



Türkiye’de Köşe Yazarlığı Olgusunun Tarihsel İzleği

Yusuf ÖZKIR*

Öz

Köşe yazarlığı, gazeteciliğin vazgeçilmez alt alanlarından birisi olarak basın tarihinde ve günümüzde belirgin bir yere sahiptir. Bu yüzden köşe yazarlığı olgusunu köşe yazılarının içeriği bağlamında araştırmalara konu edinen pek çok yayın yapılmıştır. Bununla birlikte köşe yazarlığının bizzat kendisini bir olgu olarak inceleyen çalışmaların sayısı nispeten sınırlıdır. Bu çalışmanın amacı bu konudaki boşluğun doldurulması konusunda bir katkı sunmaktır.

Bu yüzden çalışmanın amacı doğrultusunda Türkiye’de köşe yazarlığının gelişim süreci çalışmanın konusu olarak tercih edilmiştir. Bu çerçevede Osmanlı Devleti’nde yayınlanan ilk resmi gazete Takvim-i Vekayi ve ilk özel gazete Tercüman-i Ahval gazetelerinden günümüze uzanan bir çizgi içerisinde köşe yazarlığının kendisi temel özellikleri ve dönüşüm alanları bakımından ele alınmıştır.

Türkiye’de köşe yazarlığı olgusunun siyasal ve toplumsal gelişmelerden etkilendiğine dair genel bir sonucu tüm metinden çıkartmak mümkündür. Buna ek olarak köşe yazarlığının topluma erişebilmek için farklı dönemlerde dahi dilde sadeleşme tartışmaları yaşadığı görülmektedir. Türkiye’de siyasi ve ekonomik yaklaşım biçimlerinin değişmesine koşut olarak gazetelerdeki yönetim biçimi, yayın politikası değişmiş; köşe yazarlığı olgusu da bu değişimin dışında kalamamıştır. Nihai kertede daha bütünsel bir perspektiften bakılarak değerlendirildiğinde; Türkiye’de köşe yazarlığı olgusunu kendi tarihi içinde temellendirme çabası, bu çalışmanın sonuçlarından birisidir.

Anahtar kelimeler: Gazete, Basın Tarihi, Köşe Yazarı, Babıali, Hürriyet Gazetesi.

Historical Process of the Concept of Column Writing in Turkey

Abstract

As an indispensable element of journalism, column writing has a significant place in the history of the press and today. Therefore, many publications have taken the concept of column writing as a research subject based on the context of the columns. However, the number of studies that analyze column

* Yrd. Doç. Dr., Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, yusufozkir@gmail.com

writing as an occupation is limited. The aim of this research is to contribute to the existing gap on the subject.

For this purpose, the subject matter of this study has been determined as the development process of column writing in Turkey. Within this scope, the basic attributes of column writing and its transformation have been analyzed based on *Takvim-i Vekayi*, the first official newspaper of the Ottoman Empire, and *Tercüman-i Ahval*, the first private newspaper.

The texts point out the conclusion that column writing in Turkey is effected by political and social developments. Additionally, it is observed that column writing experiences the discussions of simplification of language in order to access the public in different eras. As the administrative style and publishing policy of newspapers have transformed due to the changing political and economic orientations, column writing too was subject to this change. In sum, by looking at the subject from a holistic perspective, founding a basis for column writing in Turkey within its historical context is one of the conclusions of this research.

Keywords: Newspaper, History of the Press, Columnist, Babıali, Hürriyet Daily.

Giriş

Türkiye’de medyanın kurucu unsurunu oluşturan gazeteler, aradan geçen uzun süreye ve iletişim teknolojilerinde yaşanan değişmelere rağmen kamuoyunun belirlenmesindeki konumunu sürdürmektedir. Radyodan televizyona, internet gazetelerinden sosyal medyaya ve genel olarak iletişimin dijitalleşme sürecine uzanan bir hat üzerinde gazetenin tarihine bakıldığında, gazetenin varlığını tartışma konusu edinen onlarca meydan okuma yaşanmasına rağmen, gazete kitle iletişim araçlarından birisi olmaya devam etmektedir.

Bugünkü anlamda modern gazetenin ilk örnekleri 16. yüzyılın sonu ve 17. yüzyılın başında Avrupa’nın liman kentlerinde, daha çok burjuvazinin ihtiyaçlarına cevap üretebilmek amacıyla yayınlanmış; 19. yüzyılla birlikte gazeteler, Sanayi Devrimi’nin neden olduğu sosyal ve siyasal atmosfer içinde kurumsallaşarak kitle iletişimi yönüyle öne çıkmaya başlamıştır.

20. ve 21. yüzyılda iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte gazeteciliğin yeni araçlar vasıtasıyla da yapılmaya başlandığı görülmektedir. 1920’lerde radyo; 1950’lerde televizyon ve 1990’larla birlikte internetin iletişim ve dolayısıyla gazetecilik alanına getirdiği yenilikler, yapısal olarak gazete için gelecek kaygısı oluşturmuş olsa da mevcut durumda gazete, küre ölçeğindeki varlığını sürdürmüştür.

Bu tarihsel gelişim sürecinde gazeteyi meydana getiren temel unsurların da zamanla farklılaştığı ve zenginleştiği görülmektedir. Salt yazıya dayalı haberleşme mektuplarından renkli fotoğrafların gazetelerde yayınlanmaya başlamasına; haberciliğe verilen önemin artmasına; gazetelerin derin soluklu yazılar aracılığıyla fikir ve ideoloji planında mücadeleye girişmesine ve modern gazeteciliğin şekillenmesiyle birlikte pazarlama enstrümanlarının gazetelerde görünür olmasına kadar bir dizi faktörden bahsedilebilir.

Ayrıca tüm bu tarihsel süreç içinde gazeteyle özdeşleşen bir başka unsur da “köşe yazarı” ve “köşe yazısından” oluşan köşe yazarlığı olgusudur. Bir alan olarak köşe yazarlığı; gazetelerde haber, fotoğraf, ilan ve diğer içeriğin dışında; yazarın, belirli sınırlar içinde kendi düşünceleri, tecrübesi ve birikimi doğrultusunda görüşlerini paylaşmasından oluşmaktadır. Köşe yazarları, güncel yayın yapan gazetelerden tematik yayın yapan gazetelere kadar gazeteciliğin tüm alanlarında belirli bir yere sahiptir ve okuyucu açısından köşe yazıları, haberden farklı bir nitelik taşır. Okuyucu, haberden olayın kendisiyle ilgili bilgileri öğrenirken köşe yazısından konuya dair yorumları edinmektedir. Bu yüzden köşe yazıları, okuyucu için birer nişan taşı olarak değerlendirilmektedir (Tüfekçioğlu, 1993, s. 19). Türkiye’de gazeteler de bu konuda zengin bir içerik sunmaktadır. Bu yüzden köşe yazarı sayısı ve köşe yazarlığının bileşenleri bakımından Türkiye’de yayın yapan gazetelere bakıldığında köşe yazarları hem sayısal olarak hem de kamuoyunun belirlenmesi noktasında ön plandadır.

Gündelik hayatın yorumlanabilmesinde; siyasal, ekonomik, kültürel ve sosyal olaylara dair fikir edinilmesinde köşe yazarları rol oynamaktadır. Köşe yazarları, sadece gazetelerde köşe yazmamakta aynı zamanda televizyon ve radyoda program sunarak veya katıldıkları programlarda yorum yaparak kamuoyunun şekillenmesine etki etmektedir. İnternetin her yönüyle yaşamı kapsamaya başlamasıyla birlikte köşe yazarları bloglarında, internet gazetelerinde yazı yazabilmekte; özellikle Facebook ve Twitter gibi sosyal medya ortamları aracılığıyla düşüncelerini ileterek veya yazılarından ürettikleri spot ifadeleri paylaşarak geniş kesimlere ulaşabilmektedir.

Köşe yazarlarının kendi fikirlerini paylaştığı mecranın çeşitlenmesi; medyanın yoruma dayalı yönünü ön plana çıkartmış ve medyanın siyaset, ekonomi, eğitim ve dış politika gibi diğer alanlarla kurduğu ilişkilerde köşe yazarlarının kanaatleri önem kazanmıştır. Bu yüzden Türkiye’de kamuoyunun şekillenmesine köşe yazarlarının yorumları ve bir ölçüde kişilikleri etrafındaki değerlendirmeler de etki etmektedir. Köşe yazarının spordan siyasete ve ekonomiden dış politikaya uzanan farklı alanlarda ortaya koyduğu fikirler büyük ölçüde o alanın tartışma sınırlarını çizebilecek kadar etkin olabilmekte; gazetelerin genel yayın politikaları çerçevesinde ürettikleri haberlerden daha fazla köşe yazarlarının yorumları tartışılır olmakta ve gündem belirlemektedir.

