Hareket Halinde

ihsan derman

1986 - 2001 Fotografik Seyahat Projesi

86·01

İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları

Hareket´ Halinde´

ihsan derman

İHSAN DERMAN
HAREKET HALİNDE

İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları 56
Beden - Bilgi - Belge

ISBN 975-6857-84-6

1. Baskı
İstanbul, Mart 2004

© Bilgi İletişim Grubu Yayıncılık Müzik Yapım ve Haber Ajansı Ltd. Şti.
Yazışma Adresi: İnönü Caddesi, No: 28 Kuştepe Şişli 80310 İstanbul
Telefon: 0212 217 2862 / Faks: 0212 347 1011

http://www.bilgiyay.com
e-posta yayin@bilgiyay.com
dağıtım dagitim@bilgiyay.com

TASARIM Altuğ Şahin

BASKI VE CİLT Promat Matbaacılık A.Ş.
E-5 Karayolu Üzeri Haramidere Mevkii Avcılar 34840 İstanbul
Telefon: 0212 690 63 63 / Faks: 0212 690 63 73

İstanbul Bilgi University Library Cataloging-in-Publication Data
İstanbul Bilgi Üniversitesi Kataloglama Bölümü tarafından kataloglanmıştır

Derman, İhsan
Hareket Halinde : 1986-2001 fotografik seyahat projesi 86.01 /
İhsan Derman
p. cm.
ISBN 975-6857-84-6
1. Travel. 2. Travel photography. 3. Photography, Artistic.
I. Title.

TR790.D47 2004

nadir derman'a

hareket halinde

ihsan derman

1960 yılında Ankara'da doğdu. 1981'de Eskişehir Anadolu Üniversitesi, İletişim Fakültesi Sinema ve Televizyonu Bölümü'nden mezun oldu. 1988 yılında aynı üniversitede fotoğraf alanında doktora derecesi aldı. Bilkent Üniversitesi Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü'nde öğretim üyesi olarak çalıştı. Yurtiçi ve yurtdışında fotoğraf sergileri açtı. *Fotoğraf ve Gerçeklik* ve *Temel Fotoğraf Teknikleri* adlı iki kitabı yayınlandı. Halen İstanbul Bilgi Üniversitesi, İletişim Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölüm Başkanı olarak akademik çalışmalarını sürdürmektedir.

İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları

iX

hareket halinde

içindekiler

önsöz

10 - 111 proje

113 kaynakça

fotoğraf indeksi
teknik bilgi

115

önsöz

Bu çalışma, okuyucunun okuma dediğimiz yolculuğu sırasında başvurabileceği bir tür yol haritası veya bir tur rehberi niteliğindedir. Belki de bu çalışma, en ideal biçimiyle, her okuyanın kendi rotasını oluşturacağı bir kartpostallar toplamı olmalıydı yalnızca. Buradaki görüntülerin en temel ortak noktası, hepsinin geniş bir zaman dilimine yayılmış seyahat fotoğrafları olmalarıdır. 1986 - 2001 yılları arasında gerçekleştirilen bu seyahatler turistik amaçlıdır. Giriş yazısının ilerki bölümlerinde de ayrıntılı biçimde açıklanmaya çalışıldığı gibi, seyahat edildiği için fotoğraf çekmek veya fotoğraf çekmek için seyahat etmek çoğunlukla üst üste çakışan niyetlerdir. Bu kitap da benzer niyetler sonucu ortaya çıkmıştır.

Çalışmaya konu olan fotoğraflar farklı zaman ve mekânlarda çekilmiş görüntüler olduklarından, aralarındaki ilişkinin kurulması için metin desteğine ihtiyaç duydukları düşünülmüştür. Sayfalar içinde birbirini takip eden görüntülerin bir anlatı oluşturdukları da doğrudur. Kastedilen anlamın daha da belirgin bir biçimde ortaya çıkması için, bu sıralama yeterli görülmemiştir. Bu açıdan bakıldığında fotoğrafların okunma süreci bir yol haritası gerektirmektedir. Metin fotoğraf görüntüleriyle, tıpkı bir haritanın gösterdiği gerçek yer ile girdiği ilişkiye benzer simgesel bir ilişki içinde varlığını sürdürmektedir.

Metnin fotoğrafları tamamladığından, olası sıçramaların arasını doldurduğundan veya fotoğrafların metni görselleştirdiğinden bahsetmek yerine, fotoğraf ile metnin aynı yönde ve yanyana adımlarla ilerlemekte olduğunu söylemek daha doğru olur.

Bu çalışmanın başlangıcından bu yana beni yüreklendiren dostum Oğuz Özerden'e teşekkür ederim. Hem bu kitabın oluşmasında, hem de benzeri diğer girişimlerimde kendisinin desteğini hep hissettim.

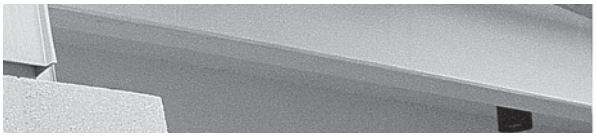
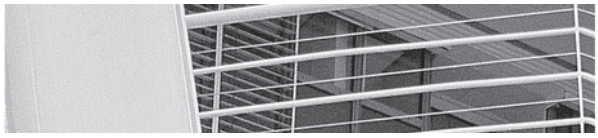
Metin ve görüntü eşlemesi aşamalarında, görüntülerde gizli kalmış olanları farkedip, yönlendirdiği ve önemli yolculukların hiçbirinde beni yalnız bırakmadığı için oğlum Derin Derman'a borcumu ödemek için sabırsızlanıyorum.

Elinizde tuttuğunuz çalışma Altuğ Şahin'in tasarım katkıları olmadan hiçbir şekilde bu seviyeye ulaşamazdı. Volkan Çetin tasarımla ilgili düzeltmeleri benimle yanyana saatlerce bilgisayar başında oturarak hiç bıkmadan defalarca gerçekleştirdi.

Çalışma hayatımın neredeyse her alanında yardımlarını esirgemeyen Ali Pekşen metni defalarca okudu, dilini düzeltti, görüntü eşlemesi ile ilgili önerilerde bulundu. Engin Gerçek, Yaman Ural ve Burak Akşen, fotoğrafları önsunumlar için taradılar. Hepsine samimi katkılarından ötürü minnet borçluyum.

Böyle bir ekip ile yaşamıma ve mesleğime ilişkin projelerimi paylaştığım için çok mutluyum.

8 hamburg, 1992

Seyahat olgusu, Rönesans ve onu takip eden dönemlerde modernleşen ve dolayısıyla değişen Avrupa'nın 'kaybettiği'ni farklı bir yönden geri kazanması çabalarına koşut gelişir. Bu seyahat dürtüsünün ardında kaybedilenin yerine, 'eksik' veya 'boş' olduğu düşünülenin yeniden bulunması ve keşfedilmesi yatar.

Aslında eksiklik duygusu modernizm açısından bir yandan endişeyi örer, öbür yandan ona yaratıcılık ve devingenlik sıfatlarını ekler.

Seyahat etmek, mekâna veya eksik olana insan kazandırmak, mekanı insan vasıtasıyla tamamlamak gibi modernleşme sürecinde kaybolan dünyayı yeniden keşfetmek/geri kazanmak anlamına da gelir. Bu boşluk ya da eksiklik bugün dahi kendini hissettirmektedir. Bu nedenle arayışlar seyahatlerde sürdürülmekte; eksik olan ise, görüntüyle kapatılmakta/yerine konulmaya çalışılmaktadır.

Schritt fa

10 floransa, 2001

Fotoğraf, içinde yaşanılan fiziksel gerçekliğe bağlı olarak ortaya çıkan teknik bir görüntü üretim biçimidir. Fotoğraf görüntüsü, en nihayetinde orada olmuş olanla bir biçimde ilişkili olmak durumundadır. Sentezden çok seçim'e dayalı bir görüntü üretim biçimi olduğu için, varolan'ın içinden seçilerek oluşturulmak durumundadır. Bu yüzden, çoğunlukla fotoğraf çekilebilmesi için evin dışına çıkılması, hareket edilmesi gerekir.

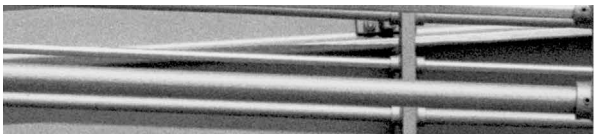
Örneğin; yapmış olduğu seyahatlerin Cartier Bresson'un oluşturmuş olduğu fotografik dile somut katkısı yadsınamaz. Seyahat etmenin sağladığı, görsel olanakların yarattığı etkilerdir ve gerçeküstücüler gibi seyahat eden fotoğrafçı da, yürüyerek veya arabasıyla dünyayı yeniden sunabilecek bağlantılı parçalar arayışına girer. Bu, farklı gibi gözüken konuları biraraya getirmektir. Cartier Bresson'un fotografik yaklaşımı, nesneleri kendi anlatımsal ve mekansal bağlamından kaydırmak gibi gerçeküstücü yöntemleri de içerir.

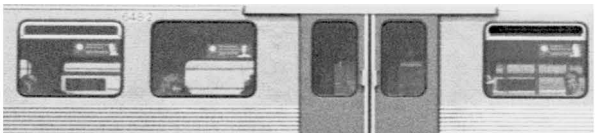
Yöntemin Fransızca karşılığı *dépaysement* sözcüğüdür. Anlamı ayrılma anlamına da gelebilir - ülkeden, evden, yakın olandan ayrılmak gibi. Değişim, rastlantı ve belirsizlik, ortaya çıkan fotografik görüntülerin etkenleridir. Nesneler, konular ve fotoğrafçı sürekli hareket eder. Görüntünün oluşturulduğu an bir olay'a dönüşür. Bu seyahatle mümkün hale getirilen bir rastlantıdır.

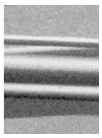
Bütünlük ve ilişki, bu anlamda ortaya çıkarılmamıştır ama yaratılmıştır. Seyahat bu yüzden fotografik etkinlikle birlikte anılır hale gelmiştir. (Osborne, 2000:166)

Liberty

12 hamburg, 1992

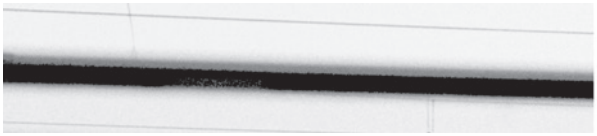






Fotoğraf çeken, görüntüsüne konu olanı, Flusser'in de dediği gibi, kültürel nesneler ormanı içinden avlamak durumundadır. Bütün seyahat tanımları da, kültürel olarak belirlenmiş mekanlar içindeki insan hareketini konu alır. Zaman, mekân ve seyahat edenin bu koordinatlar içinde gezinen kendi bedeni, her tür seyahat etkinliğinin temel yapılarıdır. Fotoğraf görüntüsü de, bu zaman ve yer matrisinin kesiştiği noktada oluşur.

14 ancona, 1992

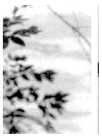


Fotoğraf ve hareket modern kavramlardır. Modern özne hareket halindeki öznedir. Modernite düşüncesinin merkezinde hareket yer alır. Modern toplumlar, hareket ve seyahatin doğasına ve deneyimine ilişkin önemli değişiklikler geçirmişlerdir. 19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın başları mekan ve zaman aralığını iyice genişletmiştir.

Modern dünyayı, bu tür yeni uzun mesafe ulaşım biçimlerini hesaba katmadan düşünmek mümkün değildir. Modernitenin amblemlerinden biri flanör olduğu kadar tren yolcusu, uçak yolcusu ve araba sürücüsüdür de aynı zamanda. (Urry, 1995:141)

Aslında bu boşluk/eksiklik, 21. yüzyıl başında da hala bizimle birlikte yaşamaya devam etmektedir. Arayışımızı seyahatlerimizle bugün de hâlâ yoğun olarak sürdürdüğümüz ve bu eksikliği de, oluşturduğumuz milyarlarca görüntüyle doldurmaya çalıştığımız söylenebilir. (Osborne, 2000: 4)

16 Iozan, 1986

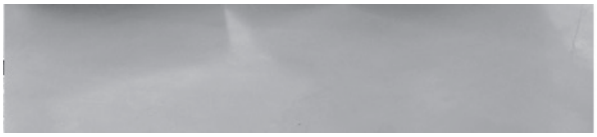


Baudelaire, yaşamı, her hastanın kendi yatağını değiştirmek istediği bir hastaneye benzetir. Kimisi sobanın yanında, kimisi de pencerenin yanında iyileşeceğini düşünür, der. Baudelaire neresi olursa olsun her zaman bir başka yerde daha iyi olacağını ve kendi ruhundaki tartışmanın özünün yer değiştirmeyle ilişkili olduğunu söyler. (MacCannell, 1999, 3)

Mutluluğa erişilecek bir yerin arayışı, aslında hep mutluluğa ilişkin bir belleğin anımsanmasının metaforudur. Yolculuk anlatının bir sembolüdür. Bir gelişme, büyüme ve değişme yapısı (bilginin edinimi ve sorunların çözümü biçiminde kullanılması) olarak anlatı, fiziksel bir hareket, düzensizlik, karşılıklı değerlendirme ve geriye dönüş sürecidir. Günlük yaşamın sıradan, düzenli ritmi dışında, zamanın tamamen durduğu ütopik mekâna geri dönüştür. Karnaval gibi, seyahat eden için günlük yaşam düzeninin tersine döndüğü bir eylemdir.

Seyahat ettiğimiz bütün yerler aslında bir bakıma psişiktir; tüm haritalar da, belli anlamlarda düşlenmişlerdir. Bu yüzden, bu giriş yazısının sözkonusu fotoğraflarla açıklayıcı olabileceği kadar, dolaylı ve sembolik bir ilişkisi olduğu da söylenebilir.

