¹⁰⁹ Bu iki fotoğrafın aynı anda, yan yana iki fotoğraf makinesi ile aynı anda çekilmesinde bile düzensizlik anlamının aynı olacağına işaret eden Fiske, farkı yaratanın yananlam olduğunu iddia eder. Barthes'a göre yananlam ve düzensizlik arasındaki farklılık özellikle fotoğrafta çok belirgindir. Düzensizlik, fotoğraf makinesinin doğrultulduğu nesnenin film üzerindeki mekanik boyutudur; çerçeve içine neyin alınacağı, odağın, ışığın, kamera açısının, film kalitesinin ve benzerlerinin seçimidir. Düzensizlik neyin fotoğraflandığı, yananlam ise nasıl fotoğraflandığıdır.¹¹⁰

İmgelerin manipüle edilmesinde belirleyici olan düzensizlik-yananlam farkının, asıl mesajın oluşmasında önemli düzeyde etkili olduğu düşünülebilir. Söz konusu kodlama biçiminin etkisi üzerinde bir araştırma yapan Glasgow Üniversitesi Medya Grubu, İngiltere'deki endüstriyel çatışmalar hakkındaki haberlerin sunumunda işverenler lehine ve grevcilerin aleyhine bir tutum izlendiği sonucuna varır.¹¹¹ Bu tutum, görüşmelerin biçimi ve zamanı yoluyla belirlenmiştir; işverenlerle yapılan görüşmeler genellikle sessiz ortamlarda ve başat konumlarda, sözcüleri bürolarında gerçekleştirilirken, grevcilerle yapılan görüşmeler -eğer yapılırsa- grev gözcülerinin oluşturdukları hat içerisinde gürültüler arasında gerçekleştirilmektedir. Kamera açıları ve konumu, grevcilerin grevden zarar gören yurttaşlarla karşı karşıya getirilmeleri de medyanın grev karşıtı perspektifini açığa çıkartır.

4.2.İmgelerin Kadraj Değiştirme Yöntemi ile Manipüle Edilmesi

Basın fotoğrafçılığı ilk uygulamalarından günümüze değin tartışılmalı gelmiş bir olgudur. Bu noktada en önemli sorunlardan birisi de, fotoğrafın ya da basında kullanılan fotoğrafların gerçeği ne denli yansıttığı üzerinedir. Sonuçta foto muhabirinin öznel yaklaşımını ve yorumunu da yansıtan basın fotoğrafları bir de yayımlandığı yayın organı tarafından biçimlendirilir, kadrajlanır. Kısacası, fotoğrafın nasıl yorumlanacağı medya tarafından belirlenir ve okuyucu yönlendirilir.¹¹² Medya bu değerlendirmeyi yaparken çok farklı manipülasyon yöntemlerine başvurabilir. Şüphesiz ki burada amacın ne olduğu önemlidir. Haber hangi yöne çekilmek isteniyorsa, manipülasyon biçimi de ona göre belirlenecektir. Fakat medyanın

¹⁰⁹Fiske, a.g.e., s.116

¹¹⁰Fiske, a.g.e., s.116

¹¹¹Teun, a.g.e., s.310

¹¹²Eryılmaz, a.g.e., s.25

uyguladığı en açık manipülasyon yöntemlerinden birisi, imgelerin çeşitli yöntemlerle kadrajlarının yani çerçevelerinin değiştirilmesidir. Herhangi bir görüntü de anlam taşıdığı düşünülen, istenmeyen bir mesajı iletme gücüne sahip durumda olan bir kişi ya da objenin kesilerek görüntü dışında bırakılması, kadraj yoluyla yapılan manipülasyonun en temel biçimidir. Bu uygulamanın bilinen bir çok örneği de basın tarihinde çok önemli tartışmaların yaşanmasına neden olmuş, yayıncılıkta etik tartışmalarını körüklemiştir.

Paul Lester, imgelerin kesilerek manipüle edilmesini şöyle yorumluyor, “Aldatıcı bir görüntü elde etmek için bir fotoğrafın önemli ya da göze batan unsurlarını kesme yöntemi fotoğrafçılar tarafından bir çok nedenden dolayı kullanılmaktadır”.¹¹³ Sözelimi, çocuk felci geçirerek tekerlekli sandalyede yaşamak zorunda kalan Başkan Franklin Roosevelt, onun bu kötü ve zayıf durumunun boyutlarını halka göstermek istemiyen fotoğrafçılar tarafından yakın çekim fotoğraflanmıştır. Lester, “Photojournalism” adlı çalışmasında, Suikast girişimi sonucu felç olan Vali George Wallace’ın fotoğraflarında da aynı nedenden dolayı bu yöntemin kullanıldığından söz eder.¹¹⁴

İmgelerin kesilmesi yoluyla manipüle edilmesi konusunda çok önemli diğer bir örnek de Senatör Joseph Mc Carthy döneminde, hükümette bulunan komünistlere açılan savaşa ilişkindir. Bir gazetede yayımlanan fotoğrafta, ordu sekreteri Robert T. Stevenson’ın asker G. David Schine ile başbaşa gizlice görüştükleri imajı verilmiştir. Oysa fotoğrafta aslında üçüncü bir kişi, Deniz Kuvvetleri Albayı Jack T. Bradley vardır. Fotoğraf basılmadan önce Albay’ın bulunduğu bölüm kesilerek, görüntü dışı bırakılmıştır.¹¹⁵ Bu olaydan sonra önemli tartışmalar gündeme gelmiş, kimi yayın organlarında fotoğrafın manipüle edilmiş hali ile orijinal hali birlikte yayımlanarak kamuoyuna verilen yanlış izlenim düzeltilmeye çalışılmıştır.

İmgelerin kadrajını değiştirme yolu ili manipülasyon yalnızca verilen örneklerle sınırlı değildir. İmgelerin kesilerek manipüle edilmesinin yanında, imgelere imge ekleme yoluyla da manipülasyon yapılabilir ve bunun da önemli örnekleri yaşanmıştır.

¹¹³Lester, a.g.e., s.108

¹¹⁴Lester, a.g.e., s.108

¹¹⁵Lester, a.g.e., s.109

Görüntü ekleyerek, bir fotoğrafın anlamını değiştirme yoluyla manipülasyonun çok ciddi örneklerinden birisi, politik bir konudur. Herbert Hoover, Başkan Yardımcısı Charles Curtis ile fotoğrafının çekilmesini istememişti. Fakat *Life Dergisi*, komünist lider ile görüşme yapıyormuş gibi görünen Maryland Demokrat için çalışan rakip politikacıyı görüntüleyen bir fotoğraf kullandı. Aslında görüntü iki ayrı fotoğrafın birleşiminden oluşmuştu. Bu imaj, geniş bir seçmen kitlesine ulaştırıldı ve Demokratlar seçimi kaybetti.¹¹⁶

Değerlerine sıkı sıkıya bağlı, muhafazakar kesimler üzerinde çok önemli etkiler yapabilen benzer örnekler, muhabirlik, etitörlük gibi, enformasyonu şekillendiren konuların yapısı ve etik yönü ile ilgili önemli tartışmaların da çıkış noktası olmuştur. Fakat basın kurumlarının temsilciliğini üstlenen bir çok kurumun bu tür konular üzerinde belirlediği etik kurallar, hiç bir zaman tam olarak uygulanmamıştır. Günümüzde de bu tür manipülasyon örneklerine çok sık rastlanılmaktadır.

4.3.İmgelere Altyazı Ekleyerek Anlamın Manipüle Edilmesi

İletişim sürecinde mesajı gönderirken imgeleri kullanan, imgelerden destek alan kaynaklar bu süreçte verdikleri mesajı güçlendirmek amacıyla yazılı açıklamayı da birlikte kullanmayı yeğlerler. Çünkü söz imgeyi güçlü kılacak, verilen mesajın algılanmasını kolaylaştıracaktır. Barthes, nesnelere, görüntülerin ya da davranışların anlam taşıyabileceklerini ve bunu çok sık olarak da yapabileceklerini ama hiç bir zaman bağımsız olamayacaklarını savunur.¹¹⁷ Bu savunusunu yaparken de, görsel töz'ün kendisini dilsel bir bildiriyle destekleyerek anlamını pekiştirme eğiliminde olduğuna işaret eder. Sinema, reklam, çizgi resimler, basın fotoğraflarında da durum böyledir. Barthes'a göre görüntüsel bir bildirinin en azından bir bölümü, dil dizgesiyle yapısal bir yineleme ya da yerini alma bağıntısı içindedir.¹¹⁸

John Berger, *Görme Biçimleri* adlı eserinde, 27. sayfada Van Gogh'un "ekin tarlası ve kargalar" adlı eserini (1853-1890) altyazısız biçimde vererek, resme bir süre bakılmasını sonra sayfanın çevrilmesini ister. 28. sayfada aynı resim, altyazı ile açıklanmış biçimde verilmektedir. Altyazı şöyledir; "*Bu Van Gogh'un kendini öldürmeden önce yaptığı son resimdir*". Bunun üzerine Berger şöyle der; "eklenen

¹¹⁶Lester, a.g.e., s.106.

¹¹⁷Barthes, a.g.e., 1993, s.24

¹¹⁸Barthes, a.g.e., 1993, s.24

sözün imgeyi nasıl değiştirdiğini açıklayabilmek güç, ama değiştirdiği kuşkusuz. Artık imge sözü aydınlatıyor”.¹¹⁹

Flusser de yazılı metinlerin görsel metinlerin anlamını değiştirdiğini ve okuyucuyu yanılttığını savunur ve bunu şöyle ifade eder; “fotoğrafa makaleyi veya en azından altyazıyı okuyarak baktığımızı varsayalım. Ancak metin görüntüye oranla ikincil bir işleve sahip olduğundan, bizi gazete programının amaçladığı doğrultuda yönlendirir”.¹²⁰ Fiske ise, Barthes’a gönderme yaparak şöyle der; “Barthes, fotoğraf altında kullanılan sözcüklerin işlevlerini betimlemek için demirleme (*anchorage*) terimini kullanır. O, görsel imgelerin çok anlamlı olduklarını savunur”.¹²¹ Demirlemenin diğer bir işlevi de adlandırmadır. Adlandırma bize fotoğrafın ne olduğunu basitçe söyler ve böylece onu dünya ile ilgili deneyimlerimiz içine istendik biçimde yerleştirmemizi sağlar. Çünkü adlandırmaların herbiri bilgi niteliğindedir. Bilgi kavramının *alternatif olabilirliklerin sayısını azaltan veri* olduğunu düşünürsek, yapılan her bir adlandırma eşdeyişle açıklama, belirli anlamları kapatacak ve bizi diğer anlamlara (varolmayan ya da gerçek olmayan) yönlendirebilecektir.

Haber fotoğrafının ilettiği anlamın, altına yazılan yazı ile önemli ölçüde değiştirilebileceğini savunan gazeteci Ali Tartanoğlu, *Baskın Basın'ın mı?* adlı çalışmasında ilginç örnekler geliştirerek sorunu tartışıyor; “Gerçekten, polis, 1 Mayıs yürüyüşüne katılanları coplarken görüntülenebileceği gibi, cami avlusuna bırakılmış bir bebeği beslerken de görüntülenebilir. Bunun da ötesinde coplayan polis fotoğrafının altına *Aslan Türk Polisi! görevini yapıyor* diye de, *Faşist polis işbaşında* diye de yazılabilir. Aynı şey biberonla çocuk emziren polis için de söz konusu olabilir. Böyle bir fotoğrafın altına *İşte Türk polisi! Dil uzatanların dili kopsun* da yazılabilir; *Polis günah çıkarıyor* da yazılabilir”.¹²² Nitekim yazılı basında benzer örneklerle sık sık karşılaşmak mümkündür. Bu tür örneklerle karşılaşan kimi okuyucu iletiyi kendi değer yargıları, önceki deneyimleri ve birikiminin süzgecinden geçirerek algımlarken kimi de doğrudan doğruya verilen iletiyi kabullenebilir. İmgelerin anlamını değiştirme kaygısıyla yapılan altyazı manipülasyonu ile tv yayınlarında karşılaşmak da mümkündür. Yazarın bizzat izlediği bir haber yayınında, öğrencilerin olaysız bitmek

¹¹⁹Berger, a.g.e., 1990, s.27

¹²⁰Flusser, a.g.e., s.66

¹²¹Fiske, a.g.e., s.146

¹²²Tartanoğlu, a.g.e., s.152

üzere olan protesto gösterisi sonunda bir polisin öğrenciye tekme atması, öğrencinin de sözlü yanıtı üzerine çıkan kargaşa ve çatışma, görüntülerdekinin tam tersine, *Öğrencilerin polise küfür etmesi üzerine çatışma çıktı biçiminde* verilmiş, çatışmayı başlatan tarafın öğrenciye tekme atan polis olduğu gizlenmeye çalışılmıştır.

