

POSTMODERNİST DÖRDÜNCÜ KUVVET: KÖŞE YAZARLARI

Şermin TEKİNALP*

Öz

Basın günümüzde büyük tecimsel şirketlerin bir kolu olmuştur ve bu işletmenin denetimi, köşe yazarlarına uygun bir esneklik olanağı tanıyan sözde özerk yönetici seçkinlerin elindedir. Ancak, bunların ötesinde, hükümetlere ve güç merkezlerine kişisel çıkarlar bağlamında bağımlı olan gazete sahibinin gölgesi yönetici kadro ve köşe yazarlarının üstünden hiç kalkmamaktadır. Köşe yazarlarının, gazetenin temel ideolojisinin aksine de olsa, belirgin makul sınırlar içinde fikirlerini açıklamalarına ve hükümeti eleştirmelerine izin verilir. Basın, giderek kâr merkezli daha büyük kartellerin güç odaklı kolu haline gelirken, basın patronunun tolerans sınırları içinde hükümeti eleştiren yeni tür köşe yazarları alanı doldurmaya başlamıştır. Biz, hükümetler üzerinde gözetim görevi yapan bu yeni akımı basının 'postmodernist dördüncü gücü' olarak isimlendirdik. Araştırmanın amacı, gazetelerdeki köşe yazarlarının değişik konu ve kişilerle eleştiri ya da övgü oranlarını irdeleyerek, köşe yazarlarının ne kadar eleştirel olabildiklerini ortaya çıkarmaktır. Bu bağlamda 10-16 Kasım 2005 tarihleri arasında çıkan bütün ulusal gazetelerin köşe yazıları incelenmiştir. Çalışmanın ulaştığı önemli sonuçlardan biri, köşe yazarlarının postmodernist bir '4. Kuvvet' rolü üstlendikleri şeklindedir.

Anahtar sözcükler: Medya tekel, köşe yazarları, postmodernist dördüncü güç.

Abstract: Postmodernist Fourth Power: Newspaper Columnists

Press today is a branch of large commercial companies and the control of this business is in the hands of a so called autonomous managerial elite who allows a considerable degree of flexibility to columnists. But above all, there is always the shadow of the owner, who is bound to the governments or centers of power based on self-interest, on the managerial staff and columnists. Columnists, contrary to the main line ideology of the newspaper, are allowed freedom to express their opinion and criticize the government, but obviously within reason. As the character of the press changed towards the power oriented branch of a more profit-centered bigger size cartels, a new type of columnists filled the arena who were allowed to criticize the government within the reasonable limit of the tolerance the owner allows. We called this new trend of watch keeping over the governments 'postmodernist fourth power' of the press. This analysis is made to put forth the degree of criticism of the columnists. For this purpose all the national newspapers published during the 10th -16th of November, 2005 were examined. One of the main results is that columnists generally adopted the role of postmodernist fourth power.

Key words: Media monopoly, columnists, postmodernist fourth power.

*Prof. Dr., İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, srmntekinalp@yahoo.com

GİRİŞ

Kitle iletişim araçlarının tekelleşmesi ile meslekten gelen gazetecilerin gazete sahibi olduğu dönemler geride kaldı. Değişik türde yatırım işine girmiş holding sahibi iş adamlarının birçok gazete, dergi, televizyon ve radyo kanallarına sahip olmasıyla gazetecilik boyut değiştirdi. Bu gelişmeler, liberal siyaset ve ekonominin slogan yaptığı, 'demokratik', 'özgür', 'kamunun gözcüsü' basın olgusunun yeniden gözden geçirilmesine ve gazeteciliğin yeni dünya düzeni içindeki rolünün eleştirilmesine yol açtı (Tekinalp, 2003). Basın günümüzde büyük şirket ve holdinglerin ayrı işlevi olan bir dal haline gelmiş (Curran, 2002:108) ve bu gelişmeyle birlikte hem diğer güç merkezleriyle çatışan hem de onlara boyun eğmek zorunda bırakılan ekonomik bir sarmalın içine girmiştir. Hükümetler de bu güç merkezlerini denetim altına alarak kendi propogandalarını yapan kuruluşlara dönüştürmenin mücadelesini vermektedirler.

Gelenekçi liberal düşünce, medyanın en işlevsel rolünün devleti gözleyen bir kamu gözcüsü olarak hareket etmek olduğunu ileri sürer. Bu rol hükümetin işleyişi hakkında bir tartışma başlatmak ve yaymak; ancak en önemlisi devlet otoritesinin kullanılmasındaki kötü uygulamaları açığa çıkarmaktır. Bu 'gözcülük' görevinin önem açısından medyanın en önemli görevi olduğu, bunun da medyanın örgütlenme biçiminden kaynaklandığı ileri sürülür. Bütün bu düzenlemeler medyanın özgür olduğu ortamlarda istenilen sonucu verecektir. Medya baskı ve kamusal düzenlemelere maruz bırakılırsa bu 'gözcülük' görevini yerine getiremeyecektir (Chomsky, 1999; Gandy, 1991; McCombs ve Shaw, 1991)

Köşe yazarlarının ne kadar özgür olabileceği konusunda son derece az araştırma vardır

yapılan araştırmaların da çok kapsamlı bir araştırma olduğunu iddia etmek olanaklı değildir. 2004 yılında *Hürriyet*, *Akşam* ve *Sabah* gazetelerinin köşe yazarları üzerinde yapılan bir araştırma (Gürsoy ve Kotaman, 2005) bu gazetelerin köşe yazarlarının o günkü gündemle ilişkili olarak egemen güçlerin dışındaki farklı sınıfların görüşlerine yer vermediklerini, egemen görüşlerin söylemlerinden bağımsız olmadıklarını, kamusal önemi olan konuları yeterince incelediklerini, egemen çevreleri yeterince eleştirmediklerini ortaya koymuş. Ancak araştırma sadece üç gazete ile ve belli başlı altı köşe yazarı ile sınırlı olduğu için araştırmayı bütün köşe yazarlarına mal etmek olanaklı görünmemektedir.

