

# MAGAZİN HABERCİLİĞİNİN İTİBARSIZLAŞTIRMA VE DEDİKODU ARASINDA KALAN SORUNLU ALANI ÜZERİNE NİTEL BİR İNCELEME

A QUALITATIVE EXAMINATION ON THE PROBLEMS OF TABLOID JOURNALISM BETWEEN DISCREDIT AND GOSSIP

Petek DURGEÇ<sup>1</sup>

## Özet

Günümüzde magazin medyası ünlü insanların özel yaşamlarını, bir kendini ifade etme aracı olarak görülmesi gereken kıyafet tercihlerini, yaşam şekillerini ve söylemlerini hiçbir dönemde olmadığı kadar sert bir şekilde haberlere konu etmektedir. Sorumluluk anlayışıyla bağdaşmayacak bu pratik, kaynağı belli olmayan ve doğruluğu teyit edilmemiş dedikodu temelli magazin haberleriyle her geçen gün daha da yaygınlaşmaktadır. Kişiye ait deneyimleri seyirlik hale getiren ve tamamen özel yaşama odaklanan bu sansasyonel yayıncılık anlayışı kapsamında yayınlanan haberler, bireylerin saygınlığını zedeleyerek onları itibarsızlaştırma potansiyelleri ile ön plana çıkmaktadır. Bu çalışma kapsamında sabah kuşağında yayın yapan Müge ve Gülşen'le 2. Sayfa ve Söylemezsem Olmaz adlı magazin programlarında sanatçı Gülşen'in sahne kıyafetleri hakkında yayınlanan 4 haber üzerine betimsel bir analiz gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda, Söylemezsem Olmaz programında haber olayının çoğunlukla bağlamından koparıldığı, sanatçının geçmiş hayatındaki ilişkilerin zaman atlamasıyla haber olayına bağlandığı ve haber yorumlarında ise abartılı ve itibar zedeleyici nitelikte ifadelerle

## Abstract

Today, the tabloid media can cover the private lives of famous people, their clothing preferences, lifestyles and discourses, which should be seen as a means of existence, in their news more harshly than ever before. This practice, which is incompatible with the understanding of responsibility, is becoming more and more widespread with each passing day, with the gossip-based magazine news whose source is unknown and whose accuracy has not been confirmed. The news published within the scope of this sensational broadcasting approach, which makes personal experiences a spectacle and focuses entirely on private life, comes to the fore with the potential to damage and discredit individuals. Within the scope of this study, a descriptive analysis was carried out on 4 news about Gülşen's stage outfits in the magazine programs Müge ve Gülşen'le 2. Sayfa and Söylemezsem Olmaz broadcasting in the morning. As a result of the analysis, it was seen that the news event in the Söylemezsem Olmaz program was mostly taken out of context, the relationships in the past life of the artist were connected to the news event with a time jump, and the news comments included exaggerated and discrediting expressions. On

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, petekdurgec@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5927-145X.

yer verildiği görülmüştür. Müge ve Gülşen’le 2. Sayfa programında ise örnek olaya ilişkin haberlerin sunumunda daha dengeli bir yayıncılık anlayışı ortaya koyduğu, haberlerin aktarımı gerçekleştirildikten sonra eleştiri sınırlarını aşmayacak nitelikte yorumlara yer verildiği bulgulanmıştır. Magazin programlarında yer alan ve kişilerin var oluşlarını simgeleyen değerlerini, eylemlerini ve söylemlerini ayrıştırıcı düzeyde hedef alan dedikodu niteliğindeki yorumlar, şahısların itibarsızlaştırılması sürecinde bir araç olarak belirginleşmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** *Magazin, Magazin Haberciliği, Dedikodu, İtibarsızlaştırma*

the other hand, Müge ve Gülşen’le 2. Sayfa displayed a more balanced broadcasting approach in the presentation of the news about the case study, and included comments that would not exceed the limits of criticism after transferring the news. The gossip like comments in the magazine programs targeting the values, actions and discourses that symbolize the existence of individuals at a discriminatory level become evident as a tool in the process of discrediting individuals.

**Keywords:** *Tabloid, Tabloid Journalism, Gossip, Discredit*

## **Giriş**

Gerek akademik alanda gerekse toplumda kendisine yönelik ilginin yüksek sesle dillendirilmediği magazin haberleri, bireylerin çoğunlukta ilgilenmiyormuş gibi davranmasına rağmen en fazla tüketilen medya içeriği türlerinden birini oluşturmaktadır. Tüketim kültürü; haber olgusunu da tek tipleştirilmekte, sıradanlaştırmakta bu durum da medya kuruluşlarının daha fazla ilgi uyandıracak, sansasyonel bir habercilik anlayışı benimsemesinde önemli rol oynamaktadır. Günümüzde magazin haberciliği paparazzi olarak adlandırılan, ünlülerin özel hayatları ve yaşayış biçimlerine, tercihlerine ve skandallara odaklanan bir görünüm sergilemektedir.

Ünlülerin polemikleri, kıyafet tercihleri, yaşam stilleri, geçmişleri, yeni projeleri, özel ilişkileri, katıldıkları etkinlikler ve stil önerileri gibi pek çok konunun işlenebildiği magazin haberlerinin medyada aktarım alanları; yazılı basında gazetelerin ön ve arka sayfalarında ya da ekleri, görsel medyada televizyondaki magazin programları, internette magazin haber siteleri ve sosyal medyada ise magazin hesapları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Magazin gazeteciliği; eğlendiren, ünlülerin yaşamlarına odaklanan, görsel unsurların ön planda olduğu ve bu özelliğiyle her algı düzeyinden insanın rahatlıkla anlayabileceği, oyalayıcı bir habercilik anlayışına sahiptir. Büyük oranda renkli ve eğlenceli içeriklerden oluşan magazin haberleri, izleyicinin yorulmadan tüketmesini, rahatlamasını ve gündelik hayatın stresinden arınmasını sağlamaktadır.

Şöhrete sahip olan ya da olmak isteyen kişiler için önemli bir görünme alanı olarak belirginleşen magazin haberciliği mecralarında yer almak, haber aktörlerinin daha fazla konuşularak gündemde kalmasını da sağlayabilmektedir. Magazin haberlerinin öznesi olarak seçilen isimler toplumun ilgilendiği, bazen bir oyuncu, şarkıcı ya da sporcu olabileceği gibi bir iş insanı ya da bir sosyal medya ünlüsü de olabilmektedir. Sadece ünlü insanlar değil, ünlülerin yakınları, aile bireyleri hatta geçmiş hayatları ve ilişkileri bile magazin haberlerine konu olabilmekte, bu durum mahremiyet ihlali yaratma potansiyeli nedeniyle eleştiri almaktadır.

Magazin, anlık olana vurgu yapan, olay örgüsünü dağıtan, sansasyonel olana yönelen ve ya sansasyonel hale getiren, olguların dramatik öğelerini öne çıkartarak basitleştiren bir anlatım biçimini içermektedir. Heyecanı yüksek tutmanın ve ilgi çekmenin son derece önemli olduğu magazin programlarında, konuşma diliyle yazılmış renkli haberler sunulmakta ve izleyiciye kendisiyle sohbet ediliyormuş hissi yaşatılmaktadır. Yüksek heyecan taşıyan haber anlamına gelen sansasyonel haberler ve büyük yankı uyandıran, utanç verici veya küçük düşürücü olay olarak tanımlanan skandallar da magazin basını için önemli birer malzeme oluşturmaktadır. Bu bağlamda magazin mecralarında çoğu zaman doğruluğu teyit edilmemiş, dedikodu niteliği taşıyan ve gerçek olmayan kurmaca içerikler, haber formatında izleyicilere aktarılmakta ve suni gündemler yaratılmaktadır. Bu pratik, habere konu olan bireyin manevi şahsiyeti ile kişilik haklarını zedeleme ve duygusal bütünlüğüne zarar verme potansiyeli taşıyan tartışmalı bir alana da kapı aralamaktadır. Nihai olarak habere konu olan kişinin itibarsızlaştırılması ile sonuçlanabilecek söz konusu durum, kamuoyunda RTÜK yasası olarak bilinen 3984 sayılı kanunun 4.maddesinde yer alan “özel hayatın gizliliğine saygılı olunması ve kişilerin manevi şahsiyetlerine eleştiri sınırlarının ötesinde saldırıda bulunulmaması” ilkesiyle de çelişen bir görünüm sergilemektedir. Bütün bu bilgiler ışığında bu çalışmada, kişilerin itibarsızlaştırılma sürecindeki etkileri bağlamında doğruluğu teyit edilmemiş dedikodu temelli haberler ve magazin gazeteciliği arasındaki ilişki irdelenecektir.