4.4.Fotomuhabirinin Manipüle Edilmesi

Le Mond gazetesinde çalışan Yves Manou, *Kabahat Medyanın* adlı kitabında şöyle diyor; “Hükümetler artık basını sansür etmiyor, gazetecileri satın alıyor. Sansür, çağı geçmiş, yetersiz bir yöntem. Politikacılar ve işletme yöneticileri, gazetecilerin, kendi çıkarlarına hizmet etmeleri için, başka yollar buluyorlar. Halkla ilişkiler ve iletişim danışma büroları, yöneticilere projeler hazırlıyorlar”.¹²³ Aslında iktidarların eşdeyişle hükümetlerin basını ya da gazetecileri satın alması pek kolay değildir. Çünkü bir çok gazeteci ve gazete sahibi kendini satmayı istemez, kiralarlar. Çünkü bir süre sonra hükümet değişebilir, güç dengeleri farklılaşabilir. Bu yüzden Hükümetler basını ya da gazetecileri satın alamaz, ama kiralayabilirler. Çünkü iktidardan düştüklerinde kredi verme, çıkar sağlama güçlerini de kaybederler. Bunun örnekleri de hemen hemen her toplumda yeterince vardır. Değişik iktidar dönemlerindeki gazetelerin yayımladıkları haberlere bir göz atmak, yeterince gösterge sağlayabilir. Herhangi bir parti ya da lider muhalefette iken sürekli aleyhte haber yayımlayan gazetelerin, yazı yazan gazetecilerin, aynı parti ya da lider iktidara geldiğinde tam aksi yönde enformasyon yayımlamaları, iletişim sektörünün sıradan olayları olarak algılanabilmektedir. Bu da, bir şekilde genelde gazetecilerin, özelde fotomuhabirlerinin manipüle edilmesi olarak değerlendirilebilir.

Türkiye’de özellikle Turgut Özal’ın Başbakan olduğu dönemde yoğun olarak kullanılan gazetecileri kiralama yöntemi daha sonraki politikacılar tarafından da sürdürülmüştür. Özellikle dış gezilerde, işadamı ve gazetecileri (gazetelerin köşelerini kapatan yorumcular) yanına alan ve onlara “*Amerika’ya giderken uçakta Sayın Başbakanla baş başa sohbet ediyorduk, bir ara kendisine dedim ki*” ya da “*Dün sabah kahvaltısında konuttaydım, Sayın Başbakan bana dedi ki*” biçimindeki cümlelerle, kendilerini üst düzeyde, değerli bir kişilik olarak lanse etmelerini sağlayan, dönemin Başbakanı Turgut Özal’dır. Özal dönemi, gazetecilerin yoğun olarak teşvik ya da kredi adı altında çeşitli ödemelerle beslendikleri bir dönem olarak düşünülebilir. Kimi üst

¹²³Tartanoğlu, a.g.e., s.312

düzyer gazetecilerin bu şekilde manipüle edilerek “kiralıkkalem” olarak kullanılmalari, halkla ilişkiler şirketlerinin de ufkunu genişletmiştir. Bu tür şirketler, basın toplantılarında, gazete sayfalarında almak istedikleri yerin değeri ile doğru orantılı hediye dağıtmaya başlamış, yeterince hediye vermeyen şirketlerin toplantıları kimi gazeteciler tarafından, haber değeri taşımadığı gerekçesiyle dikkate alınmamıştır.

Gazetecilerin manipüle edilmesi ile kamuoyunun yanıltılmasına bir örneği de, gazeteci Fehmi Kuru veriyor. Kuru, bir gazetede gördüğü manşet üzerine gazetenin yöneticilerinden olan bir arkadaşını aradığını ve yazıya tepkisini göstererek “*Nasıl böyle bir manşet atarsın*” diye sorduğunda, aldığı yanıtı şöyle açıklıyor; “*Vallahi dedi, o manşet beni aşıyor. Bunu kulaklarımla duymasam, başkası bana söylese inanmam, kulaklarımla duyduğum bir olaydır. Yani o gazetenin yöneticisi olan Sayın meslektaşımız, kendi gazetesinin manşetine hakim değildir ve bambaşka amaçlarla verilmiş olan bir haberi böylece büyüterek sunabilmektedir*”.¹²⁴

A.J. Liebling, *Basın* adlı kitabında, “gerçekler”in klasik doğasının klasik bir örneğini verir; “Bir kaç yıl önce, aynı gün hem *Wall Street Journal* hem de şimdi kapanmış olan *World Telegram and Sun*, Moskova sokakları hakkında bir öykü yayımladı. *Wall Street Journal* muhabirinin yazdığı şöyleydi: Moskova’nın sokakları, rehber kitapların söylediği gibi, temiz ve düzgün; ünlü metro da öyle. *Bağış* bedeli olarak ayda otuzbeş ruble kazanan süpürgeli, faraşlı ve el arabalı bir kadın ordusu sayesinde bu böyle; bütün Moskova’da bir tane bile mekanik sokak yıkayıcısı görmedik. Şimdi de *World Telegram and Sun* muhabirinin yazdığı; dört yıl önce (Moskova’da) yüzlerce kadın, koca şehir sokaklarını süpürürdü. Şimdi seyrek olarak bir düzineden fazla görürsünüz. Sokaklar dev fırçalama ve su püskürtme makinalarıyla temiz tutulmaktadır. Ne dersiniz, hangisi? Bir düzine kadın bir orduyu andırabilir mi? Moskova’da sokakları temizleyen makinalar var mı, yok mu? Nasıl olur da iki eğitimli gazeteci olayları bu denli farklı görür?”.¹²⁵ Böylesine çarpıcı bir örnekte, haberi yapan gazetecilerden birinin aldığı eğitim, birikim, kültür ya da direktifin manipülatif olduğu düşünülebilir. Kısacası gazeteci manipüle edilmiş, haberi inanmadığı halde ya da edindirilen yanlış inanç doğrultusunda inanarak yapmıştır.

¹²⁴Kuru, a.g.e., s.162

¹²⁵Postman ve Powers, a.g.e., s.22

Yazarın manipülasyon konusunda, bir fotomuhabiri ile yaptığı görüşmede de gazetecinin manipüle edilmesinin ilginç bir örneği ifade edilmiştir. İran İslam Devrimi sonrası, *Life* adına İran’da fotoğraf çeken fotomuhabirinden, iki binanın fotoğrafı istenmiştir; Tahran’daki Amerikan Büyükelçiliği ve bir Amerikan okulu. muhabir istenen fotoğrafları çektiğini fakat bu fotoğrafların neden istendiğinin kendisine açıklanmadığına işaret ederek, manipüle edildiğini sonradan anladığını ve bu olay üzerine *Life* için çalışmayı bıraktığını belirtiyor. Gerçek ise şöyle; İran İslam Devrimi yönetimi, binalardan birinde rejim muhaliflerine işkence yapmakta, diğerinde de küçük çocuklara savaş eğitimi vermektedir. Fotomuhabirinin, içinde nelerin yaşandığını bilmediği binaları görüntülerken yakalanması durumunda başına geleceklerin neler olduğu düşünüldüğünde, planlanan manipülasyonun nelere yol açacağını tahmin etmek hiç de zor değildir.

4.5.İmgelerin Kurgulanması Yoluyla Manipülasyon

Kurgu yöntemiyle görüntülerin manipüle edilmesinin ilk örneklerinden biri, Hippolyte Bayard’ın 1840 yılında yaptığı fotoğraftır.¹²⁶ Bayard, 1839 yılında kullanılmaya değer fotoğrafik bir işlem ortaya çıkardı. Kabul edilmemesinin yarattığı bir düşkünlüğü ile 1840 yılında ilk kurgu fotoğrafın ve altyazının birleşimini gerçekleştirdi. Ölü olarak çekilmiş otoportrenin altına, “Daguerre’i gereğinden fazla destekleyen hükümet, Bayard için bir şey yapmayacağını ilan etti ve umutsuz adam kendini çaresizlik içinde sulara attı” yazdı.

Görüntülerin kurgulanması; gazetecilerin, ellerinde bulunan herhangi bir haberi daha çarpıcı hale getirmek, güçlendirmek ya da benzeri kaygılarla; görüntüyü yeniden oluşturmak amacıyla yaptıkları değişiklik ya da düzenlemeler olarak tanımlanabilir. Bir çok gazeteci haber aktarma sürecinde değişik yöntemlerle görüntüleri kendi istedikleri biçimde elde etmek ya da oluşturmak ister. Bu, haberi daha çarpıcı hale getirebilir, etkisini artırabilir, fakat bu değişiklik tam bir manipülasyondur.

Görüntülerin elde edilmesi sürecinde kurgu yoluyla yapılan manipülasyon örneklerinden biri de ünlü fotoğrafçı Capa’ya aittir. 1937 yılında *Life* dergisinde yayımlanan Capa’nın İspanya iç savaşında çektiği fotoğraf (death of a loyalist soldier) isimsiz bir askerin ani ve yalnız ölüm anını gösteriyordu. Bu fotoğraf, yarattığı ani etkiyle okuyucuları çok şaşırttı. Daha önce insanlar, bir askerin ölüm anının yarattığı

¹²⁶Lester, a.g.e., s.92

bir dehşete şahit olmamışlardı. Capa'nın hazırlıksız bir şekilde beyan vermesi ve ölmüş askerin kontak baskılardaki izleyen görüntülerde yaşıyor görünmesi büyük bir şok yarattı. Fotoğrafın Capa tarafından şans eseri tesbit edildiği ya da bir kurgu fotoğraf olduğu söylentisi yayıldı.¹²⁷

Capa'nın sözü edilen fotoğrafı çekerken aklından geçen ne olduğunu bilmiyoruz, ancak ne olursa olsun tam bir manipülasyon örneğidir. Fotoğraf çekildiğinde ölmemiş olan bir asker, “bir yurtsever askerin ölümü” altyazısıyla sunuluyorsa, askerin öldüğü yolunda bir enformasyon iletiliyorsa, bu bir manipülasyondur. Ulaşılmak istenen hedefin insanları savaşa karşı daha duyarlı kılmak olduğu savunması geliştirilebilir ancak bu yine de manipülasyonu haklı kılacak bir neden olarak değerlendirilemez. En azından fotoğrafı çeken gazetecinin bu fotoğraf aracılığıyla elde edeceği kazanımlar da dikkate alındığında, manipülasyon aracılığıyla haksız bir kazanç söz konusudur. Benzer bir kaygıyla yapılan fotoğraflardan biri de, Arthur Rothstein'in 1961 yılında Amerikan Çiftlik Güvenliği İdaresi için çektiği, kuraklığı anlatan, kafatası fotoğrafıdır. Tam bir kurgu örneği olarak gösterebileceğimiz çalışmada Rothstein, ele geçirdiği bir sığır kafatasını eline alıp dolaşmaya başlamış ve çatlak topraklar üzerinde, kurak bölgelerde aynı kafatasının fotoğraflarını çekmiştir. Bu fotoğraflar da o dönemde demokratların Kongreden geçirmek istediği yasa tasarılarını güçlü kılmak, yürürlüğe sokmak amacıyla kullanılmıştır.

Civil War Times dergisi yönetmeni Frederic Ray, “*Düzenlenmiş Cesetler Olayı*” başlıklı yazısında, ünlü bir manipülasyon örneği üzerinde durmuştur.¹²⁸ Mathew Brady için çalışan fotoğrafçı Alexaner Gardner, Gettysburg'da Dördüncü Virginia Piyadesi'nde bulunan 18 yaşındaki asker Andrew Hoge'nin bir dizi fotoğrafını çekmiş ve başarılı haberciliğinden dolayı birçok övgü almıştır. “*Asi Nişancının Yuvası*” adlı fotoğrafta Gardner, sırt üstü ölmüş Hoge'yi, yüzü makineye dönük ve tüfeği bir kayaya dayanmış halde görüntülemiştir. Bu görüntü eğer Gardner tarafından aynı askerin farklı bir mekanda gösterildiği başka bir fotoğrafta görünmeseydi, fotoğrafik dokümantasyon alanında çok büyük bir etki yaratabilirdi. Fakat diğer fotoğraf, aynı askerin bu kez yüzü başka bir tarafa dönük görüntüsünü başka bir mekanda farklı pozisyonda gösteriyordu. Savaş ortamında, elindeki olanaklarla istediği görüntüyü elde edememesi, Gardner'ın kendi çarpıcı fotoğraflarını yaratmasına neden olmuştur.

¹²⁷Lester, a.g.e., s.111

¹²⁸Lester, a.g.e., s.95

Basın fotoğraflarının geçmişi incelendiğinde en önemli manipülasyon örneklerinin savaş fotoğraflarında uygulandığı görülür. Suzan Moeller, Küba'da İspanya-Amerika savaşını kapsayan fotoğrafların savaş fotoğrafçıları tarafından çekildiğini yazdı. Savaş sahneleri yeniden canlandırıldı, ve bedenlerin konumu daha iyi bir anlatım için yeniden düzenlendi. Bazı yaratıcı fotoğrafçılar, New Jersey'deki savaş görüntülerini yeniden kurguladılar. Birinci Dünya Savaşı yıllarında da, bir çok fotoğraf propaganda amacıyla manipüle edildi. Örneğin, gazeteler Alman Kaiser Wilhelm'in bebeklerin ellerini kestiğini gösteren kurgu fotoğraflar yayımladılar.¹²⁹

Alain Jaubert'in "*İnsanları Yok Etme*" adlı yapıtında da, daha çok totaliter rejimlerde yaşanan kötü muamelelerin fotoğrafik görüntüleri yayımlandı. Rötüş, kapama, kesme ve silme teknikleri yoluyla tarihsel fotoğraflar değiştiriliyordu. Örneğin Rusya'da bulunan Winter Oteli'nde devrimci askerler tarafından gerçekleştirilen 1917 istilasını gösteren fotoğraf, üç yıl sonra, gündüz yapılan sokak kutlamasında canlandırılan sahnenin fotoğrafıydı. Gerçek saldırı aslında tamamen karanlık bir zamanda gerçekleştirilmişti. Bu meşhur fotoğrafın rengi koyulaştırıldı ve gecenin içinde içeriden ışıklandırılmış bir otel görünümünü vermek için otelin pencereleri beyaza boyandı.¹³⁰

4.6.İmgelerin Seçilerek Kullanılması Yoluyla Manipülasyon

Berger, "*Görme Biçimleri*" adlı yapıtında, fotoğrafçının görüntüler karşısında seçici olduğundan söz eder. Berger şöyle der: "her bir fotoğrafa baktığımızda, ne denli az olursa olsun, fotoğrafçının sınırsız görünüm olanakları arasından o görünümü seçtiğini farkederiz. Rastgele aile fotoğraflarında da böyledir bu. Fotoğrafçının görme biçimi konuyu seçişinde yansır"¹³¹ Berger'in değindiği noktayı açtığımızda, görme biçiminin konunun seçilmesine yansımalarının da ötesinde, imgeler üzerinde bilinçli bir seçmenin olduğu görülür. Bu yalnızca çekim aşamasında, imgelerin kaydedilmesi aşamasında değil, seçimi aşamasında da oldukça etkilidir. Medya herhangi bir insanı kitlelere sevimli, neşeli, güçlü, kısacası karizmatik bir çerçevede gösterebileceği gibi, tamamen sevimsiz, güvenilmez, sıkıcı bir kişilik olarak da gösterebilir.

