

BASINDA HABERİN ANLATIMINDA FOTOĞRAFIN ROLÜ

Yrd. Doç. Dr. Metin KASIM

Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Radyo ve Televizyon Bölümü

Fotoğrafçılık ve Grafik A.B.D. Başkanı

mkasim@selcuk.edu.tr

Özet

İçinde bulunduğumuz iletişim çağında insanoğlu hayatını düzenleyebilmek için, etrafında olan bitenden sürekli olarak haberdar olmak durumundadır. Bu nedenle en doğru haberleri en hızlı biçimde elde etmek istemektedir. Bunun en pratik yöntemi ise kitle iletişim araçlarından yararlanmaktır. Haberleri görsel olarak elde edebilmek ve hedef kitleye iletebilmek için de fotoğraflara gereksinim duyulmaktadır.

Kelime anlamı ışıkyazı olan fotoğraf; gerçeğin aynısını olmasa da görüntüsünün aynısını ayna gibi yansıtır, kaydedebilen bir tekniktir. Haberde objektiflik kavramı da aslında fotoğraf makinesinin objektifinin ayna işlevi görmesinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle fotoğraf basında kullanıldığında, öne sürülen fikirlere kanıt niteliği oluşturmakta, haberin inanılabilirliğini artırmaktadır. Aynı zamanda fotoğraf, yazıya göre daha fazla ilgi çektiği için haberlerin görülmesi ve okunmasını, daha uzun süre akılda kalmasını sağlamaktadır. Haber fotoğrafında en önemli unsur, foto muhabirinin bir olayı görüntülerken tarafsız olmaya özen göstermesidir. Aynı özeni bu fotoğrafları seçip yayınlayacak fotoğraf editörlerinin de göstermesi gerekmektedir. Bir diğer önemli husus da, gerek foto muhabirinin, gerekse editörün, alanlarında eğitimli, uzman kişiler olmaları ve basın etiğine göre hareket etmeleridir.

Anahtar Kelimeler: Haber, fotoğraf, haber fotoğrafı, basın.

THE ROLE OF PHOTOGRAPH ON NEWS DISCOURSE IN PRESS

Abstract:

The Information Age in which we live, mankind wants to know what happens around him in order to arrange his life. For that reason, he wants to get accurate news as soon as possible. The most practical way of this is to

receive benefit from mass communication vehicles. In order to get news as a visual form and deliver to target mass, it is required photos.

Photo's meaning is light-writing and although it is not the same as image, it is a technique that reflects image as a mirror and records it. In fact, the objectivity concept in news is originating from objective of photo machine performing same task. That is why, when photo is used in press, it provides evidence for ideas which are asserted and increases the credibility of news. At the same time photo attracts more attention than writing and this provides news to be read, seen and not forgotten easily. The most important factor in news photo is that photojournalist should be impartial when he displays an action. At the same time photo editors who chose and print these photos should be impartial and careful. Another important factor is that not only photojournalist but also photo editors should be educated and professionals in their fields and they should act according to press ethic rules.

Keywords: *News, photograph, news photography, press.*

GİRİŞ

Bu çalışmanın amacı; haber fotoğrafının işlevlerinin ve foto muhabirinin görevlerinin neler olduğu ve nasıl olması gerektiğinin saptanması, basında fotoğraf kullanımının haberin anlatımına katkısının ortaya çıkartılması, böylece bu konuda çalışan veya çalışmak isteyen kişilere yol gösterilmesidir. Konunun rahatça anlaşılabilmesi için, fotoğraf, haber ve haber fotoğrafı, foto, muhabiri kavramları da kısaca anlatılmaktadır. Bu konuların araştırılmasında, konu ile ilgili akademisyenlerden, foto muhabirliğini meslek olarak yapan kişilerin açıklamalarına kadar, ilgili şahısların görüşlerinden yararlanılmıştır.

İnsanlar çevrelerinde olan bitenleri anlayabilmek için duyu organlarını kullanmaktadırlar. Bizler, çevremizde bulunanlardan %78'ini görerek, %13'ünü duyarak, %3'ünü dokunarak, %3'ünü koklayarak, %3'ünü de tadına bakarak algılamaktayız. Hafızamız gördüklerimizin %40'ını, duyduklarımızın ise %20'sini muhafaza edebilmektedir (Göksel, 1987:150). Günümüzde objeleri görünür kılarak geniş kitlelere ulaştırmanın en pratik yolu, fotoğraftan geçmektedir. Televizyon ve sinema görüntülerini de fotoğraf olarak değerlendirmek mümkündür. Aradaki tek fark; TV ve sinemada 1 saniye içinde arka arkaya 24 kare fotoğraf görüntüsünün izlenmesidir (Kasım, 2005:6).

Günümüzde kitle iletişiminde kullanılan araçların büyük bir çoğunluğunda fotoğraf kullanılmaktadır. Fotoğraf, birlikte kullanıldığı

yazının değerini arttırırken, aynı zamanda zihinlerde bu haberin daha uzun süre kalmasını sağlamaktadır. Fotoğrafın bir diğer önemi de nesnelere aslına uygun olarak anlatan bir araç olmasından kaynaklanmaktadır (Kanburoğlu, fotoğrafduyam.com). Fotoğrafın resim'den en büyük farkı da buradan kaynaklanmaktadır. Resimde ressamın görmek istediği şekilde duygularını da görüntüye katmasına rağmen, fotoğrafta daha nesnel bir yaklaşım söz konusudur.

Basında fotoğraf, hem haberlerin hem de sayfa düzeninin önemli unsurları haline gelmiştir (Schlapp, 2000:129). Çünkü fotoğraf haberi tanımlayan, destekleyen, güçlendiren ve olaya tanıklık eden bir belge niteliği taşımaktadır (Bülbül, 2001:103). Fotoğrafların çoğu öyküyü, yazının yapabileceğinden daha iyi anlatır (Hopkins, 2001:184). Bu nedenle fotoğraf, basının vazgeçilmez bir unsurudur.

Fotoğrafın betimleme gücü metinden farklıdır: Fotoğraf, yorum gerektirir, duygulara seslenir, fotoğrafçının deklanşöre bastığı anın arka planıyla ilgili daha fazla bilgi edinme isteği yaratır. Yazar öyküsünü fotoğraf doğrultusunda ne kadar iyi anlatabilirse, metnin okunabilirlik ölçüsü de o kadar artar (Schneider-Raue, 2000:134). Okunan resimli ya da fotoğraflı dergilerin %60'ı fotografik yöntemlerle çözümlenmiş ilanlara ayrılmıştır. Aynı oran gazeteler için de geçerlidir. Reklam panolarının %60'lık bölümü fotoğraflarla kaplıdır. Reklam fotoğrafları üstüne, altına ve içine yazılan başlık yazısı ve metin ile birlikte bir bütünü oluşturur (İmançer, 1998:3). Aynı oran ve yorumlar dergi ve gazetelerdeki haberler ve haber fotoğrafları için de geçerlidir. Haberi ile birlikte verilen fotoğraf ya da fotoğraf ile verilen haber, bir bütünlük taşır.