Birçok yazar, içinde yaşadığımız çağa 'sermaye çağı' adını veriyor (Bilgili, 2005). Tüm üretken süreçler sermayenin kendi içinde doğar. Üretken süreçlerden biri olan medya toplumda önemli bir yer tutar ve medya üretim ilişkilerinde sermayenin durumu yadsınamaz. Bu bağlamda gazeteciler gerçek vicdan hükümlerini kullanamaz duruma gelmişlerdir. Gazetecilik mesleği için konulan yasal kurallar çalışma ilişkilerini kendi çıkarlarına indirgeme ve biçimlendirme arzusundaki sermaye tarafından neredeyse hiç işlemez duruma getirilmişlerdir. Postmodern bir yaşam biçiminde sermaye bütün ilişkilerin merkezine oturmuş ve çok önemli, deneğin bir güç haline gelmiştir. Bu konuda yapılan araştırmalar, medyadaki tekelleşme ve centilmenlik anlayışları nedeniyle gazetecilerin "vicdan hükmü" nün giderek sembolikleşen, uygulama alanı bulamayan bir hakka dönüştüğünü ortaya koymaktadır.

Bizim araştırmamızda ise, bütün gazeteler ve bütün köşe yazarları incelemeye alınmıştır. Araştırmanın problemi ise köşe yazarlarının

neyi, ne derecede eleştirdiğidir, bir başka deyişle, hangi konulara ne kadar olumlu ya da olumsuz yaklaştıklarıdır. Bunu yapmak-taki amacımız, köşe yazarlarının bir bakıma liberal söylemin temel felsefelerinden biri olan, dördüncü güç basın tezine uygun olarak, bu gücü ne derecede kullandığını belirlemektir. Kuşkusuz, basın içinde çok farklı eleştirel yazılar yazan köşe yazarlarının düşünceleri yazı yazdıkları gazetenin ve onun patron ya da patronlarının genel çıkarlarına uygun genel haber içeriği ile örtüşmeyebilir. Gerek verilen haberler, haberlerin verilisinde dilin kullanımı, haberin yeri, büyüklüğü, kullanılan destekleyici fotoğraflar ya da kullanılmayan haberler, köşe yazarlarının tam aksine, medya-siyaset-sermaye ilişkilerinin sonucu olarak hükümet ve sermaye yanlısı olabilir. Ancak Türkiye’de popüler gazetelerdeki genel eğilim, her düşünceden köşe yazarlarının gazetelerde ifade olanağı bulabilmeleridir. Medya patronlarının iktidardaki parti ile iyi ilişkilerinin sağladığı olanaklar ve bu paralelde yazı yazan ve kendilerine ‘fikir yazarları’ (opinion columnists) denilen sağ görüşlü köşe yazarları her yerde vardır (Brook, 2004). Dünya medya devi Murdoch, İngiltere’de Thatcher’i destekleyerek ABD’de yerel ve ulusal siyasilerle iyi ilişkiler kurarak yasal ve yönetsel zorlukları kolayca aşır bir medya imparatorluğu kurmuştur (McNair, 1999).

Emin Çölaşan’ın *Kovulduk Ey Halkım Unutma Bizi* (2007) kitabında sergilediği bilgiler, Türkiye’de belki de bir ilk olarak, hükümet-sermaye-medya ilişkilerinin boyutunu ve bunun yazı işleri tarafından gazete içeriğine nasıl yansıtıldığını, köşe yazarları üzerindeki baskının ne boyutlara vardığını çok somut bir biçimde ortaya koymaktadır. Aslında Çölaşan’ın bu kitabı, zaten bilinen ancak şimdiye kadar somut bir biçimde ortaya konmamış olan bir gerçeğin ilk yazılı belge-

sidir diyebiliriz. Köşe yazarlarının eleştirilerine adı önceden belirlenmiş belli kriterler içinde izin verilmekte, diğer taraftandan da, gazete manşetten verdiği haberlerle bu eleştirileri bir bakıma etkisiz hale getirmektedir. Halkın büyük bir çoğunluğunun gazete okumadığı, okuyanların da, eğitilmiş ve, köşe yazarı okuyan az sayıdaki bir grup dışında, genellikle manşet haberlerini ve gazete çıkarları doğrultusunda verilmiş siyaset ve ekonomi haberlerini takip ettikleri düşünülecek olursa; bu sınırlandırılmış eleştirilerin genel halk üzerindeki etkisi tartışmalı hale gelmektedir. Bu postmodernist, yeni, denetimli eleştiri çağımızın bir gerçeğidir ve bunun üzerinde çok daha fazla ayrıntılı çalışmalar yapılması gerekmektedir.

Marketwatch gazetesi yazarı Jon Friedman, *New York Times*’ın köşe yazarı Frank Rich’in, “Columnists and critics do serve a purpose” başlıklı makalesinden alıntılar yaparak köşe yazarının ne yapmaya çalıştığı hakkında önemli ipuçları verir (Friedman, 2006) Rich şöyle demektedir:

Haber ve kültür arasında bağlantı kurmaya, olayların derinindeki anlamı açığa çıkarmaya, tartışma üretmeye, ve şans da yaver giderse, okuyucularımın günümüzde anlatılan hikayelere ve insanlara farklı bakmasını sağlamaya çalışırım... Bir köşe yazarı veya eleştirmenin sorumluluğu, son derece tutkulu olması, doğru ve dürüst olması, yazdıklarına bilgi katması ve olduğunca iyi yazmasıdır. Bir köşe yazarı bir Başkan ya da bir filmle ilgili çok keskin görüşlere sahip olabilir; önemli olan davasını halkın önemsemesini sağlamaktır.