Köşe yazarlarının gazete dışındaki televizyon, radyo ve internet mecrasındaki görünürlükleri arttıkça köşe yazarlığı mesleğinin de toplumsal kabul edilebilirliği, seyirlik değeri ve karar alıcılar nezdindeki tesiri artmış; bu da doğrudan medyanın içinde olmayan, başta akademi ve siyaset dünyası olmak üzere, pek çok meslekten insanın köşe yazarlığına yönelmesine katkı sunmuştur.

Gazetecilik, ilgi alanı geniş bir meslek olduğu için sadece gazeteciliğin içinden gelenlerin değil aynı zamanda dışarıdan isimlerin, özellikle de hukuk, sağlık, ekonomi, spor ve kültür-sanat alanlarında ihtisas yapanların, köşe yazısı yazarak fikirlerini kamuoyuyla paylaşabileceği bir imkânı barındırmaktadır. Gazetecilik böylesi uzmanlaşma alanlarından faydalanmakla birlikte gelinen noktada köşe yazarlığına yönelen talebin gazetelerin ihtiyacı olan bilgi açığını kapatmaya yönelik desteği aştığı ve köşe yazarlığının giderek doğrudan amaç haline geldiğine işaret eden göstergeler belirlemiştir. Bundan dolayı gazetelerde ve internet sitelerinde yüzlerce köşe yazarı

bulunmaktadır. Yüzlercesi de köşe yazarı olmak için ya çabalamakta ya da davet beklemektedir. Bu yüzden adeta yoğunlaşmış bir köşe yazarlığı piyasasından bahsetmek şaşırtıcı değildir.

Bu çalışma “köşe yazarlığı olgusu” üzerine yapılan tartışmalara “giriş” mahiyetinde bir katkı sunmak ve bu bağlamda köşe yazarlığının Türkiye’deki gelişim ve dönüşüm noktaları üzerine yoğunlaşarak meselenin tarihsel boyutunun anlaşılmasını sağlamayı hedeflemekte; bu yönüyle de büyük ölçüde konuya giriş mahiyetinde bir boyut taşımaktadır.

Bu çalışmada betimleyici araştırma yöntemi kullanılmış ve Türkiye’de köşe yazarlığı olgusu başlangıcından bu yana dönüşüm noktaları ile birlikte ele alınmıştır. Çalışmada köşe yazarlığının dünden bugüne kadar olan değişim, köşe yazarlığının hangi dönemlerde hangi dili kullandıkları, yine köşe yazarlarıyla gazete sahipleri arasındaki ilişkiler tasvir edilmeye çalışılmıştır. Elbette bu tür araştırma ve çalışmalarda analitik yöntem kullanılmasının, konuyu bilimsel alana yakınlaştırdığı bilinse de, betimleyici tarzdaki çalışmaların da analitik çalışmalara ışık tutucu ve konuyu bütünlüğü şekilde ortaya koyduğu gözden kaçmamalıdır. Bu bağlamda ele alınan konu, alandaki sistematik bilgi açığının giderilebilmesine katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın zaman dilimi olarak Osmanlı Devleti döneminde 1831 yılında yayınlanan ilk resmi gazete Takvim-i Vekayi’den günümüze uzanan bir çizgi takip edilmiş ve özellikle medyada ticarileşmenin egemen olmaya başladığı 1980’ler ve 2000’li yıllar çalışmaya dahil edilmiştir. Bu çalışmada köşe yazarlığı olgusunun tarihsel izleği irdelenirken köşe yazılarının içeriği elden geldiğince dışarda bırakılmaya çalışılmış; büyük ölçüde gazetede belirli bir yer tutan köşe yazısının dilinde, gazetede konumunda, köşe yazarlığının toplumsal alandaki karşılığında, ele aldığı konulara yer verme biçiminde ve medyadaki ticarileşmenin köşe yazarlığı olgusunu etkileme şekline yer verilmeye çalışılmıştır. Kuşkusuz gazete, köşe yazarı, köşe yazısı ve siyasi-toplumsal bağlam iç içe geçen ve birbirlerini hem etkileyen hem de etkilenen konumdadır. Bundan dolayı çalışmanın içinde iç içe geçen değinilere de rastlanması kaçınılmaz olmuştur. Ayrıca çalışmanın zaman dilimi doğal olarak Türk modernleşmesinin yaşandığı döneme tekabül etmektedir. Fakat burada Türk modernleşmesi alt metin olarak alınmış, detaylı bir değini yapma gereği duyulmamış, metnin bütünlüğü ve yeri dikkate alınarak odak konudan hareketle tarihsel değişim ve süreklilik takip edilmiştir.

Köşe Yazarlığı

Gazeteciliğin temel ilkelerinden birisi olarak haber ile yorum arasında ayırım yapmak gerekir. Haber gerçeklere ve verilere dayalı bilgilendirmedir. Buna karşılık yorum ise yazarın, yayımlayanın veya yayın şirketlerinin düşüncelerini, inançlarını, kişisel yargılarını içerir. Haber yayını, gerçeklere dayandırılmalıdır ve doğruluğu kanıtlanır olmalıdır. Yorumlar, genel düşünceler veya günlük olaylar üzerinde yapılabilir. Yorum, sübjektif olduğundan, doğruluğu üzerinde eleştiri yapılamaz (Tokgöz, 2000, s. 85).

Brian McNair köşe yazarının pozisyonunu medya-siyaset ilişkileri bağlamında ele almaktadır. McNair özellikle siyasi konular üzerine analiz yapan gazeteciler için “political pundit” ya da “journalist as pundit” terimini kullanır. Bu terimde kullanılan “pundit” kelimesi Sanskritçe

kökenli olup “âlim”, “bilge” ya da “uzman” anlamlarına gelmektedir. Esas görevinin ise kitlelerin fikirlerini şekillendirme işlevi olduğu belirtilmektedir. McNair “punditlik” vasfının en yüksek noktasının köşe yazarlığı olduğunu iddia etmekte ve köşe yazarlarının siyasetten ekonomiye her türlü alana dair yazabildiğini ve bunların çoğunun tavsiye verici olduğunu belirtmektedir (McNair, 1995, ss. 79-81).

Köşe yazarlığını gazetede yeralan haberden ayırabilmek için geliştirilen yorum yaklaşımına göre köşe yazısı büyük ölçüde metni kaleme alan kişinin görüşünü yansıtır. Köşe yazısı, kişisel tecrübeye ve birikime dayalı; yazanın kendi zihinsel süzgecinden geçerek ortaya çıkan bir ürün olduğu için kendisine mutlak anlam yüklenmemesi gerekmektedir. Köşe yazarlığı, büyük ölçüde, hızlı haber akışının gerçekleştiği bir düzlemde kişilere, gruplara ve toplumlara yazanın isteği doğrultusunda yönelim desteği sağlamaktır (Schlapp, 2002, s. 61).

Gazeteciliğin bir alt alanı olarak değerlendirilen köşe yazarlığının giderek gazetelerde egemen pozisyona geçtiğine dair eleştiriler de yapılmaktadır. Gazetelerde gazeteci ve muhabirden fazla köşe yazarı var (Gürel, 2004, s. 245) ifadesiyle dile getirilen bu eleştiride gazeteciliğin giderek yerini köşe yazarlarına terk ettiği vurgulanmaktadır. Bu durum Asna (2004) tarafından günlük gazete okuyucusunun haber yerine köşe yazısı okumaya zorlanması olarak değerlendirilmektedir.

Köşe yazarlarının gazetede pozisyonuyla muhabirlerin pozisyonu arasında fark vardır. Herhangi bir olayın haber olarak aktarılmasında gazete sahibinin çıkarları (içselleştirilmiş kurumsal bir kültür olarak oto sansür) belirleyici olmaktadır. Aynı gerçeklik köşe yazarı için de büyük ölçüde geçerlidir. Fakat sayısı az da olsa köşe yazarının, gazetenin savunduklarıyla uyuşmadığı durumlar da bulunmaktadır. Habere göre köşe yazarının yazılarında eleştirel içerik veya gündemden bağımsız içeriğe sahip yorumların yer alması mümkündür (Tekinalp, 2008, ss. 119-130).

Bununla birlikte köşe yazarlarının kamuoyunu etkileme derecesi bakımından köşe yazarının ne yazdığı kadar nerede yazdığı önemlidir. Kurumsal yapısı oturmuş, belirli bir gelenek oluşturmuş gazetede yazmakla bu anlamda daha amatör bir gazetede yazmak arasında fark vardır. Kurumsallaşmış yapı, çalışanına da nitelik kazandırmaktadır. Köşe yazarı; o gazete sayesinde yazardır. Çünkü öneminin, etkinliğinin bir bölümü ardındaki kuruluştan gelir (Oskay, 1999, s. 47).