A. HABER NEDİR?

Haber, Arapça bir sözcüktür. Haberin öztürkçe karşılığına salık, duyuk gibi sözcükler önerilmişse de yaygın olarak kullanılmamıştır (Yüksel-Gürcan, 2005:55). Haber, hedef kitleyi ilgilendiren ilginç, önemli ve yeni gerçeklerdir. İngilizce'de haber için news sözcüğünün kullanılmasının mantığı da buradaki "yeni" kavramıdır (Schneider-Raue, 2000:134). Haber ve habercilik üzerine yapılmış çok sayıda tanım bulunmaktadır, fakat burada hepsini vermek yerine bu tanımların ortak özellikleri üzerinde durulacaktır.

Haber, olay ya da olayların öyküsü ve özetidir. Haberin hammaddesi olay, olgu, fikir, sorun'dur. Habere konu olan olay ne kadar büyük bir kitleyi ilgilendiriyorsa o kadar çok önemli, ne kadar az sayıdaki kitleyi ilgilendiriyorsa o kadar az önemlidir. Haber, gazetecilik yapan kitle iletişim araçlarının özünü oluşturur. Haberi koklayan, toplayan ve tekniğine uygun düzenleyen gazeteci başarılı olmakta ve herkes tarafından tanınmaktadır (Bülbül, 2001:109). Burada haberi koklamak deyimi, gündemi takip ederek

nerede, ne zaman, neler olabileceğini tahmin ederek, o anda orada olabilmek olarak anlaşılmalıdır.

Habercilik, gerçek, yeni, anlaşılır, ilginç, ya da önemli olayları, basit, sade bir dille, açık ve kesin bir biçimde, taraf tutmadan haber haline dönüştürerek yayınlanmasını sağlamaktır. Haber, okunduktan ya da dinlendikten sonra hedef kitlenin zihninde soru işaretleri kalmamalıdır (Girgin, 2003:76). Haber yapılırken, haber değeri olarak bilinen zamanlılık, yakınlık, önemlilik, sonuç, insanın ilgisini çekme kriterlerine uyulmalıdır (Tokgöz, 2006:222).

Haberin yeni ve güncel olması, olayın meydana geldiği an ile haberin yayınlandığı zaman arasında kalan sürenin kısalığını ifade eder. İlginçlik ise, normal kabul edilenden farklı olan her şey anlamına gelir. Bir olayın siyasi, ekonomik ve kültürel yaşamı doğrudan etkilemesi ise, o konunun önemini ortaya koyar. Bu tür haberler genellikle “hard news) (ciddi haberler) olarak nitelendirilir (Schlapp, 2000:19).

Haberde gerçeklik, olmazsa olmaz bir ilkedir. Haberlin gerçekliği haber kaynağının güvenilirliğine ve kişiliğine, deneyimlerine, toplumsal beklentilerine ve etik değerlerine bağlıdır (Girgin, 2003:76). Lipmann’a göre, haberin fonksiyonu; olayları belirtmesi, saklanan gerçekler üzerine ışık tutmasıdır (Yüksel-Gürcan, 2005:56). Tabii ki gerçekler her zaman saklı olmak zorunda değildir, ancak insanların kendi imkanları ile ulaşamadığı, öğrenemediği gerçek bilgilerin ortaya çıkartılması habercinin görevidir.

İnsanların ortak yanlarına ve zaaflarına seslenen olaylar, durumlar, kişiler, yerler ilgi çeker. Çünkü bu tür haberlerle okuyucu, kendisiyle olaya konu olan kişiler arasında bağlantı kurar (Aslan, 2002:49). Okuyucular öncelikle kendilerini ve çocuklarını etkileyen haberlerle, daha sonra başkalarını etkileyen haberlerle ilgilenirler. İnsanlar normalde çok uzaklarında olan bitenle ilgilenmezlerken, kendilerini ya da ülkelerini de etkileyebilecek türde büyük krizler söz konusu olduğunda bu tip haberler ile de ilgilenebilirler (Haris-Spark, 2000:5). Buradan şöyle bir sonuç çıkmaktadır: İnsanlar önce kendilerini etkileyecek olay ve durumlar ile sonra yakınlıklarını etkileyecek olay ve durumlar ile ilgilenmektedirler. Buna bağlı olarak, coğrafi bakımdan düşünülecek olursa, insanlar önce kendi yakın çevrelerindeki olay ve durumlarla, sonra ise uzak çevrelerindeki olay ve durumlarla ilgilenmektedirler.

Girgin, haberleri genelde üç türe ayırmaktadır: Birincisi; trafik kazası, cinayet gibi olayları ele alan eylem haberleri, ikincisi; basın konferansı, açık oturum gibi konuları ele alan söylem haberleri, üçüncüsü ise; ilk iki türün eşit ağırlıkta ele alındığı eylem-söylem haberleridir (Girgin, 2003:83). Konuyu, gazetecilik eğitimi açısından ele alan Tokgöz ise, nitelikleri

bakımından, haberleri dört kümede ele almaktadır: Birincisi; konuları bakımından her zaman ortaya çıkabilecek türdeki genel haberler, ikincisi; fazla yoruma ihtiyaç olmadan yazılabilecek türdeki konulu haberler, üçüncüsü; muhabirlerin konu hakkında araştırma yapmasını, bilgi sahibi olmasını ve yorumlamasını gerektiren karmaşık haberler, dördüncüsü ise; konu itibarı ile uzmanlık isteyen ve muhabirin yorumunu zorunlu kılan özel konulu haberlerdir (Tokgöz, 2006:219).

Bir olayın habere dönüşecek kadar önemli olabilmesi için aşağıdaki haber değerlerinin bir ya da bir kaçını taşıması gerekir: (Aslan, 2003:136).

“Şok edici bir nitelik taşıyor olması (başbakanın ölümü/savaş çıkması),

Olağan dışı bir nitelik taşıyor olması (iki başlı bir bebeğin doğumu),

Yakında meydana gelecek olması(ay tutulması, nüfus sayımının yapılacak olması),

Belirli bir coğrafi yakınlıkta meydana gelmiş olması,

Duygularla ilgili bir yan taşıması (yeni doğmuş bebeğin camii avlusuna bırakılması),

Sıklık taşıması/tekrarlanması (kentte kapkaç olaylarının sıklaşması),

Bir ihtilaflı konunun varlığı (kente yapılacak yeni bir kültür merkezinin yeri üzerine farklı görüşlerin varlığı),

Eğitici bir nitelik taşıması (TV deki bazı programların çocuklar üzerine olumsuz etkileriyle ilgili araştırma yapılmış olması),

Kamuyu ilgilendiren bir konuda uyarıcı nitelik taşıması (Kentin içme sularının kirlenmiş olması),

Çok sayıda kişiyi ilgilendirmesi (seçim sonuçları),

Meşhur biriyle ilgili olması,

Merak uyandırması”.