18 paris, 2001

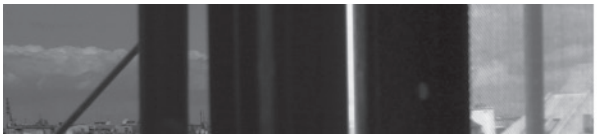


Batıdaki diğer çağdaşlar gibi, farklı olarak uzaktan bakabilmenin, bazı şeyleri anlamakla ilgili daha sağlıklı görüş sağladığı, bu nedenle seyahat etmenin zenginleştirici bir tecrübe olduğu görüşü doğrultusunda yetiştirildim. Ancak seyahat hakkındaki tecrübem, aslında bunun hayli kafakarıştırıcı olduğu, aynı zamanda uzaklığın bir yanılsama, farklılığın da göreli olduğudur. Bu yüzden, birçok yabancı yerde kendimi daha fazla evimde hissettiğim olmuştur.

Bunun yanında, seyahat kişinin kendisini ve içinde bulunduğu koşulları gözden geçirme fırsatını tanır. Belki de, daha önce varlığından habersiz olunan varolma biçimlerini gündeme getirir.

Poussez

20 paris, 2001



Seyahat kavramı ile ilgili yapılacak en yalın tanım, coğrafi veya kültürel bir noktadan diğerine yapılan hareket olduğudur. Ancak ortak yargıya dayanan bu basit tanımı biraz daha ileri götürmek istersek, sözkonusu hareketin fiziksel veya metaforik olarak nasıl işlediğini, geliştiğini incelemek gerekir.

Metafor da zaten linguistik bir operasyon olarak, yeni durumlar ortaya çıkaran hareketleri öngörür. Fotoğraf çekimi için seyahat etmenin gerekli olduğu gibi, fotoğraf görüntüsünün alımlanabilmesi için de yolculuk yapılması gerekir.

22 paris, 2001

Bugün insanlar, seyahat etmediklerinde neredeyse sosyal statü kaybına uğrarlar. Seyahat etmek, toplumsal konumun somut belirleyicisi durumundadır. Çağdaş yaşamın önemli bir parçası seyahat ve tatil ihtiyacını hissetmektir.

"-Tatile ihtiyacım var!" sözleri, modern toplumlarda tatil hakedilebilecek kadar/yeterince çalışılmış olduğunu; hem yoğun iş yaşamından kaçışı, hem de böylelikle, fiziksel ve zihinsel sağlığa tekrar kavuşulabileceğini anlatmaktadır. (Urry, 1990: 5)

McDonald's

24 hamburg, 1992

Seyahat için en bariz nedenlerden biri zevk almaktır. Diğer yerleri, insanları gidip görmektir. Bir performanstır; anlaşılabilmesi için bazı estetik yargı kategorilerinin de bilinmesi gerekir. Birçok seyahat türünün en belirgin ortak noktası, gündelik rutin yaşamın kurallarından ve sınırlılıklarından kurtularak, değişik davranış kalıpları içine girilip, daha farklı ve rahat hissedilmesini sağlamaktır.

Gündelik yaşamımızda sık karşılaşmadığımız şeylerin peşine düşeriz. Bunu yapmak için yabancı yerlere nüfuz etmeye çalışırız, ama ne kadar sıradan rotalar takip edersek edelim, başkalarının yaşadığı mekâna böylece dahil olmak mümkün değildir. En genel macera biçimi, yaşam sürekliliğinin dışına çıkmaktır. Yabancı, dokunulamaz ve sıradışıdır. Yaşam, içinde başlangıcı ve bitişini kendi gücünün belirlemiş olduğu bir adacıktır. (Rojek & Urry, 1997: 31)

Yukarıda bahsedilen süreç içindeki değişim, yalnızca mekânsal olarak değil, zamansal olarak da yaşanır. Hem nerede durduğumuzu unutmak için seyahat ederiz, hem de hatırlamak için. Beklentilerimiz büyük ölçüde karşılaştıklarımızı biçimlendirir. Gönüllü her seyahat, günlük yaşamda varolmadığı düşünülen şeylere ulaşma dürtüsü içerir.
Hiçbir bağı olmadan seyahat eden özgür bir göçebe ruha rastlamak da çok mümkün değildir.

Zwei sind besser als einer.

26 paris, 2000

Biz beyin jimnastiği yapmak için seyahat etmeyiz; en temel anlamda zihnimizi boşaltmak ve gündelik sorumluluklardan kaçış olarak tatil düşüncesini ele alırız. Genellikle eğlenceli ve değişik olması planlanan bu deneyimin, bazı önemli eleştirel yaklaşımların ortaya çıkmasını sonuçladığı da doğrudur.

Bu çalışmanın temel amacı da, sıradan turistik seyahatlere daha farklı tecrübeler kazandırmaktır.

28 londra, 2000

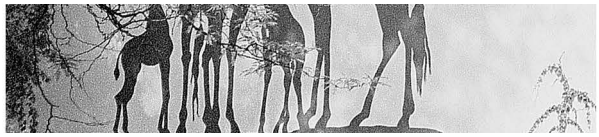
Seyahati çoğunlukla bir kaçış, başka insanların yaşadığı 'başka yerlere' gitmek olarak değerlendiririz. O insanlarla olan farklılıklar abartılır, benzerlikler ise görünmez hale getirilir, saklanır. Tüm seyahat etkinliklerinin ve ayrıntılarının içinde toplanıp değerlendirilebileceği alan ise, turizmdir.

Turizm, arzu ile ilgilidir. Değişiklik arzusu ve daha çok yabancı olana yakınlaşma gibi duygular içerir. Tatilde yapılan şeylerden biri de, arkanıza yaslanıp bir roman okuyarak veya fotoğraf çekerek yapmış olduğunuz kaçıştan kaçmaktır. Urry, turizmin düzenli iş'in karşıtı olduğundan bahseder.

Bu anlamda turizmin, insanların yeni yerlere gitmesini içerdiğinden; gezilecek bu yerlerin gündelik sıradan iş ve ikamet yerlerinden farklı olduğundan ve turistlerin tüm bunların yanında, çok açık bir 'eve dönme' niyeti barındırdıklarından bahseder. Turistik yerlerin daha farklı ölçekte olduğundan ve gündelik sıradan algıların dışında daha farklı duyumlar yarattığından sözeder. En temel olarak yabancılarla birlikte olmayı kapsayan duygulardır. Yeni ve heyecanlı bir sosyalleşme süreci ve oyun imkanı sağlamaktadır. Bu yüzden seyahat kendi içinde eğlenceli sayılabilir.

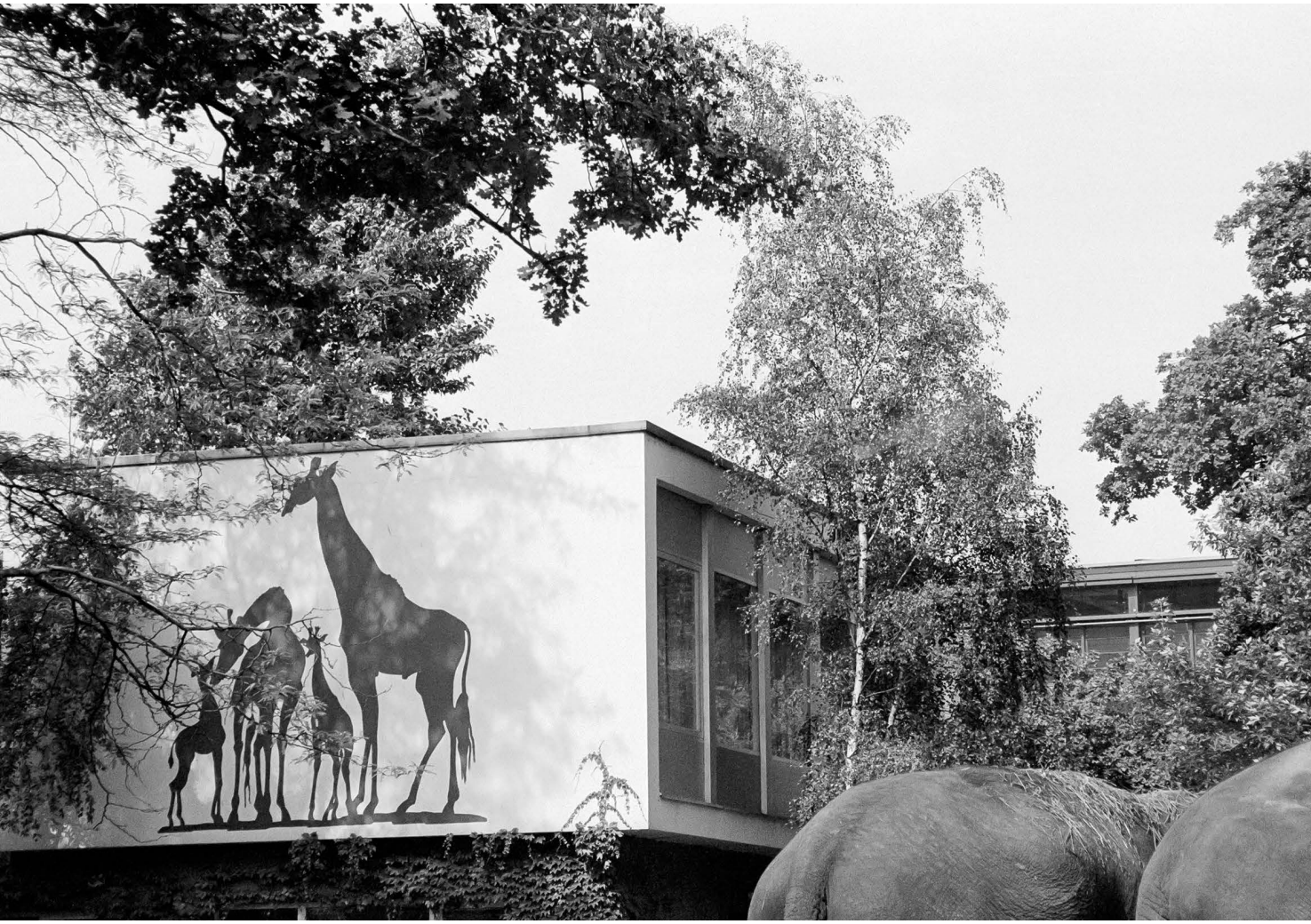
Yabancı yerlerde daha sınırlı ve farklı toplumsal etkileşimin gerçekleşmesi, farklı kültürler ve ortamlarla karşılaşılmasını, tüketilmesini ve toplanmasını içerir. Her seyahat, yeniden sınırların gözden geçirildiği bir tecrübedir. Seyahat eden özne, fiziksel olarak haritası çıkarılmış kamusal rotalarda(n) bir yerden diğerine hareket ederken, aynı zamanda, sürekli zihninde, ev/dışarısı, burası/orası gibi kavramlar arasındaki farklılığı tartar.

30 berlin, 1992

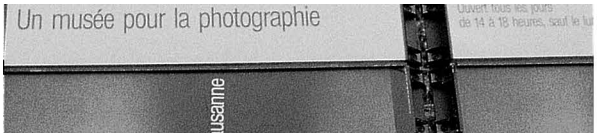


Seyahat evrensel bir etkinliktir; statü ve olgunluk kazanmakla ilişkili olarak, dolayısıyla yaşamsal anlatılarla ilişkili olarak, dile de birçok metafor sağlamıştır. Bir çalışma, aynı zamanda da bir oyun türüdür. Birçok seyahat anlatısı, zevk ve zorluklardan gerekli olduğu varsayılan bir diyalektik bağlamda sözeder.

Çalışma ve iş olarak seyahat, bazı dönüşümleri başarmakla birlikte anılır. Bu, yakında olanı daha iyi anlamak için uzaklaşmak anlamındadır. Oyun olarak ise, gündelik yaşamın dışında çocukluk dönemine ait bazı etkinliklerin yeniden canlandırması gibidir. Başarılı bir seyahat, birşeylerin boşalması, geriye doğru çözülmesine karşılık gelir.



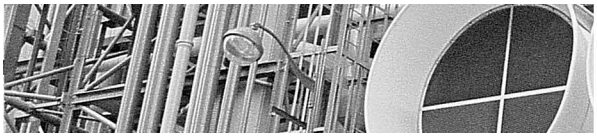
32 **lozan, 1996**

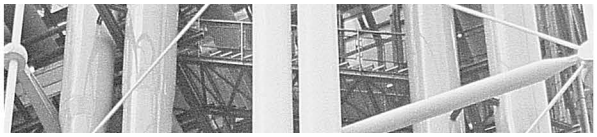


'Öteki'lerin 'öteki'ne ilişkin oluşturmuş olduğu bu kadar hazır görüntü varken insanlar hâlâ niye seyahat etmektedirler, niye kendileri gidip görmek, kendileri fotoğraf çekmek istemektedirler? Sanırım yanıtı, artık görmenin değil yolculuk yapmanın önemli hale gelmiş olduğudur. Bir yerden diğerine durmadan seyahat etmek, kendi içinde bir amaç haline gelmiştir. Bu yüzden artık bir yerin karşısına geçtiğimizde gördüklerimiz, bu bitmek tükenmek bilmeyen hareketlilikten daha fazla anlam taşımamaktadır.