İyi köşe yazarlarının adil, ellerindeki köşenin gücünü kendilerine verilmiş bir imtiyaz gibi değil, topluma hizmet etmenin veya sade vatandaşın araştırıp bulamayacağı ya da

üzerinde hiç düşünmeyeceği konuları deşen, eleştiren iyi gözlemciler olması beklenir. Köşe yazarlığı bir silah olarak kullanılamaz. Bir köşe yazarı için en ahlaksız şey, özgün bir şey bulamama durumunda sadece dikkat çekmek için ve ele aldığı kişi ya da konunun olduğunca geniş bir kesim tarafından tartışılmasını sağlamak, adını andırmak, sesini duyurmak için ses getirecek birini eleştirmektir. Uzun yıllar köşe yazarlığı yaptığını ve bu konuda gözlemleri olduğunu yazan köşe yazarı Serdar Turgut (Akşam, 30.08.2005), *Akşam* gazetesinde çıkan "Köşe Yazarı Olmanın Altın Kuralları" başlıklı makalesine kendi sözlerinden özetle Türkiye'de köşe yazarı olabilmenin koşullarını şöyle açıklar:

Megalomani iyi birşeydir. Megaloman olmayan iyi yazar da olamaz. Eğer şövalye ruhu taşıyorsanız bu işi hemen bırakın ve ticarete atılın. İyi bir yazarsanız herkesin sizi sevmesi mümkün değildir. Sadece sevenleri olan bir yazar, yazar değildir. Yazarlar Rahibe Therasa gibi olmamalıdır. Halkı severek de yazar olunamaz, çünkü bu memlekette halk kendisinden hiç hoşlanmamaktadır. Her durumda her şeye muhalif ol. 'İyi şeyler olunca överim' de diyen yazarlara bakma, onlar yalakalığa kılıf bulmuş durumdadır. Sadece halkın anladığı konuları yazarsanız sıkıcı olursunuz. Hayatta yazarlık onuruna uygun yazı diye bir şey yoktur. Her konu yazılabilir, hatta yazılamaz sanılan konuda yazmak varsa yazarlık onuruna daha uygundur, tek kriter hangi konuda olursa olsun iyi yazı yazmayı başarabilmektir. Yazarlık, insanı yalnızlığa iten, itmesi gereken bir meslektir. Polemikler bir yazarın ateşleyicisidir. Polemiğe girmeye yüreğiniz yetmiyorsa, yazar da değilsiniz demektir.

Yukarıda verilen *New York Times* köşe yazarı Frank Rich ile *Akşam* gazetesini köşe yazarı Serdar Turgut'un köşe yazarlığı ile ilgili

görüşleri karşılaştırılırsa, söylem değişik de olsa ortak noktalar anlaşılabilir. Her ikisi de tartışma üretme, eleştiri ve iyi yazmanın öneminden bahsetmekte. Rich, fikirlerde keskinlik, bilgi, dürüstlük ve tutku üzerinde dururken, Turgut, halkı överek, bir başka deyişle, halkın istediklerini yazarak değil, bildiğini iyi yazarak, ve polemik yaratarak iyi yazar olunabileceğinden bahsetmektedir. Her iki görüşün ana fikrini kısaca eleştiri ve iyi yazma oluşturmaktadır. Bu noktadan hareketle, köşe yazarlarının yazılarını inceleyen, hareket noktamızı, köşe yazarlarının yazılarındaki eleştiri oranına yoğunlaştırdık. Ancak köşe yazarlarının özgürlük alanını iyi anlayabilmek için medya emperyalizminin boyutlarını iyi anlamak gerekir.

Dünyada Medya Emperyalizmi

Medya emperyalizmi, çok öz bir anlatımla, kitle iletişim araçlarının büyük güç sahibi kişilerin elinde toplanarak, bu gücün işbirliği içinde oldukları mecralarla ilişkiler çerçevesinde, medya içeriğinin çeşitli biçimlerle kendi çıkarları doğrultusunda yeniden oluşturulduğu kapsayıcı bir tekelleşmedir. Bu uluslararası boyutta olabileceği gibi, ulusal boyutta da olabilir. Ancak kapitalizmin uluslararası etkileşim alanları göreceli olarak ulusal emperyalizmi uluslararası boyuta taşır. Tek tip bir iletişim modelinin olumsuzluklarını John Keane (1993: 169) şöyle özetler:

Demokrasinin en başta gelen ve aşıl-mamış avantajı barış, sessizlik ve iyi kararları garantilemesi değil, yurttaşlara bu kararların niteliğini yargılama (ve bu konudaki yargılarını yeniden değerlendirme) hakkını tanınmasıdır. Demokrasi, kamuya açık olarak karar veren topluluklar tarafından yönetimdir. İşte bu yüzden bu denemede savunulan kamu hizmeti modeli yeryüzünde bir iletişim cenneti yaratmanın tarifnamesi olamaz. Bu model uygulandığında 'basın özgür-

lüğünün' anlamı ve kapsamı konusundaki tartışmalara son vermeyecektir. İletişim özgürlüğü en son ve en eksiksiz haliyle gerçekleştirilecek bir şey değildir. Son çözümü olmayan, hep süregiden bir projedir o.

Bireyin etkilenmesi için insanın varoluşundan bu yana yöntemler geliştirilmiştir. Eski Hıristiyan geleneğinde cahil toplumu etkilemek için dini imgeler, ikonlar kullanılmaya başlanmış ve bu gelenek artarak sürmektedir. Sahte terapiler, ses, resim ve görüntülerle elde edilen büyüleyici efektler geçici olarak da olsa insanların rahatlamasını, huzura kavuşmasını sağlar. Ulusal kimlikler, çeşitli ortamlarda ve çeşitli araçlarla insanlar kendilerini bu kimlik içinde kavradıklarından ya da böyle kavramaya özendirildikleri için oluşur. Toplum böylesine hayal ürünü bir ulusal kimlik projesiyle yeniden inşa edilir. İnsanlar uzun dönemde imgelerle böyle bir toplum içinde nasıl davranacağını öğrenir; bildiklerini medya ile pekiştirir. Medya bizim için anlam üretir. Medyanın öğrettiği gerçek, kurgulanmış paketlenmiş, dondurulmuş bir gerçektir. Zihnimiz, dondurulmuş veya sınırlandırılmıştır. Konuşulan dilden kitle iletişim araçlarına kadar uzanan yelpaze içindeki tüm iletişim araçları toplumsal maddi koşulları izlemezler; bu koşulların yaratılmasına katkıda bulunurlar, bir başka deyişle, kültürün oluşmasında ve biçimlenmesinde rol oynarlar. Toplumsal oluşum tamamen iletişim üzerine kurulur. Dolayısıyla, konuşulan dil, şarkı, edebiyat, şiir, resim gibi her türlü iletişim aracı ve medya bu oluşuma katkı yapar.