Her haber için bu unsurların tamamının bulunması gerekmediği gibi, bu unsurların dışında kalan, o güne kadar haber yapılmamış, ama gündeme getirildiğinde kamunun ilgileneceği türden haberler de söz konusu olabilir.

B. FOTOĞRAF NEDİR?

Fotoğraf sözcüğü, Yunanca'daki ışık anlamına gelen photoa ve yazı anlamına gelen graphe sözcüklerinin yan yana gelmesiyle oluşmuştur (Bülbül, 2001:104). Ardı ardına okunduğunda, "ışık yazı" anlamı ortaya çıkar. Burada anlatılmak istenen, ışığın yansıtılması ve yansıyan ışığın içindeki görüntünün kaydedilmesidir.

İnsanlar, dış dünyaya ilişkin bilgilerin büyük bir bölümünü görme duyusu ile sağlamaktadırlar. Görsel algılar, bireyin davranışlarında diğer duyu organlarına oranla daha büyük bir etkiye sahiptir (Tekler, 2003:76). Fotoğraf da bu etkiyi sağlayan önemli bir araçtır. Fotoğrafın iletişim çağındaki rolü son derece büyüktür. Fotoğraf, görselliğe yeni ufuklar açan, doğayı ve yaşamı görüp gördüren, çağdaş ve dinamik bir sanat alanıdır. Görselliğin diğer alanları olan sinema ve televizyon da bugünkü durumlarını fotoğrafa borçludurlar (Çizgen, İnsan Kaynakları Com). Çünkü bu araçların teknik altyapısı fotoğrafa dayanmaktadır.

Fotoğraf, sahip olduğu inandırıcılık sayesinde, insanların kendi gözlerinden sonra en güvendikleri araç konumundadır. Bu yüzden, gazeteler olayların doğruluğunu pekiştirmek amacıyla, yoğun olarak fotoğraf kullanılmaktadırlar. Bunun yanında, yazıyla dolu olan gazetelerde, fotoğraflar dikkat çekici öğeler olarak da kullanılmaktadır. Binlerce kelime arasında fotoğraflar, hem gazeteyi görsel açıdan daha güzelleştirmekte, hem de okurun dikkatini toplamakta ve yönlendirmektedirler (bydigi.net). Deneyimli ve işi bilen gazeteciler fotoğrafın bu özelliklerinden yararlanmayı da iyi bilirler.

Fotoğraf, bir iletişim aracı olarak kullanıldığı zaman, rengi, içeriği ve kadrajı ile bir iletide en önemli unsur olmakta, konuya aykırı bir fotoğraf kullanıldığı zaman ise ters bir etki yapabilmektedir (Kanburoğlu, fotoğrafdunyam.com). Fotoğraf, kültürel ve toplumsal bir işleve de sahiptir. Her görüntünün bir anlamı vardır ve bir bilgiyi bir iletiyi taşır. Anlatının iki bölümü vardır: Birinci bölümü öykü, ikincisi ise; var olanlar olarak adlandırılabilir (karakter, dekor ve sahnedeki nesnelere) olan bir anlatma biçimidir. Öykü, anlatıda neyin olduğunu tasvir ederken, anlatma biçimi ise nasıl olduğunu ortaya koyar (Algan, 1999:59). Dikkat edilmesi gereken bir husus var ki o da bazı sembol veya göstergeler farklı kültürlerde farklı anlamlara gelebilir. Bu nedenle hangi topluma hitap edilecekse görüntü veya mesajlar ona uygun olarak düzenlenmelidir. Fotoğrafın amacına ulaşabilmesi için, bilinçli kullanılması gerekir.

Fotoğrafın gerçeklikle ilişkisi üç yönden kurulabilir: Birincisi; dış dünyadaki gerçeklik, ikincisi; fotoğrafçının gerçekliği, üçüncüsü; kendisine sunulan görüntüde gerçeği arayan izleyicinin gerçeği (Parsa, 1987:156). Fotoğraf görüntüsü, kamerayı değil, kameranın arkasındaki gözün sahibini

yansıtır (Emre, 1997:16). Burada gerçeklik kavramındaki öncelik, foto muhabirinin gerçekliğinde bulunmaktadır. Önemli ve öncelikli olan gerçeklik ise dış dünyadaki gerçeklik olmalıdır.

Fotoğrafın çekiciliğinin nedeni, yaşama çok yakın olmasındandır. Fotoğrafın geçmişten devraldığı bir geleneği olmadığı için, fotoğrafçılar, işe insanları günlük yaşamda oldukları gibi görüntülemekle başlamışlardır. Niepce, 1823 yılında ilk fotoğrafı olan “hazır sofrayı” çekebilmek için 14 saatlik bir pozlandırma süresine ihtiyaç duymuştur. Bu fotoğraf ile görüntü ve gerçeklik arasında ilişki kuran ilk kişi olarak tarihe geçmiştir (Berger, 1981:95). Burada belirtilmesi gereken önemli bir husus bulunmaktadır: O zamanlarda fotoğraf kimyasallarının ışığa karşı az duyarlı olması, fotoğraf çekim sürelerinin de uzun olmasına neden olmaktadır.

Sullivan, reklam fotoğrafı için; “okuyucuya ürünün nitelikli olduğunu sözlerle anlatmak, asla bunu göstererek anlatmak kadar etkili olamaz” demektedir (Sullivan, 2002:69). Aynı ifadeyi haber fotoğrafı için de söylemek mümkündür. Öyle fotoğraflar vardır ki sayfalar dolusu yazı ile anlatılamayan duygu ve düşünceler, tek bir fotoğraf karesi sayesinde kolayca anlatılabilir ve uzun süre akıllarda kalabilir.

C. HABER FOTOĞRAFI NEDİR?

Haber fotoğrafı, foto muhabirinin kendisinin gördüklerini, mümkün olduğu kadar aslına sadık kalarak başkalarına da göstermesi, haber olarak iletmesidir (Yurdalan, 2003:150). Bir muhabirin bilgi ve düşüncelerini aktarmak için kullandığı yöntem haber adı verilirken, içerik ve anlatımında bilgi ve düşüncenin derli toplu biçimde fotoğrafla anlatımına da haber fotoğrafı denilmektedir (fotografya.gen.tr).

Haber fotoğrafçılığı sayesinde, kendi zamanına kayıtlı olay, daha sonraki zamanlara taşınabilme esnekliğine kavuşmaktadır. Haber fotoğrafçılığının bu özelliği sayesinde, o anı yaşamayan insanlar, olaylardan haberdar olabilmektedirler (bydigi.net). Aynı zamanda fotoğraflar ve haberler de ölümsüzleşmiş olmaktadır.

Haber fotoğrafı, okuyucuyu bilgilendirici işlev üstlenir. Basında fotoğrafın kullanılması okumayı hızlandırır ve kolaylaştırır, anlamsal yoğunluğu artırır. Satırlar dolusu yazı ile anlatılamayan mesajlar küçük bir fotoğraf ile anlatılabilir (Gezgin, 2003:91). Bu sayede gazeteye haber hazırlayanların işi de kolaylaşmış olur.