¹²⁹Lester, a.g.e., s.100

¹³⁰Lester, a.g.e., s.101

¹³¹Berger, a.g.e., 1990, s.10

Bir mekanda kapalı kalan iki kişinin saniyede yaklaşık beş bin bilgi birimlik sözsüz ileti yaydıkları ileri sürülmüştür. Gerçekten de baş, el-kol, ayak-bacak ve berdenin duruşundan oluşan jestler kişinin toplumsal konumu ve duyguları hakkında çok zengin bilgiler verirler. Psikologlar irade dışı yapılan jestlerin, örneğin el hareketlerinin kişinin saklamak istese de duygularını açıkça ortaya koyduğunu kabul ederler. Sıkılmış bir yumruk, gergin bir baş ve gövde duruşu ne denli kontrol edilirse edilsin yoğun bir gerilimin dışı vurumudur.¹³² Bütün bu veriler dikkate alındığında, medyanın kitleye sevdirmek istediği bir kişinin görüntülerinin seçiminde sergilenecek özel tavır bir tür manipülasyondur. Bu bağlamda imgeler seçilerek kullanılmaktadır. Aynı seçici tavır, aksi yönde de kullanılabilir. Medyanın, sürekli negatif eleştiri bombardımanına tuttuğu bir politikacının gülen yüzünü, sempatik tavırlarını yayımlamasını beklemek saf bir davranışın ötesine geçemeyecektir. Bu noktada Naci Bostancı'nın “artık anlam görünütünün doğal bir uzantısı değildir; görüntü, yaratılmak istenen anlam için teknik bir araca dönüştürülmüştür”¹³³ biçimindeki yaklaşımı yerini bulmaktadır.

Bostancı, CNN'in naklen savaş yayınına da değindiği *Toplum Kültür ve Siyaset* adlı yapıtında imgelerin seçilerek kullanımını şöyle tanımlıyor; CNN ile ilk defa bütün dünya rahat koltuklarında oturup bu naklen savaşı, pornografisine (*Baudrillard böyle nitelmişti; çünkü savaşın çıplak gerçekliği bütün boyutlarıyla verilmiyor, kısmen imkansızlıktan, kısmen manipülasyon amacıyla görüntüler seçilerek aktarılıyor; son tahlilde gerçek değil, onun tahrif edilmiş, boyutları değiştirilmiş ve yeniden üretilmiş gerçekliği aktarılıyordu*), kurbanların kendi hemcinsleri olduğu gerçeğine ve bu yayının CNN'in kar hanesini nasıl kabarttığına aldırmaksızın seyrederken, bir kere daha nasıl şizofren bir dünya içinde yaşadığımız kaba hakikatinin altını çiziyordu.¹³⁴

Medya yöneticileri, editörler, herhangi bir haberin görüntülerinin seçimini yaparken, en can alıcı görüntünün peşindedirler ve bunu “başarılı gazetecilik” olarak yorumlarlar. Nitekim Bedii Faik'in Ramazan Öztürk'ün “*Sessiz Tanık*” adlı fotoğrafik yapıtı için yazdığı yazıda “usta fotomuhabirleri ortaya çıkmış ve tv

¹³²Yüksel, a.g.e., s.119

¹³³Bostancı, a.g.e., s.98

¹³⁴Bostancı, a.g.e., s.99

kamerasının, esasın yanında bir alay abur cuburu da içeren hengamesine karşılık o yalnız can alıcıyı, okurun önüne uzatmak sağlamlığını göstermiştir” demektir. Faik’in yaklaşımı teknik olarak genel kabul göreceği ölçüde, imge seçimi aracılığıyla yapılan manipülatif davranışın izlerini de içermektedir. Aslında bu davranışın da manipülatif temelli bir yaklaşım olduğu savunulabilir. Sıradan olayların gerçekleştiği, yaşandığı bir ortamda meydana gelmiş, ya da seçilmiş ekstrem bir örnek o olayın bütününe hangi oranda temsil edebilecektir; bu üzerinde düşünülmesi, tartışılması gereken bir noktadır.

İletişimbilimci Arthur Asa Berger’in deyimiyle, kitle iletişim araçlarıyla yansıtılan gerçekler, her zaman gerçeği yansıtmayabilirler. Çünkü insanın kontrolündeki kamera, sadece bir tek noktayı veya objektifin görüş alanına giren yerleri görüntüleyebilir. Kamera, arkasında kalan diğer mekanlarda yaşanmakta olan belki de daha önemli olayları izleyicinin gözünden kaçırmış olur.¹³⁵ Hatta, bu aşamada, gerçeklerin yansıtılmasının da ötesinde “gerçekimsiler” üretilebilir. Körfez Savaşı döneminde tv ekranlarından bütün dünyaya yayımlanan görüntülerde en can alıcı noktalardan biri olan *karabatak* gibi. Saddam’ın denize boşalttığı petrol yüzünden yaşamı tehlikeye girdiği ve can çekiştiği belirtilerek görüntüleri yayımlanan karabatak kuşu, bütün dünyanın tepkilerini Saddam’a yöneltti. Ancak, yüzlerce masum insanın ölümüne neden olan savaşta insanların ölümü değil, petrole battığı için yüzmekte zorlanan karabatak kuşu tepkilerin çıkış noktası oldu. Kitleler, izledikleri kuşun aslında Körfez sularında değil, dünyanın bir başka yöresinde, batan bir tankerin denize yaydığı petrol yüzünden yaşam savaşı verdiğini öğrendiler. Bu noktada medya, elindeki görüntüyü iyi değerlendirmiş, savaşla ilgisi olmayan bir görüntüyü “savaş” başlığı altında yayımlayarak tam bir manipülasyon örneği sergilemiştir.

Enformasyon yayımı sürecinde seçmecici kaynak kullanımı, tekdüze haber temposu ve öykü başlığının seçimi yoluyla haber medyası, hangi haber aktörlerinin kamuya yeniden sunulacağına, onlar hakkında ne söyleneceğine ve özellikle nasıl söyleneceğine karar verir.¹³⁶

Çoğunlukla yayın yönetmeni tarafından gerçekleştirilen seçme işleminin ideal koşulu bu sürecin içine fotoğrafı çeken kişiyi de dahil etmektir. Burada fotoğrafçı görüntüleri kaydeden kişi olmaktan çok olayın gerçekliğini yakından yaşayan kişi

¹³⁵Yalçın Çetinkaya, **Reklamcılık ve Manipülasyon**,(İstanbul:Ağaç Yayıncılık,1992), s.12

¹³⁶Teun, **a.g.e.**, s.303

olarak yardımcı olmalıdır. Bu bağlamda, 1989 yılında basında çalışan bir grup fotoğrafçı “bireyselliğin korunması ile ilgili manifesto”yu imzaladılar. Söz konusu manifesto, basın fotoğrafçısının olay ve kişilikleri aktarırken doğru, gerçeğe sadık ve hiçbir zaman edilgen bir aracı durumunda olmadığını ve bu aktarma görevini yerine getirirken de aynı zamanda açıklayıcı olması gerektiğini vurguladılar.¹³⁷

4.7.İmgelerin Teknik Olanaklar Kullanılarak Manipüle Edilmesi

Durağan görüntüler (fotoğrafik) kaydedilebilen elektronik video kameraların ortaya çıkışı ve yaygınlaşması, fotoğraf görüntülerinin silinebilir menyetik disketler üzerine kaydedilmesi, kağıt ve film gibi malzemelerin ortadan kalkmasını sonuçlayarak, fotoğraf üzerinde yapılmış olan oynamaların (müdahalelerin) ortaya çıkarılmasını ve kanıtlanmasını daha da güçleştirmektedir.¹³⁸

Teknolojinin gelişmişliğinin insanlığa sunduğu kolaylık, benzer şekillerde, gerçeklerin saptırılmasında da yoğun olarak kullanılmaktadır.Özellikle reklam fotoğraflarında bilgisayar aracılığıyla yapılan manipülasyonun insanları yanlış bilgilendirmesi, manipülasyon yapmayan firmaların “*rötuş yoktur*” uyarısı kullanmasına neden olmuştur. Dijital ortamda ya da geleneksel tekniklerle yapılan müdahalelerin vurguyu artırmak amacıyla kullanıldığını savlayan görüşler vardır. Buna karşı Rochester Institute of Technology’den, Prof. Günther Cartwright’ın yanıtı ilginçtir. Cartwright şöyle der; “bir kişinin vurgulama niyeti, bir başkası için müdahale anlamı taşıyabilir”¹³⁹

Klasik yöntemlerle yapılan manipülasyon, bu işle uğraşan teknik elemanların çok fazla zamanını alan bir işlemdir. Bir fotoğraf üzerinde, klasik yöntemlerle yapılan değişiklik saatlerce sürerken, bilgisayar ortamının gündeme gelmesi bu sorunu da ortadan kaldırmıştır. Bilgisayar, değişikliklerin çok kısa sürelerde gerçekleştirilmesini sağlarken, yapılan değişikliklerin anlaşılmasını da güçleştirerek manipülasyonun etkisini ve inandırma gücünü artırmıştır,

¹³⁷İhsan Derman, “Sayısal teknolojiler ve basın fotoğrafının doğruluk değeri”, **Yeni Türkiye**, Sayı:11, 1996, s.115

¹³⁸Derman, a.g.e., 1996, s.113

¹³⁹Derman, a.g.e., 1996, s.114

Öte yandan, bilgisayarın ortaya çıkması, yeni bir kavramı da beraberinde getirir. Önceleri, kadrajlama “*cropping*” olarak tanımlanan fotoğrafın çerçevesini değiştirme işlemi, görüntüde yer alan “istenmeyenleri” yok etmekten oluşuyordu. Bilgisayarın ortaya çıkışı ise yeni bir kavramı gündeme getirdi; tersine kadraj “*reverse cropping*”. Bu yöntem sayesinde, fotoğraf çekildiğinde görüntüde yer almayan kişi ve nesnelere fotoğrafa girmeye başladı. Böylece bir kişi ya da objenin, olmadığı yerde, olmadığı anda, sanki oradaymış gibi gösterilmesi olanaklı kılındı.

Bilgi çağının fotoğrafik görüntü öğeleri bilgisayar aracılığıyla istenilen şekilde yeniden düzenlenebilmekte veya yoktan varedilebilmektedir. Bu müdahalelerde görüntüdeki kişi ve nesnelere kolaylıkla yokedilebilir veya eklenebilir; bu öğelerin renkleri, ışık değerleri ve boyutları değiştirilebilir; farklı mekan ve zamanlara ait öğeler aynı fotoğrafik mekanı kolaylıkla paylaşabilir hale gelmektedir.¹⁴⁰

Derman, yeni görüntü teknolojilerinin, denetim zihniyeti konusunda aslında çok köktenci değişiklikler önermemelerine karşın, teknolojinin kullanımına ilişkin belirgin fiziksel farklılıklar ortaya koyduklarının açık olduğuna işaret ederek şöyle diyor; bu olanakların en uç boyutları, fotoğraf çekmeden tamamen sıfırdan masa üstünde fotoğrafların yaratılabileceği görüşünü kapsamaktadır. Bu gelişmelerin ilki, durağan görüntüler kaydedebilen video kameralarıdır. Bu aygıtlarla kaydedilen görüntüler herhangi bir karanlık oda aşamasına gerek duyulmadan anında telefon hatları ve uydular aracılığıyla baskıya yetiştirilebilmektedirler. Yaklaşık elli fotoğrafı manyetik disklere kaydedebilen bu tür araçlar, artık profesyoneller dışında da kullanılmaktadırlar. Çekilen görüntüleri, makinayı bir televizyon ekranına bağlayarak anında izlemek de mümkün olmaktadır. Kamera fotoğraf çekildikten hemen sonra vericiye bağlanarak uydu kanalıyla görüntülerin anında basım merkezindeki yayın yönetmeninin bilgisayar ekranına iletmesi mümkün olmaktadır. Buna göre en azından artık, fotoğrafçıların maçıları görüntü yetiştirmek için erkenden terketmelerine de gerek kalmamaktadır.¹⁴¹ Bu teknolojinin hızının sağladığı yararlar açıktır. Görüntünün çözünürlüğünün henüz 35 mm. fotoğraf filmine oranla düşük olmasına karşın, bu teknoloji alanında hergün ilerleme kaydedilmektedir. Yayın yönetmeninin önündeki bilgisayar ekranına gönderilen bu tür fotoğrafların, renklerine, düzenlemelerine, kontrastlık ve diğer ışık değerlerine de kolaylıkla müdahale edilerek baskıya gönderilebilmektedir. Önemli noktalardan biri de, gazete ve dergi basılana kadar sürecin tamamı içinde fotoğraflara ilişkin herhangi bir kart baskısına -kağıt

¹⁴⁰Derman, a.g.e., 1996, s.112

¹⁴¹Derman, a.g.e., 1996, s.117

üzerinde bir görüntüye- gerek olmamasıdır. Fotoğraflar silinebilir manyetik ortamlara kaydedildiğinden bir “orjinal”den de söz etmek olası değildir. Gazete ve dergiye basılmış görüntülerin bu anlamda müdahaleye uğrayıp uğramadıklarının söylenebilmesi için bir kıyaslama yapılabilmesi de artık mümkün değildir.

