

*MULTİMEDYA ESERLERİNİN
ONLİNE SATIŞ PLATFORMU:*
STOK SİTELERİ

Özgür Çağdaş
Ocak 2010

ozgurcagdas@gmail.com

Abstract

Bu çalışmada fotoğraftan videoya, müzikten logoya pek çok multimedya eserin online satış platformu olan stok siteleri incelenmektedir. Telif hakkı ile korunan bu eserler hakkındaki hukuksal bilgiler ışığında, stok şirketlerinin çalışma sistemi açıklanmaktadır. Bu sitelerden kimler niye eser satın alır, nerede kullanır, eserler kimlere aittir, bu sektördeki oyuncular kimlerdir, satışı için gerekenler, eserlerini satmak isteyenler için püf noktalar nelerdir ve daha pek çok konu detaylı olarak anlatılmaktadır.

STOK SİTESİ

Stok siteleri, telif hakkı gerektiren görsel, işitsel eserlerin ve/veya çeşitli yazılımlarının proje dosyalarının internet ortamından satıldığı birer markettir. Temel amacı, ajansların, fotoğrafçı kameraman veya benzer bir uzmanlık gerektiren bir konuda birini kiralamak yerine; direk olarak beklenen ürünün (fotoğraf, video vb..) seri bir şekilde temin edilmesidir. Tüm işlemler neredeyse tamamen online olarak gerçekleşir.

Stok sitelerinin, Amazon.com gibi gerçek ürünlerin satıldığı sitelerden (marketlerden) farkı, satılan ürünlerin esasen gerçek ürün değil de digital ortamda saklanabilen datalar olmasıdır. Satın alan kişi, siteden download ederek eseri temin eder, Alıcıları internet üzerinden download ederek satın aldığı eser; bir digital video, bir digital fotoğraf, bir jingle, bir power point dosyası olabilir.

Örneğin; 2. dünya savaşı ile ilgili bir belgesel yapıyorsunuz. Size Hitler'in Stalin'in görüntüleri gerekiyor. Bulacağımız yer bir stok sitesidir. Bir billboard afişi tasarlıyorsunuz, müşteri son dakikada fikrini değiştirdi ve kıvrıkcık saçlı Uzakdoğulu bir kız görselinin afişte olmasını istedi. Ve de birkaç saat içinde de değişikliği görmek istediğini belirtti. Bu beklentiye karşılamanızın tek yolu bir stok sitesidir.

Stok sitelerinin genel çalışma mantığı, kitle üretimine yönelik herhangi bir sanayide olduğu gibidir. Terziler kişiye özel diker, ama boy ölçüsünü alması dikmesi size teslim etmesi 1-2 günü bulur. Ve de çok pahalıdır. Terziye kıyasla seri üretim yapan bir tekstil mağazasına gidip elbiseyi beğenip almanız 2-3 dakikada bile tamamlanabilecek bir eylemdir. Hem de kat be kat ucuza. Hem de çoğu zaman çok daha kaliteli. Köşe başındaki bir ayakkabıcının, Adidas'tan Nike'tan veya benzer bir markadan daha kaliteli bir ayakkabıyı imal etmesini bekleyemezsiniz. Hele ki o fiyata! Stok sitelerinin de reklam ajanslarına sunduğu buna benzer bir şey: Ucuz ve kaliteli eseri çok hızlı bir şekilde temin etme imkanı.

TELİF HAKKI

Telif Hakkı Nedir

Telif hakkı, bir eserin devlet güvencesi altına alınarak yasal olarak korunmasıdır.¹ Bir kişi eğer başkasına ait bir eseri kullanmak istiyorsa, o kişiden yasal olarak izin almalıdır. Yasalar çerçevesinde, internetten video indirmek, Google'dan alınan fotoğrafla dergi basıp satmak ile büfeden dergi çalmak arasında büyük fark yoktur, ikisi de hırsızlıktır. Uluslar arası hukukta bu konuda çok ciddi yaptırımlar söz konusudur. (Türkiye'de de benzer şekilde, korsanla mücadele yasası olarak bilinen 5101 sayılı yasa ile bu konuda çok ciddi tedbirler alınmıştır.)

Telif hakkı konusu ilk İngiltere'de 1710 yılında gündeme gelmiştir.² Yasa halini ise, 1790 yılında Amerikan kongresinden geçen telif hakkı (copyright) yasası³ ile almış ve 1831, 1909, 1954, 1971, 1976, 1988, 1994, 1998, 2005 yıllarında çeşitli güncellemelerden geçmiştir. Uluslar arası olarak mutabakat da genel olarak Amerikan Kongresi kararları temel alınarak 1952 yılında "Berne Convention" olarak bilinen anlaşmada oluşturulmuştur.⁴

Telif Hakkı ile korunan ve korunmayan içerikler:

Telif hakkı yasası ile korunan içerikler şunlardır:⁵

- Yazınsal eserler (Edebiyat, şiir, bilgisayar yazılımları vs..)
- Müzik
- Tiyatro
- Pantomimler ve Koreografi eserleri
- Resim, Heykel ve Grafik
- Görsel ve işitsel eserler (Audiovisual)
- Ses Kayıt
- Türetilmiş eserler (Derivative works)

¹ Anonim (2010) Copyright, Ocak 14, 2010 <http://en.wikipedia.org/wiki/Copyright>

² Anonim (2010) Copyright, Ocak 14, 2010 <http://en.wikipedia.org/wiki/Copyright>

³ Anonim (2010) United States Copyright Law, Ocak 14, 2010 http://en.wikipedia.org/wiki/United_States_copyright_law

⁴ Anonim (2009) Universal Copyright Convention, Ocak 14, 2009 http://en.wikipedia.org/wiki/Universal_Copyright_Convention

⁵ Anonim (2010) United States Copyright Law, Ocak 14, 2010 http://en.wikipedia.org/wiki/United_States_copyright_law

- Derlemeler
- Mimari eserler

Stok sitelerinde, bu listedekilerden dijital ortamda yer alanları bulunabilir: Müzik, resim, video, fotoğraf, ses vs.. Heykel, pantomim gibi sanat eserleri dijital olarak kopyalanamadıkları için stok sitelerinin alanına girmez. (pantomim'in video'su veya heykelin resmi olursa; resim olarak veya video olarak girer.)

Stok sitelerinin temel işi bu konuda aracılık yapmaktır. Stok siteleri dijital ortamda çoğaltılabilen bu eserler için, eser sahibinden telif hakkını kullanma yetkisini alır. Online database'ine koyar. O eseri kullanmak isteyen bir müşteri olursa, ona "belli ölçütlere"⁶ uygun olarak kullanım hakkını satar. Satış rakamı üzerinden bir oranı kendisi alır, bir kısmını da eser sahibine bırakır. Satış fiyatı ve komisyon, siteden siteye farklılık gösterir.

Stok siteleri, telif hakları üzerine kurulu olduğu için, telif haklarıyla korunmayan içeriklerin ticaretini yapamaz. Telif hakkı ile korunmayan içerikleri ise şöyle özetlemek mümkündür:⁷

- Düşünceler, konseptler ve keşifler.
- Başlıklar, isimler, deyimler ve sloganlar
- Somut temellere oturtulmamış ifade tarzları (örneğin doğaçlama konuşma)
- Genel olarak aşikar olan bilgilere dayanan, orijinalliği bulunmayan eserler
- Hükümet kararları, yasalar

Telif Hakkı ile ilgili eksik ve/veya yanlış bilgiler:

Yaratıcısı, telif hakkına, eseri yarattığı an sahibi olur. Özel bir şey yapmasına gerek yoktur.⁸ Örneğin bir fotoğrafçı, fotoğrafı çektiği an telifinin sahibi olur. Bir yazar, hikayesini yazdığı an telifinin sahibi olur.

⁶ Bu ölçütlerin neler olduğu ilerdeki bölümde detaylı anlatılacak.

⁷ Anonim (1999-2010) Copyright 101, Ocak 14, 2010
<http://gettyimages.tekgroup.com/images/59/Copyright101.pdf>

⁸ Anonim (1999-2010) Copyright 101, Ocak 14, 2010
<http://gettyimages.tekgroup.com/images/59/Copyright101.pdf>

Telif hakkı konularında genel olarak yanlış bilinen birkaç önemli hatayı da şöyle özetlemek mümkündür:⁹

- internet kamusal alandır. Bu sebeple internette gördüğüm bir şeyi kullanmak için sahibine sormam gerekmez.
- İnternetteki bir görselin üzerinde telif hakkı işareti “©” veya korunduğuna dair herhangi bir ibare yoksa; kullanmak sorun olmaz.
- Eğer ticari bir işte kullanmıyorsam, izin almama gerek yoktur.
- Eğer eserin tamamını değil de; % şu kadarını kullanırsam, telif hakkı sorunum olmaz.¹⁰
- Eğer bir eserin % şu kadarını değiştirirsem sorun olmaz.
- Eğer izin alınmamış bir eser kullanırsam ve bu tespit edilirse, o eseri çıkarttığımda/sildiğimde, eser sahibine borcum olmaz.¹¹

Adil Kullanım (Fair Use)

Öte yandan, telif hakkının belli sınırları vardır. Bunlar “Adil Kullanım” (Fair Use) olarak belirlenmiştir.¹² Adil kullanım, genel olarak Haber alma hakkı, eleştiri & yorum yapma ile akademik amaçlarda kullanımlar için ortaya atılmıştır.

Adil kullanıma göre, her kopyalama telif hakkı hırsızlığı değildir. Bazı kopyalar, bir eseri geliştirmek için farklı bir dizayna sokulabilir. Bunun sınırları, katı bir telif hakkı koruması ile, serbest kullanım (First Amendment) arasındadır.¹³

⁹ Anonim (1999-2010) Copyright 101, Ocak 14, 2010

<http://gettyimages.tekgroup.com/images/59/Copyright101.pdf>

¹⁰ Türkiye’de bunun en yaygınlarından biri hiç kuşkusuz “bir şarkının ilk 7 saniyesini kullanırsam (veya 4, 30 vb..) sorun olmaz” anlayışıdır.