### **Toplumsal Boyutuyla Magazin Haberciliği Kavramına Genel Bir Bakış**

Görsel öğelerin kullanımına yoğunluk vererek olayları estetize ederek sunan ve yaşam tarzı habercilik olarak adlandırılan life-style haberciliği ile iç içe geçmiş yanları da olan magazin haberciliğinin ülkemizdeki görünümü sansasyonel bir yayıncılık anlayışıyla paralel ilerlemektedir. Ülkemizde magazin gazeteciliği bağlamında, ünlü kişilerin arasındaki polemiklerin temel haber kaynağı olduğu, bu kişilerin en sıradan görüntülerinin bile günlerce konu edildiği bir habercilik anlayışı egemendir. Dağtaş'a göre (2006: 225-226) polemikler, ünlüler dünyasıyla ilgili magazinde en çok rastlanan haberlerden birini oluşturmaktadır. Polemik ya da kavgaların ciddi ya da ciddiyetten uzak olması fark etmemekte; bununla birlikte medya insanların kavga etmesini veya birbirleri hakkında konuşarak polemiğe

girmelerini istemektedir. Tarafların sessizliği tercih ettiği durumlarda ise medya onları teşvik ederek tartışma ortamı yaratma çabası sergilemektedir.

Magazin haberciliğinde tabloidleşme önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Tabloidleşme, yazılı ve görsel medyada olayların eğlenceli ve duygusal taraflarına vurgu yapılarak sunulduğu basit ve kolay tüketilebilir bir türü ifade etmektedir (Schönback, 2000: 63). Tabloid ilk çıktığı yıllarda gazete boyutunun diğerlerine oranla daha küçük formatta tasarlanarak basılması anlamına gelse de sonraki yıllarda fikir gazeteciliği ortaya koyan örneklerinin de yayınlanmasıyla birlikte boyuttan çok içeriğe yönelik bir tür halini almıştır. Tabloid kavramı, ünlü kişilerin özel yaşamları hakkındaki dedikodular, ünlü olma öyküleri, dikkat çeken felaket haberleri ve bireysel suç öykülerinden oluşan ve diğer mecralara da yayılan bir habercilik formunu kapsamaktadır (İnal, 2010: 163-166). Magazin gazeteleri Amerika Birleşik Devletleri’nde “Tabloid” adı altında, Avrupa’da ise bulvarlarda satılması nedeniyle “Bulvar Gazeteleri” adı altında da değerlendirilmektedir (Tokgöz, 2006: 288-289). Magazin haberleri, ilk kez Osmanlı döneminin sonlarında yayınlanan Resimli Kitap adlı mecmuada izlerini göstermiştir (Topuz, 2015: 389).

Türkiye’de magazin haberciliği alanındaki örneklerin çoğalması, 1933’de Sedat Simavi’nin Yedigün dergisini çıkarmasıyla yeni bir boyut ve hız kazanmıştır. Yedigün dergisinden sonra Cumhuriyet Kadını, Salon, Hafta, Yarım Ay, Ayda Bir, Resimli Ay, Yeni Hayat, Gündüz, Foto Magazin, Holivut İstanbul Magazin ve Foto Magazin gibi birçok magazin dergisi yayın hayatına başlamıştır. Bu dergilerde kültür sanat haberleri, moda, sağlık, güzellik, ev hayatı, dekorasyon, sinema, müzik, dans, tiyatro, çocuk bakımı, kişisel bakım ve kadın erkek ilişkileri magazinsel içeriğin ön plana çıkan konuları arasında bulunmaktadır. Cumhuriyetin ilanından 1950’ye kadar olan dönemde magazin dergileri, sosyal ve kültürel alanda gerçekleşen dönüşümün de sembolü olarak belirginleşmektedir (Kaya, 2014: 74-76). Ülkemizde magazin basını gerçek anlamda Cumhuriyet ile birlikte gelişme göstermiş, Cumhuriyetin ilk yıllarında magazin haberleri edebiyat ve sanat ağırlıklı olarak verilmişken tek partili dönemde çoğunlukla kadın sorunlarına değinilmiş ve kadın okur kitlesi hedeflenmiştir (Pazarbaşı, 2013: 289)

Toplumsal yaşamda batılılaşmanın ön planda olduğu tek parti dönemi boyunca ise, magazin basınında Batı kültürüne ve teknolojisine yönelik olumlu söylemler ön plana çıkmış, toplum eğitime ve günlük hayat renklendirilmeye çalışılmıştır (Onan, 2017: 48). Çok partili siyasal hayata geçilmesi magazin basının içeriğine de yansımış, Amerikan yaşam tarzının okuyuculara olumlu şekilde yansıtıldığı bir yayıncılık anlayışı benimsenmiştir.

Magazin haberlerinde Cumhuriyet'in ilk yıllarında edebiyat ve sanat ön plandayken, magazindeki eğitime ve sosyal yaşam hakkında bilgilendirme misyonu günümüzde yerini tamamen eğlenceye bırakmıştır. Toplum yapısı değişikçe magazin haberciliğinin içeriği de değişmekte ve habercilik anlayışı da toplumun beklentilerini karşılayacak bir özelliğe bürünmektedir.

1980 sonrası askeri darbenin ardından basında uygulanan baskı ve sansür nedeniyle politik konular yerine gazeteler magazin haberlerine ağırlık vermiş ve ülkemizde ünlülerin özel hayatlarının ayrıntılı olarak konuşulduğu bir dönem başlamıştır. 1980 dönemi, mahremiyete dönmek yerine dışa açılmanın yaşandığı, özel ve kamusal alan arasındaki sınırın belirsizleştiği bir patlama dönemi olarak değerlendirilmektedir (Gürbilek, 2011: 54-55). Söz konusu dönemdeki siyasal baskılar, yasaklar ve sermayeyi büyütme odaklı yayıncılık anlayışı, magazini popüler hale getirmiş, hızlandırmış ve medya mecraları da daha fazla kar elde etme amacıyla hareket ederek eğlendirici içerikleri ön plana çıkarmıştır.

Bireylerin, toplumsal hayatın dinamiklerini oluşturan ekonomik ve siyasal gelişmelerden haberdar olmamasını veya olayların derinlikli olarak ele alınmaması sonucu zihinlerde önemsizleştirilmesini sağlayan magazin haberleri, bu yönüyle de sorgulanmaya muhtaç görünmektedir (Curran ve Sparks, 1999: 464). Soygüder (2003: 15) magazin haberlerinin bir popüler kültür ürünü olduğuna ve özellikle popüler basın içerisinde hayat bulduğuna dikkat çekmektedir. Sanayileşme süreci ile birlikte toplum kitleleşmeye başlamış ve toplumsal yapıda yüksek kültür ve kitle kültürü ayrımı ortaya çıkmıştır. Magazin haberciliğindeki söylem, takip eden kitleyi gerçeklikten uzaklaştırırken, basit ve yüzeysel anlatım odaklı anlayışıyla kitle kültürünü pazarlayan bir gazetecilik anlayışı ortaya koymaktadır. Gerçek dünyayı nedensellik ilişkilerinin dışında yapılandırması, olguları bağlamından

koparması ve ideolojiyi eğlence aracılığıyla aktaran yapısıyla magazin haberlerinin söylemi kitle kültürünün belirleyici yapısıyla paralellik göstermektedir (Tokgöz, 2021).

McQuail'in (1990: 71), eğlence olgusunun toplumu rahatlatarak, haz ve eğlence imkanı sunarak, toplumsal gerilimleri azaltma işlevi taşıdığını ifade etmektedir. Magazin haberciliği aracılığıyla işlev gören bu durum, günümüzde haberciliğin diğer uzmanlık alanları bağlamında da kendini göstermektedir. Mora ise (2008), medyanın kültür sunumu işlevini kaybederek, evrensel kültür tanımı altında belli bir kültür formunun ve yaşam tarzının dünyada yaygınlaşmasının aracısı konumunda olduğuna vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda yaratıcı sanat üretimi gerçekleştiren şöhretli insanların bireylere kitle iletişim araçlarıyla ulaştığı günümüzde, bu kişilerin bakış açılarının ve eserlerinin topluma ulaştırılmasında ve aktarılmasında kitle iletişim araçları önemli rol üstlenmektedir.