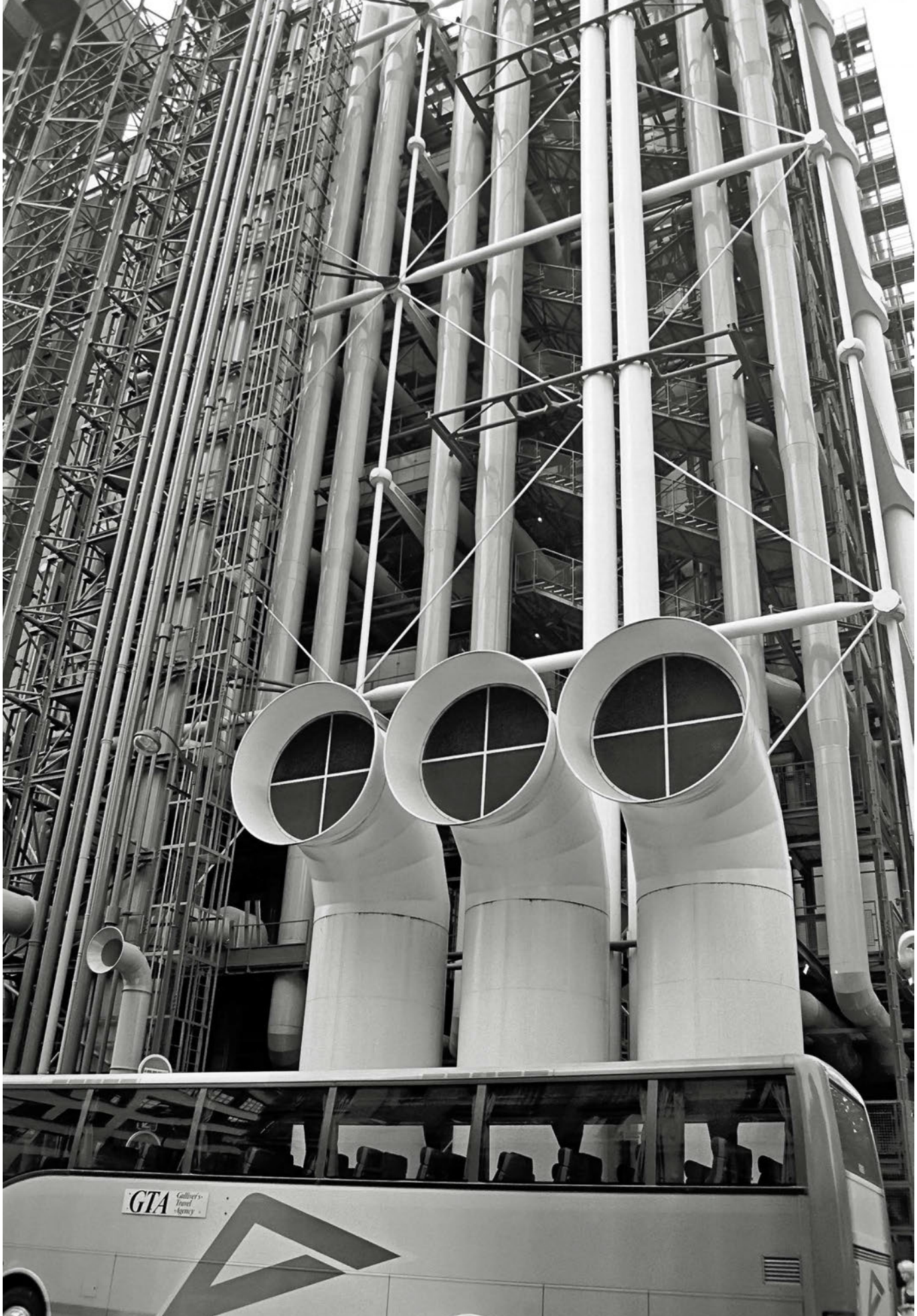
Musée de l'Elysée
Musée de l'Elysée, Lausanne
Un musée pour la photographie
Musée de l'Elysée, Lausanne
Ouvert tous les jours
de 14 à 18 heures, sauf le lundi
Musée de l'Elysée, Lausanne

34 paris, 2000





Seyahat etmek, hareket yeri/varış yeri gibi sabit noktalar arasındaki hareketi ve rotayı kapsar. Her zaman geri dönüşü, eve geri gelişi de birlikte barındırır. Başlangıç ve sonuç noktası içeren döngüsel bir etkinliktir. Başlangıç noktası da varılacak yer kadar önemlidir, çünkü sonunda buraya dönülür. Bu açıdan birçok yazar turizmi ritüel davranışlara benzetir, çünkü en sonunda normal yaşama dönülür. Seyahatin ideolojisi, belli bir yerden ayrılmayı ve tekrar oraya dönmeyi öngörür. Seyahat eden bu yeri ve aynı'lığı, özne olarak kimliğini ve istikrarını, döndüğünde edinmiş olduğu bilgi ve tecrübeyle zenginleştirir. Seyahat, ideal olarak, hem fiziksel hem de düşünsel anlamda yer değiştirmeyi içermelidir. Bu en basitinden tecrübe edinilmesini sonuçlayan bir süreçtir. Bir kimsenin bu dönüşü gerçekleştirebilmesi için, ilk önce bulunduğu yerden ayrılması gerekir. Her yolculuğun başlangıç noktasını belirleyen *ayrılma*dır. Bir tür yolun *akış durumu* olarak nitelenebilecek olan seyahat tecrübesi, zamansal ve mekansal boyutların entegre olduğu, ancak karşılıklı sınırlamaların henüz anlaşılmadığı ve tecrübe edilmediği erken çocukluk dönemini anımsatır. Kader ve varış noktası etimolojik olarak ilintilidir. Seyahat de, tarifeli hareket ve varış noktalarıyla önceden belirlenmiş kader çizgisiyle, serbest karar verme sürecini aynı anda içerdiği için, aslında yaşamın kendine benzeyen yoğun bir tecrübedir.


GTA
Gulliver's
Travel
Agency

36 paris, 2000

Hareket noktası ve terkedilen ev'dir. Evler bütün yolların kesişme noktasıdır. Seyahatle ilgili hayallerin kurulduğu, toplanan hatıraların biriktirildiği yerlerdir. (Osborne, 2000: 54) Bizi seyahate zorlayan, bir anlamda ev ortamının yarattığı güven ve rahatlık duygusudur. Evde veya uzakta olmakla ilgili seçim, hiçbir zaman sanıldığı kadar geniş ve özgür değildir. Bizi güvenli biçimde çevreleyen sınırlar ve engeller, aynı zamanda, hiçbir neden ve gereklilik olmaksızın bir hapishaneye de dönüşebilir. (Kaplan, 1996: 119) Orada veya burada, evde veya evden uzakta olmak aslında birbirine benzeyen durumlardır. Onları öğrendikçe değişirler, çünkü hiçbir yer durağan değildir. Bu mekanları işgal eden insanlar da birlikte değişirler. (Lippard, 1999: 14) 'Ev' zihin ve vücudu birlikte tutan rutin bir düzeni; 'dışarısı' ise, deneyimin doruk noktasını ve gerçek gelişimi simgeler.

38 paris, 2000

Bazılarımız için tatil ve seyahatler, fotoğraf çekmek için de fırsat oluştururlar. Fotoğraf çekmek için seyahat etmek ve seyahati belgelemek için fotoğraf çekmek, çoğunlukla iç içe geçmiş, benim gibi bazı kimseler için birbirinden güçlükle ayrılacak tecrübelerdir.

Bu çalışmaya konu olan fotoğraflar için de aynı şeyleri söylemek mümkündür. Açıklanmaya çalışılan görüş, sanat fotoğrafını ve turistik fotoğrafı, fotoğrafçı ve turist kimliklerini en azından süreç içinde birbirine yaklaştırmaktadır.

40 berlin, 1992

Turistler, orta sınıfa mensup, seyahat eden ve en genel anlamıyla değişik tecrübe arayışında olan kimselerdir. Günümüzde turist olgusunu aşağılamak yaygın bir mizansendir. 19. yüzyılda bir yazar aynı duyguları şöyle dile getirmektedir: "İtalyan şehirlerinin sokakları hep bu *yaratıklarla* doludur. En az kırk kişilik gruplar halinde, birbirlerinden ayrılmadan, rehberleri başlarında oraya buraya hareket etmektedirler. Rehberleri tıpkı bir çoban köpeği gibi bu sürüyü gütmekte, yönlendirmekte, toplamakta ve hareket ettirmektedir." (MacCannell, 1999: 9)

Aslında samimiyetle kabul etmemiz gereken, hepimizin birer turist olduğudur. Genellikle turizme karşı olmak, sonuçsuz ve kolay eleştirel bir davranıştır. Turizm karşıtı olanların, genellikle içine düştükleri yanlış durum, yanlızca kötümser ve tek taraflı oluşlarından kaynaklanmamaktadır. Kendi sosyal etkinliklerinin bir bölümünün, rahatlıkla turizm kalıpları içinde değerlendirilebileceğinin farkında da değillerdir. Her türlü kültürel keşif gezisi, birçok açıdan turistik etkinlik olarak rahatlıkla görülebilir. Bunun ötesinde, turizm karşıtı olanlar, genellikle, turist sınıfı içinde de ayrımcılığa neden olmaktadırlar.

Diğer turist kitlesinin, kendi kültürel etkinliklerini (seyahat/gezmek/yer görmek/fotoğraf çekmek) olumsuz etkilediğini düşünürler. Modern gerçeklik ve kültüre ilişkin erişim haklarının öncelikle kendilerine ait olduğu inancındadırlar. Anti-turistler için geçerli olan bir diğer tehlikeli durum da, turistlerin kendi aleyhlerine açılan kampanyaların nedeninin, yerel kültür ve hayatın doğallığını korumak olduğunu gördüklerinde, bu yerlere daha fazla hücum etmeleridir.

42 paris, 2001

Turistler genellikle bir yerleri görmek için evlerinden ayrılmalarından ötürü eleştirilmezler. Eleştirildikleri nokta, diğer yerlere/mekanlara ve insanlara ait yüzeysel tecrübelerle yetinmeleridir. Turist olmakla ilgili utanç aslında yeterince turist olamamakla, herşeyi görülmesi gerektiği gibi görememekle ilgilidir. (MacCannell,1999: 10)

Turist olmak, modern olmanın özelliklerinden biridir. Bir yerlere gitmek, araba veya ev sahibi olmak gibidir. Modern toplumlarda statü simgesi olarak görülür ve bireysel sağlıkla da ilişkilendirilir.

44 paris, 2001

Turistler seyahat edilen yerlerin, insanların ve etkinliklerin öteki'liğinden haz duyarlar; çünkü bunlar gündelik yaşamın karşıtı olan farklılığın, ötekiliğin fantazi ve yanılsamalarını sunarlar. Aynı zamanda, farklılığın tecrübe edilmesi, evin sağlamış olduğu güven, rahat ve yararları daha belirgin hale getirir. Turistlerin otantiklik arayışı içinde olduklarını sanmalarına karşın, çoğu bir fanusu (güvenli ve denetlenebilen ortam) yaratacak ölçüde pazarlığı önceden yapılmış deneyimler peşindedirler. Fanusun dışına yalnızca istedikleri deneyimleri yaşamak için çıkarlar. Seyahat etmek, yukarıda da değinildiği gibi, hayal kurmayı ve gündelik yaşamdakilerden farklı tecrübelere özenmeyi gerekli kılar. Ancak bu hayaller otonom bir yapıda değillerdir. Reklam ve diğer medya kökenli işaret sistemlerinin oluşturduğu karmaşık bir toplumsal, kültürel yapının parçasıdırlar.

Turizm sözkonusu olduğunda, gördüklerimizin biz görmeden önce, bizim görebileceğimiz biçimde düzenlenmiş olduğunu unutmamamız gerekir. Göreceklerimizin hepsinin seçilmiş, çekeceğimiz fotoğrafların da hepsinin kurgulanmış ve önceden görülmüş olduğuna bir işarettir bu.

46 floransa, 2001

Seyahat süreci içinde görüntüler tarafından baştan çıkartılan insanlar, turistik yerlere akın ederler. Bu hareket, mekanların, yerlerin güzelliğinden ve ilginçliğinden çok, önceden vaadedilmiş olanlarla ilgilidir. Bu anlamda beklentiler yüksektir, ancak mekanın kendisiyle ilgili olmaktan çok sözkonusu kişinin yaşamındaki eksiklikleri nasıl karşılayacağı ile ilgilidir. Reklam endüstrisinin de, bu süreci çok başarılı şekilde kötüye kullandığı doğrudur. Bazıları için yalnızlıktır, diğerleri için birliktelik. (Lippard, 1999: 53)

ET ROBERTVS
RATRES DEI GEN

48 roma, 2001

Turist hareket halindedir. Girdiği her yerdedir, ancak o yerin hiçbir yerindedir. Turist amaca yönelik olarak hareket eder; amaç yeni bir deneyimdir. Bilindik olana ilişkin ilgi ve eğlence boyutu azaldıkça turist sürekli, sistematik ve bilinçli biçimde yeni deneyimler arar.

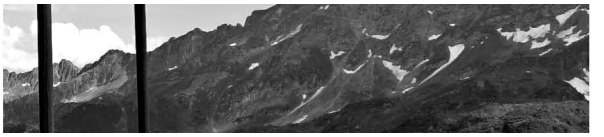
Deneyimler farklılığa ve yeniliğe ait olabilir. Turist ayrıca tuhaf ve yabancı olanın içine girmek ister. Bu tecrübeyi seçerken güvenli olmasına dikkat eder. Yabancı olan ehlileştirilmiş ve evcilleştirilmiş olmalıdır. Şoklar paket halinde ve güven içinde yaşanır.

50 venedik, 2000

Turistin bir evi vardır. Macera bittiğinde veya beklentileri karşılamadığında dönülmesi gereken, kendine ait sıcak bir yuva(dır). Bu, maceranın verdiği zevke de etki eden somut bir durumdur. Ev, zırhın çıkartılması ve bavulların boşaltılması gereken yerdir. Burada hiçbirşeyin savunulması ve kanıtlanması gerekmemektedir, çünkü herşey açık seçik ve bildiktir. Turizm etkinliğine konu olan herkes bir yeri ziyaret etmek ister, daha sonra da bu izlenimlerini yakınlarına aktarmak. İzlenimleri aktarma isteği turizmin kendi gelişimini engelleyen içsel paradoksal unsurlardan biridir. Her turist, tüm gördüklerine rağmen yine de birşeyleri kaçırdığını sürekli düşünür. Bu endişe turizmin kendi yapısını da besler niteliktedir. Bir yerlere gidilmiştir, fakat bazı şeyler muhakkak kaçırılmıştır.

