

## TÜRK BASININDA MAGAZİN HABERLERİNE KONU OLAN KİŞİLER “KİM”LER VE FOTOĞRAFİK OLARAK “NASIL” YER ALIYORLAR?

**Araş.Gör. Dr. Şebnem SOYGÜDER**

Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo-Televizyon Sinema Bölümü öğretim elemanı

Bu yazıda Türk basınında yer alan magazin haberinin fotoğraflarını inceleyerek magazin haberine konu olan kişilerin kimler olduğunu ve habere nasıl konu olduklarını açıklamaya çalışacağım. İletişim bilimcileri bu kişileri “kamuya malolmuş kişiler” ve “kamuya malolmamış kişiler” olarak ikiye ayırmaktadır. Bense bu çalışmada habere konu olan kişileri, üç grupta topladım. Bunlar ünlüler, sıradan insanlar ve arka sayfa/kapak kızlarıdır. Burada “ünlüler” olarak adlandırılan grup kamuya malolmuş kişiler; “sıradan insanlar” kamuya malolmamış kişiler, “Arka sayfa/kapak kızları” ise ne ünlü ne de sıradan insan grubundadır; bunlar kendi istekleri ile habere (magazin haberine) konu olan kişilerdir.

Haber fotoğrafının değerini belirleyen en önemli etkenlerden biri yüzlerdir. Yani habere konu olan kişilerdir. Hepimizin bildiği, bir haberde bulunması gereken temel öğelerden “Kim”, “ne”, “nasıl”, “nerede”, “neden/niçin” ve “ne zaman” (5N+1K) sorularının yanıtı bir haberin haber değeri taşıyıp taşımadığını gösterir. Ki bu öğelerden biri olan o tek “K”, “kim?” sorusuna karşılık yanıt verir. Bu çalışmada o “kim?”lerin magazin haberinde fotoğrafik olarak “nasıl?” yer aldıklarını açıklamaya çalışacağım.

Bugün haber konusunda yapılan birçok çalışma, haber değerine ilişkin kriterlerin saptanmasına yöneliktir. Haber değeri, en genel ifadeyle "haber öykülerinin seçiminde, kurgulanmasında ve sunumunda kullanılan profesyonel kodlar" olarak tanımlanmakta ve bu profesyonel kodların endüstrileşmiş haber şirketlerinin üretim gereksinimlerinin bir sonucu olarak ortaya çıktığı belirtilmektedir (Mutlu, 1994: 85). Haber değeri kavramı ile haberin temel öğeleri çoğunlukla eş anlamlı olarak kullanılmakta, haber değeri tanımlarının çoğu, haberciliğin dayandığı temel ilkeleri ortaya koymakta ve bu ilkelere uygunluk oranında haber değerinin arttığına işaret etmektedir. Herhangi bir eylem ya da söylemin hedef kitlelere ulaştırılması için bünyesinde bulundurması gereken özelliklere haber değeri denmektedir.

Haberlerin seçimi ve değerlendirmesi yapılırken haberin sunulacağı kitlenin konulara vereceği önem derecesinin de dikkate alındığı varsayılmaktadır. Haber değerinin belirlenmesine ilişkin kriterler oldukça çeşitlidir. Bunlar; haber medyasının özel amaçlarının belirlediği yayın politikalarına uygunluk, ele alınan olayla ilgileneceği varsayılan kitlenin büyüklüğü, olayın şiddeti, ritmi, zaman ve mekansal açıdan yakınlığı, beklenirliği, beklenmedikliği, sıradışılığı, olayın aktörlerinin (kaynağın) seçkinliği/popülerliği vb. olarak sıralanabilir. Ancak şiddet, gerilim ve çatışmanın her dönemde en evrensel haber değerini oluşturduğu bilinmektedir. Haberlerin büyük bir bölümünün olumsuzluğa dayandığı anımsandığında, bir olayda olumsuzluğa ilişkin verilerin fazlalığının haber değerini artırması nedeniyle olumsuzluk özelliğinin de evrensel boyuta taşındığı

## 212 TÜRK BASININDA MAĞAZİN HABERLERİNE KONU OLAN KİŞİLER “KİM”LER VE FOTOĞRAFİK OLARAK “NASIL” YER ALIYORLAR?

söylenbilir. Ancak, yukarıda sıralanan özellikler her zaman ve her koşulda aynı ölçüde haber değerini ortaya koymamaktadır. Haber kuruluşlarının tümü tarafından benimsenen ortak kriterler ise haber değerine ilişkin genel kriterleri ortaya koymaktadır.