Günümüzün dijital teknoloji sayesinde makine, film, objektif kullanmadan matematiksel olarak görüntü oluşturulmasının tartışmaları sürerken, Derman’ın dijital teknolojiye gönderme yaparak verdiği örnek, sorunun boyutlarının kavranması bağlamında düşündürücüdür. Derman şöyle demektedir: daha ileri boyutlardaki bir gelişim ise, tamamen yoktan varedilen (bilgisayarla sentezlenen) fotoğrafik görüntülerdir. Basın fotoğrafı tarihinin en saygın isimlerinden biri olan Robert Capa “eğer fotoğrafınız yeterince iyi değilse, konuya yeterince yakın değilsiniz demektir” der. Bu aslında geleneksel fotoğraf anlayışı içinde fotoğrafçı ve konusu arasındaki fiziksel uzaklığı dile getiren bir önermedir. Daha az duygu yüklü olmasına karşın yakın bir gelecekte yapılacak bir önerme ise şuna dönüşebilir; “eğer fotoğrafınız yeterince iyi değilse, yeterince *matematiksel* değilsiniz demektir”. Sonuç olarak, en genel anlamıyla bile paradoksal olan fotoğrafın müdahalesiz biçimiyle bile güvenilir bir ortam olmamasıdır. Artık anlatılanların ışığında fotoğrafın güvenilirlik mitinin reddedilmesi gerektiği tarihsel bir dönüm noktasına geldiğimiz açıktır. En azından değişen koşullar içinde fotoğrafın toplum içindeki değişen rolüne ait bazı kestirimlerde bulunabilmek için onun epeyce belirsiz, yoruma açık, metin ve bağlamın desteğine muhtaç, yönlendirmeye açık bir ortam olduğunun bilincine varmak gerekmektedir.¹⁴²

AMAÇ

Çalışmanın amacı, çok önemli bir kitle iletişim aracı konumunda olan, ve kitlelerin yönlendirilmesinde yadsınamayacak ölçüde önemli rolü olan görsel imgelerin hangi yöntemlerle ve nasıl manipüle edildiğini araştırmaktır.

Çalışmada, fotoğrafların üretimine gerekçe olan, enformasyon niteliği taşıyan olay ve hareketlerin neler olduğu ve ne amaçla saptırıldığını belirleyebilmek amacıyla, öncelikle genelde “iletişim”, özelde “görsel iletişim” kavramlarının tartışması yapılarak; görsel imgelerin yayımlandığı kitle iletişim aracı olarak “gazete” kavramı üzerinde durulmuş; manipülasyona gerekçe olan sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve psiko-sosyal olgular araştırılmıştır.

Yukarıda sözü edilen kavramlar üzerinde yapılacak araştırmalar ile, çalışmanın temel amacı olan, *kavram ve olayların kitle iletişim araçları aracılığı ile hangi yöntem*

¹⁴²Derman, a.g.e., 1996, s.118

ve tekniklerle manipüle edildiği ve fotoğrafın manipülatif gücünün hangi düzeyde olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır.

ÖNEM

Fotoğrafın gazetede manipüle edilebilmesi, gerçeklik özelliğinin yanında çok kolay yalan söyleyebilmesi, fotoğrafı çok önemli bir kitle iletişim aracı konumuna yerleştirmektedir. Teknolojinin gelişmesi, fotoğraflar üzerinde değişiklik yapmayı çok kolaylaştırırken, bu özelliği de kimi çevrelerce kullanılmaktadır; yakın bir geçmişte bir basın toplantısında çekilmiş fotoğrafta yapılan değişiklik, belleklerden silinmemiştir. Toplantıda konuşan kişinin arkasında yer alan Atatürk fotoğrafı gazetelerde yayımlanırken, Atatürkçü düşünce karşıtı bir gazetede aynı fotoğraf değiştirilip, Atatürk görüntüsü yok edilerek yayımlanmıştır.¹⁴³

Yukarıda sözü edilen örnek, fotoğrafın manipülatif amaçlı kullanımı anlamında çok küçük bir örnektir. İstendiğinde yapılabilecek yanıltma ve yönlendirmelerin ise sınırı yoktur. Özgürlükçü demokrasi ortamında yaşayan insanların kendilerine yöneltilen enformasyon aracılığı ile fikir oluşturdukları, geleceklerini bu fikirlerin ışığında belirledikleri, yöneticilerini seçtikleri dikkate alınır, kitle iletişim araçlarının yaydığı enformasyonun önemi yadsınamaz. Şeylerin yaşandığının kanıtı olarak değerlendirilen fotoğrafik imgelerin de, kamuoyu oluşturmada sahip olduğu güç bunun bir uzantısıdır.

Fakat, bu çok önemli kitle iletişim aracının gücünü inceleyen, etkilerini araştıran çalışmalar yok denecek kadar azdır. Özellikle de haber fotoğrafının manipüle edici yönünü ve gücünü araştıran çalışmaya rastlanmamıştır. Bu anlamda yapılan bir araştırmanın çalışmayı önemli kıldırdığı düşünülmektedir.

Öte yandan; araştırmanın bulguları sistemli bir şekilde ortaya konduğunda, enformatik ortamda hedef kitleyi oluşturan insanların çeşitli yollarla eğitilmesi söz konusu olabilir. Bu tür bir eğitim de insanlara, gördüklerine doğrudan inanmak yerine kuşku duymaları gerektiğini gösterecektir. Pratikteki bu oluşum, hemen inanan değil; sorgulayan, araştıran, karşılaştıran bir enformasyon alıcısı yaratabilecektir.

¹⁴³Hüseyin Eryılmaz, a.g.e. s.3

Gazetecilik eğitimi veren kurumların, programlarında görsel okur-yazarlığı geliştirmeye yönelik dersler ve çalışmalara yer vermeleri, daha iyi ve sağlıklı düşünen teorisyen ve pratisyenlerin yetişmesini sağlayacağı için, çalışmanın bu anlamda da önemli olduğu düşünülmektedir.

TANIMLAR

Algı:İnsanın çevresindeki uyaranların ya da olayların ayırımında olması ve onları yorumlama süreci.

Hedef Kitle:Ortak bir amaçla bir araya gelen(haber almak gibi) veya aynı mesaja maruz kalan bir grup insan.Hedef kitle bir arada bulunabileceği gibi (kamusal söylev ortamı),fiziksel olarak tek başına da olabilir(tv izlerken, gazete okurken).

İletişim Bilimi:Simge ve gösterge sistemlerinin üretimini, işlenmesini ve etkilerini, bunlarla bağlantılı görüngüleri açıklayan geçerli genellemeleri içeren sınanabilir kuramlar geliştirmek suretiyle anlamaya çalışan bilim dalı.

İmge:Gerçekliğin ya fiziksel olarak (bir resim ya da fotoğrafta olduğu gibi), ya da imgelemsel (yazın ya da müzikte olduğu gibi) görsel temsili.

İnandırma-İkna etme:Tutumları ve davranışları etkile süreci.er zaman olmasa da, zaman zaman zorlayıcı bir güçle bağlantılı olan ve hedef alınan kişi(ler)in akıl ve duygularına hitap eden simgesel işlemlerle (mesajlarla) davranışı değiştirmek için çaba harcama durumu.

Kamuoyu:Halkın kamusal ilgi konularına ilişkin kanılarının toplamı. Genel kamunun üyelerinin siyasal konular ya da güncel olaylar hakkındaki tutumlarının anlatımı, içeriği.

Mesaj:Bir alıcı için bir uyaran olarak işlev gören bir sinyal ya da sinyaller birleşimi. İletişim sürecinde iletilen şey.

Sanal gerçeklik:Bir bilgisayar veya diğer iletişim araçlarıyla yaratılan ve kullanıcının kendisini içinde hissettiği, aslında var olmayan ortam.

BÖLÜM II

YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, araştırmada kullanılan veri toplama aracının hazırlanması ve verilerin toplanması ile toplanan verilerin çözümlenmesinde yararlanılan yöntem ve teknikler açıklanmıştır.

ARAŞTIRMA MODELİ

Bir kitle iletişim aracı olarak haber fotoğrafı ve haber fotoğrafının manipülatif etkisinin betimlenmeye çalışıldığı bu araştırma tarama modelinde desenlenmiştir. Araştırmada, haber fotoğrafının manipülatif etkisi veri toplama aracı ile elde edilen görüşlerle betimlenmiştir.

EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırmanın çalışma evrenini Eskişehir ili tepebaşı semtinde ikamet eden öğrenim düzeyi ilk, orta ve üniversite düzeyinde olan kadın ve erkekler oluşturmaktadır. Ancak, gerek araştırma evreninin büyüklüğü ve gerekse araştırma için gerekli verilerin toplanma güçlüğü ve araştırmada durum saptanmasının amaçlanması nedeniyle seçilen evrenden belirli bir örneklem grubu alma yoluna gidilmiştir. Bu amaçla yapılan çalışma ile ilk ya da ortaöğrenim ya da üniversite düzeyinde kadın ve erkeklerden oluşan 80 kişi bu araştırmanın örnekleme olarak belirlenmiştir.

Araştırma örnekleminde yer alacak kişilerin belirlenmesi amacıyla öncelikle Eskişehir ili Tepebaşı semtinde istenilen öğrenim düzeyinde yer alan kişilerin belirlenmesi yoluna gidilmiştir. Ardından elde edilen bulgular doğrultusunda belirlenen adreslerden tesadüfi olarak seçilenlere gidilerek araştırmaya gönüllü olarak katılacak örneklem grubu belirlenmiştir.

Araştırma örneklemiyle ilgili sayısal bilgiler Çizelge 1’de verilmiştir.

Çizelge 1
Örnekleme Oluşturan Kümenin Kişisel Özellikleri
(N=80)

Özellikler	Sayı	Yüzde
Cinsiyet		
Kadın	40	50
Erkek	40	50
Öğrenim Düzeyi		
İlk ve Ortaöğrenim	40	50
Üniversite	40	50
Gazete Okuma Sıklığı		
Zaman Zaman	27	33.75
Sıklıkla	25	31.25
Hergün	28	35.0

Çizelge 1’de görüldüğü gibi, araştırmanın örneklemini oluşturan grubun % 50’si kadın ve % 50’si de erkektir. Öğrenim düzeylerine göre ise örneklem olarak alınan grubun % 50’si ilk ya da ortaöğrenim, % 50’si ise üniversite öğrenimi görmüştür. Gazete okuma sıklıklarına bakılacak olursa örneklem grubunda zaman zaman gazete

okuduğunu ifade edenlerin oranının % 33.75, sıklıkla gazete okuduğunu ifade edenlerin oranının % 31.25 ve hergün gazete okuduğunu ifade edenlerin oranının da % 35 olduğu görülecektir.

VERİLERİN TOPLANMASI

Araştırmanın belirlenen amaca ulaşması için gerekli olan veriler, araştırmacı tarafından geliştirilen *Haber Fotoğrafı ve Manipülasyon* adlı veri toplama aracı ile toplanmıştır (EK 1).

“Haber Fotoğrafı ve Manipülasyon” Aracının Hazırlanması

Bu araç, araştırmanın amacına dönük soruların yanıtlanması için gerekli bilgileri elde etmek üzere geliştirilmiştir. Araç, *Kişisel Bilgiler* ve *Fotoğraflar* adlı iki bölümden ve bu bölümlerde yer alan 3 soru ile 7 fotoğrafın gerçek durumu ve manipüle edilmiş görüntülerinin kullanıldığı 14 madde, bunlara ilişkin örnek olay durumları fotoğraflara ilişkin ifadelerden oluşmuştur.

Aracın hazırlanması sürecinde, ilk olarak, araştırmanın amacı doğrultusunda kullanılacak fotoğrafların seçilmesi ve bu fotoğraflarla ve ilk bölümle ilgili maddelerin yazılması gerçekleştirilmiştir.

Aracın birinci bölümünü oluşturan *Kişisel Bilgiler* bölümünde, örnekleme giren grubu tanımayı sağlayacak bilgileri elde etmeye uygun maddeler yazılmıştır. Bu kapsamda, cinsiyete ilişkin bir soru, öğrenim düzeylerine ilişkin bir soru ve gazete okuma sıklıklarını belirlemeye dönük bir soruya olmak üzere toplam üç soruya yer verilmiştir.

Aracın *Fotoğraflar* başlıklı ikinci bölümünde, tarama yapılarak bu çalışmada doğrudan kullanılacak doğal ve aynı fotoğrafa ait manipülatif görüntülerin belirlenmesi yoluna gidilmiştir. Yapılan tarama sonunda araştırma doğrultusunda kullanılacak farklı içerikli yedi fotoğraf belirlenmiş ve her bir fotoğrafın doğal ve

manipülatif görüntülerine ait örnek olaylar ve fotoğraflara ilişkin haberler oluşturulmuştur. Ardından, aracın bu bölümünde yer alan fotoğraflara ilişkin yargılara katılımcıların hangi ölçüde katıldıklarının belirlenmesi amacıyla her bir soruya ilişkin katılım derecelenmeleri oluşturulmuş ve böylece aracın taslak biçimi tamamlanmıştır.