Roderick Buchanan
KEVIN KELLEY

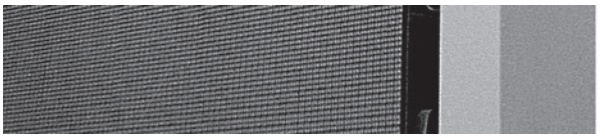
52 isviçre alpleri, 2001

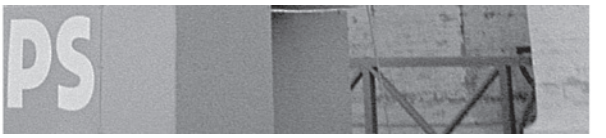


Turizm bir tür 'etrafa bakış' şeklidir. Nerede olduğumuzu anlayabilmemizi sağlayan bir çabadır. Seyahat, bazı insanların etraflarına bakabildiği yegane yoldur. Bakış ve görsel olanla yakından ilişkili olduğu için türlü izlenceleri kapsar. Turistik etkinliklerin çoğu anti-auratiktir. Sanat ve toplumsal yaşam arasındaki çizginin belirsizleştiği anti-elitist, popüler zevklere dayanan, mekanik veya elektronik çoğaltmalardır. Yüksek düzeylerde izleyici/alımlayıcı katılımını öngören pastiş veya kitsch'lerdir. (Urry, 1990: 86)

Pierrot Lusso
PANORAMA

54 vatikan, 2000





Gerçeklikle girişilen ilişkide etik boyutların yerini, bakan/izleyen'le olan mesafenin alması turist için son derecede önemlidir. Mesafe, gerçeklikle yalnızca görsel türden bir ilişkiye girildiğinde garantilenir. Christian Metz'in de önerdiği gibi, *görmek* uzaklık gerektirir.

Gerçeklikle fiziksel temasın getireceği çelişkiler yerine, yalnızlığın narsisistik güvenliği tercih edilir. Bizler turist olarak insanlarla, kültürel ve doğal çevreyle etkili bir diyalogdan yoksun kaldığımızda, kendi bedenimizle yalıtılırız. Bu da turist için, dil'in yerini görmenin almasını sonuçlar. Bundan dolayıdır ki, turist olmanın temel eylemi görmek/izlemek'tir.

Görüp izlerken, gerçeklik, orada bulunması gerektiği yerde kalır ve izleyeni herhangi bir karşılaşmanın getireceği dönüşümlerden ve etkilerden özgür bırakır. Fotoğraf etkinliğinin de temelindeki güvenli mesafedir. İzleyen olmanın sağladığı bir güvencedir. Yalnızca izlemek, müdehale etmemek, karışmamak demektir.

Turistik tecrübelerin görsel boyutu önemlidir. Görmek bu yüzden diğer duyumların hepsinden daha önceliklidir. Seyahat bakışına konu olanlar çoğunlukla turistik klişeler ve işaretlerdir.

PHILIPS

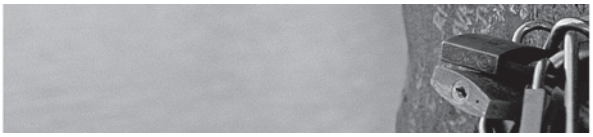
56 isviçre alpleri (buzul), 2001

Turistik tecrübenin merkezinde, bir doğa veya kent manzarasına bakış yer alır. Bu izlencenin gündelik, sıradan tecrübelerden daha farklı olması beklenir.

Tecrübenin diğer boyutlarına katkı sağlayan, bakışın getirdiği farklılıktır. Gidilecek yerler hep bu bakış doğrultusunda seçilir; çünkü gündelik yaşamın gerçek boyutlarından çok, hayal kurma ve fantezilerle ilgili beklentilerin bir parçasıdır.

Bu tür beklentiler, filmler, gazeteler, dergiler, televizyon ve videolar gibi aslında turistik olmayan uygulamalar sonucunda yapılandırılır ve beslenir. Tatil tecrübesinin anlaşılması için gerekli göstergeleri oluştururlar. Bu da tecrübe edilenlerin daha önce verilmiş olan kategorilerle kıyaslanması sonucunu ortaya çıkarmaktadır. (Urry, 1995: 132)

58 floransa, 2001



Turizm sistemi içinde, bakan'ın, gördüklerinin görsel mülkiyetine de sahip olduğu düşünülür; çünkü herşeyin onların bakışı için düzenlenmiş olduğu bilinir. Gerçek tüketim gözle başlar ve onunla tamamlanır.

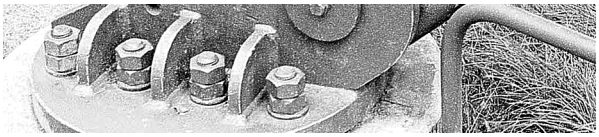
Kendi sistemi içinde milyonlarca insanın sürekli seyahat etmesine karşın, turizm, bir anlamda dünyayı görüntüye, seyirliğe dönüştürerek durdurur, dondurur. Basmakalıp ve klişe içine hapseder. Bazen hiçbirşey hareket etmez ve yaşlanmaz. Hareketin ortadan kalkması, aynı zamanda hazzın, zevkin ortadan kalkması demektir. Ölümdür... Turizmin görüntü dünyasında da, diğer görüntü dünyalarında olduğu gibi hiçbirşey yok olmaz, ama nefes de almaz.

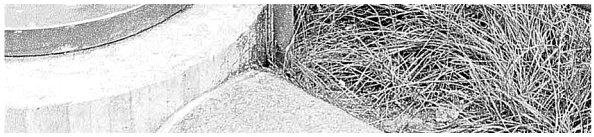
Turizm, bize özgün tecrübeler yaşatması beklenirken, bakılması gerekenleri hazır olarak sunar hale gelmektedir. Süreç içinde kendi öznel tecrübelerimizden bağımsızlaşarak hazır görselleri algılamak durumunda kalırız. Fotoğraf makinası bu uzaklaştırıcı etkiyi başarı ile oluşturur.

Zaten kendi algımız da, sözkonusu ontolojik uzaklığı sağlar duruma çoktan gelmiştir. Mekân görüntüyü sonuçlar, görüntü de mekanı koşullar. Görüntüler, mekanı kendilerine kaynaklık eden bir neden/başlangıç, gerçek olarak ortaya koyarlar.

PINGUZ

60 berlin, 1992



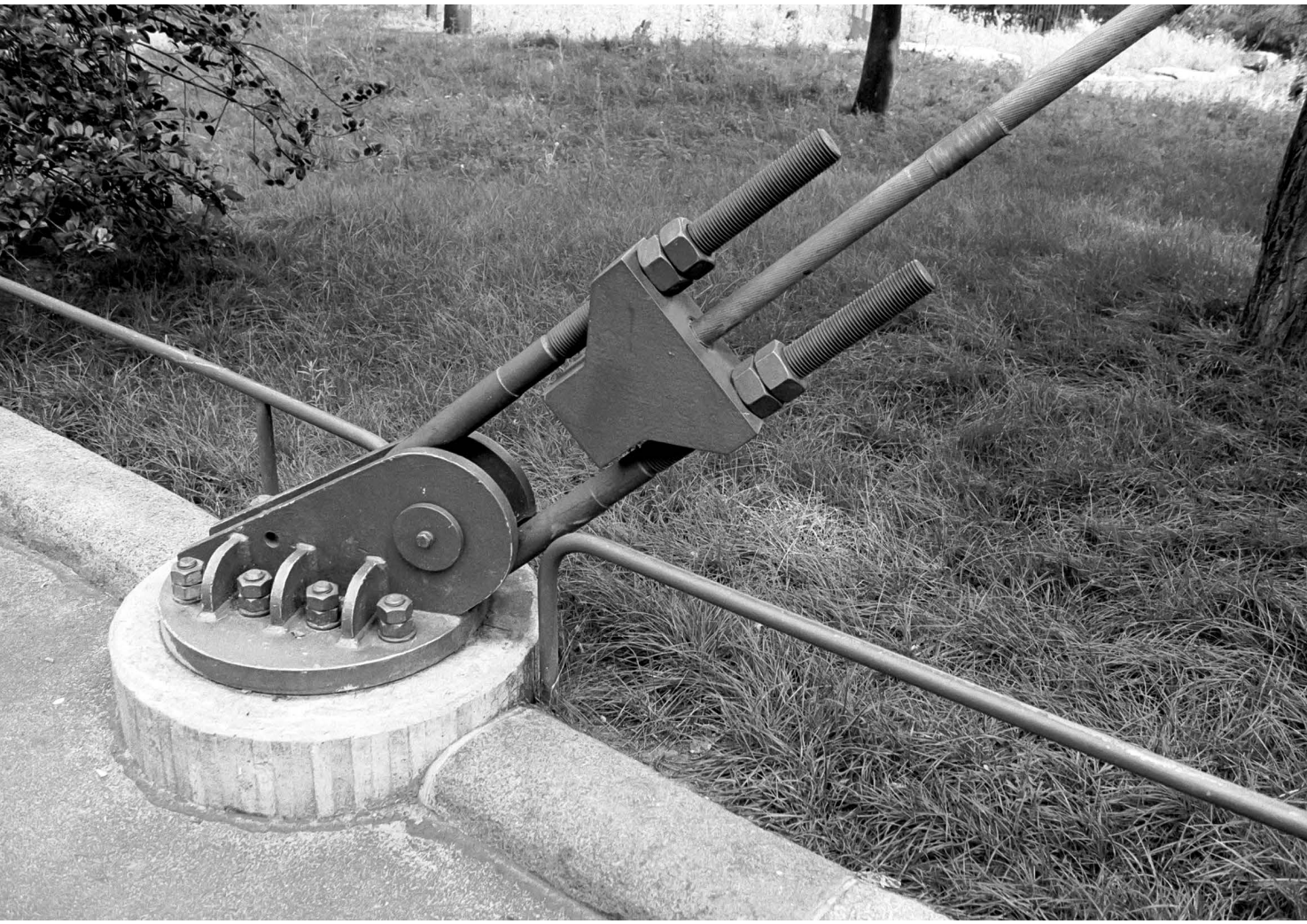


Turizm, 'turist bakış'ını gezilen yerlerde oranın sıradan olmadığı düşünülen boyutlarına çevirir. Bu çalışmanın hareket noktalarından birini oluşturan paradoksal yaklaşım da tam bu aşamada belirginleşir. Bu özellikler seyredilir, çünkü gündelik yaşamın sağladığı rutin tecrübeden daha farklıdırlar.

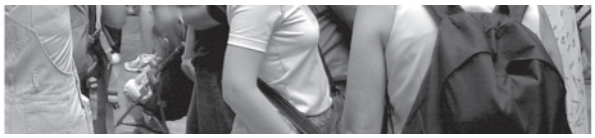
Bu tür yerlerin izlenmesi, gündelik yaşamın barındırdığından daha farklı görsel öğelere ağırlık veren sosyal bir düzenleme oluşturur. İnsanlar, sözkonusu tecrübeyi fotoğraf, kartpostal ve videolarda nesneleştirerek kalıcı olmasını sağlarlar. Bu da, bakışın tekrar tekrar oluşturulabilme imkanını sağlar. Elinizdeki çalışmaya konu olan fotografik görüntüler, aslında sıradışı tecrübeler sağlayacak olan yerlerin sıradan görüntüleri olduklarından, bu etkiyi tersine çevirmektedirler.

Turistik yerlerin beklenmedik ölçüde sıradan görüntüleridirler, böylelikle tersinden farklı olmayı amaçlarlar. Gezilecek, görülecek yerlere ilişkin görüntüler gündelik yaşantıya ait parçalar değillerdir aslında; ama artık turizm endüstrisini besleyen medyanın, gündelik yaşantının birçok boyutunun içine yerleştirdiği (en azından görüntülerden tecrübe edildiği kadarıyla) ikinci dereceden sıradanlaşmış görüntülerdir.

John Urry'nin önemle belirttiği gibi, 'turist bakışı' normal ve sıradan olanın farkını araştırmaya yönelik olarak ortaya çıkmaktadır. Örneğin; sanatçıların birçoğu seyahat ederek, diğer insanlara da değişik tecrübeler sağlayacak özgün bakış türleri ortaya çıkarmışlardır.



62 paris, 2001



Turistin, genellikle, nereleri görmesi gerektiğini bildiği, ancak hepsine ulaşmakta zorlandığı söylenebilir. Bu konudaki potansiyel, sınırsız gibi gözükmesine karşın, bazı kurumsal güçler, öncelikle görülmesi gerekenleri sınıflar ve düzenler. Örneğin Louvre Müzesi'nde ilginin odağı Mona Lisa'dır. Diğerleri soyut sınırlar içindeki sanat yapıtlarıdır.

Modern insanlar önemli mekanların uzaklarda olduğunun farkındadırlar. Bu toplumsal ayin, mekânın kutsanması ve törensel turistik davranışlarla bütün halinde gerçekleşir. Severek yapılan bir iş'e de benzetilebilir. Turizmle ilişkili rehber kitaplarda, filmlerde ve televizyon programlarında olduğu gibi, gezilecek, görülecek yerleri süsleyerek, abartarak yeniden sunarlar. Bu da, gerçek mekanla karşılaşıldığında, genellikle, doruğa önceden ulaşmış bir tecrübeyi gündeme getirir. Hayalkırıklığını bir ölçüde garantiler. Sfenkslerden birinin önünde veya Sidney Limanı'nda duran bir kişi, çoğunlukla, bu tecrübenin daha evvel yapılandırılmış beklentileri pek karşılayamadığını düşünür. Somut olarak gökyüzü beklenen renkte değildir, veya binaların yüzü daha eski, yıpranmış gözükür.

Turizmle ilgili yayınlar aksini körüklese de, gerçek tecrübe çoğunlukla hayal kırıklığı ve beklentiler konusundaki aldatılmışlıktır. Ancak özgünlük bağlamında sözkonusu tecrübe daha paradoksal bir yapı oluşturmaktadır. Seyahat edenler turistik mekanlarla karşılaştıklarında, bir taraftan da ne olursa olsun hayal kırıklığına uğramazlar, çünkü kopyalarının yerine sonunda 'gerçek nesne' ile karşılaşırlar.

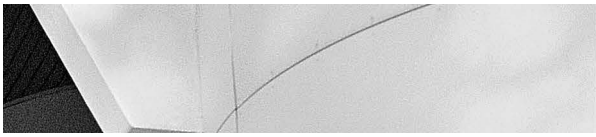
Otantiklik beklentisi bir ölçüde doyurulmuştur. Seks gibi turizm de deneyim, karşıtlık ve kontrast üzerine kuruludur. Gerçeklikten daha çok güzellikle ilgilidir, algılayanın bakışına bağlıdır.