Yeni iletişim ortamları bilginin yayılışını kolaylaştırmakta, dijital teknolojilerin gelişmesiyle rekabetin daha da ön plana çıktığı bir ortamda varlığını sürdürmeye çalışan geleneksel medya araçları da okuyucunun ilgi ve beklentilerini göz önünde bulundurmaktadır (Demirel, 2018). Bu durum sadece şöhretli kişilerin sosyal medya paylaşımlarına yer veren instagram hesaplarının ve televizyon program formatlarının bile ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Diğer yandan magazin haberlerinde olaylar aynı zaman diliminde ve gündemi oyalayacak nitelikte seçilmiş bir haberle aktarılarak aynı haber uzun bir zaman dilimi içerisinde günlerce hatta haftalarca işlenmekte ve bu yinelemeler ile inandırıcılığı sağlamak amaçlanmaktadır (Örem ve Tekinoğlu, 2004: 49). Dağtaş (2006: 230), magazin haberlerinde görüntülenen ünlülerin giyim stilleri ve beden sunumları ile dönemin moda anlayışını da yeniden ürettiğini ifade etmekte, gündelik giyim dışında davetlerde giyilen gece kıyafetlerinde çıplak sayılabilecek görüntülerden, tatil mekanlarında bikinili karelere kadar pek çok görüntüde özellikle kadın bedenlerinin sunumuna yer verilerek çıplaklık vurgusu yapıldığı değerlendirilmesinde bulunmaktadır.

Magazin programlarında ünlülerle söyleşiler gerçekleştirilirken kameranın çekimleri çoğunlukla önce yüze odaklı olarak başlamakta, söyleşi sırasında ise



boydan ya da dekolte odaklı görüntüler ile devam edilmektedir. Haber sırasında kıyafetin detaylarına, değişik formdaki bir takıya yakın çekim yapılarak izleyicinin dikkati istenen yöne çekilmekte ayrıca haber vidolarının tanıtımları sürekli gösterilmekte ve “az sonra, ya da birazdan” ifadeleriyle sunumlarında baskılı tekrarlar yapılarak izleyicinin programı sonuna kadar izlemesi sağlanmaya çalışılmaktadır. Diğer yandan, şöhret sahibi kişilerin sosyal medya hesaplarından yaptıkları paylaşımlar magazin programlarında yoğun olarak kullanılmakta, kişiler bu içeriklerle hayatlarından kesitleri aktardıkları gibi, adlarının geçtiği polemiklere de yanıt verebilmektedir.

Magazin haberlerinde olaylar ele alınırken öncelikle ulaşılmaz görünen olgular basitleştirerek ve herkesin sıradan hayatlar yaşadığı vurgusuyla izleyiciler rahatlatılmakta, sonraki aşamada olay yapay heyecanlarla fantastikleştirilmekte ve son olarak olay nedensellik ilişkilerinden koparılmaktadır (Belge, 1997: 307). Bu durum bireylerin magazin içeriklerini tüketirken kendilerini mutlu, rahat ve sorunlarından uzaklaşmış hissetmelerini sağlamaktadır. Diğer yandan magazin bireysel, sosyal ve kültürel farklılıkları kısa bir süre için bile olsa ortadan kaldırarak, sosyal bütünleşmeye katkı sağlaması beklenirken, günümüzdeki magazin haberciliği anlayışı, ayrıştırıcı ve öfke temelli bir söylemin ön planda olduğu bir görünüm sergilemektedir. Altında yatan saikleri anlayabilmek için dedikodu ve itibarsızlaştırma olgularını kavramsal bir bakışla ele almayı gerektiren bu durum, magazin haberciliğinin saygınlığını kaybetmesindeki en temel faktörlerden biri olarak değerlendirilmektedir.

### **Dedikodu ve İtibarsızlaştırma Kavramları Bağlamında Magazin Haberciliği**

Mitolojik Yunan kaynaklarında ilk tarihi eserleri yazanların, savaşları aktarırken dedikodulardan yararlanmış oldukları bilinmektedir. Yanı sıra, eski Mısır'da Firavun saraylarında gerçekleşen taht entrikaları bağlamında anlatılagelen hikayelerde dahi, dedikoduların insanları ve toplumları birbirlerine düşürerek savaşlar çıktığı açıkça görülebilmektedir. Özellikle, Ortaçağ'da Hıristiyanlığın yayılması sürecinde ortaya atılan dini dedikodular hedef aldıkları kimselerin cadı kazanlarında yakılmasına sebep olmuştur. Anadolu'da ve Ortadoğu coğrafyasında ise, türküler ve ağıtlar yoluyla acılı hikayelerin farklı yer ve zamanlarda üzerlerine



bazı yenilikler eklenerek aktarıldığı da bilinmektedir. Bol dedikodulu hikayelerin aktarılması bakımından işlev gören kişilere de Avrupa coğrafyasında sıklıkla rastlanabilmekteydi (Tokgöz, 2021). Dedikodu, bir kişinin yokluğunda onun hakkında konuşma eylemi olarak tanımlanmakta, genellikle bir grubun ya da alt grubun tutumlarını doğrudan yansıtarak söz konusu grubun tutumlarına karşı olanlara yönelmektedir. Grubun genel tutumlarından farklı davranışlar, genellikle dedikodunun içeriğini oluşturmaktadır. Başkalarında ne olduğu, kim kiminle olduğu, kim ne yaptığı, hakkımızda kimin ne düşündüğü gibi ifadeler kesin tanımlar içine sokulamayan, ölçeklendirilemeyen ve pek çok insan ilişkisinin merakları arasında bulunan düşünceler olarak ortaya çıkmaktadır (Solmaz, 2004: 38).

Gazetecilik mesleği bağlamında ise gazeteciler haber toplama sürecinde pek çok haber kaynağına başvurmakta ve istihbaratlarının çoğunu insanlarla konuşarak edinmektedir. Bu durum gazetecinin görevini bilinçli olarak yerine getirmesi bağlamında kaynağından en doğru ve gerçek bilgileri toplamasını gerektirmektedir. Haber toplama aşamasındaki sorumlulukları arasında kaynaklarından edindikleri bilgilerin doğruluğunu teyit ettirmek olan bir habercinin aklında daima bilgisine başvurduğu haber kaynağının güvenilir olup olmadığı sorusu yer almalıdır. Basın kuruluşları ise doğruluğundan emin olmadıkları bir haberi yayınlamama konusunda son derece hassas davranmalıdır. Haberde kapsamlı olarak soruşturulmamış özelliklerin bulunması, belirsizliklere ve ihtimallere fazlaca yer verilmesi yayın organının da itibarını zedeleyecektir (Tokgöz, 2003: 222-223). Magazin gazetecilerinin haberlerine konu olan olay ya da kişiler hakkında haber kaynaklarından edindikleri bilgileri farklı mecralardan doğrulatmaları, dedikodu temelli bir habercilik anlayışının önüne geçebilme sürecinde önem taşımaktadır. Sadece duyumlar ve görüşler üzerine temellenmiş, verilere ve kanıtlanabilir bilgiye dayanmayan haberler, dedikodu niteliği taşımaktan öteye geçememekte ve mesleğin güvenilirliğine zarar verme potansiyeli barındırmaktadır.

Dedikodunun etkileri, bu eylemi gerçekleştiren grubun yoğunluğuna bağlı olarak değişebilmekte, diğer yandan dedikodunun yöneldiği bireye karşı oluşan negatif durumun yoğunluğu da dedikodunun boyutunu büyük ölçüde etkileyebilmektedir (Rose, 1967: 115 akt. Solmaz: 2004: 38). Kişiler ve olaylar üzerinde yaratabileceği yıkıcı etkiler nedeniyle gazeteci, dedikodu ve haber arasındaki sınırı analiz

edebilmeli ve haber olayına gazetecilik mesleğinin etik kodları çerçevesinde yaklaşmalıdır.

İtibar kelimesi Türk Dil Kurumu sözlüğünde saygınlık olarak tanımlanmaktadır (sozluk.gov.tr). Kavramsal olarak ise itibar, ne kadar saygın olduğu, prestijin ne kadar yüksek olduğu ve insanlar arasında ne kadar olumlu bir üne sahip olduğu ile ilgilidir (Er, 2008: 19). Kümülatif bir kavram olan itibar zaman içinde oluşmakta, yaratılması zaman alan, satın alınamayan ve kolaylıkla zarar gören hassas bir kaynak olarak değerlendirilmektedir (Hall, 1992: 138-140). Etik kodlar bağlamında ve doğrulanmış bilgilerle hazırlanan bir haber, parayla satın alınamayacak kadar değerli ve paha biçilmez değerdeki bu kaynağın yani itibarın korunabilmesi sürecinde önemli bir teminat niteliği taşımaktadır. Bu bilgiler ışığında ifade edilmelidir ki; dedikodu olmaktan öteye geçmeyen, kişilik haklarını zedeleyici söylemler barındıran ve duyular üzerine kurulu olarak hazırlanmış magazin haberleri, habere konu olan kişinin itibarsızlaştırılması sürecinde önemli rol oynamaktadır.