Veri toplama aracının tamamlanmasının ardından aracın ilk sayfasına araştırmanın amacını, kaç bölümden oluştuğunu, aracın doldurulmasına ilişkin kendilerinden bekleneni katılımcılara açıklayan bir yönerge yazılmıştır. Ayrıca, her bir soruya ilişkin işaretlemelerin nerelere ve nasıl yapılacağına da belirtildiği yönergeler yazılmıştır.

Geliştirilen veri toplama aracının ilk yedi sorusunu birbirinden farklı yedi fotoğrafın manipüle edilmiş görüntüleri ve bunlara ilişkin yargılar, izleyen farklı bir sayfada ise yine bu fotoğrafların yalın biçimleri ve yine aynı yargılar oluşturmaktadır. Manipüle edilmiş görüntüler ve bunlara ilişkin yargılar ilk yedi soru olarak düzenlenmiş ve bu sorulara ilişkin işaretlemelerin bitmesinin ardından yalın görüntülere ilişkin işaretlemelerin yapılması sağlanmıştır. Aksi takdirde görüntünün yalın biçimini önceden gören katılımcılar bundan (fotoğrafın gerçek görüntüsünden) etkilenerek manipülatif görüntülere ilişkin görüşlerini olduğunun dışında farklı bir şekilde yansıtabilirlerdi. Böyle bir düzenleme bu tür bir olumsuzluğun yaşanmasına bir önlem olarak getirilmiştir.

Hazırlanan araç taslağı , 25 kişilik bir gruba *rumuz* kullanmaları istenilerek iki hafta ara ile test-tekrar test yöntemi kullanılarak iki kez uygulama yapılmış ve iki uygulama arasındaki korelasyon katsayısı .71 olarak bulunmuştur. Elde edilen bu değerin güvenilirlik için yeterli bir değer olduğu kabul edilmiştir.

Aracın Uygulanması

Araştırma için geliştirilmiş olan araç belirlenen örnekleme randevu alınarak uygulanmıştır. Uygulama sırasında aracın doldurulmasına ilişkin zaman sınırlaması

konulmamış, uygulama sırasında doğabilecek sorunlar için araştırmacı uygulamayı bizzat kendisi de bulunarak gerçekleştirmiştir

VERİLERİN ÇÖZÜMLENMESİ

Anket aracılığıyla toplanan verilerin özömlenmesi öncesinde verilerin işlenilmesiyle ilgili işlemler yapılmıştır. Her bir anket incelenerek istenildiği biçimde doldurulup doldurulmadığının denetlemesi yapılmıştır. Ardından aracın ikinci bölümünde yer alan toplam 14 fotoğrafın her biri için yapılan işaretlemlerin özömlenmesi yoluna gidilmiştir. Araştırmanın amacına ilişkin soruların yanıtlanmasında *frekans (f)* ve *yüzde (%)* değerlerinin yanısıra aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri kullanılmıştır.

BÖLÜM III

BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde, araştırma için toplanan verilerin çözümlenmesi ile elde edilen bulgulara ve bu bulguların yorumlarına yer verilmiştir.

KİŞİSEL ÖZELLİKLERİNE GÖRE DENEKLERİN FOTOĞRAFIN YALIN VE MANİPÜLATİF GÖRÜNTÜSÜNE İLİŞKİN VERİLEN YARGILARA KATILMA DURUMU

Cinsiyet, öğrenim düzeyi ve gazete okuma sıklığı başlıklı üç boyuttan oluşan bu sorunun yanıtlanmasında, deneklerin araştırmanın veri toplama aracında yer alan fotoğrafların yalın ve manipülatif biçimlerine ilişkin yargılara katılma durumları ile ilgili olarak verdikleri *katılıyorum* ve *kesinlikle katılıyorum* biçimindeki yanıtları verilen fotoğrafa ait yargıyı inandırıcı buldukları; *katılmıyorum* ve *kesinlikle katılmıyorum* biçimindeki yanıtları da verilen yargıyı inandırıcı bulmadıkları şeklinde yorumlanmıştır.

Cinsiyet

Sorunun bu ilk boyutunda deneklerin cinsiyetleri ile yalın ve manipülatif fotoğraf görüntüsüne ilişkin verilen yargılara katılma durumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla yapılan değerlendirme sonucunda elde edilen bulgular Çizelge 2 ve Çizelge 3'te verilmiştir.

Çizelge 2
Cinsiyetlerine Göre Deneklerden
Fotoğrafların Yalın Görüntüsüne İlişkin Elde Edilen Bulgular

Cinsiyet	İnandırıcı Bulan		İnandırıcı Bulmayan		Toplam %
	f	%	f	%	
Kadın	11	27.5	29	72.5	100.0
Erkek	7	17.5	33	82.5	100.0

Çizelge 2’den de görüleceği gibi cinsiyetlerine göre deneklerin yalın fotoğraf görüntüsünü ve fotoğrafa ilişkin yargıyı inandırıcı bulma oranları kadınlarda %27.5 ve erkeklerde % 17.5 düzeyindedir. Yine kadınların % 72.5’i ve erkeklerin % 82.5’i yalın fotoğraf görüntüsü ve fotoğrafa ilişkin yargıyı inandırıcı bulmamışlardır.

Çizelge 3
Cinsiyetlerine Göre Deneklerden
Fotoğrafların Manipülatif Görüntüsüne İlişkin Elde Edilen Bulgular

Cinsiyet	İnandırıcı Bulan		İnandırıcı Bulmayan		Toplam %
	f	%	f	%	
Kadın	28	70.0	12	30.0	100.0
Erkek	31	77.5	9	22.5	100.0

Çizelge 3’te de görüleceği gibi cinsiyetlerine göre kadın deneklerin manipülatif görüntü ve görüntüye ilişkin yargıyı inandırıcı bulma oranları %70.0, erkek deneklerinki ise % 77.5 ile kadın deneklere göre daha büyük bir düzeydedir. Manipülatif görüntü ve görüntüye ilişkin yargıyı inandırıcı bulmayan kadın deneklerin oranı % 30.0, erkek deneklerin oranı da % 22.5 düzeyindedir.

Öğrenim Düzeyi

Araştırmanın bu sorusunda öğrenim düzeylerine göre deneklerin verilen yalın ve manipülatif görüntüye ilişkin yargılara katılma durumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla yapılan değerlendirme sonucunda elde edilen bulgular Çizelge 4 ve Çizelge 5'te verilmiştir.

Çizelge 4
Öğrenim Düzeylerine Göre Deneklerden
Fotoğrafların Yalın Görüntüsüne İlişkin Elde Edilen Bulgular

Öğrenim Düzeyi	İnanırcı Bulan		İnanırcı Bulmayan		Toplam %
	f	%	f	%	
İlk / Orta	12	30.0	28	70.0	100.0
Üniversite	6	15.0	34	85.0	100.0

Çizelge 4'te görüldüğü gibi öğrenim düzeylerine göre deneklerin fotoğrafın yalın görüntüsü ve görüntüye ait yargıyı inanırcı bulma oranları % 30 ile ilk / orta öğrenim düzeyindekilerde üniversite düzeyinde öğrenim görenlere oranla (% 15) daha yüksektir. Üniversite düzeyinde öğrenim gören deneklerin fotoğraf ve ona ait yargıyı inanırcı bulmama oranları % 85 ile, ilk / orta öğrenim düzeyindekilere oranla (% 70) daha yüksektir.

Çizelge 5
Öğrenim Düzeylerine Göre Deneklerden
Fotoğrafların Manipülatif Görüntüsüne İlişkin Elde Edilen Bulgular

Öğrenim Düzeyi	İnanırcı Bulan		İnanırcı Bulmayan		Toplam %
	f	%	f	%	
İlk / Orta	32	80.0	8	20.0	100.0
Üniversite	27	67.5	13	32.5	100.0

Çizelge 5'te de görüldüğü gibi ilk / orta öğrenim düzeyindeki denekler % 80.0 ile manipülatif fotoğraf görüntüsü ve ona ait yargıyı üniversite düzeyinde öğrenim görmüş deneklere oranla (% 67.5) daha inandırıcı bulmuşlardır. Üniversite düzeyinde öğrenime sahip deneklerin görüntü ve ona ilişkin yargıyı inandırıcı bulmama oranları ise % 32.5 ile ilk / orta düzeyde öğrenim gören deneklerden daha yüksektir.

Gazete Okuma Sıklığı

Bu soru başlığı altında son olarak deneklerin gazete okuma sıklıkları ile fotoğrafın yalın ve manipülatif görüntüsüne ilişkin verilen yargılara katılma durumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır.

Çizelge 6
Gazete Okuma Sıklıklarına Göre Deneklerden
Fotoğrafların Yalın Görüntüsüne İlişkin Elde Edilen Bulgular

Sıklık Derecesi	İnandırıcı Bulan		İnandırıcı Bulmayan		Toplam %
	f	%	f	%	
Zaman Zaman	6	22.2	21	77.8	100.0
Sıklıkla	8	32.0	19	68.0	100.0
Hergün	4	14.2	24	85.8	100.0

Çizelge 6'da görüldüğü gibi gazete okuma sıklıklarına göre yalın fotoğraf görüntüsü ile bu fotoğraflara ilişkin yargıyı % 32.0 ile en inandırıcı bulan grup sıklıkla gazete okuyan denek kümesidir. Bu grubu % 22.2 ile zaman zaman gazete okuyan denek kümesi izlemektedir. Hergün gazete okuyan denek kümesi ise % 14.2 ile yalın görüntü ve görüntülere ait yargıları en az inandırıcı bulan kümedir.

Çizelge 7
Gazete Okuma Sıklıklarına Göre Deneklerden
Fotoğrafların Manipülatif Görüntüsüne İlişkin Elde Edilen Bulgular

Sıklık Derecesi	İnandırıcı Bulan		İnandırıcı Bulmayan		Toplam %
	f	%	f	%	
Zaman Zaman	24	88.8	3	11.2	100.0
Sıklıkla	15	60.0	10	40.0	100.0
Hergün	20	71.4	8	28.6	100.0

Çizelge 7’de görüldüğü gibi manipülatif fotoğraf görüntüleri ile onlara ait yargıları en az inandırıcı bulan denek kümesi % 60.0 ile sıklıkla gazete okuyan denek kümesidir. Hergün gazete okuyan denek kümesinin % 71.4’ü ise manipülatif görüntü ve bu görüntülere ilişkin yargıları inandırıcı bulmuştur. Bu görüntü ve yargıları en çok inandırıcı bulan grup ise % 88.8 ile zaman zaman gazete okuyan denek kümesidir.

DENEKLERİN FOTOĞRAFIN YALIN VE MANİPÜLATİF GÖRÜNTÜSÜNE İLİŞKİN VERİLEN YARGILARA KATILMA DURUMU

Bir kitle iletişim aracı olarak haber fotoğrafının manipülatif etkisini belirlemeyi amaçlayan bu araştırmada yanıtı aranan ilk soru, aynı fotoğrafın yalın ve manipülatif görüntüsünün fotoğrafa ilişkin yargıyı ne ölçüde etkilediğini belirlemektir.

Bu soruyu yanıtlamak için katılımcıların araştırma anketine verdikleri yanıtlar çözümlenmiştir. Bu amaçla, öncelikle, her bir öğrenciye 14 fotoğrafın (7’si yalın ve 7’si de manipülatif görüntüden oluşan) her birinden elde ettikleri puanların toplamından oluşan- iki puan verilmiştir. Yalın görüntülere ilişkin elde ettikleri puanların toplamı yalın puan ve manipülatif görüntülerden elde ettikleri puan da manipülatif puanlarını oluşturmuştur. Ardından elde ettikleri puanların aritmetik

ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Araştırmanın yöntem bölümünde de söz edildiği gibi veri toplama aracının ilk yedi sorusunu birbirinden farklı yedi fotoğrafın manipüle edilmiş görüntüleri ve bunlara ilişkin yargılar, izleyen farklı bir sayfada ise yine bu fotoğrafların yalın biçimleri ve yine aynı yargılar oluşturmaktadır.

Katılımcıların yalın ve manipülatif görüntülere ilişkin elde ettikleri puanların ortalama ve standart sapma değerleri izelge 8 ve izelge 9’da verilmiştir.

Çizelge 8

Fotoğrafların Yalın Görüntüsüne İlişkin Deneklerden Elde Edilen
Puanların Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Küme	Denek Sayısı (N)	Aritmetik Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma (S)
	80	26.68	2.51

Çizelge 8’de grldği gibi, örneklem grubunun fotoğrafların yalın görüntüsüne ilişkin verilen ifadelere katılma puanlarının aritmetik ortalaması 26.68, standart sapma değeri ise 2.51’dir.Yapılan anket çalışmasında, fotoğrafların yalın görüntüsüne ilişkin yargılardan *kesinlikle katılıyorum* (1) puan, *katılıyorum* (2) puan, *katılmıyorum* (3) puan ve *kesinlikle katılmıyorum* (4) puan olarak değerlendirilmiştir. Bu bölümde deneklere yedi adet fotoğrafın yalın hali verilerek değerlendirmeleri istenmiştir.Araştırma aracının bu bölümünden alınabilecek en düşük puan 7 (bütün fotoğraflarda verilen yargılara *kesinlikle katılmaları* durumunda), en yüksek puan ise 28’dir (bütün fotoğraflarda verilen yargıya *kesinlikle katılmamaları*

durumunda). Bu bölümden alınacak puanın yüksek olması katılımcıların aracın bu bölümünde yer alan fotoğraflara ilişkin verilen yargıları inandırıcı bulmadıkları anlamına gelmektedir. Öte yandan aracın bu bölümünden alınacak puanların düşük çıkması ise katılımcıların bu bölümde verilen yalın görüntülere ilişkin yargıların fotoğraftaki görüntüden çıkarılabileceği diğer bir deyişle inandırıcı buldukları anlamına gelmektedir. Örneklemde yer alan grubun fotoğrafların yalın biçimlerine ilişkin yargılara katılma puanlarının ortalamasının yüksek oluşu (26.68) ve standart sapma değerinin düşük çıkması fotoğraflara ilişkin verilen yargıları inandırıcı bulmadıkları anlamına gelmektedir.