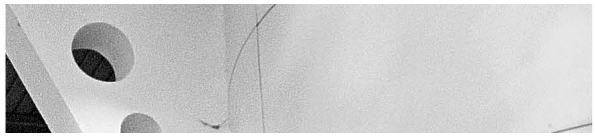
64 paris, 2001

Turizmin geleceği ile ilgili kaygı veren ilginç bir durum da, dünya üzerinde şimdiye kadar ilgi odağı olmuş mekanların neredeyse tümünün gittikçe birbirine benzemeye başlamasıdır. Paris, Champs Elysées'de olduğu gibi, ana odak noktaları The GAP, Disney Store ve The Warehouse dükkanları, aynı biçimde Moskova'daki Kızıl Meydan ve New York Times Meydanı için de geçerlidir.

Amerikalı kadınlar günbegün Japon gibi gözüktükçe, Japonlar Amerika'da vazgeçilmez topluluklar oluşturdukça, Tokyo'daki Disneyland Kaliforniya'daki Disneyland'ın tamamen aynısı haline geldikçe, Amerikalı turistin Japonya'ya gitmesi için gereken nedenler de ortadan kalkmaktadır.

Her tür kültürel nesne ve insan kendi yerini değiştirmiş, hareket etmişse, tüm dünya tekdüze dondurulmuş parçalar karmaşası haline gelmişse; seyahat eden kişi için 'ev', seyahat ettiği yerlerden çok farksızsa, artık turistik olanın sonu da gelmiş sayılmaz mı? (MacCannell, 1999: 200)





Eskiden insanlar farklı tecrübeler edinmek için seyahat ederlerdi, ancak günümüzde turizm ve seyahat edilen yerler de, Ritzer'in deyimiyle, McDonaldslaştırılmıştır. Bu da, neredeyse artık seyahat etme nedenini ortadan kaldırmaktadır. McDonaldslaştırma açıkça çeşitliliği değil, tekdüzeliği teşvik etmektedir.

Turizmin, reklamı yapılacak, pazarlanacak ve herhangi bir ürün gibi satılacak meta haline gelmiş olduğu açıktır. Bugün her tür mekân hızla metalaşmakta, ambalajlanıp, pazarlanmaktadır. Herhangi bir yerle ilgili seyahat ve kalacak yer düzenlemelerini, dünyanın herhangi bir köşesinden yapmak da mümkündür. Gezmek, görmek ve mekan/yer arasındaki ilişki ve bağlantı da gün geçtikçe koparılarak, gezme/görme jenerik bir eğlence biçimine ve üretilmiş fantazilere dönüşmektedir. Bu dürtü aslında şu sözlerde tuhaf ve paradoksal biçimde somutlaşmaktadır; "*-Turistleri Roma'daki Imax sinemasında Roma hakkındaki çok etkileyici üçboyutlu IMAX filmini görmek için mutlaka Roma'ya gelmelerine ikna edin!...*"

IMAX, bazı sinema teknolojilerini bünyesinde birleştirmiş melez bir sinematik yapıdır. Filmin fiziksel özellikleri, yalnızca bu teknolojiye özel kameraların ve sinema salonlarının yapımını gerekli kılmamış, aynı zamanda yeni projeksiyon sistemlerinin gerçekleştirilmesini de zorunlu hale getirmiştir. IMAX teknolojisi aslında panoramik özelliğe sahip yüksek çözünürlükteki sinema görüntülerinden başka birşey değildir. Yüksek çözünürlükte ve büyük boyutlardaki hareketli görüntüler, izleyeni düzenlenmiş ve bilinen bir dünyanın keşfinin merkezine oturtur. Genel ölçekli panoramik görüntüler, dünyayla ilgili olanları seyircilere eğitim teknolojisi gibi aktarır. IMAX filmleri özellikle hareket simülasyonu ile sanki uzay mekiği içindeymiş, denizin altında yüzüyormuş veya bir uçağın kanadına oturmuşcasına anlık zevkler oluşturur. IMAX görüntüleri sözkonusu olduğunda, 'orada olmak' hareket duyumsamasıyla ilişkilidir. Daha da ilginç olanı, hiper-anındalığın belli bir noktaya varmaktan çok, seyahat ediyor olma haliyle ilgili olmasıdır. IMAX bunu kameranın görüş açısı, tedirgin edici yükseklikler ve hızlı hareketlerle sağlar.

IMAX, Urry'nin sistematize ettiği ve toplumsal olarak yapılandırıldığını öngördüğü turist bakışını kurarak, potansiyel bir karşılaşma hazırlar. IMAX, turist bakışını konu alarak, turizmin kendisine yönlendirilmiş turistik bir ilgi odağı yaratır. Daniel Boorstein ve Jean Baudrillard'a göre de, Grand Canyon IMAX gibi izlenceler sahte-durumlardır, buraya yapılan ziyaretler de sahte-ziyaretlerdir. Otantik olmayanın arayışında güvenli noktalardır. Bu anlamda IMAX, turistleri içinde yaşanılan dünyanın gerçek(dışılığından)liğinden yalıtır. IMAX'ı bir turist etkinliği yapan, görüntüleri kadar gösterimden sonra projeksiyon odasına yapılan toplu gezilerdir.

Burada projeksiyon odasındaki mekanik aksam, herhangi bir görevliye gerek duymadan çalışan otomatik sistem ziyaretçilere gösterilir.

R

68 berlin, 1992

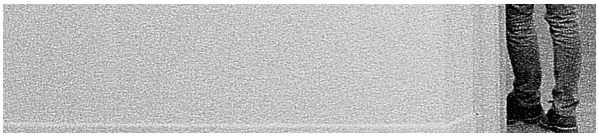
Fotografik görüntülerin gelişimi ve turizmin yaygınlaşması sanıldığından daha fazla ilişkilidir. Fotoğraf makinasının ortaya çıkışı, taşınabilir boyutlara indirilmesi, günışığında kolay takılan filmlerle, kartpostalların yığın üretimiyle, seyahatin demokratikleşmesi ve turizmin yaygınlaşması ile çakışır.

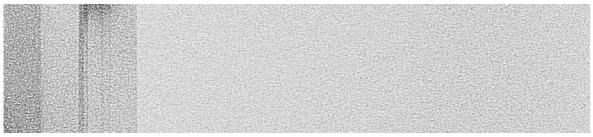
Fotoğrafın ortaya çıkışı, seyahat ve görüntü üretme arasındaki ilişkinin evrimine hızlandırıcı katkı sağlamıştır. Sözkonusu ortam tamamıyla bir ihtiyacın ürünüdür. Ayrıca seyahat ve görüntü üretme, modernizmin genel süreci içindeki en belirgin aşamalardan biridir. Fotoğraf, seyahat arzusu ve ihtiyacının doğması amacına hizmet eden diğer grafik görselleştirmelerden çok daha fazla işlevler üstlenmek zorunda kalmıştır.

Fotoğraf, öznelliklerin oluşturulduğu sürecin önemli bir parçasıdır; insanların umutları, korkuları, anıları, eylemleri, beğenileri ve sevgileri ile ilişkilidir. İlintili olmayan anıların biraraya getirildiği flanör etkinliğinin güncel bir biçimidir. Fotoğraf ve seyahat arasındaki karmaşık ilişki, daha kuramsal yansıtmaları ve ampirik sorgulamaları gerekli kılmaktadır.

Aynı zamanda fotografik gözün nasıl sürekli müdehaleci ve etkin olarak işe koşulduğunun da incelenmesi gerekir.

70 bern, 1986



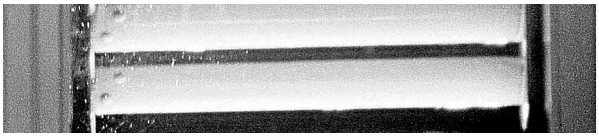


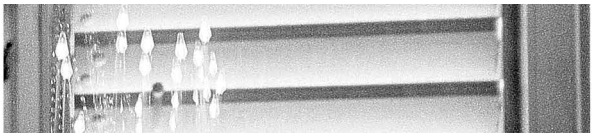
Görsellik turistik anıların oluşması için merkezi öneme sahiptir. Birçoğumuz yaşamımızın herhangi bir döneminde muhakkak bir turist kimliğine bürünmüşüzdür veya başka bir turistin tecrübesi içinde çerçevelenmişizdir. Alışık olduğumuz çevreden uzaklaştığımızda, yediklerimiz ve içtiklerimizin farkıyla, ısı ve ses değişimleriyle duyularımız daha hassas hale gelir. Bu duyular içinde görmek daha merkezcil bir konuma oturur.

Tatil süresince de fotografik görüntüler arayışı sürdürülür. Gezilen mekânlar ve anlar kaydedilerek, daha sonra aynı tatilin kanıtları olarak işlev görürler. Zaten seyahat tecrübesi ve anılarına şekil ve anlam veren, daha çok o yerlerin kendileri değil görüntüleridir. Turizm alışık olunan yerden geçici olarak uzaklaşmak, ancak daha sonra hediyelik eşyalar, fotoğraflar ve güneş yanığı ile geri dönmektir. Fotoğraflar anlatılan yerlere gerçekten gidilmiş olduğuna, dağların yüksek, havanın güzel olduğuna ilişkin bir tür delil, belge niteliğindedirler. Eve dönüldüğünde bu belgeler bazı açıklamalar eşliğinde ikincil tecrübeler olarak diğer kişilere aktarılırlar.

Turistler görüntüleri fotoğraf olarak kaydettikten sonra kaynak olarak kullanırlar. Fotoğraflar daha sonraları izleyenlere temsil edildiklerinde hem tatilin, hem de tatil deneyiminin doğru sınıflandırılmış olduğunun kanıtı durumundadırlar. Bu bellek yapılandırılması/üretimi belirgin olarak toplumsaldır ve gerçekleştirilmesi için çabaya ihtiyaç vardır.

72 floransa, 2000





Turistik tecrübenin doğasını fotoğraf belirlemektedir. Urry, turist olmanın belirgin bir modernlik tecrübesi olduğunu dile getirir. Fotoğraf da aynı şekilde modern yaşamın yapılanması için gerekli öğelerden biridir. Bugün birçok insan için fotografik görüntüler, dünyanın algılanması için kaçınılmaz bir tecrübe durumundadır.

Urry'nin tüm turistik tecrübenin merkezinde gördüğü 'turist bakışı', modern Batılı kültürlerdeki bilgi üretimiyle ilgili olarak, görsel olanın önceliğini de ortaya koymaktadır. Turist tecrübesinin görsel olarak somutlaştığı fotoğraflar bu sürecin ayrılmaz bir parçasıdır. Batı modernitesi teknoloji ile çok iç içedir.

Bu anlamda turistin dünyasını anlamak için fotoğraf makinası ile de ilgilenmemiz gerekmektedir. Modern çağın en temel özelliklerinden birisi dünyanın görüntü olarak fethedilmesidir.

74 paris, 2001

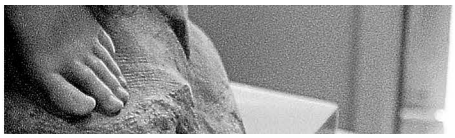
Modern teknolojinin bir öğesi olarak fotoğraf makinası veya kamera, yaşamın bazı kesitlerinin çerçevelenmesi dışında aynı zamanda dünyayı da çerçevelemek demektir. Eğer fotoğrafın modern turizmi örnekleyen bir etkinlik olduğu düşünülürse, turizmin de modern teknolojinin bir uzantısı olduğu rahatlıkla dile getirilebilir. Yani, farklılıkların peşinde koşarken bunu kendisi ortadan kaldıran bir etkinliktir.

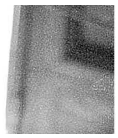
Fotoğraf, ortaya çıkışından beri görsel algıyı biçimlendirici işlevler üstlenmiştir. Bu anlamda sosyal olarak yapılanmış bir görme ve kaydetme yöntemidir. Fotoğraflamak aynı zamanda fotoğraflanan nesneyi uyumlaştırmak demektir.

Herhangi bir nesne hakkında görsel bilgiye sahip olmak, anlık da olsa iktidar sağlamaktır. Aynı zamanda bakış, kendi nesnesini de ehlileştirir. (Urry, 1990: 139)

Sortie de secours
à n'utiliser qu'en cas d'urgence
Sortie de secours
à n'utiliser qu'en cas d'urgence

76 floransa, 2000





Fotoğraf gerçekliği kaydetme yöntemidir. Oluşturulan görüntüler birer yorum olmaktan çok gerçekliğin parçasıdır. Birşeyin olmuş olduğuna ilişkin kanıtdır. Fotografik görüntüler, genellikle 'artık orada olmayana' aittirler.

Çok önce sönmüş olan yıldızın hâlâ parlayan ışığı gibi. Fotoğraf görüntüsü kendi içinde, metaforik düzlemde seyahat olgusunu da içerir. Onu alımlayanın bir yoruma ve anlama ulaşması için kendi içinde bulunduğu zaman ve mekân dışında bir seyahate zorlar.

78 paris, 2001

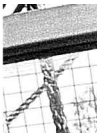
18. ve 19. yüzyıllarda artık evini terketmeden seyahat edebilenler, biraz bugün de olduğu gibi, tecrübelerini hızla yaygınlaşan ve dolaşıma giren kitaplara ve fotoğraflara borçludurlar.

Fotoğraf sözkonusu olduğunda, hayal ortamında bile gerçeklikle olan bağlantısı sıklıkla gündeme gelir. Çünkü fotoğraflar, kendilerine konu olan hakkında hiçbir ön bilgimiz olmasa da gerçek olduğuna bizi kolaylıkla inandırırlar, ayrıca seyahatin gerçekleştirilip kanıtlarının bizim elimize kadar ulaştırıldığının somut belgeleridir. Bu nedenden ötürü, fotoğraf albümlerini zaman ve mekanla ilgili yolculuklar olarak görmek çok yanlış olmaz.

Fotoğraf mesafeyi sembolik olarak ortadan kaldırır ve kendisi mekân yaratır. İçinde yaşanılan dünyayı ve nesneleri, görüntü olarak fosilleşmiş durumlar ve minyatür boyutlarda yerler olarak saklar ve sınıflar. Böylelikle bir masa lambası altında dünyayı inceleme imkânı sağlar.