Diğer yandan Kapferer'in (1992: 222), magazin gazeteciliğinin dedikodu ve gerçek ayrımı yapmaksızın ilgi çekici olduğu sürece haberin yayınlanmasından yana olan tavrını ortaya koyma bağlamında kullandığı "Dedikodunun doğru olması gerekmez. Bize iyi gelen bir hikayeyi, bize hiçbir şey sağlamayan bir gerçeğe tercih ederiz" ifadesi günümüz magazin basınının habercilik anlayışını da gözler önüne sermektedir.

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 20. Maddesine göre; "Herkes, özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Özel hayatın ve aile hayatının gizliliğine dokunulamaz." (www.mevzuat.gov.tr). Basın Meslek İlkeleri'nin 4. maddesi; "Kişileri ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan veya iftira niteliği taşıyan ifadelerle yer verilemez." ve 5. maddesi de "Kişilerin özel yaşamı, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında, yayın konusu olamaz" ifadelerine yer vermektedir (Soygüder, 2013 :261). Kişilerin özel hayatları anayasa ve yasalarla koruma altına alınmıştır. Magazin gazetecileri ve medya mecraları ise kamuya mal olmuş kişilerin özel yaşam alanlarına ilişkin

olayları devamlı olarak yineleyerek haber olarak aktarırken kamuoyunun öğrenme hakkını yerine getirdiği iddiasında bulunmaktadır.

Haberin güncelliğini yitirmesinden çok sonra bile aynı konunun bir medya mecrasında defalarca kez aktarılmasının altında, haber verme hakkının kullanılmasından başka amaçlar aranması gerekmektedir. Haber verilirken kamunun haberle ilgilenmesi ile birlikte, haberin konusunu teşkil eden olayın öğrenilmesinde kamunun menfaatinin olması da beklenir. Sadece vatandaşların merak duygularını tatmin etmek, ilgi çekmek amacı ile yapılan yayınlarda haber verme hakkının kullanıldığını ifade etmek güçtür (Özel, 2003: 98).

İlkiz ve Günaydın da (2006), Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından 1998’de deklare edilen Hak ve Sorumluluk Bildirgesine ek olarak kaleme alınan “Gazetecinin Doğru Davranış Kuralları” adlı metinde, özel hayat başlığı altındaki en temel vurgunun kamu yararı olduğunu ifade etmektedir. Özel hayatın gizliliğinin geçersiz sayılabileceği alanların da bulunduğunu vurgulayan metinde bu alanlar; büyük bir suç, yolsuzluk, toplumu kötü etkileyici bir tutum üstüne araştırma ve yayın, toplumun güvenliğinin veya sağlığının korunması, ilgili kişinin sözleri yahut eylemleri sonucu halkın yanıltılmasının, yanıltılmasının veya yanlış yapmasının engellenmesidir. Bu bilgi bağlamında, bir suç açığa çıkarılmadıkça, kamu sağlığı ve güvenliği söz konusu olmadıkça, özel hayatın ifşasında kamu yararından bahsetmek doğru bulunmamaktadır.

Kişilik hakkı; yaşam, sağlık, özgürlükler, şeref, haysiyet, özel yaşam, isim, resim, his yaşamı gibi kişisel varlıklar üzerindeki kişiye ait olan mutlak hakları ifade eden bir kavramdır (Fırat, 2015). Kişinin toplum içindeki saygınlığını ve kişiliğini serbestçe geliştirmesini temin eden öğelerin tümü üzerindeki haklar olarak tanımlanabilecek kişilik hakkına yönelik saldırılar, kişilik hakkının ihlali sonucunu doğurur (İlkiz ve Günaydın, 2006). Kişilik hakkına yönelik saldırıların gerçekleştirildiği durumlar ise cezai işlemi gerektiren eylemler olarak değerlendirilmektedir.

Karşı tarafın onurunu zedeleyen küçük düşürücü davranışlar sergilemek ve hakaret etme eylemlerinin bütünü ise tahkir etmek olarak tanımlanmaktadır. Bir söz, fiil ya da davranışın karşı tarafı tahkir ettiğinden bahsedilebilmesi için, fail tarafından

gerçekleştirilen eylemin, bu eyleme muhatap olan mağdur durumundaki kişinin toplumdaki saygınlığını tehlikeye düşürecek nitelikte olması gerekir. Tahkir suçu, tehlike suçu olarak nitelendirilen suç türü içerisinde yer aldığından, mağdurun saygınlığının somut olarak tehlikeye düşmesi şart değildir, tehlikeye düşme ihtimalinin bulunması suçun oluşması için yeterlidir. Kasıtlı işlenebilen suçlardan olan tahkir suçunun gerçekleşip gerçekleşmediği konusu, sözün söylendiği yere, zamana, koşullara, sözü sarf eden kişi ile muhatap olan kişi arasındaki ilişkiye, hatta söyleyenin jest ve mimiklerine göre olayda ayrı ayrı değerlendirilmektedir (Özel, 2003: 93-94).

Haberciliğin etik ilkeleri bağlamında bir kişi ile ilgili haber kamuoyuna aktarılırken, o kişinin kendisi, ailesi veya işi hakkında o kişinin onurunu zedeleyecek ifadelere, küçültücü değerlendirmelere, hakaret teşkil edecek tanımlamalara yer verilmesi şiddet kapsamında da değerlendirilebilecek bir durum olarak belirginleşmektedir.

Şiddet; taraflardan birinin veya birkaçının doğrudan ya da dolaylı, toplu ya da dağınık olarak, bir başka kişinin ya da kişilerin bedensel bütünlüğüne ve ahlaki ve manevi bütünlüğüne mallarına, simgesel ve kültürel değerlerine oranı ne olursa olsun zarar verecek şekilde davranması olarak tanımlanmaktadır (Micaud, 1991:11). Şiddet kavramını simgesel, kültürel ve etik değerlere de vurgu yaparak açıklayan Micaud, böylece kişiler arası ilişkilerden kaynaklanan şiddet biçimini de tartışmaya açmaktadır.

Şiddet, toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında, kadınları olduğu kadar erkekleri de kapsamakta, kadınların ve erkeklerin toplumsal olarak tanımlanmış kadınlık ve erkeklik rollerine bağlı olarak maruz kaldıkları tüm eylem ve söylemleri kapsamaktadır (Altunay, Arat, 2008:16). Diğer yandan, televizyon ve televizyon dışındaki diğer medya türlerindeki erkek temsilleri için de değişen koşullara göre gerçekleşen farklılıkları görmek mümkündür (Baştürk Akça, Ergül, 2015:33) Magazin haberlerindeki söylemsel düzeydeki şiddet sadece kadınları değil erkekleri de hedef almakta, toplumun geleneksel değer yargıları tarafından belirlenmiş hareket alanının dışında olarak değerlendirilen kimseler yayımlar aracılığıyla psikolojik şiddete maruz kalmaktadır.

Psikolojik şiddet, düşmanca yapılan bazı davranışlar karşısında kişinin çaresiz, savunmasız bırakılarak huzursuz edildiği ve sonucunda psikolojik hastalıklara neden olduğu bir şiddet türüdür (Özen 2007: 8). Kişiye ya da gruba yöneltilen sözcükler, genellemeler ve küçük düşürücü ifadeler yoluyla gerçekleştirilen psikolojik şiddet, yayınlar aracılığıyla gerçekleştirildiğinde kamuya açık bir nitelik kazanmaktadır.

Magazin programlarında, kişilik haklarını ve bireylerin bir kendini ifade etme yolu olarak değerlendirilmesi gereken kıyafet tercihlerini, saldırgan ve dışlayıcı bir retorikle sansasyonel bağlamda yorumlamak, kişilerinin itibarsızlaştırma sürecinin önemli bir parçası olarak değerlendirilmektedir.

Medya mecralarında sunulan içeriklerin, haberlerin ve farklı türlerden programların sansasyoneliteyi ön plana çıkarması, haber toplama sürecinde etikle bağdaşmayan yöntemlerin kullanılması sonucunu doğurmaktadır (Çaplı, 2002: 92). Alver ise (2007), gazetecilik etiğinin iyileştirilebilmesi için bazı önlemlerin alınması gerektiğine işaret etmektedir. Yayın politikalarının sansasyon odaklı habercilikten uzaklaştırılarak, doğruluğu kaynaklarca teyit edilmiş haberleri doğal bir sunumla aktarmayı önceleyen bir habercilik anlayışı benimsemesi gerekmektedir.