Çizelge 9

Fotoğrafların Manipülatif Görüntüsüne İlişkin Deneklerden Elde Edilen Puanların Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Küme	Denek Sayısı (N)	Aritmetik Ortalama (\bar{X})	Standart Sapma (S)
	80	15.43	4.47

Çizelge 9'da görüldüğü gibi, örneklem grubunun aynı fotoğrafların manipülatif görüntüsüne ilişkin verilen ifadelerle katılma puanlarının aritmetik ortalaması 15.43, standart sapma değeri ise 4.47'dir. Yapılan anket çalışmasında, fotoğrafların manipülatif görüntüsüne ilişkin yargılardan *kesinlikle katılıyorum* (1) puan,

katılıyorum (2) puan, *katılmıyorum* (3) puan ve *kesinlikle katılmıyorum* (4) puan olarak değerlendirilmiştir. Bu bölümde deneklere yedi adet fotoğrafın manipüle edilmiş hali verilerek değerlendirmeleri istenmiştir. Araştırma aracının bu bölümünden alınabilecek en düşük puan 7, (bütün fotoğraflarda verilen yargıya *kesinlikle katılmaları* durumunda) en yüksek puan ise 28'dir (bütün fotoğraflarda verilen yargıya *kesinlikle katılmamaları* durumunda). Yalın görüntülerde olduğu gibi aynı fotoğrafların manipülatif görüntülerine yer verilen bu bölümden alınacak puanın yüksek olması katılımcıların bu bölümde yer alan fotoğraflara ilişkin verilen yargıları inandırıcı bulmadıkları anlamına gelmektedir. Alınacak puanların düşük çıkması ise katılımcıların bu bölümde verilen manipülatif görüntülere ilişkin yargıların fotoğraftaki görüntüden çıkarılabileceği, diğer bir deyişle verilen yargıları inandırıcı buldukları anlamına gelmektedir. Örnekleme yer alan grubun fotoğrafların manipülatif biçimlerine ilişkin yargılara katılma puanlarının ortalamasının düşük oluşu (15.43) manipülatif fotoğraflara ilişkin verilen yargıları inandırıcı buldukları anlamına gelmektedir.

Katılımcıların aynı fotoğrafın yalın biçimde sunulması durumunda verilen yargıyı inandırıcı bulmadıkları halde fotoğrafın manipüle edilmiş biçimine ilişkin verilen aynı yargıyı bu kez inandırıcı bulmaları fotoğrafta yapılacak bir manipülasyon ile düşünce ve görüşlerin değiştirilebileceğini akla getirmektedir.

BÖLÜM IV

TARTIŞMA

İnsanlık ikibinli yıllara girerken toplumsal yaşamda bir çok sorunla karşı karşıya gelmeye devam ediyor.İnanılması çok güç teknolojik gelişmeleri yaratan, kendi sınırlarını zorlayarak olanaksız olanaklı kılan insanoğlu çoğu zaman da kendi yarattığı bazı güçlerin egemenliğinden kurtulmayı başaramıyor. Bu güçlerden biri de, medyanın toplumsal yaşam üzerindeki egemenliği ve bunun kaçınılmaz bir sonucu olan manipülatif enformasyon akışı.

Yalçın Çetinkaya insanlığın adeta bir “*illuzyonlar dönemi*” yaşadığına işaret ederek şöyle diyor; bu illuzyonlar, günümüz insanının zihnini köreltip, akli da devre dışı bırakarak insani fonksiyonlarını yitirmesine yol açarken, neyin gerçek, neyin gerçek dışı olduğunun ayırdedilmesini de güçleştirdiler. İnsanlık, kitle iletişim araçlarıyla yaygınlaştırılan illuzyonlara karşı akıl yardımıyla direniş göstererek onları deşifre edeceği yerde, illuzyonları benimsedi. Neler olup bittiğini merak etmek gibi bir çabası da yok hiç kimsenin. Herkes hayatından memnun, herkes kitle iletişim araçlarına sonsuz bir güven duyuyor. Zihinler adeta medyanın mayın tarlası . Medya ne ekerse onu biçiyor.

Çetinkaya'nın da işaret ettiği gibi, medya kendisini kendi istediği biçimde algılayacak hedef kitleyi yaratmış durumda.Bu çalışmayı yürüten araştırmacının karşılaştığı bazı ilginç durumların da bunun bir göstergesi olduğu düşünülebilir. Araştırmacı bu çalışmanın anket sürecini yürütürken, deneklerin verdiği yanıtlar üzerinde anket sonrası bazı görüşmeler yaparak, yanıtların gerekçesini öğrenmek amacıyla bazı sorular sormuştur. Sözelimi deneklerin manipülatif fotoğraflarla ilgili yargılara katılmaları beklenirken, kimi denekler katılmadıklarını belirtmişler, gerekçe

olarak da, yargıda belirtildiği gibi bir olayın olamayacağını düşündükleri için katılmadıklarını savlamışlardır. Aynı deneklere bu kez böyle bir haberi gazetede görmeleri durumunda tepkilerinin ne olacağı sorulduğunda ise, inanabileceklerini belirtmişlerdir. Bunun da, medyanın kitleler üzerinde yarattığı güvenin bir göstergesi olduğu düşünülebilir.

Deneklerin anket çalışmasında ve sözlü görüşme sırasında verdikleri tepkiler arasındaki çelişki dikkate alındığında, çalışmanın gerçekleştirilmesi sürecinde karşılaşılan sınırlılıkların sonuç üzerinde belirleyici etkisi olduğu düşünülebilir. Öncelikle deneklerin anket sürecinde verdikleri yanıtlarda, anket yapıldığının bilincinde olmaları nedeniyle bir ölçüde de olsa, gerçek tepkilerini yansıtmadıkları, bunun da çalışmanın sonucun üzerinde etkili olabileceği dikkatten kaçmamalıdır. Fakat deneklerin yanıtlama sürecinde bir tür *sorgu* ya da *görsel algı sınavı* psikolojisi yaşadıkları düşünüldüğünde, verdikleri yanıtlarda normal düşünme biçiminin ötesinde bir sorgulama yaptıktan sonra karar verdikleri de düşünülebilir. Bu noktadan hareketle, elde edilen sonuçlarda deneklerin manipüle edilmiş fotoğraflara ve onlara ait yargılara inanma eğilimlerinin herhangi bir yayında karşılaştıklarında verecekleri tepkilere göre azalmış olduğu düşünülebilir. Bu, çalışma için bir sorun olmakla beraber, manipülasyonun etkisini azaltan bir etken olması nedeniyle bulguları zayıflatan değil, güçlendiren bir etken olarak yorumlanabilir.

Araştırmadan elde edilen bulgular incelendiğinde, deneklerin büyük çoğunluğunun, manipüle edilmiş görüntülere ve onlarla ilgili yargılara inanma eğiliminde oldukları görülmektedir. Bu da, haber fotoğraflarının manipüle edilmesinde kullanılan kadraj değiştirme ve altyazı ekleme yönteminin etkili olduğunun bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Deneklerin cinsiyet ve eğitim düzeylerine göre tepkilerine bakıldığında ise, manipüle edilmiş fotoğraflarda fotoğrafı ve ona ait yargıyı, erkek deneklerin kadın deneklere göre daha yüksek düzeyde kabullenme eğiliminde oldukları görülmektedir. Her iki fotoğrafa ait sonuçların karşılaştırılmasında ise, kadın deneklerin erkek deneklere göre daha temkinli oldukları ve manipülasyondan daha az etkilendikleri görülmektedir.

Eğitim düzeyleri ile ilgili sonuçlarda, orta ğretim düzeyinde olan deneklerin yüksek öğrenim yapmış deneklere göre manipülatif görüntü ve ona ait yargıyı kabullenme ve inanma eğilimlerinin daha fazla olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyinin algılama ve kabullenme üzerindeki etkisi dikkate alındığında, bu sonucun anlamlı olduğu düşünülebilir.

Deneklerin gazete okuma sıklıklarına göre verdiği tepkilerde de, manipüle edilmiş fotoğraf ve ona ait yargıya katılma, inanma eğiliminin, zaman zaman gazete okuyan deneklerde, sürekli ya da sık sık gazete okuyanlara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Bunun da, eğitilmiş ya da altyapısı zenginleştirilmiş bir görsel algıdan kaynaklandığı düşünülebilir.

Sonuç olarak, kitle iletişim araçlarının yaydığı enformasyonun manipülatif olabileceği gerçeği göz ardı edilmemelidir. İnsanlar haber alırken, bilgi edinirken dikkatli olmak, kendilerine yöneltilen enformasyonu bir süzgeçten geçirerek algılamak durumundadırlar. Josef Kirscher'in bu konuya ilişkin yaklaşımı da soruna ve sorunun zmne ışık tutabilecek niteliktedir. Kirscher şöyle demektedir; iletişim araçları, azınlıktaki kişilerin, çoğunluğu manipüle etmek için kullandığı yöntemlerin taşıyıcıları ve ileticileridir. Kendilerine inandığımız kaynaklardan geldikleri için, bu mesajları eleştirmeden kabul eder ve onların inançlı birer izleyicisi haline geliriz. Böylece de azınlıktaki kişilerin bizleri manipüle etmelerine olanak tanımış oluruz. Ama eğer kitle iletişim araçlarının bu yöndeki özelliklerinin farkına varırsak, onların bizi manipüle etmelerinin önüne geçebiliriz.¹⁴⁴

¹⁴⁴Kirscher, a.g.e., s.53

EK-1**BİR KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK
HABER FOTOĞRAFI VE MANİPÜLASYON**

Değerli katılımcı,

Haber fotoğrafının manipülatif etkisini ortaya çıkarmak amacıyla bir araştırmayı yapmaktadır.

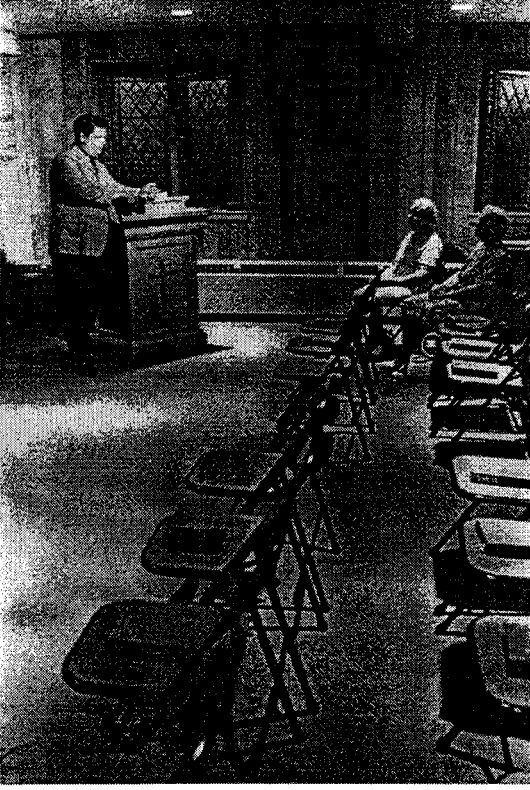
Bu araç, araştırma için gerekli verileri toplamak amacıyla geliştirilmiştir. Araç iki bölümden oluşmaktadır. Aracın ilk bölümünde size ait kişisel bilgilere, ikinci bölümünde ise, seçilmiş haber fotoğrafları ile bu fotoğraflara ilişkin yargılara yer verilmiştir.

Sizden istenilen size ait kişisel bilgileri ilgili boşluklara yazmanızın yanı sıra verilen her bir fotoğraf görüntüsüne ilişkin olarak fotoğrafın yanında verilen yargıya ne ölçüde katıldığınızı (**fotoğrafta gördüğünüz kadarıyla**) çarpı (x) işareti koyarak belirtmenizdir. Lütfen yanıtız soru bırakmayınız.

Katkılarınız için teşekkür ederim.

Arş.Gr. Hüseyin ERYILMAZ

**Anadolu Üniversitesi
Güzel Sanatlar Fakültesi
ESKİŞEHİR**



FOTOĞRAF 1:

Bu fotoğraf Mr. Smith'in vermiş olduğu bir konferansta çekilmiştir. Görmüş olduğunuz bu fotoğrafa ilişkin olarak aşağıda verilen yargıya ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

“Mr. Smith'in konferansında yalnızca iki dinleyici vardı.”