Gazetelerde geniş bir yer tutan köşe yazılarından hareketle köşe yazarlığı, hem küresel ölçekte hem de ülkemizde farklı bağlamlarda çalışmalara konu olmuştur. Yapılan çalışmalara bakıldığında köşe yazarlığı olgusunun genel olarak altı bağlamda irdelendiği görülmektedir.

1. Köşe yazarları tarafından kaleme alınan yazıların söylem ve içerik analizlerinin yapılmasıyla ne söylediklerine odaklanılması. Türkiye açısından bakıldığında özellikle askeri darbe dönemlerinde köşe yazarlarının nasıl bir tutum takındıkları çalışmalarda¹ öne çıkar (Gölcü, 2014). Türkiye’de başkanlık sistemi tartışmalarını (Bayram, 2015, s.15) köşe yazarlarının yaklaşımları bağlamında inceleyen bir çalışma ve Suriyeli mültecilerin köşe yazılarında nasıl ele

1 Ayrıca Benzer bir çalışma için Bkz. Değer, A. (2013). *Doğu-Batı ekseninde Türkiye: Arap Baharı'nın köşe yazılarında söylemsel konumlandırılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

alandığı (Çağlar ve Özkır, 2015, ss. 485-503) konusunu ele alan başka bir çalışma örnek olarak verilebilir.

2. Köşe yazarlarının yazarlık pozisyonlarını kullanarak kendilerine kamusal alanda belirleyici aktör işlevi yüklediklerini ve bu bağlamda kendilerini simgesel aktör olarak gördüklerini irdeleyen çalışmalar² yapılmıştır (Yüce, 2007).

3. Köşe yazılarının toplumsal cinsiyet ve kadın eğitimi açısından değerlendiren çalışmalar (Çelik, 2008). Bu çalışmalarda erkek ve kadın köşe yazarlarının politik olayları yorumlamalarına yönelik okurların önyargıları/bakış açıları analiz edilmektedir (Andsager, 1990, ss. 485-491).

4. Köşe yazarlarını sayısal olarak ele alan gazete çalışmalarından da bahsetmek mümkündür. Bu anlamda 1998 yılına ait köşe yazarı sayısını gösteren bir çalışma Milliyet gazetesi Pazar ekinde yayınlanmıştır. Ayşen Gür tarafından hazırlanan çalışmaya göre ulusal yayın yapan 10 gazetede ekleriyle birlikte toplam köşe yazarı sayısı 561 olarak tespit edilmiştir (Gür, 1998). Alaattin Asna tarafından 2004 yılında hazırlanan ve Bizim gazete tarafından yayınlanan bir başka çalışmaya göre ise İstanbul'da yayın yapan 20 gazetede toplam köşe yazarı 695 olarak tespit edilmiştir (Asna, 2004).

5. Köşe yazarlarının toplumsal alanda bilginin dolaşıma sokulmasındaki rolü bağlamında değerlendirilebilir. 2008 yılında İngiltere'de yapılan bir çalışmada 20 etkili köşe yazarı seçilip röportajlar yapılmış ve köşe yazarlığının mahiyeti ve etki alanları belirlenmeye çalışılmıştır. Toplumsal düzeyde bilginin yaygınlaştırılması sürecinde oynadıkları "önemli" rolün pozitif mi yoksa negatif mi olduğu tartışılmıştır (Duff, 2008, ss. 230-244). Köşe yazarlarının kamuoyunun gündemini ne ölçüde belirleyebildikleri de çalışmalarda³ ele alınmıştır. (McComb&Shaw, 1972).

6. Köşe yazarlığının tarihsel sürecini irdeleyen çalışmalar yapılmaktadır. ABD'de yapılan böylesi çalışmalardan biri, ABD'de köşe yazarlığını 18. yüzyılda yayınlanan kolonyal broşürlere dayandırmaktadır (Armstrong, 2005). ABD'de yapılan bir başka çalışmada da köşe yazarlarının toplumun farklı kesimleri üzerindeki etkisi irdelenmektedir. David Groeninger tarafından hazırlanan çalışmada köşe yazarlarının aktardıkları hikâyelerle toplumdaki sivil toplum kültürünün gelişmesine katkıda bulunduğuna değinilmektedir. Bu çalışmada köşe yazarlığı, siyaset alanının dışında kalan sağlık, eğitim, magazin gibi diğer konuları ele alan bir pratik olarak irdelenmektedir (Groeninger, 2005). Dolayısıyla köşe yazarlığı olgusu hem akademik çalışmalar

2 Benzer bir çalışma için Bkz. Tekinalp, Ş. (2008). Postmodernist dördüncü kuvvet: köşe yazarları. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1, 119-130.

3 İletişim bilimleri alanında yaygın şekilde kullanılan gündem belirleme (agenda setting) modeli ile köşe yazarlığı arasında ilişki kurulmaktadır. Modelin tasarımcıları McCombs ve Shaw, ABD'deki oy verme davranışlarını etkileyen faktörlerden birisinin de gazeteciliğin içindeki diğer araçlarla birlikte köşe yazarları olduğunu belirtmektedir. 1968 yılındaki ABD başkanlık seçimlerinde Chapel Hill şehri seçmenlerinin davranışları incelenerek ortaya konulan bu çalışmada, köşe yazarlığının, gazete haberleri, siyaset içerikli TV programlarıyla birlikte seçmenlerin oy verme davranışını etkilemesinin yanı sıra aynı zamanda politik gerçekliği şekillendirebilme gücüne de sahip olduğu öne sürülmektedir. Ayrıca benzer bir çalışma için Bkz. Feldstein, M. A. (2002) *Watergate's forgotten investigative reporter: The battle between columnist Jack Anderson and President Richard Nixon*. PhD Thesis: The University of North Carolina at Chapel Hill.

için hem de güncel değerlendirmeler için kaynak oluşturmakta ve bu bağlamlarda kendisi de çalışmaların nesnesi olabilmektedir.

Türkiye’de Köşe Yazarlığının Başlangıcı ve Gelişim Sürecindeki Değişim Noktaları

Türkiye’de bugünkü anlamda köşe yazarlığının kökleri Osmanlı Devleti döneminde yayınlanan ilk gazetelere kadar gitmektedir. Format olarak bugünkü niteliklerle birebir örtüşmüyor olsa da ilk gazetelerle birlikte gazetede haberin dışında yazı yazma pratiğinin oldukça yaygın olduğu görülür. Osmanlı Devleti tarafından devletin resmi yayın organı olarak 1831 yılında yayınlanan ilk gazete Takvim-i Vekâyı Türkiye’de gazeteciliğin başlangıcı olarak kabul edilir. Devletin resmi yayın organı olduğu için bu gazetede daha çok devletin iç ve dış politikası, genel ahlak kuralları, nasihat niteliğindeki mesajlar, bütçe raporları, tayinlerle ilgili bilgiler vb. içerikler yer almaktadır. Gazetede yer alan içerik genel olarak devletin vermek istediği mesajları kapsamaktadır (Kabacalı, 1994, ss. 11-12). Devletin ilk resmi gazeteyi çıkarmasının ardından yaşanan sosyo-politik gelişmeler, özel teşebbüsün de basında var olması zorunluluğunu ortaya çıkartmış, söz konusu durum da basında çeşitliliğin artmasına yol açmıştır.

Yarı özel gazete olarak 1840 yılında William Churchill tarafından yayınlanan Ceride-i Havadis gazetesi ise haberciliğin yanında genellikle farklı konularda halkı bilgilendirmeye yönelik gazetecilik yapar. Gazete, ilk çıkışından itibaren “dış haberler” başlığı altında, okuyucularına Avrupa, Hindistan, modern seyahat yöntemleri, insan aklı, paleontoloji ve sigorta hakkında zengin ansiklopedik malumat vermektedir. Ayrıca Avrupadaki parlamenter yönetimlere dair makaleler yayınlarken kendisinden sonra çıkacak olan ilk özel gazetenin de habercisi olmuştur (Mardin, 2004a, s. 287). Bununla birlikte Takvim-i Vekayi ve Ceride-i Havadis genellikle imzasız yazı kullanmaktadır. Yazılarda isim kullanılması geleneği büyük ölçüde Tercüman-i Ahval ile başlar. Sosyolojik açıdan bakıldığında bu durum toplum-devlet merkezli anlayıştan birey merkezli bir anlayışa geçildiğine de işaret etmektedir (Tüfekçioğlu, 1993, s.93).