Oysa magazin programlarında sunucular, röntgenci dürtüleri teşvik eder nitelikte bir sunumla seyircilerde sanki bir suça ortaklık ediyorlarmış hissi yaratmakta ve seyirciler de ünlülere ait bir nesneye, habere ulaşmaya hakkı olduğuna inandırılmaktadır (Dağtaş, 2006: 227). Program sunucularının yorumlarında bu durumun ünlü olmanın bir bedeli olduğu ve ünlü kişilerin halk tarafından var edildiği söylemi ön plana çıkmakta, söz konusu özel hayat ifşasını izleyen bireylerin bu gözetimde suçluluk hissetmemesinin önü açılmaktadır.

### **Araştırmanın Amacı ve Yöntemi**

Bu araştırmada, magazin haberlerinde doğruluğu teyit edilmemiş dedikodu niteliği taşıyan haberlerin şöhret sahibi kişileri itibarsızlaştıran bir retorikle sunulup sunulmadığının ortaya konması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda sabah kuşağında yayın yapan Müge ve Gülşen'le 2. Sayfa ve Söylemezsem Olmaz programlarında Sanatçı Gülşen'in sahne kıyafeti tercihleriyle ilgili yayınlanan haberlere betimsel içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Haberlerin yayınlandığı magazin

programlarından Müge ve Gülşen'le 2. Sayfa hafta içi her sabah 08:45-11:30 saatleri arasında TV8 kanalında yayınlanmakta ve uzun yıllar mesleğin uygulama alanında çalışarak profesyonel magazin gazeteciliği yapmış olan Müge Dağıstanlı Erdoğan ile Gülşen Yüksel Salt tarafından sunulmaktadır. Seren Serengil, Bircan Bali ve Arto tarafından sunulan Söylemezsem Olmaz programı ise hafta içi her sabah 08:45-11:00 saatleri arasında Beyaz Tv'de yayınlanmaktadır.

Söz konusu programlarda yayınlanan ve seçilen örnek konu hakkında yayınlanan 4 haber araştırmaya dahil edilmiştir. Betimsel analizde amaç elde edilen verilerin daha önceden belirlenmiş olan temalara göre özetlenip yorumlanmasıdır. Betimsel analizde doğrudan alıntılara yoğun olarak yer verilir. Amaç, bulguları okuyuculara daha düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde aktarabilmeyi sağlamaktır (Yıldırım Şimsek, 2003: 18-159). Çalışmanın araştırma soruları şöyledir;

*A.S.1. Sabah kuşağı magazin programlarında Gülşen'in sahne kıyafeti tercihleri nasıl bir sunum biçimiyle aktarılmaktadır?*

*A.S.2. Gülşen'in sahne kıyafeti tercihlerini aktaran haberlerde dedikodu ve duyum ne kadar ön plandadır?*

*A.S.3. Gülşen'in sahne kıyafeti tercihlerinin aktarıldığı haberlerde sanatçının şahsına yönelik itibarsızlaştırma niteliği taşıyan bir retorik kullanılmış mıdır?*

## Bulgular

**Tablo 1. Betimsel Olarak İncelenen Haberler**

	<b>Program Adı</b>	<b>HaberBandı (KJ)</b>	<b>Haber Süresi</b>	<b>Haber Videosu (VTR) Süresi</b>	<b>Yorum Süresi</b>
<b>Haber 1</b>	Söylemezsem Olmaz	Kj 1:Gülşen'in Ateşten Elbisesine Sosyal Medyadan Tepki Yağdı!	14 dk. 37 sn	3 dk 23 sn	11 dk 14 sn
<b>Haber 2</b>	Söylemezsem Olmaz	Yok	13 dk 44 sn	6 dk 59 sn	7 dk 13 sn

<b>Haber 3</b>	Müge ve Gülşen'le 2. Sayfa	Kj 1:“Külotla Sahneye Çıksınlar” Diyen İzzet Yıldızhan’a Gülşen’den Bikinili Cevap	6 dk 33 sn	1 dk 40 sn	4 dk 57 sn
<b>Haber 4</b>	Müge ve Gülşen'le 2. Sayfa	<p>Kj 1: Gülşen Sahne Kıyafetiyle Yine Olay Yarattı</p> <p>Kj 2: Modacı Muammer Ketenci'nin Gülşen'in Sahne Kostümlerine Dair Tahmini Tuttu</p> <p>Kj 3:Muammer Ketenci: Gülşen Kendisini Eleştirenlere Karşı Bir Savunma Mekanizması Geliştirdi</p> <p>Kj 4: Gülşen Kendisini Eleştirenlere Vücut Diliyle Cevap Verdi</p> <p>Kj 5: Gülşen İnatlaşmaya İhtiyacı Olmayan Bir Sanatçı</p> <p>Kj 6: Şok İddia!Gülşen ile Ozan Çolokoğlu Boşanıyor Mu?</p> <p>Kj 7: Ozan Çolakoğlu Gülşen'le Yaşadığı Evden Ayrıldı mı?</p> <p>Kj 8: Eleştirilere Susan Gülşen Sahnede Kıyafetiyle Rest Çekti</p> <p>Kj 9: Hande Yener'i Uyarıyorum Sakın Gülşen'e Uymasın</p>	11 dk 34 sn	10 sn	11dk 24 sn



## Haberlerin Taşıdığı Dedikodu Niteliği ve Kişiyi İtibarsızlaştırma Unsurları Bağlamında Betimlenmesi

Haberlerin haber kaynaklarından edinilen bilgilerin doğruluğu bağlamında taşıdığı dedikodu nitelik ve kişiyi itibarsızlaştırma sürecine katkısı bağlamında analizi; haberin bağlamı ve görsel kullanımı kişinin şahsına yönelik eleştiri sınırını aşan ifadeler ve kişiyi itibarsızlaştıran nitelikte yorumlar kategorileri kapsamında ele alınmıştır.

### **Haber 1'in Analizi:** Video Başlığı- *Seren Serengil'den Gülşen'in Son Sahne Kıyafeti Hakkında Olay Yorum!!!*

İncelenen haberin toplam süresi 14 dk 37 sn iken, haber videosu süresi 3 dk 23 sn, yorum süresi ise 11 dk 14 sn olarak karşımıza çıkmaktadır. “...Gülşen son konserinde ateşten elbisesini giydi, ünlü şarkıcı sosyal medyada eleştiri yağmuruna tutuldu. Gülşen'in sınırları zorlayan kıyafetlerine eleştirirler dinmiyor” cümlesiyle giriş yapılan haber videosunun ilk saniyelerinde Gülşen'in bir markayla işbirliği yaparak çıkardığı günlük kıyafet kreasyonu ele alınmaya başlanmıştır. Haber olayı sanatçı tarafından ortaya çıkarılan bir üretimken ilerleyen saniyelerde Gülşen'in sahne kıyafetinin yarattığı tartışmalara geçiş yapılmış ve video bu tartışmaların abartılı bir dille aktarılmasıyla son bulmuştur. Haberde Gülşen'in kıyafet seçimine yönelik olumsuz tepkilere yer verilirken, sosyal medyada oldukça fazla sayıda var olan ve bu seçimi destekleyici nitelikteki yorumlardan hiç bahsedilmemiştir. Haberde Gülşen'in giymeyi seçtiği ve sunucular tarafından aşırı cüretkar olarak değerlendirilen kıyafetler ve sahne danslarının yer aldığı görüntüler tekrarlar eşliğinde kullanılmıştır. Haberde toplam video süresine göre yorumun uzunluğu dikkat çekmektedir.

Video bittikten sonra stüdyoda bulunan sunucular haberi yorumlamaya “...Bağcılar'dan, Silivri'den metroya binip Pendik'e kadar ateşten elbisemizle gidelim, başımıza neler geleceğini bir görelim...”, “...Ya da Gülşen'i bindirelim o gitsin, hem de toplu olarak kurtulmuş oluruz (kahkahalar)...” cümleleri eşliğinde başlamıştır. İçinde yaşadığımız toplumda kadın haklarının ihlaline yönelik söylemsel ve eylemsel düzeyde pek çok olay yaşanmaktadır. Toplu taşıma araçlarında sözle taciz de bunlardan bir tanesini oluşturur. Sunucuların söylemleri

kadının kıyafet seçiminin toplu taşıma araçlarında tacize uğramasında belirleyici olduğu düşüncesine gönderme yapmakta, sonrasında atılan kahkaha da son derece ciddi bir zeminde tartışılması gereken bu hassas konunun zihinlerde önemsizleştirilmesinin önünü açmaktadır.