Haber fotoğrafı sadece teknik değil, aynı zamanda düşünsel bir üründür. Bir fotoğrafın niteliğini belirleyen en önemli öğe, fotoğrafı çeken kişinin düşünsel birikimini fotoğraf karesine aktarabilme becerisidir (bydigi.net). Burada anlaşılması gereken, foto muhabirinin şahsi fikirlerinin.

fotoğrafa aktarılması değil, gazetecilik bilgi ve tecrübelerini kullanarak haberi en iyi yansıtabilecek fotoğrafları çekebilmesidir.

D. HABER FOTOĞRAFÇILIĞININ TARİHÇESİ

Fotoğrafın geçmişini tarih öncesi çağlara dayandırmak mümkündür: Bunun nedeni, fotoğrafın altyapısının mağara duvarlarına çizilen resimlerle başlamış olmasıdır. Çizilen bu ilk şekiller resim sanatının, resim ise fotoğrafın temelini oluşturmuştur (Kasım, 2003:69). Aslında mağara duvarlarına çizilen resimler bile haber niteliği taşımaktadır. Çünkü, ilkel insanlar bu resimler ile başkalarına nereye gittiklerini veya hangi hayvanı avladıklarını, çizerek haber vermişlerdir.

İsa'dan önce beşinci yüzyılda Çin'li filozof Mo Ti, dört tarafı kapalı karanlık bir odanın tam orta noktasını iğne deliği ile açıp karşısına ipek perde asarak, bu delikten geçen görüntünün perdeye yansımını sağlamıştır. Bu aygıt onbirinci yüzyılda Arap astronomi bilginlerince Güneş tutulmasını izlemek için kullanılmıştır. Yunan filozofu Aristo bu esere camera obscura (karanlık kutu) adını vermiştir (Kılıç, 2002:14). 1550 yılında Cardano tarafından camera obscuranın deliği önüne bir mercek yerleştirilerek daha kaliteli görüntü elde edilmesi sağlanmıştır (Kanburoğlu, 2002:11). Mercek takıldıktan sonra fotoğraf makineleri, bugün kullandığımız makineler ile aynı sisteme sahip olmuşlardır.

Fotoğrafın tarihi denildiğinde, üzerinde durulması gereken ilk konu; yüzey üzerinde bir nesnenin görüntüsünün elde edilmesi, ikincisi ise; bu görüntünün bir zemin üzerine kaydedilmesidir (Kılıç, 2002:13). Bu bakımdan düşünülecek olursa yüzey üzerinde görüntünün elde edilmesi; İsa'dan önce beşinci yüzyılda Mo Ti tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu görüntünün kaydedilebilmesi ise, ondokuzuncu yüzyılı bulmuştur.

Asırlar süren kimyasal ve teknik çalışmalar, 1826 yılında, Fransız Joseph Niepce'nin, evinin penceresinden yakaladığı görüntü ile sonuçlanmış, ancak O'nun ölümü üzerine çalışmaları arkadaşı Jacques Mande Daguerre tarafından tamamlanmıştır. Bulunan bu aygıt, Daguerreotype ismi verilerek 1839 yılında tüm dünyaya duyurulmuştur. Bu aygıt sayesinde gerçeğin görüntüsünün aynısının kaydedilebilmesi sağlanmıştır. Aynı yıl, Daguerreotype ekipmanları ile birlikte, Marsilya'dan gemi ile başlayan ve Doğu'ya uzanan ilk fotoğraf gezisine çıkmıştır. Ressamlar, din adamları ve maceraperestlerin de katıldığı bu gezide Kudüs, Şam, Beyrut ve İzmir illerine de uğranmıştır (Özendes, 1992:10). Uluslar arası ilk fotoğraf gezisinin Batı'ya değil de Doğu'ya yapılmış olmasının farklı nedenleri olabilir. Bunlardan birincisi; medeniyetlerin Doğu'dan

Batı'ya doğru yayıldığına inanılması, ikincisi ise, Kudüs'ün Hıristiyanlar için kutsal sayılmasıdır.

19. yüzyılın başlarında fotoğraf makinesinin icadı, günlük yaşamda görsel iletişimi çok ciddi bir şekilde yeniden canlandırma sürecini başlatmıştır. Fotoğraf makinesi, söz ve görüntü arasındaki ilişkide matbaa kadar güçlü bir etkiye sahip olmuştur (Grill ve Sconlon, 2003:10) Eastman Kodak'ın filmi icat etmesinden (Kanburoğlu, 2003:7) sonra, fotoğraf makinesi kullanımı dünyada hızla artmış ve bu aygıt da hızlı bir biçimde teknik ilerlemesini sürdürmüştür. Bu gün gelinen noktada film ile çalışan fotoğraf makineleri de eski önemini yitirmiş, onların yerine bilgisayar teknolojisini kullanan yüksek pikseli fotoğraf makineleri geçmeye başlamıştır.

Haber fotoğrafının ilk örneği, 14 Ekim 1843 yılında bir olay fotoğrafının çekilmesi ile ortaya çıkar. Bu fotoğrafta imparatorun temsilcisi, İmparatorluk Yüksek Komiseri Ky-İng ile bin yıllık bir barış antlaşması imzalayan Fransa Başkonsolosu M. Lyrene'i görüntüleyen kişi, Çin'de Whampoa hizmetinde çalışan Jules Itier isminde bir gümrük memurudur (Gezgin, 2002:1).

Basında haber fotoğrafçılığı, Roger Fenton ile başlar. İngiliz fotoğrafçısı Roger Fenton ve asistanı Szatmary-Popp, 1856 yılında Rus, Türk, İngiliz, Fransız askerlerinin katıldığı Kırım Savaşı'nı görüntülemek için Kırım'a giderler. Kraliçe Victoria, Fenton'un İngiliz askerlerine eşlik etmesine izin verir ancak ölüleri ve kanlı üniformalı askerleri çekmesine izin vermez (Gezgin, 2002:3). Bu durum basın fotoğraflarına konulan ilk sansür olarak değerlendirilebilir.

1860 Meksika Savaşı sırasında Fransız fotoğrafçı François Aubert, önemli bir fotoğraf belgeseli hazırlamıştır. Bu fotoğraflar içinde İmparator Maximilien'in infaz görüntüleri de yer almıştır. 1860-1864 yılları arası cereyan eden Amerikan iç savaşı da haber fotoğrafçılığına bir canlılık getirmiştir. 1862-1865 yılları arasındaki Bölünme Savaşı sırasında Mathew Brady ve arkadaşları Abraham Lincoln'u öldürmeye çalışan suikastçıların asılmasıyla ilgili olarak 8000 kare fotoğraf çekmişlerdir. Brady, 1860 yılında başkanlık seçimleri için Lincoln'ün fotoğraflarını çekerek, portre fotoğraflarının basına girmesini sağlayan ilk kişi olmuştur (Gezgin, 2002:4).

Kolombiya Üniversitesi Gazetecilik Okulu kurucusu Joseph Pulitzer de 1890'lı yıllarda okurları gazete resimlerine alıştıran ilk kişi olarak basın tarihine geçmiştir. Gazetelerde çizgi kopyalar yerine doğrudan fotoğrafların yer alması ise 19. yüzyıl sonlarına doğru Alman'ların klişe tekniğini geliştirmesinden sonra başlamıştır. Bu tarihten sonra fotoğraf giderek

gazetelerin vazgeçilmez unsurlarından birini oluşturmuş, binlerce sözcüğün başaramadığı etkiyi gerçekleştirmeye başlamıştır (Bülül, 2001:103).

E. HABER FOTOĞRAFININ NİTELİKLERİ

Fotoğraf, iletişimin temel araçlarından biridir. Her aracın kendi dili olduğu gibi fotoğrafın da dili, anlatım kuralları ve söyleyiş biçimi vardır. Aynı şekilde fotoğrafın kendine özgü gerçeklik bağları, inandırma gücü vardır. Tıpkı söz, çizgi, yazı gibi fotoğraf da gerçekliği kendi sınırları içinde yeniden kurgular. Yani fotoğraf da gerçeği çarpıtabilen, bağlamından koparabilen, yalan söyleyebilen bir araçtır. Bu aracı kullanan fotoğrafçı çektiği fotoğrafa kendi yargılarını da katabilir. Fotoğraftaki gerçeklik, büyük oranda fotoğrafçının algıladığı, yorumladığı gerçekliktir (Yurdalan, 2003:151). Haber fotoğrafında önemli olan ise, fotoğrafçının haber fotoğraflarına kendi duygularını karıştırmaması, nesnel davranabilmesidir.

Haber fotoğrafı, sadece haberin olduğu yerde bulunmaktadır. Dolayısıyla foto muhabirinin, önce doğru görmesi ve onu uygun ve hızlı bir şekilde yansıtması gerekmektedir (Özbilici, byegm.gov.tr). Fotoğrafçının tanık olarak yarattığı görüntü, haberci kimliğiyle taşıdığı sorumluluktan ayrı düşünülemez. Sadece bu nedenle bile bağımsız bir iletişim dili olarak, fotoğraf kullanan habercinin tutarlı ve dürüst yaklaşımıyla fotoğrafladığı konuya olduğu kadar, fotoğraflarını görecekt olanlara da saygılı ve insanlığın ortak değerlerini savunan bir bakışa sahip olması gerekir (Yurdalan, 2003:151).

Fotoğraflar, gazetede haberlerin etkisini arttırmalarının yanı sıra, aynı zamanda sayfa düzeninin yapılmasında da yardımcı unsurlardır. Eğer muhabirler düzenli haber getiriyorlarsa, haber sayfaları kolaylıkla doldurulabilir, fakat fotoğraf için durum farklıdır: Bir kez kullanılan fotoğraf, tekrar kullanılmaz (Haris-Spark, 2000:21).

Haber fotoğrafında amaç, insanın içinde bulunduğu durumun özünü tam yakalayabilmek ve bunu onu görenlere tam ileterek, onların zihinlerinde kuşku kalmamasını sağlamaktır (Caalder-Garret, 1998:110). Eğer bir karede yer alan imgelerden her biri konuyu destekleyen duruşa, bakışa, konuma vb. sahip değilse, fotoğrafın etkisini düşürür. Kullanılan çekim açıları da konunun anlamını güçlendirir ya da zayıflatır. Genel çekim, olayın geçtiği yeri tanımlayarak atmosferi belirtir. Orta genel çekim, olayda yer alan kişilerin ya da nesnelerin birbiriyle ilişkisini tanımlayarak durum belirtir, yakın çekim ise olayın ayrıntısına girerek, bütün bu bilgileri tamamlar (Yurdalan, 2003:157). Genel çekim, insanların ya da nesnenin içinde bulunduğu mekan ile birlikte görüntülendiği çekim ölçeğidir. Mekanın ve arka planın etkileyici gücünden faydalanılmak isteniyorsa, genel çekimden yararlanılabilir (Yolcu, 2001:99). Göğüs çekiminden başlayarak gitgide yakın plan çekime geçen, omuz, baş ve ayrıntı çekimleri ise daha çok

kişilerin ifadelerini ya da psikolojik durumlarını yansıtmak amacı ile kullanılırlar (Kasım, 2005:86).

İyi bir haber fotoğrafı, haberin özünü yansıtmalıdır. Fotoğrafın içindeki insanlar olayın temel kahramanları olmalıdır. Fotoğraftaki insanlar durağan görüntüleri ile değil, eylem halinde iken görüntülenmelidir. Fotoğraflar hikayeyi göstermeli ve daha canlı hale getirmelidir (Harris ve Spark, 2000:21). Bunun için haber konusu yakından çekilmeli ve anlaşılabilir büyüklükte basılmalıdır. Haberin içinde geçtiği çevre de görüntü alanı içinde olmalıdır (Shlapp, 2000:129).

Fotoğraf, haberin bir özetidir ve çoğu zaman çok büyük gazeteler hiç uzun haber yazmadan üç satırlık ama çok sağlam, doğru bilgiyle donanmış alt yazıyla kocaman bir fotoğraf verilebilir (Özbilici, byegm.gov.tr). Bir Türk atasözünde de belirtildiği gibi önemli olan, “az söz ile çok iş yapmaktır.” Eğer fotoğraf konuyu anlatabiliyorsa yazıya fazla iş kalmamış demektir.

Gazetelerdeki haber fotoğrafları okurların fotoğraf albümlerine koydukları fotoğraflardan farklı olmalıdır. Fotoğrafı ilginç hale getiren, insan belleğinin saklayamadığı bir anı dondurmasıdır. Fotoğraf gerçek ya da gerçeğin kopyası değildir. Gerçeği yalnızca resmeder ve yorumlar (Schneider-Raue, 2000:134).

Fotoğrafın etkisini gösterebilmesi için yeterli büyüklükte olması gerekir. Fotoğraf metindeki habere görsel açıdan anlamlı bir katkı sağlamalıdır. Çünkü haber fotoğrafları metne canlılık kazandırmalarının yanı sıra bahsi geçen olaya yönelik de kanıt niteliği taşırlar (Schlapp, 2000:129).

Haber fotoğrafları, foto muhabiri ile fotoğraf editörünün birlikte yapacağı çalışma sayesinde, haber diline sahip daha çok fotoğrafın kullanımını sağlar. Bir fotoğrafın yayına hazır hale gelmesi için, tarih, yer ve konuyu belirten altyazısı ile fotoğrafçı imzasının bir arada bulunması gerekir. Fotoğrafın ayrılmaz parçası olan bu kısa metinler, görüntüyü bağlamından ve muhabirin kimliğinden koparmayacak en önemli unsurdur (Yurdalan, 2003:158).