Haber değerini belirleyen unsurlar genel olarak yedi grupta toplanmıştır. Bunlar (**Brian-Brooks-Kennedy-Darby-Don, 1985, Akt. Akçalı. 2002: 17-18**).

**Hedef Kitle (Audience):** Haber değeri ile ilgili değerlendirmede ağır basan unsurlardan hedef kitle (okuyucu/izleyici), diğer haber değeri kriterlerinden farklı olarak, gazetecinin ve editörlerin haber değerini sorguladıkları arka plâna ilişkin olmaktadır.

**Etki (impact):** Haber değeri kriterleri arasında en önemlisi “etki” olmaktadır. Dinleyicilerin ne kadarının etkilendiği, bu etkinin ne kadar doğrudan olduğu ve etkinin ne çabuklukta gerçekleştiği haberin etkisini belirleyen unsurlar olarak kabul edilmektedir.

**Yakınlık (proximity):** Genel bir ifadeyle, benzer önemi taşıyan olaylardan daha yakında gerçekleşenin haber değerinin yüksek olması daha olasıdır. Haber değerinin belirlenmesinde yakınlık etkiye göre daha az önem taşımaktadır. Çünkü, bazı olaylar yalnızca meydana geldikleri çevrede ilgi görür ve haber değeri taşır.

**Zamanlılık (Timeliness):** Günümüzde kitle iletişim araçlarının rekabet içinde oldukları en önemli konu, büyük bir olayı ilk olarak aktarabilmektir. Ancak bu rekabet ortamında yazılı basın ortamı ile görsel basın arasında zamansal olarak eşitsizlik söz konusudur. Bir olay eğer yeterince önemliyse, görsel basın birkaç dakika içinde kayda geçerken, yazılı basın ise ancak bunu ertesi gün aktarabilmektedir. Bu nedenle gazete ve dergiler, olayın zamanından çok neden ve nasıl olduğu üzerinde yoğunlaşmaktadır.

**Önemlilik (prominence):** Burada söz konusu olan, tanınmış kişilerin özel yaşamlarına ait haberlerin her zaman merak konusu olduğudur. Günümüzde merak konusu olmadığı zamanlarda bile, gazeteciler bu isimleri ve yüzleri basma ve yayınlama çabasındadırlar. Ancak, kişinin özel yaşamına ait eylemleri ile konumu arasında bağlantılar net olmadığına, gazeteci için birtakım belirsizlikler de söz konusu olmaktadır.

**Sıradışı olma (unusualness):** “İlkler”, “sonlar” ve “tekler” 19.yüzyıldan beri gazeteciliğin temel unsurlarını oluşturmaktadır. Aynı şekilde, sıradışı (tuhaf) olaylar ve bilimsel olguların öyküleri de insanlık deneyiminin bir parçasıdır. Haber değeri taşıyan hemen hemen her olayda olağan dışı bir unsur vardır. Nitekim, haberin bir tanımı da “olağandan sapış” olarak yapılmaktadır. Bir başka deyişle, olağandışılık haberi oluşturmakta çünkü; olağandışı ve beklenmedik olaylar hayal gücünü ele geçirmekte, bir anlık şaşkınlık yaratmakta ve geri kalan günlük haberlerin yarattığı sıkıntıyı hafifletmektedir.

**Çatışma, anlaşmazlık (conflict):** Çatışma, çoğu haberin merkezi özelliğini oluşturmaktadır. Bazen bu haber değeri, savaş durumunda olduğu gibi fizikseldir. Politik çatışma ise, ikinci kategoriye girer ve bazen daha gizli ve karmaşık olabilir. Çünkü zaman zaman fiziksel mücadeleye de yol açabilmektedir. Toplumsal ve ekonomik çatışmalar da kan dökülmesine neden olabileceği de çoğunlukla sözcüklerle ifade edilen bir çatışmaya işaret etmektedir.

Yukarıda sıralanan haber değerleri bir sınıflandırma olarak en yaygın olarak kullanılan sınıflandırmadır. Haber kriterlerinin neler olduğunu açıklayan tüm kitaplarda

bu sıralamaya rastlamaktayız. Bazı akademisyenler bu kriterlere sonuç (consequence) ve insanın ilgisini çekme (human interest) gibi kriterler de eklemektedir. Oya Tokgöz gazetecilikte temel kitap olarak kabul gören “Temel gazetecilik” kitabında bu iki kritere yer vermiştir(Tokgöz, 2000: 181)

**Sonuç:** Zamanlılık ve yakınlık haberin temel değerleri olmakla beraber, haberi yapan sonucudur. “Haberi bu kadar büyük hale getiren nedir?” “Kim bu haberi büyütülmektedir?”. “Ne?” sorusu bize sonuç ilkesini vermektedir. Gazetecinin sonuç ögesini iyi değerlendirmesi, haberin önemini, büyüklüğünü belirlediği gibi, haber üzerinde yerinde ve doğru karar vermesinde başarılı olmasına da yol açmaktadır.