Sunucular yorumları boyunca kullandıkları “... *Bu elbise falan değil, Gülşen’in böyle bir vizyonu da yok ki...*” “... *Kimse kimsenin kıyafetine karışamaz, ama bu ucuz duruyor...*” “... *Ben 2019 yılında giymişim bu elbiseyi, plajda...*” “... *Sen yerini karıştırdığın için ucuz duruyor, bu sefer de pavyon gibi duruyor orası, çok eskiden filmlerde bakıyorum kadınlar hep öyle giyiniyormuş yani...*” “... *Bu alışmış artık açılmaya saçılmaya...*” , “... *Soyununca moda ikonu oldu ben de bunu anlamıyorum...*” “... *Bizim pijamalı Gülşen’e bak sen...*” cümleleriyle nezaketten uzak ancak eleştiri sınırları kapsamında değerlendirilebilecek sözcüklerle kendilerini ifade etmektedir. Sonrasında kullanılan “... *Ben valla sonunu merak ediyorum...*” cümlesi bağlam içerisinde ya daha açık kıyafetlerin de sanatçı tarafından seçilebileceği ya da sürecin sonunda Gülşen’in menfi bir durumla karşılaşabileceğine gönderme yapılmaktadır. Söylemdeki göndermenin ikinci ihtimalle yapılmış olması kişiyi hedef gösterme bağlamında da kabul edilemez bir durum olarak değerlendirilmektedir. Yorumcuların “... *Birileri bu kızı yanlış yönlendiriyor ben onu düşünüyorum...*”, “... *Ben çok mutsuz olduğuna inanıyorum...*” cümlelerini ise herhangi bir haber kaynağından alınan kesin bilgilere dayandırılmadan, uzaktan yaptıkları gözlemleri sonucunda sarf ettikleri anlaşılmaktadır. Teorik ve pratik olarak alanında uzman bir profesyonel olmadıkça, bir insanın ruh haline yönelik bu tarz bir analizi, sadece uzaktan gerçekleşen bağlamı kopuk gözlemler üzerinden gerçekleşmek ve stüdyoda bulunan diğer sunucunun destekleyici ifadeleriyle ekrana taşımak haber yorumlamaktan çok dedikodu yapmak şeklinde değerlendirilmektedir.

**Haber 2’nin Analizi:** Video Başlığı- *Gülşen’in Açılıp Saçılmasının Nedeni Sonunda Belli Oldu! Gülşen’in sözlerini duyanlar kulaklarına inanamadı.*

İncelenen haberin toplam süresi 13 dk 44 sn iken, haber videosu süresi 6 dk 59 sn, yorum süresi ise 7 dk 13 sn olarak karşımıza çıkmaktadır. “...*Cüretkar sahne kıyafetleriyle gündemi belirledi, konuşuldukça konuşuldu. Reklamın iyisi kötüsü*

*olmaz diyen Gülşen bir giyim markasının yüzü oldu...*” cümlesiyle giriş yapılan haber videosunda sanatçı hakkında açık bir yargı belirtilmektedir. “...*Gülşen konuşuldukça konser sayıları arttı...*” ifadesi haber videosu içerisinde sanatçının profesyonel basın ekibinden alınan doğrulanmış bir veriye dayandırılmadan aktarılmakta, haberi aktarırken bunun bir iddia olduğundan bahsedilmemektedir. Çalışmanın teorik bölümünde de ifade edildiği gibi bu durum dedikodunun özelliklerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Vtr'nin içinde 1 dk 20 sn boyunca Gülşen'in çıkardığı giyim markasıyla ilgili demeçlerine yer verilmekte ve her demecin arkasından vurgulu yorumlar yapılmaktadır. “... *Bana göre hiç Türk kadının dışarda giyebileceği...*”. “... *Asla bir Türk genç kızını temsil edecek idol sen olamazsın ...*”, “... *Genç kızlarımız da bunu örnek alsın dediğimizde o zaman kötüye gidiyoruz ...*” ifadeleriyle yorumcular zihinlerindeki ideal genç kız streotipi üzerinden yorumlar yapmakta ve Gülşen'in temsil alanının içerisinde bir “Türk genç kıızı”nın olamayacağını ifade etmektedir.

Toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin kabuller, medyada yayınlanan haberler aracılığıyla yeniden üretilmektedir (Dursun, 2008:21). Kadınların yaşam biçimlerine ve kıyafet tercihlerine yönelik toplumsal algıyı belirleyen kalıp yargıların yaratılmasında medya önemli bir işlev görmektedir. Bu bağlamda söz konusu program da izler kitlesinin zihnindeki algıyı yayınları aracılığıyla belirleyebilme potansiyeline sahip olduğundan ayrıştırıcı olmaktan uzak yorumlara yer vermelidir. Yorumcuların sarf ettikleri “... *Bu anlaşmayı yaptıktan sonra dedim ki bu bir kurgu, ama ne kurgusu olursa olsun bir insanın kendini böyle vermesi üç beş lira için bana hiç güzel gelmiyor. Bir aile kadınısın, bir annesin. Ben sana bir şey söyleyeyim mi? Bu kadın evinde asla mutlu değil. Bana kimse martaval anlatmasın. Hiçbir hayatıyla ilgili, aşk seks duygusal ya da bilmem ne ben asla. Sadece Ozan'ın kanını mecazi olarak söylüyorum. Müzikalite olarak kendi şarkılarını yaptırmak için profesyonelce birlikteler. Zaten daha önceki başka yasak ilişkisi ya da bilmem nesi bir sürü şeyleri yıllarca zaten meydana olma bir hanımefendi. Sonuç olarak örneğe genç kızların seni örnek alacak hali yok ...*” cümleleri konuyu Gülşen'in sahne kıyafeti seçiminden uzaklaştırarak evliliğine ve önceki ilişkilerinde yaşamış olduğu iddia edilen olaylara yönlendirmekte ve bu

yolla izleyicinin zihninde olay parçalanmaktadır. “... *İnşallah hayatında başka şeyler yoktur başka şeyler yakalanmaz inşallah...*” cümlesi de bağlam dışı şekilde Gülşen’in meşru olmayan ilişkilerinin de olabileceği iddiasını barındırmakta ve kişinin kitlenin zihninde itibarsızlaştırılması sürecinde etkili olabilecek bir söylem olarak değerlendirilmektedir.

**Haber 3’ün Analizi:** Video Başlığı- *Muammer Ketenci Gülşen’in Sahne Kıyafetlerini Yorumluyor*

İncelenen üçüncü haber, Müge ve Güşen’le 2. Sayfa programında yayınlanmıştır. İncelenen haberin toplam süresi 6 dk 33 sn iken, haber videosu süresi 1 dk 40 sn, yorum süresi ise 4 dk 57 sn olarak karşımıza çıkmaktadır. Haberde stüdyoya konuk olarak katılan modacı Muammer Ketenci Gülşen’in kıyafetlerinin modaaya uygunluğunu görüntüler eşliğinde yorumlamıştır. Modacı Gülşen’in sahnedeki vücut diliyle kendisine cevap verenlere yanıt verdiği iddiasında bulunarak, “... *gerçekten azıttı, bazı örf ve adetler var o örf ve adetler tamamen ortadan kalktı şu durumdayken. Edep var ya edep, ne demek istediğimi anlatabiliyor muyum. Yakında şunu da söyleyeyim sadece göğüs uçlarına birer tane taş takacaklar ...*” cümlelerini sarf etmiştir. Edepli olma kavramı ve Gülşen’in sahnede giymeyi tercih ettiği kıyafetler arasında zıt bir ilişki kuran bu söylem modacı tarafından son derece abartılı bir üslupla aktarılmıştır. “... *Niye böyle oldu gerçekten anlamıyorum, ya bu kadıncağıza şarkı yapamıyorlar, bir şey üretmiyor, ya da çok kolayına kaçtı ...*” cümlesi de eleştiri sınırlarının ötesine geçmeyen bir yorum niteliği taşımaktadır.