Fotoğrafı kullanmadan önce şu soruların cevaplanmasında yarar vardır: Fotoğraftaki hangi unsur haberi açıklamaktadır? Hangi unsurlara gerek yoktur? En dramatik ve ilginç görüntü nasıl yakalanır? En açık ve net fotoğraf ile en iyi kontrast nasıl sağlanır? (Sucu, 2003:170). Bu sorulara bulunan cevaplardan sonra kullanılan fotoğraflar daha etkin fotoğraflar olacaktır.

İnsanların olayı yaşarken çekilen doğal fotoğrafları, sonradan oluşturulan yapay fotoğraflardan daha fazla etki yaratır. Bu nedenle

vesikalık fotoğraf gibi çekilmiş donuk fotoğraflar kullanılmamalıdır (Shlapp, 2000:129). Felaket, cinayet ve kaza haberlerinin fotoğrafları sadece toplumsal bir yarar sağlayacak ise yayınlanmalıdır, aksi halde mide bulandırabilir veya olumsuz tepkiler alabilir (Gezgin, 2002:98).

Medyada kullanılan fotoğraflar, gösteren ve anlatan fotoğraflar olmak üzere iki yaklaşımla adlandırılabilir. Gösteren fotoğraflar, haber metninde anlatılanları doğrulamak ve sadece “bu olay orada, o zaman oldu!” gibi unsurların sadece birini içerecek biçimde, anlatım gücü yetersiz, bir yan öge olarak değerlendirilir. Gösteren fotoğrafların sadece renk ve süsleme unsuru olarak kullanımı da hayli yaygındır. Fotoğrafı kendi başına bir dil olarak algılayan, fotoğrafı haberin tamamlayıcısı değil, bağımsız bir unsur olarak gösteren fotoğraflara ise anlatan fotoğraflar denir (Yurdalan, 2003:153). Ciddi basın kuruluşları gösteren fotoğraflar yerine, anlatan fotoğrafları tercih ederler.

Haber fotoğrafı olarak üretilen bir görüntü, bir sergi salonunda sanat fotoğrafı, bir antropolojik yayında bilimsel fotoğraf, bir aile albümünde kişisel bir tanıklık olarak farklı algı kanallarına yönelebilir. Bu durum fotoğrafçının bilgisi ve iradesi içindeyse sorun yaratmaz fakat fotoğrafı çekilen konu insan ise, onu alçaltıcı ya da onurlandırıcı kullanım şekli etik problemler yaratabilir (Yurdalan, 2003:160). Etik sorunlar dışında, yasal problemlerin de göz ardı edilmemesi gerekir.

Haber fotoğrafları çekilirken ya da seçilirken gerekli görüntüler alınmalı, gereksizler alınmamalıdır. Fotoğraflarda yanlış anlaşılmaya yol açacak yönlendirici müdahalelerden kaçınmalıdır (Shlapp, 2000:130). Bu seçimin doğru yapılabilmesi, foto muhabirinin ve fotoğraf editörünün haberciliği ve gazeteciliği iyi bilmesi ile mümkün olabilir.

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

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

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

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

4) Haber fotoğrafçılığı sözcükler ve fotoğrafların birleşiminden

oluşan bir dil ile iletişim kurmaktadır.

5) Haber fotoğrafçılığının konusu insandır.

6) Haber fotoğrafçılığı büyük bir kitleyle iletişim kurmaktadır. Bu yüzden mesaj birçok farklı insan tarafından anında anlaşılabilir kadar özli olmalıdır.

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

8) Haber fotoğrafçılığının temel düşüncesi, bugünün karmaşık dünyasında halkı bilgilendirmenin kaçınılmaz gerekliliğidir”

Haber fotoğrafçılığı için bu nitelikler sıralanmış olsa da kimi zaman fotoğrafçılığın diğer türleri için çekilmiş fotoğraflar, bazen haber fotoğrafı olarak kullanılabilir gibi, haber amaçlı çekilmiş fotoğraflar da sonradan reklam veya sanat fotoğrafı olarak kullanılabilir.

F. FOTO MUHABİRİNİN NİTELİKLERİ

Burada, foto muhabiri diye kimlere denildiği ve haber fotoğrafçılığı yapan bu kişilerin hangi özelliklere sahip olması gerektiği üzerinde durulmaktadır.

Foto muhabiri, tanık olduğu olayları veya durumları teknik ve entelektüel bilgisiyle izleyen, gazetecilik birikimi ile takip eden, gerekli etik süzgeçlerden geçirip yayın kuruluşuna gönderen kişidir (Sevi, fotomuhabiri.com). Foto muhabiri, sıradan bir kayıt tutucu gibi değildir. O, fotoğraflarıyla mesaj oluşturan, haber veren, bilgi taşıyan iletişimcidir. (Yurdalan, 2003:152).

Haber fotoğrafçılığı hareketi, dinamizmi gerektirir. Gazetecilik bilgisi olmayan, haber toplama ve yazma tekniklerini bilmeyen kişiler haber fotoğrafı çekemezler. Başarılı bir foto muhabiri, haber içeriğini objektifi ile yakalayabilen, başka bir deyişle konuşan fotoğraflar çekebilen kişidir (Bülbül, 2001:103).

Foto muhabiri görüntüsünü oluştururken, karşısındaki sahnenin hangi unsurlarının fikirlerini destekleyeceğini, hangilerinin ise, aykırı düşeceğini bilmelidir. Etkin bir kompozisyonla birlikte sunulan kışkırtıcı bir fikir, zihinsel tepkiye yol açar. Böyle bir fotoğrafın üzerinde konuşmaya ve düşünmeye değer (Gril ve Scanlon, 2003:21). Foto muhabiri bu gerçeği göz ardı etmemelidir.

Haber kokusu alabilmek, iyi bir haberi ortaya çıkaran güdüdür. Çarpıcı bir haberi diğer muhabirlerden önce yakalayabilmek için, dedektif gibi iz sürmeyi öğrenmek gerekir. Bir hikayenin haber niteliği taşıyıp taşımadığına karar verdikten sonra, iyi bir bakış açısının bulunması gerekir. (Browne, 2001:110). Foto muhabirleri de kendi aralarında rekabet halindedirler. Önemli bir olayı herkesten önce görüntüleyip yayınlatabilen

muhabir, yayın kuruluşlarınca önemsenir, aksi durumlarda ise, her an işinden olma tehlikesi ile karşılaşabilir.

Foto muhabirinin işini mutlaka sevmesi gerekir. İşini severek çalışan muhabir, daha başarılı olabilir. Öyle kritik anlar vardır ki, çok önemli fotoğraflar elde edilebilir, ama muhabir gerektiğinde insanlara yardımcı iyi bir fotoğrafa tercih edebilmeli ve “önce insanım” diyebilmelidir (Özbilici, byegm.gov.tr). Fotoğrafçının silahı fotoğraf makinesidir ve onu diğer silahların tersine, insan öldürmek için değil, insanlar öldürülmesin diye kullanması gerekir (Öz, fotografiya.gen.tr).