- Kesinlikle katılıyorum
- Katılıyorum
- Katılmıyorum
- Kesinlikle katılmıyorum

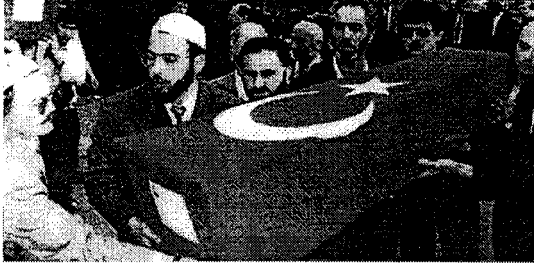


FOTOĞRAF 2:

Bu fotoğrafta görülen sivil kıyafetli kişi bir parlamenterdir. Resmi üniformalı kişi ise askeri istihbaratçı bir yüzbaşısıdır. Görmüş olduğunuz bu fotoğrafa ilişkin olarak aşağıda verilen yargıya ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

“Parlamenter ile istihbaratçı yüzbaşı başbaşa görüşürlerken objektiflere yakalandılar”

- Kesinlikle katılıyorum
- Katılıyorum
- Katılmıyorum
- Kesinlikle katılmıyorum



FOTOĞRAF 3:

Bu fotoğraf bir cenaze töreninde çekilmiştir. Görmüş olduğunuz bu fotoğrafa ilişkin olarak aşağıda verilen yargıya ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

“Şehit düşen sekiz aylık evli er doğduğu köyde toprağa verildi”

- Kesinlikle katılıyorum
- Katılıyorum
- Katılmıyorum
- Kesinlikle katılmıyorum

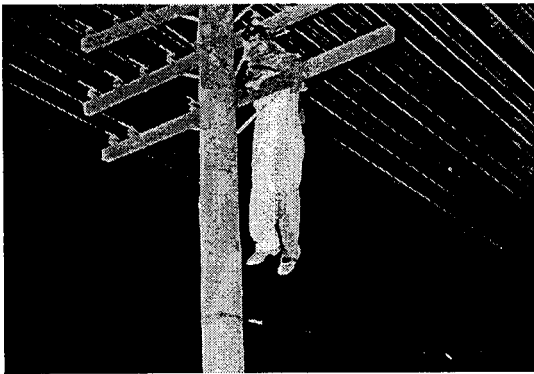


FOTOĞRAF 4:

Bu fotoğraf cepheye gönderilmek üzere silah altına alınan gençlerin yakınlarıyla vedalaşmaları sırasında tren garında çekilmiştir. Görmüş olduğunuz bu fotoğrafa ilişkin olarak aşağıda verilen yargıya ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

“Cepheye giden er'den karısına veda öpücüğü”

- Kesinlikle katılıyorum
- Katılıyorum
- Katılmıyorum
- Kesinlikle katılmıyorum



FOTOĞRAF 5:

Bu fotoğraf elektrik direğinde ölü olarak bulunan işsiz bir gencin görüntüsüdür. Görmüş olduğunuz bu fotoğrafa ilişkin olarak aşağıda verilen yargıya ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

“İşsiz genç intihar ettiği elektrik direğinde asılı kaldı”

- Kesinlikle katılıyorum
- Katılıyorum
- Katılmıyorum
- Kesinlikle katılmıyorum



FOTOĞRAF 6:

Bu fotoğrafta görülen genç dört kişinin katil zanlısıdır.Görmüş olduğunuz bu fotoğrafa ilişkin olarak aşağıda verilen yargıya ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

“Katil zanlısı genç delil yetersizliğinden serbest bırakıldı”

- Kesinlikle katılıyorum
- Katılıyorum
- Katılmıyorum
- Kesinlikle katılmıyorum

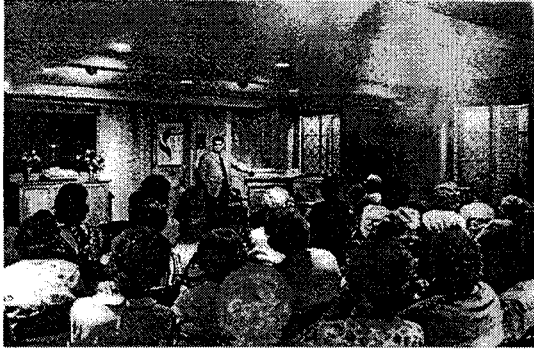


FOTOĞRAF 7:

Bu fotoğraf izinsiz bir gösteri yürüyüşü sırasında güvenlik güçleri ile göstericiler arasında yaşanan bir arbede sırasında çekilmiştir. Görmüş olduğunuz bu fotoğrafa ilişkin olarak aşağıda verilen yargıya ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

“Öfkeli grubun saldırdığı polisin yardımına koşan olmadı”

- Kesinlikle katılıyorum
- Katılıyorum
- Katılmıyorum
- Kesinlikle katılmıyorum

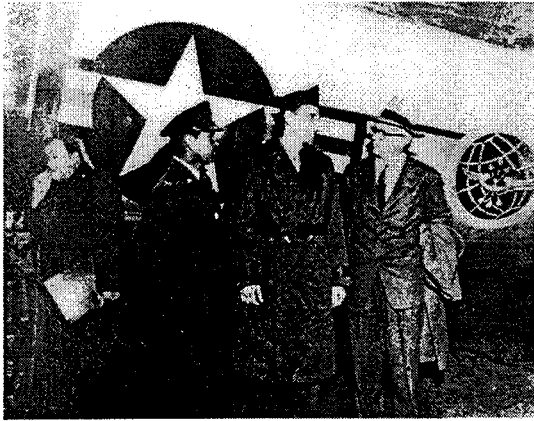


FOTOĞRAF 8:

Bu fotoğraf Mr. Smith'in vermiş olduğu bir konferansta çekilmiştir. Görmüş olduğunuz bu fotoğrafa ilişkin olarak aşağıda verilen yargıya ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

“Mr. Smith'in konferansında yalnızca iki dinleyici vardı.”

- Kesinlikle katılıyorum
- Katılıyorum
- Katılmıyorum
- Kesinlikle katılmıyorum



FOTOĞRAF 9:

Bu fotoğrafta görülen sivil kıyafetli kişi bir parlamenterdir. Resmi üniformalı kişi ise askeri istihbaratçı bir yüzbaşıdır. Görmüş olduğunuz bu fotoğrafa ilişkin olarak aşağıda verilen yargıya ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

“Parlamenter ile istihbaratçı yüzbaşı başbaşa görüşürlerken objektiflere yakalandılar”

- Kesinlikle katılıyorum
- Katılıyorum
- Katılmıyorum
- Kesinlikle katılmıyorum



FOTOĞRAF 10:

Bu fotoğraf bir cenaze töreninde çekilmiştir. Görmüş olduğunuz bu fotoğrafa ilişkin olarak aşağıda verilen yargıya ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

“Şehit düşen sekiz aylık evli er doğduğu köyde toprağa verildi”

- Kesinlikle katılıyorum
- Katılıyorum
- Katılmıyorum
- Kesinlikle katılmıyorum

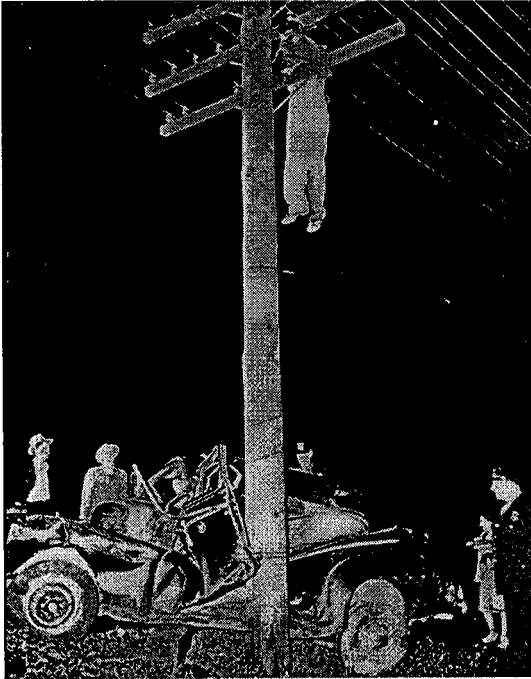


FOTOĞRAF 11:

Bu fotoğraf cepheye gönderilmek üzere silah altına alınan gençlerin yakınlarıyla vedalaşmaları sırasında tren garında çekilmiştir. Görmüş olduğunuz bu fotoğrafa ilişkin olarak aşağıda verilen yargıya ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

“Cepheye giden erden karısına veda öpücüğü”

- Kesinlikle katılıyorum
- Katılıyorum
- Katılmıyorum
- Kesinlikle katılmıyorum



FOTOĞRAF 12:

Bu fotoğraf elektrik direğinde ölü olarak bulunan işsiz bir gencin görüntüsüdür. Görmüş olduğunuz bu fotoğrafa ilişkin olarak aşağıda verilen yargıya ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

“İşsiz genç intihar ettiği elektrik direğinde asılı kaldı”

- Kesinlikle katılıyorum
- Katılıyorum
- Katılmıyorum
- Kesinlikle katılmıyorum



FOTOĞRAF 13:

Bu fotoğrafta görülen genç dört kişinin katil zanlısıdır. Görmüş olduğunuz bu fotoğrafa ilişkin olarak aşağıda verilen yargıya ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

“Katil zanlısı genç delil yetersizliğinden serbest bırakıldı”

- Kesinlikle katılıyorum
- Katılıyorum
- Katılmıyorum
- Kesinlikle katılmıyorum



FOTOĞRAF 14:

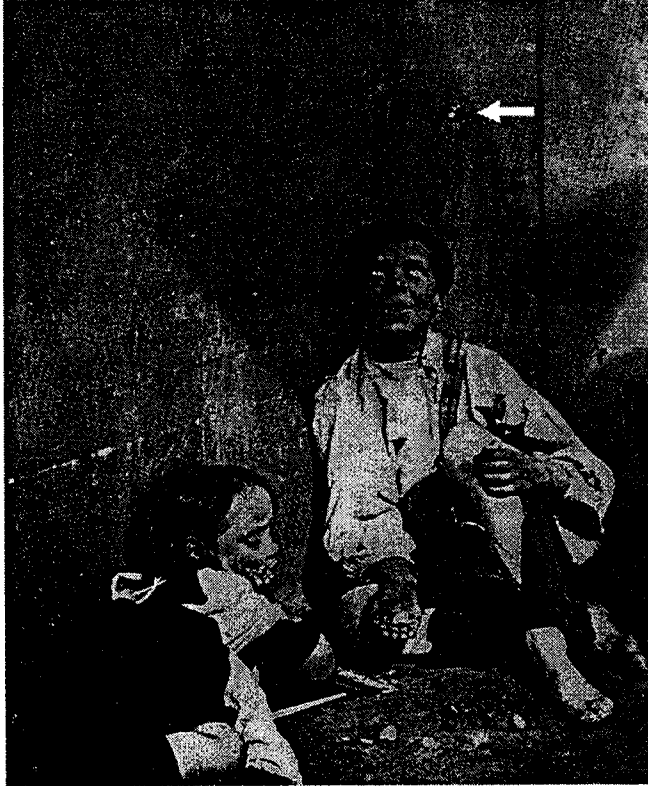
Bu fotoğraf izinsiz bir gösteri yürüyüşü sırasında güvenlik güçleri ile göstericiler arasında yaşanan bir arbede sırasında çekilmiştir. Görmüş olduğunuz bu fotoğrafa ilişkin olarak aşağıda verilen yargıya ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

“Öfkeli grubun saldırdığı polisin yardımına koşan olmadı”

- Kesinlikle katılıyorum
- Katılıyorum
- Katılmıyorum
- Kesinlikle katılmıyorum



Manipüle edilmiş ilk fotoğraf ve başlığı “fotoğrafçının boğulmuş bir adam olarak portresi” Hippolyte Bayard, Fransız Hükümeti’nin kendisini desteklememesini protesto etmek amacıyla bu özportreyi çekmiş ve manipüle etmiştir.(1840)



“Köprüaltı çocukları beştaş oynuyor” (1857) Oscar Rejlander’in yaptığı bu fotoğrafta da bir manipülasyon söz konusu. Günün film ve makinalarıyla hareketi durdurmak olanaksız olduğu için havadaki taş (okla işaretli) sonradan müdahale ile yerleştirilmiştir.



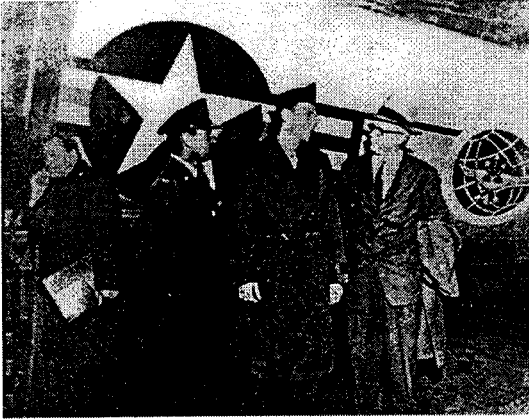
Dördüncü Virginia Piyadesi'nden 18 yaşındaki Andrew Hoge, iki ayrı fotoğrafta görülmektedir. Üstte bulunan fotoğraf, "Nişancının Evi", altta bulunan fotoğraf ise, "Nişancının Son Uykusu" adı altında yayımlanmıştır.(1863) Fotoğrafçı Alexander Gardner her iki fotoğrafı çekmeden önce görüntüde düzenleme yapmıştır. Altta bulunan fotoğraf daha sonra başka bir görüntünün ögesi olarak kullanılmıştır. Bkz. Sayfa79 "Ölümün Sonu" adlı fotoğraf



“Hayatın iki yolu” (1857) Bu görüntü, Oscar Rejlander’in otuz ayrı görüntüyü birleştirmesinden oluşmuştur.