İlk Özel Gazetelerde Köşe Yazarlığı ve Yazıların İçeriği

Bugünkü anlamda köşe yazarlığının ilk örnekleri ise 1860 yılında Ağâh Efendi ve İbrahim Şinasi tarafından yayınlanan ilk özel gazete niteliğindeki Tercüman-ı Ahval gazetesinde yer almaktadır. 1862 yılında İbrahim Şinasi tarafından yayınlanan ve daha sonra gazeteyi yönetecek olan Namık Kemal’in de yazarları arasında yer aldığı Tasvir-i Efkâr gazetesi de Türkiye’de köşe yazarlığının ilk örneklerinin yer aldığı gazeteler arasındadır.

Öte yandan Yeni Osmanlılar olarak bilinen ve Osmanlı’da meşruti yönetimi savunan aydınlar fikirlerinin kamusallaşması için basına müracaat etmiştir. Basın sonraki dönemde de toplumsal hareketlerin üretildiği veya filizlenen bir toplumsal harekete eşlik eden en güçlü zeminlerden birini oluşturmuştur. Dönemin siyasi koşulları içinde zamanla Yeni Osmanlılar Cemiyeti’nin sözcüsü durumuna gelen Tasvir-i Efkâr, ilk sayısındaki sunuş yazısıyla gazetenin sadece haber iletmeyeceğini, aynı zamanda halka kendi yararlarına düşünmeyi ve kendi sorunları üzerinde

durmayı öğretmeyi hedeflediğini; bu bağlamda makalelere yer vereceğini belirtmektedir. Namık Kemal tarafından çıkartılan İbret de ilk sayısında benzer bir sunuş yazısı yayınlayarak haberin ikinci planda olduğunu ve daha çok makaleye yer verileceğini ilan etmiştir. Bu doğrultuda İbret gazetesinde ülke sorunlarıyla ilgili bazen üç sayfalık uzunlukta olan yazılar bile yayınlanmıştır (Koloğlu, 2006, s. 54). Benzer şekilde Ali Suavi'nin başyazarlığında yayınlanan Muhbir gazetesinde de güncel iç ve dış politika konularını işleyen uzun makaleler yer almaktadır (Kabacalı, 1994, s. 19).

İlk gazetelerde yer alan yazılara bakıldığında siyasi ve güncel yazılar ağırlıktadır. Ayrıca salgın hastalıklar ve ekonomik problemler konu edilmektedir. Dönemin siyasi koşulları içinde kamuoyu⁴ oluşturmak isteyen yazarlar kendi bakış açılarından hareketle çeşitli yol haritaları önermekte ve mevcut hükümeti bu yolda adım atması için baskı altına almaya çalışmaktadır. Muharririn hedefi bilgi vermenin dışında ona kendi yorumunu ekleyerek ve daha geniş çerçevede ele aldığı konuyu kendi süzgecinden geçirerek hedef kitesinde bu düşünceye dayalı bilinç oluşmasını sağlamaktır.

Köşe Yazılarının Kitleleri Etkileme Gücü

İlk gazetelerle birlikte şekillenmeye başlayan ve kamuoyunun belirlenmesinde işlev kazanan gazeteler için köşe yazarlığı vazgeçilmez bir unsur olarak o günden bugüne varlığını sürdürmektedir. Hem Osmanlı Devleti'nin son yıllarında hem de Cumhuriyet Türkiye'si döneminde yayınlanan gazetelerde köşe yazarlığı gazeteciliğin vazgeçilmezleri arasındadır. İlk dönem Osmanlı gazetelerinde yazı yazan isimler için Şerif Mardin, Fransızcada elinden her iş gelen entelektüeller için kullanılan kavramın karşılığı olarak erbâb-ı kalem (Mardin, 2004a, s. 16) ifadesini kullanmaktadır.

İlk gazetelerde ülke sorunlarıyla ilgili makale yayınlayan isimler aynı zamanda Yeni Osmanlılar Cemiyeti'ne üyedir. Organize bir şekilde yazılarıyla Osmanlı yönetimini açıkça ve sert bir şekilde eleştirerek gazete aracılığıyla seslerini duyurmak istemişler (Mardin, 2004a, s. 11) ve bugünden bakıldığında politik köşe yazarlığının da ülkemizdeki ilk örneklerini oluşturmuşlardır. Bu yazılarda bir yandan Osmanlı yönetimi eleştirilirken bir yandan yazarların kendi düşünceleri doğrultusunda ürettikleri fikirler bir model olarak sunulmakta, yazarlar, toplumun yol göstericisi kanaat önderi kimliğiyle öne çıkmaya başlamış olmaktadır. Bu dönemde Yeni Osmanlılar ve Jön Türklerin gazeteler aracılığıyla gerçekleştirdikleri yayınlar bir yandan Osmanlı Devleti'nin yönetim anlayışına muhalefet ederken diğer taraftan da yeni düşünce biçimlerini, yeni düşünme yöntemlerini ve en önemlisi Batı merkezli pek çok yeni kavramı toplumsal alana taşımaktadır.

4 1860 sonbaharında kurulan ve ilk özel gazete olma özelliğine sahip olan Tercüman-ı Ahval'in başyazarı Şinasi, Osmanlı'da kamuoyu kavramının ortaya çıkmasına imkan tanımış ve kamuoyunun şekillenmesi adına önemli bir işlev icra etmiştir (Bkz. Mardin, 2004a, ss. 281-307). Basılı medyanın bir sonucu olarak kabul edilen kamuoyu fikrinin Osmanlı-Türk modernleşmesinde siyasi ve entelektüel bir devrimin oluşmasındaki etkisi için ayrıca Bkz. Karpat, K. (2005). *İslam'ın siyasallaşması: Osmanlı Devleti'nin son döneminde kimlik, devlet, inanç ve cemaatin yeniden yapılandırılması*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Şerif Mardin'in ifadesiyle söylesek, "19. yüzyılda liberal ideolojilerin Türkiye'ye giriş kapısı..." (Mardin, 2004b, ss, 35-36) işlevini de gazetecilik üstlenmiştir.

Ayrıca 1870'li yılların önemli gazetesi Basiret'te⁵ köşe yazarı olan Ali Suavi'nin Basiret gazetesindeki yazılarında savunduğu siyasal fikirleri, fiili eyleme dönüştürme girişimi politik köşe yazarlığı ile siyasete müdahale ilişkisi bakımından dikkate değerdir. Ali Suavi, Basiret gazetesinde 19 Mayıs 1878 tarihinde yayınlanan yazısında "halka" çağrıda bulunmuş; çok önemli bir mesajı dinlemek ve ülkenin sorunlarına hızlı bir çözüm bulmak için onları ertesi gün toplanmaya davet etmiştir. Özellikle Bulgaristan'ın işgal ettiği Filibe'den gelen göçmenler bu davete cevap vererek 20 Mayıs günü Ali Suavi'nin belirttiği yerde toplanmıştır.⁶ Ali Suavi toplanan bu grupla birlikte Çırağan Sarayı'na baskın düzenleyerek Sultan II. Abdülhamit'i darbe yoluyla iktidardan indirmek istemiş; fakat hem darbe girişimi başarısız olmuş hem de Ali Suavi olay sırasında hayatını kaybetmiştir. Bununla birlikte bu olay birçok açıdan tesirler bırakmıştır. Bunlardan birisi de basın kitleleri etkileyebilme gücünün pratik olarak ispatlanabildiğinin görülmesidir. Bir köşe yazarı tarafından kaleme alınan yazının taşıdığı mesaja toplumun cevap vererek onun istediği uygulamayı yapması, basının gücünü göstermesi açısından kritik bir eşiiktir. Dolayısıyla bu olayla birlikte bireyselleşme süreci, yeni bilginin yayılması, hâkim düzene karşı artan hoşnutsuzluk ve bütün bu gelişmelerin politik terimlerle ifade edilmesi için basının kullanılması, Ali Suavi tarafından girilen darbe teşebbüsünde bir araya gelmiştir (Karpat, 2005, ss. 191-216).

Genel olarak irdelendiğinde Osmanlı-Türk modernleşmesinin sistematik bir hal alması sonucu, siyaset-bürokrasi sınıfının gerekli bir unsur olarak gördüğü matbuat, başlarda halkı aydınlatma işlevi gören bir araç iken zamanla siyasi ve sosyal gelişmeleri tayin eden bir mecra hüviyetine dönüşmeye başlamıştır. Osmanlı-Türk modernleşmesindeki süreklilik vurgusu dikkate alındığında medyanın söz konusu süreklilikteki yeri oldukça önemlidir. Basın bu süreçte hem kamuoyu oluşturma hem de siyaseti tayin etme işlevi görmüştür. Bu anlamda basın, modernleşme sürecinde hem kurucu bir aktör hem de siyasetin asli bir unsuru olarak kendisine yer bulmuştur.