Farklı kültürlerden insanlar, “anlatan” bir haber fotoğrafındaki öğelere ortak anlamlar yükleyerek birbirine yakın sonuçlara ulaşırlar. Haber fotoğrafçısı bu avantajı da kullanarak fotoğrafını, içinde bulunduğu zamana ve coğrafyaya bağlı kalmadan, tüm dünyaya yönelik kurgulayabilir (Yurdalan, 2003:154). Bunu yaparken tüm dünyaca bilinen ortak değerler kullanılmalıdır. Aksi takdirde bir toplumda normal karşılanan görüntüler, başka bir toplumda anormal görülebilir.

Foto muhabirinin görevi, her konuda olduğu gibi sıcak ve ani fotoğraflarda da estetik kaygılar güden, konuyu ön plana çıkaran ve iyi anlatan, rengi - tonu, kadrajı göze hoş görünen fotoğraflar çekmektir. Estetik kaygı güdülmeyen, basın fotoğrafı çekim ilkeleri gözetilmeden çekilen fotoğraflarla çıkan gazeteler, ne gazete editörlerini ne de okurlarını tatmin etmektedir (Uzun, fotomuhabiri.com). Muhabirin kendi gazetesi için takip ettiği haber ne olursa olsun, yeni olmakla kalmamalı, aynı zamanda en iyisi ve en doğrusu olmalıdır (Haris- Spark, 2000:5).

Foto muhabiri, haberini yapacağı olay ya da durumu, haber metnini yazacak muhabir kadar araştırmalıdır. Bu araştırma, zamana karşı yarışan fotoğrafçı için zaman kaybı gibi görünse de, topladığı bilgi sayesinde çekeceği görüntülerin ana başlıkları kafasında oluşacağı için, doğru ve isabetli kararlar vermesini sağlayacaktır. Foto muhabirinin, çekime başlamadan önce yapması gereken işlerden biri de, çalışacağı alanı gözlemektir. Gerek ışık, gerek olaya yakınlık, gerekse bütünü görebileceği yeri seçmek için, çalışma alanını taraması gerekir. Foto muhabirlerinin yaşadığı temel sorun olan, ne çekeceğini bilememe hali ya da klişe görüntülerle yetinme durumu bu sayede ortadan kalkacaktır (Yurdalan, 2003:152). Basın konferansları veya mitingler gibi faaliyetler, foto muhabirleri için avantajlı haber konularıdır, çünkü mekanları önceden bellidir. Foto muhabirinin bu tip mekanlara erken gidip, çalışma planı yapmasında fayda vardır.

Foto muhabiri etrafında olanları ve olabilecekleri anlamaya çalışmalı, konuya konsantre olmalı, duyguları uyaran çarpıcı fotoğraflar çekebilmelidir. Bu tür fotoğraflar çekebilmek için, gerekirse olayın en

yakınına ulaşmalıdır (Caalder J, Garret J, 1998:110). Bazen konu ile ilgili kişilerin portrelerini çekmesi de gerekebilmektedir. Portre çekimlerinde konunun objektife bakması, istenmeyen bir durumdur. Konu kameraya baksa bile, yüzünde kişiliğine ya da olaya özgü bir anlam olması beklenir. Bu nedenle foto muhabirinin çalıştığı ortamda kendini ve objektifini unutturması, olayın görünmeyen tanığı olarak fotoğraf çekmesi gerekir (Yurdalan, 2003:160).

Muhabirin göreve başladığı günden itibaren yapması gerekli önemli çalışmalarından biri de faydalı olabilecek kişilerin adlarını ve telefon numaralarını, yanlarına işleri ve ilgi alanlarını belirten ufak notlar düşerek iribat kitabına yazmaktır. Bu kişilerle sürekli temas halinde olunmalıdır (Browne, 2001:120). Çünkü kimi zaman yapılacak bir haber için bu kişilerden bilgi alınabilecek iken, kimi zaman da bu kişiler muhabir ile bağlantıya geçerek yeni bir haberi bildirebilirler.

Foto muhabiri fotoğraf makinesini çok iyi kullanabilmeli, makinesinin ayarlarını yapmaya çalışırken, haberi kaçırmamalıdır. Foto muhabirinin yanında farklı mekanlarda rahat ve hızlı çalışabilmesini sağlayacak türde (18-135 ve 70-300 mm gibi) zoom objektifler bulunmalıdır.

Haber fotoğrafçıları sıradan bir fotoğrafçıya oranla çok daha büyük bir özveriyle, haberin olduğu her yerde bulunarak, gazete okuyucuları için haberleri görselleştirmektedirler. Bu yüzden eline fotoğraf makinesi alan her kişiye ya da rastlantı sonucu önemli bir haberi görüntüleyen bir kişiye, haber fotoğrafçısı denilemez (Arıcan, bydigi.net).

Foto muhabiri çektiği fotoğrafların yanlış anlaşılmasını veya yanlış kullanılmasını engellemek için, fotoğrafları yazı işlerine teslim etmeden önce fotoğraflarına alt yazı yazmalıdır (Shlapp, 2000:129). Fotoğraf alt yazısı, haber metninden bağımsız olan ve fotoğrafı özetleyen, birkaç cümleden oluşan özet haberdir.

Muhabir, haberini yaşanmış olaylar, durumlar ve açıklamalar üzerine kurmak zorundadır. Olayları, durumları ve açıklamaları bir araya getirirken bazı sorular sormalıdır. Bu sorular, gazetecilikte 5N 1K olarak nitelendirilir ve şu sözlerden oluşur: Ne oldu?, Nerede oldu?, Ne zaman oldu?, Nasıl oldu?, Neden oldu?, Kim yaptı?. İster magazin haberi, isterse siyasi bir haber olsun, her haberde bu 6 unsurun bulunması zorunludur (Aslan, 2003:138). Bu soru veya sözcükler foto muhabirinin haberini hazırlarken kullanacağı anahtar sözcüklerdir (Browne, 2001:117).

SONUÇ

Bir atasözünde “söz uçar, yazı kalır” denilmektedir. Fotoğrafın kelime anlamı da ışık yazı olduğuna göre, fotoğraf için de aynı atasözü söylenebilir. Bilimsel çalışmalar da zaten bu yönde kanıtlar sunmaktadır. İnsanoğlunun dikkatini görsel öğeler daha çok ve daha çabuk çekmekte, buna karşılık akılda kalma süreleri daha uzun olmaktadır.

Bu çalışmanın konusu olan haber fotoğrafçılığı içinde, görsel bir öğe olan fotoğrafın, haberin anlatımındaki yeri ve önemi incelenmiş olup, çok çarpıcı bulgulara ulaşılmıştır. Bu bilgi ve bulgulara dayanarak etkin bir haber fotoğrafının, bazen bir savaşın sona erdirilmesini sağlayabileceğini, bazen nesli kesilmek üzere olan bir hayvan türünün tehlikeden kurtulmasını sağlayabileceğini, bazen nükleer tehlikelere veya küresel ısınmanın zararlarına işaret ederek, bu tip felaketlerden insanoğlunu kurtarabileceğini söylemek mümkündür.