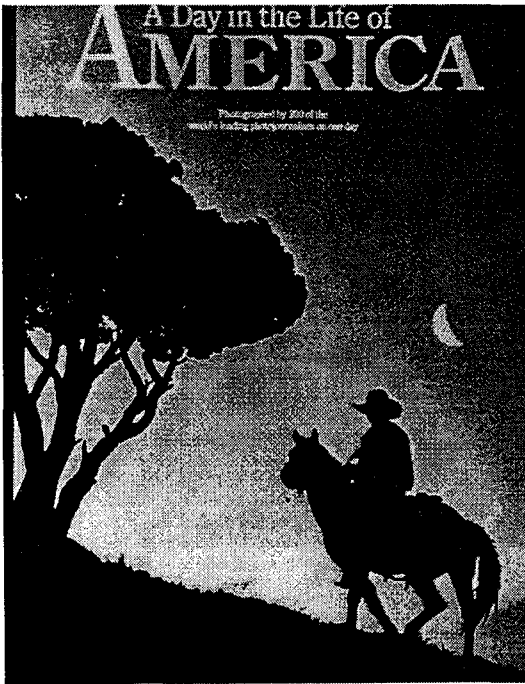
“Ölümün sonu” (1863) adlı bu fotoğraf, üç ayrı görüntünün birleştirilmesinden oluşturulmuş ve “Harper’s Weekly” adlı dergide 1865 yılında yayımlanmıştır.



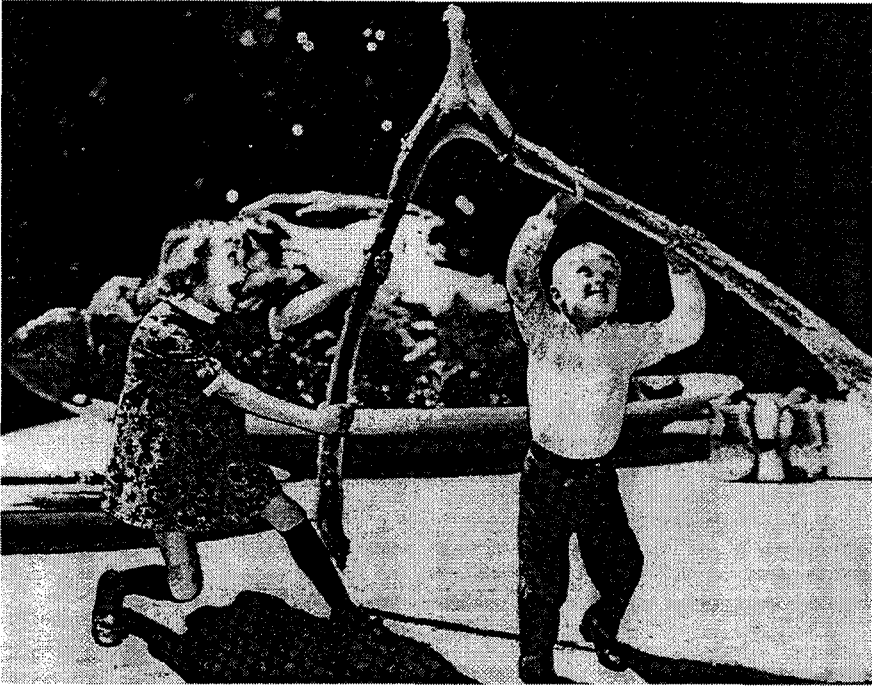
Senatör Mc Carthy döneminde hükümette bulunan komünistlerin deşifre edilmesi amacıyla incelemelerin yapıldığı bir dönemde çekilmiş bir fotoğraf. Görüntüde yapılan bir kadraj değişikliği ile iki kişinin baş başa görüştüğü izlenimi yaratılmış ancak daha sonra başka kaynaklarca fotoğrafın bütünü yayımlanarak kamuoyuna ulaştırılmıştır.



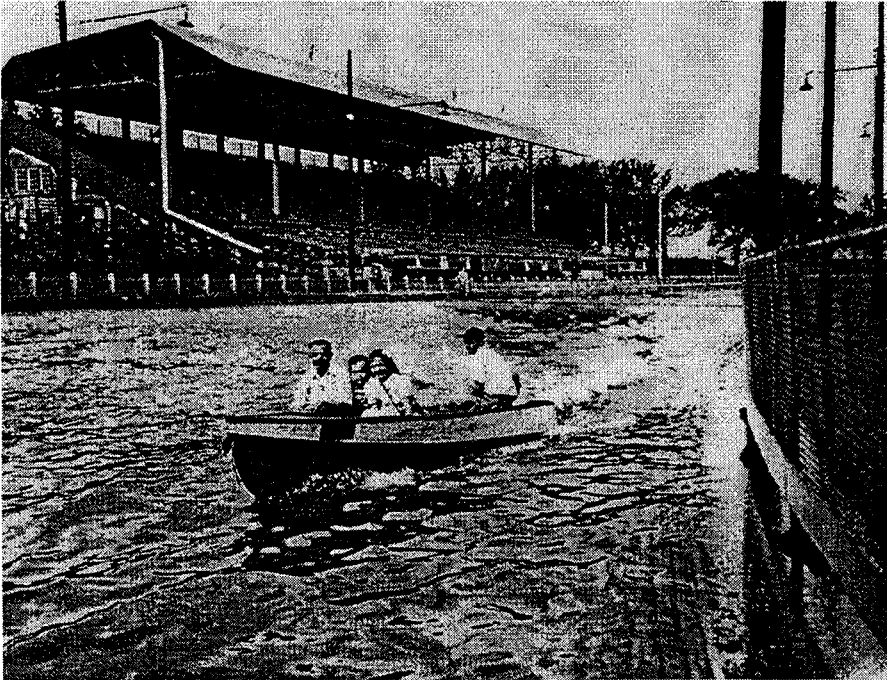
“Bir Yurtsever Askerin Ölümü” (1936) adını taşıyan bu fotoğraf çok önemli bir manipülasyon örneğidir. Görüntünün bulunduğu filmin kontak kopyaları incelendiğinde öldüğü iddia edilen askerin, aslında ölmediği anlaşılmıştır. Çünkü aynı asker daha sonraki görüntülerde koşarken görülmektedir.



Dijital teknolojinin bir ürünü olan bu fotoğraf bilgisayar manipülasyonunun çok ilginç örneklerinden biridir. Aslında yatay kadrarla çekilmiş olan bu fotoğraf, derginin dikey formatına uyması için bilgisayar teknolojisi sayesinde dikey hale getirilmiştir. Benzer bir uygulama da, Gize Piramitleri fotoğrafında uygulanmış, derginin kapağına sığması için, piramitler bilgisayar aracılığı ile birbirlerine yaklaştırılmıştır.



1 Nisan şakası olarak düzenlenen bu fotoğrafta çocukların 750 paund ağırlığında bir hindinin lades kemiği ile oynamaya çalıştıkları bir altyazı ile anlatılmaktadır. (Fotoğraf: Cliff Yeich)



Bir fotoröportajda kullanılan, "Yağmurlu bir günde yarış pisti" fotoğrafı. Üst üste (sandviç) baskı yöntemiyle yapılmış bir fotoğraf. (Fotoğraf: Cliff Yeich)

KAYNAKÇA

- Ayhan, Ahmet **Gazete Nedir? Ne Değildir?** İstanbul Gazeteciler Cemiyeti Yayınları,1987.
- Aktan, Coşkun Can “Siyasal Ahlak Sorunu ve Çözüm Önerileri”, **Siyasal Ahlak ve Siyasal Ahlaksızlık**,İstanbul:Bilgi Yayınevi, 1993.
- Barkan, Murat “Görsel Karizma ve Duvar Reklamları”,**Kurgu Dergisi** Sayı:7,Eskişehir:1990.
- Barthes, Roland **Göstergebilimsel Serüven**, Çev:Mehmet ve Sema Rifat, İstanbul:YapıKredi Yayınları,1993.
- Benjamin, Walter **Pasajlar**, Çeviren:Ahmet Cemal İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Berger, John **O Ana Adanmış**,Çev:Yurdanur Salman ve Müge Gürsoy, İstanbul:Metis Yayınları,1988.
- Berger, John **Görme Biçimleri**,Çev:Yurdanur Salman,İstanbul:Metis Yayınları 1990
- Bir Çok Ses Tek Bir Dünya**, Sean Mc Bride RaporuAnkara:Unesco Türkiye Milli Komisyonu.,1993.
- Bostancı, M.Naci **Toplum Kültür ve Siyaset**, Ankara: Vadi Yayınları, 1995.
- Burton, Greame **Görünenden Fazlası**,Çev:Nefin Dinç,Birinci Baskı, İstanbul, Alan Yayıncılık,1995.
- Çetinkaya, Yalçın **Reklamcılık ve Manipülasyon**,İstanbul:Ağaç Yayıncılık,1992.
- Demirkent, Nezih **Sayfa Sayfa Gazetecilik** İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1982.
- Derman, İhsan “Sayısal teknolojiler ve basın fotoğrafının doğruluk değeri”, **Yeni Türkiye**, Sayı:11, 1996.
- Derman, İhsan **Fotoğraf ve Gerçeklik**,İstanbul:Ağaç Yayıncılık,1991.
- Durkheim, Emile **Toplumbilimsel Yöntemin Kuralları**, Çeviren,Celal Bali Akal, İkinci Baskı, İstanbul: Bilim Felsefe Sanat yayınları,1985.

- Erdoğan, İrfan ve Alemdar, Korkmaz **İletişim ve Toplum** Birinci basım. Ankara: Bilgi Yayınları.,1990.
- Eryılmaz, Hüseyin **Yayımlanmamış Yük.Lis.Tezi**, Ana. Üniv. Sos.Bil.Ens.1995
- Fiske, John **İletişim Çalışmalarına Giriş**,Çev:Süleyman İrvan Ankara:Ark Yayınevi 1990
- Flusser,.Wilem **Bir Fotoğraf Felsefesine Doğru**, Çev: İ. Derman, Ağaç Yay. 1991.
- Genç, Adem ve Sipahioğlu, Ahmet **Görsel Algılama**,İzmir:Sergi Yayınları.,1990.
- Gezgin, Suat **Basında Fotoğrafçılık**, İstanbul: Der Yayınları, 1994.
- Gezgin, Ahmet **Türkiye’de Sanatın Bugünü ve Yarını**, Ankara: H.Ü.Yayınları 1985.
- Gökçe, Orhan **İletişim Bilimine Giriş** Ankara.Turhan Kitabevi Yayınları.
- Graber, Doris A. **Media Power in Politics**, İkinci Baskı,A.B.D: CQ Press.
- İnceoğlu, Metin **Tutum Algı İletişim**, Ankara: V Yayınları, 1993.
- İnal, Ayşe “Yazılı basın haberlerinde yanlışlık sorunu”, **Toplum ve Bilim**, İstanbul: Birikim Yayınları, Sayı:67, 1995.
- İnceoğlu, Metin **Güdüleme Yöntemleri**, Ankara: BYYO Yayınları, 1985.
- İçel, Kayıhan “ Günümüzde Basının Kamusal Görevleri” **Genç Gazeteciler Eğitim Semineri**,İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları,1995.
- Kavaklı,Oğuzhan “Basında Sorumluluk”,**Türk Basınının Sorunları Sempozyumu** ,Ankara:A.Ü.Yayınları 1986.
- Kirschner, Josef **Manipülasyon ama nasıl?** Çeviren:Aydın Arıtan, İstanbul Arıtan Yay,1993.
- Koru, Fehmi “Medyada Kişilik Hakları”, **Basın Kendini Sorguluyor**, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1996.
- Lester, Paul **Photojournalism**,New Jersey:L.E.A.Publishers, 1991.

- Mardin, Şerif **İdeoloji**, Birinci Basım, İstanbul: İletişim Yayıncılık, 1992
- Özkök, Ertuğrul **Kitlelerin Çözülüşü**, Birinci Baskı, Ankara: Tan Yayınları, 1985.
- Öztürk, Ramazan **Sessiz Tanık**, Birinci Basım, İstanbul: Sabah Yayıncılık, 1996.
- Postman, Neil ve Powers, Steve **Televizyon Haberlerini İzlemek**, Çev. Aslı Tunç, Birinci Basım, İstanbul: Kavram Yayınları, 1996.
- Sontag, Susan **Fotoğraf Üzerine**, Çeviren: Reha Akçakaya, İstanbul: Altıkırkbeş, 1993.
- Tartanoğlu, Ali **Baskın 'Basın'ın mı?**, Birinci Basım, Ankara: Ç.G.D. Yayınları, 1994.
- Teun, A. Van Dijk **Medya İktidar İdeoloji** Çev. Mehmet Küçük Ankara: Ark Yayınevi, 1994.
- Tokgöz, Oya **Temel Gazetecilik** Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları, 1981.
- Tolan, Barlas **Toplum Bilimlerine Giriş**, Ankara: Adam Yayıncılık, 1996.
- Turam, Emir **Medyanın Siyasi Hayata Etkileri** İstanbul: İrfan Yayıncılık., 1994.
- Yavaşgöl, Emine “Uluslararası siyasal iletişim”, **Uluslararası İletişim**, Editör Gürsel Öngören, İstanbul: Der Yayınevi, 1995.
- Yoloğlu, Nurhayat “Almanya’da Basın” **İletişim Fakültesi Dergisi**, İstanbul: İ.Ü. Basımevi, Sayı.5, 1997.
- Yüksel, A Haluk ve Demiray, Uğur **Basının Toplumsal İletişimdeki İşlevi** Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1988.
- Yüksel, A. Haluk **Konuşma ve İkna**, Eskişehir: AÜ. AÖF. Yayınları, 1994.
- Zıllıoğlu, Merih **İletişim Nedir?**, İstanbul: Cem Yayınları, 1993.