Stüdyoda dile getirilen Gülşen’in eşi Ozan Çolakoğu’nun yaşadıkları müşterek evden ayrıldığı iddiası sonrasında “... *Demek ki adamcağız bir erkek olarak çok düzgün bir karar almış bence evden ayrıldı ...*” cümlesi sarf edilmiştir. Bu ifade bir kadın sanatçının seçtiği sahne kıyafetleri ve sahnede ortaya koyduğu dans performansı ile evliliğinde sorun yaşanması arasında bağlantı kurmuş ve sanatçının evden ayrıldığı iddia edilen eşini haklı pozisyona taşımıştır. Sanatçı ve eşinin aile içi dinamiklerinin ne olduğunu bilmeyen izler kitle üzerinde yönlendirici bir güce sahip olma potansiyeli taşıyan bu söylem, sanatçı ve ailesi nezdinde incitici ve yıpratıcı olarak değerlendirilebilir. “... *Gülşen biraz inada bindirdi...*” *dikkat çeken şey haber yorumunda çok fazla mühtecen kelimeye ve deyişe yer verilmesi.*

“... Eleştirdiğimiz şey sanatçı kimliğinden tüketiyor...” “... Ne giyersen giy, nasıl taşıdığın ve nasıl hareketler yaptığın önemli...” “... İnat uğruna kendi kariyerinden alıyor götürüyor...” ifadeleri eleştiri sınırlarının ötesine geçmeyen cümleler olarak öne çıkmaktadır. Sunucular tarafından dillendirilen “...Size söyleyeyim Gülşen ve ekibi bu sabah ve dün son derece mutluydu, oh ne güzel tartışıldık, oh milleti ikiye ayırdık ...” ifadesi sanatçının menajeri ya da basın danışmanından alınmış bir demece dayanmamasına ve öznel görüş olmaktan öteye geçmemesine rağmen son derece emin şekilde aktarılmıştır. Oysa bu söylem bir bilgiye dayanmadığı için sadece dedikodu niteliği taşımaktadır. Stüdyodaki konuk tarafından ifade edilen “... Davetkarlık var burada, davet ediyor yani yalan mıyım, bir kadının kalkıp da şöyle (ayağa kalkıp hareketin taklidini yaparak stüdyo içerisinde gösteriyor) bir şeyleri yapması ...”, “... Yakında boru dansına da başlar bu kadın ...” cümleleri izler kitlenin zihninde sanatçıya yönelik olumsuz bir imaj oluşmasını sağlama potansiyeli taşımaktadır. İnsanların duyduktan sonra belki sadece gülüp geçtikleri ifadeler, yöneldikleri kişiler ve onların aileleri için incitici nitelik taşıyabilmektedir.

**Haber 4’ün Analizi:** Video Başlığı- *Gülşen Sahne Kıyafetiyle Yine Dillere Düştü!*

İncelenen haberin toplam süresi 11 dk 34 sn iken, haber videosu süresi 10 sn, yorum süresi ise 11 dk 24 sn olarak belirlenmiştir. Programın sunucuları “... Gülşen öyle bir şey giyindi ki ya da giyinmedi ki ...” “... Konuğumuz artık sahneye sadece göğüs uçlarını kapatıp çıkacak demişti, oldu, izleyelim ...” ifadeleriyle haber videosunu sunmuşlardır.

Programın haber videosu boyunca seslendirmesi yüksek olmayan ve abartıdan uzak şekilde bir sunumla sansasyonel ifadeler kullanılmadan sadece olayı betimleyerek yazılmış haberi aktarmış ve yoğun olarak sanatçının sahnedeki görüntülerine yer verilmiştir. Gülşen’in sahne kıyafetleriyle ilgili önceki günlerde program stüdyosuna konuk olan modacı Muammer Ketenci’nin ifadelerine ise atıflar yapılmıştır.

Sunucuların haber videosunu yorumlarken, “... Gülşen’in bu kıyafetini gördüğüm zaman. Kıyafet dediğim bir pantolon görüyorum sadece zaten ...”, “... Üstünü bir avucunun içinde toplayabilirsin...”, “... Niye böyle sınırlarını zorluyor Gülşen,

*çünkü geçen hafta yılın stil sahibi kadını ödülünü aldı. Oradaki görüntüsünü unutturmak için bence sahnede böyle bir kıyafet giydi...Gülşen bir de artık inadına yapıyor...”, “...Bir şeyin sözcüsü ya da temsilcisi olmak adına da bu şekilde hareket ediyor ...”, “...Bu kıyafetle ünlü sosyal medya fenomeni Bella Hadid’le pişti olmuş...”, “... Onları takip ediyor zaten...” cümleleri haber olayını eleştiri sınırlarından öteye geçirmeyen ve magazin haberciliği bağlamında ölçülü olarak değerlendirilebilecek ifadeler olarak değerlendirilmektedir.*

### **Sonuç**

Bu bilgiler ışığında çalışmada, sanatçı Gülşen’in tartışmalara konu olan sahne kıyafetleriyle ilgili olarak Müge ve Gülşen’le 2. Sayfa ile Söylemezsem Olmaz programlarında sunulan magazin haberleri üzerine betimsel bir analiz gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda Söylemezsem Olmaz programında söz konusu olayı konu alan magazin haberlerinde söylem dilinin oldukça basit ve herkesin anlayabileceği düzeyde olduğu ve haber videolarının içerisinde bolca yorum bulunduğu göze çarpmıştır. Magazin haberi yazma pratiğinde haberler çoğunlukla sorular ile başlayıp bu soruların alt sorulara indirilmesiyle ilerlemekte ve yanıtlama en son aşamada gerçekleşmektedir. İncelenen magazin haberlerinin dilinde tekrarlara yer verilmekte, tartışmaya açılan kavram ya da ortaya atılan iddia açıklığa kavuşturuluncaya kadar üzerine gidilmektedir. Magazin haberlerinin anlatı kurgusu çoğunlukla öyküleme formunda gerçekleşmektedir. Magazin haberlerinde içerik hazırlanırken ilginçlik ve eğlence odaklı bir hikayeler yaratılmakta, abartı unsurlarına, dikkati odaklayan soru ve ünlem cümlelerine, “son dakika”, “şok”, “flaş, flaş, flaş” gibi başlıklara, “olay yaratacak açıklamalar”, gibi abartılı ifadelerle yer verilmektedir.

Söz konusu programda da Gülşen’in sahne kıyafeti ile ilgili haberler aktarılırken anlatı kurgusunun öykülediği, konunun bağlamından yoğun olarak uzaklaştırıldığı ve sanatçının eski ilişkilerine varan göndermeler eşliğinde yer yer itibarı zedeleyici ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir. Çalışmanın betimleme bölümünde ayrıntılı olarak aktarılan, söz konusu programın sunucularının haberi aktarırken kullandıkları bazı ifadelerin ise izler kitle karşısında sanatçıyı hedef gösterir nitelik taşımakta olduğu anlaşılmıştır. Doğruluğu teyit edilmemiş, dedikodu niteliği

taşıyan bazı ifadelerin stüdyoda sanki gerçekmiş algısı doğuracak şekilde aktarıldığı ve annelik, genç kızlık ve kadınlık kavramları üzerinden kalıp yargılar üzerinden sanatçıya yönelik itham niteliği de taşıyabilecek ifadeler kullanıldığı görülmüştür. Söz konusu ifadeler kişinin itibarsızlaştırılması sürecinde de etkin rol oynama potansiyeline sahiptir.

İncelemeye alınan Müge ve Gülşen’le 2. Sayfa programında ise haber olayına yönelik dengeli bir yayıncılık anlayışı sergilendiği, olayın ayrıntılarının çoğunlukla bağlamına sadık kalınarak aktarıldığı ve haber videolarındaki dilin de görece abartıdan uzak olarak şekillendirildiği sonuçları ortaya çıkmıştır. En temel haber değerlendirme kriterlerinden biri olan güncellik magazin haberlerinin seçim sürecinde önemli bir belirleyici olmamaktadır. Şöhret sahibi insanların geçmiş yaşantıları, çocukluk halleri, eski ilişkileri ya da evlilikleri gibi kategoriler kapsamında haberler yazılıp arşiv görüntüleri kullanılabilir. Bu bağlamda Söylemezsem Olmaz programında sanatçının geçmiş yaşantısı ve ilişkilerine gönderme yapan söylemlerin sıklığı dikkat çekmiştir.

Basılı habercilikte az yazıyla ve çok fotoğrafla karşımıza çıkan magazin haberlerindeki amaç okurun dikkatini dağıtmadan olaya odaklanmasını sağlamaktır. Haber yazımındaki en temel kural olan 5N 1K sistemine çoğunlukla uyulmadan hazırlanan magazin haberlerinde habere yorum eklendiği de sıklıkla gözlemlenmektedir. Kullanıcının kendini bir akışa dahil hissetmesi için anlatımda olayların ilginçleştirdiği ve abartıldığı, magazin haberciliğinde özellikle televizyondaki magazin programlarında yorumun daha sık kullanıldığı görülmektedir.