**İnsanın ilgisini çekme:** Herkesin karşılaşılabileceği durumlarda, kadın-erkek herkesi ilgilendiren olaylara duyulan ilgiyi, insanın ilgisini çeken (human interest) olaylar şeklinde tanımlamak mümkündür. Başkalarının yaşantısı, mutluluğu, sağlığı, karşılaştığı zorluklar ve insanlığın tümünden gelişimi, bizim bunları haber olarak izlememize, bunlar hakkında ilgi, sempati ve nefret duymamıza yol açar. İlgi çekici haberler okur/izleyicinin duyu dünyasına yönelerek ilgisini çekerler. Bu bakımdan duygusal etmenler gazetecilikte insanın ilgisini çekme ilkesini oluştururlar.

Gazeteci, haberci, genel yayın yönetmeni, yazarları müdürü ve hatta haber fotoğrafçısı ve fotoğraf editörü bir haberi sıralanan bu kriterleri gözönünde bulundurarak değerlendirirler. Bu kriterlere göre haberin gazetede yer alıp almaması gerektiğine karar vermektedirler. Habere konu olan olay/konu güncel ise, sözkonusu olay/konu toplumun büyük bir çoğunluğunu etkiliyorsa/ilgilendiriyorsa (ekonomik olarak, siyasal olarak, kültürel ya da toplumsal sorunlar olarak) ya da haber toplumun çoğunluğu tarafından tanınan kişiler (ünlüler) hakkında ise o zaman bu haberin genel olarak haber değeri verilerini üzerinde topladığını söylemek mümkündür.

Son zamanlarda haberlerin magazinelleştiği görülmektedir. Gerek gazete gerekse de televizyon haberlerinde eğlendirme faktörü neredeyse diğer kriterlerden daha ön plâna çıkmıştır. Haber içerikleri önemsiz ve aşırı derecede eğlence öğeleriyle doldurulmuştur. Hatta son derece ciddi haberler dahi eğlendirerek aktarılmaktadır. Bu durum geleneksel habercilik anlayışının bozulmasına neden olmuştur. Haber metinleri basitleştirilmiş ve hatta habere müzik eşlik etmeye başlamıştır. Gazetelerde ve televizyonlarda görülen bu magazinelleşme eğilimi sadece Türkiye’de değil Batı’da ve Amerika’da da görülmektedir.

Magazin söyleminde “kim”, “ne”, “ne zaman”, ve “nerede” sorularına cevap verilmekte, “nasıl” ve “niçin” sorusu yüzeysel olarak yanıtlanmaktadır. Televizyon haber metinleri üzerinde bir araştırma yapan Doris Graber televizyon habercilerinin haber metinleri bu şekilde hazırladıklarını tespit etmiştir(Ergül, 2000: 131). Bu da günümüzde haberlerin magazin söylem biçimine dönüştüğünü açıkça göstermektedir.

Haber artık “o gün önemli ne olduğu” değil de “ilginç ne olduğu” şekline dönmüştür. Haber kriterleri içinde günümüzde, en önemli olan artık bu “ilginçlik” meselesidir. Çünkü kişilere ait ilginç fotoğraflar gazetenin tirajını, televizyon programlarının ise ratingini arttırmaktadır. Genel olarak habere konu olan kişiler ya yaptıkları işlerle ya paparazzi enstanteneleri ile ya stüdyo enstanteneleri ile ya da yakalanan ilginç enstanteneler ile karşımıza çıkmaktadırlar.

Magazin haberine konu olan kişileri şu şekilde sınıflandırıp açıklamak mümkündür:

## 214 TÜRK BASININDA MAĞAZİN HABERLERİNE KONU OLAN KİŞİLER “KİM”LER VE FOTOĞRAFİK OLARAK “NASIL” YER ALIYORLAR?

### 1. Ünlüler (Kamuya Malolmuş Kişiler)

Ünlüler (Kamuya malolmuş kişiler) belirli bir nedenle kamunun ilgisini üzerinde toplayan, öyle ya da böyle kamuyu meşgul eden ve kendileri hakkında bilgi edinme ihtiyacı duyulan kişilerdir. Bunlar; kamu için önemli olan ve tanınan kamu görevlileri, siyasetçiler, yazarlar, gazeteciler, sanatçılar, sporcular, iş dünyasının ileri gelen isimleri ve aklınıza gelen diğer tüm ünlü kişilerdir. Toplum bu kişilerin yaşantılarını ve özel hayatlarını merak eder ve öğrenmek ister.