Ancak; daha sonra geliştirilen etken izleyici tezleri iletişim kültür ilişkisinde insanı merkeze yerleştirir. İletişim-kültür ikilisinin öznesi insandır (Hall, 1994a, 1994b). Bu nedenle medya-kültür tartışmalarına insanın

bu ikili arasındaki durumuyla başlamak gerekir. İnsanın olduğu yerde çok anlamlılık vardır. Maddi ve simgesel ürünlerin üretilmesinde, dağıtılmasında güç egemen üreticide olsa da, bunlara yeni anlamlar kazandıran ya da direnen insandır. İnsanın bilinç mühendisleri karşısındaki konumu da ayrı bir tartışma konusudur. Popüler kültürü oluşturan metalar kadar insanın bu metaları farklı anlamlarda kullanma biçimleri de önemli bir tartışma konusudur. Bu çerçeveden hareketle köşeyazarlarının durumu da inceleme konusu yapılmalıdır. Her ne kadar içinde oldukları ve kalemleriyle geçimlerini sağladıkları büyük medyaya bağımlı olsalar da, onlar da izleyen ve anlamlandıran insan konumundadırlar. Burada sorulması gereken soru, köşe yazarlarının bu özgürlüklerini hangi sınırlar içinde ve nereye kadar kullanabilecekleri konusudur.

Türkiye'de Medya Holdingleri

Türkiye'de yayıncılık alanında yaşanan yoğunlaşmalar kitle iletişim patronlarının giderek güç merkezlerinin en üstüne yerleşmelerine neden olmuştur. Rekabet nedeniyle birbirleriyle kıyasıya çatışan, ancak çıkarları söz konusu olduğunda birlikte hareket edebilen bu gruplar hemen hemen her Türk vatandaşı tarafından çok iyi bilinmektedir. Örneğin, Ortak çıkarlar dört büyük televizyon kanalı (*Kanal D, Star TV, ATV, Show TV*) reklamlarını bir havuzda toplama kararına yöneltmiştir. Ayrıca gerek 2002 Radyo Televizyon Yasası çıkarken, gerekse 2008 Ocak ayında Bakanlar Kuruluna sunulan yeni RTÜK yasa taslağının hazırlanmasında uzun dönemli çıkarları için kendi yararlarına değiştirilen yasa maddeleri konusunda ortak hareket etmişlerdir.

Bu büyük medya holdinglerinin sahip oldukları diğer sektörlerle birlikte toplam ciroları ve kâr oranlarına bakıldığında, kitle

iletişim araçlarından (radyo, televizyon, basın) ettikleri karın çok düşük olduğu görülür. Hatta hiç kar etmeyen organlar da vardır. Neden az kazanca karşın patronlar sahibi oldukları kitle iletişim araçlarını ısrarla ellerinde tutmaktadırlar? Bu sorunun yanıtı bir cümleyle verilebilir: Patronlar sahibi oldukları diğer işletmeleri, daha doğrusu içinde çalıştıkları sistemi güvence altına almak için medyayı ellerinde tutarlar. Medya bu güvenceyi nasıl sağlayacaktır? Bunun yanıtı da dört cümleyle verilebilir: Birincisi, patronlar medyayı kendilerine ait diğer sektörlerin reklam aracı olarak kullanmaktadır; ikincisi, siyasi erkin kendilerini ilgilendiren kararları almada sahibi oldukları medyayı baskı aracı olarak kullanabilmektedirler; üçüncüsü, medyayı rekabet halindeki diğer sektörlerle mücadele aracı olarak kullanabilmektedirler; dördüncüsü de, bütün bunları yaparken kamuoyunu eğlendirerek, uyutarak, yönlendirerek siyasi erkin ve sistemin işleyişindeki yanlışlardan uzaklaştırmakta, tepkisiz bir toplum oluşmasına bile gerek ya da bilmeyerek katkıda bulunmaktadır.

Siyasetin şirketlerin ve medyanın birbirinin içine geçtiği bu sistemde, medya sahipliğinin yapısı sürekli değişmektedir. Medya grupları sürekli el değiştirmekte, şirket evlilikleri yapılmakta ve taşeron şirketler kurulmaktadır. Kendi şirketleriyle ilgili stratejik kararlar öz çıkarılara uygun olarak büyük bir hızla ve gizlilikle alınmaktadır. 2002 yılında Meclisten geçirilen yeni radyo televizyon yasası, medya patronlarının arzusuna göre yeniden düzenlenmiştir. Daha önce ayrıntılarıyla belirtildiği gibi, medya sahipliğindeki kısıtlamalar, medya patronlarının devlet ihalelerine ve borsaya girmeleri önündeki yasaklayıcı hükümler yeni yasada kaldırılmıştır. Eski yasanın değiştirilmeden önceki 29. maddesiyle getirilen sınırlama, kişilerin ya

da grupların medya alanındaki hisse paylarını sınırlamasına rağmen, şeffaflıktan ve denetimden uzak medya kuruluşlarında gerçek sahipliğin kime ait olduğu da pek bilinmemekteydi. Hükümetin bu alandaki savunması da bu noktada odaklaşmakta, yeni yasanın bu haliyle medya sahipliğini şeffaf hale getireceği savunulmaktaydı. Yeni yasadan sonra medya sahipliğinin yapısı incelemeye değer bir konudur.

RTÜK tarafından hazırlanan ve Başbakanlığa sunulan, *Radyo Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun Tasarısı Taslağı*'nda, medya patronlarının durumu daha da iyileştirilmektedir. Bu konuda görüşlerini bildiren eski RTÜK Başkanı Nuri Kayış (Haberler, 2008)'a göre, yeni yasa taslağında medyadaki yabancı sermaye payının %50'ye çıkarılması son derece tehlikeli bir gidişe işaretler. Yabancı sermaye içinde uluslararası silah tekellerinin uzantılarının da bulunabileceğine ve diğer çikolata, gazoz üretimi gibi mallardaki yabancı sermaye payından farklı olarak, enformasyon tekelinin yabancılara geçmesinin ülke bütünlüğünün parçalanması anlamına gelebileceğine dikkat çekmektedir. Kayış, ayrıca, medya patronu konumunda olanların, başka işler yapması konusunda hiçbir engel olmayışının da önemli bir eksiklik olduğunun önemle altını çizmektedir.

Yukarıda özetle Türkiye'deki medya tekelinin siyaset ve yasa hazırlayıcıları ile nasıl bir işbirliği içinde olduğunu gösteren örnekler, araştırmanın önemini ve anlamını vurgulamak için verilmiştir. Siyasete bu kadar bağımlı bir medyanın köşe yazarlarına tanıdığı özgürlük alanı çok ince ayarlarla yapılagelmektedir. Medya patronlarının köşe yazarlarını Demokles'in kılıcı misali siyasetçilerin tepesinde tutma ya da onlara yaranmanın ve bu şekilde istediklerini onlardan koparabilmenin ayarı zaman zaman Emin Çölaşan gibi bazı köşe yazarları

tarafından bozulduğunda, onlara önce uyarı, sonra yazılarını basmama veya sansürleme, ve ileri aşamalarda tehdit ve işten atma gibi cezalar verilebilmektedir. Ancak Emin Çölaşan, işten atılması olay olabilecek bir gazeteci olduğu için süreç bu kadar sancılı olmuştur. Daha az tanınan yazarların böyle bir şansı hiç yoktur. Onların doğrudan kurumla ilişkileri kesilmektedir. Böyle bir duruma neden olmamak için onlar da yazılarını içinde çalıştıkları kurumun genel eğilimine göre ayarlamaktadırlar.

Biz bu çalışmamızda bu ayarın ne düzeyde yapıldığını belirlemeye çalıştık. Patronların gölgesinde hükümet icraatları karşısında dördüncü güç gibi çalışması gereken köşe yazarlarının bu yeni konumunu da Postmodernist dördüncü güç olarak adlandırdık.

AMAÇ VE YÖNTEM

Araştırma, 10-16 Kasım 2005 tarihleri arasında çıkan bütün ulusal gazetelerin köşe yazıları incelenerek yapıldı. Araştırmanın amacı, köşe yazarlarının değişik konu ve kişilerle eleştiri ya da övgü oranlarını, bir başka deyişle, köşe yazarlarıyla ilgili genel kanı olan eleştiri yapma düzeylerini bilimsel ölçütlerle belirlemektir.

Araştırmanın yapıldığı tarihte, bugün olduğu gibi, laiklik, ulusal bütünlük ve PKK terörü gibi bütün gazetelerin manşetten dolayı veya dolaysız olarak verdikleri gündem konuları olmamakla birlikte, AİHM'in türban kararı, Fransa olayları, Erdoğan hükümetinin siyasi ve ekonomik uygulamaları daha çok üzerinde durulan konular olarak göze çarpmaktadır. Köşe yazarları arasında bugün görüldüğü oran ve şiddette sataşma ve 'Cumhuriyetçi', 'dinazor', 'İkinci Cumhuriyetçi', 'laik' 'antilaik' gibi etiketsel bölünme görülmemektedir. Ancak, basın genel olarak 1. Erdoğan Hükümeti'ne yıkıcı davranmadığı, hatta çoğunlukla açık destek

verdiği bir dönemde, köşe yazarlarının, aşağıda belirtilen konularda ne derece olumlu ya da olumsuz tavır takındıkları ile ilgili bulgular, köşe yazarlığının misyonu açısından ışık tutucu olacaktır.

Köşe yazarlarının konularına göre yapılan sınıflandırmalar, gazeteden gazeteğe değişmektedir. Büyük Amerikan gazetelerinde köşe yazıları, yorum ve eleştiriler için kullanılan başlıklar çok ayrıntılıdır. Örneğin, *Chicago Sun Times*, köşe yazarı konularını, 'Baş Yazar', 'Haber ve Görüşler', 'Blogs', 'Spor', 'İş Dünyası', 'Eğlence', 'Yaşam', 'Teknoloji' olarak sınırlarken; *The Philadelphia Inquirer*, 'Şehir' (Metro), 'İş Dünyası', 'Spor', 'Fikir', 'Ev ve Tasarım', 'Moda', 'Sağlık ve Bilim', 'Gıda ve Yemek', 'Kültür ve Yorum', 'Ünlüler ve Dedikodu', 'Sinema', 'Müzik', 'Tiyatro', 'Kitap', 'Video oyunları' gibi ayrıntılı vermektedir.

Araştırma, köşe yazılarını Türkiye genelinde popüler tartışma konularını dikkate alarak ayrıntılı olarak 15 başlık halinde toplayarak içerik çözümleme yöntemiyle yapıldı. Bunlar: 'İç Siyaset', 'Dış Siyaset', 'Ulusal Ekonomi', 'Uluslararası Ekonomi', 'Magazin', 'Spor', 'İslami Uygulamalar', 'Farklı Dinler', 'Laiklik Uygulamalar', 'Şeriat', 'Kültür-Sanat-Gezi' 'Yaşam', 'Kişisel Yazılar', 'Eğitim', 'Sağlık' olarak belirlendi. Araştırılan gazete köşe yazılarının konulara göre dağılımı aşağıda tablolarla gösterilmiştir.

Öncelikle araştırma konularının tanımı yapıldı ve kapsamı belirlendi. Bu tanımların kapsadığı yorumlar 'olumlu' ve 'olumsuz' alt başlıkları altında değerlendirildi. Köşe yazılarının değerlendirilmesinde kullanılan başlıklar belirlendikten sonra yazılar bu tanımlar çerçevesinde değerlendirildi. Değerlendirmede kullanılan yöntem, önce yazıyı dikkatle okumak, yazının ana temasını bulmak ve bu temanın daha önce belirlenen

başlıklar altında eleştirel ya da olumlu bir bakış açısıyla ele alınıp alınmadığını belirlemek olarak özetlenebilir. Çözümlemenin doğru yapılması açısından incelemek üzere belirlenen konuların neleri kapsayacağını açıklayan bir yönetmelik hazırlandı.

İncelenen Konu Başlıklarının Tanımı ve Kapsamı (Yönetmelik)

İç Siyaset: Siyasi iktidarın din, eğitim, sağlık, kültür, ekonomi, hukuk, spor ve her türlü diğer sosyo kültürel ve siyasi konular bağlamında uygulamaları veya düşünceleri ile ilgili olumlu ya da olumsuz yorumlar.

Dış Siyaset: Dış ülkelerin ve kurumların din, eğitim, sağlık, kültür, ekonomi, hukuk, spor ve her türlü sosyo-kültürel ve siyasi konular bağlamında Türkiye siyasetini ilgilendiren uygulama ve düşünceleri ile ilgili olumlu ve olumsuz bilgiler ve yorumlar.

Ulusal Ekonomi: Türkiye'deki ekonomik gelişmelerle ilgili olumlu ve olumsuz bilgiler ve yorumlar.

Uluslararası Ekonomi: Türkiye dışındaki ülke ve kurumlardaki ekonomik gelişmelerle ilgili olumlu ve olumsuz bilgiler ve yorumlar.

Magazin: Gece hayatı, her tür ünlülerin yaşamını ve davranışlarını içeren yazılar veya magazin türü haberlerle ilgili olumlu ya da olumsuz bilgiler ve yorumlar.

Spor: İç ve dış spor dünyasındaki gelişmeler ve sporla ilgili kişiler bağlamında olumlu ve olumsuz bilgiler ve yorumlar.

İslami Uygulamalar: Doğrudan İslamın uygulanışı ile ilgili olumlu ve olumsuz bilgiler ve yorumlar.

Farklı Dinler: Türkiye'de ki farklı dinlerle ilgili olumlu ya da olumsuz bilgi ve yorumlar.

Laiklik Uygulamaları: Laikliğin tanımı, uygulanışı, iktidar ve iç ve dıştaki kurumlar (AİHM.vb.) tarafından kavranışı konusunda olumlu ya da olumsuz bilgiler ve yorumlar.

Şeriat: İslam şeriatı ile ilgili olumlu ya da olumsuz yorumlar

Kültür-Sanat-Gezi: İç ve dış dünyada kültürel, sanatsal etkinlikler, açılışlar, tanıtımlar ve turistik geziler ve görülecek yerlerle ilgili olumlu ya da olumsuz bilgilendirici yazılar, yorumlar.

Yaşam: Trafik kazaları, doğal afetler, suç eylemleri, sivil toplum örgütleri, vatantaşların yaptıkları ile ilgili haber ve konularla ilgili olumlu ve olumsuz bilgiler ve yorumlar.

Kişisel Yazılar: Yazarın kendi duyguları, anıları, yaşadığı bir örnek olay veya başkalarına ilişkin olumlu ve olumsuz yazılar.

Eğitim: Türkiye'de eğitim politikası ile ilgili olumlu ya da olumsuz yorumlar.

Sağlık: Türkiye'de ve dünyada sağlıkla ilgili olumlu ve olumsuz yorumlar.

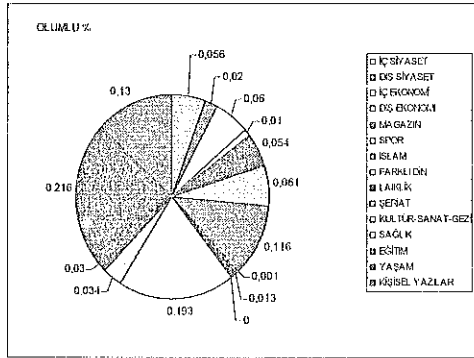
BULGULAR

10-16 Kasım 2005 tarihleri arasında yedi gün boyunca bütün gazetelerdeki köşe yazılarının tarandığı araştırma sonucunda (Tablo 1) basının en çok iç siyaset, dış siyaset ve spor konularında olumsuz köşe yazıları yayımlandığı belirlendi (Tablo 2). Köşe yazarları

nun sayısı gazeteden gazeteye değişmektedir. Bu nedenle, yazılan yazılarla ilgili olumlu ya da olumsuzluk değerlendirmeleri köşe yazarı sayısına göre orantısal olarak yapılmıştır (Şekil 1).

