

STOK FOTOĞRAFÇILIK ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Zaliha İnci KARABACAK ¹

ÖZET

Fotoğrafın kullanım alanlarındaki çeşitlilik zaman içinde fotoğrafa olan talebin ajanslar aracılığıyla karşılınır duruma gelmesine neden olmuştur. Günümüz iletişim araçları içinde öne çıkan internet, fotoğraf konusundaki bazı gelenekleri değişime uğratmıştır. Çağın gereklerine uygun olarak, fotoğraf alanındaki arz ve talebi buluşturan bu ajanslara alternatif yapılar gündeme gelmiştir. Farklı konularda fotoğraf sağlanmasına kaynaklık eden geleneksel fotoğraf ajanslarının büyük ölçüde bu işlevi çağımızda internet üzerinde faaliyet gösteren stok fotoğraf sitelerine devrettikleri görülmektedir. Sayıları gittikçe artan bu siteler hem stok fotoğraf konusundaki rekabeti arttırmakta hem de bu alandaki rezervin genişlemesine olanak sağlamaktadırlar. Stok fotoğrafçılıktaki bu gelişmelere ılımlı yaklaşımlar olduğu gibi çeşitli eleştiriler de yöneltilmektedir. Bu bağlamda çalışmada stok fotoğrafçılığın özellikleri, faydaları, incelikleri, internetteki temsilcileri ve eleştirilen yönleri üzerinde durulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Stok Fotoğraf, Dijital Fotoğraf, Görüntü Bankası

¹ Arş. Gör. Dr. , Gazi Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, inci.y@gazi.edu.tr

AN EVALUATION ON STOCK PHOTOGRAPHY

ABSTRACT

Diversity of photo application areas has led to responding to the demand for photograph by photo agencies over time. Internet, which prominents in today's media, has changed some traditions about photography. In accordance with the requirements of age, alternative structures have been raised to these agencies which bring together supply and demand in the field of photography. The traditional photo agencies as sources which provide photos on different topics, have transferred this function to stock photography sites on internet on a large scale. An increasing number of these sites allow expansion of the reserve in stock photography as well as raising competition in this field. There are a variety of moderate approaches as well as critical to these developments in stock photography. In this context, this study emphasizes stock photography's features, benefits, elaborateness, representatives on internet and criticized aspects.

Keywords: Stock Photo, Digital Photo, Image Bank

Stok Fotoğrafçılık

Dergi, gazete, broşür, internet sitesi, billboard gibi birçok alanda kullanılan çeşitli konu, içerik ve boyuttaki fotoğraflara duyulan ihtiyaç bu boşluğu dolduran stok fotoğrafçılık uygulamalarına hayat vermiştir.

Fotoğraf endüstrisinde pazarlama ve reklamın vesayetinin yanısıra küreselleşme ile görülen birleşme ve güçlenen yapılanma, ticari uygulama alanında stok fotoğrafçılık endüstrisinin doğuşunu beraberinde getirmiştir (Frosh, 2001:626).

İlk stok fotoğraf ajansı 1920’lerde H.Armstrong Roberts tarafından kurulmuştur. İlk dönemlerinde stok fotoğraf ajansları yalnızca dergi ve gazetelerin fotoğraf ihtiyacını karşılamışlardır. 1980’lerde stok fotoğrafçılığın başlı başına bir endüstri haline geldiği görülmektedir. 2000’li yıllarda internet ortamına taşınan stok fotoğrafçılık bu alanda profesyonel ve amatör birçok kişinin fotoğraflarını paylaşabilmesini sağlamıştır (<http://www.steves-digicams.com/knowledge-center/how-tos/photography-techniques/the-history-of-stock-photography.html>). Böylece stok fotoğrafçılık büyüyen bir pazar haline gelmiştir.

Stok fotoğrafçılığın günün koşulları ve gelişmelerine ayak uydurarak kendini yenilediği görülmektedir. Präkel (2011: 77) stok fotoğrafçılığın gelişimini şöyle ifade etmektedir:

“Bir zamanlar çoğu serbest editoryal fotoğrafçı, “stok” görüntü için fazladan birkaç fotoğraf çekerek ek gelir kazanırdı. Bu görüntüler, ismarlananın dışında çekilmesi uygun görülen ve bir stok kütüphanesine verilen fotoğraflardır. Stok görüntü kütüphaneleri ise bu fotoğrafları bir ücret karşılığında müşterilerine “ödünç verir”. Birkaç büyük şirketin daha küçük ve uzman stok kütüphanelerini satın alması, “mikro-stok” şirketlerinin çıkışı ve yeni lisanslama türleriyle birlikte stok fotoğrafçılığı çok daha karmaşık bir iş haline gelmiştir.”