¹¹ Bu konudaki rekor ceza 2009 yılı içinde Amerika’da yasa dışı mp3 indirdiği tespit edilen Jammie Thomas-Rasset’e verilmiştir: 24 mp3 için tam 1,9 milyon \$! (Satın almak istese tanesi 1 dolardan alabilirdi)

(Elianne Friend, 2009) <http://www.cnn.com/2009/CRIME/06/18/minnesota.music.download.fine/index.html>

¹² Anonim (2010) Fair Use, 101, Ocak 14, 2010 http://en.wikipedia.org/wiki/Fair_use

¹³ Michael Donaldson (2007-2010) Areas of Practice, 101, Ocak 14, 2010

<http://www.donaldsoncallif.com/areas-of-practice/>

Royalty Free ve Rights Managed ¹⁴

Stok sitelerinde en çok karşılaşılan iki seçenektir.¹⁵ Royalty Free (telifsiz) demek, telif ödemek gerekmediği anlamında gelmez. telifin serbestliği, satın alındıktan sonraki kullanımları kastetmektedir. Genel hatları ile şöyledir:

- Bir kere ödersiniz, farklı amaçlarda bir çok defa kullanma hakkını alırsınız. (telif hakkı sahibini korumaya yönelik belli sınırlar vardır tabiki: örneğin bir müşteri, bir stok sitesinden royalty free bir fotoğrafı aldı. Bu fotoğrafı, tekrar stok sitesinde satamaz. Telif almış olmak, eser sahipliğini getirmez)
- Eserin kullanılması için belli bir zaman sınırı yoktur.
- Hiçbir alıcının ayrıcalıklı hakkı (exclusive rights)yoktur. Eser sahibi, eserini istediği kadar kişiye satabilir.
- Çoğu zaman belli baskı sınırı olur. Örneğin broşürde kullanmak üzere bir fotoğraf aldınız, 500.000 baskıya kadar izin verilmişse (print run), daha fazla basmak için tekrar telif almanız gerekir.

Rights Managed'de ise fiyatlandırma, sizin nerede kullanacağınıza göre değişkendir.

- Kullanım amacı: Reklam amaçlı mı yoksa editoryal mı?
- Spesifik kullanım (Resimse billboard mu afiş mi gazete makalesi mi vs..)
- Süre (1 ay, 6 ay, 2 yıl vs..)
- Baskı sayısı: (10 bin, 1 milyon vs..)
- Ülke / Bölge: (Türkiye, Yunanistan vs.. ya da sadece şehir misal: Bursa)
- Format: (Resimse çözünürlük, Videoysa HD mi dv mi vs)
- Endüstri: (Maden işleri, elektronik veya süpermarket)
- Ayrıcalıklı hak (Var, yok – Exclusivity vs. Non-exclusivity) (Mesela bir fotoğraf aldınız diyelim. Bu hak olursa, başka birisi bu fotoğrafı alıp kullanamaz.)

¹⁴ (terim olarak tam bir türkçe karşılığı bulamadım, sözlükte “telifsiz” olarak geçiyor ama bu terim yetersiz kaldığından ingilizcesini kullanmayı tercih etmekteyim. Aynı durum “Rights Managed için de geçerli)

¹⁵ Anonim (2009) Stock Photography, Ocak 14, 2010 http://en.wikipedia.org/wiki/Stock_photography

STOK SİTELERİNİN TARİHİ

Stok fotoğrafçılığı aslında günümüzden çok eskilere dayanır. 1880’lerde gazete ve dergiler, fotoğrafı tekrar çoğaltabilme teknolojisine ulaştıktan sonra fotoğraf ihtiyacı artmaya başlamıştır.¹⁶ Bu da gazetelerin freelance fotoğrafçılarla çalışmasına vesile olmuştur. Fakat, bugünküne benzer bir şekilde, o zaman da freelance fotoğrafçıların yetemediği durumlar olmuştur. Bu durumlar için küçük çaplı stok şirketleri kurulmuştur ama 1920’lerde fotoğrafçı H. Armstrong Roberts tarafından kurulan “RobertStock” a kadar hiçbiri büyük çaplı şirkete dönüşmemiştir.¹⁷ Bu şirket, bugün de “RobertStock” ismiyle devam etmektedir.

1989’da Bill Gates (Microsoft’un kurucusu Bill Gates) “Corbis”i¹⁸, 1993 yılında Mark Getty, “Getty Image”ı, 1994’te de Alan Meckler JupiterMedia’yı kurdu. Bu 3 şirket de 1990ların ortalarında online fotoğraf satışına başlayarak bu konuda öncü oldular ve hala da pazarın hakimi konumundalar.¹⁹

Bu üç sitenin de ortak özelliği “Macrostock olmasıydı. MacroStock, çok üst düzey kariyerli fotoğrafçıların eserlerinin yer aldığı, fotoğraf ücretlerinin çok yüksek olduğu (ortalama tek bir fotoğraf için 1.000\$), eserlerin genel olarak “Rights Managed” olduğu stok şirketlerdir.

Bruce Livingstone 2000 yılında Istock’u kurması ile sektör yeni bir şekil almaya başladı. Çünkü istock, ajansları her eser için macro ücretler ödeme yükünden kurtaran bir “microstock” siteydi. Royalty Free fotoğraflardan oluşan koleksiyonu, 1 dolar gibi çok cüzi bir ücretle müşterilere sunması, buna ilaveten fotoğraf çeken herkesin eserlerini satabilmesine olanak sağlaması Istock’u bir fenomene dönüştürdü. 2006 yılında da sektör devi Getty Images tarafından satın alındı.

MACROSTOCK ve MICROSTOCK

Microstock siteler ilk yaygınlaştığı 2000’lerin başlarında microstock ile macrostock siteler arasında 2 temel fark vardı: Fiyat farkı ve kullanım hakkı (Royalty free ya da Rights Managed)

¹⁶ Anonim (2009) Stock Photography, Ocak 14, 2010 http://en.wikipedia.org/wiki/Stock_photography

¹⁷ Anonim (2009) Stock Photography, Ocak 14, 2010 http://en.wikipedia.org/wiki/Stock_photography

¹⁸ Anonim (2009) Corbis, Ocak 14, 2010 <http://en.wikipedia.org/wiki/Corbis>

¹⁹ Anonim (2009) Stock Photography, Ocak 14, 2010 http://en.wikipedia.org/wiki/Stock_photography

seçeneği),²⁰ Ama son yıllarda bu keskin fark değişmeye başladı. Getty Image gibi sektör lideri bir macrostock sitesinde 1 dolara royalty free fotoğraf satılırken, Getty Image'a ait Istock'un yeni başlattığı "Vetta Collection" serisinde 70 dolara fotoğraf satmaya başlamasıyla eski "MacroStock= Macro fiyat, microstock = micro fiyat" denklemi değişmeye başladı.

Dünyanın en çok kazanan stok fotoğrafçısı Yuri Arcurs günümüzde gelinen farkı şöyle özetliyor:²¹

- 1- Microstock'ta stil ve canlı renkler ön plandadır. MacroStock'ta sadelik ve doğal görünüm.
- 2- Macrostock'ta konunun belirgin kültürel tadı ve hissi olmalı. Bir grup ispanyol görünümlü gencin ispanyol bir mahalledeki görüntüsü microstock'ta hiç değer görmeyebilir. Ama macrostock'ta çok ilgi görmesi muhtemeldir.
- 3- İyi bilinen ve çoğunlukla küçük bir müşteri grubuna hizmet veren bir aracının denetimindeki piyasa ya da piyasanın bir bölümüne hizmet eden fotoğraflar. Örneğin "çanak çömlek imalatçıları günlük yaşamı" ya da "kuzey kutbunda 5 gün"
- 4- Haber içerikli görüntüler macro stokta değerlidir.

SEKTÖRDEKİ BELLİ BAŞLI ŞİRKETLER

Stok sektöründe yöresel ajanslarla birlikte 100'lerce şirket olmasına karşın, belli başlı olanları, ve sattıkları içerikleri şöyle sıralamak mümkün:

Belli Başlı Macro Stock Siteleri

	<i>Fotoğraf</i>	<i>Video</i>	<i>Ses</i>	<i>illüstrasyon</i>	<i>logo</i>	<i>Proje dosyaları</i>
ArtBeats		√				
Corbis	√	√	√	√		
Jupiter Images	√	√	√	√		
Getty Image	√	√	√	√		
World Of Stock	√					

²⁰ Yuri Arcurs (2009) What is Macro Stock, Ocak 14, 2010 <http://www.arcurs.com/what-is-macro-stock>

²¹ Yuri Arcurs (2009) What is Macro Stock, Ocak 14, 2010 <http://www.arcurs.com/what-is-macro-stock>

Thought Equity		√	
National Geographic Stock	√	√	√
BBC Motion Gallery	√	√	
Cnn Image Source	√	√	
ITN Source		√	
Alamy	√		

Belli Başlı Micro Stock Siteleri

	<i>Fotoğraf</i>	<i>Video</i>	<i>Ses</i>	<i>illüstrasyon</i>	<i>logo</i>	<i>Proje dosyaları</i>
istock	√	√	√	√	√	
shutterstock	√	√		√		
Fotolia	√	√		√		
StockXPert	√	√	√	√		
CanStockPhoto	√	√		√		
DigitalJuice	√	√	√	√		√
The 3d studio	√	√		√		√
stock.xchng	√			√		
Clipdealer	√	√	√	√		
Dreamstime	√			√		
BigStockPhoto	√			√		
Crestock	√			√		
ArcticStockImages	√			√		
MostPhotos	√			√		
YayMicro	√			√		
FotoMind	√			√		
123RF	√			√		
FeaturePics	√			√		
MyStock	√			√		

SmugMug	√			√	
Shutterfly	√			√	
Cutcaster	√			√	
Zymmetrical	√			√	
ScanStockPhoto	√			√	
Rodeo	√			√	
Zenfolio	√			√	
Pixmac	√			√	
Veer	√			√	
Pond5		√	√		
Revostock		√	√		
AlwaysHD		√			
MotionDrop		√			
ClipCanvas		√			
DVarchive		√			
FootageFirm		√			
ProductionTrax	√	√	√	√	
Got footage hd		√			
vectorstock				√	
graphicleftovers				√	
clip art of				√	
buystock3d					√
royalty free music			√		
Animation Factory	√	√		√	√
icon shock					√
Pixel Logo					√
The Logo Stock.					√
The Logo Factory					√

Burada açıklamak gereken, 3 büyük macrostok şirketinin microstock uzantılarıdır. Veer Corbis'in, Istock, Stock.Xchng ("SXC" olarak da bilinir) StockXpert ve Jupiter Images Getty

Images'ın microstock şirketleridir. (Getty images hepsini tek tek satın aldı, kendi bünyesinde kurup geliştirdiği şirketler değil) Bunun 2 temel nedeni, MacroStock devlerinin microstock pazarından da pay almak istemeleri ve de esas amiral gemi olan macro stok için yetenek bulmaktır.²²

STOK SİTELERİNİN MÜŞTERİLERİ ve BEKLENTİLERİ

Stok sitelerinin hedef kitlesi esas olarak reklam ajansları ve medya kuruluşlarıdır. Buna ilaveten çeşitli sunumlar hazırlayan iş hayatından kişiler de stok sitelerini kullanmaktadır, ama bu kişiler birincil hedef kitle değildir. Sokaktaki sıradan kişilerin stok sitesinden alışveriş yapması ise pek rastlanan durum değildir.