5 1869-1878 ve 1908-1909 tarihleri arasında yayınlanan Basiret gazetesinin kurucusu Basiretçi Ali Bey'dir. Gazetenin kuruluşu sırasında kendisine devlet tarafından 300 altın yardım yapılmıştır. Gazetede dış haberler önemlidir ve Basiret'i basın tarihinde ayrıcalıklı yere oturtan en önemli husus da onun 1870'te başlayan Almanya-Fransa savaşında açıktan Almanya tarafını destekleyen yayınlar yapmasıdır. Ali Bey savaşın bitmesinden sonra Almanya Kralı Bismark tarafından Almanya'ya davet edilmiştir. Bismark'la görüşen ve 29 gün Almanya'da misafir edilen Ali Bey'e savaş sırasındaki yayınlarından dolayı 1000 Mark ile birlikte bir de baskı makinesi hediye edilmiştir. Bu özelliğiyle Basiret gazetesi izlediği genel yayın politikasından dolayı yabancı bir devletten para alan ilk gazete olarak Türk basın tarihine geçmiştir. Basiretçi Ali Bey, anılarından oluşan "İstanbul'da Yarım Asırlık Vakay-i Muhimme" isimli eserinde Almanya'yı desteklemeye nasıl karar verdiklerini şu şekilde anlatmaktadır: İki büyük devlet arasında savaş devam ediyordu. Bir gün yazı işlerinde bir toplantı yaparak gazetenin hangi yolu tutacağını görüşmeye başladık. Mustafa Celalettin Paşa, "Üçüncü Napolyon, 'Askerlerime Alman İmparatoru Vilhelm'in sarayında çorba içireceğim,' diyor. Biz onun tarafını tutmayacağız, Prusya'yı tutacağız," dedi. Başyazarımız Ayetullah Bey de, "Pekâlâ, ama saray ve Babıali Fransız politikası taraftarıdır. Bu işte bir felakete uğramayalım," dedi ise de Mustafa Celalettin Paşa kendi fikrini kabul ettirdi. Bkz. Topuz, H. (2003). *II. Mahmut'tan holdinglelere Türk basın tarihi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

6 Ali Suavi'nin gazetede köşe yazısı aracılığıyla yaptığı çağrıya cevap vererek onun belirttiği yerde toplanan kitle ile şimdilerde sosyal medya üzerinden yapılan çağrılara karşılık vererek istenilen yerde toplanan kitleler arasında iletişim araçlarının kullanılma yönü ve toplum üzerindeki etkisi bakımından bir süreklilik olduğu söylenebilir.

Bu süreçte Batıcılık, Osmanlıcılık, Türkçülük ve İslamcılık gibi siyasi oluşumlar örgütlenmelerini genişletmiş ve kendi düşüncelerini savunan dergi ve gazete yayınına ağırlık vermiştir. Özellikle II. Meşrutiyet'in ilanından sonraki kısa süreli dönemde, gazetelerin sayısında yaşanan artışla basın, o dönemde, en hareketli devirlerinden birini yaşamıştır.

Osmanlı'dan Cumhuriyet Dönemine Başyazar-Gazete Sahipliği İlişkisi

Bu dönemde başlayan gazete-başyazar veya gazete sahibi ile gazete arasındaki özdeşlik Türkiye'de uzun yıllar devam etmiştir. Osmanlı Devleti'nden Türkiye Cumhuriyeti'ne süreklilik taşıyan bu geleneğin 1980'lere kadar devam ettiği görülür. Bu tarihsel akışı içinde büyük ölçüde gazeteler aynı zamanda onun sahibi de olan başyazarlar ile birlikte anılmaktadır.

Örneğin Hürriyet, Ziya Paşa ve Namık Kemal'in gazetesidir. Muhbir, Ali Suavi'nin gazetesidir. Volkan, Derviş Vahdeti'nin gazetesidir. Tanin, Hüseyin Cahit Yalçın'ındır. Vatan, Ahmet Emin Yalman'ın gazetesidir. Akşam, Necmettin Sadak'ın gazetesidir. Dünya, Falih Rıfki Atay'ın gazetesidir. Hürriyet, Sedat Simavi ile anılmaktadır. Milliyet, Ali Naci Karacan'ın gazetesidir. Son Posta, Selim Ragıp Emeç'in gazetesidir. Tan, Sabiha ve Zekeriya Sertel'in gazetesidir. Yeni Asır, Şevket Bilgin'in gazetesidir. Vakit, Tarık ve Asım Us'un gazetesidir. Cumhuriyet, Yunus Nadi'nin gazetesidir. Günaydın, Haldun Simavi'nin gazetesidir. Bu isimleri artırmak mümkündür. Fakat 2000'li yılların Türkiye'sinde başyazarıyla özdeş bir gazete tahayyül etmek ancak geçmişe bakılarak hatırlanan bir nostalji olabilmektedir. Gazetecilik de değişen dünya şartlarından etkilenmiş ve Türkiye'de başyazarıyla özdeş gazeteler veya aile gazeteleri 1970'li yılların sonunda özellikle Milliyet gazetesinin Karacan Ailesi tarafından iş adamı Aydın Doğan'a satılmasıyla birlikte hızlı bir şekilde değişmiştir. Bununla birlikte biraz daha detaylandırmak gerekirse, köşe yazarlığı siyasal ve kültürel yaşamdaki gelişmelere paralel biçimde değişiklik geçirmiştir.

Köşe Yazılarının Dilindeki Değişim

Osmanlı'da Tanzimat'ın ilan edilmesiyle başlayan modernleşme çabasının devamı olarak değerlendirilebilecek bir şekilde ilk özel gazete Tercüman-i Ahval'deki yazılarında Şinasi, dilde sadeleşmeyi savunmuş ve yazılarını bu doğrultuda yazmıştır. Halka ulaşabilmek için divan edebiyatının süslü dili yerine yalın ifadelerin tercih edilmesi gerektiğini ilan etmiştir. Bu dönemin popüler yazarları arasında yer alan ve 1878 yılında Tercüman-ı Hakikat gazetesini yayınlamaya başlayan Ahmet Mithat Efendi, Şinasi'nin dilde sadeleştirme çabası sayesinde kendilerinin de yazı yazabilmeye başladığını belirtmiştir (Kabacalı, 1994, s. 29).

Cumhuriyet'in ilan edilmesinden sonra Kemalist devrimlerin devamı olarak gerçekleştirilen Harf Devrimi Türkiye'de gazetelerin ve dolayısıyla köşe yazarlığının yeni ve zor bir durumla karşı karşıya kalmasına neden olmuştur. Yeni harflerin kabulü gazeteleri olumsuz etkilemiş, gazetelerin satış rakamları düşmüş ve birçoğu okuyucu bulamadığı için kapanmıştır (Tüfekçioğlu, 1992, s. 45-96).

Köşe yazarlığını ve yazıların dilini etkileyen bir başka değişiklik ise II. Dünya Savaşı'ndan sonra gerçekleşmiştir. Gazeteci Sedat Simavi tarafından 1 Mayıs 1948'de ilk sayısı yayınlanan Hürriyet gazetesinin nitelikleri, değişimin taşıyıcısı olarak değerlendirilmektedir. Hürriyet'le birlikte Bâb-ı Âli'nin üslup ve muhteva bakımından ağır yazıların yerini gündelik yaşamın sıradan dilini kullanan açık ve kısa yazılar almaya başlamıştır. Hürriyet gazetesinin kurucusu ve başyazarı Sedat Simavi'nin yazıları uzun soluklu yazılara kıyasla yeni bir tarz olarak dikkat çekmektedir. Sedat Simavi, iki yüz kelimeyi geçmeyen kısa, öz ve aynı zamanda çarpıcı başmakaleler (Zincirkıran, 2013, s. 30) yayınlamaktadır. Bu yazı tarzı için Bâb-ı Âli'de yapılan eleştiriler karşısında Simavi şu açıklamayı yapmıştır:

Ben yazılarımı dostlarım için yazmıyorum ki. Benim okuyucum Samsun'daki seyyar satıcı, İzmir'deki köfteci, Adana'daki öğretmen ve tapu memuru, İstanbul'daki şoför, Sirkeci'de tramvay ve otobüs bekleyen insanlar. Hoş, istesem de ağdalı yazamam. Yazabildiğim, konuşabildiğim dildir. Onlar tumturaklı ve uzun başmakaleleri bilhassa yazmıyorum sansınlar. Ben başmakalemi ve gazetemi köyün kahvesine, memleketin ve dünyanın meselelerini de ev kadınının mutfağına kadar götürmek istiyorum. Hedefim budur. Bunu başaracağım. (Bil, 1953).