Basın, ünlülerin yani kamuya malolmuş kişilerin özel yaşam alanlarına ilişkin bilgileri ve olayları kitle iletişim araçlarıyla kamuya haber olarak verirken kamuoyunun öğrenme hakkını yerine getiren anayasal bir görevi yerine getirdiğini savunur. Oysa bir gazeteci kamuya mal olmuş bir kişinin özel hayatına ancak **kamu yararı** söz konusuysa müdahale edebilir. Aksi halde müdahale edemez. Örneğin tanınmış bir işadami bir milletvekilinin çocuğuna çok pahalı bir hediye almışsa ve bunun altından kişisel menfaatler çıkacaksa kamu yararı dikkate alındığında bu haberleri özel hayat ya da kişilik hakları kapsamında değerlendiremeyiz. Bu ciddi biçimde haber değeri olan ve yayımlanması gereken bir konudur. Burada ölçüt, kamuya malolmuş o ünlü kişinin sözü edilen faaliyetlerinin iş yaşamını, görevini etkilemesi ve bunun toplumun büyük bir kesiminin çıkarlarına aykırı olmasıdır (Çankaya,1999: 5).

Ünlü kişinin özel yaşamına ilişkin konular ile toplum çıkarları arasında doğrudan doğruya bir ilişki kurmanız gerekir. Ama tabii bir ünlünün cinsel yaşamını öğrenmekle bundan toplum nasıl fayda sağlar? Bununla toplum çıkarı arasında doğrudan nasıl bir bağ kurarsınız bilemem. Ama yapan bal gibi de yapılıyor işte! Ünlü kişinin özel yaşamına ilişkin konular ile toplumu çıkarları arasında doğrudan doğruya bir ilişki kurmak gerekmektedir. Bir sanatçının cinsel yaşamını öğrenmekle toplumun çıkarı arasında doğrudan bir ilişki kurmak zordur. Ancak bir politikacının hastalığı kamu görevini etkiliyorsa bu durum haber konusu olabilmektedir. Böylesi bir haber özel yaşamı ilgilendirse de aynı zamanda kamuyu da ilgilendirdiği için hukuka aykırı değildir.

Kural olarak şunu söylemek mümkündür: Ünlülerin (kamuya malolmuş kişilerin) özel yaşamları başkalarını ilgilendirmez. Ancak bu faaliyetler kamu çıkarlarını zedeliyorsa işte o zaman haber konusu olabilecektir.

Günümüzde genellikle kamuya malolmuş kişiler reklâm veya sansasyon amacıyla özel hayatlarını çoğu zaman kendileri basına sunar. Popüler basında her gün bunun onlarca örneğini görürüz. Böylesi durumlarda da hukuka aykırı herhangi bir durum söz konusu değildir. Ancak kamunun gündeminin gereksiz haberlerle meşgul edilmesi, toplumsal ilginin gereksiz ve hafif konulara yönlendirilmesi gibi bir sakıncayı beraberinde getirmektedir.

Ünlüler hakkında yapılan haberlerde başka bir görüş daha vardır: O da bu kişiler özel yaşamlarının basında yer almasına baştan razıdırlar. Çünkü onlar her an toplumun içinde, göz önünde bulunmaktadır. Bu durumda sadece onların şeref ve onuruna yakışmayacak türde haberler basın suçu oluşturacaktır. Bunun dışında her an basında yer almaya katlanmak zorundadır.

Medyada bazı şahsiyetlerin varlığı aleniye dayanmaktadır. Bazı şahsiyetler istemedikleri halde kendilerini halkın gözü önünde bulunmaktadır. Bunların bazıları ise toplumda güç sahibi olan siyasetçiler ve onlara benzer kişilerdir. İşte medya bu mahremiyet alanını çizerken bu üç farklı şahsiyetin her birine göre farklı davranmaktadır.

Günümüzde medyanın şov dünyası sanatçılar, sporcular, siyasetçiler ve hatta medyanın kendisinden oluşur. Bu dünyada medyanın yarattığı veya medya olmasa da zaten meşhur olan şahsiyetler var. Bu insanlar sürekli olarak basınla ve basında yaşar. Basına ihtiyaçları vardır. Aksi halde kaybolur giderler. “Reklâmın kötüsü olmaz” mantığıyla yaşayan bu insanların mahremiyetlerinin korunması gibi bir talepleri de bulunmaz. Ancak uyuşturucu kullanmaları, hastalıkları, çarpık ilişkileri veya vergi kaçırdıkları ortaya çıktığında, yani aleniyet ıstırap verici hale geldiğinde özel yaşam haklarını isterler. Oysa basın bu tür olayları yayınlamakla mahremiyete tecavüz etmiş sayılmaz. Fakat bunları yayınlamaması gerekir, etik anlamda doğru olan budur (a.g.e., s.112)

## 2. Sıradan İnsanlar (Kamuya Malolmemiş Kişiler)

Sıradan insanların özel yaşamlarının gizliliği ve korunması hakkının, özel yaşamın kamuya açılması açısından birey çıkarlarının toplum çıkarlarından üstün durumda tutulduğu söylenebilir. Çünkü sıradan insanların özel yaşamları kendilerini ilgilendirir ve ne amaçla olursa olsun başkalarının bu alana ilişkin faaliyetleri öğrenmeye hakkı yoktur. Kaldı ki kişi kamuyu ilgilendiren bir olaya karışmışsa da karıştığı olayla ilgili olmayan özel yaşamı da habere konu olmamalıdır.

Kamuya malolmemiş, sıradan insanların özel yaşamlarına ilişkin haberler şu şartlarda verilmesi gerekir (Çankaya,1999: 5)

1. Sıradan insanlar özel yaşamlarını kendi rızalarıyla basına açarlarsa,

2. Sıradan insanın kamuyu ilgilendiren bir olaya karışmış olması (sözelimi Susurluk Skandalı’nda kamyon şoförünün özel hayatına durmadan girildi) durumunda.

Sonuç olarak şunu söyleyebiliriz: Magazin basını çalıştığı alan gereği insanların sık sık özel alanlarına girmektedir. Özel hayat kavramı tüm dünyada ve ülkemizde aynı kriterleri taşımaktadır. Birincisi şu ya da bu nedenden dolayı kamuya mal olmuş kişilerin özel hayatlarına ilişkin bilgilerin medyada yer alması “kamu yararı” söz konusu ise kamu tarafından bilinmesi kamunun hakkıdır ve yayınlanabilir. Ancak mahremiyet alanlarına basın giremez. Buna karşılık sıradan bir vatandaşın fotoğrafını çekerken bile izin almak gerekmektedir. İkincisi ise eğer kamu yararı taşıyorsa her kim olursa olsun özel alan fotoğraflanabilir.

## 3. Arka Sayfa/Kapak Kızları

Magazin haberlerine konu olan kişileri açıklarken “arka sayfa/kapak kızları”nı da göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Çünkü günümüzde hemen hemen bütün tabloid gazetelerin en arka sayfalarında estetik bakımdan güzel, çekici hatta seksi bir kadın fotoğrafı bulunmaktadır. Bu kızlara ait fotoğraf ve haberler okur tarafından ilgiyle tüketilmektedir. Gazete yöneticileri tarafından okur, bu kızları arka sayfada görmeye alıştırmıştır. Bu fotoğrafın altına genellikle uydurma haber yazılmaktadır. Bu format tüm dünyada uygulanmaktadır. Sadece fotoğrafların gazetede yer aldığı sayfa yeri farklıdır. İngiltere’de ve Amerika Birleşik Devletleri’nde bizdeki arka sayfa kızları 3. sayfada yer almaktadır ve bu nedenle buna “3. Sayfa Güzeli” denmektedir. Bunlar genellikle uydurma ve göze hitap eden haberlerdir. Burada fotoğrafı yayınlanan kimi

## 216 TÜRK BASININDA MAĞAZİN HABERLERİNE KONU OLAN KİŞİLER “KİM”LER VE FOTOĞRAFİK OLARAK “NASIL” YER ALIYORLAR?

kızlar meşhur olabilmektedir. Bu sayfalarda ayrılmış bölümler şöhret olmak isteyenlere iyi bir fırsat sunmaktadır.

Bu makalede arka sayfa/kapak kızlarını ayrı bir sınıf olarak belirlememin tek sebebi; etik ihlaller, etik sorunlar bağlamında konuya yaklaşmamdır. Haber ya da reklâm fotoğrafçıları, dolayısıyla gazeteler bu tarz habere konu olan kızların kişilik haklarına saldırmış olmaları ya da özel hayatlarına müdahale etmiş olmaları sözkonusu değildir. Çünkü bu kızlar ünlü olmak için kendi istekleriyle fotoğrafçılara poz vermektedirler.