İncelenen Gazeteler	Yorum Yazıları	
	Sayı	%
<i>Hürriyet</i>	76	13
<i>Sabah</i>	64	11
<i>Türkiye</i>	59	10
<i>Cumhuriyet</i>	56	10
<i>Milli Gazete</i>	49	8
<i>Zaman</i>	44	8
<i>Milliyet</i>	41	7
<i>Vakit</i>	41	7
<i>Yeni Şafak</i>	39	7
<i>Tercüman</i>	36	6
<i>Posta</i>	32	5
<i>Vatan</i>	25	4
<i>Star</i>	22	4
Toplam	584	100

Tablo 1: 10-16 Kasım tarihinde Gazetelerdeki Köşe Yazarlarının Sayısı



Şekil 1: Köşe yazarı Sayısına Göre Konuların Oransal Dağılımı

Köşe Yazarları Hükümet Uygulamalarına Eleştirel Bakıyor:

10-16 Kasım 2005’de yayınlanan toplam 13 gazetede 7 günü içeren bütün köşe yazıları değerlendirildiğinde iç siyasette 50 (%10.7) olumlu yoruma karşın 415 (%89.3) olumsuz yorum yapılmış (Tablo 2). İç siyaset olarak

Tüm Gazetelerdeki Köşe Yazılarında	Olumlu		Olumsuz	
	Sayı	%	Sayı	%
İç Siyaset	50	10.7	415	89.3
Dış Siyaset	19	11.5	145	88.5
Ulusal Ekonomi	49	30.8	110	69.2
Uluslararası Ekonomi	9	40.9	13	59.1
Magazin	41	56.1	32	43.9
Spor	53	52.8	131	71.2
İslam	94	70.1	40	29.9
Farklı Din	2	15.3	11	84.7
Laiklik	10	32.2	21	67.8
Şeriat	0	0	1	100
Kültür-Sanat-Gezi	161	86	26	14
Yaşam	168	53.1	148	46.9
Kişisel Yazılar	109	75.6	35	24.4
Eğitim	25	39	59	61
Sağlık	26	63.4	15	36.6

Tablo 2: Tüm Gazetelerde Köşe Yazılarında İncelenen Konuların Sayısal ve Oransal Dağılımı

değerlendirilen köşe yazıları yönetimin uygulamaları ile ilgili olup, olumlu ve olumsuz değerlendirmeler inceleme kapsamına alınmıştır. Bazı gazetelerde köşe yazarı sayısı fazla olduğu için olumlu ve olumsuz haberler diğer gazetelere oranla fazla olmaktadır; ancak bu değerlendirme oransal olarak sıralandığında gazetenin konularla ilgili genel tutumu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3’de görüldüğü gibi Hükümet’in iç siyasetle ilgili uygulamalarına en olumsuz bakan gazete *Cumhuriyet Gazetesi*. Sağ ve dinsel basım hükümete yakınlık veya uzaklık derecesine göre eleştirilerini artırıyor veya azaltıyor; ancak hepsinde eleştiri oranı yüksektir. *Vakit* gazetesi eleştiride *Cumhuriyet*’ten sonra geliyor. Popüler ve yüksek tirajlı gazeteler *Hürriyet*, *Vatan*, *Türkiye*, *Sabah* ve *Milliyet*’in eleştiri oranları da hayli çarpıcı görünüyor.

Gazeteler	Olumlu (%)	Olumsuz (%)
Cumhuriyet	2.1	97.9
Vakit	3.4	96.6
Hürriyet	5.7	94.3
Vatan	7	93
Türkiye	7.1	92.9
Sabah	7.3	92.7
Milliyet	7.6	92.4
Tercüman	13	87
Yeni Şafak	15.3	84.7
Milli Gazete	16.3	83.7
Star	25	75
Zaman	25	75
Posta	50	50

Tablo 3: Köşe Yazarlarının İç Siyaset Değerlendirmeleri

Tablo 2’de görüldüğü gibi, dış ülkelerdeki siyasi uygulamalarla ilgili yapılan toplam 154 yorum içinde 19 (%11.5) yorum olumlu, 145 (%88.5) yorum olumsuzdur. Köşe yazarları Türkiye dışındaki siyasi uygulamalara da olumsuz bakmaktadırlar (Olumlu %11.5, Olumsuz %88.5). Gazetelerde köşe yazılarının dış siyaset yorumlarının oransal dağılımı Tablo 4’de gösterilmiştir:

Gazeteler	Olumlu (Sayı)	Olumsuz (Sayı)
Hürriyet	2	10
Sabah	-	10
Türkiye	-	11
Cumhuriyet	1	8
Milli Gazete	3	18
Zaman	3	7
Milliyet	1	19
Vakit	1	10
Yeni Şafak	4	18
Tercüman	3	17
Posta	1	1
Vatan	-	9
Star	-	7

Tablo 4: Köşe Yazarlarının Dış Siyaset Değerlendirmeleri

Köşe yazılarında en çok işlenen konular ‘yaşam’ (%15.9), ‘iç siyaset’ (%10), ‘kültür-sanat ve gezi’ (%9.49) ve ‘spor’ (%9.3)

Tablo 5’de görüldüğü gibi, 1978 olarak hesaplanan konuların başında ‘yaşam’ (316) ve ‘iç siyaset’ (198) gelirken. Laiklik 31, farklı dinler sadece 13 adet olarak belirlenmiştir: Hemen hemen hiç işlenmeyen konu ise şeriatıdır.

Konu	Sayı	%
Yaşam	316	15.9
İç Siyaset	198	10.0
Kültür-Sanat-Gezi	187	9.4
Spor	184	9.3
Dış Siyaset	164	8.2
İç Ekonomi	159	8.0
Kişisel	144	7.2
İslam	134	6.7
Eğitim	84	4.2
Sağlık	41	2.0
Laiklik	31	1.5
Dış Ekonomi	22	1.1
Farklı Din	13	---
Şeriat	1	---