Sa forme et sa structure sont en relation avec
le rôle joué par l'organe dans ce système.

80 **berlin, 1992**

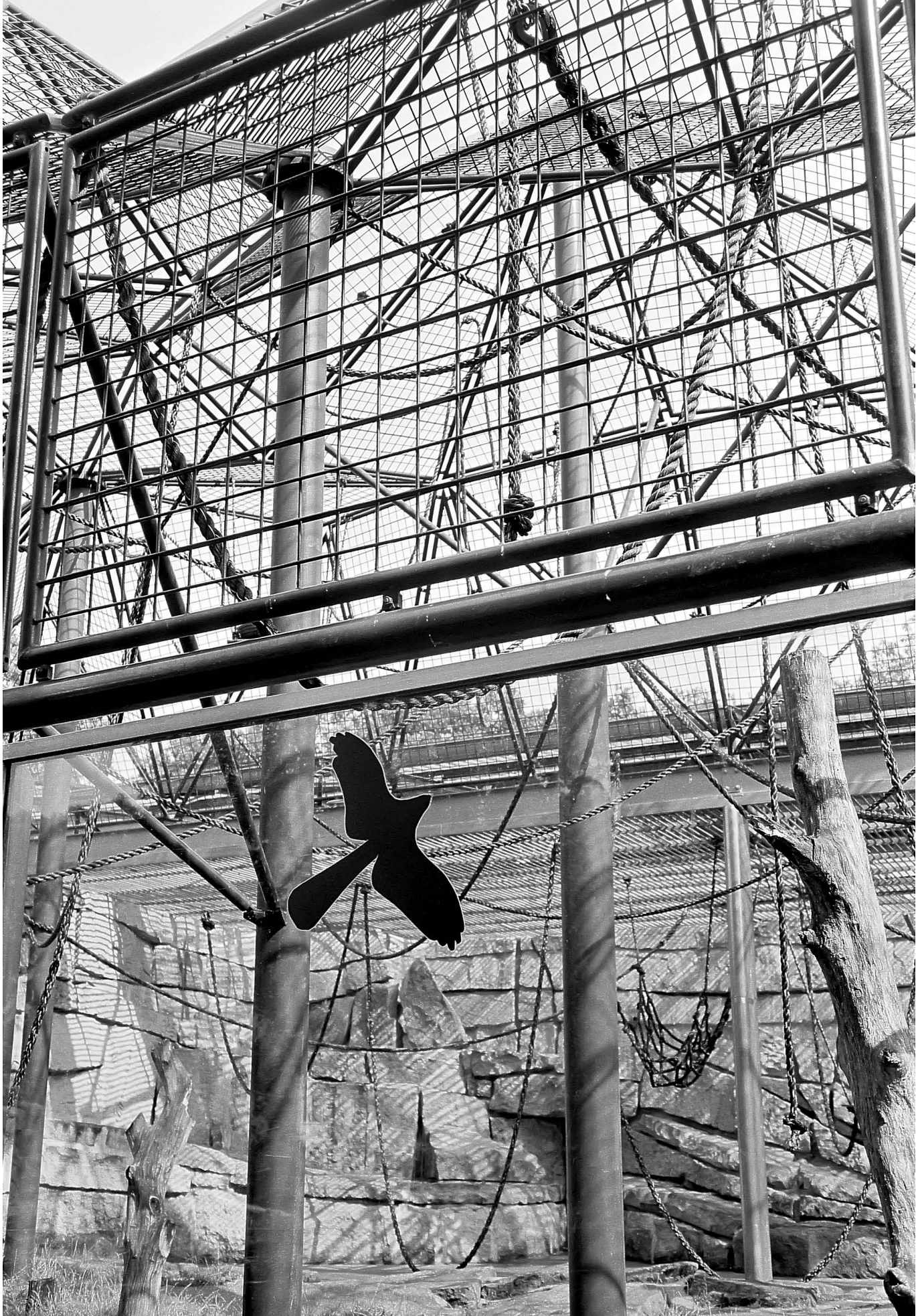


Fotoğraf bugün dijital ortamlardaki gelişmelere rağmen güven yaratma konusundaki işlevini sürdürmektedir. Birçok kimse için sorgulamasız ampirik bir gerçeklik yaratır. Yaşam ve sanat arasındaki sınırı kendine mekân olarak seçmiş bir uygulamadır.

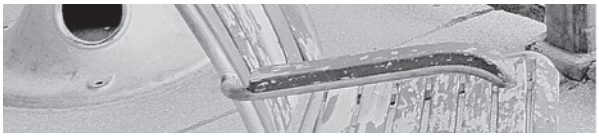
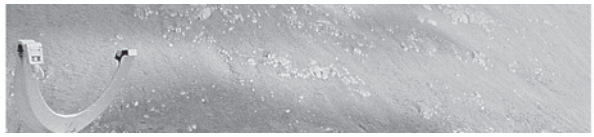
O *an*ın izi olma özelliğinden çok, görülebilir olmayanın eksik bir belgesi oluşu önem kazanır. İnsanların gerçekten görüntüdeki mekânlarda bulunmuş olduklarının veya görüntüdeki dağın gerçekten devasa boyutlarda olduğunun belgeleridir. Bu anlamda kameranın yalan söylemediği sözü yaygındır. Başka bir bakışla da, fotoğraflar aslında etkin bir anlamlama sürecinin sonuçlarıdır.

Fotoğrafı çeken konusunu seçer, biçimlendirir ve yapılandırır, ister istemez estetize eder. Fotoğraflar ideolojik içeriklerini ve düzenlenmiş yapılarını açığa çıkarmadan gerçekliğin minyatür temsilleri olarak değerlendirilirler. Fotoğrafın not alan, akıcı, süreksiz ve geçici karakteri böyle bir duruma zaten uygundur. Dünyanın algılanmasını daha abartılı ve yabancı hale getirir. Fotoğrafta artık ortada olmayanlar varlıklarını sürdürebilirler. Onlara dokunamaz ve onlarla birlikte yaşayamayız ama odaklanırız, reddedemeyiz.

Fotoğraf hem sahip olduklarımızı, hem de kaybettiklerimizi gösterir. Bize şeyleri yaklaştırırken araya demirparmaklıklar koyar, bizden ayırır.



82 isviçre alpleri (buzul), 2001

20. yüzyılda görsel duyumun fotoğraf yoluyla geçirdiği önemli dönüşümden Sontag bahseder. Crawshaw ve Urry, görsel duyumun böyle bir yeni söylemle geçirmiş olduğu dönüşüme işaret ederler. Her tür insan deneyimini demokratikleştirmiştir (Barthes'ın da dediği gibi fotoğraflanan herşeyi dikkate değer hale getirmiştir); aynı zamanda seyahate de biçim vermektedir.

Ayrıca, neyin estetik olduğuna ilişkin kanıları doğrudan etkilediği gibi, çok geniş işaretler ve imgeler oluşturarak, 20. yy.'ın görsel kültürünü de neredeyse doğrudan belirlemiştir. Fotoğraf herkes tarafından uygulanabilir ve herşeye yönlendirilebilir hale geldikçe, her tür insani tecrübenin demokratikleşmesini simgelemektedir. Postmodernleştirme sürecinin parçasıdır. Fotoğraflanan herşey fotoğraflanmış her diğeri gibi ilginç veya sıradan hale gelmektedir. Fotografik görüntü kendi doğasından ötürü hiçbir zaman yalnızca elit sınıfla ilişkilendirilemez. Bu özellikleri onu turistik tecrübenin ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir.

Batı'da yaşayan hemen herkesin, doğa ve kent manzaralarını uyumlaştırmak ve fotografik belleğe kaydetmek gibi, görsel tüketimde bulunma hakkı vardır. Maliyete ilişkin nedenler dışında hiç kimse bu haktan mahrum bırakılamaz. Manzaraları ilgi ve merakla seyretmek, dolayısıyla turist olmak, Batı'da yaşayanlar için en doğal yurttaşlık haklarından biridir. Böylelikle turist bakışı'nın demokratikleşmesinden de bahsedilebilir. Olgu, fotoğrafın anti-elitist uygulamasında en somut yansımasını bulur. Bu uygulamalar seyahat tecrübesini de biçimlendirir.

Turizm tecrübesinin büyük bir bölümü, fotoğraf birikintisine yol açan fotojenik olanın arayışına adanır. Bu, aynı zamanda, fotografik teknoloji ve uygulayımlar değişip geliştikçe, fotoğraflanması gereken yerler de değişiyor demektir. Dolayısıyla, insanların doğa ve kent manzaraları arasında görüntülerine konu etmek istediklerinin de sabit ve verili olmadığı, ancak zamanla değiştiği söylenebilir.

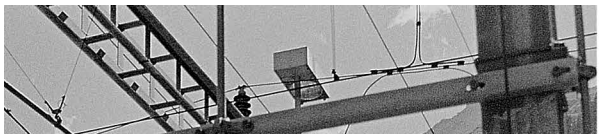
84 floransa, 2000

Urry'e göre, turist fotoğrafı turist bakışının yalnızca bir bölümüdür. Bu bakış, sıradan ve sıradışı arasındaki toplumsal olarak yapılandırılmış karşıtlığa göre düzenlenmiştir. Sıradışının uyumlaştırılması gibi etkinlikleri veya başka bir deyişle, öteki'nin uyumlaştırılmasını içeren bir süreçtir.

Urry için, yine fotoğraf, 19. yüzyılda kitle turizmine bağlı olarak gelişen yeni bir görsel algı türüdür. Turist bakışının oluşmasında fotoğraf makinasının rolü nedir? Teknolojinin tarafsız olduğunu söyleyebilir miyiz? Yani, yalnızca görme durumlarını daha geniş seçenekli bir hale getirme dışında herhangi bir işlevi var mıdır?

Sontag seyahat edenlerin çektikleri fotoğraflarla ilgili olarak şunları söylemiştir; "içinde kendilerini güvensiz hissettikleri yerlerin, mekânların mülkiyetini kazanmaya yönelik bir harekettir. Fotoğraf çekme eyleminin kendisi rahatlatıcıdır ve mekân değişikliğinden doğan oryantasyon bozukluğu duygusunu giderici özellikleri vardır. Diğer tepkilerin ne olduğunun farkına varmadan fotoğraf çekerler". (Urry, 1995:143)

86 isviçre alpleri, 2000



Fotoğrafın seyahati doğrudan etkilediğini söylemek yanlış olmaz. Yolculuk sırasındaki durakların nedenidir. Yolculuk benim gibi fotoğrafçılar için, türlü fotoğraflama fırsatlarının bir bütünü olarak da değerlendirilebilir. Fotografik amaçla seyahat etmediğini düşünenler veya gerçekten fotoğraf çekmeyenler için bile tüm turistik süreç aslında fotojenik olanın arayışına yönlendirilmiştir zaten. Stratejik olarak fotografik görüntülerin toplanmasına hizmet eder. Özellikle iş ahlakının fazlasıyla gelişmiş olduğu Japon, Amerikalı ve Alman toplumlarında daha da belirginleşir.

Fotoğrafın turistik bakış ile olan kaçınılmaz ilişkisi ortadadır. Fotografik görüntüler turistik bakışa konu olabilecek yer/mekanları düzenlemeye yarar. Seyahat sırasında bakışımızı yönlendirdiğimiz yerleri kaydederiz. Nereye gideceğimizi de bu tür olanaklar dahilinde değerlendiririz.

Turist ve gezdiği mekanlar, fotoğraflanmak için vardırlar. Varlıklarını korumak için fotoğraf görüntüsüne konu olurlar. Turizm bağlamında içinde yaşanılan dünya, temsilin temsili haline dönüşmüştür. Örneğin, Eyfel kulesi gibi çok ünlü turistik bir mekana yapılan ziyaret, kaynağı görüntü olan hac seyahatine benzetilebilir. Başka bir deyişle, temsilin kaynağına ulaşılır. Seyahatimize kaynaklık eden görüntünün doğruluğunu ararız, onu bulduğumuzda da tekrar fotoğraflayarak görüntüler evrenine döneriz.

Turistik seyahat, temsilin kaynağının gerçekliğine, doğruluğuna ilişkin bir araştırmadır. Varış noktasında hissedilenler ne hayalkırıklığı, ne de doyum olduğu için tam anlamıyla postmodern bir durum olduğu söylenebilir. Turizmin gerçek olanın arayışı mı, yoksa sahte bir tecrübe mi olduğu sorusunun cevabı aslında her iki durumu da kapsamaktadır.

Dean MacCannell turizm sürecini bu yüzden 'kurgulanmış gerçeklik' olarak niteler. Bu anlamda orjinal, otantik ve geçmiş, bugün'ün bir ürünü olarak ortaya çıkar. (Osborne, 2000: 72)

F6
LEBENSGEFAHR

88 luzern, 1986

Birçok turist, mekânın gerçekten karşısında bulunmadan ve fotoğrafını çekmeden kendilerini sözkonusu deneyimi özümsemiş saymazlar. Bugün fotoğraf, mekânla ilgili herhangi bir tecrübenin merkezinde yer alır, yalnızca turist algısının değil. İster fotoğraf çeksinler ister çekmesinler, fotografik olan mekânları/yerleri ve tecrübeleri tüketirler. Bunlar ya fotoğraflanmak için yaratılmışlardır ya da o yönde evrimleşmişlerdir.

Herhangi bir yerin turistik değerini, fotojenik özellikleri belirlemektedir. Eğer bu tür bir potansiyelin eksikliği söz konusuysa, ya yeniden keşfedilir, ya da yeniden biçimlendirilerek elde edilebilir. Her turist fotoğrafının, özgün bir bakış açısını belirlemesinden çok birer 'alıntı' olduğu rahatlıkla söylenebilir. Turistik fotoğraflar birer keşif olmaktan çok onaylama'dır. Uygulama turizm sistemi içinde sanıldığının aksine, hiç de özgür olmayan, sınırları ve şekli önceden belirlenmiş bir alan içinde cereyan etmektedir.