Sedat Simavi'nin açıklamasındaki ifadeler 1950'li yılların iç ve dış siyasi koşulları ile birlikte düşünüldüğünde Türkiye'nin siyasi, sosyal ve ekonomik alanda yaşadığı dönüşümün başyazılara yansıyan bir izdüşümü olarak okunabilir. Başyazı veya köşe yazısı yapısal olarak da içerik olarak da değişmektedir. Ticari kitle gazetesinin genel özelliklerini taşıyan Hürriyet ile birlikte yazarlık pratiğinde olduğu gibi haberin içeriği, fotoğraf kullanılması vb. gazeteyi oluşturan bütün vasatlarda değişiklik yaşanmıştır. Bu yüzden 1950'den sonra yayına başlayan gazetelerin çoğunda Hürriyet'in izini görmek mümkündür.

Medyada Ticarileşmenin Köşe Yazarlığı Olgusuna Etkisi

Son dönemlerde Türk medyasında yaygın olarak tercih edilen köşe yazarlığı formatıysa Türkiye'nin liberal piyasalara açılmasıyla birlikte başlamıştır. 1980 sonrasında medya dünyasında yaşanan holdingleşme ve onun peşi sıra gelen oligopolleşme süreçleri, büyük medya şirketlerinin yayın politikalarına da yansımıştır (Altun, 2011). Hürriyet ve Sabah gibi kitle gazetelerinin öncülük yaptığı bu değişim sürecinde köşe yazarlığı daha ticari bir hüviyet kazanır. Haber ve köşe yazısı "meta" okuyucu ise "müşteri" olarak görülmeye başlanmıştır (Özkır, 2012).

Köşe yazılarının muhtevasını belirlemeye başlayan yeni dönemde politik, ekonomik ve kültürel konular kadar gündelik yaşamın alışılmış olaylarını sıradan bir şekilde işleyen yeni bir yazar ve yazı türü gazete köşelerinde yoğunlaşır. Yemek çeşitlerinden aşk günlüklerine, mahalle dedikodularından elbise tercihine, yaşam tarzından sağlıklı beslenmeye kadar birçok konu "köşe yazısı" olarak gazetelerde yayınlanır. Artık köşe yazarları özel yaşamlarından, nerede ne yiyip içtiklerinden ve gezip gördüklerinden bahsedebilmektedir.

1980 sonrasında şekillenen köşe yazarlığının diğer özelliklerinden birisi de medyadaki tekelleşmeye bağlı olarak yazarların genellikle patronlarının iş ilişkileri doğrultusunda ve onların çıkarlarını gözeterek yazı yazmalarındadır. Medya ve sermaye arasındaki sınırların kaybolması,

gazeteciliğin büyük ölçüde ticarileşmesi, köşe yazarlarının alan daralması yaşamasına neden olmuştur. Bu durum bazı köşe yazarlarının iş ve ihale takipçiliği yapacak kadar kurumunun iş ilişkileriyle özdeşleşmesi sonucunu ortaya çıkartmış ve köşe yazarlığı cici bir silah olarak kullanılmaya başlanmıştır (Özkır, 2010). Holdinglerin amaçlarıyla uyumlu bir çizgiye gelen gazetecilik anlayışı, dönemin ruhuna uygun şekilde gazeteciliği silahlanma yarışı olarak ele almakta ve buna uygun bir yayılma stratejisi izlemektedir.

1990'larla birlikte yaygınlaşan ve kısa süre içinde kurumsallaşan yeni köşe yazarlığı tipolojisine göre yazarların özgürlük sınırı büyük ölçüde kurumların çıkarlarıyla örtüşen niteliklere sahiptir. Holdinglerin sahibi olduğu gazetelerde köşe yazarı ile patron arasındaki "çıkar" ilişkisi görünmez bir el olarak yazıların içeriğini, eğilimini ve sınırlarını belirlemektedir. Bu ilişki içinde hem kitle gazeteleri için hem de ideoloji gazeteleri için ekonomik kaygılar ve ideolojik kaygılar bazen örtüşerek bazen de ayrışarak sürekliliğini korumaktadır. Gazetelerin 90'lı yıllarda yaşadığı ticarileşme eğilimi bir yazar tarafından şu şekilde değerlendirilmektedir:

Şartlar değiştikçe gazete yazarlarının dillerine doladıkları konular, giderek benimsedikleri ilkeler de değişiyor. Günümüzün gazete yazarı tıpkı malını satmakta kararlı küçük tacirin yaptığını taklide hevesleniyor: Pantolon uymadı, gömlek verelim. Bu tutum gazete yazarlığının "kanaat önderliği" konumundan hızla uzaklaşarak magazin yazarlığıyla benzeşmesine yol açıyor. Gazete sahiplerinin ticari endişeleri yazarların tezgâhtar tutumlarıyla birleşince ortaya gazete namı altında magazinler çıkıyor. Bunun bir asla rücu olduğunu, kitle iletişim araçlarının sadece bir bahane sayılarak, asıl faaliyetin ticaret sahasında döndüğünü söyleyebiliriz. (Özel, 1998).

2000'li yıllarda derinleşen ve yaygınlaşan bu tablo mevcut gerçekliğin büyük kısmını oluşturmaktadır. Bununla birlikte genele bakıldığında "Haber kutsal, yorum hürdür." ilkesince kurgulanan köşe yazıları toplumsal olayları analiz etmekten çok, yazanın değerlerini, yazdığı kurumun çıkarlarını ve idealarını yansıtır. Bu yüzden köşe yazarları kendilerini "birer yasa koyucu gibi"⁷ görmekte ve yazılarını böylesi bir motivasyonla kaleme almaktadır. Hürriyet gazetesi bağlamında köşe yazarlarını inceleyen bir çalışma köşe yazarlarını simgesel seçkinler olarak tanımlamakta ve köşe yazarlarının da bu bilinçle hareket ettiğine vurgu yapmaktadır. Köşe yazarları, simgesel seçkin oldukları bilinciyle, çoğu zaman eleştiri sınırlarını aşma cüretinde bulunarak hesap sorabilmekte, yargılayabilmekte, hüküm verebilmekte ve dolayısıyla simgesel şiddet uygulayabilmektedir (Yüce, 2007, s. 309). Köşe yazarının simgesel şiddet⁸ uyguladığı

7 Zygmunt Bauman'a göre yasa koyucu entelektüelin rolü ve işlevi onun nesnel bilgiye sahip olduğu kabulü ile meşrulaştırılmaktadır. Bauman: "Hüküm verme yetkisi, entelektüellerin entelektüel olmayan kesime oranla daha kolay eriştikleri üstün (nesnel) bilgi tarafından meşrulaştırılır." diyerek yasa koyma yetkisinin nasıl meşrulaştırıldığını ortaya koymaktadır. Gazetecilerin de toplumun kalan kısmına oranla daha bilgili oldukları ön-kabulü ve okuyucularıyla aralarındaki zımnı üstünlük iddiası, gazetecilerin de birer yasa koyucu misyonuyla hareket ettikleri tezini mümkün kılmaktadır. Bkz. Bauman, Z. (1996). *Yasa Koyucular ve Yorumlayıcılar*. İstanbul: Metis Yayınları.

8 "En basit dilsel alışveriş bile, özgül bir toplumsal yetkeyle donanmış konuşmacı ile onun yetkesini farklı derecelerde kabul eden muhatabı ya da dinleyenleri arasında olduğu gibi, onların ait oldukları gruplar arasında da karmaşık bir tarihsel iktidar ilişkiler ağına da beraberinde getirir. Bu ilişki göz önünde bulundurulduğu takdirde iletişimin doğası anlaşılmalı olacaktır." diyen Bourdieu, gazetecilerin okuyucularıyla kurduğu ilişkideki iktidar ilişkilerinin eleştirisine de uygun bir kavramsal analiz yapmaktadır. Kavramın açılımı için Bkz. Bourdieu, P. (2014). L. Wacquant (Ed.). *Düşünümsel bir antropoloji için cevaplar*. İstanbul: İletişim Yayınları.

aktörler arasında siyasetçiden bürokrata, sanatçıdan iş adamına ve sporcusuna kadar geniş bir kesim yer alır. Tüm bu kesimler karşısında köşe yazarı, eleştirisini yapabilmekte, göreve çağırabilmekte, beğenmediği eylemlerin durdurulmasını isteyebilmekte ve nihayetinde kendi düşünme biçimini ve onu oluşturan angajmanları muhataplarına dayatabilmektedir.⁹

Dolayısıyla Türkiye’de 1831 yılında yayınlanan ilk gazeteden bugüne uzanan çizgide gazete ve köşe yazarlığı hem yapısal olarak hem de içerik bakımından iç içe geçmiş ve birbirlerini tamamlayan unsurlar olarak varlığını sürdürmüştür. Tarihsel analizin gösterdiği şekilde dönemsel faktörlerin etkisiyle yaşadığı değişim ve dönüşüme rağmen köşe yazarı ve köşe yazısı, gazeteyi var eden ana unsurlardan birisi kalabilmeyi başarmıştır.