Reklam ajansları ve Medya kuruluşları, stok siteleri kullanarak çok kısa sürede çok kaliteli işe hata payı olmadan sahip olabilmektedirler. Birkaç farklı sektör üzerinden, detaylı örneklendirme yapmak mümkündür.

Basın - Yayın:

Turizm dergisi çıkarttığımızı ve de bu sayıda konu olarak “Mısır Piramidleri”ni, “Endonezya Doğal Hayatı”nı ve de “Norveç’teki Kuzey Işıkları”nı işleyeceğinizi ve de bunun için size konu başına 7-8 tane fotoğraf gerektiğini (toplamda 25 diyelim) varsayalım.

- Maliyet

Bu 25 fotoğrafı, şirket bünyenizde çalışan fotoğrafçının çekmesini isterseniz size masrafı

- 3 ayrı gidiş dönüş uçak bileti (ortalama 750\$’dan hesaplasak gidiş dönüş 1.500\$, 3 ayrı yer 4.500\$)
- 3 Ayrı harcırah (ortalama 1.000\$’dan 3.000\$)
- Sigorta (3 yer için 1.000\$’a yaklaşır)
- Bu süre zarfında fotoğrafçınızın maaşı. (kabaca 2.500\$ diyelim)

²² Anonim (2009) Corbis, Ocak 14, 2010 <http://en.wikipedia.org/wiki/Corbis>

Sadece 25 fotoğraf için toplam masraf: 11.000\$'a ulaşmakta. Ve bunun içinde görünmez giderler yok.

Aynı fotoğrafları microstock sitelerinden alırsanız derginize maliyeti yaklaşık 25\$. Elbette ki macro Stock'tan alırsanız bütçe yine yükselir ama belli bir fotoğraf sayısına ulaşmıncaya kadar fiyat olarak macrostock bile ucuz kalmaya devam edecektir.

- Görüntü Kalitesi

Bir fotoğrafın görüntü kalitesini belirleyen temel ölçüt kullanılan makine ve lens setidir. Keskinlik (Sharpness), Zıtlık (Kontrast), Dinamik aralık (Dynamic Range), düşük ışık performansı gibi konularda, fotoğrafçı ne kadar bilgili olursa olsun, bir yerden sonra makinesinin yapabildiği kadarıyla yetinmektedir. Bu sebeple, derginizde çalışan fotoğrafçının ekipmanlarından çok daha iyi bir ekipman setiyle çekilmiş fotoğrafları, stok sitelerinde bulma imkanınız vardır. Kolay kolay hiçbir dergi fotoğrafçısı lensleriyle beraber 40bin € satış değeri olan Hasselblad'ın 60milyon megapixelli fotoğraf makinesini satın alamaz. Ama eğer stok sitelerinde yeterince ararsanız, bu kadar iyi bir makineyle çekilmiş bir fotoğraf bulabilirsiniz.

- Hız

İstedığınız fotoğrafları özel olarak çektirirseniz, hepsinin elinizde olması 3 haftayı bulacaktır. Ama eğer stok sitelerinden alırsanız yaklaşık 1 saatte tüm görseller elinizde olur.

- Hata payı

Fotoğrafçımız sizin için özel olarak çekiyor olsa bile, her zaman için fotoğrafların estetiğinde hata payı vardır, gelen fotoğraflar tam olarak istediğiniz güzellikte olmayabilir. Böyle durumda ya gelen fotoğraflarla yetineceksiniz, ya da fotoğrafçımdan tekrar çekmesini isteyeceksiniz. Bu da hem zaman kaybına, hem de bütçenin yükselmesine neden olacak.. Stok sitelerinde ise hata payı yoktur. Satın almadan önce fotoğrafın düşük çözünürlüklü bir kopyasını indirip deneyebilirsiniz ve eğer aradığınız gibiyse, o zaman satın alırsınız.

TV:

Şehir hayatıyla ilgili bir televizyon programı yaptığınızı varsayalım. Bunun için programınızı zenginleştirecek bir jeneriğe ihtiyacınız olacak. Bu jeneriğe ilaveten, şehrin havadan görüntüsünü de kullanmak seyircilere göstermek istiyorsunuz.

Normal ekibinize ilaveten, jeneriği yapması için 1 grafikere ihtiyacınız olacak. En basit bir jeneriğin bile maliyeti 1.000\$'ı aşmaktadır. Jeneriğin kalitesine ve kompleksliğine göre bu fiyat daha yukarılara çıkmaktadır. Grafikerin bunu hazırlaması size göstermesi 1-2 gün bulur. Sonra revizyon gelir, beğenmediğiniz yerleri değiştirirsiniz. Sonra bir revizyon daha, belki bir tane daha.. size yaklaşık 2 haftaya mal olur. Bunu bir microstok sitesinden alırsanız size maliyeti 50\$ civarında olacak ve de 1-2 saat içinde elinize geçmiş olacaktır.

Bu konuda sektör çalışanlarından 2 yorum paylaşmak isterim:

“Eğer gerçekten üst düzey bir ekiple rig²³ yapmak isterseniz, en azından günlük 5.000 dolardan bahsediyorsunuz demektir”

Mona Kanin (FramePool film şirketinin New York bölge müdürü)

“Bir helikopter kiralayıp Brooklyn Köprüsünü çekmek gerekmez. Görüntü orada hazır (online). Seyircinin görüntünün geri dönüşümlü bir şekilde tekrar karşısına geldiğini farkedebileceğini sanmam.”

Emily Harper (genelde MTV ile çalışan freelance yapımcı)

Reklam:

Yemek sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın reklamını hazırlayacağınızı varsayalım. İhtiyacınız olan görüntüler şunlar: “tarlada dalında duran domatesler” “yakın planda taze domatesin doğranışı”, “yakın planda suyun kaynayışı” “afiyetle yemek yiyen anne baba ve

²³ Rig: 3d modellerin iskelet animasyonu. Yüzüklerin Efendisi, Ice Age gibi tüm 3d öğeler barındıran filmlerde mevcuttur.

küçük çocuktan oluşan mutlu bir aile". Ve de bu 3 görüntü üzerine çeşitli grafikler/animasyonlar ekleyerek firmanın reklamını yapacaksınız diyelim.

Mevsim kış ise kesinlikle tarlada dalında duran domates bulamazsınız. Sera domatesi organik gözükmez, bu müşterinize yarardan çok zarar getirebilir. Mecbur sanat yönetimi ile pahalı dekorlar yaparak halletmeniz gerekecektir. Bu da bütçeyi artıracığından müşterinin reklamdaki vazgeçmesine neden olabilecektir.

Vazgeçmese devam etse bile; sanat yönetimiyle bile halledemeyeceğiniz sorun olabilecektir: "Taze domatesin doğranışı" Sera domatesi tarla domatesi gibi gözükmediğinden, (sera domatesi daha sulu, etli kısmı daha az, içi daha boş, nispeten daha büyüktür) müşterinizin istediği gibi kusursuz bir görüntü elde edemeyeceksiniz.

Dahası, "mutlu aile" görüntüsü için bir mutfak (veya stüdyo) kiralayacaksınız. Kamera ekibi, Işıklı, görüntü yönetmeni yönetmen yardımcıları vs. bir sürü kişi çalıştıracaksınız, günlerce "Anneyi kim oynayacak?", "çocuk kim olacak?" diye cast arayacaksınız. Bir tomar para ve zaman kaybedeceksiniz. Bu görüntüleri stok sitelerinden temin etmeye kalkarsanız kısa sürede ucuza hata payı olmadan reklamınız hazır olacaktır.

Sinema:

Bu konuda varsayımdan ziyade, bilindik bir filmi düşünelim: 1994 yapımı "Forest Gump". Bu filmde Kennedy, Elvis Presley, Lyndon Johnson, Richard Nixon gibi hayatta olmayan kişiler rol almıştır. Bunu mümkün kılan yine video stok şirketleridir.

Reklam ve TV'dekine benzer örneklemeler, sinema için de geçerlidir pek tabiki.

Radyo:

Müzikle ilgili hiçbir fikri olmayan bir müşteriniz (çoğu zaman da olmaz) sizden bir radyo jingle'ı istedi diyelim. Haliyle nasıl bir müzik istediğini size anlatamayacaktır. Eğer siz stok sitelerinden hazır müzikler dinletirseniz ve içinden seçmesini isterseniz, bu hem sizin için hem de müşteri için kolay olacaktır. Siz iletişim kuramamaktan ve müzik beğendirememekten

kurtulacaksınız, müşteriniz de kendisini kötü bir reklamcıyla çalıştığını düşünmekten (ya da ender olarak kendini cahil hissetmekten) kurtulacaktır.

Kurumsal Firma Çalışanı:

Kurumsal bir firmada çalıştığınızı ve kariyeriniz açısından çok önemli bir sunum yapacağınızı varsayalım. Bu kadar önemli bir sunumu power point'in hazır backgroundları üzerine yapıp "sıradanlaşmak" riskine girmek ister misiniz? Muhtemelen 20-30 dolar ödeyip çok daha şık ve dikkat çekici bir dosya sahibi olmak istersiniz. Buna ilaveten, dinleyicilerinize sunumu ilgi çekici hale getirmek için "az yazı çok resim" olması gerektiğini biliyorsunuz ama aradığınız kalitede resmi nereden bulacaksınız? Tabiki milyonlarca seçeneğin olduğu stok sitelerinden.. Dahası belki toplantıdaki gergin havayı dağıtmak veya güzel bir kapanış için sunumunuzun sonuna keyifli bir video koymak isteyeceksiniz. Bunların hepsini bulabileceğiniz yer stok siteleridir.