### **Magazin Haberine Konu Olan Kişilerin Fotoğrafik Olarak Yansıması**

2001 yılında, birbirini izleyen 5 ay boyunca (Şubat, Mart, Nisan, Mayıs ve Haziran aylarında) yayımlanan ulusal günlük gazeteleri değerlendirdim. Her ayın içinden değişik bir hafta ele aldım. 12-18 Şubat ; 26 Mart-1 Nisan; 21- 27 Mayıs; 24-30 Haziran tarihleri arasındaki haftalarda günde 8 ulusal günlük gazete (Star, Hürriyet, Milliyet, Sabah, Radikal, Cumhuriyet, Türkiye, Zaman) olmak üzere toplam 224 gazete inceleyerek magazin haberlerine konu olan kişilere ait fotoğraflarda hiç değişmeyen belirli birtakım bulgulara ulaştım. Sonuçta bu kişilerin fotoğrafik olarak şu şekilde basında yer aldıklarını gördüm.

#### **1. Ünlüler (kamuya malolmuş kişiler)**

- a. Doğal etkinlikleri habere fotoğrafik olarak yansır. Siyasetçinin bir miting sırasında çekilen enstantenesi, futbolcunun top peşindeyken bir görüntüsü, askeri bir temsilcinin basına bilgi verirken görüntüsü gibi.
- b. Paparazzilere yakalanır ve onlara konu olurlar. Bu fotoğraflar ilginçtir, gazeteyi sattırır (Fotoğraf 1)



Hürriyet, 29.06.1999, Fotoğraf 1

218 TÜRK BASININDA MAĞAZİN HABERLERİNE KONU OLAN KİŞİLER  
“KİM”LER VE FOTOĞRAFİK OLARAK “NASIL” YER ALIYORLAR?

- c. Röportaj fotoğraflarına çok sık yer verilir. Bu fotoğraflar iç veya dış mekânlarda çekilmiş fotoğraflardır. İç mekânlarda bu kişilerin evleri, çalışma odaları, mutfakları, iş ortamı, stüdyo ortamı vb...ortamlar; dış mekânlarda ise evinin bahçesi, sıradan insanların gidebileceği bir çay bahçesi ya da park gibi yerlerdir ( Fotoğraf 2)



Hürriyet, 30.05.2000, Fotoğraf 2





## 220 TÜRK BASININDA MAĞAZİN HABERLERİNE KONU OLAN KİŞİLER “KİM”LER VE FOTOĞRAFİK OLARAK “NASIL” YER ALIYORLAR?

- e. Ünlü kişinin eşi, dostu, arkadaşı, akrabası ile arası açıldığında bu olayın haberi bu ünlünün o kişilerce mutlu veya dost oldukları günlere ait (önceden çekilmiş) onları yanyana, elele, diz dize, göz göze gösteren bir fotoğrafa mutlaka yer verilir.
- f. Ünlünün kendisine ait özel fotoğrafları da habere konu olur. Paparazzilerin görüntülediği, o kişinin çekmecesinde yer alan özel eşya niteliğinde kendine ait özel fotoğraflardır bunlar. Genellikle bunlar kişinin ünlü olmadan önce çektiği fotoğraflardır. Ünlünün bir tanıdığı, eski eşi ya da sevgilisi veya düşmanı herhangi bir sebepten ortaya çıkar ve ünlü hakkında kimsenin bilmediği bir sırrı, bu fotoğrafları da basına vererek ortaya çıkarır. Genellikle bu fotoğraflar basına bilgi veren kişide zaten varolan fotoğraflardır. En son yaşanan Tarkan olayında söz konusu fotoğraflar hiç tanımadık biri tarafından çekmecesinden çalınmış ve para karşılığı basına verilmişti (Fotoğraf 4).



Hürriyet, 13.06.2001, Fotoğraf 4



222 TÜRK BASININDA MAGAZİN HABERLERİNE KONU OLAN KİŞİLER  
“KİM”LER VE FOTOĞRAFİK OLARAK “NASIL” YER ALIYORLAR?

- h. Magazin basını sık sık ünlülerin yolsuzluklarını, ödemedikleri vergileri, asker kaçağı durumlarını, ödenmeyen borçları, yerine getirilmeyen sözler gibi konuları işler. Bu tür haberler, magazin basının da diğer gazetecilik alanları kadar ciddi bir alan olduğunu gösterir. (Fotoğraf 6)



Hafta Sonu, 03.11.1999, Fotoğraf 6

- i. Devlet adamları ve siyasetçilerle ilgili fotoğraflara baktığımızda bunlar aslında izinli ve kurmaca olarak çekilen fotoğraflardır (ki bunlar haberi magazinelleştiren görüntülerdir) ama teleobjektifle paparazzivari biçimde çekilirler. Sözgelimi cumhurbaşkanı eşiyile alışverişe çıkar veya başbakan yürüyüşe çıkar tüm gazeteciler bu insanların sıradan bir vatandaşmışçasına yaşadıklarını belgelemek üzere fotoğraflar çekerler. Bu fotoğraflar sanki gizli bir anın alıntısıymış gibi verilir. Oysa bunlar genellikle haberli olarak çekilen fotoğraflardır (Fotoğraf 7).