Sonuç

Bu çalışmanın en temel sonucu Türkiye’de köşe yazarlığı olgusunun tarihsel olarak temellendirilmesi çabasına katkı sunmasıdır. Devlet-i Aliye-i Osmaniye’de yayınlanan ilk

9 Türkiye’de Köşe Yazarları tarafından uygulanan sembolik şiddeti gösteren birçok örnek bulunmaktadır. Zaman gazetesi genel yayın müdürü ve köşe yazarı Ekrem Dumanlı’nın 10 Ağustos 2009 tarihinde yayınlanan “Tasfiye edilecek gazete(ci)ler listesi” başlıklı yazısı, bir köşe yazarının meslektaşlarına da sembolik şiddet uyguladığının açık örneğidir. Bir başka örnekte ise toplumun bizzat kendisi köşe yazarı tarafından aşağılanmakta ve hor görülmektedir. Köşe yazarı, genele söz söyleyebilme imkânına sahiptir. Gazetenin sunduğu bu ayrıcalığın bazı köşe yazarları tarafından topluma ve toplumsal olana karşı bir güç gösterisi ve aşağılama şeklinde kullanıldığı görülmektedir. Bu bağlamda Türkiye’de bir literatür de oluşmuştur. Bu literatürde yer alan “Bidon kafalı, göbeğini kaşıyan adan, kılı adam vb.” ifadeleri genellikle siyasi ve ideolojik arka plandan hareketle kullanılır. Genelikle kendini daha üstün ve toplumu daha aşağı gören; böyle gördüğü için de toplumu eğitmeye, ona kimlik dayatmaya ve onu başka bir şeye dönüştürmeye çabalayan bir yazı dili köşe yazılarının bir kısmına egemendir. Sözcü gazetesi yazarı Bekir Coşkun’un daha önce Hürriyet’te iken kaleme aldığı bir yazıda AK Parti’ye oy veren seçmen için “Göbeğini kaşıyan adam” ifadesini kullanması bu bakış açısını göstermesi açısından örnektir. Şu anda Cumhuriyet gazetesi köşe yazarı olan Mine Kırıkkanat’ın Radikal’de köşe sahibi olduğu dönemde kaleme aldığı başka bir yazı ise bir köşe yazarının toplum karşısındaki seçkin duruşunu oldukça iyi göstermektedir. Bu yazısında Kırıkkanat şu ifadeleri kullanarak seçkin duruşunu göstermiştir: “Mevsimlerden yaz ve bir pazar günü, Atatürk Havalimanı’ndan Türkiye’ye giriş yapan insan, ‘sahil yolu’ndan geçmek gafletine düşerse, ne denizi görür, ne havasını alır, kendisini devasa bir mangalda bulur, pişmese bile tütsülenir. Belediye, halkımıza hizmet yarışında Sahil Yolu’nu bir güzel çimlemiş ve sanırım, üzerinde yürürler, oynarlar ya da en fazla yatarlar, sanmıştır. Çünkü Türk’ün mangal tutkusuna, zaten Belgrad Ormanları, Çamlıca tepeleri ve daha pek çok yeşil alan feda edilmiştir. Buralarda, ağaçlar fûme dil, yapraklar dallar közlenmiş patlıcan görünümü arz etmekte, dağları taşları saran kebab dumanı ‘Keşke çiğ yeseler’ dedirtirken, kesif et kokusu yamyam olmadıklarına hayıflandırmaktadır. Sahil Yolu’nda ise, kilometrelerce uzunluktaki çim alan kenarından geçen arabalardaki seyircilerin görüş zaviyesinde olduğundan, manzara da mangal düzeyindedir: Don paça soyunmuş adamlar geviş getirerek yatarken, siyah çarşafı ya da türbanlı, istisnasız hepsi tesettürlü kadınlar mangal yellemekte, çay demlemekte ve ayaklarında ve salıncakta bebe sallamaktadırlar. Her 10 metrekarede, bu manzara tekrarlanmakta, kara halkımız kıcını döndüğü deniz kenarında mutlaka et pişirip yemektedir. Aralarında, mangalında balık pişiren tek bir aileye rastlayamazsınız. Belki balık sevseler, pişirmeyi bilseler, kirli beyaz atletleri ve paçalı donlarıyla yatmazlar, hart hart kaşınmazlar, geviş getirip geçirmezler, zaten bu kadar kalın, bu kadar kısa bacaklı, bu kadar uzun kollu ve kıllarla kaplı da olmazlardı!” Bkz. Kırıkkanat, M. (2005, 27 Temmuz). Halkımız eğleniyor. *Radikal Gazetesi*.

Mine Kırıkkanat’ın yazısında yer alan ifadeler bir yandan toplumsal alanda nefret söylemi üretmekte diğer yandan da köşe yazarının toplum karşısında kendini nasıl konumlandığını göstermektedir. Köşe yazarı burada, toplum mühendisliği rolüne girerek, kendini seçkin bir yerde konumlandırmakta; kendisi gibi yaşamayan ve kendisiyle aynı zevklere sahip olmayan insanlara kendi modelini dayatan “baskıcı” bir dil kullanmaktadır. Türk medyasında sayısı fazlaca olan böylesi yazılar aslında Türkiye’de medya ile toplum uyumsuzluğunun veya bir başka ifadeyle söylersek medyanın içerik açısından toplumdan kopuk olduğunun ve içinden çıktığı topluma yabancılaşmasının göstergesidir.

gazetelerle birlikte köşe yazarlığı pratiği başlamış ve bugünkü konumuna gelmiştir. Bu anlamda Namık Kemal, Ziya Paşa ve Şinasi dikkat çeken ilk köşe yazarları arasındadır. Bu dönemde yayınlanan ilk gazetelerde köşe yazıları bazen imzasız olarak da yayınlanmıştır. İlk gazetelerde yeralan köşe yazılarıyla birlikte topluma, siyasilere ve dış politikadaki muhataplara mesaj verilebildiği görülmüştür.

Köşe yazılarının dilinde meydana gelen değişiklik ve dilde sadeleşme arayışı temel sonuçlar arasındadır. Gazetecilik ilk başladığında yazarların bir kısmı edebi yönü güçlü yazılar kaleme alma telaşındayken Şinasi ve sonrasında Ahmet Mithat Efendi gibi yazarlar hem dilde sadeleştirme çabası içinde olmuşlar hem de bu bağlamda halkın daha rahat anlayabileceği ve genellikle sokakta konuşulan dilin özelliklerine göre yazılarını yazmayı tercih etmiştir. Benzer bir tartışma gazeteci Sedat Simavi 1948 yılında Hürriyet gazetesini yayınladığı dönemde de yaşanmış ve Sedat Simavi, meslektaşları tarafından basit yazmakla eleştirilmiştir. İlk özel gazete döneminde başlayan köşe yazılarında nasıl bir dil kullanılması yönündeki tartışmanın 1950'lerde ve devamında da sürüyor olması bu konudaki dinamik alanın sürekliliğini koruduğunu göstermektedir. Dolayısıyla bu tartışmanın geleneği halen devam etmektedir.

Bununla birlikte gazetecilikte uzmanlaşma arttıkça gazetelerin hedef kitleleri de belirginleşmeye başlamış ve gazetenin içeriği hedef kitleye göre şekillendirilmiştir. Bu yüzden bazı gazetelerdeki köşe yazıları olabildiğince kısa, basit ve popüler konulara yoğunlaşmış şekilde yayınlanır. Gazetelerin bir kısmı ise özellikle de ticari kitle yayıncılığı yapan gazeteler ise her türden okuyucuya erişmek için hem basit, kısa ve popüler yazılara sayfalarında yer verir hem de edebi yönü güçlü düşünce yazılarını sayfalarında barındırma çabasındadır.

Köşe yazarlığı bağlamında elde edilen sonuçlardan birisi de köşe yazısı aracılığıyla kitlelerin etkilenebildiğini gösteren örneklerin olmasıdır. İlk örneğin en belirgin göstergesi olarak 19 Mayıs 1878 tarihinde Ali Suavi imzalı köşe yazısından etkilenen insanların ertesi gün çağrılan yerde toplanıp Çırağan Sarayı'na baskına gitmesidir. Dolayısıyla köşe yazarlarının kendilerine güç atfetmeleri ve çoğu zaman toplumu ve siyasi alanı etkilediklerini düşünmelerinin tarihi, köşe yazarlığının başladığı tarihle koşut bir derinliğe sahiptir. O günden bugüne aynı tablonun devam ettiğini gösteren güçlü göstergeler vardır.

Bir diğer sonuç ise köşe yazarı-başyazar ile gazete sahipliği arasındaki döngüde yaşandığına dairdir. İlk gazetelerden 20. yüzyılın son çeyreğine kadar büyük ölçüde devam eden geleneğe göre başyazar gazetenin de sahibi olarak mesleğin içinde yer almıştır. Fakat bu süreçte hem yeni iletişim teknolojilerindeki değişimden dolayı hem de liberal ekonominin basın mesleğini kuşatacak şekilde yaygınlaşmasından dolayı gazete sahipliğinde de değişiklik yaşanmıştır. Gazeteler artık sermaye sahibi patronlar tarafından yönetilmeye başlanmış, köşe yazarı veya başyazar olgusu ise format değiştirerek yoluna devam etmiştir. Bu dönemde basın-sermaye arasındaki ilişkinin iç içe geçmesi aynı zamanda siyaset-iktidar alanıyla da yeni bir yoğunlaşmış yakınlık dönemini getirmiş köşe yazılarının içeriği de bu durumdan etkilenmiştir.

Öte yandan köşe yazarlığı olgusunu hem yapısal hem de içerik olarak etkileyen bir diğer faktörün de internet gazeteciliği ve ağırlıklı olarak sosyal medya olduğu görülmektedir. Facebook

ve Twitter başta olmak üzere sosyal paylaşım sitelerinin haberleşme ve bilgi paylaşımı alanlarını kendine özgü bir şekilde etkilemesi ve dönüştürmesiyle birlikte hem gazeteciliğin doğasında bir değişiklik yaşanmış hem de gazetelerin içeriğinde önemli bir yere sahip olan köşe yazarlığı olgusu için yeni bir düzlem ortaya çıkmıştır. Bu yeni düzlemin köşe yazarına ve okuyucuya dayattığı önceliğin uzun köşe yazıları yerine kısa, çarpıcı ve slogana dönüşmüş spot mesajların olması hem yazma pratiğini hem de okunma pratiğini etkilemektedir. Köşe yazarlarının tamamını olmasa bile büyük bir kısmını etkisi altına alan bu yeni trende uyum sağlayabilmek amacıyla kurumsal olarak gazeteler veya bazı köşe yazarlarının kendisi, yazısını kitlelere ulaştırabilmek için bir bütün olarak sosyal medyada paylaşmak yerine o yazının içinden seçtiği pasajları slogan haline getirerek paylaştığı bir atmosfer ortaya çıkmıştır. Gazeteler, Twitter aracılığıyla günde birkaç kez köşe yazarının yazısından belirli bir bölümü sosyal medya kullanıcıları için paylaşmaktadır. Sosyal medya ile birlikte öne çıkan bu durum köşe yazarlarının geleneksel kalıplardan çıkarak yeni iletişim teknolojilerinin doğasına uygun şekilde pozisyon almalarını ve mesajlarını da yeni araçların diliyle uyumlu bir şekilde vermelerini gerekli hale getirmiştir. Bu anlamda yeni dönemde geleneksel olarak gazetede köşe yazdığı için değil, bu yazısından pasajları sosyal medyada paylaştığı için öne çıkan, etki alanını genişleten ve bir şekilde kamusal aktöre dönüşen köşe yazarı modelinin yaygınlaştığı ve daha da baskınlaşacağı bir düzlemin şekillendiği öngörülmektedir.

Son tahlilde eklemek gerekirse bu çalışmada irdelendiği haliyle Türkiye'deki köşe yazarlığı olgusu, tarihsel derinliğe ve güçlü kültürel dinamiklere sahiptir. Başlangıcından bu yana köşe yazarlığı siyasi, sosyal ve ekonomik koşulların hem nedeni hem de sonucu olarak tarih sahnesine çıkmıştır. Yolcuğunu bugün de sürdürmektedir.

Kaynaklar

- Altun, F. (2011). Türkiye'de medya muhalefeti: kavramsal bir analiz. N. Avcı (Ed.). *Türkiye'de Medya*. İstanbul: Meydan Yayıncılık.
- Andsager, J. (1990). Perceptions of credibility of male and female syndicated political columnists, *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 67/3, 485-491.
- Armstrong, J. (2005). *A narrative look at the regional voice of political columnist Molly Ívins*. PhD Thesis: Auburn University.
- Asna, A. (2004,09 Şubat). Gazete başına 35 köşe yazarı. *Bizim Gazete*.
- Bauman, Z. (1996). *Yasa Koyucular ve Yorumlayıcılar*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Bayram, S. (2015). *Türkiye'de başkanlık sistemi tartışmaları*. İstanbul: SETA Yayınları.
- Bil, H. (1953, 13 Aralık). Sedat Simavi. *Hürriyet Gazetesi*.
- Bourdieu, P. (2014). L. Wacquant (Ed.). *Düşünümsel bir antropoloji için cevaplar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çağlar, İ., & Özkır, Y. (2015). Suriyeli Mültecilerin Türkiye basınında temsili. K. İnat & M. Ataman (Ed.). *Ortadoğu yıllığı 2014*. İstanbul: Açılım Yayınları.
- Çelik, D. (2008). *Köşe yazılarının toplumsal cinsiyet ve kadın eğitimi açısından değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Değer, A. (2013). *Doğu-Batı ekseninde Türkiye: Arap Baharı'nın köşe yazılarında söylemsel konumlandırılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Maltepe Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Duff, A. S. (2008). Powers in the land? British political columnists in the information era. *Journalism Practice*. 2/2, 230-244.
- Feldstein, M. A. (2002) *Watergate's forgotten investigative reporter: The battle between columnist Jack Anderson and President Richard Nixon*. PhD Thesis: The University of North Carolina at Chapel Hill.
- Gölcü, A. (2014). *Demokrasi kültürü bağlamında 28 Şubat sürecini yeniden düşünmek: Köşe yazılarında demokrasi söylemi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Groeninger, D. V. (2005). *Chicago imagined: The role of newspaper columnists in creating a city of the mind, 1890-1930*. PhD Thesis: Loyola University of Chicago.
- Gür, A. (1998, 05 Nisan). 10 gazetede 561 köşe yazarı. *Milliyet Pazar Gazetesi*.
- Gürel, N. (2004). *Şu bizim medya*, İstanbul: Bashaş Yayınları.
- Kabacalı, A. (1994). *Türk basınında demokrasi*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Karpat, K. (2005). *İslam'ın siyasallaşması: Osmanlı Devleti'nin son döneminde kimlik, devlet, inanç ve cemaatin yeniden yapılandırılması*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kırıkkanat, M. (2005, 27 Temmuz). Halkımız eğleniyor. *Radikal Gazetesi*.
- Koloğlu, O. (2006). *Basın tarihi*. İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Mardin, Ş. (2004a). *Yeni Osmanlı düşüncesinin doğuşu*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mardin, Ş. (2004b). *Türkiye'de din ve siyaset*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972). The agenda setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*. 36/32, 176-187.
- McNair, B. (1995). *An introduction to political communication*. , London & New York: Routledge.
- Özel, İ. (1998, 01 Mart). Gazete yazarlığının ticari tarafı. *Yeni Şafak*.
- Özkır, Y. (2010). Cici bir silah olarak köşe yazarlığı. *Anlayış Dergisi*. Nisan, 83, 56.
- Özkır, Y. (2012). *Hürriyet Gazetesi 1948-2012 kurumsal kimlik, mülkiyet sahipliği ve genel yayın politikası*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Schlapp, H. (2002). *Gazeteciliğe giriş*. Ankara: Vestfalya Eyaletler Yayımevi.
- Tekinalp, Ş. (2008). Postmodernist dördüncü kuvvet: köşe yazarları. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 1, 119-130.
- Tokgöz, O. (2000). *Temel gazetecilik*. İstanbul: İmge Yayınları.
- Topuz, H. (2003). *II. Mahmut'tan holdinglere Türk basın tarihi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Tüfekçioğlu, H. (1992). Cumhuriyet ideolojisi ve Türk basını. *Sosyoloji Dergisi*. 3/3, 45-96.
- Tüfekçioğlu, H. (1993). *Sosyolojik açıdan gazete ve Osmanlı gazeteciliğinin temellendirilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yüce, E. (2007). *Simgesel seçkinler ve habitus: Hürriyet Gazetesi'nde köşe yazarlığı*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ana-kara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zincirkıran, N. (2013). *Olaylar-anılar ve gerçekler*. İstanbul: Epsilon Yayınları.