Tablo 5: Köşe Yazılarında Önem Strasına Göre İşlenen Konular

TARTIŞMA VE SONUÇ

10-16 Kasım 2005 tarihleri arasında Fransa’daki ayaklanmaların ve AIHM’nin ‘türban’ kararının gündemi oluşturduğu bir dönemde yapılan bu araştırma, Türk basınındaki köşe yazarlarının tutumu ile ilgili bazı ipuçları vermektedir. Her ne kadar köşe yazılarının içeriği ulusal ve uluslararası gündeme göre değişse de, bir hafta boyunca Türkiye’deki bütün gazetelerde yazılan köşe yazılarının masaya yatırıldığı bu inceleme basında köşe yazılarının genel eğilimi hakkında fikir vermektedir. Bu araştırmanın yapıldığı tarihte Hükümet ile basın arasındaki ilişkiler bugün olduğundan daha iyi olmasına karşın, köşe yazarlarının genel olarak iç siyaseti, uluslararası siyaseti ve Türk sporunu eleştirdiği görülüyor. Köşe yazarlarının sahip olması gereken özellikleri arasında en başta gelen eleştiri özellikle iç siyaset konusunda açık bir farkla kendini gösteri-

yor. Genel olarak bakıldığında, tekelleşen ve liberal ekonominin bağlayıcı koşullarıyla iktidara ve güç çevrelerine çıkar ilişkileriyle bağlı medya patronlarının ve onların emrindeki Genel Yayın Yönetmenlerinin haberleri seçme, düzenleme ve sunumlarıyla iktidar yanlısı bir tutum izlemekle suçlandıkları süreçte köşe yazarlarının postmodernist bir '4. Kuvvet' rolü üstlendikleri söylenebilir. Çünkü; genel olarak iktidara yakın olan basının köşe yazarlarının en çok eleştirdikleri konu, iç siyaset (% 89.3 olumsuz) olarak görülmektedir.

Özetlenecek olursa:

- İç siyaset en çok eleştirilen konudur.
- Köşe yazılarında en çok işlenen konular, trafik kazaları, doğal afetler , sivil toplum örgütleri, vatandaşların yaşadıkları olaylar gibi "yaşam" konularıdır
- En çok köşe yazarı *Hürriyet* (76), *Sabah* (64), *Türkiye* (59) ve *Cumhuriyet* (56) gazetelerinde çalışıyor. En az köşe yazarı nisbeten daha

ucuz satılan günlük gazetelerde, *Posta* (32) ve *Star* (22)'da görülüyor.

-Hükümete eleştiri en çok *Cumhuriyet* gazetesinde (%97.9), en az eleştiri ise *Posta* gazetesinde (%50) yapılıyor; ancak genel olarak basın köşe yazarları iç siyaset konusunda eleştirel bir görünüm sergiliyorlar.

-Köşe yazarlarının en olumlu yazıları siyaset dışı, hükümetle ilgisi olmayan , kültür-sanat ve gezi ile ilgili konularda (%86), kişisel (%75.6) ve magazin (%56.1) yorumlarında ortaya çıkıyor.

-Köşe yazarları ulusal bir sorun olan eğitim (%0.04) ve sağlık (%0.02) sorunlarını fazla işlemiyorlar.

-Köşe yazarları ulusal spor konularında da eleştirel (%71.2) yazılar yazıyorlar.

-Laiklik, farklı dinler ve şeriat ile ilgili din içerikli yorumlar genel içinde hemen hemen hiç yok gibi. İslamın uygulanışı ile ilgili dinci basında bazı yorumlar yapılsa da genel akış içinde oranı önemli bir temsil sergilemiyor.

KAYNAKLAR

- Bilgili,C.(2005). 'Medya Üretim İlişkileri ve 'Vicdan Hükümü'nün Hükümsüzlüğü' *Medya Eleştirileri*, N.T. Akbulut (der.) içinde.İstanbul: Beta. s.175-197.
- Brook,D.(2004). *Republican Noise Machine:Right- Wing Media and How It Corrupts Democracy*. New York: Crown Publishing Group.
- Chomsky, N. (1999). *Medya Gerçeği*, çev: Abdullah Yılmaz, İkinci Baskı, İstanbul:Tüm Zamanlar. (Orijinal Kitabın Basım Yılı: 1989)
- Curran, J. (2002). *Media and Power*. Routledge.Gandy, O. (1991),"Beyond Agenda-Setting", *AGENDA SETTING Readings on Media,PublicOpinion, and Policymaking* içinde, David L. Protes and Maxwell McCombs (Eds.), Lawkrence Erlbaum Associates, Publishers, Hillsdale, New Jersey.
- Çölaşan.E.(2007). *Kovulduk Ey halkım Unutma Bizi* .Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Friedman, J.,(2006). "Columnists and Critics" . New York Times.
- Gandy, O.(1991). "Beyond Agenda Setting" ", *Agenda Setting* içinde, David L. Protes ve Maxwell McCombs (ed.), New Jersey,London:Lawrence Erlbaum Associates.

- Gürsoy, B. Kotaman, A. (2005). "Gazetecilik Mesleği, Meslek Sorumluluğu ve Etik". *Medya Eleştirileri Gelişimine İlişkin Değerlendirmeler* N.T. Akbulut (der.) içinde. İstanbul: Beta: 39-57
- Haberler (2008). <http://www.haberler.com/eski-rtuk>. 8 Ocak 2008 .
- Hall, Stuart (1994a) "İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü" M. Küçük (çeviren), *Medya İktidar İdeoloji* M. Küçük (der.) içinde. Ankara: Ark: 57-97.
- (1994b) "Kültür, Medya ve İdeolojik Etki", M. Küçük (çeviren), *Medya İktidar İdeoloji* M. Küçük (der.) içinde. Ankara: Ark: 169-195.
- Keane, John (1993). *Medya ve Demokrasi* Çev. H. Şahin. İstanbul: Ayrıntı. (Orijinal Kitabın Basım Yılı 1991)
- McCombs, M. ve Shaw, D. (1991). "The Agenda-Setting Function of Mass Media", *Agenda Setting* içinde, David L. Pross ve Maxwell McCombs (ed.), New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates
- McNair, B. (1999). *Journalism and Democracy: Evaluation of Political Public Sphere*. Routledge.
- Tekinalp, Ş. (2003). *Camera Obscuradan Synopticon'a Radyo ve Televizyon*. İstanbul: Derin.
- Turgut, S., (2005). "Köşe yazarı Olmanın Altın Kuralları". Akşam Gazetesi. 30.08.2005.