Görüntü Bankası (Image-Bank) ya da stok fotoğraf ajansları olarak adlandırılan kuruluşlar; reklam ajanslarına, yayın kuruluşlarına sözleşme ile çalıştırdıkları fotoğrafçıların çektikleri fotoğrafları, kullanılacağı yer, boyut, kampanya gibi unsurları değerlendirerek fiyatlandırıp kiralamakta ve komisyon almaktadırlar (Ürper, 2012:112). Fotoğrafçılar ile fotoğrafları talep eden kurumları buluşturan stok fotoğraf ajansları bir anlamda aracılık görevi üstlenmektedirler.

Stok fotoğraflar “royalty free” (telifsiz) lisansı ile satılmaktadır. Görseli satın alan kişi istediği gibi (internet sitesinde, dergide vb.) kullanabilmekte ancak görselin

kullanım hakları yine satan kişiye ait olmaktadır (<http://www.technotoday.com.tr/detay/4411/Stok-Fotografciligi>). Eskiden tümü telif hakları kapsamında yer alan ve kullanıma özgü belirli bir fiyat üzerinden lisanslanan stok görüntülerin günümüzde abonelik ya da disk satın alma yöntemine tabi tutularak haklarının tek tek ya da topluca başta alınan telifsiz fotoğraflar halinde editör ya da tasarımcının özgür kullanımına sunulduğu görülmektedir (Präkel, 2011: 77). Stok fotoğrafların kullanımında zaman içinde telif bakımından değişikliklerin olduğu göze çarpmaktadır.

2000 yılında, stok fotoğraf ajansları ile rekabet edip müşterilere daha ucuz fotoğraf sunmak amacıyla hayata geçirilen mikro stok sitelerine gönderilen fotoğrafların sayısı, zaman içinde dijital fotoğraf makinelerinin gelişip, yaygınlaşması ile artış göstermiştir. Ayrıca dijital fotoğrafçılık alanında çalışanların çoğalması ve daha kalifiye duruma gelmesi yayıncıların bu alana olan ilgisini attırmıştır (http://www.chip.com.tr/makale/kazancili-fotograflar-bu-is-nasil-gelisti_3991_2.html). Günün koşullarına uyum sağlayarak kendini geliştiren stok fotoğrafçılığın dijital fotoğrafçılıkla ilgilenen birçok kişiyi istihdam eden bir sektör haline geldiği dikkati çekmektedir.

Mikro stok sitelerinin hayata geçirilmesinden yıllar önce stok fotoğraf satın almak isteyen bir alıcının yüksek fiyatlar ödemesi gerekiyordu. Çünkü stok fotoğrafçıların ve mevcut stok fotoğrafların sayısı azdı. Ayrıca mevcut müşterilerin sayısı da daha azdı. Günümüzde dijital fotoğrafçılığın gelişimi ve dijital fotoğraf makinelerinin yaygın kullanımı bu alandaki fotoğrafların sayısını arttırmıştır. Mikro stok sitelerinin profesyonel veya amatör olarak fotoğrafçılıkla ilgilenen çok sayıda kişinin fotoğraflarına yer verdikleri görülmektedir. Ayrıca internet kullanımının yaygınlaşması, internet sayfaları aracılığıyla küresel ölçekte faaliyet gösteren şirketlerin sayısının artması ve internet sayfaları için stok fotoğraf ihtiyaçlarının doğması mikro stok sitelerine yönelik talebi canlandırmıştır (<http://www.lockstockphotography.com/micro-stock-photography.php>). Mikro stok siteleri fotoğraf konusundaki artan talebe yanıt verirken hem eskiye oranla daha uygun fiyatlar sunmakta hem de tüketicilere daha geniş bir koleksiyondan seçim yapma şansı tanımaktadırlar.

Stok fotoğrafçılığın az sayıdaki ajansın tekelinde yürüyen bir piyasadan, çok sayıda mikro stok internet sitesinin faaliyet gösterdiği geniş ölçekli bir pazara dönüşen bir ortamda varlığını sürdürdüğü görülmektedir. Bu süreçte yalnızca fotoğraf arzında artış olmakla kalmayıp fotoğraf talep eden kişi, kurum ve kuruluşların sayısında önemli bir artış olduğu gözlenmektedir.

Stok Fotoğrafın Özellikleri

Stok fotoğrafçılığın günümüzde geldiği noktayı değerlendirirken bu fotoğrafçılığın madeni olarak niteleyebileceğimiz stok fotoğrafların özelliklerine göz atmak faydalı olacaktır.

Stok fotoğrafların bazı özellikleri şöyle sıralanabilir (Ürper, 2012:113-114):

-Küresel şirket kültürünü yansıtacak biçimde oluşturulurlar.

-Küresel şirket kültürüne uygun olarak pek çoğunun arka planında belli bir mekana ve zaman yönelik bilgiler bulunmamaktadır. Böylece farklı bağlamlarda kullanılabilirler.

-Ağırlıklı olarak stüdyoda kullanılan parlak ışıklar, renkler zenginlik hissi yaratır. İzleyiciler fotoğrafta sunulanlar ile özdeşlik kurmaktadır.

-Fotoğraflarda yer alan kadın ve erkek modeller çekici ve çok tanınmayan kişilerdir.

-Esnek görsellerin kullanılması farklı bağlamlara uygun sonuçlar sağlamaktadır.

Genellikle zaman ve mekan bağlamından soyutlanarak çok yönlü kullanıma açık duruma getirilen stok fotoğrafların geniş bir tüketici kitlesine ulaşabilmek için küresel şirket kültürünü temsil edecek şekilde kurgulandıkları dikkati çekmektedir. Bu bağlamda küresel pazar koşullarının stok fotoğraf üretim geleneğini de kendi koşullarına göre biçimlendirdiği görülmektedir.

Stok Fotoğrafın Faydaları

Stok fotoğraf üretimi ve tüketimini avantajlı kılan özellikler hem bu kanaldan fotoğraf temin eden tüketicilerin sayısını arttırmış hem de pazara arz edilen stok fotoğraf sayısını arttırmıştır. Bu bağlamda stok fotoğrafın hem üreticileri hem de tüketicileri cepheden bakıldığında çeşitli faydaları bulunmaktadır.

Büyük bir havuzu oluşturan stok fotoğraflar tüketicilere birçok alternatif sunmaktadırlar. Tüketiciler kullanmak istedikleri alana uygun konu başlığı altındaki fotoğraflara birçok stok fotoğraf sitesinden bakarak, geniş bir yelpaze içinden seçim yapabilme şansına sahip olmaktadır.

Stok fotoğraf, fotoğraf çekimi öncesindeki giderleri ortadan kaldırdığı gibi zamandan da tasarruf sağlamaktadır (Ürper, 2012:112). Stok fotoğraf sitelerini ziyaret eden tüketiciler düşük maliyetlerle, bilgisayarları başından istedikleri fotoğrafı satın alabilmektedirler. Bu sitelere fotoğraf yükleyen fotoğrafçılar ise fotoğraflarını kısa zamanda çok sayıda tüketici ile buluşturma şansına sahip olmaktadır.

Stok fotoğraflar; çekim, photoshop yardımıyla renk ve ışık ayarlarının yapılması, siteye yükleme ve doğru anahtar kelimelerin seçimi göz önünde bulundurulduğunda önemli bir zaman gerektirmektedirler. Stok fotoğraf üretimi belli bir mesaiye tabi olmadan çalışma imkanı sağladığı için fotoğrafçıya özgürlük sağlamaktadır. Belli bir konuda uzmanlaşmak önemli olduğu gibi kişinin birçok konudaki çekimleri portfolyosuna eklemesi de satışlarının aynı oranda artmasını sağlamaktadır. Ancak fotoğrafçıların çok fotoğraf yüklemek yerine kaliteli fotoğraflar yüklemeye öncelik vermesi önemlidir. Kaliteli fotoğraflar sıkı rekabetin görüldüğü bu ortamda başarı şansını arttıracaktır (<http://www.technotoday.com.tr/detay/4411/3/Stok-Fotografcılığı>). Birçok alanda olduğu gibi stok fotoğrafçılıkta da belli konular üzerinde özelleşme ve uzmanlaşmanın başarıya ulaşmayı kolaylaştıracağı görülmektedir.

Profesyonel kullanım için ideal olan stok fotoğraf siteleri istenilen fotoğrafı yüksek çözünürlükte elde etmeyi sağlamaktadırlar (<http://eogrenme.anadolu.edu.tr/eKitap/fot201u.pdf>). Böylece stok fotoğraf sitelerinden temin edilen bu fotoğraflar farklı alanlara uygun, çok yönlü bir şekilde kullanılabilirler.

Mikro stok fotoğrafçılık sayesinde yüksek kaliteli fotoğraflar düşük bir fiyat karşılığında satın alınabilmektedirler (<http://www.lockstockphotography.com/microstock-photography.php>). Bu durum fotoğrafa ihtiyaç duyan tarafın maliyetlerini aşağıya çekmesini sağlamaktadır.

Stok Fotoğrafçılıkta Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

Stok fotoğrafçılık alanında hizmet veren siteler, bu sitelere fotoğrafların yükleyen fotoğrafçılar ve bu fotoğrafları satın alan kişilerin göz önünde bulundurması gereken önemli hususlar bulunmaktadır. Bireyler, kurumlar, markalar, kültürel varlıklar gibi çeşitli öznelerin haklarını koruma altına alan bu hususlar paydaşlar açısından büyük önem taşımaktadırlar.

Stok fotoğraf sitelerine yüklenen fotoğraflarda model kullanılmış ise model olan kişinin onayının alındığını belirten formların doldurulması gerekmektedir. Eğer

model olarak kullanılan kişi bebek ya da çocuk ise velisinin onayının alındığını belirten izin formların doldurulması zorunludur (<http://www.dslrfotograf.com/stok-fotografcilik/>). Stok fotoğraf kütüphaneleri bir insanın kendisini tanıyabileceği herhangi bir uzvunu içeren bir kare çekmeniz durumunda muvafakatname imzalatılması gerekliliğini belirtmektedir (Präkel, 2011:157). Ayrıca çekilen fotoğraflarda markalı ve lisanslı ürünlerin görünmemesi gerekmektedir (http://www.chip.com.tr/forum/stok-fotograf-sitelerine-fotograf-satmak_t233461.html). Çeşitli anıt, müze ve binalar da bu kapsama girebilmektedir. Örneğin Louvre Müzesi'nin dıştan görünümü, gece çekilen Eiffel Kulesi kabul edilmemektedir (http://www.chip.com.tr/makale/kazancili-fotograflar-yasal-kurallarneler_3991_4.html). Stok fotoğrafçılığa özgü kurallar bütünü ile kişisel haklar, markalar ve bazı kamusal alanların koruma altına alındığı görülmektedir. Böylece ilgili kurum, kişiler, markalar ve alanların internet gibi herkese açık bir ortamda herhangi bir sınırlama olmaksızın kullanıma sunulmalarının önüne geçilmektedir.

Stok fotoğrafçılık konusunda göz önünde bulundurulması gereken yasal düzenlemelerin yanında önemli bir başka nokta da tüketiciye arz edilen fotoğrafların kalitesidir. Stok fotoğrafların site sahipleri ve fotoğrafçılar tarafından; içerik, çekim kalitesi, çözünürlük, kompozisyon, boyut vb. hususlar bakımından titizlikle seçilmesi önemlidir.

Stok Fotoğraf Siteleri

Başlıca stok fotoğraf siteleri arasında; tr.fotolia.com, www.istockphoto.com, www.shutterstock.com, www.123rf.com, www.bigstockphoto.com vb. siteler sıralanabilir (http://www.chip.com.tr/forum/stok-fotograf-sitelerine-fotograf-satmak_t233461.html).

Stok fotoğraf sitelerinde satış yapabilmek için öncelikle sitenin üyelik şartlarının yerine getirilmesi gerekmektedir. Sonrasında fotoğrafların belirtilen koşullar ve kalite göz önüne alınarak siteye yüklenmesi sağlanır. Yükleme işleminin ardından, arama yapıldığında fotoğrafların çıkmasını sağlayacak uygun anahtar kelimeler girilir. Yüklenen fotoğrafların site tarafından kabul edilmesinden sonra bu fotoğrafların talep görüp satılması beklenir (<http://blog.fotografium.com/stok-fotografciligi-nedir-nasil-para-kazanilir/>).

Stok fotoğraf sitelerindeki yapılanma hakkında bilgi vermesi açısından “<http://tr.fotolia.com/>” sitesindeki içeriğe göz attığımızda fotoğrafların “kategoriler” ve “konseptler” olmak üzere iki genel başlık altında toplandığı görülmektedir. Kategoriler; “insanlar”, “mimarlık”, “fauna&flora”, “yiyecek&içecek”, “manzara”, “objeler”, “spor&boş zaman uğraşı”, “taşımıcılık”, “abstre”, “fon&doku” ve “diğer”

alt başlıklarından oluşmaktadır. Konseptler ise; “iş&ticaret”, “yaşam tarzı”, “fikir&kavram”, “refah&yoksullara yardım”, “boş zaman uğraşı”, “bilim&tabiat”, “duygular&hisler”, “insan özellikleri”, “sosyal sorunlar”, “teknoloji”, “seyahat” alt başlıklarından oluşmaktadır.

Stok fotoğraf sitelerinde görülen kategorileşmenin hem fotoğrafçılar hem de tüketiciler açısından hedeflenen fotoğraflara ulaşmayı kolaylaştırıcı bir düzenleme olduğu göze çarpmaktadır.

En çok satış yapan stok fotoğraf siteleri; Shutter stock², Fotolia, 123rf, Bigstock, Dreamstime³, iStockPhoto⁴ olarak sıralanmaktadır. Orta seviyede satışı yapan siteler ise; Can Stock Photo, Cutcaster, Pixmac, YayMicro, FeaturePics, ScanStockPhoto, Mostphotos, Crestock, Clipdealer, Depositphotos, Pantermedia, Stockfresh, Graphicleftovers, Zoonar şeklinde ifade edilmektedir (<http://www.stockturkiye.com/stock-siteleri/>). Stok fotoğrafçılık konusunda rekabetin, stok fotoğraf sitelerinden fotoğraf talep eden tüketicilerin sayılarını artırma ve daha çok fotoğraf pazarlayabilen site olabilme noktasına taşındığı görülmektedir.

Günümüzde internet üzerinde faaliyet gösteren ücretsiz stok fotoğraf siteleri de bulunmaktadır. “QualityStockPhotos.com”, “Stock.XCHNG”, “everystockphoto”, “imagebase”, “morguefile”, “openphoto”, “Stockvault”, “unprofound.com”, “Photo Rogue”, “Freerange”, “Geek Philosopher”, “Cepolina”, “Abstract Influence”, “Woophy”, “Photo Rack”, “Freepixels”, “Design Packs”, “FreeFoto.com”, “Imageafter”, “Pixel Perfect Digital”, “Free Stock Photos”, “FreeDigitalPhotos.net”, “Public Domain Photos”, “Nations Illustrated”, “Free

² 2003 yılında kurulmuş, 2005 yılından itibaren daha aktif gelmiştir. Ajansın başarısının ardındaki etkenler; yeni yüklenen fotoğrafları öne çıkaran satış stratejisi, abonelik sistemi ve düşük fiyat politikası olarak sıralanmaktadır. Fotoğraf satışı için önce siteye üye olmak gerekmektedir. Siteye yüklenmesi gereken 10 fotoğraf arasından-sitenin fotoğraf editörleri tarafından- 7 tanesinin başarılı bulunması yeterli görülmektedir. Eğer fotoğraflar kabul edilmezse 6 ay sonra yeniden başvuru hakkı tanınmaktadır (<http://www.fotografokulu.org/2011/06/fotograflarinizi-satabileceginiz-ajanslar/>).

³ En çok kazandıran mikrostok ajanslarından biri olan Dreamstime 2000 yılında RF CD’leri satarak başlamış ve 2004’ten bu yana yükselen bir grafik çizmiştir. Fotoğrafların satış fiyatı diğer ajanslara oranla daha yüksektir. Seviyesi yüksek fotoğraflarda %50’lik komisyon sağlamaktadır (<http://www.fotografokulu.org/2011/06/fotograflarinizi-satabileceginiz-ajanslar/>).

⁴ “Royalty-free” (bir kez satın alınmasının ardından telif ücreti ödmeden kullanılabilen) imajları içeren çevrimiçi geniş bir portfolyo niteliğindedir. Bu sitede satılan dijital imajlar; dergi, gazete, web siteleri, broşür gibi farklı alanlarda kullanılabilecek kalitededir. Fotoğraflar 1 Dolar karşılığında satılmakta ve fotoğraf sahibine %20 oranında pay verilmektedir. Satılan fotoğraf sayısı 250’nin üzerine çıkan fotoğraf sahiplerine ödenen pay %40’a kadar yükselmektedir. Satış miktarlarına göre fotoğrafçılara bronz (500 kez indirilme karşılığında), kara elmas (200.000 kez indirilme karşılığında) gibi rütbeler verilmektedir (<http://www.pcnet.com.tr/makaleler/internet/2011/03/14/fotograflarinizi-internette-satin/>).

Historical Stock Photos”, “Kave Wall Stock” siteleri ücretsiz stok fotoğraf sitelerine örnek olarak gösterilebilir (<http://www.digitalimagemagazine.com/blog/featured/25-free-stock-photo-sites/>).

Stok Fotoğraf Sitelerine Yönelik Eleştiriler

Topçuoğlu (2010:115), sayısal bilişim çağında yeni teknolojilerin fotoğrafçılık üzerindeki asıl etkisinin kayıt aşamasından ziyade fotoğrafik görüntülerin kullanım ve tüketim tarzları ile ilgili olacağı görüşündedir.

Çalışmasında “Getty Görüntü Bankası”nı (the Getty Image Bank) inceleyen Machin (2004:334-335), çevrimiçi binlerce fotoğraf ile ilk bakışta sınırsız bir kelime hazinesi sunuyormuş gibi görünen görüntü bankasının aslında ideolojik olarak önceden yapılandırılmış bir dünya sunduğunu belirtmektedir. Sunulan kategorilerin klişeler ve pazarlama kategorileri ile sınırlandırıldığını ifade etmektedir.

Günümüzde satış amaçlı çalışan profesyonel fotoğrafçı modelinin artan sayıdaki stok fotoğraf üreticisi kişiler karşısında güç kaybettiği görülmektedir. Bu bağlamda içinde birçok amatörü barındıran bu piyasada ayakta kalıp başarılı olmanın sırrı uzmanlaşmak olarak gösterilmektedir (Präkel, 2011:123). Stok fotoğraf sitelerinin eleştiri alan yönlerinden biri de fotoğrafını yükleyen kişinin amatör de olabilmesidir. Bu bağlamda fotoğrafçının profesyonel olması şartı gözetilmemektedir. Gelişen teknolojinin dijital fotoğraf makineleri aracılığıyla sunduğu geniş imkanlar amatör fotoğrafçıların da etkili kareler elde edebilmesini sağlamaktadır. Bu muğlak zemin fotoğraf alanında yeni tartışmaların alevlenmesine neden olmaktadır.

Değerlendirme

Teknolojinin getirdiği yenilikler yaşamın her alanını etkilemektedir. Özellikle internet kullanımının yaygınlaşması hem özel yaşamda hem de iş dünyasında birçok değişime neden olmuştur. Fotoğraf dünyası da bu gelişmelerden payını almıştır.

Çağımızda dijital teknolojilerin sunduğu imkanlar sayesinde dijital fotoğraf makineleri, kameralar, cep telefonları gibi çeşitli teknolojik aygıtların; yüksek çözünürlüklü, renk kalitesi yüksek ve başarılı karelerin çekilmesini sağlayacak teknik donanımına sahip oldukları görülmektedir. Öyle ki bu teknik donanım, amatör kullanıcıların dahi profesyonel ölçekte fotoğraflar elde etmesini sağlayacak niteliktedir. Bu durumun fotoğraf piyasasındaki rekabeti arttırdığı göze çarpmaktadır. Özellikle bu rekabet, günümüzde birçok kişi ve kuruma hizmet veren stok fotoğraf sitelerine gösterilen yoğun ilgi ile daha belirgin duruma gelmektedir.

Amatör ve profesyonel birçok fotoğrafçının fotoğraflarını yüklediği bu siteler takipçilerine birçok alternatif sunmaktadırlar. Belirli kurallar çerçevesinde işleyen günümüz stok fotoğraf piyasası geleneksel fotoğraf piyasasına da yeni bir soluk kazandırmıştır (http://www.fotografokulu.org/2011/06/fotograflarinizi-satabileceginiz-ajanslar/).

Baudrillard'ın (2004) "tüketim toplumu" olarak nitelendirdiği günümüz toplumunda her şeyin hızlı bir dönüşüme uğradığı birbiri ardına sunulan yeniliklerin bireylerin tüketimini sürekli kılmak için kullanıldığı görülmektedir. İnternet ve dijital teknolojilerin zemin hazırladığı bu yeniliklerin fotoğraf kanadında yer alan dijital fotoğraflar ve bunların piyasaya sürülmesini sağlayan stok fotoğraf siteleri çağın fotoğraf kaynakları olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Geçmişten günümüze insanoğlunun vazgeçilmezi olan tüketim, sanal dünyadaki kullanıcıları da kendine çekmektedir. Stok fotoğraf siteleri sundukları binlerce seçenek arasından takipçilerine seçim yapma olanağı tanımaktadırlar. Eskiye oranla çok daha ucuz fiyatlar karşılığında-bazı stok siteleri tarafından ise bedava-sunulan bu fotoğraflara yönelik ilgi her geçen gün artmaktadır. Böylece artan talebin arzı beslediği ve her gün birçok yeni fotoğrafın bu sitelere yüklendiği görülmektedir. Tüm bu süreç, fotoğrafla uğraşanlara yeni kazanç alanları sağlarken, dijital fotoğraf uygulamaları ile fotoğrafın geldiği noktayı sorgulayan bir kesim tarafından daha eleştirel bir bakışla değerlendirilmektedir. Gelecek günlerin yeniliklere gebe olduğu ve değişimin kaçınılmaz olduğu bir dünyada fotoğraf konusunda yeni tartışmaların gündeme geleceği kesindir. Teknolojinin yaşamlarımızı değiştirmeye devam edeceği gelecekte, stok fotoğrafçılığın da bir adım öteye taşınarak bizleri şaşırtmaya devam edeceğini öngörmek yanlış olmasa gerek.

KAYNAKLAR

BAUDRILLARD, Jean, Tüketim Toplumu, Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin (çev.), Ayrıntı Yayınları, 2004, İstanbul.

FROSH, Paul, "Inside the Image Factory: Stock Photography And Cultural Production", Media Culture Society 2001 23, s.625-646.

MACHIN, David, "Building the World's Visual Language: The Increasing Global Importance of Image Banks in Corporate Media", Visual Communication 2004 3, s.316-336

PRÄKEL, David, Yaratıcı Fotoğrafçılığın Temelleri, Elif Günay (çev.), Literatür Yayınları, 2011.

TOPÇUOĞLU, Nazif, Fotoğraf Ölmedi Ama Tuhaf Kokuyor, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2010.

ÜRPER, Osman, Dijital Teknoloji Çağında Reklam Fotoğrafçılığı, Say Yayınları, İstanbul, 2012.

<http://www.steves-digicams.com/knowledge-center/how-tos/photography-techniques/the-history-of-stock-photography.html>, Erişim tarihi: 12.06.2013.

<http://www.digitalimagemagazine.com/blog/featured/25-free-stock-photo-sites/>, Erişim tarihi: 12.06.2013.

<http://tr.fotolia.com>, Erişim tarihi: 10.06.2013.

<http://www.dsIrfotograf.com/stok-fotografcilik/>, Erişim tarihi: 24.12.2012.

<http://eogrenme.anadolu.edu.tr/eKitap/fot201u.pdf>, Erişim tarihi: 25.12.2012.

<http://blog.fotografium.com/stok-fotografciligi-nedir-nasil-para-kazanilir/>, Erişim tarihi: 12.06.2013.

http://www.chip.com.tr/forum/stok-fotograf-sitelerine-fotograf-satmak_t233461.html, Erişim tarihi: 20.12.2012.

http://www.chip.com.tr/makale/kazancli-fotograflar-bu-is-nasil-gelisti_3991_2.html, Erişim tarihi: 06.06.2013.

http://www.chip.com.tr/makale/kazancli-fotograflar-yasal-kurallar-neler_3991_4.html,

Erişim tarihi: 06.06.2013.

<http://www.stockturkiye.com/stock-siteleri/>, Erişim tarihi: 12.06.2013.

<http://www.fotografokulu.org/2011/06/fotograflarinizi-satabileceginiz-ajanslar/>, Erişim tarihi: 12.06.2013.

<http://www.pcnet.com.tr/makaleler/internet/2011/03/14/fotograflarinizi-internette-satin/>, Erişim tarihi: 12.06.2013.

<http://www.lockstockphotography.com/microstock-photography.php>, Erişim tarihi: 12.06.2013.

<http://www.technotoday.com.tr/detay/4411/3/Stok-Fotografciligi>, Erişim tarihi: 12.06.2013.