Foto muhabirleri, çekmiş oldukları haber fotoğrafları ile her zaman dünyayı kurtarmak zorundalarmış gibi de görülmemelidir. Onların görevleri, hitap ettikleri hedef kitlenin haber alma ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamaktır. Bunu yaparken fotoğraftan yararlanmakta, olay yerine gidemeyen ama ne olup bittiğini öğrenmek isteyen insanlara, ihtiyaçları olan bilgileri görüntülü olarak aktarmaktadırlar.

Haber fotoğraflarında önemli olan, foto muhabirinin olaya kendi yandaşı olduğu fikirleri katmadan, mümkün olduğunca objektif davranması, gerek olay görüntülerini çekerken, gerekse haber ile ilgili görüşleri toplarken, olayın değişik açıları verebilmesidir. Foto muhabiri, görevi sırasında hiçbir zaman insan olduğunu unutmamalı, gerektiğinde insanların canlarını kurtarmayı, ünlü olabilecekleri bir fotoğrafa tercih edebilmelidir.

Haber fotoğrafçılığı, iki farklı kavramı içinde barındırmaktadır. Bunlardan birincisi haber, ikincisi ise fotoğraftır. İyi bir haber fotoğrafçısının/foto muhabirinin bu iki kavram konusunda da bilgili ve yetenekli olması gerekmektedir. Yani foto muhabiri hem gazeteciliği iyi bilmeli hem de usta bir fotoğrafçı olmalıdır. Bu iki meziyeti doğruluk, dürüstlük, gerçeklik kavramları ile birlikte kullanabilmeli, gerek çalıştığı işyeri, gerekse hedef kitlesi tarafından kendisine ve yaptığı haberlere güvenilebilmelidir.

KAYNAKÇA

- ARICAN, Melih, Zafer, (Erişim Tarihi:27.07.2008) “Haber Fotoğrafçılığının Özellikleri”, www.bydigi.net/amator-fotografcilik/274029-haber-fotografciliginin-ozellikleri.html
- ASLAN, Kemal, (2002), Haberin Yol Haritası, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- BERGER, John, (1988), Görme Biçimleri, (Çev:Yurdanur Salman), İstanbul: Metis Yayınları.
- BROWNE, C, (2001), Gazetecinin El Kitabı, Ankara: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.,
- BÜLBÜL, Rıdvan, (2001), Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar, Ankara: Nobel Yayınevi.
- CAALDER, Julian-GARRET, John, (1998), Her Yönüyle Fotoğrafçılık El Kitabı, (Çev:Kütevin E- Kütevin Z), Say Yayınları.
- ÇİZGEN, Gültekin, “Fotoğraf: İletişim Çağını Ateşleyen Kıvılcım”, www.insankaynaklari.com, (Erişim Tarihi:30.10.2003)
- DURUN, Çiler, DURAN, Ragıp, CANGÖZ, İncilay, ASLAN, Esra D, YURDALAN, Özcan, SUCU, Mehmet, ERYILMAZ, Tuğrul, (2003), Gazetecilik ve Habercilik, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- EMRE, Akif, (1997), Göstergeler, İstanbul: İz Yayıncılık.
- GEZGİN, Suat, (2002), Basında Fotoğrafçılık, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- GİRGİN, Atilla, (2003), Yazılı Basında Haber, İstanbul: İnkılap Yayınları.
- GÖKSEL, Ahmet, Bülent, (1987), “Reklam ve Fotoğraf”, İzmir: Ege Üniversitesi BYYO Dergisi.
- GRİLL, Tom-SCANLON, Mark (2003), Fotoğrafta Kompozisyon, (Çev:Nedim Sipahi), İstanbul: Homer Yayıncılık.
- HARRIS, Geoffrey-SPARK, David, (2000), Practical Newspaper Reporting, Great Britain: Focal Press.
- HOPKINS, C. Claude, (2001), Reklamcılık Yaşamım ve Bilimsel Reklamcılık, (Çev: Mustafa K. Gerçeker), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- “HABERFOTOĞRAFÇILIĞI”,(21.03.2006),<http://yazilar.sistum.com/siteler/ortak/index.php?bicim=sayfa&mod=goster&id=9610> (Erişim Tarihi: 27.07.2008).

- İMANÇER, Ahmet, (1998), "Reklam Fotoğraflarında Aranılan Özellikler", İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Yıl:2, Sayı:2.
- KANBUROĞLU, Özer, (2003), Basında Haber Fotoğrafı Kullanımı, Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayını.
- KANBUROĞLU, Özer, "Kitle İletişiminde Haber Fotoğrafının Yeri ve Önemi 05.01.2008", www.fotografduyama.com, Erişim Tarihi:30.07.2008.
- KASIM, Metin, (2003), Fotoğrafı Öğrenirken, Ankara: Nobel Yayınevi.
- KASIM, Metin, (2005), Reklam Fotoğrafçılığı, Konya: Çizgi Kitabevi
- KILIÇ, Levend, (2002), Fotoğrafa Başlarken, Ankara: Dost Yayınevi.
- ÖZ, Ali, "Haber Fotoğrafçılığı", www.fotografya.gen.tr/issue-10/haber_foto2.html, Erişim Tarihi: 27.07.2008.
- ÖZBİLİCİ, Burhanettin, "Haber Fotoğrafçılığı", www.byegm.gov.tr/seminerler/adana-xii/adana_11.htm .Erişim Tarihi:27.07. 2008.
- ÖZENDES, Engin, (1992), Türkiye’de Fotoğraf, İstanbul: İletişim Yayınları.
- PARSA, Seyyide, (1987), "Fotoğraf ve Gerçeklik", İzmir: Ege Üniversitesi BYYO Dergisi.
- SCHLAPP, Hermann, (2000), Gazeteciliğe Giriş, (Çev:Aygün I), Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayını.
- SEVİ, Selahattin, "Yurttaş Foto Muhabirliği",www.fotomuhabiri.com/fotokultur/yurttas.html, Erişim Tarihi 30.07.2008.
- SULLIVAN, Luke, (2002), Satan Reklam Yaratmak, (Çev: Sevtap Yaman), İstanbul: Kapital Medya A.Ş. Yayını.
- TEKER, Ulfer, (2003), Grafik Tasarım ve Reklam, İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- TOKGÖZ, Oya, (2006), Temel Gazetecilik, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- UZUN, B, (Erişim Tarihi: 30.07.2008)"Yurttaş Foto Muhabirliği", www.fotomuhabiri.com/fotokultur/yurttas.html.
- YOLCU, Ergun, (2001), Televizyon Reklamcılığı, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayını.
- YÜKSEL, Erkan-GÜRCAN, Halil .A. (2005), Haber Toplama ve Yazma, Konya: Tablet Yayını.