Müşteri beğenisi

Genel olarak tüm bu sebeplerden ötürü, stok siteleri müşterilerinin beğenisini kazanmakta, ve büyük bir gelişme içinde bulunmaktadır. Istock'un 8 aralık 2009 tarihli açıklamasına göre Istock, bu büyük ekonomik krize rağmen 3 yıl içinde karını 3 kat arttırmayı başardı.²⁴

Stok kullanımının yaygınlaşmakta olduğunu ICR şirketinin (ICR = Custom Market Research) stok görüntü kullanımı konusunda kreatif direktörler ve grafikerlerle yaptığı ve 9 haziran 2009'da açıkladığı anket de bunu doğrulamaktadır. Bu ankete göre

- 1 yıl önceye göre grafikerlerin %40'ı bütçeyi küçültmek için daha fazla stok görüntü kullanmaya başlamıştır.
- 1 yıl önceye göre grafikerlerin %22'si daha çok sayıda ama daha ucuz işlerde çalışmaya başlamıştır.
- 1 yıl önceye göre grafikerlerin %67'si bütçeyi küçültmek için evden çalışmayı tercih etmektedir.

²⁴ kktompson (2009), 2009: The year in review and a look at the future, Ocak 14, 2010
http://www.istockphoto.com/forum_messages.php?threadid=151691&page=1

Tüm bunlar rekabetin arttığı piyasa şartlarında stok sitelerinin önemini arttırmaktadır.

STOK SİTELERİNİN KATILIMCILARI ve HAYALLERİ

MacroStok sitelerinin katılımcıları kariyerli çok iyi portfolyosu olan profesyonellerken, stok sitelerinde en profesyonelinden lise öğrencisine kadar (18 yaşını geçmiş) herkesi bulmanız mümkündür.

Stok sitelerine eserlerini yollayanların genel olarak hayallerini şöyle sıralamak mümkündür:

- Ömür boyu kazanç

“Ömür boyu kazanç” teorik olarak doğrudur. Telif hakkı bitmeyen bir şey olduğundan, fotoğrafınız satın alındığı sürece siz para kazanabilirsiniz. Portfolyonuz belli bir sayıyı geçtikten sonra aylık gelirinizi de tahmin edebilmektesiniz.

- Esnek çalışma saatleri

Stok sitelerine günün istediğiniz saati eserinizi yükleyebilir ve satışa hazırlayabilirsiniz. Bu sebeple normal işinizle saatleri çakışmayan ideal bir ek işiniz olmuş olur.

- Çalışmama özgürlüğü

Belli bir satış seviyesine ulaştıktan sonra, sabah 9 akşam 6 gibi mesai saatleri olan bir işte çalışmak zorunda kalmazsınız. Tüm zamanınız sizin olur. (Sıradan bir avukatken, 1.500\$ civarında aylık gelire ulaşıncı avukatlığı bırakıp dünyayı dolaşmaya başlayan ve bu yazıyı yazdığım tarih itibariyle 37 ülkeyi dolaşıp fotoğraflarını çeken “Holger Mette” bunun güzel bir örneğidir.)²⁵

- Yüksek gelir

Yeterince çalışırsanız, sıradan bir maaşında ötesinde gelir kazanma şansınız olabilir. (En çok kazanan Yuri Arcurs’un yıllık geliri 1,5 milyon dolar civarındadır.)²⁶

²⁵ <http://www.veoelmundo.com/about>, - <http://www.microstockdiaries.com/traveling-the-world-with-microstock.html>

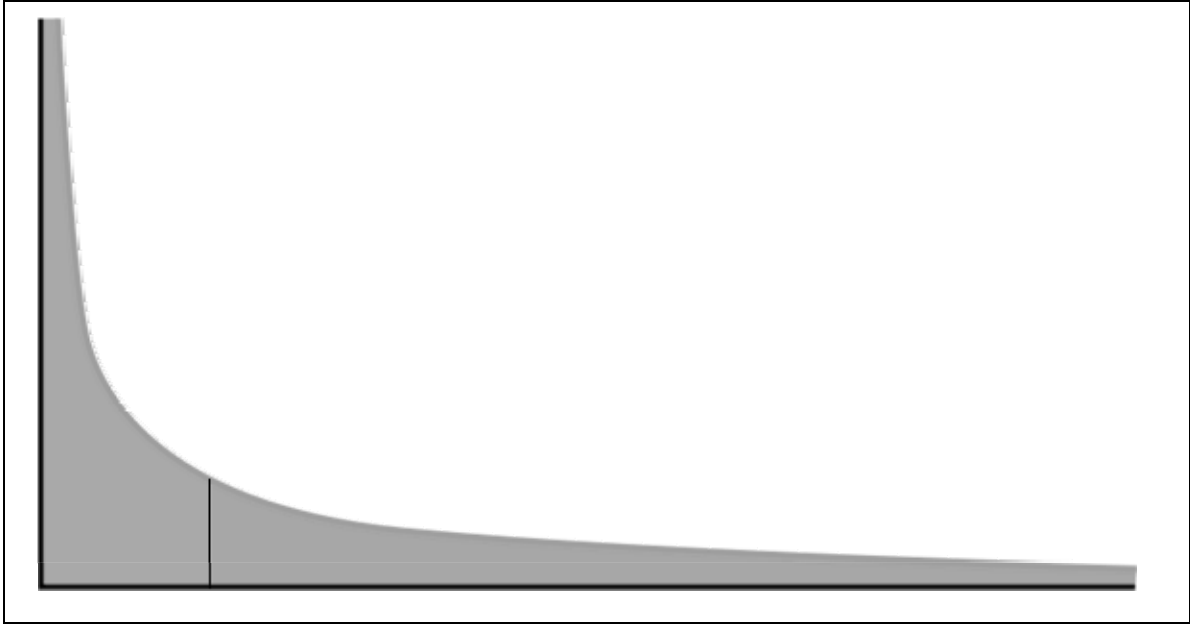
²⁶ Arcurs, Y. (2009) Who? Ocak 17, 2010 <http://www.arcurs.com/who>

- *Stressiz iş hayatı*

Kendi başınıza çalışacağınız için size bağırın bir patron, anlamadığınız iş arkadaşları, yetişmesi gereken projeler, sabah erken kalkma zorluğu, pazartesi sendromu gibi stres unsurları hayatınızda olmayacaktır.

KATILIMCILARI BEKLEYEN GERÇEKLER

Uzun Kuyruk Teorisi



Ne yazık ki pek az katılımcı yukarıda sıralanan hayallerini gerçekleştirebilmektedir. Microstockdiaries.com'un sahibi Lee Torrens, bunu istatistiksel kavram olan "Uzun Kuyruk"la ilişkilendirmektedir²⁷. Veri olarak kendisini ve en çok kazanan Yuri Arcurs'u almaktadır.

- Yuri Arcurs Fotolia'da 1. Istock'ta 2. olan; ve daha onlarca stok şirketiyle birlikte çalışan dünyanın en çok satan fotoğrafçısı (Yıllık gelir yaklaşık 1,5 milyon dolar)
- Lee Torrens, yıllık 10bin dolar civarında gelire fotolia'da 756., istock'ta ise 1149.
- Fotolianın katılımcı sayısı 90.000, Istock'un ise 78.000

²⁷ Lee Torrens (2009) Microstock and Long Tail Ocak 14, 2010 <http://www.microstockdiaries.com/microstock-and-the-long-tail.html>

Bu verilerden yola çıkarak katılımcılardan yıllık geliri 10 bin dolar üstü olanların çok ama çok azınlıkta olduğu, (%2'nin altında) ve katılımcıların çoğunun açık olarak hayallerini gerçekleştiremediği gözükmektedir.

Bu grafik, perakendecilik sektöründe genel karşılaşılan bir durumdur. Perakendecilikte genellikle çok sayıda malı, az sayıda satarak kazanç elde edilir. Tekstil ürünleri satan bir mağazanız varsa, bütün dükkanı tek tip kazakla pek doldurmazsınız, t-shirt, yelek, ceket vb. farklı ürünler de koyarsınız. Dahası kazaklarda aynı değildir, çeşitli versiyonları/modelleri vardır. Müşterilerin neyi seveceği, neye ihtiyacı olduğunu kestirmek güç olacağından dükkanı ne kadar çok sayıda çeşitle doldurursak o kadar çok kazanç şansı olur. Elbette ki bazı ürünler diğerlerine nazaran daha çok satar. Ama popüler olmayan diğer ürünlerin kazancından da ciddi rakam geldiği için ürün skalasını geniş tutmak, sadece popüler ürünlere yatırım yapmaktan daha çok kazandırır.

Bunu istatistikte “80-20 kuralı” (Pareto kuralı) olarak geçmektedir. Tepedeki (çok satan) %20'lik ürün satışı, toplam kazancın %80'ine eşittir.²⁸ Bunu stok sitelerine uygulayacak olursak, çok kazanan tepedeki %20'lik kısım, toplam gelirin %80'ini kazanır.

Ayrıca bu kural, katılımcıların kendi portfolyoları incelendiğinde de detaylı olarak görülür. Her katılımcının portfolyosundaki çok satan %20lik kısım, tüm kazancının yaklaşık %80'ine denk olacaktır.

Marjinal Maliyet:

Stok sitelerinin *marjinal maliyeti* düşük olduğu için; Uzun kuyruk, microstock sitelerinin çok işine gelen bir şeydir. Marjinal maliyet (marginal cost), üretim miktarı bir birim arttırıldığında toplam maliyette meydana gelen değişmeyi ifade eden ekonomik terimdir.²⁹ Stok sitelerindeki marjinal maliyet şunlardır (yani yeni bir dosyayı databaselerine eklemek için yapacakları uğraş-masraf)

- 1- katılımcıların eserlerini göndermesi için internet bağlantısı,
- 2- Ekstra harddisk alanı.
- 3- Değerlendirme süreci.

²⁸ Anonim (2010) Long Tail, Ocak 14, 2010 http://en.wikipedia.org/wiki/Long_Tail

²⁹ Anonim (2010) Marginal Cost, Ocak 14, 2010 http://en.wikipedia.org/wiki/Marginal_cost

Geri kalan şeyler, (sistem mühendisliği, pazarlama vs.) hep sabit giderlerdir. Bu sebeple yeni bir eserin stok sitesine girmesinin marjinal maliyeti çok azdır. (muhtemelen 20-30 cent civarı). Bu sayede stok siteleri çok çok ucuza, ürün yelpazesini geliştirmekte ve büyümeye devam etmektedir. Aksi taktirde çok karlı bir iş olmazdı.

Öte yandan katılımcılar için marjinal maliyet yüksektir. Fotoğrafi çekmek (yol, yemek, model, zaman, makine vs..), bilgisayara atıp işlemek, sisteme yükleyip keywordleri girip başvurmak... Oldukça uzun ve zahmetli bir süreç.

Bir katılımcının yeni bir eseri satışa hazırlamasının marjinal maliyeti, stok sitelerinden yüksek olduğu için; uzun kuyruk, katılımcıların zararına olan bir şeydir demek mümkündür.

Koş, yoksa düşersin:

Bir ayakkabı firmasının bu sloganı, stok siteleri katılımcıları için kesin bir doğruluk taşımaktadır. Gelirinizi korumak için mutlaka portfolyonuzu geliştirmeniz gerekmektedir. Yoksa dramatik olarak düşüşe geçersiniz.

Çeşitli forumlarda, yüklemeye ara veren ve bu sebeple geliri düşüşe geçen katılımcılar bunun için stok şirketlerini suçlamaktadır. Argümanları özetle: “Hep yeni dosya istiyorlar, eğer yollamazsak arama sonuçlarında bizi geri plana atıyorlar, onca zaman siteye yaptığımız emeğe hiç saygı duymuyorlar”dır. Bu bazı siteler için bazı durumlarda geçerli olabilir belki ama bu konunun arkasındaki gerçek biraz daha farklı.

Yukarıda katılımcıların hayalleri arasında belirttiğim gibi, “ömür boyu kazanç” vaadi teorik olarak doğrudur. Ama pratikte işler biraz değişir. Stok siteleri, portfolyolarını çok hızlı büyütmektedir. Stok sitelerinin müşteri sayıları da artmaktadır. Ama portfolyolarının artış hızına kıyasla, müşteri sayıları & satış artış hızı yavaştır. Bu sebeple, müşteri başına düşen ortalama dosya sayınız her geçen gün azalır. (eğer yeni yükleme yapmazsanız.)

Somut bir örnek üzerinden gidersek, Istock getty tarafından satın alındığı 2006 yılında sadece 1 milyon civarında dosyası vardı.³⁰ 2009 yılında ise 6 milyonu aştı. Portfolyolarındaki bu 6 katlık artışa karşın, satış sayısı sadece 3 kat arttı.³¹ Bu da 2006'dan beri yeni dosya eklemeyen birisinin yarı yarıya küçülmesine neden olmaktadır. Yani, 2006'daki 1 milyon dosyalı istock'ta, portfolyosunda 1000 dosya bulunan bir katılımcı $1.000 / 1.000.000 = 1 / 1000$ (binde bir)lik bir yer kaplamaktadır. Dolayısıyla kaba hesapla istock'un tüm katılımcılara ödediği gelirin binde birini kazanır. Ama 2009'a gelindiğinde, bu 1.000 dosyalı katılımcının kapladığı alan 6 kat azalarak 6 binde bir düşmüştür, haliyle 2009 yılında istock'un tüm katılımcılara ödediği gelirin 6 binde birini kazanır. Ote yandan, Istock bu sürede müşteri sayısını 3 kat arttırdığı için, geliri de 3 kat artacaktır. Kısaca bu katılımcı yarı yarıya ($6/3=2$) gelir kaybına uğramış olacaktır. Bu sebeple bu katılımcının 1.000 dosya ile 2006'da 1.000\$ kazandığını varsayarsak, bu gelir 2009 itibarıyla 500\$'a gerilemiş olur. (diğer etmenleri yoksayarsak)

Kısacası ömür boyu kazanç devam etmesine etmektedir, ama katılımcı durduğu anda gerileme baş gösterecektir. Katılımcının stok sitelerinde sabit kalması, gelirinde küçülmedir: Bu sebeple bu ayakkabı sloganı, katılımcılara çok yakışmaktadır: "Koş, yoksa düşersin!"

Gelişen teknoloji:

Bu konu özellikle videocuları etkilemektedir. Müzik konusunda teknoloji oldukça oturmuştur. 16 bit veya 24 bit wav ses (hollywood'da da kullanılan), birkaç yüz dolarlık basit kayıt cihazlarında da bulunan bir teknolojidir. (elbette Hollywood filmlerinde 10'larca belki 100'lerce kanal ses gelmekte, bu birkaç yüz dolarlık aletler ise 1-2 kanal kayıt yapabilmektedir. Ama stok için 1 kanal yeterlidir) Fotoğraf konusu da doygunluğa oldukça yakındır. Bugün birkaç bin dolara, Full Frame 20 megapixel fotoğraf makinesi alabilirsiniz.

Ama videodaki gelişim çok daha geriden gelmekte ve de gelişmeye devam etmektedir. Eskiden DV görüntüler çok satarken, şimdi satışların %50'sinden fazlası HD videolarda oluyor.³² Haliyle birkaç yıl öncesine kadar sektör standardı olan DV'lerle çekim yapıp

³⁰ blue64 (2006) Next up: ONE MILLION! 14 Ocak, 2010

http://www.istockphoto.com/forum_messages.php?threadid=36541&page=1

³¹ kkhompson (2009) 2009: The year in review and a look at the future, 14 Ocak, 2010

http://www.istockphoto.com/forum_messages.php?threadid=151691

³² Pond5, (2009) Overview, 14 Ocak, 2010 https://www.pond5.com/index.php?page=artist_resources

portfolyo oluşturmuş kişilerin eserlerine talep azalmaktadır. Birkaç yıl sonra 4k³³ iyice yaygınlaşınca, benzer şekilde bugün HD çeken kişilerin eserlerine talep azalacaktır. Benzer şekilde 3d videolar da yaygınlaşınca günümüzün 2d videoları önemini yitirecektir.

SATIŞA GİDEN YOL

1- Kilit Kelime Girme (Keywording)

Bir katılımcının, yüklediği dosyaları satabilmesinde ilk önemli etmen “müşteri tarafından bulunabilme”dir. Kimse sizin eserlerinizi bulamazsa, haliyle satın alamaz. Bulunabilirliğiniz de sisteme girdiğiniz kilit kelimelerle (keywordlerle) alakalıdır.

Eserinizi tanımlayan kilit kelimeleri girerken, müşteri gibi düşünmek gerekir. Müşteri hangi kelimeleri arar. Temel olarak konu, içerik, duygu, zaman, teknik bilgi, tarz vb.. aklınıza gelebilecek her ayrıntıyı belirtmekte fayda var. Müşteri “deniz kenarında romantik bir gün batımı” istiyorsa uzun uzun bunu yazmayabilir. (bazen yazdığına arama motorları hatalar verebildiğinden yazamayabilir de!) Bu sebeple sadece “gün batımı” diye aratabilir. Eğer siz sadece “romantik” “deniz” “deniz kenarı” kelimelerini girmişseniz, o müşterinin sizi bulma ihtimalini ortadan kaldırmışsınız demektir.

Kelime seçerken kendinize sormanız gereken basit sorular şunlardır³⁴

- Bu görüntü nedir? Belirgin bir şekilde göze çarpan nesnelere nelerdir?
- Herhangi bir insan var mı? Varsa onu tanımlayın (“genç”, “beyaz”, “uzun saçlı”, “sarışın”, “güzel” “iş kadını” vs..)
- Görüntüye hakim renk nedir?
- Görüntünün çevresindeki yer bahsedilmeye değer mi? Değerse hem genel olarak, hem de spesifik olarak tanımlayın. (“Şehir”, “sokak”, “cadde”, “yol”, “taksim”, “istiklal”, “beyoğlu”, “istanbul”, “Türkiye”)
- Eşanlamlı ve yakın anlamlı sözcükleri de kullanmaya çalışın (“güçlü”, “kuvvetli”, “kaslı”)³⁵

³³ Anonim (2010) Digital Film, Ocak 14, 2010 http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_film

³⁴ Murabayashi A. (2008) Keywording your stock photos Ocak 17, 2010 <http://blog.photoshelter.com/2008/06/keywording-your-stock-photos-1.html>

- Uyandırdığı bir duygu var mı? (“üzüntü”, “keder”, “çaresizlik”)
- Teknik detaylar nelerdir? (“yakın plan”, “macro çekim”)
- Bir eylem var mı? (“oturmak”, “TV izlemek”, “kanal değiştirmek” “zapping yapmak”)

Kilit kelime seçerken hem geneli hem özeli belirtmeyi unutmayın:

- Bir “baba” aynı zamanda bir “yetişkin” “erkek” ve “insan”dır.
- Bir “elma” aynı zamanda bir “meyve” ve “gıda”dır.
- “Futbol” aynı zamanda bir “spor”dur.
- “İstanbul” aynı zamanda bir “şehir”dir.

Örnekler çoğaltılabilir..

Müşteriler, gerçekte ne istediklerini bilmeden arayabilirler.³⁶ Hüzünlü bir görüntü istiyordur, ama bunun görüntüsünün ne olması gerektiği hakkında fikri olmayabilir. Bu sebeple de sayfalar boyu görüntü arayabilir. Bu sebeple eserinizle ilgili kavramları ve (varsa) sembolik anlamlarını yazmayı unutmayın.

Tüm bunların dışında, bazen en zoru ise kilit girme sınırı olmaktadır. Çoğu site 50 kilit kelimeye izin vermektedir. Eğer sizin 60 tane kilit kelimeniz varsa, bazılarını vazgeçmeniz gerekecektir. Bunu yaparken, kelimeleri alaka sırasına sokmakta fayda var. Eserinizle en alakalıları en başa alarak, az alakalıları silmek yerinde olacaktır.

“Keyword spamming”olarak adlandırılan, eserinizle ilgili alakasız kilit kelimeler girmek ise yapılmaması gerekenler listesi başında gelmektedir. Eserinizin bulunmasını istediğiniz için çok fazla kelime girmek isteyebilirsiniz. Ama eğer direk bir bağlantı yoksa, müşteriler sizin resminizi almayacaktır. Dahası başvururken eserlerinizin reddedilme ihtimalini arttıracaktır. Çoğu site spamlemeye karşı dikkatli davranmaktadır. Hatta bazı sitelerde hesabınıza uyarı gelebilir, tekrarında hesabınız bloke bile edilebilir.³⁷

³⁵ istock gibi birkaç site bunu otomatik olarak tanımladığı için onlarda mecburi değil.

³⁶ Murabayashi A. (2008) Keywording your stock photos Ocak 17, 2010

<http://blog.photoshelter.com/2008/06/keywording-your-stock-photos-1.html>

³⁷ Shutterstock, (2003-2009) FAQ, 14 Ocak, 2010 [http://submit.shutterstock.com/faq.mhtml#What is a warning?](http://submit.shutterstock.com/faq.mhtml#What%20is%20a%20warning?)



Bu resme **girilmesi** gereken kelimeler: ev, araba, yol, “müstakil ev”, bahçe, ağaç, emlak,
Bu resme **girilMEMesi** gereken kelimeler: Boşanma, “emlak krizi”, evsizlik

Kelime girerken dikkat edilmesi gereken bir başka husus da cümle parçacıkları/sözcük gruplarıdır. “yazı”, “yazan”, “adam”, “yazı yazan”, ”yazan adam”, “yazı yazan adam”. Sisteme bu 6 kelimeyi de girmek, sadece ilk 3’ünü girmenize kıyasla size avantaj getirecektir. “Yazı” diye aratıldığında binlerce sonuç çıkarken, “yazı yazan adam” diye aratıldığında sonuçlar çok daha azalacağından bulunurluğunuz artacaktır. (“yazı yazan adam” şeklinde aratıldığında, sadece “yazı” “yazan” “adam”, “yazı yazan”, ”yazan adam”, kelimelerini girmişseniz, arama sonuçlarında gözükmezsiniz. Tırnak işareti “” sözcük grubunun tek kelime olarak aranmasını sağlar)

Kısaca kelime girme işlemini Istock’taki söylemle özetleyebiliriz: “her şeyi tanımlayın, spesifik olun” (describe everything, be specific)

Satan Eserler Nelerdir?

Kilit kelimeleri ne kadar doğru girerseniz girin, satış yapabileceğiniz kesin değildir. Bunun birkaç sebebi vardır. Örneğin bütün kelimeleriniz isabetli de olsa, şubat ayında kolay kolay yılbaşı görüntüsü satamazsınız.

- Talebe uygun eserler

Her sektörde olduğu gibi, stok sektöründe de talebe uygun eser üretmek, satışınızı etkileyecek faktörlerin başında gelmektedir. Ama öte yandan, çok talep olan konularda rekabet çok daha yüksek olabileceğinden, daha az rekabetin olduğu konulara yoğunlaşmak satışınızı arttırabilir. Örnekleyecek olursak, “çiçek” kelimesi Shutterstock’ta fotoğraf için en çok aranan kelimedir.³⁸ Öte yandan ellerinde çok fazla çiçek resmi olduğu için, artık çiçek resmi istememekteler genelde. Çiçek resmi isteyen biri, aradığı resmi mevcut resimler arasından kolaylıkla bulabilir.

Bu konuda Istock’un aranan resimlerle istenmeyen resimleri sıraladığı bir listesi vardır.³⁹:

Aranan resimler:

- Şirketle ilgili resimler
- Grup ve takım resimleri
- Konseptler
- Spor
- Nadir eserler
- İllüstrasyonlar
- Tatil ve mevsimsel temalar
- Moda
- Yiyecek ve içecek

İstenmeyen resimler

- Kedi köpek resimleri
- Çiçekler
- Bayraklar
- Ayağınızın, çorabınızın vb.. resimleri
- Yakın çevreniz (masanız, klavyeniz vb)

³⁸ Shutterstock, (2003-2009) Most Popular Keywords, 14 Ocak, 2010
<http://submit.shutterstock.com/top100kw.mhtml>

³⁹ Istock, (2000-2010) Stock Photographer Training Manual 14 Ocak, 2010
<http://www.istockphoto.com/needed.php?refnum=LeeTorrens>

- Tuğla duvarlar
- Ateşin yakın çekimi
- Gözün yakın çekimi
- Semboller (@, & vb..)
- Günbatımları ve bulutlar
- Anı değerindeki (snap shot) orman fotoğrafları
- Uçak kanadı (ve benzeri pencere dışı çekimleri)
- Gölgeniz
- Çok basit 3d resimler ve ilüstrasyonlar
- Basit photoshop fonları
- Çok basit yazılar.

- Markete uygun eserler

“Macrostock ve Microstock” arasındaki farklardan bahsettiğimiz bölümdeki maddelere tekrar değinmekte fayda var. Microstock için mi ürettiğinizi, yoksa macrostock için mi ürettiğinizi iyi belirleyip ve o markete uygun eserler üretmek gerekir. (uzman değilseniz macrostock için üretmeye de pek uğraşmayın, kabul ihtimali çok düşüktür. O yüzden öncelikle microstock marketini iyi analiz edin ve ona yoğunlaşın)

- Geniş portföy

Eserinizin çeşitliliği ne kadar çok olursa, ne kadar çok farklı konuda eseriniz olursa, o kadar çok kazanma şansınız olur. Bir ay müşteriler yemek görüntüleri çok ararken, diğer ay doğal enerji konularına yoğunlaşabilir. 2 ayda da gelirinizi yüksek tutmanız için; bu 2 konuda da eserlerinizin olması size avantaj getirir. Yoksa bir ay çok satarken, diğer ay satışınız düşebilir.

- Kalite

Long tail teorisinde de bahsettiğimiz üzere, en çok satan %20'lik eser, toplam gelirin %80'ini kazanır. Çok satanlar da (her zaman olmasa da) kaliteli işlerdir. Bu sebeple işlerinizin kaliteli olmasına özen göstermek gerekir.

Peki kaliteyi ne belirler? ... tabiki bunu pek çok şey belirler. Bu konu, başlı başına bir kitap konusudur. Sadece başlıklar halinde geçsek:

- Grafik kontrol unsurları: “Nokta”, “çizgi”, “çerçeveleme”, “biçim ve form”, “kalıp ve tekrarlar”, “ağırlık”, “derinlik”, “denge”, “ufuk çizgisi”
- Fotoğrafik kontrol unsurları: “perspektif”, “görüntü bozulması”, “objektiflerin odak uzaklığı”, “netleme”, “ışık”, “kontrast”, “Dinamik aralık”, “Zaman: Perde Hızı”, “Gren ve detay”
- Renk kullanımı: “Renk doygunluğu”, “doygunluk ve pozlandırma”, “renk ısı”, “renk ve hava koşulları”
- Tüm kompozisyona hakimiyet

Tüm bu başlıklar, Tom Grill ve Mark Scanlon’un yazdığı “Fotoğrafta Kompozisyon” kitabında işlenen konulardır. Kaliteli eser üretmek için bu ve/veya benzeri kitapları incelemekte fayda vardır.

Öte yandan, bir videonun veya fotoğrafın stok için kalitesiz olarak algılanmasında birkaç temel etmen vardır:⁴⁰

- Focus: focusu olmayan eserler kesin reddedilir, satışa sunulmaz. (altın kural: “focus gözde değilse, focus yoktur”)
- Blur istenmez.
- Yanlış pozlama genelde reddedilir
- Noise olmaması istenir. (fotoğrafta 100 asanın üstünü kabul etmezler)
- Görüntüyü kurtarmak için çok fazla post müdahalesi olduğu belirgin olursa red edilir.
- Elde çekilen sarsıntılı videolar.
- Eğik açılar⁴¹

⁴⁰ ⁴⁰ Istock, (2000-2010) Stock Video Training Manual 14 Ocak, 2010

http://www.istockphoto.com/videographer_1.0_introduction.php

⁴¹ Shutterstock, (2003-2009) Why Images Get Rejected For Composition, 14 Ocak, 2010

<http://submit.shutterstock.com/newsletter/121/article1.html>

- *Teknolojik üstünlüğü olan eserler:*

Teknolojik üstünlük müşterilerin gözünde daima önemlidir. Aynı olayı, 2 farklı katılımcıdan biri DV kamerayla, biri ise HD kamerayla çekti diyelim. HD kamerayla da çekilmiş versiyonu gören müşteri kolay kolay DV satan katılımcının videosunu almaz. Müşteri DV görüntü bile alacak olsa, HD çekilmiş bir görüntünün, “downsampling”⁴² (Görüntü boyutunu küçültme işlemi) versiyonunu tercih eder.

Fotoğrafta da benzer şekilde, 20 megapixelli bir fotoğraf, 14 megapixelli bir fotoğrafa tercih edilir. Ya da wav dosyasının mp3’e tercihi.. Müşteriler hep en iyisini ister.

Çok Site = Çok Satış (Toplam online dosya sayısı > Eser Sayısı)

Eğer tek bir siteyle çalışıyorsanız, o sitenin müşterileriyle kendinizi sınırlamış olursunuz. “Sektördeki Belli Başlı Şirketler” bölümünde gördüğünüz üzere, sektörde bir sürü şirket var. Kendinizi tek bir siteyle sınırlamayıp, diğerlerine de şans verirsiniz, satışınız ciddi oranlarda artacaktır. Bunu bir çikolata üreticisiyle örnekleyebiliriz. Sadece bir Süpermarkete çalışırsa satışları belli düzeyde olur. Ama diğer süpermarketlerle de anlaşırrsa, satış alanı artacağından geliri de artacaktır.

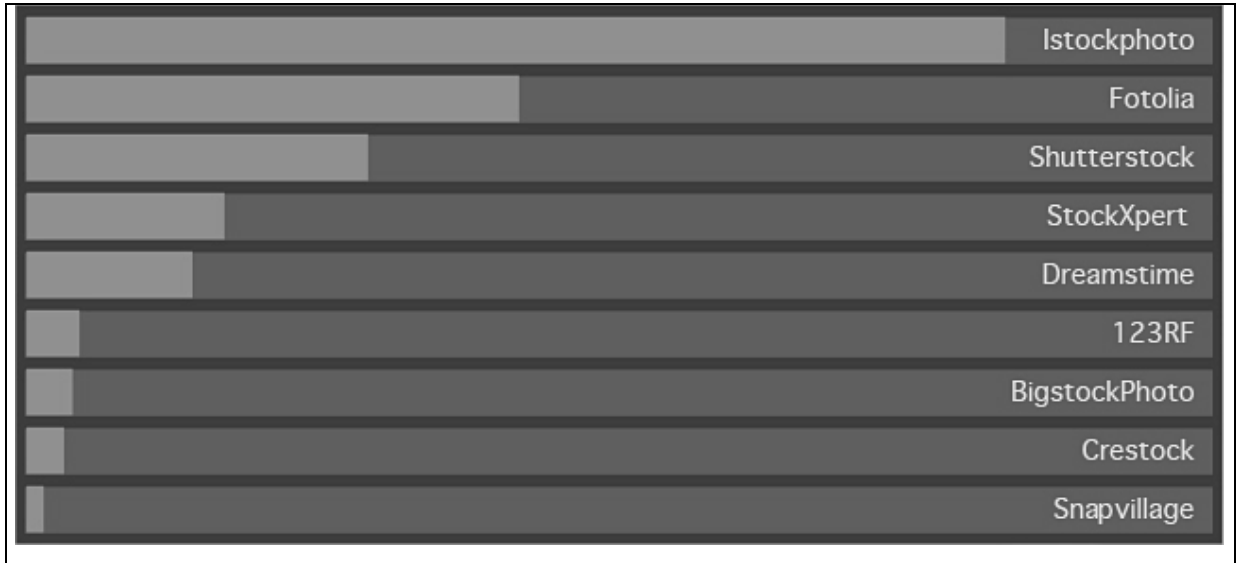
Eğer 300 eseriniz varsa, bunu tek bir siteyle sınırlarsanız maksimum 300 online dosyanız olabilir.(sitenin satışa koymayı red edebileceğini unutmayın). Ama eğer 20 ajansla çalışırsanız, 300 X 20 =6.000 online dosyanız olacaktır. (maksimum olarak) Bu da satışınızda ciddi bir artış sağlayacaktır. (20 kat artış demek doğru olmaz, çünkü her firmanın satış gücü aynı değildir. Ama yine de 3-10 kat arası bir artış beklemek hayali olmaz)

Aşağıda en çok kazanan Yuri Arcurs’un, 2008 yılı ilk yarısı ve 2. yarısındaki gelir dağılımını görebilirsiniz.⁴³

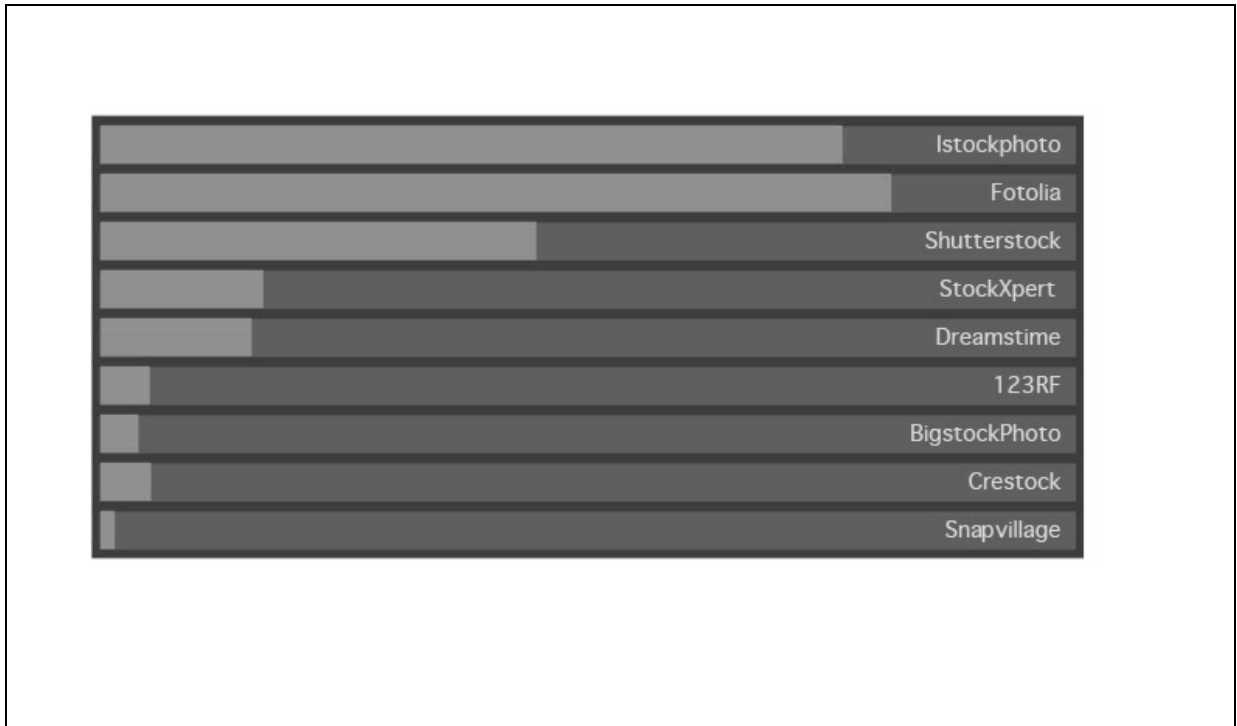
⁴² Anonim (2009) Downsampling, Ocak 14, 2010 <http://en.wikipedia.org/wiki/Downsampling>

⁴³ Arcurs, Y. (2009) Microstock agencies: An overview for beginners Ocak 17, 2010 <http://www.arcurs.com/microstock-agencies-an-overview-for-beginners>

2008 – ilk yarı



2008 - 2. yarı



Grafikten de göreceğiniz üzere ardışık olmasına rağmen, 2 dönem arasında çok farklılık var. Ama bir site çok satıp diğer site az satsa da, sonuçta kazanan Yuri Arcurs olmakta. Eğer sadece bir siteyle yetinseydi çok daha az kazanacaktı. (Burada belirtmekte fayda var, Yuri ayriyeten macrostockta da satış yapmakta, onların getirisini burada açıklamamış)

YAN SANAYİ

Her büyük sektörde olduğu gibi, Stock satış sisteminde de insanların para kazandığı bir yan sanayisi vardır. Eğer bir otomobil fabrikası varsa, çevresinde oto tamircisi, otomobil aksesuarları satan yerler gibi iş yerleri olur. Bu hizmet sektöründe de böyledir. Bir havaalanı varsa, yanında taksi durağı olur; okul varsa kantin de olur, banka varsa çağrı merkezi de olur vs.. Bu genelleme, stok siteleri için de geçerlidir. Ama stok sitelerine geçmeden ekonomideki önemli kavramlardan birini anlamak gerekir: “outsourcing”

“Outsourcing”⁴⁴ kavramı:

Outsourcing, kısaca bir şirketin belli bir işi yapmak için, bünyesinde adam çalıştırmak yerine, 3. şahıslara (taşeronlara ya da freelancelere) vermesi olarak adlandırmak mümkündür.⁴⁵ Outsourcing’in firmaya getirdiği avantaj temel olarak daha az maliyet, daha iyi hizmettir.

Bunu şöyle örneklemek mümkündür. Büyük firmalar genellikle işçi alımı için belli insan kaynakları şirketleriyle anlaşır. Mümkün olduğunca çok aday görmek ve çok seçenek arasından seçmek isterler. Bu sebeple 3 kişi alınacak işe 7-8 bin insanın başvurduğu olur. Şirket bunu kendi bünyesinde yapmaya kalkarsa, ekstradan maaşlı çalışanları olması gerekecektir. İş seçiminden sonra da o çalışanlara çok ihtiyaç kalmayacağı için, üzerinde gereksiz bir maaş yükü olacaklardır. Ayrıca bu maaşlı kişilerin, işçi seçiminde ne kadar etkili olacaklarını da kestirmek zordur. Sürekli “denetim” “eğitim” gibi konularla kendilerini yormaları gerekecektir. Öte yandan uzmanlığı sadece işçi seçmek olan bir insan kaynakları firmasına duyulan “güven” çok daha fazla olacaktır.

Dahası ve de belki en önemlisi, bir sorun olduğunda “tamamen yenilemek” çok kolaydır. Sadece taşeronu (ya da freelance çalışanı) değiştirirsiniz. Bu yepyeni çalışanlar almak, ayrılan çalışanlara tazminatını ödemek gibi olaylardan çok daha pratiktir.

Bu sebeplerden dolayı, bütün büyük firmalar, olabilecek her konuda işleri 3 şahıs kuruluşlara yaptırmayı tercih ederler. Onlar sadece “marka” değeri, “pazar araştırması” gibi yönetimsel

⁴⁴ Bir şirketin imalattaki parçaları taşeronlara yaptırması

⁴⁵ Anonim (2010) Outsourcing, Ocak 14, 2010 <http://en.wikipedia.org/wiki/Outsourcing>

işler ile ilgilenmekte ve taşeronlardan gelen malın kalitesini incelemekle ve marjinal maliyeti minimumda tutmakla uğraşmaktadır.

Outsourcing ve Stok Siteleri

- Katılımcılar

Katılımcılar, aslında stok sitelerinin en büyük outsourcing kaynağıdır. Stok siteleri, kendi bünyesinde fotoğrafçı, grafiker, kameraman, müzisyen vs.. çalıştırmak yerine, bu hizmeti dışarıdan (katılımcılardan) almaktadırlar. Aksi taktirde 7-8 milyonluk portfolyoyu kendi bünyelerinde yapıp (üstelik bu kadar hızlı – haftada ortalama 5.000 eser) üzerine de kar etmeleri imkansız olurdu.

Eser üretebilen herkese kapılarının açık olması, peşin para değil de komisyon vermesi, siteler açısından çok etkili bir outsourcing yöntemidir. Marjinal maliyetin bu derece düşük olmasında da birincil öneme sahiptir.

- Başvuruları Denetleme

Stok sitelerinde başvuran eserlerin gözden geçirilmesi çok önemlidir. Bu yüzden bazı küçük siteler bunu dışarıdan profesyonel bir yardım alarak yaptırmak isteyebilir. Ayrıca stok siteleri genelde batı şirketleridir. Orada denetleyiciye verilecek saat ücreti, gelişmekte olan ülkelere kıyasla çok daha yüksektir.

Örneğin Microstock solutions⁴⁶ bu konuda stok şirketlerine hizmet sunmaktadır. Budapeşte ve Bükreş'te çalıştıkları ve oradaki saat ücretleri, Amerika Kanada gibi ülkelere kıyasla çok düşük olduğu için; ekonomik açıdan sitelere cazip gelmektedir. Ayrıca, her konuda olduğu gibi bu konuda da “outsourcing”in tüm avantajlarından yararlanmaktadırlar.

⁴⁶ Microstockolutions (2009) Why Outsource? Ocak 17, 2010 <http://www.microstockolutions.com/>

Outsourcing ve Katılımcılar:

Katılımcılar, stok sitelerinin taşeronları olmaları, katılımcıların da başka taşeronlar aramalarına engel değildir. Outsourcing’i anlatırken bahsettiğimiz insan kaynakları şirketi örneği üzerinden devam edecek olursak, insan kaynakları şirketi büyük firmaların taşeronudur ama o da başka firmaları taşeron olarak kullanabilir, misal bir temizlik şirketini, güvenlik şirketini veya bir IT şirketini (bilgi teknolojileri) taşeron olarak kullanabilir. Katılımcılar da benzer şekilde bazı hizmetler için taşeronlar arayabilir.

- Dağıtımçılar ve Kilit Kelime Seçiciler:

“Satışa giden yol” bölümünde de bahsettiğimiz üzere “Çok site = çok kazanç”. Ama bu o kadar kolay değildir. Her ay 50 eser ürettiğinizi varsayalım. Eğer tek siteyle çalışırsanız eserleri siteye yüklemek ve kelimeleri girmek 1 günde tamamlanır. Ama eğer 20 siteyle çalışmak isterseniz işiniz epey zor olur – hele ki devasa boyutlardaki film dosyalarıyla –

ortalama bir film dosyası 150 mb. civarındadır. (çoğu site .mov “photo jpeg” kodek ister. Bu kodek çok iyi bir kodek olmasına karşın, oldukça büyük yer kaplar.) 50 film ortalama 150 X 50 = 7.500 mb (7,5 gb) yer kaplar. Eğer 20 siteyle çalışmak isterseniz bu 20 X 7,5 = 150 gb yükleme demektir. Bu da bilgisayarı günler geceler boyunca açık tutmanızı gerektirecektir. Sürekli yükleyip yüklediğinizi takip etmek zorunda kalmanız, başka şeyler için internet bağlantınızın hep kısık olması oldukça can sıkacaktır. Bazen de, bazı sitelere hangi dosya yüklediğinizi, hangisini yüklediğinizi bulmak için saatlerinizi harcayacaksınız. Bu kesinlikle üretkenliğinizi düşürecektir.

Hele bir de kişisel reklamınızı yapmak isterseniz.. Hiç üretmeye vaktiniz kalmayacaktır..

Bu konuda profesyonel yardım almak, çoğu katılımcıyı rahatlatır. Bu konuda stok sektöründe bazı şirketler vardır. Mesela Isyndica⁴⁷ önemli bir aktördür. Video fotoğraf ve ilüstrasyon dağıtmaktadır. Sloganı da yaptığı işi iyi özetler: “Bir kere yükle, her yere dağıt”⁴⁸ Gerçekten de Isyndica’da 1 kere yüklersiniz, kilit kelimeleri 1 kere girersiniz, o sizin için her yere yollar. Sizin tek yapmanız gereken en sonunda sitelere girip son bir kontrol edip ve başvurmak olur.

⁴⁷ <http://www.isyndica.com>

⁴⁸ “Upload once, sell everywhere”

Ayrıca eserlerinizi youtube, facebook, flickr, Picasa gibi sosyal ortamlarda dağıtarak eserlerinizin bilinirliğini de artırır. Çok fazla zaman kazanmanıza ve enerjinizi boş yere harcamamanıza yardımcı olur.

Lookstad⁴⁹ da benzer bir iş yapar. Ama o, biraz daha detaylıdır. Sizin için kilit kelimeleri de yazar. Kilit kelimeler bölümünde de bahsettiğimiz gibi, kilit kelimeleriniz kötü seçilmişse, satış şansınız çok düşer. Bu sebeple böyle bir profesyonel yardım almak işinizi rahatlatır. (şu an için Lookstad, sadece istock ve dreamstime'a hizmet vermekte ve de sadece fotoğraf üzerine)

Bu tarz şirketlerin dışında, keyword girme işini freelance olarak da yapan kişiler mevcuttur. Örneğin Shannon Routzahn⁵⁰ pek çok profesyonel stok fotoğrafçısı için kilit kelimeler seçmekte ve bunları sistemlere girmektedir.

Yuri Arcurs da dağıtım üzerine hizmet vermeye hazırlanıyor.⁵¹ Bu tarz hizmet veren şirketleri ve/veya kişileri çoğaltmak mümkündür.

ELEŞTİRİLER

Hemen her konuda olduğu gibi, stok satış siteleri için de çeşitli eleştiriler vardır. Bu eleştirileri endüstri devrimine getirilen eleştirilerle paralel tutmak mümkündür.

Bilineceği üzere, endüstri devriminin gelişmesinden sonra bireysel üreticilerin ve dolayısıyla yöresel pazarların olumsuz etkilenmesi küreselleşmeye giden yolu açmış ve modern kapitalizm doğmuştur⁵². Bu sancılı geçiş, endüstri devriminin üzerinden neredeyse 200 yıl geçmesine rağmen, bugün bile oldukça sık tartışılan konulardandır. Stok sitelerinin de endüstri devriminin bir uzantısı olduğunu düşünecek olursak; stok sitelerine yöneltilecek eleştirileri de sanayi devrimi ve kapitalizme yöneltilen eleştirilerle benzer kategorilerde toplamak mümkün olacaktır:

⁴⁹ <https://www.lookstat.com/>

⁵⁰ <http://www.wordsforimages.com/>

⁵¹ Arcurs, Y. (2009) Microstock Tools Ocak 17, 2010 <http://www.arcurs.com/tools>

⁵² Anonim (2010) Industrial Revolution, Ocak 14, 2010 http://en.wikipedia.org/wiki/Industrial_Revolution

- İnsanların ihtiyacı olandan daha çok tüketmesi (çok satış olmazsa siteler kazanamaz. Pazarlama sistemlerini de ona göre kurarlar)
- Birbirleriyle daha az kişisel ilişki kurmasına (Sadece bilgisayar başında çalışarak, günde belki 1-2 e-mail atarak, hiç diyalog kurmadan yaşam.)
- Yabancılaşmasına (yaptığı sanattan –ya da zanaat daha doğru terim olur –)
- Robotlaşmasına (her şey elektronik ortamda sadece birkaç tık ile takip edilmekte, insana ihtiyaç minimum düzeyde tutulmakta)
- Bir simülasyon evreni içinde yaşanmaya başlanmasına (Herşeyin 0 ve 1’lerden oluştuğu dijital düzen zaten baştan aşağı bir simülasyondur.⁵³)
- Taklitin çoğalmasına, özgünlüğün yitmesine (İnsanlar çok satan eserleri görüp, onların benzerlerini üreteceklerdir kendileri de satabilmek için)
- Gelir dağılımındaki adaletsizlik (uzun kuyruk teorisinde detaylı bahsettik)
- Kişiliğin, kişisel becerinin önemsizleşmesi (kim olduğunuz değil, portfolyanızda ne tür ürünler bulunduğu önemli/ya da alıcıysanız ne kadar satın alacağımız)

SONUÇ

Eksileriyle artılarıyla stok siteleri gelişmeye devam etmekte ve günümüzü şekillendirmektedir. Endüstri devrimiyle gelen kitle tüketimine yönelik her yenilik; kitleler tarafından hep “satın alınmıştır”. “Satın alınmak” ve “kar etmek” de, bir işletmenin yoluna devam etmesi için başlı başına yeterlidir, başka bir şeye ihtiyacı yoktur. Bu sebeple stok siteleri kar etmeye devam ettikçe yoluna devam edecektir.

Stok siteleri şu anda gelişim içindedir ve Bütün yazı boyunca tartıştığımız verilerden yola çıkarak önümüzdeki yıllarda da bu gelişimini sürdürmeye (haliyle karını arttırmaya) devam edeceğini söylemek yanlış olmayacaktır. Yöresel üreticiler, pahalı, yavaş, kalitesi ve teslim tarihi belirsiz hizmetleriyle, uluslararası global sitelerin organize, ucuz, kaliteli, hızlı, ulaşılabilir hizmetlerine karşı tutunma şansını zamanla kaybedecektir.

Alıcılar açısından stok siteleri tamamen karlıdır. Bütçe giderlerini düşürmede stok sitelerini kullanmak olumlu etki yapmaktadır. Ulaşabileceklerinin üstünde teknik ve estetik kalitede

⁵³ J. Baudrillard (Simülakrlar ve simülasyon) Doğu batı yayınları Çeviri: Oğuz Atanır 4. baskı eylül 2008

işleri çok ucuza almaları, onları kolayca müşteri bulabilecek ve bütün rakipleriyle kolayca rekabet edebilecek düzeye getirmektedir.

Satıcılar (katılımcılar) açısından durum biraz daha az pozitifdir. Düşük marjinal maliyeti sayesinde işin kaymağını siteler yemektedir. Ama gene de, fotoğrafçılar, kurgucular, kameramanlar, müzisyenler ve grafikerler için müthiş bir olanak sağlamaktadır. Onları freelance iş peşinde koştuktan, ya da sabah 9- akşam 7 standart bir işte çalışmaktan kurtarıp onlara özgürlük verebilmektedir. (verebilmektedir diyorum çünkü daha önce de bahsettiğimiz üzere vereceğinin garantisi yok, ihtimali var). Bu özgürlüğe giden yolun reçetesi: Yeni teknolojiye uygun ekipmana sahip olmak, ihtiyaca yönelik eserleri bu yeni teknoloji ile üretmek, onlara doğru kelimeler girmek, ve onları mümkün olan en çok markette satmaktan geçer. Bu da birkaç yıl boyunca uzun saatler harcayarak stok sitelerine çalışmak demektir.

Bu yazıda, sizlere stok sitelerinin genel olarak işleyişini, olumlu ve olumsuz yanlarını açıkladık. Katılmak isteyenlere püf noktaları gösterip belli başlı ajansları gösterdik. Gelişmekte olan bu stok sektörünü genel hatlarıyla tanıttık. Eğer bu sektörde devam etmek isterseniz, stok sitelerine tek tek girip, sıkça sorulan sorular kısmından başlayarak tüm siteleri incelemenizde fayda olacaktır.

Teşekkürler...