Herşeyin bir gösterge olduğu kapalı bir evrendir. Kodların anahtarının yalnız belli kişilerin elinde olduğu, ama diğerlerinin de sorgulamasız kabul ettiği bir yapıdır. Kısmen kurgusal bir bütündür. (Osborne, 2000:79)

NATIONAL

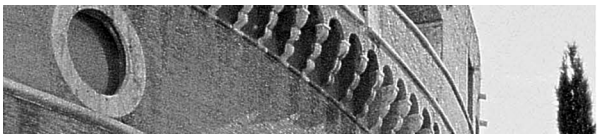
90 pisa, 2001

Susan Sontag'ın yazıları turistik fotoğrafın neden problematik olduğuna ilişkin iyi bir örnektir. Sontag'a göre, "fotoğraf çekmek çekileni uyumlaştırmaktır". Dolayısıyla insanın içinde yaşadığı dünya ile ilişkiye geçerek bilgi oluşturması, kazanmasıdır.

Bu yüzden fotoğraf makinası kullanımı ile ilgili olarak saldırganlıktan, müdaheleci bir girişimden sözeder. Sontag ayrıca, turistlerin fotoğraf makinalarını içinde bulundukları mekanı denetleyebilmek amacıyla kullandıklarından da bahseder. Ziyaret edilen yerlerin mülkiyetini ele geçirme ve yabancı ortamdaki endişeyi bertaraf etmenin bir yoludur.

Fotoğraf makinası gerçekliği turist için ulaşılabilir ve anlaşılabilir kılar. Daha da önemlisi, herhangi bir duruma dahil olma izlenimi yaratır. Fotoğraf makinası taşımak kişiyi etkin bir konuma ulaştırır, en azından dikizci bir eylemdir. Bu dahil olma, aynı zamanda söz konusu durumdan uzaklaşma, araya mesafe koyma anlamına da gelir. Fotoğraf makinası modern temsillerin ve bilginin en temel özelliklerinden olan nesne/özne ayrışmasını sağlar.

92 roma, 2000



Fotoğraf makinası ile donanmış her turist farkında olmasa da - çerçeveleme ve diğer işlemleri ne kadar bilinçsizce gerçekleştiriyor olursa olsun - bir anlamda sanatçı sayılır. Fotoğraf makinası ile donanmış her sanatçı da, ne kadar farklı amaçlar için hareket ettiğini düşünürse düşünsün, turist sayılır. Bu tür amaçlar doğrultusunda çekilen dialar da birer turistik kartpostal sayılabilirler.

Sıradan bir izleyiciye herhangi birşey söylemeseler dahi, farklı kitlelere her seferinde farklı bir yolculuk yaşatacak biçimde yenidenkurgulanabilecek malzemelerdir. Bu kitap çalışmasına konu olan görüntüler de aynı türdendir. Turizm hakkındaki sanat gereklilikten ötürü parçalamanın, yabancılaşmanın ve ayrımlaştırmanın modern ve postmodern montajı üzerine yapılanır.

Belki turizmi hüzünlü, acılı duygusal bir edim ve sanatçılar için bereketli bir malzeme haline getiren de, görmediklerimiz ya da beklediğimiz ama hiç karşılaşmadığımız sürprizlerdir. Veya toplumsal olarak belirlenmiş çerçevelere rağmen hepimizin farklı algısına neden olan görüntülerdir.

94 isviçre alpleri (buzul), 2001

Filmimiz bittiğinde veya karşılaştığımız insanları yüzyüze görüntüleyemeyecek kadar utangaç olduğumuzda, fazlasıyla basitleştirilmiş ve çarpıtılmış kartpostal görüntülerine başvururuz. Kartpostallar, genellikle benzerlik ilkesinin güvencesinde yatan fotografik klişelerdir. En azından herkesin beklentileri doğrultusunda işlemeyi amaçlayan görüntülerdir.

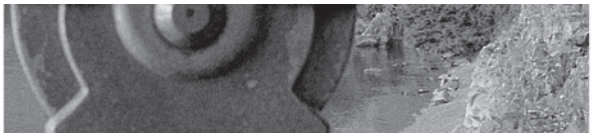
Bu açıdan bir ortak yargıyı ve beklentiyi de temsil ettikleri kolayca söylenebilir. Hediye şeklini alabilecekleri gibi, bir yandan da özlem duyulabilecek tecrübeleri kanıtlarlar. O yere ilişkin olarak, turistik anlamdaki ideal görsel tecrübenin somutlaşmış halleridir. Turistlerin çoğu, kartpostal görüntüsünü gerçek mekana tercih ederler. "Ben gördüğüm de hava böyle iyi değildi", veya "çok çabuk gezmek zorunda kalmıştım" derler. Şipşak fotoğraflara ve kartpostallara bir yerin yanından hızla geçildiğinde, öznel bir tecrübenin oluşmasına yeterli imkan bulamadığımızda başvururuz, duraklamak ve tecrübe etmek için yeterli vakti bulamadığımızda.

Buna göre turizmin rüyasal bir boyutunun olduğunu da düşünebiliriz. Uyandığımızda kendimizi ve etrafımızdakileri orada olmuş olduğumuza inandırmak isteriz. Bazen de olmadığımıza. Kartpostalların olmadığı veya beklentiyi karşılayamadığı durumlarda fotoğraf turistin kendi hayalgücüne hizmet eder. Kodak'ın da kendi broşürlerinde belirttiği gibi, fotoğraf, anıları saklamak veya unutulmuş tecrübeleri anımsamak için güçlü ve haz veren bir mecradır. Ancak bu tecrübeyi ölümsüzleştirmeye çalışan masum dürtünün arkasında, kendi başına fotoğraflama davranışı yatmaktadır.

Fotoğraflama aynı zamanda içinde yaşanılan çevreye mesafe almak, araya bir anlamda güvenli bir uzaklık yerleştirmektir. Çok ucuz bazı amatör fotoğraf makinalarının üzerinde bu mesafe ayarı dağ, kafa ve büst ikonlarıyla basite indirgenmiştir.

Buradan hareketle teknolojinin görülebilirleri görülmeleri gerektiği gibi sınıflamakta olduğu rahatlıkla söylenebilir. Bu, görülebilir çevredeki sonsuz sayıda netlenebilenlerin arasından seçim yapmayı kolaylaştırıyor gibi gözükür. (Robertson, 1994: 210) Ancak kolaylaştırır gibi gözüktüğü oranda, sınırlamakta ve denetlemektedir de.

96 montreux, 2001



Seyredilecek olan, fotoğraf olarak çekilmeyi bekleyen bir hazır nesne (ready-made) durumundadır. Bizi anlık olarak çok etkilemesine karşın gerçek tecrübeden soyutlanmıştır. Kartpostal nasıl fotoğraf yerine işlev görüyorsa, izlence de müdahil olma yerine geliştirilen bir etkinliktir.

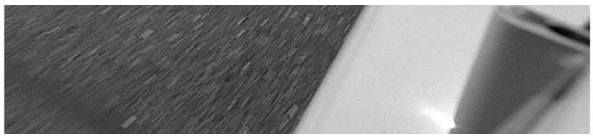
Manzara da bu anlamda sözkonusu girişimi onaylar. Rahatlatıcıdır. Oraya gitmeniz, yağmurda beklemeniz, pabuçlarınızı çamurlamanız veya dik patikalardan dağlara tırmanmanız gerekmez. Aslında ortalama bir turist, hiçbir zaman göremeyeceği yerlere bir iki dakika bakar. İzlenceye yönelik manzaralar genel bağlamından soyutlanmış ve denetlenmiş görüntüler oluştururlar.

Kitlesel medya nasıl içinde yaşadığımız toplumu, bizi ve güncel olayları yansıtıyorsa, denetlenmiş ve seyirlik manzaralara bakış da, içinde bulunduğu doğal çevreyi bir ölçüde yansıtır. Bu tür mekanlar aslında bir yandan da yolumuzun üstüne kendiliğinden çıkamaz hale geldikleri için, düzenlenmek, kurgulanmak ve denetlenmek zorunda kalmışlardır. Çoğunluğu ticari istilaya uğramışlardır zaten. Teleskoplar ve dürbünler düzenlenmiş manzaralar karşısında sıklıkla rastlanan optik gereçlerdir.

Bunun için bir aşama sonrası arabanın içinden de çıkmamaktır. Eğer manzaranın seyredileceği yer bir mekan değil, ancak sadece bir noktaysa gerçek tecrübeden iki kez daha uzaklaşıldığı rahatlıkla söylenebilir. (Lippard, 1999: 141)

98

vevey, 1986



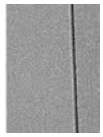
Seyahat için evinden ayrılanların çoğu da zaten otomobil, tren, gemi gibi evlerinin uzantısı sayılabilecek mekanlarda yolculuk etmeye başlamışlardır. Bu, dünyanın pencere içinden güvenli ve yalnız bir ortamda izlenebilmesini olanaklı kılmıştır. Seyahat modeli değiştikçe buna bağlı olarak etrafı izleme, sağa sola bakma yöntemleri de farklılaşmıştır.

Alexander Wilson arabaların manzaralar üzerindeki etkilerinden şöyle bahsetmektedir: "Arabayı ne kadar hızla kullanırsak etrafımızdaki dünya o kadar düzleşir... Uzaklık artık soyutlama olarak algılanmaya başlar... Uçaktan bakıldığında da manzara iki boyutlu bir haritaya dönüşmektedir." (Lippard, 1999: 136) Manzara bu tür hallerde parçalanır, bölünür; 'tanımlayıcı/tasviredici değer'inden sıyrılarak, 'sentetik değer'e kavuşur. Hareket eden taşıttan oluşturulan görüntülerdeki rastlantısal düzenlemeler, biçim ve anlama dayalı estetik bir güç yaratırlar. Hareket eden araba, algısal değişimlerin taşıtıdır. Otomobille yapılan seyahatler, temsillerin ve biçimsel dönüşümlerin başlangıcı olarak estetik bir tecrübeye dönüşür.

Sürekli hareket etmek ve buna bağlı olarak görüş açılarının değişmesi, sıradan bir seyahati, sonsuz sayıdaki ironilerin ortaya çıkışını, estetik ve alışılmamış görsel etkilerin yaratılmasını mümkün hale getirir. Bazı fotoğrafçılar otomobili, daha yoğun olarak, bir estetik araç olarak kullanmışlardır. Otomobil görsel algımızı radikal biçimde değiştiren neredeyse optik bir aygıta dönüşmüştür.

Simplon
Gd-St-Bernard
Martigny
Montreux
Vevey

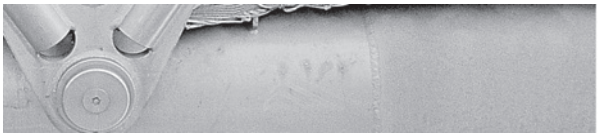
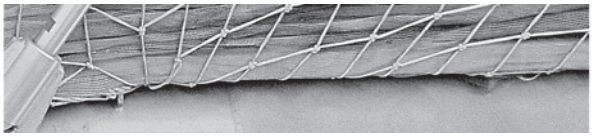
100 paris, 2000



Turistlerin kendileri de turistik ilgi odağına dönüşme potansiyelini barındırır. Dünyanın birçok büyük kenti, orada yaşayanların dışında, aynı zamanda ziyaretçilere de sürekli ev sahipliği yapar. Bu kitlenin kendisi, turistik mekânların ziyaret edilme gerekçelerinin onanmasını kolaylaştırırken, aynı zamanda mekânın daha belirgin olarak algılanmasını sağlayacak işlevler de görürler.

Ünlü fotoğrafçı Christian Vogt'un "Bakanlar" (Onlookers) adlı seri fotoğraflarında somutlaştırıldığı gibi, ziyaretçinin kendisi mekan içindeki estetik bir öğeye de dönüşebilmektedir. Turist fotoğrafçı çerçevelerken aynı zamanda kendisini çerçevelenir hale getirmektedir. Zig Jackson'un 1992 yılında çektiği fotoğrafın adı *Kızılderililerin Fotoğrafını Çeken Turistin Fotoğrafını Çeken Kızılderili'dir.*