Sabah, 29, 07.2000, Fotoğraf 7

- i. Ünlülerle ilgili magazin haberleri çoğu zaman bilgisayar ortamında kurgulanarak, haber fotoğrafçısı tarafından alınan görüntü eklemeler ve çıkarmalarla gerçeklik yeniden yapılandırılır.
- j. Ünlülerle ilgili magazin haberi fotoğraflarında etik anlamda genel olarak onların kişilik haklarına saldırıldığı ve özel hayatlarına müdahale edildiği görülür. Etik ihlallerin yaşandığı en sorunlu alan magazin haberciliğidir.
- k. Grafik, illüstrasyon ve çizimlere nadiren yer verilir. Aniden gelişen önemli bir olayda ünlünün yanında gazeteci/paparazzi yoksa bu olayı tasvir eden illüstrasyon çizilir (Fotoğraf 8)





## 226 TÜRK BASININDA MAGAZİN HABERLERİNE KONU OLAN KİŞİLER “KİM”LER VE FOTOĞRAFİK OLARAK “NASIL” YER ALIYORLAR?

- e. Sıradan vatandaşlarla ilgili paparazzi fotoğrafları kullanılmaz. Paparazziler ünlülerin peşindedir.
- f. Bu fotoğraflar genellikle pasif düzende çekilmiş fotoğraflardır. Sıradan bir vatandaş bir magazin muhabiri ya da paparazzi izlemediği için onlara ait aktif düzende çekilmiş paparazzi fotoğrafları bulunmaz. Genellikle bu fotoğraflar olay öncesi ya da sonrası çekilmiş fotoğraflardır (Fotoğraf 10).



Hürriyet, 10.04.2001, Fotoğraf 10



- h. Sıradan insanlarla ilgili haberlerde şans faktörü en çok işlenen konulardandır. Bir anda gelişen bir olayla hayatı değişen kişiler sık sık magazin haberine konu olurlar. (Fotoğraf 11)

# Sandviç almaya gitti trilyoner oldu

**İşte ABD'de lotodan 181.5 milyon dolar kazanan adamın öyküsü: 2 dolarlık soslisli sandviç için 100 dolar uzattı. Paranın üstüyle 98 loto bileti aldı, hayatı değişti.**

ABD'de geçtiğimiz günlerde çekilen ve 7 eyaleti kapsayan lotoanın 363 milyon dolarlık büyük ikramiyesinin ikinci talihlisi, Michigan'da ortaya çıktı. Bu talihli kişi, yüzde havuzu inşaat şirketi sahibi 47 yaşındaki Larry Ross'tu. Ross, 181.5 milyon dolar (Yaklaşık 111 trilyon 800 milyar lira) kazanmasıyla sonuçlanan loto öyküsünü şöyle anlattı:

**Televizyondan öğrendim**  
"Öğleyin markete gittim, acıkmıştım. Bir soslisli sandviç aldım. 100 dolar uzattım. Sandviç 2 dolardı. Kalan 98 dolarla da eşim Nancy'nin istediği olan loto biletlerinden 98 adet aldım. Büyük ikramiyeyi kazandığımı, bileti satın aldığıım marketin sahibini TV'de görünce öğrendim. Çarşamba günü numaraları kontrol edince, gözlerime inanamadım. Tekrar tekrar baktım. 'İsa adına, numaralar tutuyor' diye bağırduğımı hatırlıyorum."

**Bir anda 181.5 milyon doların sahibi oldu**  
Shelby Kasabası'nda yaşayan Larry ve Nancy Ross çifti, bir anda tam 181.5 milyon doların (111.8 trilyon lira) sahibi oldular. Kızları Shannon ile loto idaresinde kendilerine verilen dev 181.5 milyon dolarlık çekle fotoğrafçılara poz verirken, sevinçten yerlerinde duramıyorlardı.

**Reha Muhtar'dan Ebru'ya samimi itiraf**  
Ebru Gündeş'in programına konuk olarak yaşlı bir çiftin nikahını tazeleyen Reha Muhtar, sanatçıdan hoşlandığını itiraf etti. Ebru Gündeş'in "Siz argo konuşan erkekleri kadınlardan hoşlanmıyorsunuz. Benim gibi kadınlardan?" dediğinde Reha Muhtar, her zaman okluğu gibi esprili üslabıyla cevap verdi. Muhtar "Senin için bir şey diyemem. Senden hoşlanmadığımı söyleyemem. Kadınların, ince, diyardı ve duygusal olması" dedi. ■ Özlem UÇAR / MAGAZİN SERVİSİ

**Mor Jaguar alacağım**  
"Bu çok güzel bir duygu. Üç gündür yemek yiyemiyorum ve uyuyamıyorum. İşlerinin yoğunluğu nedeniyle, 13 yıldır tatil yapamıyordum, tatil yapacağım. Vergilerden sonra peşin 90 milyon dolar alacağız. Ancak 90 gün dokunmıyıp, işleteceğiz. Eşim ve ben, hayalimiz olan mor renkli Jaguar marka araba ve büyük bir ev alacağız. Artık golf oynamaya başlayacağım. İsimi de, üç çocuğuma bırakacağım." dedi. ■ DİŞ HABERLER SERVİSİ

Hürriyet, 14.05.2000, Fotoğraf 11

## 228 TÜRK BASININDA MAĞAZİN HABERLERİNE KONU OLAN KİŞİLER “KİM”LER VE FOTOĞRAFİK OLARAK “NASIL” YER ALIYORLAR?

- h. Sıradan insanlarla ilgili haberlerin fotoğraflarında genellikle kişilik haklarına saldırıldığı görülür. Çeşitli sınıflarla Basın Kanunu ve Basın Meslek İlkelerine uymayan kelime ve yakıştırmalarla bu kişiler habere konu olur. Çok ilginç olmadıkça sıradan insanların özel hayatına tecavüz edilmez.
- i. Sıradan vatandaşlarla ilgili kimi haberler illüstrasyon, grafik ve çizimlere gazetede yer alır. Kaza, intihar ya da kasten öldürme eylemi olduğunda bu olay grafik çizimlerle anlatılmaya çalışılır. Çünkü böylesi ani gelişen olaylarda haber fotoğrafçısı bulunamayacağı için bu yola başvurulur.

### 3- Arka Sayfa/Kapak Kızları

- a. Fotoğraflar kaliteli, net, renkli ve büyüktür.
- b. Fotoğraflar genellikle stüdyo ortamında çekilir. Dış mekan olarak en çok kumsalda ve podyumlarda çekilen fotoğraflar kullanılır.
- c. Pasif düzende çekilmiş fotoğraflardır.
- d. Genellikle dik kadraj kullanılır.
- e. Bu kadınlar yarı çıplak (iç çamaşırılı, bikinilidir. Eğer üzerlerinde kıyafet varsa bu kıyafetler transparan ya da göğsünü, göbeğini kalçasını ortaya çıkaracak kadar dekolte kıyafetlerdir.), estetik bakımdan çekici ve güzel kadınlardır.
- f. Bu kızlara ait fotoğraflara yazılan haber metinleri genellikle uydurmadır. (Fotoğraf 12).



Sabah, 02.05.2000, Fotoğraf 12

- g. Bu fotoğraflar kurmaca ve pasif düzende çekildikleri için kişilik haklarına saldırı ya da özel hayata müdahale gibi bir sorunla karşılaşılmaz. Çünkü bu fotoğraflara konu olan modeller sözkonusu pozları zaten kendileri vermiştir.
- h. İllüstrasyon, grafik ve çizimlere yer verilmez.
- i. Arka kapakta fotoğrafı yayımlanan kimi kızlara şöhret yolu buradan açılmaktadır (Fotoğraf 13).



Hürriyet, 09.03. 2001, Fotoğraf 13

230 **TÜRK BASININDA MAĞAZİN HABERLERİNE KONU OLAN KİŞİLER  
“KİM”LER VE FOTOĞRAFİK OLARAK “NASIL” YER ALIYORLAR?**

**KAYNAKÇA**

- MUTLU, Erol.,(1994), **İletişim Sözlüğü**, Ark Yayınevi, Ankara.
- BRIAN S.Brooks-George Kennedy-Darly R. Moen- Don Ranly., (2002), **News Reporting and Writing**, 1985, Aktaran: Akçalı, Selda İçin Akçalı, **Türkiye’de Araştırmacı Gazetecilik** , Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul.
- TOKGÖZ, Oya.,(2000), **Temel Gazetecilik**, İmge Yayınevi, İstanbul, 4.Baskı.
- ERGÜL, Hakan., (2000),**Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi**, İletişim Yayınları, İstanbul.
- ÇANKAYA, Özden, “Sıradan İnsanların Özel Yaşamları İhlâl Edilmemeli”, **Bizim Gazete**, 18.09.1999.