Magazin haberlerinde haber içeriğinde aktarılan konu, zihinde bir fikir oluşturabilmesi için ayrıntılarıyla betimlenerek aktarılmaktadır. Diğer haber türlerine kıyasla daha çok isim ve sıfat kullanılarak popüler kişilerin bilinirliği daha kalıcı hale getirilmektedir. Bunun yanı sıra olayların bireysel, psikolojik ve sosyolojik boyutuna, ardaan bilgilerine ve davranışlar arasındaki neden sonuç ilişkilerine yer vermekten çok en dikkat çekici öğelere vurgu yapılmaktadır. Haberler daha çok sosyal medya dolaşımına girmesi için reyting ve tiraj uğruna anlamsal olarak yeniden inşa edilmekte ve abartı unsuru taşıyan yorumlar ön plana



çıkmaktadır. Son olarak magazin haberciliğinin abartı ve sansasyon üzerine kurulmuş haber yapısının daha bütünleştirici olma yönünde farklılaştırması, ünlü kişilerin hayatları kadar aktüel yaşama da yer vermesi ve program içeriklerinin etik değerlere göre gözden geçirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda bir denetim mekanizmasının etkinleşmesi ve programların yaşamdan konu alan özel haberler yapmasının teşvik edilmesi gerekmektedir.

### **Extended Abstract**

Today, the tabloid media cover the private lives of famous people, their clothing preferences, lifestyles and discourses that should be seen as a means of self-expression, more harshly than ever before. This practice, which is incompatible with the sense of responsibility, is becoming more and more widespread with each passing day, with gossip-based magazine news whose source is unknown and whose accuracy has not been confirmed. The news published within the scope of this sensational broadcasting approach, which makes personal experiences into a spectacle and focuses entirely on private life, comes to the fore with the potential to discredit individuals by damaging their dignity. Within the scope of this study, a descriptive analysis was carried out on 4 news about the stage outfits of the artist Gülşen in the magazine programs titled “Müge and Gülşen’le İkinci Sayfa” and “Söylemezsem Olmaz”. As a result of the analysis, it was seen that the news event was mostly detached from its context, the relationships in the past life of the artist were connected to the news event with a time jump, and exaggerated and discrediting expressions were included in the news comments in the program Söylemezsem Olmaz. In the program “ Müge ve Gülşen’le İkinci Sayfa”, it was found that the news about the case study showed a more balanced broadcasting approach, and after the news was transferred, comments that did not exceed the limits of criticism were found. In the program İkinci Sayfa with Müge and Gülşen, which was examined, it was concluded that a balanced broadcasting approach was displayed for the news event, the details of the event were mostly conveyed by staying true to its context, and the language in the news videos was shaped relatively far from exaggeration. Being one of the most basic news evaluation criteria, actuality is not an important determinant in the selection process of tabloid news. It is possible to write news and use archive images within the scope of categories such

as past lives, childhood, past relationships or marriages of famous people. In the magazine news, the subject conveyed in the news content is described in detail so that it can form an idea in the mind. The popularity of popular people is made more permanent by using more names and adjectives compared to other types of news. In addition, the most remarkable elements are emphasized rather than giving place to the individual, psychological and sociological dimensions of events, background information and cause-effect relationships between behaviors. The news is semantically reconstructed for the sake of rating and circulation so that it enters more social media circulation, and comments with exaggeration come to the fore. Finally, it is necessary to differentiate the news structure of tabloid journalism based on exaggeration and sensation in order to be more integrative, to include the current life as well as the lives of famous people, and the content of the program should be reviewed according to ethical values. In this context, a control mechanism should be activated and programs should be encouraged to make special news about life.

### **Kaynakça**

- Altunay, A.G., Arat, Y. (2008). Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddet. İstanbul: Punto Yayınevi.
- Alver, F. (2007). Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri. İstanbul: Beta Yayınları.
- Baştürk Akça, E., Ergül, S. (2015). Kitle İletişim Çalışmaları Alanında Toplumsal Cinsiyet Çalışmalarının Gelişimi. Ş. Yavuz içinde Temel Yaklaşımlar ve Çalışmalar Üzerinden Bir Çerçeve Çizme Çabası. Toplumsal Cinsiyet ve Medya Temsilleri (ss.17-40). İstanbul: Heyamola Yayınları.
- Curran J. ve C. Sparks (1999). Basın ve Popüler Kültür. N. Güngör içinde Popüler Kültür ve İktidar. Popüler Kültür Üzerine Kuramsal İncelemeler. Ankara: Vadi Yayınları.
- Çaplı, B. (2002). Medya ve Etik. İstanbul: İmge kitabevi yayınları.
- Dağtaş, E. (2006). Türkiye’de Magazin Basını. Ankara: Ütopya Yayıncılık.
- Demirel, S.D.(2018). Dijital Medyada Haber Üretim Sürecinde Okuyucu Odaklılık. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi ,11. ss.824-831.

- Dursun, Ç. (2008). Kadına Yönelik Aile içi Şiddet ve Haber Medyası. Alternatif Bir Habercilik. Ankara: T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü.
- Er, G. (2008). Sanal Ortamda İtibar Yönetimi. İstanbul: Cinius Yayınları.
- Gürbilek, N. (2011). Vitrinde Yaşamak, 1980'lerin Kültürel İklimi. İstanbul: Metis Yayınları.
- Fırat, M.S., (2015). Hukuk Devleti Açısından İnternette İnsan Hakkı ve Kişilik Haklarına Saldırı Sorunu. Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi, 5(2) 2015, 101–116.
- Hall, R. (1992). The Strategic Analysis of Intangible Resources. Strategic Management Journal, Vol.13, 135-144.
- İlkiz F., Günaydın B., (2006).“Kişilik Hakları - Medyada Etik ve Yargı Kararlar”, Küresel İletişim Dergisi, sayı 2.
- İnal, A. (2010). Tabloid Habercilik. B. Çaplı, H. Tuncel içinde Televizyon Haberciliğinde Etik. (ss.16-178) Ankara: Fersa Matbaacılık.
- Kapferer, J. N. (1992). Dünyanın En Eski Medyası: Dedikodu ve Söylenti. Işın Gürbüz (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kaya, M. (2014). Atatürk Dönemi Magazin Dergiciliği ve Sosyal Kültürel Dönüşüme Etkisi. Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü.
- McQuail, D. (1990). Mass Communacation Theory an Introduction. London: Sage Publication.
- Micaud, Y. (1991). Şiddet. Cem Muhtaroglu (Çev.), İstanbul: İletişim yayınları.
- Mora, N. (2008 )Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim, Alt Kitap.
- Onan, G. (2017). Toplumsal Muhafazakarlaşma ve Magazin Programları; 2000'li Yıllar Türkiye'sine Bir Bakış, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.



- Örem, A. ve A. Tekinoğlu (2004). Zihin Boşaltma Aracı Olarak Televizyon ve Televizyon Reklamcılığı. Ankara: Kültür Sanat Yayıncılık.
- Özel, C. (2013). Kitle İletişim Araçları ve Kişilik Haklarının Korunması. İstanbul: Arion Yayınları.
- Özen, S. (2007). İşyerinde Psikolojik Şiddet ve Nedenleri . "İş,Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi 9/3, ss. 1-24.
- Pazarbaşı, B. (2013). Küresel Çağda Medya Endüstrisi Odağında Etik Tartışmalar: Magazin Gazeteciliği, Ş. Çağlar içinde Şövalyelik Mesleği Gazeteciliğın Uzmanlık Alanları.(ss. 273-316) Konya:Literatürk.
- Schöbeck, K. (2000). Does Tabloidisation Make German Local Newspapers Successful?. Tabloid Tales: Global Debates over Media Standarts.
- Solmaz, B. (2004). Kurumsal Söylenti ve Dedikodu. Ankara: Tablet Yayınları.
- Soygüder, Ş. (2003). Eyvah Paparazzi. İstanbul: Om Yayınevi.
- Tokgöz, O. (2006). Temel Gazetecilik. Ankara: İmge Kitabevi.
- Topuz, H. (2015). II. Mahmut'tan holdinglere Türk basın tarihi. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Tokgöz, O., (2021). Çeşitli Anlatım Biçimleriyle Günümüzde Haberciliğın Konumu, Yeni Yüzyılda İletişim Çalışmaları Dergisi, ss. 5-20
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2003). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 03.12.2022).
- Haber 1: <https://www.youtube.com/watch?v=bohFd5XH118>
- Haber 2: <https://www.youtube.com/watch?v=CAijckxBvzk&t=533s>
- Haber 3: <https://www.youtube.com/watch?v=wXzgMiCvtCE&t=165s>
- Haber 4: <https://www.youtube.com/watch?v=Yha8zfbmdyc&t=95s>