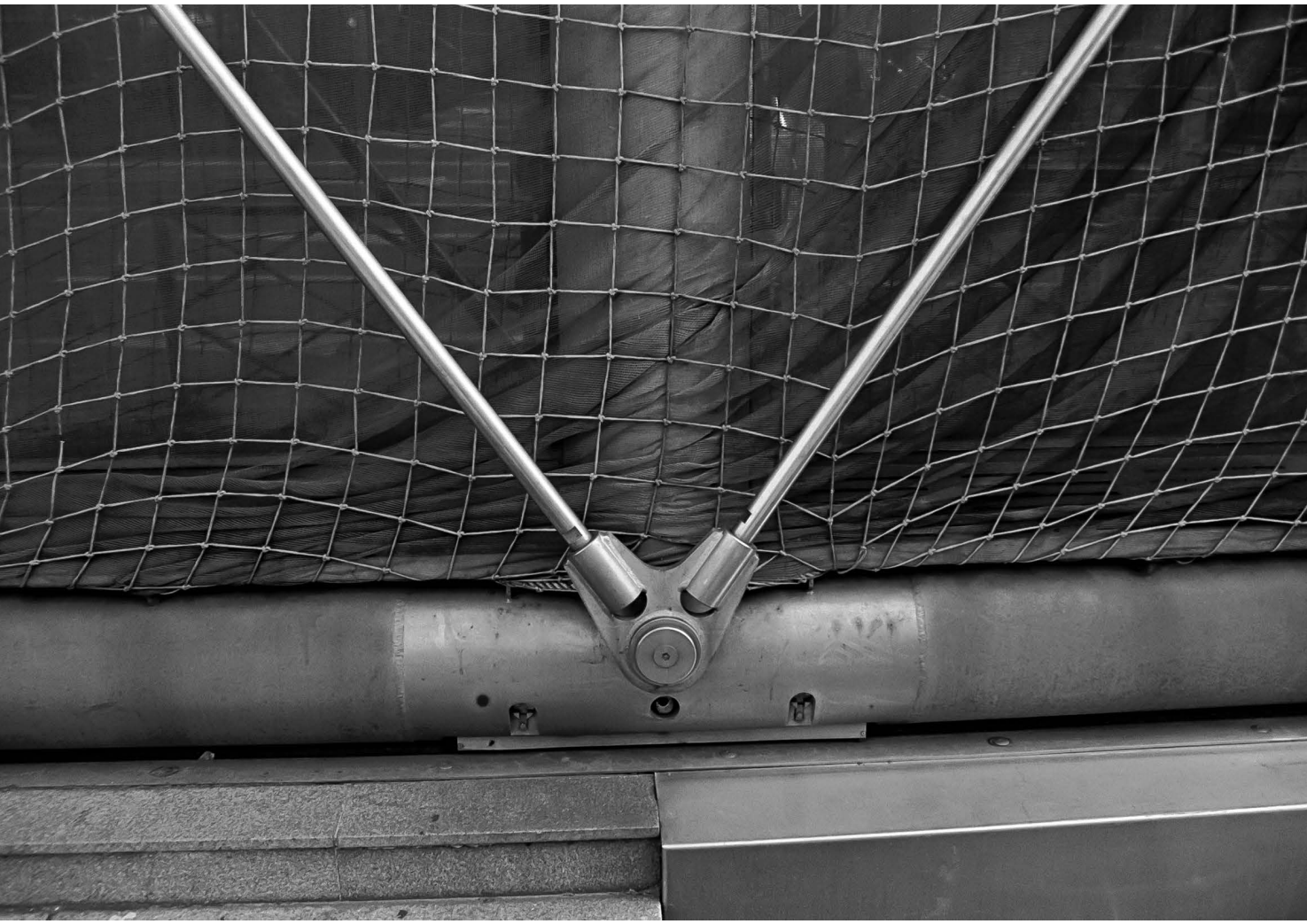
102 paris, 2000

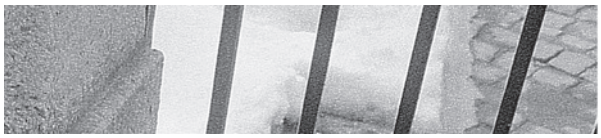
Görülmek, fotoğraflanmak ve görmek, fotoğraf çekmek, gelişen kent yapısının bir sonucu olarak ivme kazanmıştır. Sontag, fotoğrafın orta sınıf flanörün gözünün bir uzantısı olarak görülebileceğini ayrıca vurgulamıştır. Fotoğrafçı, kenti sessizce dolaşarak tecrübe eden flanörün silahlanmış türü gibidir.

Bu anlamda flanör, yaşadığı ortamı *resimsel* olarak algılar zaten. Orta sınıf flanör şehrin karanlık köşeleriyle ilgiliyken, fotoğrafçı kentin her tarafıyla, her nesnesiyle, her kişiliğiyle ilgilidir. Fotoğrafçı böyle bir ortamda aynı zamanda fotoğraflanmaktadır. Bu anlamda gören, aynı zamanda görülmektedir.

Fotoğraf çekenin kendisi de, en azından seyahat ve turizm ortamının gereği olarak seyredilmekte ve fotoğraflanmaktadır. (Urry, 1990: 38)



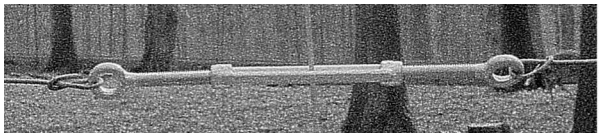
104 Iozan, 1986

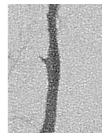


Fotoğraf albümleri açığa çıkardıkları kadar aynı zamanda gizlerler ve dolayısıyla mükemmel bir dünyadaki mükemmel tatil mitini daha da güçlendirirler. Turist sözkonusu olduğunda, anıların üretimi, kameraların kaydetmedikleri ve edemedikleriyle de ilişkilidir. Burada çerçeve dışında bırakılanlar ve kameranın varlığı yüzünden tecrübe olarak gözardı edilenler kastedilmektedir.

Bu anlamda bellek unutma ile de ilgilidir. Bu çalışmaya konu olan fotoğraflar, seyahat sırasındaki kusursuzluğu kurgulayacak biçimde seçilmemişlerdir; aksine, her turistik tecrübenin barındırdığı unutulması gerekenler üzerine daha çok yoğunlaşmışlardır. Görülmesi gerekenlerin civarında olan, ancak dikkatlerin üzerlerine çevirilmesinin gerekmediği yerlerdir. Seyahat tecrübesinin standartlaştırılması karşısında öznel boyut oluşturma çabasına yönelik yaklaşımlardan biri sayılabilirler.

106 bern, 1986



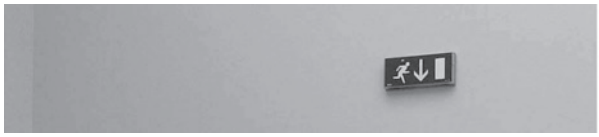


Fotoğrafın gerçekliğin bir kısmını kaydettiği görüşü, turistin dünyayı tanıma ve sınıflandırma davranışı için önemli bir hareket noktasıdır. Böyle bir anlayış, fotoğrafın özüne tarihsel bir bakış sağlayan toplumsal yapısını gözardı etmektedir. Turistler fotoğraf makinalarının onlara 'dünyayı olduğu' gibi aktardıklarını düşündükçe, fotoğrafı bir sanat olarak görmeleri mümkün olmaz. Dolayısıyla bu tür fotoğrafların, benliğin ve belleğin sanatsal yapılanması için yorum olanağı barındırdıkları söylenemez.

Aslında herşeyi kamera ile çerçevelemeye çalışmak, turist için aygıtın bu konudaki sınırlılığını en belirgin olarak ortaya çıkartan konudur. Buna göre fotoğraf makinalarımıza daha farklı işlevler yüklemek gerektiği ortaya kendiliğinden çıkar.

Eğer fotoğraf makinasını öncelikli olarak sanat üreten bir aygıt olarak görürsek zaten fotoğrafın 'çekmek'ten çok 'yapmak'la ilgili bir edim olduğunu kabul etmiş oluruz ki, bu da turistik fotoğrafların o kadar kötü şeyler olmadıkları sonucunu ortaya çıkartır.

108 kassel, 1992



Kamerayı dünyayı olduğu gibi çerçevelemeye yarayan bir aygıt olarak görmek yanlıştır. Buna karşın, tecrübelerimize yeni boyutlar kazandırdığı, sanat olarak fotoğrafların yeni dünyalara kapı açtıkları da doğrudur. Buna göre, turistlerin aslında 'fotoğraflanamaz'ları fotoğrafladıkları ortaya çıkar.

İdeal anlamda turistik fotoğraf çeken turist, turizme de sanat gibi yaklaşandır. Olay ve yerlerin turizm endüstrisi tarafından kendisi için düzenlenmiş olmasını daha az bekleyen kişidir. Dolayısıyla fotografik ediminde turistik yer belirleyicilerinin daha az rolü vardır. Daha farklı şeyleri daha farklı açılardan çekme çabasını gösterir. Bu çaba, sınıflama ve düzenlemeden çok sanatsal kaygılar taşır. Herşeyden önce bir turist olduğunu bilir ve kabul eder. 'Dünyayı tanımak' gibi bir amacın yersiz olduğunu ve birinin tüm tatil tecrübesini filme kaydetmenin imkânsız ve aslında diğer olanakları da engelleyici bir çaba olduğunu bilir.

Fotografik görüntüler selinin, gün geçtikçe yoğun ve hızlı akar bir hale gelmesine karşın, sayısal bilinmeyene doğru yapmakta olduğu bu yolculuğun onu yokedeceğine veya köklü bir biçimde değiştireceğine ilişkin kesin ipuçları bulunmaktadır. Bunun gibi, birçok insanın çok daha uzaklara çok daha sık seyahat etmeye başlamış olmalarına karşın, elektronik yayın hızının mesafe'yi de öldürdüğü düşünülmektedir. Tüm bu değişimlere bakarak, seyahat etmenin daha durağan ve sanal hale geldiği söylenebilir.

kaynakça

Judith Adler (1998) 'Origins of Sightseeing'. In C. T. Williams (Ed.) *Travel Culture: Essays On What Makes Us Go.* London: Praeger.

Chambers, Erve (Ed.) (1997) *Tourism and Culture: An Applied Perspective.* New York: State University of New York Press.

Clifford, James (1997) *Routes, Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. London: Harvard University Press.

Hitchcock, Robert K. (1997) 'Impacts of Tourism'. In E. Chambers (Ed.) *Tourism and Culture: An Applied Perspective*. New York: State University of New York Press.

Jokinen, Eeva & Veijola, Soile (1997) 'The Disoriented Tourist: The Figuration of the Tourist in the Contemporary Cultural Critique'. In C. Rojek & J. Urry (Eds.) *Touring Cultures: Transormations of Travel and Theory*. London: Routledge.

Lippard, Lucy R. (1999) *On the Beaten Track: Tourism, Art and Place*. New York: The New Place.

Kaplan, Caren (1996) *Questions of Travel: Postmodern Discourses of Displacement*. London: Duke Univ. Press.

MacCannell, Dean (1999) *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. London:University of Claifornia Press.

MacCannell, Dean (1992) *Empty Meeting Grounds*. London:University of Claifornia Press.

Osborne, Peter D (2000) *Travelling Light: Photography, Travel and Visual Culture*. Manchester: Manchester Univ. Press.

Robertson, G., Mash, M., Tickner, L., Bird,J., Curtis B. & Putnam, T. (Eds). (1994) *Travellers' Tales: Narratives of Home and Displacement*. London: Routledge.

Sieber, R.Timothy (1997) "Urban Tourism in Revitalizing Downtowns". In E. Chambers (Ed.) *Tourism and Culture: An Applied Perspective*. New York: State University of New York Press.

Urry, John (1995) *Consuming Places*. London: Routledge.

Urry, John (1990) *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage Pub.

fotograf indeksi

11. hamburg, 1992 _____ Nikon F4 28-80 mm.
13. floransa, 2001 _____ Nikon F4 28-80 mm.
15. hamburg, 1992 _____ Nikon F4 28-80 mm.
17. ancona, 1992 _____ Nikon F4 28-80 mm.
19. lozan, 1986 _____ Nikon F3 28 mm.
21. paris, 2001 _____ Nikon D1 17-35 mm.
23. paris, 2001 _____ Nikon D1 17-35 mm.
25. paris, 2001 _____ Horizon 35 Panoramic
27. hamburg, 1992 _____ Nikon F4 28-80 mm.
29. paris, 2000 _____ Nikon F4 28-80 mm.
31. londra, 2000 _____ Nikon F4 28-80 mm.
33. berlin, 1992 _____ Nikon F4 28-80 mm.
35. lozan, 1986 _____ Nikon F3 28 mm.
37. paris, 2000 _____ Nikon F4 20 mm.
39. paris, 2000 _____ Nikon F4 200 mm.
41. paris, 2000 _____ Nikon F4 28-80 mm.
43. berlin, 1992 _____ Nikon F4 20 mm.
45. paris, 2001 _____ Nikon F4 28-80 mm.
47. paris, 2001 _____ Nikon F4 28-80 mm.
49. floransa, 2001 _____ Nikon F4 28-80 mm.
51. roma, 2001 _____ Nikon F4 28-80 mm.
53. venedik, 2000 _____ Nikon D1 17-35 mm.
55. isviçre alpleri, 2001 _____ Nikon D1 17-35 mm.
57. vatikan, 2000 _____ Nikon F4 20 mm.
59. isviçre Alpleri, 2001 _____ Nikon F4 20 mm.
61. floransa, 2001 _____ Nikon F4 28-80 mm.
63. berlin, 1992 _____ Nikon F4 28-80 mm.
65. paris, 2001 _____ Nikon F4 28-80 mm.
67. paris, 2001 _____ Nikon F4 200 mm.
69. zürih, 2000 _____ Nikon F4 80-200 mm.
71. berlin, 1992 _____ Nikon F4 24 mm.
73. berlin, 1986 _____ Nikon F3 24 mm.
75. floransa, 2000 _____ Nikon F4 28-80 mm.
77. paris, 2001 _____ Nikon F4 28-80 mm.
79. floransa, 2000 _____ Nikon F4 28-80 mm.
81. paris, 2001 _____ Nikon F4 28-80 mm.
83. berlin, 1992 _____ Nikon F4 24 mm.
85. isviçre alpleri, 2001 _____ Nikon F4 50 mm.
87. floransa, 2000 _____ Nikon F4 85 mm.
89. isviçre alpleri, 2000 _____ Nikon F4 20 mm.
91. luzern, 1986 _____ Nikon F3 24 mm.
93. pisa, 2001 _____ Horizon 35, Panoramic
95. roma, 2000 _____ Nikon F4 20 mm.
97. isviçre alpleri, 2001 _____ Nikon F4 20 mm.
99. montreux, 2001 _____ Nikon F4 28-80 mm.
101. vevey, 1986 _____ Nikon F3 24 mm.
103. paris, 2000 _____ Nikon F4 28-80 mm.
105. paris, 2000 _____ Nikon F4 28 mm.
107. lozan, 1986 _____ Nikon F3 28 mm.
109. bern, 1986 _____ Nikon F3 28 mm.
111. kassel, 1992 _____ Nikon F4 28 80 mm.

‘Öteki’lerin ‘öteki’ne ilişkin oluşturmuş olduğu bu kadar hazır görüntü varken insanlar hâlâ niye seyahat etmektedirler, niye kendileri gidip görmek, kendileri fotoğraf çekmek istemektedirler? Bir yerden diğerine durmadan seyahat etmek, kendi içinde bir amaç haline gelmiştir. Bu yüzden artık bir yerin karşısına geçtiğimizde gördüklerimiz, bu bitmek tükenmek bilmeyen hareketlilikten daha fazla anlam taşımamaktadır.

Genellikle turizme karşı olmak, sonuçsuz ve kolay eleştirel bir davranıştır. Turizm karşıtı olanların, içine düştükleri yanlış durum, yalnızca kötümser ve tek taraflı oluşlarından kaynaklanmamaktadır. Kendi sosyal etkinliklerinin bir bölümünün, rahatlıkla turizm kalıpları içinde değerlendirilebileceğinin farkında da değillerdir. Aslında samimiyetle kabul etmemiz gereken, hepimizin bir turist olduğudur.

ISBN: 975-6857-84-6

www.bilgiyay.com

İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları