

173667

ULUSAL BASINDA
DÜŞÜNCE YAZARI KADIN GAZETECİLER
Gülsüm ÇALIŞIR
YÜKSEK LİSANS TEZİ
Eskişehir, Mart 2003

Anadolu Üniversitesi
Eskişehir

ULUSAL BASINDA DÜŞÜNCE YAZARI KADIN GAZETECİLER

Gülsüm ÇALIŞIR

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Basın Yayın Anabilim Dalı
Danışman: Yrd. Doç. Dr. Emine DEMİRAY

Eskişehir
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Mart 2003

Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Eskişehir

YÜKSEK LİSANS TEZ ÖZÜ

ULUSAL BASINDA DÜŞÜNCE YAZARI KADIN GAZETECİLER

Gülsüm ÇALIŞIR

Basın Yayın Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mart 2003

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Emine Demiray

İletişim ve kitle iletişimi, Türkiye’de kadınların durumu ve kitle iletişim araçlarında kadınların yer alış biçimleri ile ulusal düzeyde yayın yapan beş gazetenin bir aylık süre boyunca incelenmesi bu çalışmanın konu başlıklarını oluşturmuştur.

21. yüzyılın yaşam şartlarına uygun değişen görüş ve davranışlar, toplumlarda “kadın hakları” ve “kadın sorunları” üzerinde düşünmeyi de beraberinde getirmiştir. Endüstrinin gereklerinden olan daha fazla üretim, çalışma alanında erkeklerin yanı sıra kadınların da iş ve söz sahibi olmasına neden olmuştur. Bunu sonucunda kadınların asırlarca erkeklerin yararlandığı sosyal özgürlük, politik etkinlik, kazanç ve unvan üstünlüğü gibi haklardan birçok toplumda yoksun kaldığı fark edilmiştir. Tepki olarak geliştirilen kadın hakları, kadın-erkek eşitliği gibi düşünceler çeşitli eylemlerin, kurumların ve yayınların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Bu çerçevede, günümüzde yaşamın vazgeçilmezleri arasında bulunan kitle iletişim araçlarından gazetelerde düşünce yazarı kadın gazeteciler ve köşe yazıları bu çalışmanın araştırma konusunu oluşturmuştur.

ABSTRACT

Communication and mass communication, the position of women in Turkey and the way it is reflected in mass media and a monthly survey of five national newspapers has formed the titles of this research.

The change in views and behaviours according to the living conditions of the 21st century have resulted in a revaluation of women's rights and women's issues. The need for growth in production as part of industrialization have resulted with the women having more opportunities of employment and empowerment as well as men. As a result, it was made clear that the women for centuries were discriminated from the rights of social freedom, political action, gaining of wealth and titles. Women's rights, the equality of men and women were concepts developed as actions and publications in reaction to this.

Within this context ,the role of women columnists and writers of the newspapers -the indispensable mass media of our daily lives- has been the subject this survey.

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Gölsüm ÇALIŞIR'ın “Ulusal Basında Düşünce Yazarı Kadın Gazeteciler” başlıklı tezi **13 Mart 2003** tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, **Basın Yayın Anabilim Dalında**, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza _____

Üye (Tez Danışmanı) : Yrd.Doç.Dr.Emine DEMİRAY

Üye : Prof.Dr.A.Haluk YÜKSEL

Üye : Doç.Dr.Ali Murat VURAL

Prof.Dr.Nurhan AYDIN
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Anadolu Üniversitesi
Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Yıllardır kadının ikinci sınıf vatandaş olarak değerlendirilmesi belki de beni bu konuda araştırma yapmaya yöneltti. Peki, ben bu araştırmayla diğerlerinden farklı bir söylemde bulunuyor muyum? Kadın konusunda yeni bir boyut kazandırmak mı bu çalışmanın amacı?

Genelden özele doğru bir çıkarımda bulunmak gerekirse; toplumdan, ailemizin vazgeçilmez bireylerine kadar her yerde kadınlar vardır. Ve kadınların günümüzde bile hala hor görülmeleri, toplumdan soyutlanmak istenmeleri, beni bu çalışmayı yapmaya iten nedenler arasında yer alır. Böylesi bir amaçla yola çıkarak, bu konuda araştırma yapmayı, benim gibi düşünen insanların sözcülüğünü yapmak olarak kabul ediyorum.

Bu düşünceden hareketle başladığım çalışma boyunca bana her konuda yardımcı olan ve çalışmanın bu şekilde sonuçlanması için emeğini benden esirgemeyen danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Emine Demiray'a çok teşekkür ediyorum.

Bana yüksek lisans yapma fırsatı tanıyan Tepebaşı Belediye Başkanı Ahmet Ataç'a, çalışma süresince bilgi ve önerilerine başvurduğum hocalarım Prof. Dr. Uğur Demiray ve Doç. Dr. A. Murat Vural'a; çalışmanın dizgi aşamasında desteğini benden esirgemeyen Cem Öner'e; çalışmanın son aşaması sırasında bana tolerans gösteren oda arkadaşlarım Banu Gümüşpala Ö., Güler Öcal ve E. Neslihan Özcan'a sonsuz teşekkürlerimi sunmak istiyorum.

Çalışma boyunca benim yanımda olan, sıkıntılı dönemlerimde bana güç veren ve çalışmanın bu şekilde sonuçlanmasında büyük emekleri olan sevgili aileme burada ne kadar teşekkür etsem az olacağını biliyorum. Onlar iyi ki varlar. Benim yanımda oldukları için onlara çok teşekkür ediyorum.

Gülsüm ÇALIŞIR

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZ	ii
ABSTRACT	iii
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	iv
ÖNSÖZ	v
ÖZGEÇMİŞ	vi
TABLolar LİSTESİ	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

İLETİŞİM VE KİTLE İLETİŞİMİ

1. İLETİŞİMİN TANIMI	6
2. KİTLE İLETİŞİMİ	13
2.1. Kitle İletişim Araçları	16
2.2. Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri	19

İKİNCİ BÖLÜM

GAZETE VE GAZETECİLİK

1. GAZETENİN TANIMI	24
2. GAZETENİN TARİHİ	25
3. TÜRKİYE'DE GAZETENİN TARİHİ	26
4. GAZETECİNİN TANIMI	27
5. GAZETECİLİK MESLEĞİ	30
6. GAZETELERDE YAZI TÜRLERİ	33
6.1. Haber	33
6.2. Başyazı	33
6.3. Makale	36
6.4. Köşe Yazısı (Fıkra)	38
6.5. Eleştiri	40
6.6. Yorum	43
6.7. Deneme	45
6.8. Söyleşi (Sohbet)	47
6.9. Görüşme	49
6.10. Röportaj	50
6.11. Araştırma-İnceleme	52

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE KADININ DURUMU, KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDA YER ALIŞ BIÇIMI VE KADIN GAZETECİLER

1. TÜRKİYE'DE KADININ DURUMU	54
2. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDA KADININ YER ALIŞ BIÇIMI	67
2.1. Gazetelerde Kadın	67
2.2. Televizyonda Kadın	68
2.3. Dergilerde Kadın	72
2.4. Sinemada Kadın	74
3. KADIN GAZETECİLER	77
3.1. Gazetelerde Çalışan Kadınların Konumu	77

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ULUSAL BASINDA DÜŞÜNCE YAZARI KADIN GAZETECİLER

1. GAZETELERE GÖRE DÜŞÜNCE YAZILARINDA KADIN-ERKEK GAZETECİLERİN SAYISAL DAĞILIMI.....	83
2. GAZETELERE GÖRE DÜŞÜNCE YAZILARINDA KADIN-ERKEK GAZETECİLERİN ELE ALDIKLARI KONULARIN DAĞILIMI.....	85
3. GAZETELERE GÖRE DÜŞÜNCE YAZILARINDA KADIN-ERKEK GAZETECİLERİN YAZILARININ YER ALDIĞI SAYFALARIN DAĞILIMI.....	93

4. GAZETELERE GÖRE DÜŞÜNCE YAZILARINDA KADIN-ERKEK GAZETECİLERİN DÜZENLİ YAZI YAZIP YAZMAMALARINA GÖRE DAĞILIMI	101
5. GAZETELERE GÖRE DÜŞÜNCE YAZILARINDA KADIN-ERKEK GAZETECİLERİN YAZDIKLARI KÖŞELERİN ADLARI	107
6. GAZETELERE GÖRE KADINLA İLGİLİ YAZILAN DÜŞÜNCE YAZILARININ KADIN-ERKEK GAZETECİLERE GÖRE DAĞILIMI	117
7. GAZETELERE GÖRE KADINLA İLGİLİ YAZILAN DÜŞÜNCE YAZILARININ İÇERİKLERİNE GÖRE DAĞILIMI	121
ÖZET, SONUÇ VE ÖNERİLER	126
KAYNAKÇA.....	134

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1. Gazetelere göre düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin sayısal dağılımı	83
Tablo 2. Akşam Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin ele aldıkları konuların dağılımı	85
Tablo 3. Radikal Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin ele aldıkları konuların dağılımı	87
Tablo 4. Hürriyet Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin ele aldıkları konuların dağılımı	88
Tablo 5. Zaman Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin ele aldıkları konuların dağılımı	90
Tablo 6. Cumhuriyet Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin ele aldıkları konuların dağılımı	91
Tablo 7. Akşam Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin yazılarının yer aldığı sayfaların dağılımı- sayfalardaki konumları	94
Tablo 8. Radikal Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin yazılarının yer aldığı sayfaların dağılımı- sayfalardaki konumları	95
Tablo 9. Hürriyet Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin yazılarının yer aldığı sayfaların dağılımı- sayfalardaki konumları	96
Tablo 10. Zaman Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin yazılarının yer aldığı sayfaların dağılımı- sayfalardaki konumları	98
Tablo 11. Cumhuriyet Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin yazılarının yer aldığı sayfaların dağılımı- sayfalardaki konumları	100

Tablo 12. Akşam Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin düzenli yazıp yazmamalarına göre dağılımı	102
Tablo 13. Radikal Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin düzenli yazıp yazmamalarına göre dağılımı	103
Tablo 14. Hürriyet Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin düzenli yazıp yazmamalarına göre dağılımı	104
Tablo 15. Zaman Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin düzenli yazıp yazmamalarına göre dağılımı	105
Tablo 16. Cumhuriyet Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin düzenli yazıp yazmamalarına göre dağılımı	106
Tablo 17. Akşam Gazetesi'nde kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının kadın-erkek gazetecilere göre dağılımı	117
Tablo 18. Radikal Gazetesi'nde kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının kadın-erkek gazetecilere göre dağılımı	118
Tablo 19. Hürriyet Gazetesi'nde kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının kadın-erkek gazetecilere göre dağılımı	118
Tablo 20. Zaman Gazetesi'nde kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının kadın-erkek gazetecilere göre dağılımı	119
Tablo 21. Cumhuriyet Gazetesi'nde kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının kadın-erkek gazetecilere göre dağılımı	120
Tablo 22. Akşam Gazetesi'nde kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının içeriklerine göre dağılımı	121
Tablo 23. Radikal Gazetesi'nde kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının içeriklerine göre dağılımı	122
Tablo 24. Hürriyet Gazetesi'nde kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının içeriklerine göre dağılımı	122

Tablo 25. Zaman Gazetesi’nde kadınla ilgili yazılan düşünce	
yazılarının içeriklerine göre dağılımı	123
Tablo 26. Cumhuriyet Gazetesi’nde kadınla ilgili yazılan düşünce	
yazılarının içeriklerine göre dağılımı	124

GİRİŞ

Dil, yazı ve matbaa, düşünceyi biriktirmek ve yaşatmak için önemli araçlardır. Bu araçların birlikte ortaya koyduğu ürüne “basılı” denir. Basılanların belli aralıklarla zaman içinde sürdürülen türü “basın”dır. Bunlara “sürelî yayın” da denmektedir.

Basın, yaşanan anda olup bitenleri sonradan öğrenmek merakına dayanır. Bu yararlı ve pratik bir meraktır. Geçmişte olup bitenleri öğrenen insan, kendisi için daha elverişli koşullardan faydalanmak ve elinden geldiği kadar zorluklardan, tehlikelerden kaçınmak gibi doğal bir içgüdüye sahiptir. Basın, bu içgüdünün uyandırdığı merak ve ihtiyaçtan doğmuştur. İnsan, uzak geçmişî tarihten, yakın geçmişî de basından izler.

Basının gücü tartışılmaz bir gerçektir. Basının bu gücü, sosyalleşme sürecinde etkilendiğimiz pek çok etkenin rol alması gibi, dünya görüşümüzün şekillendirilmesi, düşünce ve fikirlerimizin temel kaynağı olabilmesi gerçeğinde yatmaktadır.

Matbaanın bulunup, yaygınlaşmasıyla birlikte hızla gelişen yazılı basın, düşüncelerimizin şekillenmesinde etken olmuştur. Bu etkide yazılı basında ve özellikle de günümüz gazetelerinde sıkça bulunan “köşe yazıları” ve “köşelerin yazarları” en büyük paya sahiptir. Çünkü bu iki kavram, düşüncelerimizin şekillenmesinde oldukça etkilidirler.

Kişî ve toplum arayışı üzerinde güçlü olan basın, iletilerini gönderirken sütunlarında yer ayırdığı köşe yazılarından ve köşe yazarlarından faydalanmaktadır. Bunu yaparken de topluma yön verme amacıyla hareket etmektedir.

Ülkemize basın sonra gelmiştir. Kadınların basında yer almaya başlaması ise erkeklere göre daha geç olmuştur. Tanzimatla birlikte kadın hakları ve aile konusundaki gelişmeler kadınların basında yer almasını sağlamıştır. Türkiye gibi ataerkil bir toplumda, erkek egemenliğinin varlığı, yadsınamayacak bir gerçektir. Yazılı basın bağlamında da köşe yazarlarının çoğunun erkek olması durumu bu yapıyla bağlantılıdır. Ancak bu durumun son yıllarda değiştiği, kadın köşe yazarlarının sayısının artış gösterdiği görülmektedir. Bu nedenle çalışmanın problemi; kadın köşe yazarlarının, erkek köşe yazarları arasında yerini, oranını belirlemek, yazıları içersinde kadınla ilgili konularda kadına yaklaşımı ortaya çıkartmaktadır. Bu problem doğrultusunda

araştırmada dört ana bölüm yer almaktadır. İlk bölümde iletişim ve kitle iletişim kavramları üzerinde (bu arada kitle iletişim araçlarının önemi de vurgulanacak) durulacaktır. İkinci bölümde gazete ve gazetecilik mesleği anlatılırken, gazetelerde yer verilen yazı türlerine değinilecektir. Üçüncü bölümde Türkiye’de kadının durumu, kitle iletişim araçlarında yer alış biçimi ve kadın gazetecilere yer verilecektir. Dördüncü bölüm araştırmanın inceleme bölümüdür. Bu aşamada belli soru başlıklarına cevaplar aranacaktır.

Bu çalışmanın konusu, Türkiye’de yazılı basında çalışan köşe yazarlarının kim olduğunu, kadınların bunlar arasındaki yerini, önemini araştırmaktır.

Bu bağlamda araştırma için ulusal düzeyde yayın yapan gazetelerden bir aylık bölümü alınıp, Kasım 2001 yılına ait olan Akşam, Hürriyet, Radikal, Zaman ve Cumhuriyet gazetelerinin öncelikle her birinde kaç köşe yazarı, köşe yazısı bulunduğu, yazarların kaçının erkek, kaçının kadın olduğu incelenmiştir.

Kadın köşe yazarlarının özellikle inceleme konusu seçilmesinin nedeni, dünyada “kadın” konusunun giderek artan bir biçimde dikkatleri çekmesi, Türkiye’de de ekonomik ve toplumsal gelişmeye koşut olarak, kadınların toplumdaki rollerinin yeniden belirlenmesidir. Zaten ülkemizde kadınların gazetecilik alanında çalışmaya başlamaları da bu gelişmenin bir sonucudur.

Bu çalışmanın genel amacı toplumsal yaşamı etkileyen kitle iletişim araçları arasında yer alan yazılı basında, bir aylık süre içerisinde inceleme kapsamına alınan gazetelerdeki köşe yazıları, köşe yazarları ve bunlar arasında bulunan kadın köşe yazarlarının durumunu araştırmaktır. Bu amaçlar doğrultusunda şu sorulara yanıt aranacaktır:

- 1- Kitle iletişim araçlarının işlevleri nelerdir?
- 2- Gazetelerdeki yazı türleri nelerdir, köşe yazısı ve köşe yazarı ne demektir?
- 3- Gazetelere göre düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin dağılımı nasıldır?
- 4- Gazetelere göre düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin ele aldıkları konuların dağılımı nasıldır?
- 5- Gazetelere göre düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin yazılarının yer

aldığı sayfaların dağılımı ve sayfalardaki konumu nasıldır?

- 6- Gazetelere göre düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin düzenli yazı yazıp yazmamalarına göre dağılımı nasıldır?
- 7- Gazetelere göre düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin yazdıkları köşelerin adları nelerdir?
- 8- Gazetelere göre kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının kadın-erkek gazetecilere göre dağılımı nasıldır?
- 9- Gazetelere göre kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının içeriklerine göre dağılımı nasıldır?

Bir araştırmanın sonuçları kadar, bu sonuçların hangi alanlarda, kimler tarafından, ne gibi amaçlarla kullanılacağına bilinmesi de önemlidir. Bu araştırma, amaçlar doğrultusunda toplanıp, işlenen veriler, ulaşılan bulgular, üretilen bilgiler ve getirilen önerilerle kadın köşe yazarları ile ilgili ayrıntılı bilgilere ulaşma olanağı sağlanması açısından önemlidir.

Ayrıca araştırma, bu konuyla ilgilenenlere kaynaklık etmesi ve daha önce böyle bir çalışma yapılmamış olması nedeniyle Türk yazılı basını ve köşe yazısı ile yazarları açısından yararlı bir araştırma olması bakımından da önemlidir.

Gazetelerde köşe yazarlığı yapan kadınların, toplumun genelini ilgilendiren konulara ışık tutan yazılar yazdıkları gibi, hemcinslerini ilgilendiren konulara da ağırlık verdikleri varsayılmaktadır. Ayrıca erkek köşe yazarlarının kadınlara oranla sayısal çokluğu, uzmanlık alanlarının daha çok politika, spor gibi konular olduğu da varsayılmaktadır.

Her bilimsel çalışmada çeşitli sınırlılıklar söz konusudur. Hiçbir araştırma için zaman ve madde imkanları sınırsız değildir. Sosyal bilimlerde yapılan araştırmaların odağında “insan” ögesinin bulunmasından kaynaklanan sınırlılıklar bu araştırma için de geçerlidir. Araştırma ulusal düzeyde yayın yapan Akşam, Radikal, Hürriyet, Zaman ve Cumhuriyet gazeteleri ile sınırlıdır. Bu gazetelerde sadece köşe yazarlarının ve köşe yazılarının araştırılması diğer bir sınırlılık unsurudur. Araştırmada ayrıca bir de süre sınırlılığı söz konusudur. Çünkü araştırma, 1-30 Kasım 2001 tarihleri arasında yayınlanan adı geçen gazetelerin araştırılmasıyla sınırlı kalmıştır.

Bu araştırma sırasında sıklıkla karşılaşılan kelimelerin tanımları şu şekilde verilmiştir:

Köşe Yazarı: Her gün ya da belli aralıklarla, belli bir gazetenin kendisine ayrılan bir köşesinde makale, fıkra, deneme vb. yazan yazardır.

Köşe Yazısı: Her gün ya da belli aralıklarla gazete ve dergilerin belirli köşelerinde güncel, siyasi konularda yayımlanan kısa yazıdır.

Kadın: Dişi cinsten erişkin insan. Erkeğin karşıtı, evlenmiş kız.

Erkek: Kadına karşıt olarak, erkek cinsiyetinde olan insan.

Gazete: Siyasi, ekonomik, toplumsal vb. haberlere ilişkin bilgiler veren ya da görüş belirten günlük yayın. Çeşitli süreli yayınları belirten terim. Bir gazetenin, bir süreli yayının elemanları, bir gazetenin, bir süreli yayının barındığı yer.

Dergi: Sanat ve bilimlerle ilgili konuları gazetelerden daha geniş kapsamlı inceleyen ve gündelik olmayan süreli yayın ve mecmua.

Araştırma, dört bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde “İletişimin ve Kitle İletişimi”nin ne olduğu üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde “Gazete ve Gazetecilik Mesleği” üzerine tanımlardan yola çıkarak, açıklamalar yapılmıştır. Üçüncü bölümde “Türkiye’de Kadının Durumu, Kitle İletişim Araçlarında Yer Alış Biçimi ve Kadın Gazeteciler” konu başlığı ele alınmıştır. Bu durumun ne yönde bir gelişme gösterdiği araştırılmıştır. Araştırmanın söz konusu olan bu ilk üç bölümü, literatür taraması yöntemiyle yapılmıştır. Konuyla ilgili ayrıntılı bilgilere ulaşmak üzere birçok kaynağa ulaşılmış ve her biri okunarak, araştırma için gerekli olan bölümlerde kaynak gösterilerek kullanılmıştır. Araştırmanın dördüncü bölümünde ise çalışmaya adını veren “Ulusal Basında Düşünce Yazarı Kadın Gazeteciler” başlığı incelenmiştir. Bu bölümde yöntem olarak içerik çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda ulusal düzeyde yayın yapan Akşam, Radikal, Hürriyet, Zaman ve Cumhuriyet gazetelerinin 1-30 Kasım 2001 tarihleri arasında çıkan bölümleri araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Tarihin 1-30 Kasım 2001 olarak belirlenmesindeki amaç; bu çalışmaya başlama döneminin o tarihlere rastlamasıdır. Ayrıca yaz döneminin sona erip, sonbahar döneminin girmesiyle köşe yazarlarının tam anlamıyla köşelerinde düzenli olarak yazmaya başlamaları ve bu dönemde yayınlanan gazetelerde çıkan haber ve köşe yazısı

sayısında artış olacağı düşüncesinden hareketle bu tarihler seçilmiştir. Bu gazetelerin seçilmesindeki amaç ise; her bir gazetenin hedef kitlelerinin, yayın politikalarının ve yayın gruplarının farklı olmasıdır. Yani gazeteler arasında fikir gazetesi ve popüler gazete ayırımına uyan gazetelerin bulunması ve ideolojik olarak farklı gruplara seslenen gazeteler olması özellikle seçilmiş bir durumdur. Gazetelerin 1-30 Kasım 2001 tarihleri arasında çıkan bölümleri düzenli olarak her gün incelenmiştir. Bu inceleme sırasında adı geçen gazetelerde çıkan sadece köşe yazıları araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Köşe yazısından kasıt, her gün ya da belirli aralıklarla (haftalık ya da iki haftalık) köşe yazarı tarafından yazılan güncel ya da siyasi konulardır. Araştırma sonucunda elde edilen bilgiler excel programında tablolaştırılarak, yorumlanmıştır. Araştırmanın sonucunda ise “Özet, Sonuç ve Öneriler” başlığına yer verilmiştir. Burada, araştırma sırasında elde edilen bulgular yorumlanarak, özetlenmiştir. Bundan sonra, bu yönde yapılacak araştırmalar için de önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

İLETİŞİM VE KİTLE İLETİŞİMİ

1. İLETİŞİMİN TANIMI

Türkçe’de uzun süre kullanılmış bulunan “haberleşme” sözcüğünün yerini alan “iletişim” sözcüğü, içerik olarak tüm canlılar arasındaki ilişki ve etkileşimi kapsamaktadır. Dolayısıyla karşılıklı ilişki ve etkileşimde bulunanlar yalnızca insanlar değildir. Ancak iletişim kavramının, özellikle bilimsel çalışma ve araştırmalarda daha çok insanlararası ilişki ve işlevi sağlayan araçlar için kullanıldığı bir gerçektir. ¹

İletişim olgusu, insanlık tarihindeki üçüncü ve gerek toplumsal, gerek kültürel açıdan belki de en büyük teknolojik devrimi simgelemektedir. İnsanların konuşmaya başladıkları tarihten günümüze kadar, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, toplumsal gelişmelere uygun bir hız göstermiştir. İletişimi toplumların simgesi yapan 20. Yüzyılın sonlarında, teknolojilerin aşırı bolluğu ve uygulamaların profesyonelleşmesi, mevcut ve çok sesliliğe yeni çok seslilikler katmıştır. ²

Genel anlamda, iletişimin gerçekleşmesi için iki sistem gereklidir. Nitelikleri ne olursa olsun bu iki sistem arasındaki bilgi alışverişi “iletişim” olarak kabul edilebilir.

İletişim (communication), kelimesi latin dilinde “communis”, yani “ortak” tan gelmektedir. Bir bildirişimde bulunduğumuz zaman, karşımızdaki kişiyle bir “ortaklaşma” yaratmak istiyor uz demektir. ³

İletişim, iletiler yoluyla olan toplumsal ilişkidir. Bu ilişkide kişiler birbirinin düşüncesini, duygusunu, davranışını etkileyen iletiler alıp verirler. Amaçlı ileti alışverişi ilişkisi olarak görülen iletişimi, tutucu kuramın tanınmış aydını Schramin şöyle açıklar:

¹ Orhan Gökçe, *İletişim Bilimine Giriş*, (Turhan Kitabevi, Ankara, 1998), s.6.

² Armanol ve Michele Mattelard, *İletişim Kuramları Tarihi*, (İletişim Yayınları, İstanbul, 1998), s.7.

³ Ünsal Oskay, *Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş*, (Sevinç Matbaası, Ankara, 1969), s.99.

Kişi iletişimi, yeni bir şeyler bulmak, toplumla ilişkisinde kılavuzluk etmek ve güveni tazelemek, diğer kişilere kendi hüviyetini ve ilişkiler anlayışını kabul ettirmek için “radar olarak”, diğer kişileri ikna etmek ve karar vermek için ise “araç olarak” kullanılır. ⁴

En geleneksel tanımıyla ve çoğu kişi için de ilk akla gelen anlamda iletişim, mektup alma gönderme, telefonlaşma gibi haberleşme, posta hizmetleri, ulaşım ya da elektrik devresi ve elektronik bağlantıdır. Bugün ise iletişim; teknolojidir, sanattır ya da gazeteciliktir. Bir bilim dalının adı ya da sıradan bir etkinliktir. Amaçlı ya da doğal bir süreçtir. Kitle iletişimi ya da kişilerarası ilişkidir. ⁵

İletişim, insan etkinliklerinin tamamlayıcı bir parçasıdır. Nerede bir insan etkinliği varsa, orada iletişim vardır. İletişim, insan etkinliklerinin bir zorunluluğu, ayrıcalığı, önceliğidir. İletişim kısaca ileti alışverişi ise de ileti, malların üretimi ve dağıtımı, paranın dolaşımı, pazar ilişkileri, aynı zamanda düşüncenin ve deneyimin üretimi, dağıtımı ve alışverişi demektir. İletişim, insan ilişkilerinin süregiden bir sürecidir. Gerçekte toplumsal bir olgudur. Bu nedenle onu toplumsal, ekonomik, siyasal ve tarihsel koşullarla birlikte düşünmek yanlış olmaz.

İletişim, kişiler ya da toplumlar arasındaki haber, olgu, fikir ya da özetle ileti değişimi sürecidir. ⁶

Birbirlerine ortamlarındaki nesneler, olaylar, olgularla ilgili değişimleri haber veren, bunlara ilişkin bilgilerini birbirine aktaran, aynı olgular, nesneler, sorunlar karşısında benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan, benzer duygular taşıyıp bunları birbirine ifade eden insanların oluşturduğu topluluk ya da toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı düşünce, duygu bildirimlerine “iletişim” denir. ⁷

İletişim, kişilerin belirli bilgilere, düşüncelere sahip olmaları amacıyla bilgi, düşünce ve duyguların aktarılmasıdır. Böylece, belirli bir topluluk içinde benzeşme ve birlik taşıyan bir ortaklık yaratılabilecektir. Özetle iletişim, haberin, bilginin ya da en genel anlamıyla kültürün insan topluluklarına dağıtımı olgusudur. ⁸

⁴ İrfan Erdoğan-Korkmaz Alemdar, **İletişim ve Toplum**, Ankara, 1990, s.52.

⁵ Aysel Usluata, **İletişim**, (İletişim Yayınları, İstanbul, 1997), s.9.

⁶ Konca Yumlu, **Kitle İletişim Araştırmaları**, (Neşe Yayıncılık, İzmir, 1990), s.8.

⁷ Ünsal Oskay, **İletişimin ABC’si**, (Simavi Yayınları, İstanbul, 1992), s.15.

⁸ A.Raşit Kaya, **Kitle İletişim Sistemleri**, (Teori Yayınları, Ankara, 1985), s.1.

Unesco bünyesinde oluşturulan, “İletişim Sorunlarıyla İlgili Komisyon Raporu”nda (Mac Bride Raporu) yer alan bazı iletişim tanımları ise şöyledir:

a) İletişim, insanların birbirleriyle olgu değiş tokuşunda bulundukları geniş bir alandır. (Redfield)

b) İletişim, semboller aracılığıyla değiş tokuştur. Semboller; işaret, resim, plastik, sözel ya da herhangi bir biçimde olabilir. Salt bu semboller harekete geçirici olmaz, tepkide bulunacak kişilerin varlığı şarttır. (Lundberg)

c) İletişimde temel amacımız, etkileyici bir öge olmamız, diğerlerini fiziksel çevremizi ve kendimizi etkileyerek belirleyici bir öge olmamız; olayların oluşumunda katkımızın bulunmasıdır. (Berlo)⁹

İletişime ilişkin tanımların sayısı ikiye yakındır. E.X. Dance ve Carl E.LORSAN, 1972’de iletişim alanındaki tanımları taramışlar ve 126 değişik tanım bulmuşlardır. Bu sayı kuşkusuz o zamandan bu yana çok daha artmıştır. ¹⁰ Yazılı kaynakların taranması yöntemiyle gerçekleştirilen bir araştırmada “iletişim” sözcüğünün 4560 değişik kullanımının derlendiği, bu sayının süreç içinde 2612’ye indirildiği bildirilmiş, sonuçta da kavramsal içerikleri açısından 15 “terimleştirme” yapıldığı görülmüştür. ¹¹

Bu terimleştirmeleri Melih Zıllıoğlu şu şekilde tanımlamıştır:

- 1-Düşüncenin sözel olarak (konuşmayla) karşılıklı değiş tokuşu,
- 2-İki kişinin birbirini anlaması, kişinin karşısındakine kendisini anlatabilmesi,
- 3-Organizma düzeyinde bile olsa, ortak davranışa olanak veren etkileşim,
- 4-Bireyde, benlikle ilgili olarak belirsizliğin azaltılması,
- 5-Duyguların, düşüncelerin, bilgi ve becerilerin aktarılma süreci,
- 6-Bir kişi ya da bir şeyin, başka bir kişiye, bir şeye, içinden aktarımla, değiş tokuşla dönüşme, değişme süreci,
- 7-Yaşayan bir evrenin parçalarının ilintileşmesi, bağlantılarının kurulması süreci,

⁹ Yumlu, **Ön. ver.**, s.15.

¹⁰ Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, (Ark Yayınları, Üçüncü Baskı,1998), s.168.

¹¹ Ünsal Oskay, **Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri**, (Der Yayınları, İstanbul, 1993), s.309.

8-Bir kişinin tekelinde olanın başkalarıyla paylaşılması, başkalarına da aktarılma süreci,

9-Askeri dilde, iletinin gönderilmesiyle ilgili araç, yöntem ve teknikler,

10-İletiyi alanın belleğinin, iletiyi gönderenin beklentisine uygun yanıt verecek biçimde uyarılması,

11-Organizmanın, ortamdaki uyarıya verdiği farkedilir yanıt, ortamdaki değişime uyarlanma yanıtı, bu yanıtla ötekini etkileme,

12-Kaynaktan çıktıktan sonra, iletiyi alan için bir uyaran olan davranış,

13-Kaynağın karşı tarafı etkilemeyi amaçlayan davranış,

14-Belli bir konumdan, yapıdan bir başkasına geçiş süreci,

15-Güç (iktidar) kaynağı olarak kullanılan mekanizma.¹²

Bu terimleştirmeler çerçevesinde de iletişimin çeşitli tanımlarını yapmak mümkündür.

İletişimi; bilginin, fikirlerin, duyguların, becerilerin vb.'nin simgeler kullanılarak iletilmesi şeklinde tanımlamak mümkündür.

İletişim, anlam arama çabasıdır. İnsanın başlattığı, kendisini çevresinde yönlendirecek ve değişen gereksinimlerini karşılayacak şekilde uyarıları ayırt etme ve örgütlemeye çalıştığı yaratıcı bir edimdir.¹³

Bu çerçevede iletişimi, mesajlar aracılığıyla gerçekleştirilen toplumsal bir etkileşim ve insanların kollektif olarak toplumsal gerçekçiliği yaratıp, düzenledikleri süreç olarak tanımlamak da mümkün olabilir.

İletişim, kişinin doğrudan yaşam deneyimi ve denetimi dışında kalan olay ve olguların kendisine aktarılma sürecidir.¹⁴

İletişim, genellikle dil aracılığıyla haberleşme, ilişki kurma, bir konuşucu ile yanıt beklediği bir dinleyici arasındaki sözlü alışveriştir.

İletişim, iki ya da daha çok kimse arasında bir anlaşma, düşünsel açıdan bir yakınlaşma doğmasını sağlayan ve karşılıklı konuşmaya dayalı bir ilişkidir.¹⁵

¹² Merih Zıllıoğlu, **İletişim Nedir?**, (Cem Yayınevi, İstanbul, 1993), s.4-5.

¹³ İnal Cem Aşkun, **Yazınsal İletişim**, 2000-2001 Güz Dönemi, Yayınlanmamış Ders Notları.

¹⁴ L. Doğan Tılıç, **Utanyorum, Ama Gazeteciyim. Türkiye ve Yunanistan' da Gazetecilik**, (İletişim Yayınları, İstanbul, 1998), s.13.

¹⁵ **Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi**, (Milliyet Gazetecilik ve A.Ş., İstanbul, 1996), s.4485.

İletişim; telefon, telgraf, televizyon, radyo gibi araçlardan yararlanılarak, yürütülen bilgi alışverişidir. Bildirişim, haberleşme, komünikasyondur. ¹⁶

İletişime ilişkin tüm bu ve benzeri tanımlar, tanımlı yapanların yaklaşımlarına göre değişiklik göstermektedir. Ama bu yaklaşımlar içinde en azından iki düşünce çizgisini saptamak olanaklıdır.

İlk çizgi; iletişim sürecinin, iletişim yönünü öne çıkartmaktadır. Bu, kaynak-ileti-kanal-alıcı çizgisel modeliyle karakterize olan bir yaklaşımdır. Bu tür modeller, bir fikrin, duygunun, tutumun vb. birinden diğerine nasıl aktarıldığını ortaya koymaktadır.

Diğer yaklaşım ise karşılıklı ve ortak algılama, paylaşma gibi unsurların altını çizmektedir. İletişim kavramının tarihine bakıldığında, iletimsel mekanik çizgisel tür iletişim tanımından, karşılıklı ortak algılamalar türündeki iletişim tanımına doğru bir eğilimin bulunduğunu söylemek mümkündür.

James Coney, ‘geleneksel iletimsel mekanik yaklaşımla’ ‘törensel simgesel iletişim yaklaşım’ arasında bir ayrım yapmaktadır. İletimsel yaklaşım, iletişimi “sinyaller ve mesajların denetim amacıyla belli bir uzaklığa taşınması” olarak kavramakta, buna karşılık törensel yaklaşım, iletişimi esas alarak “mesajın üzerinde yayılması olarak değil, toplumun zaman içinde devamlılığını sağlamak olarak; bilgi verme edimi olarak değil, ortak inançların temsili olarak” görmektedir. ¹⁷

İletişim; ayrıca bilgi üretme, aktarma ve anlamlandırma süreci olarak da tanımlanabilir. ¹⁸ Bu durumda pek çok etkinlik iletişim sayılabilir. Örneğin bu tanıma dayanarak, iki insanın karşılıklı konuşmasını iletişim sayabileceğimiz gibi, arıların bal bulunan yeri birbirlerine bildirmelerini de iletişim kabul edebiliriz.

Kişisel varlığını ve toplumsal ilişkilerini iletişim yoluyla sürdüren bireyi, öteki canlılardan ayıran özelliklerden biri de iletişimde bulunabilme yeteneğidir. Bir araştırma sonucu, kişilerin iletişim araçlarıyla ilgilenmelerinin 35 nedeni bulunduğunu belirlemiş, daha sonra bu nedenler 5 ana başlıkla toplanmıştır. Bunlar;

1-Bilme, anlama gibi zihinsel gereksinimler,

2-Haz ve estetik gibi duygusal gereksinimler,

¹⁶ **Türkçe Sözlük**, (Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara, 1998), s.150.

¹⁷ Mutlu, **Ön. ver.**, s,169.

¹⁸ Üstün Dökmen, **İletişim Çalışmaları ve Empati**, (Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1994), s.9.

3-İstikrar, güven, statü arayışı gibi kişisel bütünleşme gereksinimleri,

4-Çevre ilişkileri gibi toplumsal bütünleşme gereksinimleri,

5-Kaçış, kurtuluş, oylanma, eğlenme gibi gerginlikten kurtulma gereksinimleridir.¹⁹

Öteden beri insan doğru, eksiksiz ve taze haber almak ister. Bu konudaki rekabet konusu da, haberlerin çabukluğudur. Sahiplenmiş haberleri saklamanın yanı sıra başkalarının elinde bulunan haberleri öğrenme ve yayma arzusu, bireyin temel içgüdülerinden biri olmuştur. Salt merak ve rekabet eğilimi, haber bir meta halini alır almaz, yerini kâr arayışına bırakmıştır. Bu arada rakibi aldatma arzusu, yani yanlış bilgilendirme, varlığını sürdürmüştür.

En az gelişmişinden başlanırsa ilk medya, çok basit ve öngörülebilir bir olayın, herkese açık bir şekilde anlatılmasıdır. Yazının bilinmediği çağlarda, kırık bir dal, ağaçtaki bir çentik, renkli bir çakıl taşı gibi işaretler, ilkel insanların gözünde düşmanın yaklaştığını ya da bir av hayvanının geçtiğini anlatmıştır. Bunun yanı sıra, gündüzleri duman, geceleri ateş, ya da Afrikalılar'ın tamtamı gibi görsel ve işitsel işaretler de kullanılmıştır. Fakat bu işaretler belirsiz olmuş ve bazen yanlış anlaşılmalara yol açmıştır. Bu nedenle hep daha iyisini aramak gerekmiştir. Tıpkı insanların eski dönemlerden bu yana yaptıkları gibi.²⁰

İnsan hızla, bu basit bilgilere, daha ayrıntılı mesajlar yardımıyla gerçek bilgiler eklemenin yollarını araştırmaya başlamıştır. Yazının bulunuşundan önce, bilginin aktarılabilceği tek kanal, insan hafızasından destek alan, söz olmuş, İnkâ İmparatoru bu konuda en ileri sistemi bulmuştur. İmparator, ülkesinin topraklarını boydan boya geçen taş döşeli bir yol yaptırmıştır. Bu ana yol, birbirini izleyen koşucular tarafından aşıyor, yorulan koşucu haberi arkadan gelene anlatıp çekiliyordu. Öteki de yorulunca bir başka koşucuya anlatıyordu. Böylece haber, en fazla on gün içinde bir kentten ötekine ulaşıyordu.

¹⁹ İbrahim Yüksel, **Haber Anlayışı ve Gazete Trajları**, (4.Boyut, İ.Ü.İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul, Nisan 1997), s.95.

²⁰ Jean Noel Jeannerey, **Başlangıçtan Günümüze Medya Tarihi**, (Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1998), s.20.

Yazının bulunuşu ve haberlerin taşınma hızını artıran hayvanların evcilleştirilmesiyle bu tablo değişmiştir. Daha sonraları at ve devenin yanı sıra posta güvercinleri kullanılmıştır. Ancak bunun da dezavantajı, güvercinlerin düşmanların şahinleri tarafından yakalanması ve haberlerin düşmanların eline geçmesiydi. Bu durum şifrelerin icat edilmesine neden olmuştur. Sümerlerin kil tablet üzerine yazıları, M.Ö. 130'dur. İlk Çin kitap baskıları, M.S. 600 yılındadır. Mürekkep ve kağıdın Araplar tarafından kullanımı da, bu yıllarda olmuştur.

En eski resmi posta merkezlerinin, Pers Anameniş İmparatorluğu zamanına kadar uzandığı sanılmaktadır. Bu uygulama daha sonra kesintisiz olarak, Helen monarşilerine, Roma ve Bizans İmparatorlukları'na ve Müslüman dünyasına yayılmıştır. İstilâlardan dolayı tehlikeli olan yolların ve bazı engellerin artmasından sonra, haberlerin düzenli dolaşımı kesintiye uğramıştır. Bu resmi posta merkezlerinin yeniden doğuşu 13, 14 ve 15. Yüzyıllarda gerçekleşmiştir.²¹

Baskı makinesinin, 1453 yılında Gutenberg tarafından bulunması, eğitimi kolaylaştırmak ve evrensel bir eğitim yoluyla kişilere geniş olanaklar sağlaması açısından, insanoğlunun kaderinin akışını değiştirmiştir. 1830'da buharlı baskı makinelerine, 1846'da rotatiflere geçilmiştir. 19. Yüzyıl'daki Endüstri Devrimi ve sonrasındaki icatlar (Telgraf 1835, Telefon 1876, Fotoğraf 1827, Sinema 1895, Radyo 1895, Televizyon 1929, Renkli Televizyon 1951, Bilgisayar 1942, Video 1968, Macintosh Bilgisayar 1984, İnternet Navigator 1993, Microsoft 1995, Windows 1998, Windows 2000) ise kişinin toplumdaki yaşantı biçimini değiştirerek, sorunlarla ve çelişkilerle yüklü bir uygarlığının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Her iki olguda 20.Yüzyıl'daki büyük iletişim devriminin gerek teknolojik, gerek kültürel açılardan öncüleri ve habercileri sayılmışlardır. Günümüzde hızla gelişen bir endüstri haline gelen kitle iletişimi, topluma da "bilgi toplumu" damgasını vurmuştur.²²

Bu bölümde "İletişimin Tanımı" başlığı altında, iletişimin ne olduğu, nasıl ortaya çıktığı, nasıl geliştiği konularına ve çeşitli iletişim tanımlarına değinildikten sonra, "Kitle İletişimi" başlıklı bölüme yer verilecektir.

²¹ Atilla Girgin, **Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i**, (İnkılap Kitabevi, İstanbul, 2000), s.9.

²² Ersan İlal, **İletişim, Yıgınsal İletişim Araçları ve Toplum**, (Der Yayınları, İstanbul, 1989), s.24.

2. KİTLE İLETİŞİMİ

İletişim, özellikle de kitle iletişimi üzerine yapılan ilk bilimsel araştırmalar 1.Dünya Savaşı sonrasında başlamış, 2.Dünya Savaşı sonrası yoğunlaşmıştır. Bu dönemlerin özelliği nedeniyle, konuyla daha çok siyaset bilimci ve sosyologlar ilgilenmiş ve öncelikle “propaganda” olgusu incelenmiştir. Geniş kitlelerin savaşa katılımının nasıl sağlandığı ya da düşman askerlerinin nasıl “demoralize” edildiği gibi konular araştırılmıştır.

2.Dünya Savaşı döneminde ortaya çıkan ve kitle iletişiminde adeta bir “devrim” yaratan radyo başta olmak üzere, kitle iletişiminin insanlar üzerindeki etkisi, bu dönem yapılan çalışmaların odak noktasını oluşturmuştur. Kitle iletişim araştırmalarında bu dönemde başlayan ve yaklaşık 1960’lı yıllara kadar süren eğilimin temeli “etki” kuramıdır. Bu kuramlar, ünlü araştırmacı H.Laswell’in 1948’de önerdiği “kim, neyi, hangi kanalla, kime söylüyor ve ne etki yaratıyor?” sorularından hareket eder. Varılan nokta ise, medyanın içerdiği mesajların tıpkı, deri altına yapılan bir iğne gibi olduğudur. Bu da aynı ilacın aynı tepkileri doğurduğu anlamını taşır. Bu yaklaşım, kitleleri ve bireyleri etkiye tamamen açık, yani iletişim sürecinde “pasif” olarak görür.

Medyanın verdiği mesajların doğrudan ve güçlü etkiler yarattığı yönündeki bu yaklaşım, çalışmalar ilerledikçe yerini daha farklı kuramlara bırakmıştır. Bu kuramlardan biri “iki aşamalı iletişim” modelidir ve kitleyi oluşturan bireylerin tek ve tecrit edilmiş olarak ele alınmasını sorgulayarak eleştirir. Bireylerin, içinde bulundukları çevre ve bu çevredeki “kanaat önderleri”nin önemini vurgular.

Kanaat önderleri, belli bir topluluk veya grubun saygı ve güven beslediği kişilerdir. Örneğin; belli bir derneğin başkanı, dernek üyeleri için bir caminin imamı ise cemaat için kanaat önderidir. Bu iletişim kuramına göre, medya mesajları, önce kanaat önderlerini etkiler, daha sonra kanaat önderleri bu mesajları kendi gruplarındaki bireylere taşır ve onlar üzerinde etkili olurlar. Bu çalışmalarla, bireylere yüklenen pasif rolün kısmen de olsa, giderek azaldığı görülür.

Bireylere iletişim sürecinde daha aktif bir rol yükleyen bir başka kuram ise Blumler ve Katz’ın “kullanımlar ve tatminler” yaklaşımı olmuştur. Bu yaklaşım, kişilerin medyadan bazı tatminler bekledikleri ve sunulan mesajları bunlara göre kullandıkları fikrini öne çıkarır. Söz konusu tatminler; bilgilenme, toplumsal ilişki ve

toplumsallaşma, kimlik arayışı ve eğlenme gibi ihtiyaçlara denk düşer. Burada adı geçen ihtiyaç ya da talepler, belli eleştirilere maruz kalmış olsalar da, bugün medyanın, en yaygın biçimde kabul gören işlevlerine işaret eder.

Kitle iletişimine yaklaşımlar açısından biri Marksist Kuram ve Frankfurt Ekolü'nün, diğeri ise göstergebilim (semyoloji) ve yapısalcı ekolün katkılarıyla gelişen iki önemli akım daha vardır. Bunlardan ilki, kültür endüstrisi ve ekonomi politik kavramlarını geliştirerek, kitle iletişimine uygulayan eleştirel kuramdır. Bu kuramda medya ve yaydığı mesajların toplumun genelinden, hele de medya sektörü ve bu sektörü içinde barındıran kültür endüstrisinden bağımsız ele alınmayacağını altı çizilir.²³

Medya sahipliği ile diğer endüstriyel ilişkiler arasındaki bağlar, medyanın devlet ve özel sektör ile ilişkileri gibi, günümüzde kitle iletişimi konusunda dikkate alınması gereken bir dizi öğeyi ortaya çıkaran işte bu eleştirel yaklaşımlardır. Böylelikle medyanın doğrudan, çabuk ve güçlü etkisine duyulan inanç, yerini güçlü; ama doğrudan ve çabuk değil, çok daha karmaşık ve uzun vadeli etkilere duyulan inanca bırakır.

Kitle iletişim alanında yapılan araştırmalarda göstergebilim ve yapısalcılığın katkısı da oldukça önemlidir. Bu yaklaşımlar, izleyiciyi iyice aktif bir konuma getirir. Medyanın aktardığı her metnin, onu alan kişi tarafından, kendi kültür, inanç ve beklentileri, kullandığı gösterge sistemleri vb.'ne göre farklı algılandığını öne sürer. Metinler, izleyicinin aktif olarak katıldığı bir süreçle okunurlar. Bir başka deyişle, okur izleyici metne "anlam" verir.

İletişimi genel anlamda kişisel ve toplumsal (kitle iletişimi) olarak ikiye ayırmak mümkündür.

Kişisel iletişim, kişinin iç dünyasını ilgilendiren psikolojik bir olaydır. Kişinin kendi kendini anlaması ve çeşitli duyu organları arasında gerekli ilişkileri kurmasıyla ilgilidir. Yemek ve içmek, vücut için ne anlam taşıyorsa, iletişim de insan psikolojisi için aynı anlamı taşır. Yalnız yaşayan kişi bile, bir iletişim süreci içindedir. Bu süreç, kişinin düşünme eylemidir.

²³ **Gazetecinin El Kitabı**, Türkiye Aile Sağlığı ve Planlaması Vakfı (İstanbul, 2000), s.16.

Kitle kelimesinin ilk aşamada çağrıştırdığı “kalabalık”, “çokluk”, “yığın” gibi kavramların tarihçesi Antik Yunancı Platon’un demokrasiye yönelttiği eleştirilere kadar götürülebilir. Ancak bu çağrışımların ötesinde, kütle kavramının yaygınlık kazanması, bugün sosyal bilimlerde kullanılan pek çok kavram gibi, 1789 Fransız Devrimi’nden sonradır. Bu yüzden, varlığını Fransız Devrimi’ne borçlu bir çok kavram gibi, bu kavramın da herkes tarafından benimsenen açık “bilimsel” bir tanımı bulunmamaktadır. Bu niteliğiyle kitle kavramı, bu kavramı kullanan kişinin, olaylara hangi açıdan baktığını belirlemeyi kolaylaştıracak bir ölçüt olarak da nitelendirilmektedir.²⁴

Kitle toplumunu tanımlayacak özellikler; kapitalist işbölümünün gelişmesi, büyük çaplı fabrika örgütlenmesi ve meta üretimi, nüfusun kentlerde yoğunlaşması, kentlerin büyümesi, karar alma sürecinin merkezileşmesi, daha karmaşık ve evrensel iletişim sistemleri ve oy hakkının, işçi sınıfını da içine alacak biçimde genişletilmesine dayanan kitlesel siyasal hareketlerin büyümesidir.²⁵

Ancak “kitle” terimi, ideolojideki bir değişimi de ifade etmektedir. Yoğun ekonomik ve toplumsal değişimler sonucu, kapitalizm öncesi toplumsal ilişkiler çözüldükçe, ortaya çıkan burjuva yönetici sınıf, tahakkümünü laik ve rasyonel idealler olan demokrasi, eşitlik ve maddi adalet dolaşımıyla meşrulaştırmaya çabalamıştır. Kapitalizm, toplumsal ilişkileri, kalıtsal ayrıcalıklara ve katı güç ve statü hiyerarşisine dayanan tabakalaşma sisteminden, biçimsel eşitçilik sistemine doğru dönüştürmüştür. Yeni baskın sınıf, hem feodal tabaka kalıntılarını (özellikle de aristokrasiyi) hem de doğmakta olan proletaryayı otoritesine tabi kılmak istediği için, “sınıf” kavramını, “rütbe” kavramının yerine geçirmiş; böylece akıl da geleneğe galip gelmiştir.

Başka bir deyişle “kitle” terimi, yükselen burjuvazinin modern kapitalist devlet içinde iktidarını pekiştirmesinden önce, toplumsal düşüncede ortaya çıkmıştır. Terim, aristokrasi yanlısı ve kapitalizm karşıtı ideologlar tarafından, ticaret endüstrinin değer ve pratiklerine saldırılırken, alçaltıcı bir anlam yüklenerek kullanılmıştır.²⁶

²⁴ Nabi Avcı, **Enformatik Cehalet**, (Rehber Yayıncılık, Ankara, 1990), s.12.

²⁵ Girgin, **Ön. ver.**, s.43.

²⁶ Nejdet Atabek ve Erdal Dağtaş, **Kamuoyu ve İletişim**, (Anadolu Üniversitesi, Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayını, Eskişehir, 1998), s.168.

Bu çerçevede, kitle iletişimi, iletişimden farklılık gösteren bir kavramdır. Bunun nedenini kullandığı teknik araçlarda, ilettiği haberlerin içeriğinde ve seslendiği kişilerde aramak gerekir. Bu düşünceden hareketle “kitle iletişimi kısaca enformasyon, düşünce ve tutumların geniş bir kitleye, teknik aygıtlarla iletilmesi sürecidir” demek mümkündür.

Toplumsal iletişim yani kitle iletişimi; kişiler arası iletişim, kişi ile grup arasındaki iletişim, kişi ile kurum arasındaki iletişim, gruplararası iletişim, grup ile kurum arasındaki iletişim, kurumlararası iletişimi kapsar. Kitle iletişimi, kişilerarası iletişimle başlar. Bu da kapsamına kişinin kendisini çevresine kabul ettirebilmek, yani toplum içinde yaşayabilmek amacıyla başkalarıyla girdiği iletişim eylemlerini alır.

Kişi bir topluluk içinde yaşadığı sürece, öteki kişilerin gönderdikleri mesajları kabul etmeyi ve çözmeyi öğrenmek zorundadır. Bir toplulukta söylenenleri kimse dinlemiyor ya da kimse ne yapıldığını anlamıyorsa orada iletişimden söz etmek mümkün değildir.

Kültür ile iletişimin karşılıklı bağımlılığı göz önüne alınacak olursa, toplumsal yaşamın her yönü iletişim bağlamında incelenebilir. Gerek bireyler, gruplar ve örgütler arası iletişimlerin, gerekse toplumsal amaçlı iletişimlerin, kitle iletişim araçlarıyla kitleye aktarılması ise iletişimin boyutlarını, en geniş toplumsal hatta toplumlararası çerçeveye ulaştırır.

2.1. Kitle İletişim Araçları

Kitle iletişim araçları, iletişim kuramlarının ortak prensiplerine göre ileti yaydıkları ve sonuçta yankıya neden oldukları için, alıcı da doğal olarak bir tepkiye neden olurlar. İletişim kuramlarına göre tepki, bir değişimin belirleyicisidir. Yani kitle iletişimi sonuçta bireyin ve giderek kitlelerin az veya çok değişimine neden olacak faktörleri ya konularla ya da biçimsel özelliklerle aktaracaktır. Sosyal değişime neden olan bu faktörlerin, özellikle kitle iletişimin üzerinde ne gibi etkiler yarattığı çağdaş düşünürlerin önemle üzerinde durduğu sorunlar arasındadır.

Kitle iletişimi üzerinde çalışan bu düşünürlerden Mc Luhan, iletişim konusunun incelenmesine, öncelikle kullanılan tekniğin incelenmesiyle başlanması gerektiğini belirtir. Ona göre, aynı iletinin kendisini yayan tekniğe göre, birey üzerindeki değişik etkiler bırakabileceğini savunmaktadır. Örneğin, aynı haber gazete sayfasında, radyoda ya da televizyonda verilmesine göre birey üzerinde değişik etkiler yaratır. Böylece iletişim araçları, yalnız kendinden beklenileni yerine getirmekle kalmaz, insanın duyarlılığını toplumda yaşama biçimini ve değerler sistemini de değiştirebilir.²⁷ Bu doğrultuda Mc Luhan, “mesaj aracın kendisidir” diyerek, bir iletişim eyleminde belirleyici olan şeyin iletilmek istenilen mesajın içeriğinin değil, bu mesajın iletilmesi için kullanılan aracın kendisi olduğuna işaret eder.²⁸ İnsanların ilişki ve eylem ölçülerini biçimleyen ve belirleyen şey kullanılan araçtır.

Marcuse ise, kitle iletişim araçlarının birey ve toplum üzerinde etkileri konusunda genelleyici bir görüşe sahiptir. Bu bütünsel etki yaklaşımıyla, kitle iletişim araçlarının, toplumda tek boyutlu bir düşüncenin oluşturulmasına katkıda bulunduğunu öne sürerken, sınırsız bir etkileme gücüne sahip olduğunu da savunmaktadır.²⁹

Wright Mills de kitle iletişim araçlarının bir tür bilgisizliğe yol açtığını söylemektedir. Mills’e göre dış dünya ve toplumsal gerçeklerle ilgili olarak kendi başımıza edindiğimiz bilgi ve düşüncelerin oranı azalmaktadır. Zihnimizdeki görüntülerin büyük bölümü doğrudan ya da dolaylı olarak kitle iletişim araçlarından edinilmekte, olaylara bir kitle iletişim aracında yer verilmediği sürece inanılmamaktadır. Kitle iletişim araçları sadece haber ve bilgi vermekle kalmamakta, yaşam deneyimlerini de yönlendirmektedir. Mills, kitle iletişim araçlarının inandırıcılıkları yanında yeni davranışlar kazanmada ve önerilen tiplere benzemede önemli etkileri olduğunu savunmaktadır.³⁰ Kitle iletişim araçları, bireylere yeni bir “öz kişilik” verip, benimsetmekte aynı kişilere ne olmaları, nasıl olmaları gerektiğini gösterip, bu yönde isteklilik yaratmakta, belirli bir teknik kazandırmakta ve bu yeni “öz kişilikle” bireyin rahatlayacağını vaat etmektedir.

²⁷ Marshall Mc Luhan, *Understanding Media-The Extensions Of Man*, (Newyork, McGrawHill Book Company, 1965), s.15.

²⁸ Ertuğrul Özkök, *Kitlelerin Çözülüşü*, (Ankara, 1985), s.157.

²⁹ Aynı, s.196.

³⁰ Wright Mills, *İktidar Seçkinleri*, Çev.Ünsal Oskay, (Bilgi Yayınevi, Ankara, 1974), s.436.

Bir çok araştırmacı için ileri kapitalist toplumlarda kitle iletişim araçları kültür konusunda merkezi bir yer tutar. Çünkü, bu toplumlarda simgesel biçimler artan bir şekilde kitle iletişim mekanizmaları ve örgütleri tarafından iletilmektedir. Dolayısıyla, bu ülkelerde ideoloji ve kültürün sağlıklı bir şekilde anlaşılması için kitle iletişiminin tarihini, gelişmesini ve durumunu anlamak gereklidir. Bu yönde her okul içinde önemli girişimler olmuştur. Frankfurt Okulu ve kültür emperyalizmi tezini savunanlar kitle iletişim araçlarını incelemelerine temel olarak almışlardır. Kültürelciler ve anlambilimciler de bu araçların simgesel yanı üzerinde dikkatlerini toplamışlardır. Tutucu okulun liberal ve gerici kanatları kitle iletişim araçlarını ahlaki ve kültürü yozlaştırıcı, değerini düşürücü, bayağılaştırıcı etkileri bakımından yermişlerdir. Mc Luhan gibileri ise iletişim teknolojisinin dünyayı bir kavim gibi birleştirme yolunda olduğunu –kavimdeki işbölümüne ve kaynakların kullanımına bakmaksızın- ve yakında dünyanın her bucağına televizyonun gideceğini ve Afrika’nın, Asya’nın, Güney Amerika’nın acı kitlelerinin bundan böyle televizyondaki reklamlar, programlar, güzel kızlar ve erkekler, güldürüler, seks ile artık bütün sorunlarını çözebileceklerini belirtmişlerdir.³¹

Ünsal Oskay’a göre kitle iletişim araçları topluma; bilmediği, gitmediği, görmediği yerler ve konular hakkında bilgi verip, ülkeyi dış dünyaya bağlamada da etken olur. Toplumdaki tehlikeler, olaylar ve olanaklar hakkında farklı kaynaklara kulak veren geleneksel toplumun kitle iletişim araçlarına yöneltilmesini sağlarlar. Kitle iletişim araçları ulusal kalkınma ve modernleşme gibi sorunlar üzerinde odaklaşmış kamuoyu yaratabilirler. Kitle iletişim araçları, halkın yenileşmeden yana yeni tutumlar kazanmasını sağlar. Yeni fikirlere, yeni mallara, yeni yaşam biçimine istek duymasına yol açar. Toplumun ise geleneksel toplum yapısından, modern toplum yapısına geçmesini sağlar.³²

³¹ Korkmaz Alemdar-İrfan Erdoğan, **Popüler Kültür ve İletişim**, (Ümit Yayıncılık, Ankara, 1994), s.152.

³² Ünsal Oskay, **Toplumsal Gelişimde Radyo ve Televizyon**, (A.Ü.Basımevi, Ankara, 1978), s.69.

Toffler, kitle iletişim araçları konusunda Marcuse'e taban tabana karşıdır. Marcuse'e göre tekil bir yapı yaratan kitle iletişim araçları, Toffler'da çeşitlenmeye yol açar. Bu kadar çeşitlilik, özgürlüğe neden olur. Fakat daha sonra bu çeşitliliği sorgular Toffler. İnsanlığın seçme özgürlüğünün sınırlarının genişlemesi bireyi kamusal alandan ayırır ve insanı yalnızlaştırır. Bu kadar özgürlük çeşitlenmesi insanı insandan koparır ve insanı toplumdan uzaklaştırır. Bu çeşitlilik sonucunda da standartlaşma olur.

33

Denis Mc Quail ise kitle iletişim araçları üzerinde denetimin çok önemli olduğunu söyler. Bunun çeşitli olanaklara yol açtığını savunur. Öncelikle kitle iletişim araçları dikkatleri belirli sorunlara, çözümlere ya da insanlara çekip yönlendirerek, güç sahibi olanları kayırıp, buna bağlı olarak da rakip birey ya da gruplara yönelmesini önlerler. İkinci olarak kitle iletişim araçları statü sağlarlar. Üçüncü olarak belirli koşullarda inandırmanın, seferber etmenin bir kanalı olabilirler. Son olarak da kitle iletişim araçları psikik ödül ve tatminlerin sunulmasında araç olabilir, rahatlatır ve eğlendirirler.³⁴

2.2. Kitle İletişim Araçlarının İşlevleri

Kitle iletişim araçları, toplum içinde düzenli olarak yayımlanan, dolayısıyla hedef kitlenin hizmetine verilmiş haber ya da bilgi öğelerinin, düşünce ya da kanıların biçim ve koşullarının somutlaştırılmış biçimidir.

Kitle iletişim araçları, herhangi bir bilgiyi kısa zamanda geniş kitlelere en hızlı bir biçimde ulaştırabilmekte ve bu nedenle günlük yaşamda çok etkili ve önemli bir yer tutmaktadırlar. Daha geniş kitlelere ve çevrelere seslenebilmek gereksinimi ve arayışı içinde olan birey, geçtiğimiz yüzyıl içinde gerçekleştirilen teknolojik gelişmeler sayesinde elektromanyetik dalgaların ve bunların alıcılarının kullanımı aracılığıyla tüm kitleye seslenebilme olanağına kavuşmuştur. Bu nedenle, günümüzde, Mc Luhan'ın "evrensel köyü" en azından nicel olarak bir anlam ifade etmektedir.

³³ Özkök, **Ön. ver.**, s.280.

³⁴ Denis Mc Quail, **Kitle İletişim Araçlarının Etkileri-Kitle İletiminde Temel Yaklaşımlar**, Derleyen: Korkmaz Alemdar-Raşit Kaya, (Ankara, 1983), s.78.

Kitle iletişim araçları, insanları eğlendirmenin, boş vakitlerini değerlendirmenin yanında, dünyada olup bitenler hakkında haber iletmeyi de üstlenmektedirler. Teknolojik gelişmeler sonucu, dünyanın bir ucundan diğer ucuna hızla yayılabilen haberler, kitlelerin dünya görüşlerini de geliştirmiş, aynı zamanda kültürel farklılıklar da standartlaşmaya yönelik bir hareketin başlamasına neden olmuştur. Bu çerçevede, kitle iletişim araçları siyasal toplumsallaşma sürecinde, en önemli rollerden birini oynamaktadır.

Hızlı teknolojik gelişmeler nedeniyle, geleneksel-toplumsal yapıların zayıflamasının bir sonucu olarak, kitle iletişimi siyasal yönelimlerin şekillendiricisi niteliğiyle, gittikçe artan bir ölçüde önemli hale gelmiştir.

Genel olaylarla ilgili haberler vermenin yanı sıra, insanların siyasal olaylar hakkında bilgi edinmeleri ve kanaat oluşturabilmeleri için, en çok kullanılan kaynak kitle iletişim araçlarıdır. Öte yandan, bu araçların siyasal olarak da büyük önemleri vardır. Demokrasilerde, kitlenin kendi yönetimi hakkında tercihin ve bazen onun doğrudan doğruya siyasete yönelik isteklerini öğrenmek amacıyla düzenlenmiş olan, ayrıntılı seçim mekanizmalarının tümü, kamuoyunun sesini dinlemek, ondan bilgi ve haber almak için yapılmış bir yatırım olarak kabul edilebilir.³⁵

Özellikle gelişmiş ülkelerde seçimler, yönetime ilişkin mesajları kitleden yöneticilere ulaştıran araçlardır. Bu süreçte ortaya konulan oy tercihleri de kamuoyudur. Toplumun olayları ve politikacıları izlemek için en fazla kullandığı araçlar ise kitle iletişim araçlarıdır.

Kitle iletişim araçları, bir yandan özellikle siyasal mesajların özgür ve doğru olarak kitleye iletilmesi görevini üstlenirken, diğer yandan da kitlenin siyasal seçkinlere duyduğu ilgiyi artırmak, kamuoyuna fikir, kanaat ve faaliyetlerini açıklamak, dolayısıyla toplumu oluşturan bireylerin etkilenmelerini sağlamak işlevini yürütürler. Modern sanayi toplumlarında kitle iletişim araçları, halka yönetim ve siyaset hakkında bilgi aktarmak, yönetimin dördüncü kuvveti olmak, kriz anlarında kitleleri hızla uyarmak, bireylerin rahatlamasına ve onların boş zamanlarını değerlendirmelerine yardımcı olmak gibi çok sayıda işlevi de yerine getirirler.

³⁵ Arsev Bektaş, **Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi**, (Bağlam Yayıncılık, İstanbul, 1996), s.117.

Kitle iletişim araçları, insanların öğrenmek ve bilmek haklarını gerçekleştiren, bu konudaki gereksinimlerini karşılayan araçlar bütünüdür. Günümüzde kitle iletişim araçları, büyük birer endüstri kuruluşu haline geldiklerinden, gelişmiş teknolojiler kullanarak, daha çok sayıdaki kişiye, daha etkin biçimde ulaşmaktadırlar. Kamuoyu oluşumunda birey ve grupların son derece önemli rol oynadıkları bilinmektedir. Bunun yanı sıra, teknolojik gelişmeler sonucu, sayıları ve etkileri gün geçtikçe artan kitle iletişim araçlarının, “kanaat oluşumu sürecine” daha geniş bir biçimde katkıda bulunacakları kesindir.³⁶

Kitle iletişim araçları, bir yandan siyasal evrenin resmini çizerken, bir yandan da toplumdaki öteki etki merkezlerinden, kanaat oluşması için bireylere ipuçları iletirler. Kitle iletişim araçlarının başlıca özellikleri; uzaktaki olayları, kısa bir süre içinde, büyük kitlelerin yakınına getirebilmeleri, onların dünyalarına sokabilmeleri, bu olayları sunuş ve yorumlayış biçimleriyle bireylerin kanaatlerine yön verme olanağına sahip bulunmalarıdır. Amaç, bireyi içinde bulunulan çevre, toplum, ülke ve dünyadaki gelişen olaylar konularında aydınlatmak, kanaatleri değiştirmek ya da güçlendirmektir.

Kitle iletişim araçları, bu işlevleri yerine getirirken, yalnız haber unsuru kullanmazlar. Söz konusu haber ya da haberlere bağlı kanaatleri, duygu ve yönelimleri daha iyi düzenlemek, onları güçlendirmek, ortak bir düşüncede, eylemde ve tavırda toplamak için söyleşiler, röportajlar, okuyucu mektupları, gündemi izleyen deneyimli ve gözlemci köşe yazarlarının, sunucuların, yorumcuların değerlendirmelerini, analizlerini, makalelerini kullanırlar. Bütün bunlar en hoş gidecek ve en etkili biçimde sunulmak için de fotoğraflar, görüntüler, istatistiksel grafikler, tablolar gibi görsel tasarımlarla desteklenir. Böylelikle toplumda, ortak kanaatlerin, duygu ve taleplerin oluşmasına yardımcı olunur. Sonuçta kitle iletişim araçları, uzun dönemde bireyi ve dolayısıyla toplumu eğitir, yaşamın bir parçası, bir ortağı kılarlar.

Bu bağlamda kitle iletişim araçları, bireyin edilgen bir şekilde, kenarda olaylardan habersiz kalmasına izin vermeyecek, dolaylı yoldan da olsa yönetime, kararlara ve gelişmelere katılmasını sağlarlar. Toplumsal uzlaşma, barış ve demokrasinin gelişmesi de böylelikle hız ve nefes kazanmış olur. Bu nedenle artık söz konusu olan, düşünülenlerin yazılması değil, okurun bilincinde olduğu ya da olmadığı

³⁶ Sevim Gürbüz, **Kitle Haberleşmesi**, (Filiz Kitabevi, İstanbul, 1981), s.19.

gereksinimlerinin karşılanmasıdır. Kitle iletişim araçlarında çalışan gazeteci de okurunu ilgilendiren haberleri, gerekli açıklamalarıyla vermeye, aynı zamanda onu rahatlatmayı unutmadan, eğitimini sürdürmesine yardımcı olmaya çalışır.³⁷

Kitle iletişim araçları, herhangi bir gelişmeyi basitçe anlatmaktan öte, bir hammadde olan olayı, bir ürün olan habere dönüştürür ve bu dönüştürmeyi yaparken de, neyin haber değeri taşıdığına karar verirler. Birinci derecede gerçeği okuyucular, dinleyiciler ve izleyiciler göremez. Olay, kitle iletişim araçları tarafından yaratılmakta ve kişilerin haberdar kılınmasını sağlamaktadır.

Böylece, bireylerin hangi haberden haberdar olup olmayacaklarını onların dışında belirlemede, “hayat haberdar” denilerek, hayattan bihaber olmanın koşulları yaratılmaktadır. Bu anlamda haber medyası, toplumsal olayları bizlere yansıtan araçlar olmayıp, toplumsal gücün kurulduğu, inşa edildiği araçlardır.³⁸

Fakat bu çerçevede bile kitle iletişim araçları insan haklarının gelişmesine, yaygınlaşmasına katkıda bulunmalıdırlar. Kitle iletişim araçları uluslararası barıştan yana olmalı, barışın güçlendirilmesi yönünde bir anlayışla kullanılmalı, ülkeler arası yakınlaşmayı sağlayacak bir yayın politikası izlemelidirler.³⁹

Kitle iletişim araçları, siyasal bağımlılık yaratan tek yapıyı baskı araçları değil, tam tersine değişik görüşlerin kamuoyuna yansımaya, baskı gruplarının görüşlerinin yönetici seçkinleri etkilemesine yardımcı olan “devletin dördüncü gücü” konumundadırlar.

Böylesi bir çerçevede kitle iletişim araçlarının işlevlerini şu başlıklar altında sıralamak mümkündür:

1-Haber ve Bilgi Sağlama: Kitle iletişim araçları olaylar ve koşullar hakkında haber, dolayısıyla bilgi aktararak, yerel, yöresel, ulusal ve uluslararası koşul ve gelişmelerin anlaşılmasını, birey ve kitlelerin bunlara bilerek tepkide bulunmalarını sağlayabilirler. Bu işlev, haberlerin, verilerin, imgelerin, görüş ve yorumların, özetle eylem ve söylemlerin toplanmasını ve işlem görmesini içerir.

³⁷ Phlippe Gailbard, *Gazetecilik*, (İletişim Yayınları, İstanbul, 1991), s.14.

³⁸ Ahmet Talimciler, *Türk Spor (Futbol) Medyası*, (Birikim, Ocak 1999), s.98.

³⁹ L. Doğan Tılıç, *Milliyetçilik ve Yeni Sahiplik Yapısı Kışkacında Türk Medyası, Bazı Ahlaki Sorunlar*, (Birikim, Ocak 1999), s.33.

2-Toplumsallaştırma: Bireylerin, toplumları hakkında genel bilgi ve değerleri edinerek, toplumsal yaşamın bir parçası haline gelmelerinde kitle iletişim araçlarının, önemli bir yeri bulunmaktadır.

3-Güdüleme: Kitle iletişim araçlarının, toplumların belirledikleri amaçları açıklayarak ve bunları sahiplenmeyi özendirerek, bireylerin topluluk yaşamına olduğu gibi, bu amaçlara ulaşmak için harcanan çabalara da katılmalarını sağlama işlevidir.

4-Tartışma Ortamı Hazırlama: Kitle iletişim araçları, bireylere toplumun değerlerini aktarmanın ve onları toplumsal amaçlar yönünde harekete geçirmenin yanı sıra hazırlayabilecekleri bir tartışma ortamıyla bu toplumsal değer ve amaçlara açıklık kazandırabilirler. Bunların gelişmelerine katkıda bulunurlar. Tartışma ortamının ve ulaşılacak sentezin, bireyin ve grupların katılımlarıyla gerçekleşmesi, bunların amaç doğrultusunda seferber olmalarını da sağlayacaktır.

5-Eğitim: Kitle iletişim araçları bilgi aktarırken, doğal olarak toplum üyelerinin bilgi düzeylerini, yetenek ve becerilerini daha üst seviyeye çıkarmalarına yardımcı olacaktır.

6-Kültürün Gelişmesine Katkı: Kültürün, gerek tanıtımı ve geliştirilmesinde, gerekse kültür mirasının korunmasında, kitle iletişim araçlarının önemli görevleri vardır.

7-Eğlendirme: Kitle iletişim araçları, toplumsal yaşamın baskıcı sürecinden bunalan bireylere, hoşça zaman geçirtmenin yanı sıra dinlenme olanaklarını, daha ucuz ve çeşitlilik içinde sunabilirler.

8-Bütünleştirme: Sayılan işlevlerin yerine getirilmesiyle toplumdaki bireyler ve gruplar arasındaki ilişkiler gelişecek, onların toplumlarını olduğu kadar, birbirlerini de tanımaları ve anlamaları için gerekli bir ortam doğacaktır. Böylece iletişim araçları, bütünleştirici bir işlev de görmüş olacaklardır.⁴⁰

⁴⁰ Kaya, Ön. ver., s.15.

İKİNCİ BÖLÜM

GAZETE VE GAZETECİLİK (MESLEĞİ)

1. GAZETENİN TANIMI

Gazete, yazı ve fotoğraf kullanarak halka güncel olaylara ilişkin haber ve bilgi verir. Genellikle günlük ya da haftalık olarak düzenli aralıklarla yayımlanan gazetelerde, haberlerin ardında yer alan toplumsal eğilimler ve siyasal gelişmelerle ilgili yorumlar da bulunur.

Gazetenin ne olduğu sözlüklerde şu şekilde tanımlanmaktadır:

Gazete, çeşitli konularda haber ve bilgi veren, her gün ya da belirli sürelerle çıkan yayındır.⁴¹

Gazete, yazı ve fotoğraf kullanarak halka güncel olaylara ilişkin haber ve bilgi verir. Genellikle günlük veya haftalık olarak düzenli aralıklarla yayımlanan gazetelerde, haberlerin ardında yer alan toplumsal eğilimler ve siyasal gelişmelerle ilgili yorumlar da bulunur. Ek olarak hava durumu, borsa fiyatları, televizyon yayın programları gibi yararlı bilgilere de yer verilir.⁴²

Gazete, siyasi, ekonomik, toplumsal vb. haberlere ilişkin bilgiler veren ya da görüş belirten günlük yayındır.⁴³

Gazete, politika, ekonomi, kültür ve daha başka konularda haber ve bilgi vermek için, yorumlu ya da yorumsuz, her gün ya da belirli zaman aralıklarıyla çıkarılan yayındır.⁴⁴

Martin Walker'a göre de gazete, günün belgesi, her türlü bilginin sadık defteri olarak, herhangi bir konuya saplanıp kalmamalı, aksine her damağa yönelik bir şeyler içermelidir.⁴⁵

⁴¹ **Büyük Ansiklopedi**, (Milliyet Yayınları, 5.Cilt., İstanbul, 1990), s.1836.

⁴² **Temel Britannica**, (Ara Yayıncılık A.Ş., 7.Cilt, İstanbul, 1992), s.86.

⁴³ **Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi**, (Milliyet Gazetecilik A.Ş., 9.Cilt, İstanbul, 1986), s.4452.

⁴⁴ **Türkçe Sözlük, Ön. ver.**, s.130.

⁴⁵ Martin Walker, **Basının Gücü**, (Milliyet Yayınları, İstanbul, 1999), s.39.

2. GAZETENİN TARİHİ

İlk gazete, Julius Caesar(Sezar) devrinde Roma’da çıkarılmıştır. “Acta Diurna” (Günün Olayları) adını taşıyan bu gazeteyi Caesar’ın adamları hazırlamıştır. El ile yazılan gazete, kalabalık sokak başlarına, alanlara asılmış, böylece herkesin gazetede yazılı olan haberleri okuyup, öğrenmesi sağlanmıştır.⁴⁶

Subrostranus’ların (gazeteciler) forumlarda sattıkları yazılı haberler, günlük gazetelerin karşılığıdır. Ortaçağ’ın kronik’leri ve Papalık çevresinin yayını fegli al’avvisa (duyuru yaprakları) ile bu uğraş sürdürülmüştür. Matbaanın bulunuşundan sonra, XVI.yy. Frankfurt Fuarı’nda yayımlanan Messere Lationen (Fuar Haberleri) ilk basılı gazete olarak kabul edilmiştir. XVII.yy. gazetelerinin geniş bir alana yayıldığı dönem olmuştur. 1609’da Stutgart’da çıkan Aviso-Relation eder Zeitung adlı haftalık yayın, çağdaş anlamda ilk gazetedir.⁴⁷

Çok geçmeden gazeteleri egemen güce bağlamayı ve denetlemeyi amaçlayan sansür ve imtiyaz verilmesi uygulamaları görülmüştür. Bu uygulamalar resmi gazeteciliğe yol açmış ve bu durum gizli basını doğurmuştur.

Başka ülkelerde yasak konan haberlerin de yayımlanabildiği tek ülke olan Hollanda’da çıkan bağımsız La Gazette de Leyde(1678-1814) tüm Avrupa’da aranan bir gazete olmuştur. Jörnäl des Savants (Bilginlerin Gazetesi) kültürel ağırlıklı ve özgün konulu gazeteye ilk örnektir. Fransa’da yayımlanan Mercure Galant, sosyete haberleri ve resimli romana dayanan türün başlangıcı sayılmıştır.

1695’te İngiltere’de sansürün kaldırılmasından sonra The Daily Courant(1702) yayımlanmaya başlamış ve bunu ilk akşam gazetesi Evening Post izlemiştir. Gazetelerin politikleşmesiyle birlikte basında başyazılar ortaya çıkmıştır. Hoşa gitmeyen yazılar karşısında, yönetimlerce ekonomik engellemeleri de içeren türlü baskı yollarına başvurulması, basını paralı iken alma yoluna itmiştir.⁴⁸

⁴⁶ Yeni Hayat Ansiklopedisi, **Ön. ver.**, s.1330.

⁴⁷ Büyük Ansiklopedi, **Ön. ver.**, s.1837.

⁴⁸ Aynı, s. 1837.

Avrupa ülkelerinde gazetecilik, uzun yıllar resmi nitelikte kalmıştır. İlk gazete Polonya'da 1661, Çarlık Rusyası'nda 1702, İspanya'da 1716'da yayımlanmıştır. 1727'de Philadelphia'da çıkarılan Pennsylvania's Gazette, Amerika'nın ilk büyük gazetesidir. 1789 Fransız Büyük Devrimi'yle politik habercilik ve tartışma görevini yüklenen gazeteler ortaya çıkmıştır.⁴⁹

XIX.yy. iletişim ve baskı tekniklerinin ve politikleşmenin geliştiği bir dönem olarak, gazetelerde büyük atılımları getirmiştir. Resimleme ve fotoğraf yer almaya başlamış ve haber ajansları doğmuştur. I. Dünya Savaşı ertesinde İtalya'da Faşizm, Almanya'da Nazizm basın özgürlüğünü ortadan kaldırmıştır. Öteki ülkelerde gazeteler, işgal yıllarında kesintiye uğramakla birlikte ilerlemeyi sürdürmüştür.⁵⁰

3. TÜRKİYE'DE GAZETENİN TARİHİ

1824'te İzmir'de yayımlanan Fransızca Smyrneen ve 1828'de Mısır'da Türkçe ve Arapça yayımlanan Vaka-i Mısıriyye'nin ardından, Osmanlı İmparatorluğu'nda yayımlanan ilk Türkçe gazete, resmi gazete olan Takvim-i Vekayi'dir. (1831). Şinasi ve Agah Efendi'nin çıkardıkları Tercuman-ı Ahval ile gerçek Türk gazeteciliği başlamıştır.(1860). 1862'de Şinasi haftalık Tasvir-i Efkar'ı çıkartmıştır. 1864'te Namık Kemal, ardından Recaizade Mahmut Ekrem gazeteye başyazar olmuşlardır. Tanzimat döneminin öteki gazeteleri Ceride-i Askeriyye (1863), Takvim-i Ticaret (1865), Muhbir (1866), Ayine-i Vatan (1866), Vatan (1867), Utarit (1867) ve Terakki'dir(1868). 1867'de bir kararname ile basına sansür konmuştur. Meşrutiyet'i izleyen iki ay içinde sağlanan görece özgürlük ortamında gazete sayısı ikiyüzü bulmuştur. Tanin, Yeni Gazete, Yeni Tasvir-i Efkar bu dönemin tanınmış gazeteleridir. Ancak 31 Mart Olayı'nın ertesinde sansür yeniden uygulanmaya konulmuş ve I.Dünya Savaşı boyunca ağır bir biçimde sürmüştür. Tevhid-i Efkar, Atı, Akşam, Yeni Gün ve Zaman gazeteleri bu dönemde gelenlerdir. 1919'da Sivas'da İrade-i Milliye ve Ankara'da 1920'de

⁴⁹ Orhan Koloğlu, **Basın Tarihi**, 1998 Bahar Dönemi, Yayımlanmamış Ders Notları.

⁵⁰ Aynı.

Hakimiyet-i Milliye (sonradan Ulus) gazeteleri, ulusal kurtuluş hareketini destekleyen organlar olarak yayımlanmaya başlamıştır. İstanbul gazetelerinden Akşam, Tevhid-i Efkar, Vakit ve İleri gazeteleri bu yolu izlemişlerdir. Cumhuriyet'in kurulmasıyla birlikte Ahmet Emin Yalman'ın Vatan ve Yunus Nadi'nin Cumhuriyet gazeteleri yayın dünyasına girmiştir. 1928'de Latin harfleriyle basıma geçilmesi okuyucu kitlesini artırmıştır. 1923'ten günümüze dek inişli çıkışlı ilginç bir eğri çizen basın özgürlüğü ortamında, geçmişin gazete sahipliği geleneğinin yerini, günümüzde sermaye gruplarının denetimine geçen gazeteler almıştır.⁵¹

4. GAZETECİNİN TANIMI

Gazeteci, mesleğini bir ya da birçok günlük ya da süreli yayında, bir ya da birçok basın ajansında uygulayan kişidir.⁵²

Gazeteci, gazete yayımlayan, gazetede çalışan, gazete satan kişilere verilen genel addır. Basın İş Yasası'na göre bir kişiye gazeteci denebilmesi için bir gazetede, süreli bir yayında, haber ya da fotoğraf ajansında ücret karşılığı çalışması ve işinin bir düşünce ve sanat işi olması gerekir. Bu koşulları taşıyan bir kişi, kamu kurumlarında çalışan memur ve hizmetli durumundaysa bu yasa kapsamına giremez. Gazeteci ile işveren arasındaki sözleşmenin yazılı olması gerekir, tersi suç oluşturan bir koşuldur. Gazetecinin sözleşmeden doğan ücret, ücretli izin, terfi, kıdem hakkı gibi çeşitli hakları da Basın İş Yasası ile tanımlanır. Gazeteciler çizilen çerçeve içinde sendika kurma, bunlara üye olma, toplu sözleşme ve grev yapma haklarına sahiptirler. SSK Yasası kapsamına girerler.⁵³ Türkiye'de gazetecilik eğitim ve öğretimi, 1948'de MEB'nın izniyle İstanbul'da açılan lise düzeyinde bir okulla başlamıştır. Ardından İ.Ü.İktisat Fakültesi'ne bağlı Gazetecilik Enstitüsü kurulmuştur (1950). 1965'te açılan A.Ü.SBF'ne bağlı Gazetecilik Yüksek Okulu'nu, özel gazetecilik yüksek okulları izlemiş ve bunlar üniversitelere bağlanmıştır.

⁵¹ Büyük Ansiklopedi, **Ön. ver.**, s.1838.

⁵² Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi, **Ön. ver.**, s.4432.

⁵³ Büyük Ansiklopedi, **Ön. ver.**, s.1838.

Gazeteci, bilgi toplama, onu doğrulama ve topladığı bilgiyi hitap ettiği topluma göre işlemek durumunda olan kişidir. Zihinsel ve ahlaksal bir sorumluluk gerektiren bu meslek aynı zamanda yetenek ve cesaret de gerektirmektedir.⁵⁴

1930'lu yılların sonlarına doğru, Türk Basın Birliği'nin kuruluş hazırlıkları için (Basın Birliği Kanunu, 14 Temmuz 1938'de kabul edilmiştir), Matbuat Umum Müdürlüğü tarafından başlatılan çalışmalar sırasında, gazetecinin tarifi, "Doğruyu, ciddiye kovalayan, heyecan verici haberden ve laubalilikten kaçınan kişi" olarak yapılmıştır.⁵⁵

Cevat Fehmi Başkut'a göre gazeteci, yalnız gazetecilikle meşgul olan, uyanık bulunduğu her dakikasını bu mesleğe hasreden, yalnız bu meslek sayesinde geçinen ve yaşayan kişidir.

Hasan Refik Ertuğ'a göre gazeteci, haber, yorum, fikir, resim gibi çeşitli konulardaki malzemesini toplayan, yazan, çizen, mekan ve bu malzemeyi belli biçimler altında okurları için tertip ve düzenleyen kişilerdir.

Ünlü Fransız gazetecilerinden Stephanie Laussonne'ye göre de gazeteci, bir nevi Diyojen'dir. Elinde feneri, hayattan gelip geçer ve her yerde daima hakikati arar.⁵⁶

"Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi" ne göre gazeteci, "düzenli bir şekilde, günlük ya da süreli bir yazılı, görüntülü, sesli veya elektronik basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme ya da görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olup, çalıştığı işletmeyle ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar" dır.⁵⁷

O halde gazeteci, süreli bir yazılı basında ya da görsel, işitsel bir iletişim aracında haber peşinde koşan ya da haberi biçimine sokan kişidir.

Kısa adı FIJ olan Uluslararası Gazeteciler Federasyonu'nun (International Federation of Journalists) model sözleşmesinde gazeteci tanımı şöyle verilmektedir: "Asli, sürekli ve ücretli işi bir ya da birkaç yazılı veya görsel-işitsel kitle iletişim aracına yazı veya resimle katkıda bulunan, kazancının çoğunu böylece sağlayan kişidir. Gazetelerde ve süreli diğer yayınlarda veya radyo ve televizyondan yayınlamak üzere güncel olayları ve haberleri toplayan, veren, yorumlayan kişidir."

⁵⁴ A. Murat Vural, **Temel Gazetecilik**, 1996-1997 Güz Dönemi, Yayınlanmamış Ders Notları.

⁵⁵ Orhan Koloğlu, **Medya-Devlet-Sermaye**, (Birikim, Ocak 1999), s.69-76.

⁵⁶ A. Rıdvan Bülbül, **Genel Gazetecilik Bilgileri**, (İletişim Kitapları, Ankara, 2000), s.48.

⁵⁷ Suat Gezgin, **Günümüzde Gazeteci Kimdir?**, (İletişim, Aralık 1999), s.2.

Uluslararası Sosyal Bilimler Akademisi'ne (International Encylapedia of the social sciences) göre: "Esas işi cari olayları toplamak, yazmak ve yorumlamak olan kişiye gazeteci denir."⁵⁸

Gazeteci, iki farklı dünyada yaşar. Gazeteci, öncelikle "gerçeklerin anlatılması" olarak tanımlanan bir faaliyete girer. Aynı zamanda, belli bir maaş alan bir ücretli olduğundan çalıştığı gazete, dergi, radyo ya da televizyon kuruluşunun kendisinden istediği bir hikayeyi üretmesi beklenmektedir. Çoğu zaman, bu hikayelerin doğası, gazetecinin belki de hiç hoşlanmadığı piyasa tarafından belirlenmiştir. Bu durum, bir yandan gazeteciliği oluşturan değerlere olan inançların yitirilmesine, bir yandan da gazetecinin yazılı sözleriyle kendi inançları ve mizacının ayrı düşmesine yol açar. Böylece gazeteciliğin kişiliği ve etik anlayışı patronun emirleri altında ezilir. 13 Haziran 1952 tarihinde kabul edilen "Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında 5953 Sayılı Kanun" ile onu değiştiren 4 Ocak 1961 tarihli Sayılı Yasanın birinci maddesinde gazeteci şu şekilde tanımlanmaktadır: "Bu kanun hükümleri, Türkiye'de yayınlanan gazete ve mevkutelerle haber ve fotoğraf ajanslarında her türlü fikir ve sanat işlerinde çalışan ve iş kanunundaki (işçi) tarifi şumulu haricinde kalan kimselerle, bunların işverenleri hakkında uygulanır. Bu kanun şumulüne giren fikir ve sanat işlerinde çalışanlara da gazeteci denir."⁵⁹

Türkiye'de gazeteci sıfatının kime verileceğini belirleyen net bir kriter bulunmadığı ileri sürülmekte, buna örnek olarak da Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Müdürlüğü tarafından verilen "Basın Kartı"nın aslında "gazeteci" olmayan bir çok kişi tarafından taşınması gösterilmektedir.⁶⁰

Ayrıca "Sarı Basın Kartı" bugünün koşulları içinde gazeteci sıfatını taşımak için gerekli ve yeterli bir koşul değildir. Günümüzde medya kuruluşlarının büyük bölümü, hukuki ve mali yükümlülüklerinin ağırlığını öne sürerek, fikir işçilerine 212 sayılı yasa uyarınca kadro açmaktan kaçınmaktadırlar. Böylece fiilen gazetecilik yapan kişilerin önemli bir bölümünün basın kartı taşımları mümkün olamamaktadır.

⁵⁸ Bülül, **Ön. ver.**, s.49.

⁵⁹ **Türk Basın Yayın Mevzuatı**, (Basın Yayın Genel Müdürlüğü, Ankara, 1977), s.115.

⁶⁰ **Gazeteci Kimdir?**, (Basın Konseyi Yayınları, İstanbul, 1993), s.47.

Yine de gazetecinin tanımını günümüzde yapmak gerekirse, “gazeteciliğin, haber malzemesi sayılan bilgilerin toplanması, yazılması, düzenlenmesi ve dağıtılmasını içeren bir işlem” olduğu tanımından yola çıkarak, gazeteciyi “erişmek istediği kitle için en önemli diye nitelendirdiği bilgileri toplayarak, haber yapan ve kişileri bilgi alarak, düşünmeye sevk eden meslek grubu” olarak tanımlamak mümkündür.⁶¹

Gazeteciler bir davayı savunmakla değil, aktarmakla görevlidirler. Basın demokraside bile fısıltı gazetesi ve dezenformasyon yoluyla, siyasal çıkarlar uğruna kullanılabilir. Gazeteci olması gereken, inanç ahlakı değil, sorumluluk ahlakıdır. Gazetecinin ikileminin bir yanı, haklı varsayılan bir davanın değerlendirilmesi tutkusu, diğer yanı ise gerçeği kavrama kaygısıdır. Bu ikilem de her zaman ikincisi öne çıkmalıdır.⁶²

Sonunda gazeteci, karşılaştığı olayları, bilgi ve kültürüyle harmanlayarak, dünya değerleri çerçevesinde hedef kitlesine sunan kişi olmaktadır. Gazeteci, kamuoyunun bağımsız temsilcisi olma görevini üstlenmiş kişidir.⁶³

5. GAZETECİLİK MESLEĞİ

Gazetecilik mesleği, temelde bilginin edinilmesi, yayılması ve yorumlanması işiyle uğraşmaktadır. Çağımızda bilginin üretilmesi, kullanılması, işlenmesi ve dağıtılması önemli bir endüstri kolu haline gelmiştir. Gazetecilik uğraşısı bu süreçte bilginin kullanılması, işlenmesi ve dağıtılması evrelerinde yer alır. Bir gazeteci hiçbir zaman bilgi üreticisi değildir. Varolan bilgiyi kullanır ya da işler. Gazete işletmesi ise işlenen bu bilgiyi okuyucularına gazete aracılığıyla aktararak, dağıtım işlevini üstlenir. Gazetecilikteki bu bilgi aktarma işi gazetenin doğası gereği somut bir eylemdir.⁶⁴

Çağdaş demokratik rejimlerde yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü kuvvet haline gelen basın, her dönemde vatandaşla devlet arasındaki ilişkileri

⁶¹ Oya Tokgöz, **Temel Gazetecilik**, (İmge Kitabevi, Ankara, 1994), s.34.

⁶² Okay Gönensin, **Gazeteci**, (Demokrasi. Özgürlük ve Basın, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, 1997), s.31.

⁶³ Zeynep Alemdar, **Oyunun Kuralı-Basında Özdenetim**, (Bilgi Yayınevi, Ankara, 1990), s.13.

⁶⁴ Vural, **Ön. ver.**

düzenleyerek, bir kamu görevi yapmakta, demokrasi ve diğer özgürlüklerin korunmasında, öteki güçlerin en büyük destekçisi olmaktadır.⁶⁵

Gazetecilik maaşla çalışan ya da haber, yazı, sayfa, program başına ücret alan, habercilikte işlevi bulunan sürekli bir yayın, görsel, işitsel kitle iletişim aracında ya da haber ajansında, haber üreten (toplayan, araştıran, seçen, ayıklayan, biçimlendiren, yayımlayan) üretiminde payı bulunan kişilerin mesleğidir.⁶⁶

1878 yıllarında bazı yazarlar tarafından “edebiyatı öldüren meslek” olarak ilan edilmiş olmasına rağmen gazetecilik, yaşam biçimi özelliğini taşıyan bir meslek niteliğinin yanı sıra, “belli düşünceleri beyinde ve vicdanında formüle etmiş kişilerin mesleği” olarak nitelendirilmektedir. Gazetecilik, Fransız Basın Terimleri Sözlüğü’nde “Yayın türü ve aralığı ne olursa olsun, basın kuruluşlarının çalışanlarının etkinliklerinin tümü” tanımıyla yer almaktadır.⁶⁷

Gazetecilik, bir yönüyle kişilerin sorunlarının çözümlenmesine yardımcı olan bilgilerin ulaştırılmasıdır, şeklinde ifade edilebilir. Sunulan enformasyonun içeriği, bilgilendirme veya eğlence yüklü olabilir. Genelde basit bir tanımlama ile sunulan bu içeriğe günlük dilde “haber” denir. Bu bağlamda gazetecilik, haber malzemesi sayılan enformasyonun toplanması, yazılması, düzenlenmesi ve dağıtılmasını içeren işlemler bütünü olarak tanımlanabilir.

Gazeteciliğin temel ilkelerinden bir tanesi, haber ile yorum arasında belirgin bir ayrımın çizilmesi ve bunların karıştırılmasının önlenmesi olmalıdır. Çünkü haber, gerçeklere ve verilere dayalı bilgilendirmedir. Buna karşılık yorum ise yazarın, yayımlayan veya yayın şirketlerinin düşüncelerini, inançlarını, kişisel yargılarını içerir.

Gazeteci ve gazetecilik kavramları haber verme bakımından tek yönlü bir iletişim akımına işaret ederler. İşte gazetecilik yapan araçlar yoluyla “haber alma”, eriştikleri kitleler yönünden haber olur diye seçilmiş, ayrılmış, düzenlenmiş, haber olarak yazılmış olay ve olayların okunması, dinlenmesi, izlenmesi sonunda gerçekleşebilmektedir. Bu düzenleme içinde de toplumda gazetecilik yapan kitle

⁶⁵ Cevdet Perin, **Tarih Boyunca Düşünce ve Basın Özgürlüğü**, (Remzi Kitabevi, İstanbul, 1974), s.13.

⁶⁶ Atilla Girgin, **Haber Yazma Teknikleri-Haberci Adayının El Kitabı**, (İnkılap Yayınları, İstanbul, 1998), s.133.

⁶⁷ Güledda Yücedoğan, **Türkiye’de ve Fransa’da Gazeteci Kimliği Sorunu**, (İ.Ü.İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1998), s.8.

iletişim araçlarınca, çeşitli görüşler gündeme getirilmekte, gündemde tutulmakta, kamuoyları oluşturulmaktadır.

BBC Muhabiri Fergel Keone, gazeteciliği bir sanat olarak değerlendirerek, şöyle tanımlamaktadır:

“Gazetecilik sanatı, her şeyden önce, gerçeğin kutsanması olmalıdır. Milyonlarca insan bilgi izler, dinler. Çünkü biz gerçeğin çıkarlarını her şeyden üstün tutarız. Güven, bizim anahtar szcğmzdr. Bu, değiştirilemez bir ilkedir; mirasımız ve misyonumuzdur. Gazetecinin temel yükümlülüğü gerçeğidir. Herhangi bir nedenle bunu bozmaya başlarsanız, gizli polisin moral yordakısı oluverirsiniz.”⁶⁸

Gazetecilik, önceleri seçkinler için yapılmıştır. Daha sonraları eğitim ve teknolojinin yaygınlaştırılmasıyla gazetecilik kitlelere yönelmiş ve haber ulaştırma, yalnızca yöneticiler ve tüccarların gereksinimlerine bağlı olarak yapılan bir iş olmaktan çıkmıştır. 19.yy.’ın ilk yarısında, Avrupa’da yayımlanan bazı gazetelerin tirajlarının yüz binleri aştığı bilinmektedir. Ancak bu yöneliş, uzun yıllar, “bilinçli, bilinçsiz her telden alma” biçiminde olmuştur. Günümüzde ise uzmanlaşma, gazeteciliğin en önemli özelliği haline gelmiştir. Günümüzde gazeteciden, tarihinin yapması gereken işi, çok kısa sürede gerçekleştirmesi istenmektedir.

Ayrıca gazetecilik, her olayla ilgili olarak, kendini çeşitli kaynaklardan hızlı bir biçimde bilgilendirme yetisi gerektirmektedir. Bilgi, en önemli toplumsal ürünlerden başta geleni, haber de en önemli toplumsal gereksinimlerden biridir. Gazetecilik ise bir yönüyle, bu iki önemli toplumsal ğeyile ilintili olduğu için kamu görevi sayılmaktadır. Gazetecilik artık, işlevlerinden biri olan haber vermek, dolayısıyla kişileri habere ulaştırmada katkı açısından bir aşama daha ileri gitmektedir. Kişilere düşünmeyi öğretmek, günümüzde gazeteciliğin temel ilkelerinden biri haline gelmiştir.

Diğer yandan, ideolojik eğilimleri ne olursa olsun, hkmetlerin çoğu, basına açıkça müdahale etmedikleri zamanlarda bile, sansür ve denetim uygulamaya çalışmakta ve bunu genelde başarmaktadırlar. Gazete sahipleri de basını, kendi iktidar ve zenginlik arayışlarını tatmin edecek bir araç olarak kullanmak istemektedirler.

⁶⁸ Tuğrul Eryılmaz, **Gazeteci Kendine de Sormalı**, (Birikim, Ocak 1999), s.21.

Hatta tüketiciler de saçmalıklara, ilkelliklere ve bayağılıklara prim verip, düşük düzeyli uygulamaları kabul ederek, gazeteciliğin amacından sapmasına neden olmaktadır. Yine de gazetecilik onurlu bir meslektir; Çünkü, haber, yorum ve görüşleri içeren bilginin dolaşımını sağlamak gibi, onurlu bir amacı vardır. Özellikle demokratik olma iddiasında bulunan toplumlarda, sağlıklı kamuoyunun oluşması bu amacın gerçekleşmesine bağlıdır.

6. GAZETELERDE YAZI TÜRLERİ

6. 1. Haber:

Haber, vaktinde verilen, toplumda çok sayıda kişileri ilgilendiren, etkileyen, bu kişilerin anlayabileceği herhangi bir olay ya da kanaat olarak tanımlanabilir. Haber, 5 N 1 K sorularına cevap veren olaylar bütünüdür. Buradaki 5 N 1 K'dan kasıt; ne, nerede, nasıl, neden, ne zaman, kim tarafından'dır.⁶⁹

6. 2. Başyazı

Başyazı, gazete ve dergilerde (yazılı basında), belirli ve önemli konularda ve özellikle de uzmanlığı gerektiren konularda, süreli ya da süresiz, imzalı ya da imzasız, bağlayıcılık ve sorumluluk açısından zaman zaman anonim isim altında da yer alan, genel politikası açısından yayın organının görüşünü yansıtan yazı türüdür.⁷⁰

Başyazı diğer bir ifade ile, bir gazete ya da derginin birinci sayfasında yer alıp, güncel bir sorunu yayın organının kendi tutum ve görüşüne uygun olarak yorumlayıp işleyen, çoğunlukla da başyazar tarafından yazılan yazı türüdür.

⁶⁹ A. Murat Vural , **Haber Yazma Teknikleri**, 1997-1998 Bahar Dönemi, Yayınlanmamış Ders Notları.

⁷⁰ A. Rıdvan Bülbül, **Yazılı Anlatım ve Yazı Türleri**, (İletişim Kitapları, Konya, 2000), s.63.

Seyfettin Turan'ın “Başyazı ve Yorum Yazarları” adlı çalışmasında ise başyazı şöyle tanımlanmaktadır:

1- Başyazı, seçilmiş gerçeklere dayalı olarak, bir fikrin ifadesidir. Böylelikle herkesin bildiği; ama daha önce hiç kimsenin düşünmediği bazı doğrular yeni bir ışık altında sunulur.

2- Başyazı, -bir editörün fikirlerinin basılı olarak ifadesi- insanın içgüdüsel olarak kendisini tatmin için başvurduğu birçok yollardan biri olan fikirlerini yayma yöntemidir.

3- Başyazı, okuru eğlendirme, fikirlerini etkilemede, önemli bir haberi ortalama okuyucu için daha açık hale getirerek önemini anlatmak amacıyla gerçeklerin ve fikirlerin özet olarak, mantıklı ve hoşla gidecek bir düzende sunulmasıdır diye tanımlanabilir.⁷¹

Başyazı, geniş okur kitlesini ilgilendiren konular hakkında gazete ya da derginin görüşünü yansıtan yazılar olarak da algılanmaktadır. Günlük fıkranın aksine her gün yazılması, ya da imzalı olması zorunluluğu yoktur. Fıkra gibi her konu hakkında da yazılamaz. Başyazının üslubu fıkradan daha ciddi ve daha kurudur. Başyazılar çoğu kez imzalı olduğu gibi, imzasız, gazetenin adıyla da yayınlanabilir. Bu durumlarda başyazı, bir kişi tarafından yazıldığı gibi ortaklaşa da kaleme alınabilmektedir. Örnek: Milliyet, Türkiye, Cumhuriyet, Hürriyet, Zaman gazetelerinde olduğu gibi.⁷²

Başyazının klasik yeri, yayın organının birinci sayfasıdır. Bu, bizdeki adına uygun düştüğü gibi, İngilizce ve Fransızca'daki adıyla da uyumludur. Çünkü o dillerdeki adı ya gazete yöneticisinin ya da sorumlusunun yaptığı iş sayılır.

Başyazıya, başmakale de denilmektedir. Çoğu kez üst başlık olarak “başyazı” logosu kullanılır. Ancak “Günün Yorumu” ve “Günün Konusu” gibi başlıklar da kullanılmaktadır.

Ele alınan konu hakkında genelde gazetenin görüşü yansıtılmaya çalışılırken, yine giriş, gelişme ve sonuç bölümlerine dikkat edilmelidir. Yazı bittiği zaman artık bir yargıya varılmıştır.

⁷¹ Seyfettin Turan, **Başyazı ve Yorum Yazarları**, (Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:918, İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, No:24, Eskişehir, 1996), s.5.

⁷² Vural, **Ön. ver.**

Başyazı yazarına “başyazar” denilmektedir. Bir gazetenin başyazarlığına soyunmak kolay değildir. Bilgi, deneyim ve uygulama birikimi olması gerekir. Üstelik başyazarlığı üstlenebilmek için çeşitli aşamalardan geçmek, ayrıca gazete patronlarıyla iyi ilişkiler içinde olmak da gerekir.⁷³

Her yazı türünde olduğu gibi başyazıda da kuşkusuz bir yazım planı vardır:

- 1- Bütün açıklığıyla konu ortaya konulmalıdır.
- 2- Konuyla ilgili görüşler saptanmalıdır.
- 3- Belirlenen görüşlerin bireyselliği ya da gazete politikası açısından durumu irdelenmelidir.

4- Öne sürülecek fikirlerin, eleştirilerin ya da önerilerin dayandığı somut kanıtlar ve ikna edici belge ve bilgilere yer verilmelidir.

5- Başyazıdaki ana fikrin ispatlanması için en son hüküm fıkrasına yer verilmelidir.⁷⁴

Teknolojik gelişmelerle başlayan uzmanlaşma, kuşkusuz basında da kendini göstermiş, gazetecilik de dallara ayrılmıştır. Sonuçta da magazin, ekonomi, spor, politika hatta eğlence gazeteciliği ortaya çıkmıştır.

Öteden beri dile getirilen bir görüş vardır: köşe yazıları yazarların kişisel görüşlerini yansıtır; ancak başyazılar imzalı ya da imzasız olsa da gazetenin genel politikasıyla örtüşmelidir. Bir başka anlatımla, başyazıdaki görüş, fikir, düşünce ve kanaatler, o yayın organının görüş, fikir, düşünce ve kanaatlerini de çerçevelemiş olmaktadır.

Başyazı bir imza ile yayınlanıyorsa, sorumluluk elbette ilgili basın yasasına göre yazara aittir. İmzasız başyazılardaki hukuksal sorumluluk, öncelikle başka ad vermediği sürece, yazı işleri müdürünündür.

⁷³ Bülbul, **Ön. ver.**, s.63.

⁷⁴ Aynı, s.64.

6. 3. Makale

Makale, belirli bir alanda ve konuda açıklayıcı ya da yorumlayıcı nitelikteki ispatlayıcı iddiadaki yazı türüdür.⁷⁵

Kamuoyunu ilgilendiren konularda, mesleği gazeteci olmayan kimseler tarafından, belirli aralıklarla yazarın sorumluluğu altında düşünülmesi ve değerlendirilmesi ya da güncel bir olay hakkında gazetecinin araştırması sonucu belgeleri ile kaleme aldığı veya bir bilim insanının konuyla ilgili olarak kanıtlarıyla destekleyerek yazdığı görüş bildiren yazılar “makale” türüne örnek gösterilebilir.

Makale, bir konuda bir düşünce ya da görüşü açıklamak, savunmak ya da bilgi vermek amacıyla yazılan yazıdır. Her alanda ve konuda makale yazılabilir. Makaleler işlediği konuya göre siyasal makale, toplumsal makale, askeri makale gibi adlandırılır. Makalede denemenin tersine, kanıtlara, belgelere vb. dayanmak, bir sonuca varmak gerekir. Makale denince, genellikle gazetelerde yayımlanan düşünce yazıları akla gelir. Bunun nedeni makalenin gazeteyle birlikte oluşup, gelişen bir yazı türü olmasıdır. Türkiye’de ilk makaleler Tanzimat Dönemi’nde gazetelerle birlikte görülmüştür. Bu türün öncüsü, ilk makaleyi Tercuman-ı Ahval gazetesinin ilk sayısında (1860) yazan Şinasi’dir.⁷⁶

Makale yazarının güçlü bir kültürü, sağlam mantığı ve düzeyli görüşleri olması gerekir. Üslup sahibi olmasıyla birlikte incelemeci, araştırmacı ve gözlemci niteliklerini de taşımalıdır. Makale yazarı ele almış olduğu konuyu okura her yönüyle açıklamak onlara düşüncelerini benimsetmek, inandırmak durumundadır. Bunun için, araştırma ve görüşlerini belli bir plan dahilinde ortaya koymalıdır.

Bilimsel bir makalede 3 ana bölüm vardır: Açıklama, yorum ve sonuç. Makalenin bitiminde ise yararlanılan kaynakların belirtildiği bir “kaynakça” bölümü yer alır. Ayrıca bu kaynakçada yalnız yararlanılan kaynaklar değil, araştırmacılara yardımcı olması bakımından konuyla ilgili bütün kitaplar yer alabilir. Giriş bölümünde önce makalenin konusu belirtilir. Ardından bu konunun neden seçildiği, bu seçimle neyin

⁷⁵ Erkan Yüksel-Halil İbrahim Gürkan, **Habercinin El Rehberi-Soru ve Örneklerle Haber Toplama ve Yazma Kural ve Teknikleri**, (Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:1263, İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, No:42, Eskişehir, 2001), s.48.

⁷⁶ Büyük Ansiklopedi, **Ön. ver.**, s.3718.

amaçlandığı ve izlenecek yöntem açıklanır. Açıklama ve yorum bölümünde konuya ilişkin konular, bulgular değerlendirilip yorumlanır ve kişisel görüşler sergilenir. Sonuç bölümünde ise inceleme sonucu varılan yargılar özetlenir, ana düşünce bir kez daha vurgulanır. Ayrıca konunun niteliğine göre çözümler de önerilebilir. Bir makalenin kısalığı ya da uzunluğu hakkında kesin bir ölçüden söz edilemez. Makalenin uzunluğu ya da kısalığı seçilen konuya, makalenin yayımlanacağı gazetenin ya da derginin koyduğu sınırlara bağlıdır.⁷⁷

Makale yazmada dikkat edilecek birtakım kurallar vardır. Bunlar:

- 1- Makale yazarının kuşkusuz öncelikle geniş bir kültürü, anlaşılır dili, tarafsız düşünce ve yargısı olmalıdır.
- 2- Konu toplumun büyük bir kesimini ilgilendirmelidir.
- 3- Düşünce ve görüşleri destekleyen kanıtlar inandırıcı olmalı, bunlar bir plan dahilinde sıraya konmalıdır.
- 4- Özellikle gelişme bölümündeki paragraflar dengeli, cümleleri birbirine yakın, anlatımı sade, açık ve duru olmalıdır.
- 5- Konu, fikri ve ideolojik saplantılara ve koşullandırmalara kapılmadan tarafsız bir gözle objektif olarak değerlendirilmelidir.⁷⁸

Şinasi, Namık Kemal, Ziya Paşa, Ahmet Mithat Efendi, Şemseddin Sami, Muaalim Naci, Hüseyin Cahit Yalçın, Ziya Gökalp, Ömer Seyfettin, Cenap Şehabettin, Ahmet Rasim, Reşat Nuri Güntekin gibi yazarlar makale türünün önemli yazarlarındandır.

⁷⁷ A. Murat Vural, **Gazete Yazı Türleri**, 1996-1997 Bahar Dönemi, Yayınlanmamış Ders Notları.

⁷⁸ Bülbül, **Ön. ver.**, s.67.

6. 4. Köşe Yazısı (Fıkra)

Her gün ya da belli aralıklarla gazete ve dergilerin köşelerinde güncel, siyasi konularda yayımlanan kısa yazılara köşe yazısı ya da fıkra denir.⁷⁹ Her gün ya da belli aralıklarla, belli bir gazetenin kendisine ayrılan bir köşesinde yazan yazara da “köşe yazarı” denir.⁸⁰

Tanzimat Dönemi’nden itibaren gazetelerde herhangi bir olayı, bir görüş ya da düşünceye bağlayarak, ciddi ya da eğlenceli kısa yazı biçiminde konu edinen türe de fıkra adı verilmiştir. Köşe yazısı da denilen bu türde ürün veren yazarlar arasında; Şinasi, Namık Kemal, Ahmet Rasim, Ahmet Haşim, Refik Halit Karay, Refi Cevat Ulunay, Burhan Felek, Peyami Safa, Orhan Seyfi Orhan, Yusuf Ziya Ortaç, Doğan Nadi, Falih Rıfkı Atay, Bedri Faik, Necip Fazıl Kısakürek, Çetin Altan, Tarık Buğra, Haldun Taner, Oktay Akbal, Ahmet Kabaklı, İlhan Selçuk, İlhami Soysal, Mümtaz Soysal, Ali Gevgili, Uğur Mumcu vb. bulunmaktadır.⁸¹

Yukarıda yapılan tanımlar çerçevesinde fıkrayı bir yazarın, herhangi bir konu ya da güncel olaylar hakkındaki düşünce ve görüşlerini anlattığı küçük fikir yazısı olarak tanımlamak da mümkündür. Yani fıkra, bir yazarın günlük olaylardan esinlenerek yazdığı ve o konu üzerinde kendi kişisel görüş ve düşüncelerini yansıttığı yazıdır. Günlük olayları özel bir görüş ve düşünceye bağlayarak, yorumlayan ciddi ya da nükteli fikir yazısıdır.

Fıkranın belli başlı özellikleri şunlardır:

- 1- Konu okurun ilgisini çekecek biçimde ele alınmalıdır.
- 2- Herkesin anlayabileceği açık ve sade bir dilde yazılmalıdır.
- 3- Hoş ve dokunaklı bir sonuca varılmalı, okuru düşünmeye yöneltmelidir.
- 4- Aynı konular yerine değişik; ama mutlaka güncel olaylar incelenmeli, içerikleri geniş kesimleri ilgilendirmelidir.⁸²
- 5- Ele aldığı konuyu ayrıntılara inmeden, kısaca işlemelidir.
- 6- Başlığı, imzası ve köşe adı olmalıdır.
- 7- Etkisi kalıcı olmayıp, geçici olmalıdır.

⁷⁹ Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi, **Ön. ver.**, s.7068.

⁸⁰ **Aynı**, s.7068.

⁸¹ Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi, **Ön. ver.**, s.4073.

⁸² Bülbul, **Ön. ver.**, s.68.

8- Okuyucuyu ileri sürülen fikre katılmakta ve düşünceye inanmakta özgür bırakmalıdır.⁸³

Fıkra ile makale arasındaki farklar ise şöyle belirtilebilir:

1- Fıkra, makaleye göre daha kısa yazılır; bu bakımdan fazla ayrıntıya girilmez.

2- Konu girişte sergilenir, sonra açılımlara geçilir, kanıtlama doğrulama yoluna gitmek zorunlu değildir.

3- Fıkroda makaledeki gibi resmi değil, içtenlikle salt bir ifade kullanılır. Okur, yazarı kendisine yakın bulur. Bunun için yazar, okurla konuşur gibi bir anlatımı yeğler.

4- Makale yazarı daha geniş kitleleri ilgilendiren konuları işler. Fıkra yazarları ise güncel, hatta kişisel olayları da ele alabilir.

5- Fıkra yazarlığı usta işidir, birikim ve deneyim ister. Yazarın zengin kültür ve bilgi birikimi, kendisine özgü üslubu olması gerekir.

6- Fıkralar gününbirlik yazılardır; yayımlandıktan sonra etkileri fazla sürmez. En yaygın yazı türüdür. Sanattan spora, ekonomiden eğitime kadar toplumun bütün güncel sorunları konu edilmektedir.⁸⁴

Fıkra Yazı Türünün Unsurları:

1- Konu: Üzerinde görüş ve fikir yürütülecek, kanaat ve hükme varılacak bir konunun bulunması fıkranın birinci unsurunu oluşturmaktadır. Yazarın başarısı, güncel yazılarında çeşitli konular üretmesiyle doğru orantılıdır. Aynı konular sık sık değişen yazar, okur üzerinde bıkkınlık yaratır ve zaman içinde başarı grafiğini aşağı düşürebilir. Nitekim 1968 yılı Ocak ayında Uluslararası Basın Enstitüsü tarafından yayınlanan istatistiksel verilerine göre sık sık aynı konuları işleyen köşe yazarları, okurlarının ilgisini giderek yitirdiklerini ortaya koymuşlardır.

2- Fıkra, türünde beşeri unsur olmalıdır. Yazar, fıkrasında bireysel görüşlerini açıklamakta özgürdür. Ancak, bu özgürlüğü kullanırken, genel kurallara da özen göstermek zorundadır.

3- Fıkranın süre unsuru: Fıkroda süre unsuru ile konu güncelliğini birbirinden ayırmak gerekir. Fıkra, günlük uğraş isteyen yazı türüdür. Konuları da güncel olabilir, önceki olaylara da dayanabilir. Önemli olan okurun tutumudur. Okur, alıştığı yazarın

⁸³ Vural, Ön. ver.

⁸⁴ Bülbül, Ön. ver., s.69.

yazılarını, her gün izlediği yayın organında görmek ister. Fıkradaki süre unsuru ile ifade edilmek istenen bu olgudur.

4- Yazar, gazetenin temsil ettiği temel görüşe genellikle bağlı kalır. Her ne kadar yazarlar köşelerinde, fikir ve görüşlerini dile getirmekte özgür olsalar da, yine de çalıştığı yayın organının çizgisini izlemek zorundadır. En azından böyle bir manevi yükümlülük altındadır; düşüncülerinin aksini savunması olağan karşılanmamaktadır.

5-Fıkra türünün son unsuru, diğer birçok yazı türünde olduğu gibi hüküm fıkrasıdır. Yazar, ek aldığı konuyu mutlaka bir hükme bağlamalı, ortada kalmamalıdır. Kendi inandığı, benimsediği görüş ve fikirleri okurlara da onaylatma çabası ve çalışması içinde olmak, okunması bakımından kaçınılmazdır.⁸⁵

6. 5. Eleştiri

Herhangi bir sanat eseri sanatçı üzerinde olumlu ya da olumsuz görüşlerin ortaya konulduğu, bunların değerleri hakkındaki düşüncelerin belirtildiği, kısacası, bir yargıya varıldığı yazılara “eleştiri” denir.

Bir başka tanım ise şöyledir: Her alandaki bir eseri, belirli kurallara uyararak, yine belirli akımlar açısından, tarafsız yaklaşımla ele alan, eksik ve güzelliklerini aşırıya kaçmadan belirten, nasıl olduğunu ve nasıl olması gerektiğini okura anlatmaya yönelik yazı türüne eleştiri denilir.

Eleştiri, bir sanat ya da düşünce eserinin özünü, yapısını anlatan, onun değerli ve değersiz yanlarını, toplumun sanat ve düşünce gelişimi içindeki yerini gerektirdiğinde belgelerle ve örneklerle belirten yazıdır. Eleştirici, incelediği konu karşısında bir bilim adamı gibi büsbütün yansız kalamaz; belgeleri, o devrin genel kanısını göz önünde bulundurmakla birlikte (eserin-konunun) güzel, çirkin, güçlü, güçsüz, doğru, yanlış yanlarını kendi görüşüne göre belirtir. Eleştirici, yazısına kendi düşünce ve duygularını da kattığı için, eleştiri yazıları başlı başına bir düşünce ve didaktik sanat eseri niteliği de kazanmıştır.⁸⁶

⁸⁵ Bülbul, **Ön. ver.**, s. 70.

⁸⁶ İzmir Büyük Dersane, **Üniversiteye Hazırlık Türkçe-Edebiyat Bilgileri**, (Eskişehir, 1990), s.18.

Türk edebiyatında eleştiri, birbiriyle zaman zaman kesişen iki ayrı çizgide sürmüştür: Edebiyat tarihi, inceleme ve araştırma alanlarında; yeni edebiyat akımlarının ilkelerinin, niteliğinin açıklanması ve savunulmasında. Yeni yayımlanan edebiyat yapıtlarını tanıtmayı amaçlayan eleştiri yazıları bu iki çizginin tamamlayıcısı durumundadır. Çağdaş eleştiri anlayışına uygun çalışmalar ise ancak 1940'tan sonra gelişmiştir.

Nurullah Ataç, “Gene Eleştirme” başlıklı yazısında da görülebileceği gibi denemeyle eleştiriye bir tutar:

“Eleştirmenin bir kolu vardır; deneme. Deneme bir yandan eleştirmedi, bir konuyu alır, onun gereklerini bulmağa, göstermeğe çalışır. Denemeci şiirin ne olduğunu, nasıl olması gerektiğini araştırır, şiirin, yahut hikayenin, musikinin. Bunda bir yaratıcılık payı vardır: Eleştirmeci şiirde, hikayede, musikide neler bulunduğunu söylerken kendince bulunması gerekenleri de söyler. Yani kendi içini de dinler, kendini bir yana bırakmaz. Biz bunu az çok beceriyoruz. Ben de yapabiliyorum, başkaları da. Birbirimizle tartışmalara da girebiliyoruz, kendi düşüncelerimizi söyleyebiliyoruz da onun için. Kolaydır, denemecilik. Bir bakıma kolaydır. Birkaç kitap karıştırırsınız, birkaç yazıyı okursunuz, düşünürsünüz onların üzerinde, elinizden geldiğince derinleştirirsiniz düşüncelerinizi, birkaç düşünceyi birbiriyle çarpıştırırsınız, söylersiniz. Bunun bir yararlığı yok mudur? Vardır. Olmaz olur mu? Sizin düşünmeniz karşınızdakileri de düşündürür, düşünceler çarpıştıkça yeni düşünceler çarpıştıkça yeni düşünceler doğurur. Süz şair olmayabilirsiniz. Ama sizin şiir üzerine söyledikleriniz şairlerin işine yarar, onları yeni araştırmalara götürebilir. Böylece yaratıcılıkta sizin de bir payınız olur.”⁸⁷

Eleştiri uzun süre beğenmeme ya da kusur bulma olarak kabul edilmiştir. Eleştiri, aynı zamanda iyilikleri ve güzellikleri de ortaya koymaktadır. Eleştiriye kişiden kişiye değişen zevkin sonucu olmaktan kurtarmak, onu belirli ilkelere göre değerlendirmek fikri XIX.yy.’dan itibaren ortaya konmuş ve eserler bunlara göre değerlendirilmiştir.⁸⁸

⁸⁷ Atilla Özkırmı, **Çağdaş Türk Edebiyatı**, (Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Yayın no:539, Eskişehir, 1993), s.169.

⁸⁸ Aynı, s. 170.

Eleştiride yazılarının planında, giriş bölümünde eserin özü ortaya konur, hangi sanat anlayışına göre, nerede, ne zaman yazıldığı belirtilir, benzerleriyle oranlama yapılır. Gelişme bölümünde ise eser hakkında olumlu ya da olumsuz yargıların nedeni tek tek vurgulanır, her yargı ayrı bir paragrafta işlenir. Sonuç bölümünde ise eser hakkında yargı, açık ve kesin bir anlatımla hiçbir yanılgıya yol açmayacak biçimde belirtilir.

Eleştirinin en önemli özelliği; hem eserin hem de onun yazarının birlikte ele alınmasıdır. Çünkü biri yapılan, biri de yapandır. Bunları birbirinden ayırmak mümkün değildir.

Eleştirinin unsurlarını şu şekilde sıralamak mümkündür:

- 1- Eleştiri yazmak için önce konu belirlenmelidir.
- 2- Eleştirilecek konu üzerinde uzman olunmalıdır. Başarının ilk ve son koşulu budur. Eleştirmeyi kaleme alacak kişi, bu alanda geniş kültürü ve bilgisi bulunmalıdır.
- 3- Eleştirmen tarafsız olmalı, yanlı yaklaşımlardan kesinlikle kaçınmalı; kimsenin etkisi altında kalmamalı, sadece vicdanıyla başbaşa olmalıdır.
- 4-Gereksiz ayrıntı ve detaylardan uzak durulmalıdır. Eleştiri yazıları da sade ve yalın olmalı, fazla bilgiçliğe, halk deyimiyle ukalalığa yer verilmemelidir. Eleştirmede gereksiz özentiler, başarıyı engellemektedir.

5- Eleştirme yazılarında bir hüküm fıkrası yer almalıdır. Okur, eleştirmenden yazısının sonunda olumlu ya da olumsuz mutlaka değerlendirmesini bekleyecektir.⁸⁹

Edebiyat tarihinin edebiyat eleştirisinden ayrı bir yeri olması, yazar eleştirisi ile gazete eleştirisinin de kendilerine göre açıklayıcı bir önem taşımaları bir yana, edebiyat çözümlemesi ve insan bilimleri yöntemlerinin birleşmesiyle yapıtlar üzerinde yürütülen soruşturmanın kökünden değiştiğini söylemek mümkündür. Bu değişiklik, 50'li yıllardan bu yana gerek yazarlar, gerek okurlarca benimsenen şu görüşten kaynaklanmaktadır: Ne denli gerçekçi görünürse görünsün yapıtın kendi dışında bir başvuru dayanağı, bir göndergesi yoktur. Dolayısıyla yapılacak ilk iş, eleştiriyi bilimsel bir temele oturtmak, yani incelenen nesnenin sınırını ve durumunu tanımlamaktır.

⁸⁹ Vural, Ön. ver.

3- Konunun belli bir ölçüde tartışılması, lehte ve aleyhteki bulguların ortaya konulması, belli kriterler içinde tahmin yapılması.⁹³

Yorum yazarı, başyazar ve köşe yazarları gibi, yazısının sonunda kesin yargıya yer vermez. Daha yumuşak bir dilde beklentilerini dile getirir.

Yorum, hangi türden olursa olsun özellikle kamuoyu yaratılmasında çok etkili bir yöntemdir. Bu nedenle de doğruluk ölçüsü elden kaçırılmamalıdır. Yorumun yazılı, sözlü kendine özgü teknikleri vardır. Yazılı yorumlarda yazı tekniği, sesli ve görüntülü yorumlarda konuşma üslubu etkili olacaktır.

Bir yorumun olası bir yapısı, bir tezden yola çıkarak karşı teze devam edip, bir sentezle sonuçlanmasıdır.

Farklı düşünceye sahip olanlar yorumda bir kenara itilmemelidir. Ciddi bir gazetenin yorumcusu kişisel saldırılardan uzak durmalıdır. Her ne kadar polemik çoğu zaman kaçınılmazsa da ve her zaman kaçınılması gerekmiyorsa da eninde sonunda nesnellik üstün gelmek zorundadır. İğneleyici açıklamalar ve polemiğin yaygınlaşması güvenilirlik açısından zararlıdır. Konuyla ilgili kanıtlamalar, kişilere yönelik gelişigüzel saldırılardan daha inandırıcıdır.⁹⁴

Yorumcu gazeteciler, keskin görüşleriyle okurlarını yığınlar halinde şoke etmeden de ölçüyü aşabilirler. Ama önemli olan, özellikle de hararetle tartışılan sorunlarda açık tavırlarını ılımlı ifadelerle ve görüşlerinde haklı olduklarını iddia etmeden sergileyebilmelidir. Kanıtlamalarda sorunla ilgili çeşitli bakış açıları açıklanır, değerlendirilir. Yorumcu deliller sunar, gerektiğinde başka görüşleri incelenir, rakipleri yok etmek için değil, ikna etmek için sunulmalıdır. Ölçülü davranış, hatta ifadede sadelik ve konuda açıklık, tatsız sözcüklerden ve duygusallıktan daha etkileyicidir.

⁹³ Vural, **Ön. ver.**

⁹⁴ Schlapp, **Ön. ver.**, s.66.

11- İnandırma çabası yoktur.⁹⁸

Hayat, ölüm, aşk, gurbet, sanat, felsefe, din, ahlak, gelenek, politika gibi kişiyi ya da toplumu ilgilendiren her konu üzerinde deneme yazılabilir. Çeşitli sanatsal etkinliklere ilişkin yoruma dönük yazılar da deneme türüne girmektedir. Denemenin ele aldığı konular sınırlı değildir.

Denemede içerik, bir anlayışla işlendiğinden; çeşitli yazarların aynı konudaki değişik fikir, zevk ve inanışlarını yansıtmaları bakımından da ayrı bir özellik göstermektedir.

Deneme yazarları aynı metin içinde karşıt düşünceleri, çelişik gibi görünen sorunları bir araya getirebilirler, birbirleriyle karşılaştırabilirler, bu yolla bir sonuca varmaya çalışabilirler. Denemelerde sıkı kural ve kayıtlara bağlı olmayan serbest bir yapı örgüsü vardır. Çoğu yazar denemeyi konuşuyormuş gibi kaleme almakta, hedef kitlelere seslendiğini hesaba katmamaktadır.

Deneme, ortada hiçbir olay ve durumu bulunmadığı hallerde de yazılır. Yazar, genellikle iç dünyasından hareket eder; olayları ve insanları kendisiyle oranlayarak anlatır.

Montaigne, denemeyi kullanan ilk yazardır. Bizden de Cenap Şehabettin, Ahmet Rasim, Yakup Kadri, Ruşen Eşref, Falih Rıfkı, Nurullah Ataç, Hasan Ali Yücel, Necip Fazıl Kısakürek, Sebahattin Eyüpoğlu, Suut Kemal Yetkin, Mehmet Kaplan, Salah Bırsel ve Cemil Meriç vb. isimleri saymak mümkündür.

Denemede, konu sınırlılığı ve biçim zorunluluğu da yoktur. Yazar istediği konuyu, kendi kendine konuşur gibi kaleme almaktadır. Denemenin sonunda kesin bir yargıya, sonuca varmak gibi bir amaç da görülmez.

Deneme, makale havası taşımakla birlikte bir anılar defteri özelliğini de göstermektedir. Belli bir tekniği ve planı olmadığından bir bakıma monoloğa da benzemektedir. Denemeyle eleştiri arasındaki ayrıcalığa gelince: Denemeci yaratıcıdır. Eleştirici ileri sürdüğü yargılarda yanılmaya çalıştığı halde, denemecinin böyle bir çabası da yoktur.⁹⁹

⁹⁸ Vural, Ön. ver.

⁹⁹ Vural, Ön. ver.

Yazın Kurumu
T.C. Kültür Bakanlığı
Yayın No: 1000
Yayın Yılı: 2000

Deneme türü yazılar çoğu kez eleştiri, söyleşi ve fıkra türünden yazılarla karıştırılır. Oysa, önemli ayrıcalıkları vardır. Bunlar, şöyle belirtilebilir:

- 1- Deneme, duyguya değil, düşünceye dayanır, duygusallığa yer vermez.
- 2- Deneme, araştırma ve inceleme ürünüdür; konular yüzeysel değil, derinlemesine ele alınır.
- 3- Denemede yazar kendisiyle tartışır. İsteddiği konu üzerinde çeşitli düşünceleri, yorumunu da katarak ortaya koyar.
- 4- Toplumu yakında ilgilendiren konulara denemelerle yeni bakış açıları getirilir.
- 5- Denemelerin dili de sohbet ve fıkradaki gibi içten, salt; ancak daha ağır başlıdır.
- 6- Denemelerde noktaya pek yer verilmez; konular düzeyli biçimde işlenir.
- 7- Denemede yazar kendisiyle tartışır; işlediği konuyla ilgili karşıt ve çelişik fikirleri de ortaya koyar.
- 8- Deneme insanlığı ilgilendiren bilim, ahlak ve felsefe konularına yeni bir açıdan yaklaşır.
- 9- Deneme çoğunluğun benimsediği basmakalıp ve genel görüşleri değiştirme amacına yöneliktir.¹⁰⁰

6. 8. Söyleşi (Sohbet)

Söyleşi, bir kurala, belli bir konuya bağlı olmayan karşılıklı konuşma, sohbet türüdür. Bir kimseyle, belli bir konuda ve samimi bir havada yapılan konuşmadır.¹⁰¹

Söyleşinin şöyle farklı tanımları da yapılmıştır: Söyleşi, gerçekler hakkında bilgi toplamak ve bu konudaki görüşlerini öğrenmek için tanınmış bir kişiye sorular yöneltmektir. Araştırmalardaki vazgeçilmez yöntemdir. Söyleşi, bir görüşün özgürlüğünü vurgular ve önemli bir olayın görgü tanıklarından bilgi almak gerektiğinde

¹⁰⁰ Bülül, **Ön. ver.**, s.102.

¹⁰¹ Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi, **Ön. ver.**, s.10739.

de son derece uygun olur. Söyleşi, bir konuyu fazla derinleştirmeden, karşısındakiyle konuşuyormuş hissi verecek şekilde anlatan fikir yazısıdır.

Söyleşinin gerçekleşebilmesi için konuşturma partnerlerinin birbirlerini görmeleri gerekmektedir. Bu durumda söyleşi, ilkin partnerlerin bir araya gelmesi, ikinci olarak konuşmaların kamuya duyurulacak bölümü ve üçüncü olarak bu bölümden basılıp yayımlanmış kısımlar demektir.¹⁰²

Söyleşide olayla ilgili olduğunca çok açık uçlu sorular yöneltilmelidir (neden, nasıl oluyor, ne zamandan beri, daha ne kadar sürer vb.). Gazeteci olduğunca yetkin görünebilmek için kaynak açısından söyleşiye çok iyi hazırlanmış olmalıdır. Söyleşi de salt önceden hazırlanmış sorular sorulmamalıdır. Gazeteci sohbet sırasında söylenenler ile ilgili sorular yöneltebilmek için söyleşi partnerini can kulağıyla dinlemelidir.

Söyleşi sırasında bir teyp kullanılacaksa, görüşme yapılacak kişinin bunu onaylaması gerekir ve onay, araç çalıştırılmadan alınmalıdır. Bu konuda fikir sorulmazsa kurallara aykırı davranılmış olunur. Konuşma sırasında soru yöneltilen kişi belli nedenlerden dolayı henüz kamuoyuna açıklanmasını istemediği sırlarını gazeteciye açarsa, bu isteği yerine getirilmelidir.

Söyleşinin sınırları çizilmiş bir konusu yoktur. Yerine ve zamanına göre sıkıcı olmayan her konu söyleşi düzeni içinde kaleme alınmaktadır. Sohbetler çoğunlukla genel konuları ve güncel sanat olaylarını içermektedir. Çoğu edebiyatçılar sohbeti fıkra türü olarak değerlendirmektedirler. Oysa, sohbetle fıkra arasında bazı ayrıcalıklar vardır. Bu farklılık daha çok anlatımdadır. Söyleşinin üslubu, fıkraya göre daha yumuşak ve içtendir. Söyleşide savunduğumuz fikri okura inandırmak zorunluluğu yoktur. Yazar serbesttir. Düşündüklerini kolayca anlatmaktadır.¹⁰³

Söyleşi, gazete ve dergilerin iç sayfalarında ve genellikle de, hafta tatiline rastlayan sayılarında yayınlanmaktadır. Böylece okurlar, hem sohbetteki düşüncelerden yararlanmakta; ayrıca yorulmadan boş zamanlarını da değerlendirmiş olmaktadır. Yazarla okur arasındaki en kolay diyalog söyleşi yazılarıdır. Daha doğrusu yazar, okurlarının düşüncesini seçmiş, okurlar da yazarın fikirlerini anlamış görüntüsü içindedirler.

¹⁰² Schneider-Rove, **Ön. ver.**, s.55.

¹⁰³ Bülbül, **Ön. ver.**, s.93.

Nurullah Ataç, Suut Kual Yetkin, Falih Rıfkı Atay, Hasan Pulur, Bedri Faik, Rauf Tamer, Yavuz Donat, Yalçın Doğan, Umur Tak, Emin Çölaşan, Ali Kırca, Bekir Coşkun, Taha Akyol, İlhan Selçuk, Selahattin Duman, Hıncal Uluç vb. söyleşi yazarlarıdır.

6. 9. Görüşme

Görüşme, bir haberle ilişkili olarak, detaylı bir çalışma yapmadan, çoğunlukla oluşan bir ortam sonucu gazetecinin kişi ya da kişilere sorular yönelterek, onlardan yanıt alması ve bunu da soru cevap şeklinde yazmasıdır.¹⁰⁴

Diğer bir tanıma göre ise; özel bir konuda 2-3 sorudan oluşan, o günkü gündemde uzman kişiyle kısa süre içinde yapılan sohbete “görüşme” denir. Adı belli olan gündemle ilgili bir konu olmalıdır. Bir fotoğraf olmalıdır. Hangi konuyla ilgili görüşme yapılacağı, görüşme yapılacak kişiye bildirilmelidir. Doğrudan randevusuz gidilirse çok sıcak gündemden konu başlıkları seçilip, sorular sorulabilir. Görüşmede son derece sabırlı olmak gerekir. Aynı soruyu birkaç değişik şekilde sormak daha iyi olur. Görüşme yapılacak konu ve kişi hakkında önceden bilgi birikimine sahip olmak, bu nedenle araştırma yapmak gerekir.¹⁰⁵

Görüşme ile röportaj arasında bazı farklar bulunmaktadır.

1- Görüşmede bir olay hakkında, ani bir kararla bir takım kişilere sorular yöneltilme eylemi bulunmaktadır. Röportajda da görüşme bulunmasına karşın, bir ön hazırlık bulunması gerekmektedir.

2- Görüşmede kişisel yorum yapılamazken, röportajda yapılabilir.

3-Görüşme ölçülü ve sınırlı bir konuşma süresi ve üslubu gerektirir. Röportaj ise daha geniş kapsamlıdır, sınır tanımaz.

4- Görüşme yalnız bir insanla, röportaj ise bir ya da birden çok insanla, yerle, kurumla yapılabilir.

¹⁰⁴ Yüksel- Gürçan, **Ön. ver.**, s.50.

¹⁰⁵ Vural, **Ön. ver.**

5- Görüşmede bir fotoğraf, röportajda ise sınırsız fotoğraf kullanılır.

6- Görüşme kısa, röportaj ise uzun bir yazı türüdür.

7- Görüşmede randevu zorunluluğu söz konusu olurken, röportajda böyle bir zorunluluk yoktur.

8- Görüşmenin bir adı yokken, röportajın bir adı vardır. ¹⁰⁶

6. 10. Röportaj

Röportaj, belirlenen bir konuda ön çalışma yaparak, konunun uzmanlarıyla yapılan görüşmedir. ¹⁰⁷ Röportajda gazeteci, görüşeceği konu hakkında detaylı bir çalışma yapmanın yanı sıra, görüşeceği kişi hakkında da bilgi toplayarak, görüşme yapar.

Röportajın sözcük anlamı günün raporu anlamına gelmektedir. Bu, daha büyük boyuttadır. Röportaj çok uzun bir süreye yayılmaktadır. Bir kişi, bir yer, bir kurum vb. iler röportaj yapılabilir. Röportajda bir haber konusu olmayabilir. Birkaç güne yayılarak da yayımlanabilir. Burada görüşme de yapılır. Birden çok fotoğraf kullanılmalıdır. Çünkü insanları inandırmak gerekmektedir. ¹⁰⁸

Röportajın unsurları arasında tanımlama (tanıtmayı içeren), amaç (inandırma), betimleme (sınırlandırma yaparak işlevler ortaya koymak) vardır.

Röportaj, haber iletir ve atmosfer yaratır. Yapısında daima öznellik hakimdir ve bu öznellik bütünüyle gerçeklere odaklı basit haberin ve de hemen aynı derecede yalın biçimlendirilmiş karmaşık haberin aksine aranan bir özelliktir.

Röportaj, gerçekleri öznel yaşantılarla harmanlamaktadır. Yalın biçimde kaleme alınmış basit haberden, gerçekleri yansıtan karmaşık haberden daha ayrıntılı, daha canlı bir anlatım biçimine sahiptir. Ama anlatımın renkliliği, bir dizi niteleme sıfatının kullanımıyla değil, daha çok içerikle sağlanmalıdır.

¹⁰⁶ Vural, Ö.n. ver.

¹⁰⁷ Yüksel-Gürcan, Ö.n. ver., s.49.

¹⁰⁸ Vural, Ö.n. ver.

Bir röportaj, öyküsünün doğal anlatımına elverişli bir yapıya sahip olmalıdır, yani, olay örgüsünün tamamı coşku ve dinamizm içinde anlatılmalıdır. Aralara olayın hızını yavaşlatan düşünceler, yansımalar, yargılar serpiştirilebilir.

Bir röportajın biçemi heyecan yaratmalıdır ve bu heyecanın ölçüsü genelde şimdiki zaman kullanımıyla aktarılmalıdır. Sıkça değişikliklerin yerinde kullanımı metine ilginçlik kazandırmaktadır. Heyecan yaratılması gereken durumlarda aşırılıklara yer yoktur. Heyecan için tempo gerekmektedir. Tempo da kısa cümlelerle sağlanmaktadır. Gereksiz sözcük ve cümle ögeleri kullanmaktan sakınılmalıdır. Okurun kendiliğinden eklemeler yapabileceği yerler anlatılmamalıdır. Kaynak belliyse usul gereği sürekli kaynağa yönelik gönderme yapmaya gerek yoktur. Biçem renkli ve canlı olmalı; ama anlatımın renkliliğini bir dizi sıfat ve zarf kullanımıyla değil, içerikle sağlanmalıdır.

Röportaj, yorum gibi bir yargıyla sonuçlanmak zorunda değildir. Bu metin türünü sona erdirmenin çeşitli yolları vardır. Uygun bir alıntı, duyulmadık bir tanı, metnin başlangıcında yer alan bir tespitin yinelenmesi ya da ilginç dramatize edilmiş bir betimleme, röportajı sona erdirmek için elverişli olacaklardır. Burada kural, röportajı bozan, klişeleşmiş ifadelerin ve görüşlerin kullanılmamasıdır.¹⁰⁹

Röportajın da diğer yazı türlerinde olduğu gibi bazı unsurları vardır.

1- Röportajın ilk unsuru konusudur. Genelde konu, haberin bildirdiği gelişmedir. Röportajın başarısında kuşkusuz seçilen konunun içeriği etkilidir. Çoğu kez, haberde vermediklerimizi, güncelliğini yitirdiğini sandığımız unsurları röportaj çerçevesinde yansıtma imkanımız vardır.

2- Ön Bilgiler: Röportajların ikinci önemli unsuru, konuya ilişkin ön bilgilerdir. Yazar konusuna ilişkin daha önceden ön bilgileri toplayarak röportajında değerlendirirse, başarıyı yakalamada hayli yol almış olur.

3- Röportajın üçüncü unsuru canlı ya da cansız oluşudur. Bundan kasıt, verilerin yansımadaki dirilik ya da sönüklüktür.

¹⁰⁹ Schlapp, **Ön. ver.**, s.38.

4- Konuya ilişkin ana noktaların belirlenmesi, röportajın bir diğer unsurudur. Sorulacak soruların önceden hazırlanmış olması önemlidir. Konunun ana noktaları belirlendikten sonra, çalışma bu bağlamda sorulacak sorulara verilecek yanıtlarda yoğunlaşacaktır. Bu unsur, önbilgilerin bir parçası da sayılmaktadır.

5- Röportajı, gerek anlamda gazeteciler yapmalıdır. Röportajı yapacak gazeteci, mesleğin bütün niteliklerini taşımali, ayrıca uzman olmalıdır.¹¹⁰

Röportajın yazı planında dikkat edilmesi gereken bazı noktalar bulunmaktadır.

1- Röportaj yapılacak konuda ayrıntılı bir çalışma alanı saptanmalıdır.

2- Okuru röportaja bağlayacak olayların, kişilerin listesi, hayalleri ve ilginç yönleri aktarılmalıdır.

3- Röportajda konuya ilişkin önceki ve o andaki çelişkiler dahil bütün ayrıntılar yansıtılmalıdır.

4- Beşeri unsurların seçimine gerekli özen gösterilmelidir.

5- Okura bilgi kazandıracak, onun genel kültürünü ya da güncel bilgisine katkıda bulunacak noktalar verilmelidir.

6- Sonuçta röportajda bir kanaat fıkrası olmalıdır.¹¹¹

Röportaj; anlatımla, gerilimle ve devingenlikle beslenir. Kuruluş planı için önerilebilecek en kolay yöntem kronolojik sıra izlemektir. Zaman dizini bulunmayan durumlarda devingenliği yaratacak yeni fikirler gereklidir. Gözlem, somut dil kullanımı ve gerçek var olduğu sürece başka bir şeye gerek yoktur.

6. 11. Araştırma- İnceleme

Karanlıkta kalmış ya da iyice aydınlatılmamış dar açılı ve genel konularda okuru bilgilendirmek amacıyla, mutlaka gerçek verilere dayanılarak, tarafsız bir yaklaşımla düzenlenen yazılara “araştırma” denir. Bilim ve sanat eserlerinin sanatçı ya da yazarların özelliklerini, ayrıntılarını ya da özel bir yönünü içeren yazılara da “inceleme” denir.¹¹²

¹¹⁰ Aynı, s. 40.

¹¹¹ Bülül, Ön. ver., s.76.

¹¹² Aynı, s. 111.

Araştırma yazarken, araştırılacak konu öncelik almalıdır. Araştırmayı yapacak yazarın eğileceği konu üzerinde derin bilgisi olması gerekir. Ayrıca yazarın tarafsız olması oldukça önemlidir. Yazar, bunları yaparken son yargı ve yorumu okura bırakmalıdır. Araştırma yazılarında yazarın bu şekilde davranması gerekirken, inceleme yazılarında da yazar seçtiği konuyu sabırla, en ince ayrıntısına kadar incelemelidir. Yaptığı incelemeyi örnek ve belgelere dayandırmalıdır.¹¹³

¹¹³ Aynı, s. 112.

İstanbul Kültür Varlıkları
Müdürlüğü
T.C. Kültür Varlıkları
Müdürlüğü

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE KADININ DURUMU, KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDA YER ALIŞ BIÇIMI VE KADIN GAZETECİLER

1. TÜRKİYE’DE KADININ DURUMU

Kadın ve erkek, her ikisi de insan türünü oluşturan, insan gelişimini birlikte sağlayan ve her anlamda birbirini tamamlayan iki varlıktır. Böyle olduğu halde farklı toplumsal ve kültürel görüşlere göre bu gerçek çok defa bir eksikliği, dengesizliği, doğuracak şekilde saptırılmıştır. Kadın ve erkek arasındaki eşitlik veya eşitsizlik durumu sosyal bilimciler tarafından ele alınmış, araştırılmış ve sonuçta genel anlamda kültürle bakıldığında en ileri medeniyetlerde bile kadının aleyhine bir eşitsizlik söz konusu olduğu ortaya çıkmıştır.

Sosyal bilimcilerdeki araştırmacıların, kadının durumuyla ilgilenmeleri çok eskilere dayanmamaktadır. Toplum ve siyaset bilimleri ile ekonomi alanlarındaki araştırmalar geleneksel olarak erkeğin statüsünü dikkate alarak, erkeklerin ekonomik olanakları, saygınlık ve yetki biçimleri üzerinde durmuşlardır.¹¹⁴

Tarih boyunca kadına verilen sayısız roller içinde ikisi hep ön plana çıkmıştır. Birincisi, çocuk doğuran, annemiz, bacımız, “iyi kadınlar”, diğeri erkeklerin cinsel isteklerini karşılayan “kötü kadınlar”dır. Çağımızın temel özelliği “hızlı değişim ve gelişim” olarak nitelendirilirken, “kadın olmak”, bu gelişimi en uzaktan ve en yavaş izlemek ile eş anlamlı kılınmıştır. Çünkü kadının “annelik rolü” ve “toplumsal rolü” yani iyi kadın olma zorunluluğu, kadının değişmesini, bu gelişime ayak uydurmasını engellemiştir.¹¹⁵

¹¹⁴ Mine Tan, *Kadının Ekonomik Yaşamı ve Eğitimi*, (Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Genel Yayın No:204, Ankara 1979), s.5.

¹¹⁵ Zeynep Oral, *Kadın Olmak*, (Milliyet Yayınları, İstanbul 1985), s.15.

20. yüzyılın yaşam şartlarına uygun değişen görüş ve davranışlar, toplumlarda “kadın hakları” ve “kadın sorunları” üzerinde düşünmeyi de beraberinde getirmiştir. Endüstrinin gereklerinden olan daha fazla üretim, çalışma alanında erkeklerin yanı sıra kadınların da iş ve söz sahibi olmasına neden olmuştur.¹¹⁶ Bunun sonucunda kadınların asırlarca erkeklerin yararlandığı sosyal özgürlük, politik etkinlik, kazanç ve unvan üstünlüğü gibi haklardan birçok toplumda yoksun kaldığı fark edilmiştir. Tepki olarak geliştirilen kadın hakları, kadın-erkek eşitliği gibi düşünceler çeşitli eylemlerin, kurumların ve yayınların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Tüm metafizik ve dinsel öğretiler kadını erkekten daha aşağı bir tür olarak görür ve ona eşit haklar tanımazlar. Oysa sosyoloji, antropoloji ve toplumsal psikoloji alanındaki değişik bulgu ve teoriler cinsiyet rollerinin dağılımı ile kadının toplumsal konumundaki değişimlerin her şeyden önce ekonomik sistemdeki değişime bağlı bulunduğunu gösterir.

İlk insan topluluklarında kadın, eşit bir insan ve soyun devamını sağlayan ana olarak, uzun bir süre toplumdaki saygın yerini korumuştur. “Anaerkil” deyimiyile adlandırılan bu dönemlerde topluluğun ekonomik, toplumsal ilişkilerinde kadının etkili bir yeri vardı ve soy zinciri, zorunlu olarak kadınla ölçülürdü. Erkeğin üretici rolünün artarak ekonomik üstünlüğünün başlaması, özel mülkiyetinin ortaya çıkarak, miras sorununu gündeme getirmesiyle “ataerkil” aile düzenine geçilmiştir.

Köle-köle sahibi eşitsizliğine dayalı Yunan-Roma uygarlıklarında kadın, aşağı sınıf olarak görülmüştür. Kadının toplumsal konumundaki bu değişiklik, babanın egemenliği, özellikle Roma’da en yüksek çizgisine ulaşmıştır. Roma miras hukukunun ortaya çıkması, babası belli çocukları gerektirdiğinden kadınlar için tek kocalılık zorunlu hale gelmiştir. Romalı babaya karısı, çocukları ve köleleri üzerinde öldürmek hakkına varan kesin bir mülkiyet hakkı tanınmıştır.¹¹⁷

¹¹⁶ Emine Demiray, Atıf Yılmaz’ın *Mine Bir Yudum Sevgi ve Dul Bir Kadın* Filmlerinde Kadın Olgusu, (A.Ü.Yüksek Lisans Tezi, 1987), s.9.

¹¹⁷ *Büyük Ansiklopedi*, (Milliyet Yayıncılık A.Ş., 7.Cilt), s.2734.

Toplumların değişmesine paralel olarak üretimde, toplumsal yaşamda ve aile içinde kadının konumu da değişikliğe uğramıştır. Ancak kadın-erkek eşitsizliği, kadınların kazandığı kimi haklara karşın varlığını sürdürmüştür. Günümüzde kadınlar, dünya nüfusunun yarısını oluşturdukları ve iş saatlerinin üçte ikisini doldurdukları halde, dünya gelirininde ancak onda birine sahip bulunmaktadır.

Kadın sorunu, temelde toplumlarda kadının statüsü, eşit haklara sahip olması, bunları kullanabilmesi ve bunların sonucu olarak kadının kişi olarak yeteneklerini geliştirmesi konularını kapsamaktadır. Günümüzde de çeşitli ülkelerdeki ekonomik, politik, toplumsal ve kültürel gelişmenin düzeyine bağlı olarak kadının toplum içindeki yeri konusunda önemli sorunlar mevcuttur.

Gelişmiş Batı ülkelerinde hukuksal olarak ilan edilen eşitliğin fiilen ve tam olarak uygulanmasını sağlama, istihdam, ücret, genel ve mesleki eğitim konularında, vatandaş olarak toplumsal ve siyasal yaşamda ayrımlara son verme, kadınların elde etmek için uğraş verdikleri temel konular arasında yer almaktadır. Bu sorunlarla ilgili güncel talepler, tam istihdam, kadınların bilim-teknik devriminin gereklerine uygun genel ve mesleki eğitim görmeleri, eşit ücret, çalışma sürelerinin kısaltılması, ücretinin düşürülmesi, ananın ve çocuğun korunması, çocuk bakımına yardım, kadınların mesleki etkinliklerinin aile içi çalışmasıyla bağdaştırılmasını sağlayacak koşulların yaratılmasıdır. Sosyalist ülkelerde kadınların, erkeklerle eşit haklara sahip olabilmesi ve toplum yaşamının her alanında yer alabilmenin olanaklarına kavuşturulması ve bunların kadınların analık rolleriyle bağdaştırılması hedeflenmektedir. Kalkınmakta olan ülkelerde ise kadınlar, genel eğitim ve kültür düzeyini, mesleki eğitim standartlarını yükseltmek ve çalışma yaşam koşullarını iyileştirmek gibi çözüm bekleyen sorunlarla karşı karşıyadır.

Genel olarak Türkiye'nin çok yüzlü toplum olması gibi, kadın gerçeğinde birden çok yüzü bulunmaktadır. Doğusu ve batısı ile farklılaşan; aile, eğitim, iş ve çalışma koşulları çok değişen Türkiye'de tüm insanlar için olduğu gibi kadın için de yaşanan gerçekler değişmektedir. Ancak değişen tüm sosyal, ekonomik ve kültürel etmenlere karşın, değişmeyen bir kadın gerçeği yok mudur?

Türkiye gibi toplumsal gelişimi ve değişimi sürüp giden bir ülkede bir yandan çağdaş değerler ve yüksek yaşam standartları, diğer yandan geleneksel değerler ve çok düşük yaşam düzeyleri birarada varolabilmektedir.

Bu durum tartışılan değerler, haklar, güvenceler sistemine de yansımaktadır. Bu nedenle bir yandan birincil insan hakları tartışılırken, kadın hakları tartışması da, tüketici hakları tartışması da yapılabilmektedir. Ancak kadın hakları genişleyen, zenginleşen insan hakları içinde yer alsa da bu haklar kadın sorununun yalnızca bir yüzüdür. Çünkü kadın-erkek eşitsizliğinin kökleri çok derinlerden gelmekte ve temelde cinsiyet ayrımının sergilenmesini gerektirmektedir.

Türkiye’de sosyo-ekonomik koşullara bağlı olarak sadece bazı kadınlar mı ezilmektedir? Bazı kadınlar için ise eğitim, ekonomik güç gibi nedenlere bağlı olarak “ezilmişlikten kurtuluş” mu söz konusudur? Yoksa açık haksızlıkların dışında tüm toplumsal ilişkilerde karşımıza çıkan bir cinsiyet ayrımını mı söz konusu olan?

Türkiye’de kadın açısından hem çok açık ve büyük haksızlıkların yaşandığı, hem de tüm toplumsal ilişkilerde cinsiyet ayrımının belirleyici olduğu bir gerçektir. Üstelik bu durum çok fazla sorgulanmaksızın kabul de edilmiştir. Bunun çeşitli nedenleri vardır. Her şeyden önce birinci neden Türkiye’de sosyo-ekonomik koşulların ortaya koyduğu genel eşitsizlikler tablosudur. Ayrıca kadınlara özgü nedenler de vardır. Türkiye’de kadınlar uzun süre, zamanlarına göre ileri sayılan haklar elde etmiş olmakla yetinmişler, bu haklara uyma çabası, hakları koruma çabası göstermişlerdir.¹¹⁸ Kuşkusuz bu yetinmede Türkiye’nin sosyo-ekonomik açıdan az gelişmişliği, bu hakları bile kullanamayan kadınların varlığı da rol oynamıştır. Öte yandan genel olarak toplumun örgütlenme, hak arama ve siyasete uzaklığı da kadınların bilinçlenme, seslerini yükseltebilmeleri açısından olumsuz etken olmuştur. Var olan kadın örgütlerinin de kadın haklarını genişletmek ve yaygınlaştırmaktan çok, kazanılan hakların savunulmasına ağırlık verdikleri söylenebilir.

¹¹⁸ Şirin Tekeli-Meryem Koray, **Devlet-Kadın-Siyaset**, (Türkiye Sosyal Ekonomik Siyasal Araştırmalar Vakfı, 1991), s.101.

laik anlayışı ülkenin geçmişi ve geleceğinde yazgının önemli olduğunu vurgulamış, yazgıcılığı yadsımıştır.¹¹⁹

1923-1938 yılları arasında Türk kadını artık yeni bir düzen anlayışının kadını olmuştur. Kendisine okuyup-öğrenme, kamusal yönetime ortaklık, toplumda tırmanma yapabilme, seçicilik, çağına uygun duyuş, düşünüş, davranış olanak ve hakları tanınmıştır.¹²⁰

Kurtuluş Savaşı'nın kazanılmasından sonra Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkıntıları üzerine sağlam temellere dayanan yeni bir devlet kurmaya çalışan Atatürk, Türk toplumunun gerçeklerine uygun bir dünya görüşü ortaya koyarken, Türk kadını da erkeği ile eşit hak ve özgürlüklerden yararlandırmak için yasal bir takım değişiklikler yapmıştır. 1924 yılında çıkartılan "Tevhid-i Tedrisat Kanunu", 1925'de kabul edilen "Kıyafet Kanunu" ve 1926'da çıkartılan "Medeni Kanun" bu alanda yapılan ilk değişiklikler arasındadır. Böylece eğitim sisteminin laikleşmesiyle birlikte, kadınlara da erkeklerle eşit eğitim olanakları tanınmış olup, örtünme, peçe ve çarşaf giyme ortadan kaldırılmış ve Batı toplumlarında kadının hukuki statüsünü belirleyen esaslar kabul edilmiştir. Buna göre kadın ve erkek yasa önünde evlilik, boşanma, velayet, veraset gibi konularda eşit haklara sahip olmuştur. Çok eşle evlilik de yasaklanmıştır. 1930 yılında Belediye Meclisi, 1934 yılında da Millet Meclisi seçimlerinde kadınlara seçme ve seçilme haklarının tanınmasıyla da kadınlar, yasal olarak siyasal alanda da erkeklerle eşit duruma getirilmişlerdir.¹²¹

Bununla birlikte Türk toplumunda kadının erken yaşta evlendirilmesi, iş hayatından uzak tutulması, politik yaşama karşı cesaretsizlik, cinsellik konularında hür ve karar verme yetkisine sahip olamama gibi sorunları hala vardır. Ayrıca Cumhuriyet'ten sonra çıkartılan yasalar ve reformlarla, Türk kadınına aile hayatında, eğitimde, çalışmada, siyasal alanda onu erkeklerle eşit kılan ve pekçok ülkeye göre ileri haklar verilmiştir.

¹¹⁹ Necla Arat, **Türkiye'de Kadın Olmak**, (Say Yayınları, 1.Basım, İstanbul, Kasım 1994), s.15.

¹²⁰ Aytunç Altındal, **Türkiye'de Kadın**, (Anahtar Kitaplar, İstanbul, 1991), s.122.

¹²¹ Şirin Tekeli, **Kadın**, (Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, İletişim Yayınları, İstanbul, 1984), s.1193.

Tüm bu gelişmeler ve Cumhuriyet'in kuruluşundan beri Türkiye'de kadın haklarının uygun ülkelere paralel olarak genişlemesi, kadının toplum içindeki yaşantısında saygınlığını ve etkinliğini koruyup, haklarını genişletebilmesi için yurdun gelişmemiş, kırsal yörelerindeki kadınların da bu olanaklardan, uygulamalardan da yararlanır hale gelmeleri gerekmektedir.¹²² Çünkü yasal olarak bu olanaklar var olsa da uygulamada tam olarak işlerlik kazanmamıştır.

Atatürkçü laik anlayış, her alanda Türk kadınının özgürleşmesini sağlayacak düşünsel anlayışı getirmiştir. Atatürk Devrimi'nin aydınlığa, yeniliğe, bilime, akılcılığa, çağdaşlık ve özgürlüğe açık olma özellikleri bugün aynı değişim, aynı hız, aynı devingenlikle sürmektedir. Gerçi Atatürk Devrimi'ni anlamış, ona bu konuda uğraş verenler güçlüdür. Ancak bu aydınlanma Devrimi'ni anlamamış, anlamak istememiş, anlamak istemeyen ve bu devrimin karşısında yer alanlar da güçlenmektedir.

Atatürk'ün dünyanın en aydın kadını olarak görmek istediği kadınlardan, çoğunlukla “kadınca” konular üzerinde düşünmeleri, siyasete, ekonomiye kafa yormamaları ve bu gibi önemli konularda sırayı erkeklere bırakmaları istenmiştir. Bunun içindir ki kentli ve varlıklı kadınların hemen hepsi memlekette ne olup, ne bittiğinden pek haberdar olmadan günlerini geçirmişlerdir. İşçi-köylü kadını ne günün Paris modasından haberdar olmuş ne de kimler tarafından nasıl bir yönetim şekliyle yönetilmekte olduğunu kavrayabilmiştir. Buna karşılık durmaksızın çalışmış ve çalıştırılmıştır.¹²³

Laiklik, modernleşme ve kadın hakları arasındaki derin ve yakın ilgiyi, beraberliği islamcı kadın anlayacak mı? Bu anlayış doğrultusundaki uygulamaların tüm kadın hakları konusundaki önemini kavrayacak mı? Ancak bugün yanıtlayabileceğimiz önemli bir olgu da ortadadır. O da şudur: bazı olumsuz gelişmelere karşın, Türk kadınları erkeklerin öncülük ettiği kalkınma, modernleşme atılımlarının oluşumunda payı olan bir konuma gelmişlerdir. Bu olumlu gelişmelerin temelinde Atatürk'ün Aydınlanma Devrimi olduğu da yadsınamaz bir gerçektir.¹²⁴

¹²² Adil İzveren, **Toplumsal Törebilim**, (AİTİA Yayınları, Ankara, No:130, 1980), s.172.

¹²³ Altındal, **Ön. ver.**, s.127.

¹²⁴ Arat, **Ön. ver.**, s.18.

Türkiye’de Cumhuriyet’ten sonra halen süregelen kadın sorunu bir hukuk sorunu değil, bir gerçek sorundur. Çünkü hukuk kuralları; ancak halkın ruhuna yerleştiği sürece bir anlam taşır. Bu olmadığı sürece de yüzeyde kalır.

Şunu söylemek gerekir ki, Türkiye’de kadın devrimi uygulamada birkaç büyük kentten öteye gidememiş, derinlere işleyememiş, işlemek şöyle dursun, Atatürk’ün ölümünden sonra çok daha geriye gitmiştir. Çünkü Türkiye’de kadın sorunu gerçekte kadın sorunu değil, bir erkek zihniyet ve düşüncesi sorunudur. Kadını mal, mülk gibi görme sorunudur.

Türk toplumunda kadının konumunu ortaya koyan en önemli etken, sosyo-kültürel etkenlerdir. Kültürel anlamda kadının tarihsel süreci içerisinde geleneklerin ve dinin etkisiyle ikinci planda kaldığı görülmektedir. Cumhuriyet döneminde kadına sağladığı olanaklar ve bunlardan yararlananların sayısı arttığı halde, günümüzde kadına sağlanan eğitim, toplumda kadının durumunu geliştirip, üretime etkili bir biçimde katılmasını sağlayacak düzeyde değildir. Türkiye’de hala kadınların %22’si hiçbir eğitim almamıştır ve okur-yazar değildir. Yaygın eğitim ile sunulan olanakların pek çoğu da kadını geleneksel rollere itmiştir.

Kadın erkek eşitliğinin sağlanması için kadının eğitilmesi gerekliliği konusundaki bilinçlenme ve buna bağlı kazanımlar, özel olarak korunmaya muhtaç kadın gruplarına yönelik alternatif eğitim ve formasyon programlarındaki artışa rağmen, eğitim ve formasyon alanında güçlü bir siyasi iradenin var olmaması veya eksikliği, kaynak yetersizliği, alt yapı sorunları gibi nedenlerle hedeflere ulaşılması henüz başırlanamamıştır.¹²⁵

Ailelerin kız çocuklarına uygun gördükleri meslekler, kadınların sosyo-kültürel yaşamdaki konumlarını belirlemektedir. Kadınlar için en uygun görülen mesleklerin, yapılan araştırmalarda öğretmenlik, hemşirelik ve çeşitli kuruluşlarda memurluk gibi meslekler olduğu, bu alanda toplumun erkeğe ve kadına bakışları arasında büyük farklılıklar bulunduğu görülmüştür. Ancak son yıllarda kadınların, Türkiye’de seçkin mesleklerde oranları gittikçe yükselmektedir. Özellikle II.Dünya Savaşı’ndan sonra öncelikle hukuk ve tıp olmak üzere pek çok önemli meslek içinde yer alan kadınların oranı artmıştır.

¹²⁵ T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, **Kadın 2000: 21. Yüzyıl İçin Toplumsal Cinsiyet Eşitliği, Kalkınma ve Barış (Pekin 15)**, (Temmuz 2000, Ankara), s.7.

Sağlık alanında kadının durumu incelendiğinde bu sorunun tüm boyutları ile ve kadının hayatının tüm safhaları kapsamak üzere özel önem verilmesi gerektiğine ilişkin görüş, politika yapıcılar ve planlamacılar tarafından giderek daha çok kabul görmeye başlamıştır. Kadının yaşam süreci birçok ülkede artmış, aile planlaması ve korunma araçlarının kullanımı konusunda erkeğin sorumluluğunun da bulunduğunu kabul eden bakış açısı giderek daha çok taraftar toplamış, cinsel yolla bulaşan hastalıklar konusundaki bilinçlenme artmış olmasına rağmen, istenmeyen gebeliklerden kurtulma, kürtajın sağlıklı ve ulaşılabilir olmasını yasaklayan yasal düzenlemelerin ayıklanması, kadının farklı ihtiyaçlarına cevap verecek bir sağlık sisteminin oluşturulması, bazı zararlı gelenek ve göreneklerin ortadan kaldırılması (kadının sünneti ve benzeri uygulamalar) temel sorun alanları olarak kalmıştır.¹²⁶ Sağlığın kadının yaşamının tüm evrelerini kapsayacak şekilde geliştirilmesinin gerekliliği, cinsel sağlık ve üreme sağlığının sadece kadının sorumluluğu olduğunun düşünülmesinin önüne geçilmesi gibi konularda gerekli önlemlerin alınması, koruyucu sağlık hizmetinin ihmal edilmemesi ve bu kapsamda üreme haklarının tam olarak gerçekleştirilmesi, sağlıklı şartlarda kürtaj için gerekli önlemlerin alınması, kadın sağlığı için dikkat edilmesi gereken önemli unsurlardır.

Kadınların toplumsal yapı içinde maruz kaldıkları konular arasında şiddet de bulunmaktadır. Kadınlara ve kız çocuklarına karşı şiddet, ister kamusal alanda ister özel alanda gerçekleşsin, kadının insan hakları ihlali olarak kabul görmektedir. Kadınlara ve kız çocuklarına karşı şiddetin devlet tarafından veya herhangi bir resmi kurum ve kuruluşu tarafından uygulanması durumu da kadınların ve kız çocuklarının insan hakları ihlali olarak kabul görmektedir. Dolayısıyla, şiddet ister özel alanda ister kamusal alanda gerçekleşsin bunu ortaya kaldırmaya yönelik pek çok yasal ve idari önlem alınmaktadır. Şiddeti ortadan kaldırmak üzere çok disiplinli, kapsamlı programlarda geliştirilmiş bulunmaktadır. Tüm bunlara rağmen kadınlar ve kız çocukları şiddet kurbanı olmaya devam etmektedirler. Şiddet uygulayanlara yönelik rehabilite programlarının eksikliği ve şiddet konusunda veri eksikliği, sosyo-kültürel değerler nedeniyle aile içindeki her tür şiddetin görünmez halde kalmaya devam etmesi, kadının fiziksel, psikolojik, cinsel şiddete maruz bırakmaktadır. Evlilik içi tecavüz, kız

¹²⁶ Aym, s.8.

çocuklarının cinsel istismarı, başlık parasına bağlı ölümler, kız çocuklarının sünneti bu şiddet türü içinde sayılabilir.

Kadınların toplumsal yaşam içinde karşılaştıkları sorunlar arasında siyasal yaşama katılım haklarının engellenmesi de bulunmaktadır. Kadınların siyasal etkinliği toplumsal koşullara bağlı olarak biçimlenmektedir. Gelişmiş ülke toplumlarında kendi özgür iradesine bağlıyken, azgelişmiş ülke toplumlarında kadınların siyasal tercihlerini genellikle baba ya da kocanın istemleri belirlemektedir. Siyasal yaşama özgürce katılmaları eğitim düzeyine, çalışma yaşamında yer almalarına, evli olup olmamaya, gelir düzeyine, kentleşme derecesine bağlı olarak genişlemektedir. Dolayısıyla, siyasal bildirimlere açık olma ve ulaşabilme derecesiyle siyasal yaşama katılım doğru orantılı bir gelişim izlemektedir.

Kadınların siyasal yaşamdaki yeri, seçen ve seçilen olarak farklı özellikler göstermektedir. Geleneksel rol dağılımının da etkisiyle partinin aday göstermesinden seçim kampanyalarına kadar karşılaşılan güçlükler kadınlar üzerinde caydırıcı olmaktadır. Ne var ki, anayasal bir hak olmasına rağmen seçme yani oy kullanma haklarını kullanmakta da yeterince istekli oldukları söylenemez.

Seçimlere katılım oranlarına kadın/erkek olarak bakıldığında siyasal konjonktürün yükseldiği dönemler dışında kadın seçmenlerin daha az oy kullandıkları görülmektedir. Siyasetin kadınları ilgilendiren bir mücadele alanı olmadığı, erkek işi olduğu görüşü, okuma-yazma düzeyi, geleneksel etkenler nedeniyle siyasal gelişmelerden haberdar olmaları, siyasal partilerin kadın kitlelerini oy deposu olarak görmeleri kadınların seçmen olarak, siyasal yaşamda yer almasını olumsuz etkilemektedir.¹²⁷

Geleneksel rol ayrımı doğrultusunda kadının işlevinin “eş ve anne” olmakla sınırlanmış; dahası bu kanının kadınlarca da benimsenmiş olması, parti içi görev dağılımına kadar kadınların siyasal yaşamda yer almasını engellemektedir. Kadınlar, parti üyeliğini genellikle toplumsal statü unsuru olarak kullanmaktadırlar. Kadın üyelerin parti içi çalışma eğilimlerinin genellikle zayıf olduğu görülmektedir. Bunda, ev yaşamına egemen olan, erkek egemen düşünce tarzının parti yönetimlerinde de egemen olması birinci derecede etkili olmaktadır. Gerçekten de, kadın üyelere karar

¹²⁷ Necla Arat, **Kadın Gerçekleri**, (Say Yayınları, İstanbul, 1996), s.178.

mekanizmalarında yer tanınmamakta; partiye kaynak sağlamak ya da seçim kampanyalarında kadın seçmenlere ulaşabilmek amacıyla kullanılmaktadır.

Parti içi kademelerde yükselmeleri çok zor olduğu gibi; genel başkan, parti meclisi, il başkanlığı gibi karar mekanizmalarından çok, ikinci derecedeki görevlerle sınırlıdır. Kadınların seçilme şanslarını azaltan nedenlerden biri de kazanma olasılıklarının düşük olduğu bölgelerden aday gösterilmeleridir. Dolayısıyla, yöneticiler için kadın adaylar parti vitrini açısından önem taşımaktadır. Parlamenteoya seçilen kadınlar da erkek parlamenterlerin “sözcüsü” ya da “takipçisi” rolünü üstlenmekte ve bundan fazlaca şikayetçi gözükmemektedirler.¹²⁸

Diğer taraftan, kadınların parlamenteoya seçilmeleri daha fazla sayıda hükümette yer aldıklarını göstermemektedir. Aktif politika yerine, izleyici rolünü benimsedikleri gözlemlenmektedir. Parti komisyonlarında eğitim, sağlık, aile gibi görevlere aday olmalarına olanak tanınmakta; uzmanlık alanlarındaki başarıları elverse bile, ülke yönetimini doğrudan ilgilendiren ulusal savunma, içişleri, maliye ile ilgili komisyonlarda görev alamamaktadırlar.

Kadınlar aile ve toplumdaki egemenlik ilişkilerinde çoğunlukla ezilen taraftır. Hemen her toplumda olduğu gibi Türkiye’de de kadınlar erkeklerden daha az oranda işgücüne katılmaktadır. Buna neden olarak düşük eğitim düzeyleri ve ücretli iş olanaklarının azlığı gösterilmektedir. Gerçekten de eğitim düzeyi yükseldikçe üretime katılan ve özellikle ücretli iş bulan kadınların oranı artmaktadır.

İşgücü istatistikleri genellikle kadınların üretime katılma oranlarını sağlıklı bir biçimde ortaya koyamamaktadır. “Faal” ve “faal olmayan” nüfus kategorileri temelde erkeklerin uğraşlarının değerlendirilmesinde elverişli olabilir. Zira, bir işte çalışmadıkları zaman erkeklerin oldukça açık nedenleri bulunmaktadır. Yani faal olmayan erkek hastadır, yaşlıdır, irad sahibidir, hapistedir veya geçinebilecek paraya sahiptir. Oysa kadınların çoğunluğu “faal olamadıkları” zaman iş yapabilecek durumdadır ve irad sahibi değillerdir. Üstelik geçinebilmek için “ev kadını” olarak çeşitli uğraşlarda bulunmak zorundadırlar. Hatta bu işleri üretime katıldıkları zaman da sürdürmek zorundadırlar.¹²⁹

¹²⁸ Aynı, s.180.

¹²⁹ Şirin Tekeli, *Kadın Bakış Açısından 1980’ler Türkiye’sinde Kadın*, (İletişim Yayınları, İstanbul, 1990), s.118.

Söz konusu durum aile yaşantısında da kadın-erkek eşitliği konusunda sorunlar yaratmaktadır. Çalışan kadın ev ve çocuklarının sorumluluğu yanında iş sorumluluğunu da üstlenmiş durumdadır. Bu sorumluluklarını eşiyle paylaşamamaktadır. Kadından hala beklenen, geleneksel rollerini de aksatmadan yerine getirmesidir. Kırsal kesimde kadınların evleneceği kişiyi seçmesi, istediği kadar çocuk yapması konularında da henüz özgürlüğü yoktur. Çalışan kadın, iş yaşamında da engellerle karşılaşmaktadır. Kadınların öncelikle çocukları için çalışma saatleri sırasında ucuz ve güvenli bakım sağlaması sorunları vardır. Çocukların bakımından birinci derecede sorumlu görülen kadın, işine devam edebilmek için çocuğun bakımını ayarlamak zorundadır. Bu da kadınların iş yaşamındaki başarısını olumsuz olarak etkilemektedir.

Erkeklerle eşit sorumluluk taşıyan, ekonomik faaliyetlere genelde ücretsiz aile işçisi olarak katılan kadınların üretim faaliyetlerine daha fazla katılmaları, onların bilgi ve beceri düzeylerinin yükseltilmesiyle sağlanabilecektir. Ancak her şeyden önce kadını ev içi rollerle sınırlayan, ona eş ve anne rolü dışında olanak tanımayan, geleneksel düşüncenin değişmesi gerekmektedir.

Kadının aile aracılığı ile kimlik kazanması kapitalizmin yaygınlaşmasıyla daha da netleşmiştir. 1980'ler Türkiye'sinde olduğu gibi kadın, ailenin toplumsal statüsü ile ilgili ek sorumluluklar aldıkça ailenin temsilcisi sıfatını da erkeğin elinden almaya başlamış görünmektedir. Aileye yönelik, özellikle çocuklara yönelik hükümet politikaları bile kadını, ailenin temsilcisi olarak almaya başlamıştır. Buradaki çelişki, ailenin gerçek hakimiyetinin yasalarla erkeğe verilmiş olmasıdır. Erkek aileye sahip çıkmadığı zaman soy belirsizliği nedeni ile çocuklar bir yurttaş olma haklarına kavuşamazlar; nüfus kağıdı alamazlar, okula gidemezler, işe giremezler hatta yasal olarak evlenemezler. Kadının aile içlerinde giderek daha fazla sorumluluk alması bir anlamda erkeğin yetki delegasyonu ile olmaktadır.

Ailede ve toplumda cinsiyet eksenini çerçevesindeki egemenlik ilişkileri o kadar derindir ki, kadınların uğraşlarında ve statülerinde gözlenen değişimler yalnızca bu çerçeve içinde söz konusudur. Kadınlar toplumsal statülerini, ailenin toplumsal statüsü ile özdeşleştirdiklerinden, aile üyelerinin her birinin statü yükselmesi ya da düşmesi onların sosyal hareketlilik içinde oldukları sanını vermektedir. Dolayısıyla uğraşlarını ailenin ve özellikle de erkek üyelerinin statüsünü artırmaya yöneltirler. Bu aldatmaca

yüzünden üretime düşük statülerde katılmalarından, emeklerinin değerini alamamalarından büyük ölçüde şikayetçi olmazlar, haklarını birlikte aramazlar.¹³⁰

Ancak değişen toplumsal yaşam içinde günümüz Türkiye'sinde erkek egemenliği yavaş yavaş yıkılmaya başlamaktadır. Kadın, artık kendine hazırlanan dar kalıplara sığmayan, bilinçlenen ve tüm kapıları aralayan olamaya başlamıştır.

Kadın bildikçe aydınlanıyor, aydınlandıkça değişiyor, değiştikçe yürekleniyor ve yeni arayışlar içine giriyor. Belirtilen değişimlere ek olarak bir yandan insan hakları, demokrasi ve eşitlik açısından gerçekleşen gelişmeler, öte yandan ailedeki rolüyle sınırlanmak istenmeyen kadınların savaşımlarıyla, toplumun her anlamda “kadın nerede?” sorusu sorulmaktadır.

Kadın, her şeyden önce insan olduğunun bilinmesini istiyor. Bir hedefe ulaşmanın şartı istenmektedir. Ve kadın, artık istenmeye başlamıştır. Çağdaş kadın, geçmişin o sinmiş, suskun, başı öne eğik kadın değildir. Tam tersine özgürlüğüne bulmuş, ilerlemeye bakan; korkusuz, hırslı, giderek bilinçlenen, düşündüğünü söylemekten çekinmeyen, hepsinden önemlisi de istenmesini bilen bir kadındır.¹³¹

Hemen her alanda gördüğümüz “değişim”; bilginin artışı, toplumda amacının, ortaya çıkışı, reformlar, dışsal etkiler, bireylerin bilinçli istek ve kararları, değişen koşullardan etkilenen bireysel eylem gibi faktörler yaratmaktadır.

Tüm bu değişim ve kadının kendini aramasındaki canlanmaya rağmen, Türkiye’de çok değişik kadın gerçekleri yer almaktadır. Ve kadının temelde rolü ve konumunun cinsiyet ayrımına göre belirlendiği de bir gerçektir.

Kadının kendi konumunu fark edişinde ve kendinde değişim istemesinin en önemli faktörü ise kuşkusuz kitle iletişim araçlarıdır. Çünkü medya, kişi ve toplum üzerinde etkilidir ve değişim yaratan, en azından hızlandırandır.

Bu bağlamda kadının, kitle iletişim araçlarında yer alış biçimlerini incelemek, bu konunun daha iyi anlaşılmasını kolaylaştıracaktır.

¹³⁰ Aynı, s.142.

¹³¹ Hikmet Saim, **Kadın Kendini Arıyor**, (Venüs Yayınları, İstanbul, 1991), s.9.

2. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDA KADININ YER ALIŞ BIÇIMI

Kadınlar, kitle iletişim araçları tarafından egemen ideolojilerinin yönlendirdiği, var olan toplumsal cinsiyetçi işbölümünü devam ettiren ve yeniden üretime neden olan iletilerle karşı karşıya bırakılırlar. Böylelikle kitle iletişim araçlarıyla yaygınlaşan popüler kültür ürünleri, var olan anlayış ve değerlerin, yani toplumsal cinsiyetçi işbölümünün devam etmesinden çıkarı olanlarla, tersine bu tür değerlerin değişimini bilinçli olarak amaçlayanlar ve böylesi bir değişimden yararlanacak olanlar, yani kadınlar arasında, bir pazarlık alanı oluşturacaktır. Diğer yandan var olan toplumsal cinsiyetçi işbölümünün değişimi için, kadın bakış açısından hareketle, geliştirilecek politikalar yönündeki mücadelede de popüler kültür ürünlerinden yararlanılabilecektir.

Günümüzde kitle iletişim araçları da, toplumsal cinsiyet rollerinin üretim sürecinde yer alan kurumlar haline gelmişlerdir. Kitle iletişim araçlarında kadın ve erkeğin toplumsal cinsiyetlerinin nasıl temsil edildiğine yönelik araştırmalar, bu nedenle önemlidir.

Türkiye’de kadınlar, kitle iletişim araçlarının oluşturduğu medyada Batı’daki örneklerinden farklı anlatım biçimleriyle ifade edilememektedir. Tersine gerek radyo ve televizyon programları, gerekse kadın-erkek dergileri haber ve magazin basını açısından kadın imajlarını kurma biçimleri, Batı egemenliğindeki evrensel medya kodlarına uygundur. Türkiye’de kadın, kitle iletişim araçlarında baskın olarak, erkek egemen bakış açısıyla yer almaktadır.

2.1. Gazetelerde Kadın

Gazetelerde kadınlar, geçmişe göre artan boyutlarda; haberlerde, reklamlarda, fotoğraf ve köşe yazılarında daha çok yer almaktadır. Ama burada önemli olan, kadının ne kadar yer aldığı değil, sunuş biçimi ve içeriğidir. Bugün her ne kadar bir kadın basını oluşmaya başlamışsa da daha çok magazin haber basını şeklinde varlığını göstermektedir. Basında kadın, hala ekonomik ve sosyal bir tüketim aracı olarak görülmektedir. Kimi gazetelerce daha çok satmanın yolu olarak pornoya varan çıplak kadın fotoğrafları yayınlamak benimsenmektedir. Sonuçta ortaya merkezi erkek,

kenarları basına malzeme olan kadın, okuyucu kadın ve basında çalışan kadından oluşan bir üçgen çıkmaktadır.

Bazı gazetelerde kadının çağdaş dünyada yer alması gereken yer, bilinçli habercilik ve konuyla ilgili fotoğraflar aracılığıyla oluşturulmaya çalışılıyor olsa da yetersiz kalmaktadır.

1995 yılında 71 ülkede¹³² ve 2000 yılında ise 80 ülkede¹³³ televizyon, radyo ve gazete haberlerinde kadının konumunu belirleyen iki araştırma yapılmış, Türkiye’de bu ülkeler arasında yer almıştır. Türkiye’deki bölümü Ayseli Usluata’nın koordinatörlüğünde yürütülen araştırma sonucunda haberi sunan, haber peşinde koşan çok sayıda kadın gazeteci olmasına karşın, haber kaynağı olarak başvuru alan kişiler arasında kadınların çok sınırlı bir biçimde yer aldığı ve kadınları ilgilendiren haberlerin %11 oranında kaldığı gözlenmiştir. Yine araştırma sonuçlarına göre tüm dünyada kadın gazetecilerin sayıları, hemen hemen erkeklerle eş durumdadır. Kendilerine danışılan, kendileriyle konuşulan, görüşlerine başvuru alan, alıntı yapılan kişilerin %85’i erkek, %15’i kadındır. Bu sonuç güçlü ve etkili konumdaki, üst düzeydeki kişilerin büyük çoğunluğunu erkeklerin oluşturduğunu göstermektedir. Türk basınında kadının yer alış biçimi, toplumda yer alış biçiminden farklı değildir. Son 50 yıldır kadın, daha önce erkeğin dünyası olarak bilinen bir alan olan çalışma yaşamında kendine bir yer edinme çabasıdadır. Her çalışma alanında olduğu gibi, gazetecilik alanında da bu çaba sürmektedir.¹³⁴

2.2. Televizyonda Kadın

Tüm dünya ülkelerinde olduğu gibi, ülkemiz özelinde de en yaygın iletişim aracı olan televizyon; aynı zamanda üzerinde en fazla spekülasyon yapılan medya konumundadır. Bunun temel nedenleri arasında televizyon izlemenin günümüz insanının günlük yaşamının bir parçası haline gelmesi, görsel-işitsel yönüyle diğer kitle iletişim araçlarından daha kolay takip edilebilir oluşu ve buna bağlı olarak da toplum üzerinde etkili bir araç olarak düşünülmesi sayılabilir.

¹³² Ayseli Usluata, *Cumhuriyet Dergi*, (Sayı:495, 17 Eylül 1995), s.2.

¹³³ Ayseli Usluata, *Cumhuriyet Dergi*, (Sayı: 738, 14 Mayıs 2000), s. 10.

¹³⁴ Aynı, s. 11.

Böylece günümüzde, toplum üzerinde en çok etkisi olan ve en yaygın olarak kullanılan kitle iletişim aracı televizyon olmuştur. Televizyon, yapısı gereği, birçok program türünü içermekte ve kadınların televizyonda sunumu da bu nedenle program türlerine göre farklılık göstermektedir. Ancak; diziler, haber programları, kadına yönelik programlar, magazin programları, yarışmalar, reklamlar incelendiğinde yine de ağırlıklı olarak televizyon programlarında erkek egemen söylemin hakim olduğu, programlarda kadınların geleneksel rolleriyle ya da cinsel kimlikleriyle yansıtıldıkları görülmektedir.

Televizyonun aile içindeki kullanımı, kadınlar açısından ilginç sonuçlar ortaya koymaktadır. Bu, evin tanımının kadın ve erkek için aldığı farklı anlamlardan kaynaklanmaktadır. Kitle iletişim araçları kadınlar tarafından serbest zaman ya da boş zaman etkinliklerinin araçları olarak değil, gündelik hayatlarının ayrılmaz bir parçası olarak konumlandırılmaktadır. Ev, çalışan erkek için boş zamanın merkezi, işten arta kalan zaman içinde vakit geçirilecek, rahatlayıp, eğlenilecek bir alan anlamını taşımaktadır. Erkekler televizyon izleme etkinliklerinde planlı ve dikkatli bir izleme sergilerken, bu etkinlik rahatlatıcı bir işlev görmektedir. Dolayısıyla program tercihlerinde daha dikkatli ve emindirler.

Televizyon programlarının içeriklerinin incelenmesiyle yapılan araştırmaların bulguları, programlarda kadın ve erkek temsiliyetinin eşitsiz yapısını ortaya koymaktadır. Araştırma bulgularının ortaya koyduğu ilk konu kadın ve erkek karakterlerin programlarındaki sayısal oranıdır. Buna göre kadın karakterler erkek karakterlere oranla daha az sayıda temsil edilmektedir. Bu karakterler arasında erkekler programların ona karakterlerini oluştururken, kadınlar yardımcı rollerde yer almaktadır. Kadın ve erkek karakterlerin yaşları açısından da farklılık vardır. Erkek karakterler için yaş bir ölçü olarak ele alınmazken, kadın karakterler için yaşlı olmak istenmeyen bir durumdur. Kadının kişisel karizması ve çekiciliği genç ve güzel olmakla tanımlanırken, erkek için mesleki başarı, para ve entelektüel kapasite karizmanın merkezini oluşturmaktadır.¹³⁵

¹³⁵ Nilüfer Timisi, **Medyada Cinsiyetçilik**, (T.C. Başbakanlık Kadınının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara, 1996), s.27.

Televizyonda yayınlanan program türlerinden biri olan dizilerde de yine toplumsal cinsiyetle ilgili karakter tanımlamalarının, kadın ve erkeğe yüklenen rollerin, gerçek yaşamda kabul gören tanımlamalarla aynı olduğu görülmektedir. Dizilerdeki karakterler, kadın ve erkeğin toplumsal rollerini ve onlardan beklenen uygun davranış kalıplarını destekler niteliktedir. Özellikle aile dizilerinde, orta ve alt orta sınıftan kadınlar ev yaşamlarında kadına yüklenen geleneksel sorumlulukları yerine getirmeye çalışır ve toplumsal cinsiyet rollerini sorgulamaksızın kabul ederler.

Sevilay Çelenk ve Nilüfer Timisi'nin Türkiye'de yayınlanan yerli diziler üzerinde yaptıkları araştırmada da belirttikleri gibi, dizilerde kadınlar, geleneksel rollerini genel olarak kabul etmiş olsalar da geleneksel roller dışında yer alan kadın karakterler de bulunmaktadır. Ancak toplumsal çevresine ve ailesine karşı ilgisiz kadınlar daha çok üst sınıfsal gruplara ait ve ev yaşamı ile bağları zayıf olan kadınlardır. Toplum cinsiyet rollerini ve kadının geleneksel konumunu sorgulayan kadınlar ise genellikle genç ve asi kadınlardır. Dizilerde kadının toplumsal statüsü, eğitim düzeyi ve mesleğinin niteliği gibi değişkenlerden çok, kişilik özellikleri, toplumsal çevre ve aile yapısı aracılığıyla oluşturulmaktadır. Dizilerde yer alan kadınların büyük çoğunluğu 18-30 yaş arası genç kadınlardan oluşmakta, kadınların eğitim düzeyleri, çalışma yaşamına ilişkin bilgiler ya da meslek tanımları açıkça belirtilmemekte ve detaylandırılmamaktadır.¹³⁶

Türk televizyon tarihinde kadınların temsil edilme biçimini devlet televizyonu ve özel televizyon dönemleri olarak ikiye ayırmak mümkündür. Televizyon yayınlarının devlet tekelinde olduğu 1992 yılına kadar olan dönem devletin Türk kadınına bakışıyla TRT'nin politikasının özdeşleştiği bir dönemdir.

TRT'de kadınlara yönelik olarak hazırlanan programların tarihi 1982 yılına rastlar. Aile ve Kadın programları adıyla anılan bu programların yayın amacı; kadın ve ailenin toplum içindeki yerini belirtmek, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmemizde ailenin ve kadının önemli görevleri olduğu inancını güçlendirmek, kadın hak ve görevleri bilincini yaygınlaştırmak, medeni haklar, toplum hayatı, eğitim, kültür ve sağlık konularındaki meselelerin çözümüne yardımcı olmaktır.

¹³⁶ Derleyen; Nur Betül Çelik, **Televizyon, Kadın ve Şiddet**, (Kiv Yayınları, Ankara, Temmuz 2000), s.37.

TRT Genel Yayın Planında yer alan bu tanımlama kadınları eğitmeyi hedef alırken, bunu kadınların bir özne olarak kendi yaşam koşullarını iyileştirmelerinin gerekliliğine olan inanca değil, toplumun eğitilmiş kadına duyduğu ihtiyaca dayandırmaktadır. Bu amacı gerçekleştirmek üzere kadın eğitime yer veren programların amacı dikkate alındığında kadının tek başına değil, toplum adına ve toplumun çizdiği sınırlar içinde bir değer kazandığı görülmektedir.

Kadın; anne, eş ve iyi bir yurttaş olarak ele alınmakta, nasıl olması gerektiği belirlenmekte, eğer ev işlerinden zamanı artarsa kendisini geliştirebileceği beceriler öğretilmektedir.¹³⁷

Türkiye’de 1992 yılından itibaren, TRT tekelinin kalkması ve özel kanalların çoğalmasına paralel olarak artan program türleri içerisinde sohbet programları, tartışma programları, yarışma programları, reality showlar ve pembe diziler ilk sıralarda yer almaktadır. Televizyon kanallarında yayınlanan birbirinin benzeri bu programlarda kadınlar, yine ağırlıklı olarak cinsel kimlikleriyle yer almakta ve seyirlik nesneler olarak sunulmaktadırlar. Bazı programlarda kadınların konuk edildiği, doğrudan kadınlarla ilgili konuları kapsayan tartışmalara yer verilmektedir. Ancak bu tür programlar çok azınlıkta kalmaktadır.

Kadınların kamusal televizyon kanallarında yer alışı; ülkemizde medyaya yüklenen yukarıdan aşağıya toplumu modernleştirme misyonuna ve kuruma has sınırlamalara uygun olarak gerçekleşmektedir. Örneğin geleneksel kadından farklı bir biçimde örtünen tesettürlü kadın kimliğine konuk/uzman/sunucu vb. olarak ticari kanallara oranla çok daha az yer verilmektedir. Ancak çeşitli dallarda kariyer sahibi kadınlar; özel televizyonlara oranla popülist yaklaşımı daha düşük olan kamusal kanalların program akışında daha yoğun bir biçimde yer bulabilmektedir.

Alternatif medyanın genel yayın politikalarıyla kadının konumlandırılışını ilişkilendirerek, değerlendirmek gerekirse bu kanalda kadına yönelik cinsel istismarın minimal düzeyde seyrettiği söylenebilir. Ancak cinselliğe dar sınırlar içinde yer verilmesi de özellikle kadınlara yönelik cinsel bir sınırlama ortaya çıkartmaktadır.

¹³⁷ Timisi, **Ön. ver.**, s. 31.

137 Timisi, **Ön. ver.**, s. 31.

Ayrıca toplumun alt tabakalarında yoğunlaşan ve gerçek çoğunluğu oluşturan kadın figürleri; yaygın medyada olduğu gibi, kurguya dayalı veya gerçek yaşamdan kesitler içeren program formatlarında, toplumsal hayatta olduğundan daha az temsil edilmektedir.¹³⁸ Kadın bu kanallarda da eğitilmiş, bilinçli, gelenekle bağını koparmamış; fakat modernizmin onadığı aktif bir kimlikle yer almaktadır. Kamusal alandan kadını dışlayan bir bakış açısından uzak durulmaktadır.

2.3. Dergilerde Kadın

Kadınların kamusal alanda yer almasıyla birlikte, kadınlara yönelik tüketim ürünleri de gelişmiş, kadın dergileri hem onları bilinçlendirmek, hem de tüketime yönlendirme açısından önemli yayınlar olarak görülmeye başlanmıştır. Gıda, yemek tarifleri, temizlik, ev araç ve gereçleri gibi birçok ürünün tüketimi kadınlar tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle de reklamcılar açısından kadın dergileri önemli bir yer almaktadır. Öyle ki ülkemizde kadınlara yönelik yayınların büyük bir kısmı, özellikle kadın dergileri, kadınları bilinçlendirme ve onların sorunlarına çözüm bulma yerine, onları daha çok tüketime yönlendirme işlevi görmektedir. Yayınlanan kadın dergilerinin çoğu, onların sorunlarına değinmemektedir. Bu alanda yayınlanan dergiler, yelpazelerini geniş tutarak, genç kızlara yönelik, çalışan kadınlara yönelik, annelere yönelik, moda, sağlık, ev dekorasyonu, pratik bilgiler gibi alanlarda hedef kitlelerine ulaşmaya başlamışlardır.

Kadın yazarların, kadınlara ilişkin yayın yapan gazete ve dergilerin yayın hayatında varlık göstermeleri kadın gazeteci, yorumcu, makale yazarı, eleştirmenlerin yetişmesine ve basın hayatına girmesine yardımcı olmuştur. Hatta bu gazete ve dergilerde bazı kadın yazarların başyazar kimliğinde görev aldıkları da görülmüştür.

¹³⁸ Zeynep Karahan Uslu, *Televizyon ve Kadın*, (Alfa Yayınları, İstanbul, Ocak 20009, s.85.

Kadınlara ilişkin yayın yapan gazete ve dergiler de basın hayatında kendini topluma kabul ettirmiş, aynı zamanda yazar ve yönetici niteliği olan kadın gazetecilerin en önemlileri arsasında ünlü tarihçi Ahmet Cevdet Paşa'nın kızları Emine Semiye Hanım ve Fatma Aliye Hanım, Halide Salih (Halide Edip Adivar), Nigar Bint Osman (Nigar Hanım), Selma Servet Seyfi gibi isimler sayılabilir. Ayrıca Ahmet Rasim "Ahmet Rasime ve Leyla Feride", Celal Sahir de "Julide Sahir, Jülide" takma adları ve imzaları ile yazılar yazmışlardır. Zamanın kadınlara yönelik basınında Hanımlara Mahsus Gazete, Mehasin Mecmuası, Süs, İnci Mecmuası, Hanım Mecmuası, Kadın Mecmuası, Hanılar Alemi Mecmuası, Kadınlık Duygusu Mecmuası, Mürüvvet Mecmuası, Demet Mecmuası, Bilgi Yurdu Işığı (Bilgi Yurdu Mecmuası), Seyyak Mecmuası gibi yayınlar dikkati çekmektedir.¹³⁹

Kadınlara yönelik gazete ve dergilerin çıkarılmak istenmesi, kadınlar arasında memnuniyet ve teşvik yaratmıştır. Kadınların gazete ve dergi okuyucusu olarak gündeme gelmeleri, önceleri kısmen daha sonra ise tümüyle kadınlara yönelik bir basının oluşmasını ve gelişmesini sağlamıştır. Kadınlar için çıkarılan ve onlara ilişkin sorunlara özgü yayınlar yapan, kadınların yazdığı mektup, makale, yorumlar ve görüşleri yayınlayan gazete ve dergiler şunlardır: Terakki Muhadarat (ilk kadın dergisi), Vakit, Mürebb-i Mukadderat, Aile, İnsaniyet, Hanımlar, Mürüvvet, Hanımlara Mahsus Gazete, Mehasin, Kadın Alem-i Nisvan, Kadınlık.¹⁴⁰

Cumhuriyetin ilk dönemlerinde yayınlanan ilk kadın dergisi 1923 yılında yayınlanan ve kadınlara yönelik, fotoğraflı bir dergi olan Süs dergisidir. Dergide; güzellik, moda ve mizah konularına yer verilmesine karşın, dergi daha çok yazınsal bir nitelik taşımaktadır. Daha sonra 1923 yılında Ev Hocası ve Çalığı, 1924 yılında Yıldız ve Firuze, 1925 yılında Kadın Yolu adlı dergiler yayımlanmaya başlamıştır. Daha sonra ise Asar-ı Nisvan, Murrahhis, Kadın Yazıları, Yani Kitap, Aile Dostu, El Emekleri, Salon, Moda Albümü, Model Dergisi, Ev İşi Dergisi, Okul Kızı, Ana, El İşleri adlı dergiler yayımlanmıştır. 1940 yılında yayımlanmaya başlayan, Kadınlar Alemi Dergisi'nden sonra ise 1950-1970 yılları arasında da kadınlara yönelik dergiler yayımlanmıştır. Bu süre içinde çıkan dergiler ise şunlardır: Sesimiz, Kadın Ev Dergisi, Kadın Güzelliği, Kadın Dünyası, Yelpaze, Cennet, Aile, Türk Kadını, Günün Kadını ve

¹³⁹ Nebahat Akgün Çomak, *İletişim Fakültesi Dergisi*, (Türk Basınında Kadın, İstanbul, 2000), s. 124.

¹⁴⁰ Aynı, s. 125.

Sevgilim. 1970 sonrasında ise Altın Eller, Hayatım, Güzel, Çağımızda Kadın, Sizin İçin, Kadınların Sesi, Kadın Dayanışması, Dişi Kuş gibi kadın dergileri yayımlanmıştır. 1980’li ve 1990’lı yıllarda da ülkemizde kadınlara yönelik pek çok kadın dergisi yayın hayatına başlamıştır. Bu dergilerin birçoğunun konusu, kendinden önce yayımlanan dergilerde olduğu gibi moda, güzellik, sağlık, çocuk bakımı, ev işi, el işi, yemek, evlilik gibi kadınları geleneksel rolleriyle tanımlayan konulardır. Ancak günümüzde kadın hakları, kadına yönelik şiddet, cinsel taciz, sosyo-kültürel etkinlikler, kadınların bilinçlenmesi, çalışan kadınların sorunlarına değinen az sayıda da olsa kadına yönelik dergile yayımlanmaktadır. Bu da, Türkiye’deki kadın hareketinin gelişmesinde ve yaygınlaşmasında dergilerin önemli bir yere sahip olduğunun göstergesi olarak sunulabilir.¹⁴¹

2.4. Sinemada Kadın

Türk sinemasının kadını ele alan ilk filmi, Sedat Simavi’nin çektiği “Pençe”dir. Bu film aynı zamanda Türk sinemasının ilk konulu filmidir. Pençe’nin konusu, evlilik ve evlilik dışı aşkın çatışmasıdır. Evliliğin bir pençe gibi insanı sıktığını savunan ve evlilik dışı aşktan yana olan filmin erkek kahramanları Pertev ve Vasfi Bey’lerin başından geçen kötü olaylara yer verilerek, evliliğin kutsallığı anlatılmaktadır. 1919’da Ahmet Fehim’in çektiği “Mürebbiye” filmi ise bir diğer kadın konulu filmidir. Bu filmde, çalıştığı konakta bütün erkekleri baştan çıkaran Fransız mürebbiyenin düştüğü kötü durum anlatılmaktadır. 1922’de çekilen Muhsin Ertuğrul’un “İstanbul’da Bir Facia-i Aşk” filminde ise güzelliği ve cinselliği ile erkekleri peşinden sürükleyen ve bir dostu tarafından öldürülen gerçekten yaşamış bir kadın konu edilmektedir.¹⁴²

Cumhuriyet’in ilanından sonra çekilen “Ateşten Gömlek” filmine kadar, Türk filmlerindeki kadın rollerini hep yabancı ya da azınlıktan olan oyuncular canlandırmışlardır. Halide Edip Adıvar’ın romanından, Muhsin Ertuğrul’un çektiği

¹⁴¹ Emine Demiray, **Toplumsal Yaşamda Kadın**, (Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Yayınları, Yayın No: 740, Eskişehir, Aralık 2002), s. 141.

¹⁴² Şükran Esen, **80’ler Türküye’sinde Sinema**, (ETAM A.Ş. Baskı Tesisleri, Mayıs 1996), s. 8.

Halit Refiğ'in "Haremde Dört Kadın", Metin Erksan'ın "Susuz Yaz", "Suçlular Aramızda ve "Sevişmek Zamanı" gösterilebilir.¹⁴⁷

1970'lere gelindiğinde birbirine karşıt iki akım gelişmiştir. Birincisi, toplumsal konulara değinen filmler, ikincisi de seks filmleridir. Televizyon ile izleyici kitlesinin düşmesi ile film yapımcıları hedef kitleyi değiştirmişler, ailelere ve kadın izleyiciye yönelik film konularını bırakıp, eğitim düzeyi düşük erkek izleyiciye yönelmişlerdir. Bu filmlerde konu kadın bedenidir. Öncelikle, erkeğin haz almasına yönelik ve sadece bedenleri olan, kişisiz, hoş birer nesne olarak ele alınmışlardır. Toplumsal içerikli filmlerde ise filmlerin kadına bakış açısı gerçekçidir. Lütfü Akad'ın "Gelin", "Diyet", Ömer Kavur'un "Yatık Emine", Yılmaz Güney'in "Arkadaş", Süreyya Duru'nun "Bedrana", "kara Çarşafli Gelin", Türkan Şoray'ın "Dönüş", Atıf Yılmaz'ın "Selvi Boylum Al Yazmalım", Ali Özgentürk'ün "Hazal", Zeki Ökten'in "Sürü" filmleri kadına gerçekçi bakışla yaklaşan filmlere örnek olarak gösterilebilir.¹⁴⁸

1980'li yılların başlarında çekilen film sayısı azalmış, seks filmleri yerlerini arabesk ve şarkıcı filmlerine bırakırken, toplum sorunlarını işleyen filmler de birey sorunlarına yönelmişlerdir. Özellikle kadının birey olabilme sorunlarını, evlilikte erkekten beklediklerini ve toplumun kadına bakışına değinen filmlerin sayısı artmıştır. Kadın artık insandır. İyi özellikleri de, kötü özellikleri de bulunur, düşünür, baş kaldırır, cinsel istek duyar, iş yaşamında başarılı olmaya çalışır; ama iyi anne olma çabasından vazgeçemez. Arabesk filmlerde ise geleneksel Yeşilçam bakış açısı sürmekte, kadın tipleri, melek kadınlar ve kötü uçtaki şeytan kadınlar olarak yer almaktadır. 1980'li yıllardaki gibi özellikle yoğun kadın filmleri 1990'lı yıllarda yapılmamış; ama filmlerdeki kadın karakterler, toplumda varolan gerçek kadın kimlikleriyle filmlerde yer almışlardır.¹⁴⁹

¹⁴⁷ Aynı, s. 17.

¹⁴⁸ Demiray, **Ön. Ver.**, s. 138.

¹⁴⁹ Esen, **Ön. ver.**, s. 23.

3. KADIN GAZETECİLER

Kadın gazetecilerin tarihine bakıldığında birkaç istisna dışında kadınların basın yayın sektörüne girmeleri ve gazeteci kimliğiyle çalışmaya başlamaları tüm dünyada olduğu gibi bizde de gazeteci bir kocanın eşi ya da kızı olmakla gerçekleşmiştir. Eşler öldükten sonra da kadınlar bu alanda faaliyet göstermeye devam etmişlerdir. Ancak kadınların gazeteci olarak bir kimlik edinmeleri Avrupa ve Amerika’da 19. yy sonları ve 20. yy başlarına, bizde ise Cumhuriyetin ilanı sonrasına denk düşer. Gazeteciliği meslek edinmiş ilk kadınlar ise Sabiha Sertel, Adviye Fenik, Suat Devres, Neriman Hikmet’tir.¹⁵⁰

Kadınların gazeteci olarak anılmalarına kadar geçen süre içinde yazan ve çizen kadınların bu çabaları eğitimli kadınların bir hobisi olarak düşünülmüştür. 19. yy roman yazarlığı ve tüketimi üzerine yapılan araştırmalar kadın yazarların bir yazar olarak karşı karşıya kaldıkları çeşitli toplumsal baskılanmalara dikkat çekmiştir. Eğitimde demokratikleşme ve okur-yazarlık oranının kadınlar arasında da artışı ile birlikte bu dönemlerde kadınlar bir gazeteci ya da yazar olarak değil, ancak “romantik edebiyatın okuru” olarak değerlendirilmiştir.¹⁵¹

3.1. Gazetelerde Çalışan Kadınların Konumu

Bütün medya kurumları eşit işe eşit ücret ilkesine sadık görünmekle birlikte, kadın çalışanların medya sektöründeki tarihi ancak küçük oranda kadın çalışanın eşit işe eşit ücret politikasıyla istihdam edildiğini ortaya koymuştur. Bu, bütünüyle medya endüstrisindeki dikey ve yatay ayrımcılıktan kaynaklanan bir durumdur. Kadınların çalışma alanları erkeklerin daha az yer aldığı alt kademeleri oluştururken, karar verme noktalarına kadınların yükselmeleri de erkek çalışanlara oranla hem daha zor hem de daha geç olmaktadır. Kadın emeğinin daha az sorumluluk gerektiren işlerde kullanılıyor olması aynı zamanda kadınların yaptıkları işlerin saygınlığında da derecelendirilmeye

¹⁵⁰ Oya Tokgöz, **Türkiye’de Kitle İletişim Araçlarında Çalışan Olarak Kadının Konumu: Kadın Yönetici Olgusu**, (A.Ü. Basın Yayın Yüksek Okulu Yılığ, 1986-1987), s.266.

¹⁵¹ Gaye Tuchman, Kaplan A.D., **Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media**, Oxford University Press, 8New York, 1978), s. 7.

gidilmesine neden olmuştur. Daha az bilgi ve yetenek gerektiren, daha az sorumluluk isteyen işlerin ücreti de doğal olarak daha az olmuştur. Kuzey Amerika ve Avrupa ülkelerine dayanılarak yapılan araştırmada üst düzey kadrolar dışında örneğin ABD’de kadınların aldıkları ücret erkek çalışanlardan düşüktür. Aynı ülkede kongre muhabirlerinin ortalama ücreti erkeklerin % 58’i kadardır. Günlük Kanada gazetelerinde her mesleki kategoride kadınların ücretleri en alt sıralarda yer almaktadır. Araştırmalar Fillandiya, Norveç, İsveç ve İngiltere’de kadınların zararına olarak eşit işe eşit ücret verilmediğini ortaya çıkartmıştır.¹⁵²

Türkiye’de gazeteciliği durumunu ortaya koymak için yapılan 1992 yılı verilerine göre Türkiye’de gazetecilerin %16’sının kadın olduğunu göstermiştir. Yani o dönemde basın kartı sahibi olan 5820 gazeteciden toplam 4882’si erkek, 928’i kadındır. Ancak bu sayı yıllar içinde giderek artmıştır. Bu araştırma 1992 yılında gazetelerde çalışan basın kartı sahibi gazetecilerin %37’sinin kadın olduğunu göstermiştir. Kadınların yoğunlukta olduğu bir diğer kurum da TRT’dir. Burada çalışanların %30.8’i kadındır. Ancak 1990’lı yıllara kadar TRT kurumunda yönetim kademelerinde bulunan kadın çalışan oranı %0.5’tir. Bu oran bütün basın yayın kurumları için düşünülebilir. Çünkü kadın gazetecilerin muhabirlik gibi alt görevlerde çalışmasının bir yönetici görevde çalışmasından daha kolay olduğu gazeteci kadınlar tarafından dile getirilmektedir.¹⁵³

Kadın çalışanların durumunu araştıran bir diğer araştırma verileri de şöyledir: Türk basın sektöründe satış rakamları açısından ilk dört olarak adlandırılan Hürriyet, Milliyet, Cumhuriyet ve Sabah gazetelerinin üst düzey yönetim kademelerinde koordinatör, genel müdür ve yardımcıları, yazı işleri müdürlüğü ve temsilcilikler düzeyinde yer alan kadınların sayısal oranı ise oldukça düşüktür. Buna göre Hürriyet gazetesinde yalnızca reklam müdürlüğü’nde kadın yöneticiler yer almaktadır.

¹⁵² G. Bohere, **Gazetecilik Mesleği**, Çeviren: Nurhan Süral, (Uluslararası Çalışma Örgütü, Ankara, 1986), s. 112.

¹⁵³ Abdülrezzak Altun, **Türkiye’de Gazetecilik ve Gazeteciler**, (ÇGD Yayınları, Ankara, 1995), s. 141.

Üç reklam üst düzey yöneticisinden üçü de kadındır. Yazı işleri müdürlüğünde altı üyeden biri kadındır. Dizi, araştırma yazılarının sorumlusu ve bilgi işlem sorumlusu kadındır. Milliyet gazetesinde üst düzey yönetimde yalnızca reklam müdürü kadındır. Cumhuriyet gazetesinde üst düzey yönetimde kadın yer almamakta; ancak yayın kurulunun on bir üyesinden birini kadın üye oluşturmaktadır. Sabah gazetesinde ise yönetim kademesinde yalnızca reklam koordinatörleri düzeyinde kadınlar temsil edilmektedir. Bu bölümdeki dört üyenin dördü de kadındır.¹⁵⁴

Kitle gazeteciliğinin gelişimiyle birlikte gazeteler kadın okur kitleyi de içine alabilecek bir yapılanmaya yönelmiştir. O güne kadar erkek okur kitleye yönelik olduğu varsayılan politika, ekonomi, uluslararası ilişkiler, spor haberleri dışında gazeteler moda, sağlık, ev ekonomisi, toplum haberlerine de ağırlıklı olarak yer vermeye başlarlar. Haber konusunun kapsamını genişleten bu gelişmeler aynı zamanda günümüzde de hemen hemen standart hale gelen, gazetelerin sayfa düzenlerini de biçimlendiren başlangıçtır. Erkek okur için düşünülen politika, ekonomi, uluslararası ilişkiler, spor vb. gibi konular ciddi haber (hard news) olarak değerlendirilip, gazetelerin ön sayfalarını kapsar. Magazinel ya da yumuşak haber olarak tanımlanan (soft news) toplum, kültür, sanat, sağlık, moda gibi haberler orta ve son sayfalarda ya da ekler halinde sunulmaktadır. Gazeteler kadın ve erkeklere yönelik olarak ciddi ve magazinel haber ayırımı yaparken, aynı zamanda kadın ve erkek gazetecilerin konumlarını da bu ikilik içinde belirlerler. Kadın ve erkek gazetecinin çalışma alanları bellidir. Gazetenin asıl malzemesi erkeklere yönelik haberler olarak düşünülürken, kadınlara yönelik haberler hem küçümsenir hem de bu haberleri hazırlamakla görevli kadın gazetecilerin konumları erkek gazetecilerden daha aşağı görülmektedir.¹⁵⁵

Kadın gazetecilerin iletişim sektörü içinde karşı karşıya kaldıkları birtakım sorunlar bulunmaktadır. Kadınların gece çalışmasındaki zorluk, örneğin polis-adliye muhabirliği gibi gazeteciliğin belirli alanlarından da uzun süre geri kalmasına neden olmuştur. Türkiye’de yapılan bir araştırma kadın gazetecilerin gece çalışması ve çalışma saatlerinin düzensizliği nedeniyle tedirgin olduklarını ortaya koymaktadır.

¹⁵⁴ Timisi, **Ön. ver.**, s. 21.

¹⁵⁵ Aynı, s. 15.

Bu tedirginliğin kaynağı ise sırasıyla toplumsal çevre ve aile olarak belirtilmektedir. Haber kaynaklarından tedirgin olanlar ise daha sonra gelmektedir. Türkiye’de kadın gazetecilerin toplumsal çevreden tedirginliğinin nedenlerinden bir diğeri ise toplumun kadın gazeteciye bakışında erkek gazetecilerden farklılık gösterdiğiidir. Araştırma bulgularına göre kadın gazeteciler toplumun kendilerini profesyonel bir gazeteci olmaktan ziyade bir kadın olarak gördüğünü belirtmektedirler.¹⁵⁶

Kadın gazetecilerin mesleği yaparken karşılaştıkları sorunlar bazı ülkelerin bu alanda düzenleme yapmalarına de neden olmuştur. Örneğin gece çalışması, Japonya’da uzun yıllar kadın gazetecilere yasaklanmıştır. Gece çalışacak olan kadın gazetecinin izin alması koşulu getirilmiştir. Bazı ülkelerde de gece çalışacak kadın gazetecilere eşlik edecek erkek gazeteci uygulaması yapılmıştır. Ancak ilk bakışta kadını korumaya yönelik olduğu düşünülen bu ve benzeri örnekler, kadın gazeteci için bir avantaj yaratmaktan çok dezavantaj olmuştur.¹⁵⁷ Kadının profesyonel bir çalışan olarak rekabet koşullarını elinden alan bu uygulama, aynı zamanda erkek egemen değerlerin yeniden üretilmesine de yardımcı olmuştur.

Sonuç olarak kitle iletişim araçlarında kadın gazetecilerin istihdamı diğer sektörlerden çok da farklı değildir. Yaşadığımız dönemde çalışma yaşamında ayrımcı politikaların tepkiyle karşılanmasına karşılık kadınların medyada bir egemenlik alanı oluşturmaları görülmez engellere takılmaktadır. Gazetecilik mesleğinin kendine özgü koşulları, çalışma saatlerinin belirsizliği ve çalışanlar arasındaki rekabetin diğer alanlardan daha gözle görülür düzeyde farklı olması kadınların bu alanda ilerlenmesinin önünde ciddi engeller oluşturmuştur ve oluşturmaya da devam etmektedir. Kadın gazetecilerin bu sektörde daha fazla yer almasının, iletişim araçlarının kadına yönelik bakışını değiştirip değiştirmeyeceği tartışılmakla birlikte, bu alanlarda kadınların yer alması, kadınların çalışma alanlarını genişletmesi anlamında önemlidir. Kadının varolduğu her alan ayrımcılığa karşı bir baskı unsuru yaratarak, ataerkil ideolojinin hakim olduğu bakış açısının değişmesine yardımcı olabilecektir.

¹⁵⁶ Ayşe Asker, *Türk Basınında Kadın Gazeteciler*, 8Gazeteciler Cemiyeti Yayınları: 34, İstanbul, 1991), s.87.

¹⁵⁷ Timisi, *Ön. ver.*, s. 23.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ULUSAL BASINDA DÜŞÜNCE YAZARI KADIN GAZETECİLER

“Ulusal Basında Düşünce Yazarı Kadın Gazeteciler”, konulu araştırma kapsamına 1-30 Kasım 2001 tarihleri arasında ulusal düzeyde yayım yapan, Akşam, Radikal, Hürriyet, Zaman ve Cumhuriyet gazeteleri dahil edilmiştir. Bu gazeteler; düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin dağılımı, kadın-erkek gazetecilerin ele aldıkları konuların dağılımı, kadın-erkek gazetecilerin yazılarının yer aldığı sayfaların dağılımı, kadın-erkek gazetecilerin düzenli yazı yazıp yazmamalarına göre dağılımı, kadın-erkek gazetecilerin yazdıkları köşelerin adları, kadın-erkek gazetecilere göre kadınla ilgili yazılan yazıların dağılımı ve kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının içeriklerine göre dağılımı konu başlıkları dahilinde içerik çözümlemesi¹⁵⁸ metoduyla incelenmiştir.

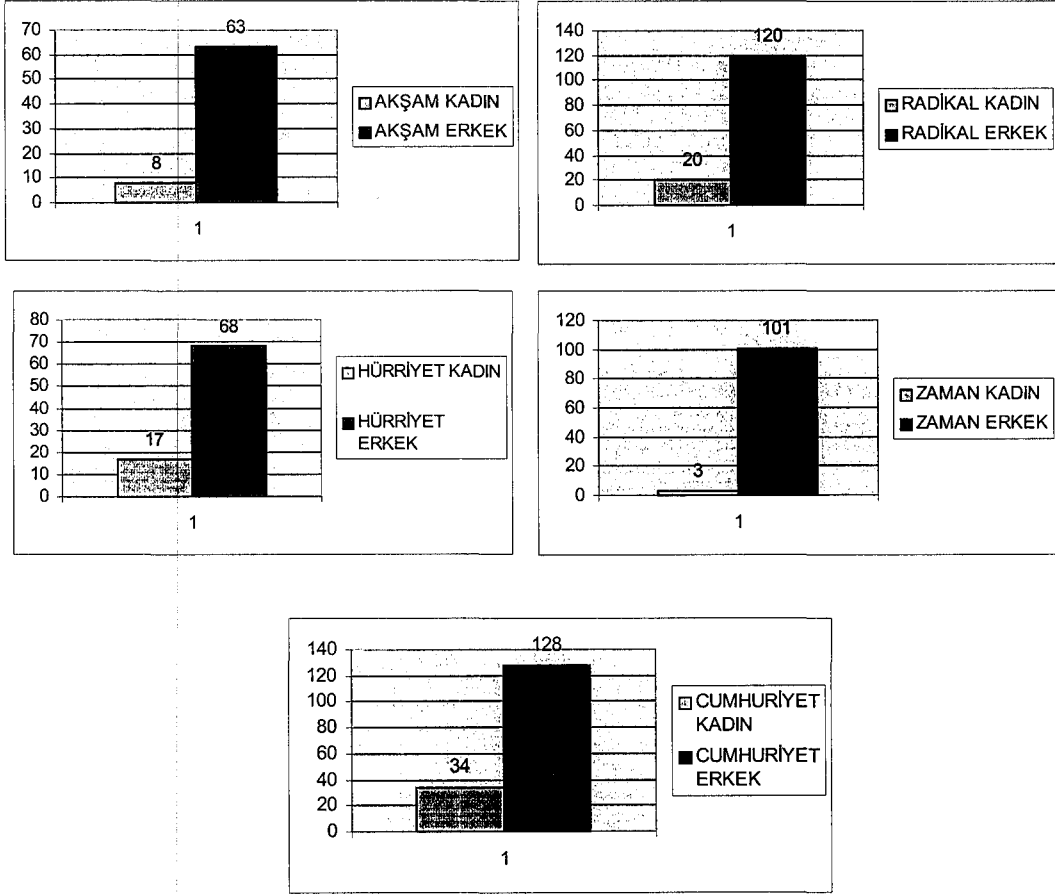
Araştırma, bir ay boyunca her gün düzenli olarak gazetelerin Anadolu Üniversitesi Kütüphanesi’nde tek tek incelenmesiyle yapılmıştır. Her bir düşünce yazısının içeriği okunup, bu yazılarda yorum yapıp yapılmadığına bakılmıştır. Çünkü amaç, düşünce yazısından hareketle gazetelerdeki kadın ve erkek düşünce yazarlarının durumunu tespit etmektir. Düşünce yazısı yorum içeren bir yazıdır. Bu doğrultuda da araştırmaya dahil edilen yazıların yorum içerip içermemesi oldukça önemlidir.

Araştırma sırasında ilk olarak kadın-erkek gazetecilerin gazetelere göre sayısal dağılımı araştırılmıştır. Araştırmaya dahil edilen gazetelerde yazan düşünce yazarı kadın ve erkek gazetecilerin birbirine olan oranı tespit edilmeye çalışılmıştır. İkinci olarak kadın-erkek düşünce yazarı gazetecilerin politika-siyaset, spor, ekonomi, güncel, sağlık ve magazin konu başlıklarından hangisinde daha çok yazı yazdıkları araştırılmıştır.

¹⁵⁸ “İçerik çözümlemesi, toplumda ya da toplumbilimsel araştırmalarda kullanılan bir gözlem tekniğidir. Günümüzde en yaygın olarak kitle iletişim araçlarının içerikleri, iletileri üzerinde kullanılmaktadır. İçerik çözümlemesi ile ilgili birçok tanımlama yapılmaktadır. Ancak bunlar içinde en bilinen ve kabul göreni Bernald Berolson’un tanımıdır. Berolson’un tanımı şöyledir: İçerik çözümlemesi, iletişimin açıklanan içeriğini yansız, dizgeli, sayısal tanımlarını veren bir araştırma tekniğidir. Bu tanıma göre önemli özellikler yansızlık ve dizgeli olmaktır.” Aysel Aziz, *Araştırma Yöntemleri ve İletişim*, (İLAD Yayınları, No: 3, Ankara, 1990), s. 105.

Bunlar yapıldıktan sonra gazetelerde çıkan düşünce yazılarının sayfalara göre dağılımlarının nasıl olduğu ele alınmıştır. Bir yazının gazete sayfasında sayfanın üst köşesinde, alt köşesinde, tam sayfada, yarım sayfada, sayfanın altında, iç sayfalarda vb. şekillerde sunulması, o yazıya ne kadar önem verildiğinin bir göstergesidir. Bunun için de her bir düşünce yazısının sayfalardaki konumları ayrı ayrı incelenmiştir. Hemen akabinde düşünce yazarı kadın-erkek gazetecilerin düzenli yazı yazıp yazmamalarına göre durumlarının nasıl olduğu tespit edilmiştir. Günlük, haftalık ya da arada bir mi yazmışlar, bu durum araştırılmıştır. Adı geçen gazetelerde yazan düşünce yazarı kadın-erkek gazetecilerin yazdıkları köşelere bir isim veri vermedikleri de araştırma sırasında incelenen bir diğer konu başlığını oluşturmuştur. Buna göre kaç kadın ve erkek düşünce yazarı yazdığı köşeye isim vermiştir, bu durum sayısal verilere dayandırılarak incelenmiştir. Sonrasında düşünce yazarı kadın-erkek gazetecilerin yazdıkları düşünce yazılarında kadınla ilgili yazı yazma durumları araştırılmıştır. Ve son olarak da düşünce yazarı kadın-erkek gazetecilerin kadınla ilgili yazdıkları yazıların içeriklerine göre dağılımı incelenmiştir. Buna göre düşünce yazarlarının kadını politika, eğitim, sağlık, magazin ve cinsellik konu başlıklarından hangisinde ele aldıkları sayısal verilerle tespit edilmiştir.

1. GAZETELERE GÖRE DÜŞÜNCE YAZILARINDA KADIN-ERKEK GAZETECİLERİN SAYISAL DAĞILIMI



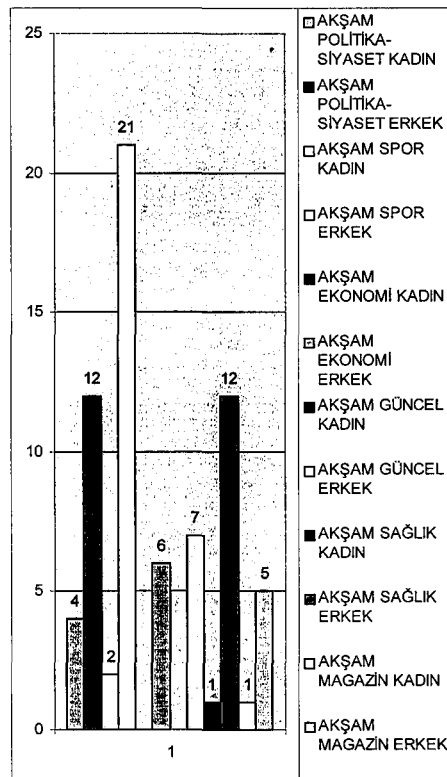
Tablo 1. Gazetelere göre düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin sayısal dağılımı.

Bu konu başlığında düşünce yazılarında kadın ve erkek gazetecilerin sayısal dağılımı incelenmiştir. Buna göre; Akşam Gazetesi'nde sekiz (8) kadın ve altmış üç (63) erkek gazeteci, Radikal Gazetesi'nde yirmi (20) kadın ve yüz yirmi (120) erkek gazeteci, Hürriyet Gazetesi'nde on yedi (17) kadın ve altmış sekiz (68) erkek gazeteci, Zaman Gazetesi'nde üç (3) kadın ve yüz bir (101) erkek gazeteci, Cumhuriyet Gazetesi'nde ise otuz dört (34) kadın ve yüz yirmi sekiz (128) erkek gazeteci düşünce yazarı olarak çalışmaktadır.

Bu sonuçlar göstermektedir ki, düşünce yazarı olarak çalışan kadın gazetecilerin sayısı incelenen gazetelerde oldukça az denebilecek bir sayıdadır. Burada dikkat çeken bir başka konu ise, fikir gazetesi olarak bilinen, çağdaş ve laik bir çizgide yer alan Cumhuriyet ve Radikal Gazeteleri'nde düşünce yazarı olarak çalışan kadın gazeteci sayısının diğer gazetelere oranla daha fazla, söz konusu gazetelerden farklı olarak daha çok islami çizgide yayın yapan Zaman Gazetesi'nde düşünce yazarı kadın gazeteci sayısının diğer gazetelerden az olmasıdır. Bunu gazetenin yayın politikasına bağlamak mümkün olabilir. Ancak diğer yandan gözardı edilmemesi gereken önemli bir nokta da günümüzde iletişimin her alanda etkili olmasına rağmen, kadın düşünce yazarlarının sayılarının hala az olmasıdır. Böylece her konuda çağdaşlaştığımız bir dönem de bile erkek egemen yapının izleri sürmektedir denilebilir.

2. GAZETELERE GÖRE DÜŞÜNCE YAZILARINDA KADIN-ERKEK GAZETECİLERİN ELE ALDIKLARI KONULARIN DAĞILIMI

Bu başlık altında, 1-30 Kasım 2001 tarihleri arasında yayımlanan Akşam, Radikal, Hürriyet, Zaman ve Cumhuriyet gazetelerinde düşünce yazarı olarak çalışan kadın ve erkek gazetecilerin politika-siyaset, spor, ekonomi, güncel, sağlık ve magazin gibi konu başlıklarındaki yazma oranları araştırılmıştır.



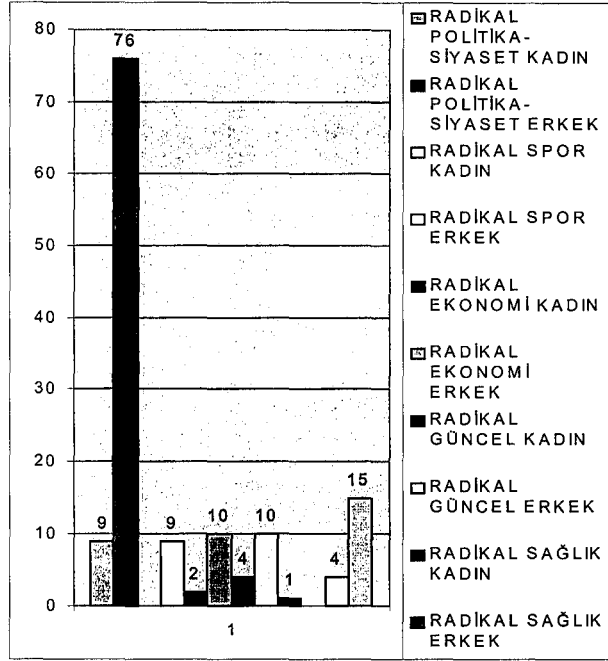
Tablo 2. Akşam Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin ele aldıkları konuların dağılımı.

Yapılan araştırmada Akşam Gazetesi'nde düşünce yazarı olarak yazı yazan dört (4) kadın gazetecinin politika-siyaset, iki (2) kadın gazetecinin spor, bir (1) kadın gazetecinin sağlık, bir (1) kadın gazetecinin de magazin konu başlığında yazı yazdığı görülmektedir. Buna göre bu gazetede kadın gazetecilerin genelde erkeklere özgü olarak bilinen ya da daha çok erkekler tarafından ele alınmasına alışık olunan iki konu

başlığında erkeklerle aynı kulvarda yer aldıkları görülmektedir. Bu konular politika- (siyaset) ve spor'dur. Türk toplumunda bu iki konu başlığında erkek gazetecilerin daha çok yazı yazdıkları açıktır. Bu anlamda Akşam Gazetesi'nde yazı yazan kadın gazetecilerin belli kalıpları kırdıkları sonucuna varılabilir. Ancak diğer yandan kadın gazetecilerin toplumu önemli ölçüde ilgilendiren ekonomi ve güncel konu başlıklarında hiç yazı yazmadıkları da görülmektedir. Bu da onlar adına bir eksiklik sayılabilir.

Sözü geçen gazetede düşünce yazarı olarak yazı yazan on iki (12) erkek gazetecinin politika-siyaset, yirmi bir (21) erkek gazetecinin spor, altı (6) erkek gazetecinin ekonomi, yedi (7) erkek gazetecinin güncel, on iki (12) erkek gazetecinin sağlık, beş (5) erkek gazetecinin de magazin konu başlıkları altında yazı yazdıkları görülmektedir.

Akşam Gazetesi'nde düşünce yazarı olarak yazı yazan erkek gazetecilerin çoğunluğunun spor başlığı altında yazı yazdıkları dikkat çekici bir özelliktir. Bu başlığı politika-siyaset ve sağlık takip etmektedir. Diğer konu başlıklarında yazı yazan erkek gazeteci sayısı hemen hemen eşit gibidir.

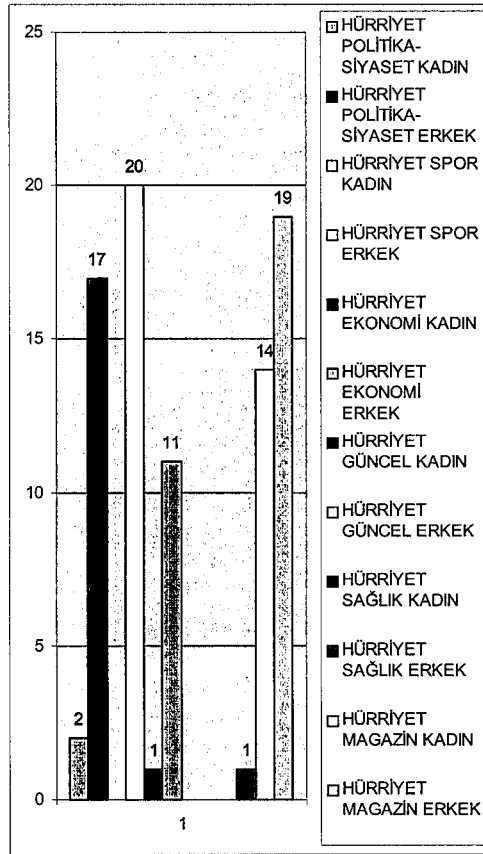


Tablo 3. Radikal Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin ele aldıkları konuların dağılımı.

Araştırma kapsamına dahil edilen Radikal Gazetesi'nde düşünce yazarı olarak yazı yazan kadın gazetecilerden dokuzunun (9) politika (siyaset), ikisinin (2) ekonomi, dördünün (4) güncel, birinin (1) sağlık, dördünün de (4) magazin konu başlıklarında yazı yazdıkları görülmektedir. Bu gazetede Akşam Gazetesi'nden farklı olarak, kadın gazeteciler spor konu başlığında hiç yazı yazmazken, ekonomi ve güncel konu başlıklarında görüş bildirmektedir. Bu da bir fikir gazetesi olan Radikal Gazetesi'nde kadın düşünce yazarlarının erkeklerle özgü olarak alışlagelmiş konularda da artık görüş bildirmeye başladıklarının bir göstergesi olarak düşünülebilir.

Adı geçen gazetede düşünce yazarı olarak yazı yazan yetmiş altı (76) erkek gazetecinin politika (siyaset), dokuz (9) erkek gazetecinin spor, on (10) erkek gazetecinin ekonomi, on (10) erkek gazetecinin güncel, on beş (15) erkek gazetecinin de magazin konu başlıkları altında yazı yazdıkları görülmektedir.

Radikal Gazetesi'nin bir fikir gazetesi olmasının en büyük kanıtı olarak politika (siyaset) konu başlığında yazı yazan erkek gazeteci sayısının çok fazla olması gösterilebilir. Zaten bu gazetede yazı yazan kadın gazetecilerin de neredeyse yarısı bu konu başlığı altında yazılarını kaleme almışlardır. Araştırma sonucunda belirtilen diğer konu başlığında yazı yazan erkek gazetecilerin sayılarının da birbirine eşit sayılabilecek şekilde dağıldığı ortaya çıkmıştır.



Tablo 4. Hürriyet Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin ele aldıkları konuların dağılımı.

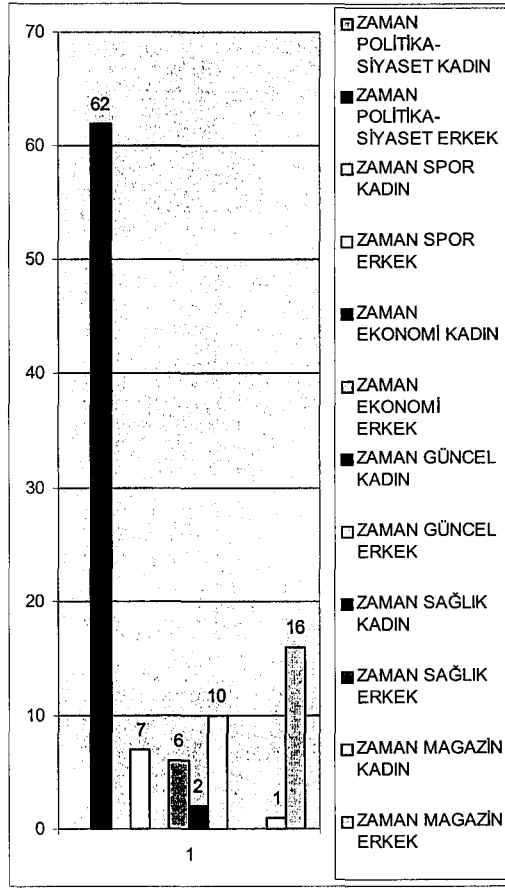
1-30 Kasım 2001 tarihleri arasında yayımlanan Hürriyet Gazetesi'nde kadın ve erkek gazetecilerin ele alınan konu başlıklarına göre dağılımı şu şekilde olmuştur:

İki (2) kadın gazeteci politika (siyaset), bir (1) kadın gazeteci ekonomi, on dört (14) kadın gazeteci de magazin konu başlığında yazı yazmışlardır. Bu duruma göre, popüler gazete olarak bilinen yani soft (yumuşak) düzeyde yayın yapan Hürriyet

Gazetesi'nde kadın gazetecilerin ağırlıklı olarak magazin alanında yazı yazmaları yadırganmayacak bir sonuçtur. İzlediği yayın politikası gereği diğer gazetelerden farklı olarak kadın gazeteciler bu gazetede sağlık, güncel, spor gibi konu başlıklarında yazı yazmazken, politika (siyaset) ve ekonomi başlıklarında da çok az yazı yazdıkları belirlenmiştir.

Söz konusu gazetede düşünce yazarı olarak yazı yazan on yedi (17) erkek gazetecinin politika (siyaset), yirmi (20) erkek gazetecinin spor, on bir (11) erkek gazetecinin ekonomi, bir (1) erkek gazetecinin sağlık, on dokuz (19) erkek gazetecinin de magazin konu başlıkları altında yazı yazdıkları görülmektedir.

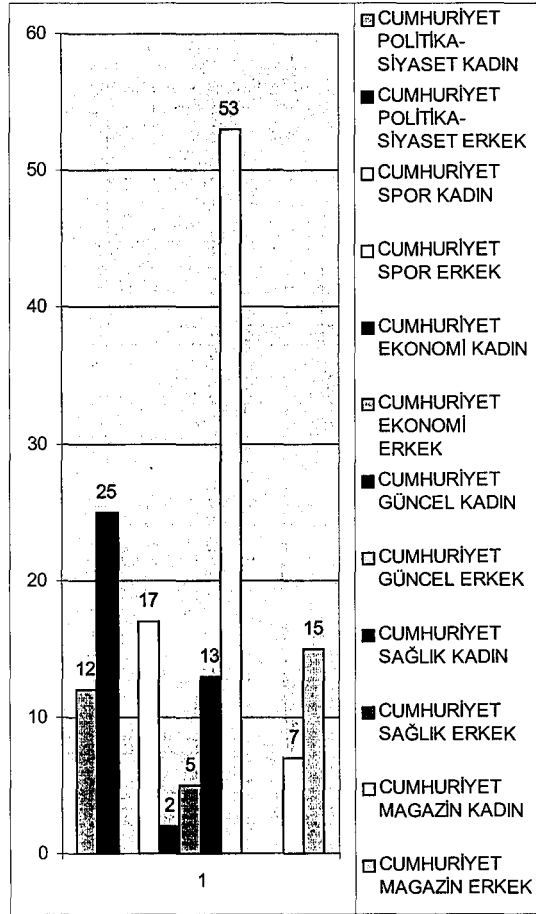
Bu duruma göre gazetede yazı yazan erkek gazetecilerin çoğunluğu spor alanında yazı yazarken, hemen bu konunun arkasından magazin ve politika (siyaset) konu başlıklarında yazı yazdıkları görülmektedir. Erkek gazeteciler bu gazetede güncel konu başlığı dışında tüm konu başlıklarında görüş bildirmişlerdir.



Tablo 5. Zaman Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin ele aldıkları konuların dağılımı.

Dini çizgide yayın yapan ve fikir gazetesi olarak bilinen Zaman Gazetesi'nde politika-siyaset, spor, ekonomi, sağlık konularında hiçbir kadın gazeteci görüş bildirmemiştir. İki (2) kadın gazeteci güncel konu başlığında yazarken, 1 (bir) kadın yazar da magazin konu başlığında görüş bildirmiştir. Zaten Zaman Gazetesi'nde diğer gazetelerde bulunan kadın gazeteci sayısından daha az sayıda kadın yazar bulunmaktadır. Bu da gazetenin izlediği yayın politikasına paralellik göstermektedir. Bu çerçevede kadınlar geri planda yer almaktadır. Daha çok erkekler görüş beyan etmektedir.

Zaman Gazetesi'ndeki düşünce yazarı olarak yazı yazan altmış iki (62) erkek gazetecinin politika-siyaset, yedi (7) erkek gazetecinin spor, altı (6) erkek gazetecinin ekonomi, on (10) erkek gazetecinin güncel, on altı (16) erkek gazetecinin de magazin konu başlıkları altında yazı yazmalarından hareketle, erkek gazetecilerin gazetede ezici bir çoğunluk oluşturduklarını ve hemen tüm konu başlıklarında görüş bildirdiklerini söylemek mümkündür. Kadın gazetecilerin bu gazetede olabildiğince pasif bir konumda oldukları görülmektedir.



Tablo 6. Cumhuriyet Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin ele aldıkları konuların dağılımı.

Genel çerçevede bakılırsa, araştırma kapsamına alınan tüm gazeteler içinde en fazla kadın gazeteci bulunduran gazete Cumhuriyet'tir. Bu da onun izlediği yayın

politikasına ve bir fikir gazetesi olmasına paralellik göstermektedir. Demokratik ve laik bir düşünceyle yayın yapan bu gazete, bünyesinde kadın gazetecilere diğer gazetelerden daha fazla yer vererek hem onlardan farklı olduğunu göstermiş, hem de herkesin düşüncelerine eşit şekilde ifade edebilmesine olanak sağlamıştır. Gazetede yazı yazan düşünce yazarı kadın gazetecilerden on ikisi (12) politika (siyaset), ikisi (2) ekonomi, on üçü (13) güncel, yedisi de (7) magazin konu başlıklarında görüşlerini kaleme almışlardır. Politika (siyaset) ve güncel konularında kadın gazetecilerin sayısı diğer gazetelerden olukça fazladır. Bu da kadınların erkeklere hasmış gibi gösterilen konularda da artık yetkin olmaya başladıklarının bir göstergesi olarak sunulabilir. Diğer taraftan özellikle sağlık ve sonrasında spor konularında kadın gazetecilerin yazı yazmamaları bir eksiklik olarak gösterilebilir.

Sözü edilen gazetede düşünce yazarı olarak yazı yazan yirmi beş (25) erkek gazetecinin politika-siyaset, on yedi (17) erkek gazetecinin spor, beş (5) erkek gazetecinin ekonomi, elli üç (53) erkek gazetecinin güncel, on beş (15) erkek gazetecinin de magazin konu başlıklarında yazı yazdıkları görülmektedir. Sağlık konu başlığında hiçbir erkek gazeteci yazı yazmamıştır. Erkek gazetecilerdeki oran da bu gazetenin bir fikir gazetesi olduğunu kanıtlar niteliktedir.

3. GAZETELERE GÖRE DÜŞÜNCE YAZILARINDA KADIN-ERKEK GAZETECİLERİN YAZILARININ YER ALDIĞI SAYFALARIN DAĞILIMI

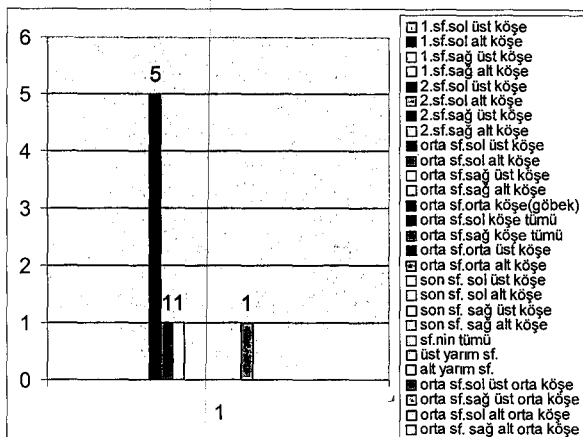
Gazetede yayımlanan bir yazının –ki bu ister haber olsun, ister düşünce yazısı olsun- yayımlandığı sayfa ve sayfadaki yeri gazetecilikte oldukça önemlidir. Örneğin bir yazının ilk sayfadan verilmesi, sayfanın alt köşesinde ya da üst köşesinde yer alması gibi. Bu durum, yazının önem derecesini etkiler. Bu doğrultuda araştırma kapsamında yer alan düşünce yazılarının sayfalardaki konumları ve yer aldığı sayfalar araştırılmıştır. Özellikle kadın ve erkek gazetecilere sayfalarda ayrılan yerlerde benzerlik ya da farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

Gazetelerdeki yazıların sayfalardaki konumlarını tespit etmek için belli başlıklar kullanılmıştır. Bunları şu şekilde ifade etmek mümkündür:

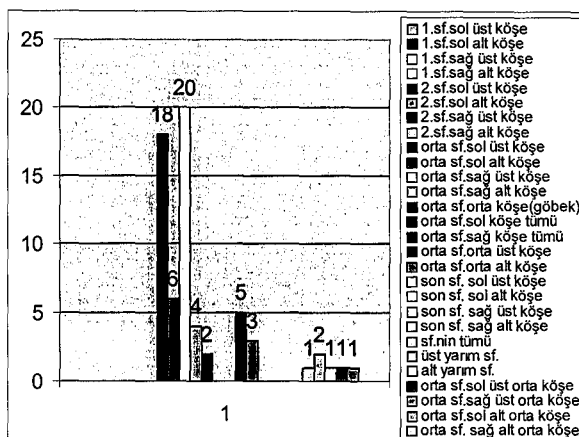
1. sayfa sol üst köşe, 1. sayfa sol alt köşe, 1. sayfa sağ üst köşe, 1. sayfa sağ alt köşe, 2. sayfa sol üst köşe, 2. sayfa sol alt köşe, 2. sayfa sağ üst köşe, 2. sayfa sağ alt köşe, orta sayfa sol üst köşe, orta sayfa sol alt köşe, orta sayfa sağ üst köşe, orta sayfa sağ alt köşe, orta sayfa orta göbek, orta sayfa sol köşe tümü, orta sayfa sağ köşe tümü, orta sayfa orta üst köşe, orta sayfa orta alt köşe, orta sayfa sol üst orta köşe, orta sayfa sol alt orta köşe, orta sayfa sağ üst orta köşe, orta sayfa sağ alt orta köşe, 2. sayfa sol köşe tümü, 2. sayfa sağ köşe tümü, son sayfa sol üst köşe, son sayfa sol alt köşe, son sayfa sağ üst köşe, son sayfa sağ alt köşe, sayfanın tümü, üst yarım sayfa, alt yarım sayfa.

Akşam Gazetesi:

Kadın



Erkek



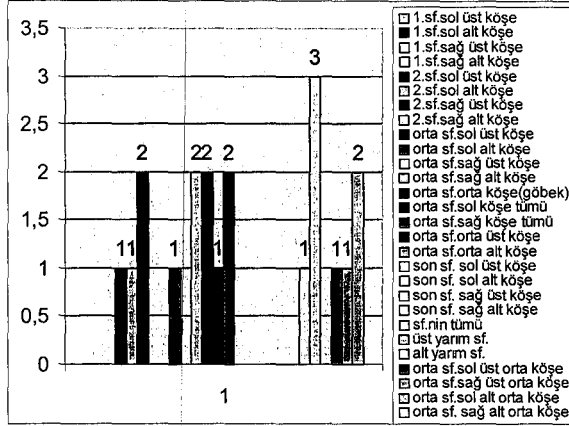
Tablo 7. Akşam Gazetesi’nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin yazılarının yer aldığı sayfaların dağılımı.

Akşam Gazetesi'nde yazı yazan sekiz kadın gazeteciden beşi (5) gazetenin orta sayfasının sol üst köşesinde, biri (1) orta sayfanın sol alt köşesinde, biri (1) orta sayfanın sağ üst köşesinde, bir (1) de orta sayfanın orta alt köşesinde yazılarını yazmışlardır. Görüldüğü üzere bu gazete yazan kadın gazetecilerin hepsi orta sayfalarda yazılarına yer bulabilmişlerdir. Ancak çoğunluğunun sayfanın sol üst köşede yazıyor olması önemli bir noktadır. Daha önce de belirtildiği gibi bir yazının üst köşelerden verilmesi, yazı için önemli bir veridir.

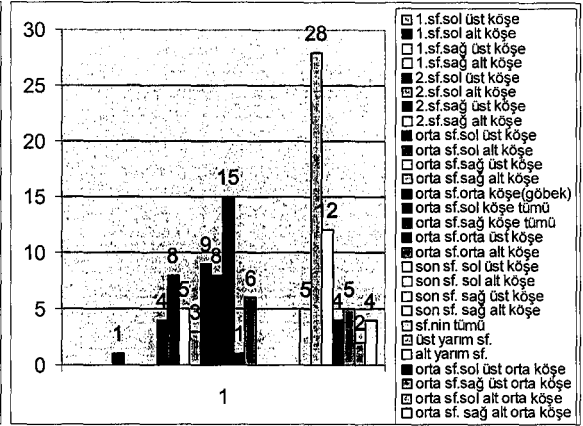
Aynı gazetede yazan erkek gazetecilerin hemen hepsi de yazılarına orta sayfalarda yer bulabilmişlerdir. Çünkü bu bölümde incelemeye alınan erkek gazetecilerden yirmisi (20) orta sayfa sağ üst köşede, on sekizi (18) orta sayfa üst köşede, altısı (6) orta sayfa sol alt köşede, beşi (5) orta sayfa orta üst köşede, dördü (4) orta sayfa sağ alt köşede, üçü (3) orta sayfa orta alt köşede, ikisi (2) orta sayfa orta göbekte, ikisi (2) üst yarım sayfada, biri (1) alt yarım sayfada, biri (1) sayfanın tümünde, biri (1) orta sayfanın sol üst orta köşesinde ve biri (1) de orta sayfanın üst orta köşesinde yazılarını yazmışlardır. Orta sayfada yazmak bakımından kadın ve erkek gazetecilerin bu konu başlığı altında birbirleriyle eşit haklara sahip oldukları görülüyor gibi olsa da erkek gazetecilerden bazıları kadın gazetecilerden farklı olarak sayfanın tümünde ve üst yarım sayfada yazı yazmışlardır.

Radikal Gazetesi:

Kadın:



Erkek:



Tablo 8. Radikal Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin yazılarının yer aldığı sayfaların dağılımı.

Radikal Gazetesi'nde yazı yazan kadın gazetecilerin durumu Akşam Gazetesi'ne göre daha iyidir. Bu gazetede yazan kadın gazetecilerin de çoğu orta sayfada kendilerine yer bulabilmişlerdir. Ancak bunların dışında sayfanın tümünde, üst yarım sayfada ve orta göbekte yazılarına yer bulan kadın gazeteciler de vardır. Bu da oldukça önemli bir noktadır. Cumhuriyet Gazetesi'nden sonra bünyesinde kadın gazeteci bulunduran ikinci gazete olan Radikal Gazetesi'nde kadınların iyi yerlerden yazılarını yazmaları yadırganmaması gereken bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

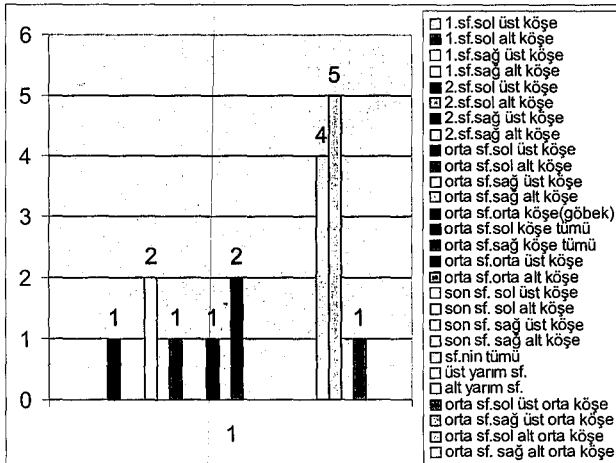
Bu gazetede tüm sayfaların geneline bakıldığında, düşünce yazarı olarak çalışan yirmi (20) kadın gazeteciden üçü (3) üst yarım sayfadan, ikisi (2) 2. sayfa sağ üst köşeden, ikisi (2) orta sayfa sağ alt köşeden, ikisi (2) orta sayfa orta göbekten, ikisi (2) orta sayfa sağ köşenin tümünden, ikisi (2) orta sayfanın sol alt orta köşesinden, biri (1) 2. sayfa sol üst köşeden, biri (1) 2. sayfa sol alt köşeden, biri (1) orta sayfa sol alt köşeden, biri (1) orta sayfa sol köşe tümünden, biri (1) orta sayfa sol üst orta köşeden, biri (1) orta sayfa sağ üst orta köşeden ve biri de (1) sayfanın tümünden yazılarına yer bulabilmiştir.

Adı geçen gazetede yazan erkek gazetecilerin yazılarının yayımlandığı sayfaların konumları ise şu şekildedir:

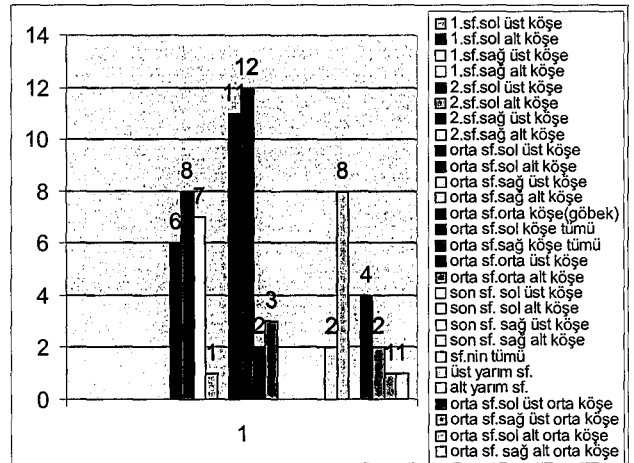
Gazetenin tüm sayfaları baz olarak alındığında yirmi sekizi (28) üst yarım sayfada, on beşi (15) orta sayfanın sağ köşesinin tümünde, on ikisi (12) alt yarım sayfada, dokuzu (9) orta sayfa orta göbekte, sekizi (8) orta sayfa sol alt köşede, sekizi (8) orta sayfa sol köşe tümünde, altısı (6) orta sayfa orta alt köşede, beşi (5) orta sayfa sağ üst köşede, beşi (5) sayfanın tümünde, beşi (5) orta sayfa sağ üst orta köşede, dördü (4) orta sayfa sol üst orta köşede, dördü (4) orta sayfa sağ alt orta köşede, dördü (4) orta sayfa sol üst köşede, üçü (3) orta sayfa orta üst köşede, ikisi (2) orta sayfa sol alt orta köşede, biri (1) 2. sayfa sol üst köşede, biri de (1) orta sayfanın orta üst köşesinde yazılarını yazmışlardır.

Hürriyet Gazetesi:

Kadın



Erkek



Tablo 9. Hürriyet Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin yazılarının yer aldığı sayfaların dağılımı.

Daha çok magazin içerikli ve söylemi daha yumuşak olan bu gazetede yazan kadın gazetecilerin gazetenin sayfalarında aldıkları yerlere göre durumlarını değerlendirmek gerekirse, oldukça iyi köşelerden okurlarına seslendiklerini söylemek mümkündür. Çünkü bu gazetenin tüm sayfalarına bakıldığında, gazetede yazan beş (5)

kadın gazeteci üst yarım sayfada, dördü (4) sayfanın tümünde, ikisi (2) 2. sayfa sağ alt köşede, ikisi (2) orta sayfa sağ köşenin tümünde, biri (1) 2. sayfa sol üst köşede, biri (1) orta sayfa sol alt köşede, biri (1) orta sayfa göbekte, biri (1) de orta sayfa sol üst orta köşede yazılarını kaleme almışlardır.

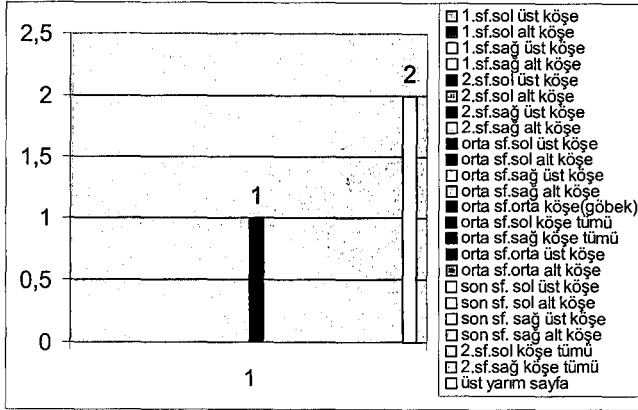
Bu gazetede yazıların sayfalara göre dağılımında kadın ve erkek gazetecilerin birbirlerine benzer yerlerde yazılarına yer bulduklarını söylemek mümkündür. Araştırma sonuçları incelendiğinde bu sonuca ulaşıldığı görülebilir.

Erkek gazetecilerin on ikisi (12) orta sayfanın sağ köşesinin tümünde, on biri (11) orta sayfanın sol köşesinin tümünde, sekizi (8) üst yarım sayfada, sekizi (8) orta sayfanın sol alt köşesinde, yedisi (7) orta sayfanın sağ üst köşesinde, altısı (6) orta sayfanın sağ alt köşesinde, dördü (4) orta sayfanın sol üst orta köşesinde, üçün (3) orta sayfanın orta alt köşesinde, ikisi (2) orta sayfanın orta üst köşesinde, ikisi (2) orta sayfanın sağ üst orta köşesinde, ikisi (2) sayfanın tümünde, biri (1) orta sayfanın sol alt orta köşesinde ve biri de (1) orta sayfanın sağ alt orta köşesinde yazılarını yazmaktadırlar.

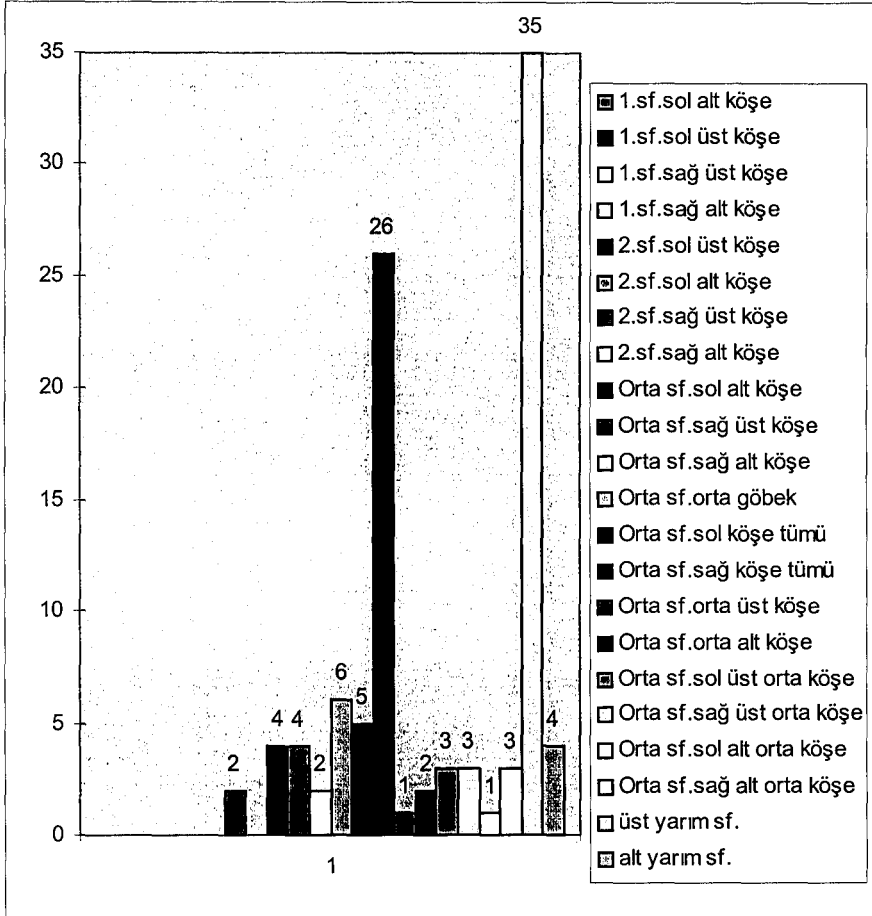
Görüldüğü üzere her ne kadar sayı olarak birbirine eşit olmasa da kadın ve erkek gazetecilerin yazılarını yazdıkların sayfaların konumları bakımından birbirlerine benzedikleri görülmektedir. Bu da kadın gazeteciler adına olumlu bir değer taşımaktadır. Diğer gazetelerle özellikle de karşılaştırdığımızda bu önemli bir unsur olarak değerlendirilebilir.

Zaman Gazetesi:

Kadın:



Erkek:



Tablo 10. Zaman Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin yazılarının yer aldığı sayfaların dağılımı.

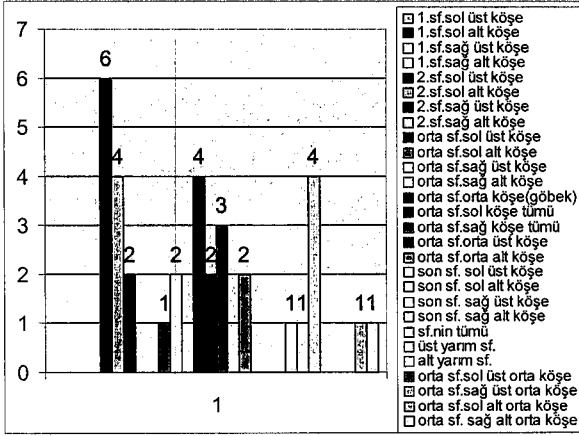
Bu gazetede yazan kadın gazeteci sayısı daha önce de belirtildiği üzere oldukça azdır. Ancak gazetede yazan üç (3) kadın gazetecinin yazılarını yazdıkları sayfaların konumu iyi yerdedir. Çünkü bu kadın gazetecilerden ikisi (2) tüm sayfaların genelinde üst yarım sayfada, biri de (1) orta göbekte yazılarını yazmışlardır. Bu durumda gazetenin bünyesinde az kadın gazeteci çalıştırmasını bir eksiklik olarak değerlendirilmiş olsak da kadın gazetecilere ayrılan sayfaların konumunu olumlu bir tutum olarak değerlendirmek mümkündür.

Aynı gazetede (aynı şekilde tüm sayfaların geneline bakıldığında) yazan erkek gazetecilerden otuz beşi (35) üst yarım sayfada, yirmi altısı (26) orta sayfa sağ köşe tümünde, altısı (6) orta sayfa orta göbekte, beşi (5) orta sayfa sol köşe tümünde, dördü (4) alt yarım sayfada, dördü (4) orta sayfa sol alt köşede, dördü (4) orta sayfa sağ üst köşede, üçü (3) orta sayfa sol üst orta köşede, üçü (3) orta sayfa sağ alt orta köşede, üçü (3) orta sayfa sağ üst orta köşede, ikisi (2) 2. sayfa sağ üst köşede, ikisi (2) orta sayfa sağ alt köşede, ikisi (2) orta sayfa orta alt köşede, biri (1) orta sayfa sol alt orta köşede, biri de (1) orta sayfa orta üst köşede yazılarını yazmışlardır.

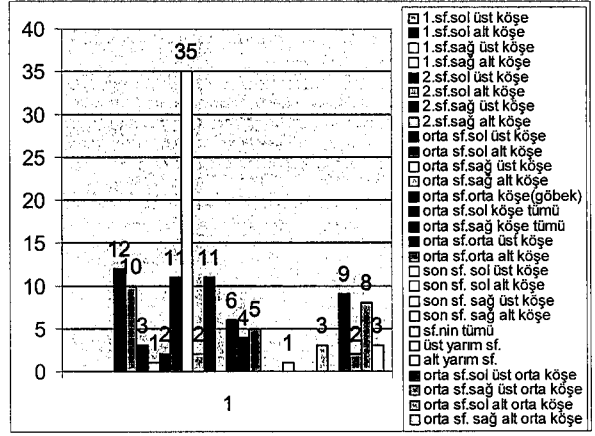
Bu gazetede dikkat çeken bir nokta vardır ki, o da gazetede yazan erkek gazetecilerin çoğunluğunun da üst yarım sayfada yazılarını kaleme almalarıdır. Bu durum kadın gazetecilerin gazetede yerlerinin önemli olduğu sonucunu ortaya çıkartmaktadır.

Cumhuriyet Gazetesi:

Kadın



Erkek



Tablo 11. Cumhuriyet Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin yazılarının yer aldığı sayfaların dağılımı.

Daha önce de belirtildiği gibi bir fikir gazetesi olan ve bünyesinde en fazla kadın gazeteci bulunduran Cumhuriyet Gazetesi'ndeki kadın gazetecilerin yazdıkları yazıların sayfalara göre dağılımı, Hürriyet Gazetesi'ndeki kadın gazetecilerin yazılarının sayfalara göre dağılımına benzemektedir. Bu durum önemli bir noktaya dikkat çekmektedir. O da sözü geçen gazetenin yayın politikası gereği kadın gazetecilere hak ettikleri değeri vermesidir.

Bu gazetede yazan kadın gazetecilerden altısı (6) 2. sayfanın sol üst köşesinde, dördü (4) 2. sayfanın sol alt köşesinde, dördü (4) orta sayfanın orta göbeğinde, dördü (4) üst yarım sayfada, üçü (3) orta sayfa sağ köşe tümünde, ikisi (2) 2. sayfa sağ üst köşede, ikisi (2) orta sayfa sağ üst köşede, ikisi (2) orta sayfa sol köşenin tümünde, ikisi (2) orta sayfa orta alt köşede, biri (1) orta sayfa sol alt köşede, biri (1) orta sayfa sol alt orta köşede, biri (1) orta sayfa sağ alt orta köşede, biri (1) son sayfa sağ alt köşede, biri de (1) sayfanın tümünde yazılarını yazmışlardır.

Söz konusu gazetede yazan erkek gazetecilerin yazdıkları yazıların sayfalara göre dağılımları ise şu şekildedir:

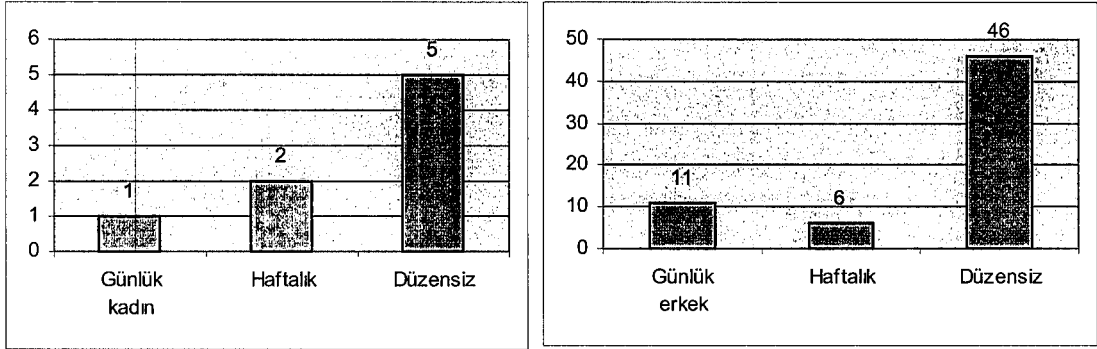
Otuz beşi (35) orta sayfa sağ üst köşede, on ikisi (12) 2. sayfa sol üst köşede, on biri (11) orta sayfa sol alt köşede, on biri (11) orta sayfa orta göbekte, onu (10) 2. Sayfa sol alt köşede, dokuzu (9) orta sayfa sol üst orta köşede, sekizi (8) orta sayfa sol

alt orta köşede, altısı (6) orta sayfa sağ köşe tümünde, beşi (5) orta sayfa orta alt köşede, dördü (4) orta sayfa orta üst köşede üçü (3) üst yarım sayfada, üçü (3) orta sayfa sağ alt orta köşede, üçü (3) 2. sayfa sağ üst köşede, ikisi (2) orta sayfa sağ üst orta köşede, ikisi (2) orta sayfa sol üst köşede, ikisi (2) orta sayfa sağ alt köşede, biri (1) son sayfa sağ üst köşede, biri de (1) 2. sayfa sağ alt köşede yazılarını yazmışlardır.

4. GAZETELERE GÖRE DÜŞÜNCE YAZILARINDA KADIN-ERKEK GAZETECİLERİN DÜZENLİ YAZI YAZIP YAZMAMALARINA GÖRE DAĞILIMI

Bu konu başlığı altında araştırılmak istenen nokta, gazetelerde yazan kadın ve erkek gazetecilerin yazma sıklığını belirlemektir. Bunun için de böyle bir konu başlığı uygun görülmüştür. Düzenli yazmaktan kasıt ise, günlük ya da haftalık periyodlar halinde yazılarını yazmalarınıdır. Bundan dolayı da bu başlık kendi içinde üç alt başlığa ayrılmıştır. Bunlar şunlardır: Günlük, haftalık, düzensiz yazanlar. Bu çerçevede aşağıda yer alan tablolar tüm gazetelerde, kadın ve erkek gazetecilerin yazma sıklıklarını gösterir şekilde hazırlanmıştır.

Akşam Gazetesi:

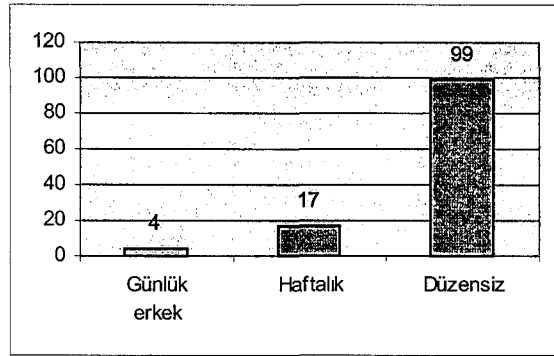
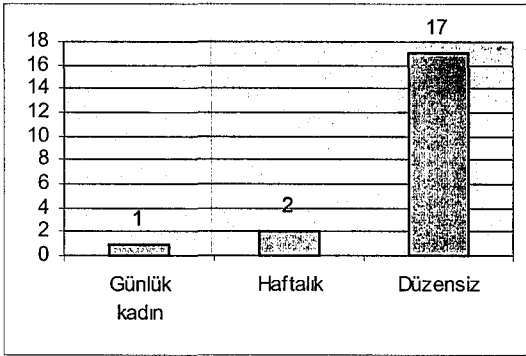


Tablo 12. Akşam Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin düzenli yazıp yazmamalarına göre dağılımı.

Akşam Gazetesi'nde yazan kadın gazetecilerin belli bir düzen çerçevesinde yazılarını yazdıklarını söylemek pek mümkün değildir. Çünkü araştırma sonucunda sadece üç (3) kadın gazetecinin yazılarını düzenli bir şekilde yazdıkları ortaya çıkmıştır. Bu gazetecilerden beşi (5) ise düzensiz şekilde yazmışlardır.

Erkek gazetecilerden on yedisi (17) düzenli yazarken, kırk altısı (46) düzensiz olarak yazılarını yazmışlardır.

Radikal Gazetesi:



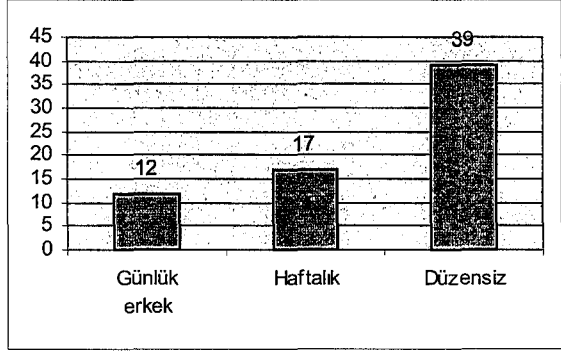
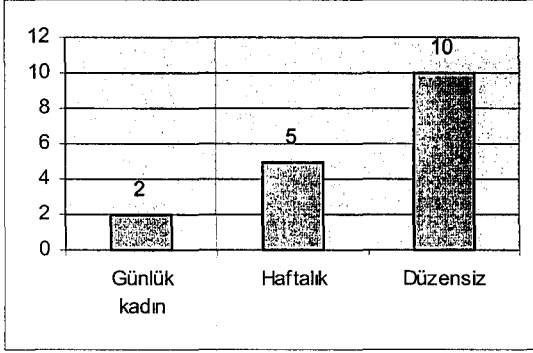
Tablo 13. Radikal Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin düzenli yazıp yazmamalarına göre dağılımı.

Radikal Gazetesi'nde yazan kadın gazetecilerin neredeyse hepsi düzensiz yazı yazmışlardır. Çünkü bu gazetecilerden sadece üçü (3) düzenli yazarken, on yedisi de (17) düzensiz yazı yazmışlardır.

Aynı gazetede yazan erkek gazetecilerin durumu ise şöyledir:

Yirmi biri (21) düzenli, doksan dokuzu (99) düzensiz yazı yazmıştır. Bu durumda, gazetede yazan tüm gazetecilerin düzensiz bir şekilde yazdıklarını söylemek mümkündür.

Hürriyet Gazetesi:

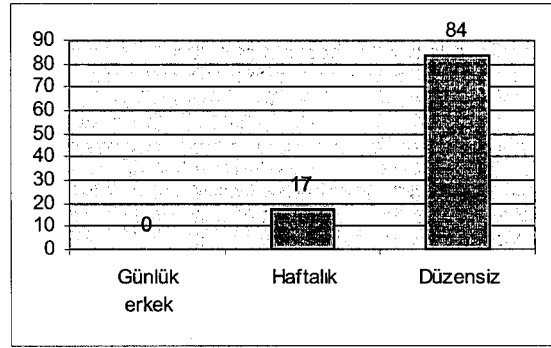
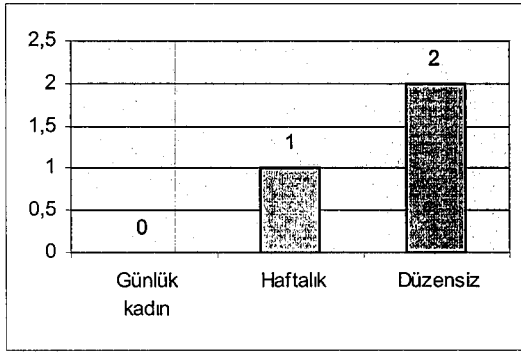


Tablo 14. Hürriyet Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin düzenli yazıp yazmamalarına göre dağılımı.

Sözü geçen gazetede kadın gazetecilerin yarısının düzenli, yarısının da düzensiz yazı yazdıklarını araştırma verilerine dayanarak söylemek mümkündür. Çünkü gazete yazan kadın gazetecilerden yedisi (7) düzenli, onu (10) da düzensiz yazmaktadır. Yaklaşık olarak bir eşitlikten söz etmek mümkündür.

Erkek gazetecilerde de buna benzer bir yakınlıktan bahsedilebilir. Zira, yirmi dokuz (29) erkek gazeteci düzenli yazı yazarken, otuz dokuzu da (39) düzensiz yazı yazmaktadır.

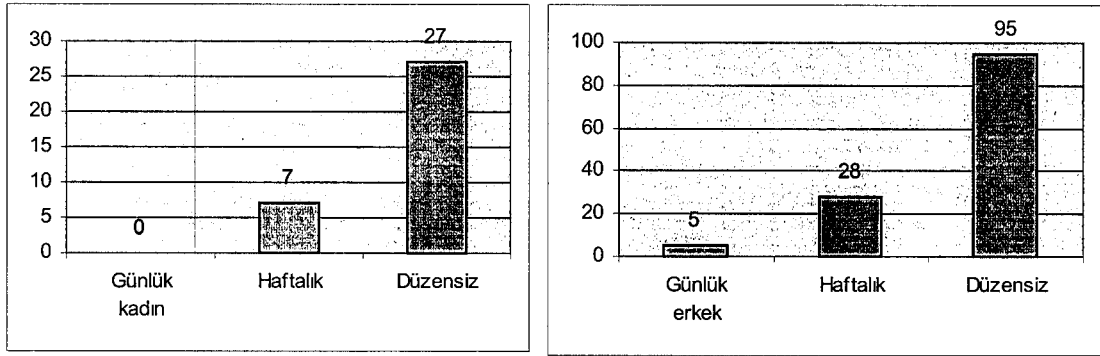
Zaman Gazetesi:



Tablo 15. Zaman Gazetesi'nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin düzenli yazıp yazmamalarına göre dağılımı.

Zaman Gazetesi'ndeki üç kadın gazeteciden biri (1) düzenli yazarken, ikisi de (2) düzensiz yazmaktadır. Erkek gazetecilerin ise on yedisi (17) düzenli, seksen dördü (84) düzensiz şekilde yazı yazmaktadır. Bu gazetede belli bir düzenden söz etmek pek mümkün değil gibidir. Gazeteyi bu özelliği ile Radikal Gazetesi'ne benzetebiliriz.

Cumhuriyet Gazetesi:



Tablo 16. Cumhuriyet Gazetesi’nde düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin düzenli yazıp yazmamalarına göre dağılımı.

Bu gazete de diğerleri gibi düzenli yazı yazma oranının düşük olduğu görülmektedir. Çünkü sözü geçen gazetede yazan kadın gazetecilerden sadece yedisi (7) düzenli yazarken, yirmi yedisi de (27) düzensiz yazmaktadır. Aynı şekilde erkek gazetecilerden de otuz üçünün (33) düzenli yazdığı görülürken, doksan beşinin (95) düzensiz yazdığı görülmektedir. Bu da düzenli yazma konusunda düşük bir oranı işaret etmektedir.

Genel itibariyle araştırma kapsamına alınan tüm gazetelerdeki kadın ve erkek gazetecilerin bu konu başlığı altında birbirlerine benzedikleri görülmüştür. Çünkü gazetelerdeki gazetecilerin çoğunluğu yazılarını düzensiz bir şekilde yazmışlardır. Araştırma sonucunda böyle bir kanıya varmak mümkündür.

5. GAZETELERE GÖRE DÜŞÜNCE YAZILARINDA KADIN-ERKEK GAZETECİLERİN YAZDIKLARI KÖŞELERİN ADLARI

AKŞAM:

Kadın:

1. İdil Çeliker-Akşam Sefası
 2. Nuray Başaran-Unuttuklarımız
 3. Filiz Taçbaş Yavuz-Tenisle Yaşam
 4. Dr.Şelale Onatça-Doktorunuz Diyor Ki
 5. Şeyda Apaydın
 6. Zübeyde Yalçın
 7. Şerife Yalçın
- } Biri Kulisleri
Gözetliyor

Erkek:

1. Şakir Süter-Galeri
2. Yalçın Pekşen-Buradan Bakınca
3. İzzet Sedes-Olaydan Söze
4. Burhan Ayeri-Ekran Polisi
5. Rasim Öztekin-Atış Serbest
6. İ.Hüseyin Yıldız-Sorunların İçinden
7. Ahmet Fevzi Yüksel-Günün Sohbeti
8. Ali Oktay-Kadın Erkekler
9. Ahmet Demir-Allah'a İnanan Bilim Adamları
10. İsa Yusuf-Bilimsel Mucizeler
11. Vehbi Dinçcan-Yansımalar
12. Dr.Nihat Kaya-Sağlıklı Yaşam
13. Mustafa Dolu-Halkın Avukatı
14. Turgay Renklikurt-Bilimin Gör Deddiği
15. Dr.Levent Yaşar-Sağlıklı Yaşam
16. Ertuğ Yaşar-Piyasaların İçinden

Akşam Gazetesi'nde 8 kadın köşe yazarı gazeteci bulunmaktadır. Bunlardan yedisi (7) yazdığı metne köşe adı verirken, biri (1) köşe adı vermemiştir. Aynı gazetede altmış üç (63) erkek köşe yazarı gazeteci bulunmaktadır. Bunlardan da kırk beşi (45) köşe adı kullanırken, on sekizi (18) köşe adı kullanmamıştır.

RADİKAL:

Kadın:

1. Funda Özkan-Kulis
2. Nur Çintay A-Hayat Bağları
3. Sevin Okyay-Köşe Başı Film Eleştirisi
4. Ferhan Kaya Poray-Kalbini Dinle
5. Esin Çetinel-Pusula

Erkek:

1. Hakkı Devrim-Cihannüma
2. Ali Hakan-Medya Meydanı
3. Ayhan Yılmaz-Sporperest
4. Haydar Ergüler-Açık Mektup
5. Zeki Coşkun-İşaret Fişeği
6. Serhan Ada-İnce/Uzun
7. Yiğiter Uluğ-Pazar Yürüyüşleri
8. Şükrü Yavuz-Tahlil Laboratuvarı
9. Avni Özgürel-Geçmiş Zaman Olur Ki
10. Yıldırım Türker-Aile Albümü
11. Tümay Yazıcı-Kulağımın Dibi
12. Murat Özer-Film Eleştirisi
13. Murat Çelikcan-Dünden Kalanlar
14. Can Barslan-Film Şeridi
15. Gündüz Vassaf-Uçmakdere
16. Hasan Anamur-Tiyatro Eleştirisi

17. Yorgo Kırbaki-Suyun Öte Yanından

18. Celal Başlangıç-Zaman, Mekan Ve İnsan

Radikal gazetesinde yirmi (20) kadın köşe yazarı bulunmaktadır. Bunların beşi (5) köşe adı kullanırken, on beşi (15) kullanmamıştır. Yine bu gazetede 120 erkek köşe yazarından on sekizi (18) köşe adı kullanırken, yüz ikisi (102) köşe adı kullanmamıştır.

HÜRRİYET:

Kadın:

1. Pakize Suda-Mış Muş
2. Ayşe Arman-Ayşe'nin Günlüğü
3. Nurten Erk-Nurten'in Konukları
4. Yasemin Boran-Yasemince
5. Ferai Tınç-Dipnot
6. Sevgi Gönül-Sevgi'nin Diviti

Erkek:

1. Oktay Ekşi-Günün Yazısı
2. Bekir Coşkun-10.Koy
3. Serdar Turgut-Renkler
4. Yalçın Bayer-Yeter Söz Milletin
5. Doğan Hızlan-Bakış

Kitap

Bugün Pazar

6. Fatih Altaylı-Teke Tek
7. Orhan Bekmezci-Uzman Gözü

8. Umut Hızgil-Yakın Takip
9. Zeki Hızgil-Günün Yorumu
10. Hadi Uluengin-Modern Zamanlar
11. Sedat Ergin-Ankara'dan
12. Bülent Bağ-5 Kıtadan
13. Ege Cansen-Oyunun Kuralları
14. Ogan Tarhan-Futbol Dünyası
15. Yurtsan Atakan-Kristal Küre
16. İhsan Yılmaz-Mürekkebi Kurumadan
17. Doğan Uluç-New York New York
18. Özdemir İnce-Tersi Yüzü, Anka Kuşu Mucizesi
19. Tuğrul Şovkoy-Dünya Tadı
20. İbrahim Bilik-Hecno Amana
21. Tolga Akyıldız-Popvir Vs
22. Osman Giritli-Gümüş Ekran
23. Cem Pekün-Satranç
24. Ufuk Sandık-5.Vites
25. Ergin Kratzer-Tenis Dünyası
26. Ata Aydın-Boriç
27. Erkan Çelebi-Tüketicinin Erkan Abisi
28. Abdülkadir Kuşin-Piyasa Gözüyle Vergi
29. Ali Atıf Bir-Ali Hoca'nın Not Defteri
30. Mehmet Yasin-Gezgin
31. Uğur Cebeci-Kokpit
32. Tahir Perek-Hesap Uzmanı Gözüyle
33. Murat Bardakçı-Ramazan Çadırı
34. Prof.Dr.Ali Alparslan-Üstad-ı Hattın Kalemı
35. Reşad Ekrem-Hoş Sohbet
36. Mustafa Kutlay-Monitör

Hürriyet Gazetesi'nde yazan on yedi (17) kadın gazeteciden altısı (6) köşe adı kullanmış, on biri (11) kullanmamıştır. Almış sesiz (68) erkek gazeteciden otuz altısı (36) köşe adı kullanmış, otuz ikisi (32) kullanmamıştır.

ZAMAN:

Kadın: Bu gazete yazan üç (3) kadın köşe yazarı gazeteci de köşe adı kullanmamıştır.

Erkek:

1. Ekrem Dumanlı-Yayıncının Notu
2. Hekimoğlu İsmail-Tefekkür
3. Ahmet Selim-Keyfiyet
4. İdris Gürsoy-Olayların İçinden
5. Selim Işıklar-Para Günlüğü
6. Mehmet Ali Yıldırım-türk-Para Günlüğü
7. Selahattin Karakış-Hodri Meydan
8. Hasan Sutay-Hodri Meydan
9. Hüseyin Gülerce-Denge
10. Hasan Ünal-Analiz
11. Hüseyin Sorgun-Tiyatro Eleştirisi
12. İskender Pala-Ayine
13. İbrahim Kıbrıslı-Yorum
14. Mahmut Bürkük-Gözlemci
15. Ali Ünal-Bizim Kubbe
16. Güntay Şimşek-5.Yol

Haber Analiz

17. Nevzat Bayhan-Millet Kürsüsü
18. Hilmi Yavuz-Zaman Yayınları
19. Ahmet Ünal-Maarifname
20. H.Salih Zengin-Gazoz Kapağı
21. Ömür Göksel-Korner
22. Ziya Perver-Çalışanın Kölesi

6. Oktay Akbal-Evet/Hayır
7. Toktamış Ateş-Arayış
8. Ali Sirmen-Dünyada Bugün
9. Orhan Bursalı-Salı

Perşembe

Pazar

10. Orhan Erinç-Geçmişten Geleceğe
11. Necati Doğru-Merhaba
12. Yalçın Doğan-Saydam
13. Taner Berksoy-Ekonomiye Bakış
14. Ahmet Cemal-Odak Noktası
15. Emre Kongar-Medya Notu-Aydınlanma
16. Deniz Som-Vaziyet-Herhangi Bir Yerde
17. Ümit Zileli-Düz Çizgi
18. Doğan Hasol-Görüş
19. Abdülkadir Yücelman-Neymiş-Maçın Eleştirisi
20. Mahmut Sert-Maçın Eleştirisi
21. Hikmet Bila-Geniş Açı
22. Oral Çalışlar-Sıfır Noktası
23. Server Tanilli-Bir Bakıma
24. Orhan Birgil-Düz Yazı
25. Erol Manisalı-Bıçak Sırtı
26. Öztin Akgül-Yorum
27. Selim İleri-Yazı Odası
28. Erdal Atabek-İzleyici Gözüyle

Mesela Dedik

2000’li Yıllarda

29. Vecdi Sayar-Kedi Gözüyle
30. Ahmet Kurt-Basket Yorum
31. Attila İlhan-Söyleşi
32. Ataol Behramoğlu-Cumartesi Yazıları
33. Selmi Andak-Sanata Bakış

34. Işık Kansu-Ankara Kulisi
35. Vedat Özdemiroğlu-Issız Oda Yazıları
36. Emin Gürses-Görüş
37. Halit Deringör-Görüş
38. Levent Yücelman-Teknik
39. Tayfun Talipoğlu-Bir Yol Hikayesi
40. Enis Batur-Okuma Lambası
41. Oktay Ekinci-Çed Köşesi
42. Deniz Kavukçuoğlu-Pano
43. Hasan Al-Eleştiri
44. Melih Birsal-Arada Bir
45. Mehmet Sucu-Enternet
46. Bülent Sarıoğlu-Parlamento Kulisi
47. Sertaç Eş-Parlamento Kulisi
48. Türkel Minibaş-Gözucuyla
49. Yakup Kepenek-Ankara Pazarı
50. Yılmaz Şipal-Çalışanların Soruları-Sorunları
51. Bülent Buda-Eleştiri
52. Prof.Dr.İ.Reşat Özkan-Görüş
53. İzzettin Önder-Bence
54. Metin Erkson-Kalem
55. Ergin Yıldızoğlu-Global Politik Kültür
56. Güray Öz-Avrupa'dan
57. Turgay Fişekçi-Defne Gölgesi
58. Bertan Onaran-Güzelin Ardından
59. Adnan Dinçer-Görüş
60. Mete Kızık-Eleştiri
61. Mustafa Gazalcı-Arada Bir
62. Ziya Işık Üstün-Tenis Kulisi
63. Özgen Acar-Kavşak
64. Dr.Cengiz Abbasgil-Arada Bir
65. Bedri Baykam-Görüş

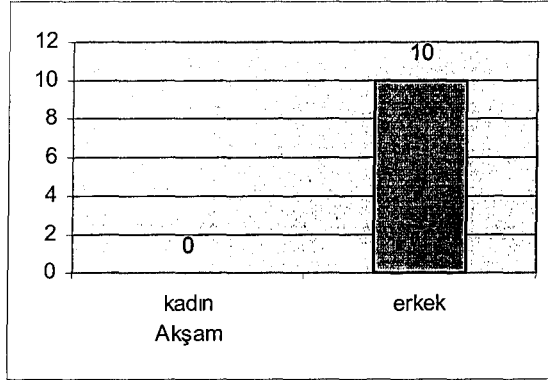
66. Altan Ayanoglu-Elestiri
67. Deniz Derinsu-Notlar
68. Munir Goker-Gorus
69. Kerem Kacarlar-Notlar
70. Prof.Dr.Uçkun Geray-Arada Bir
71. Arif Kızılyalın-Notlar
72. Mehmet Boydur-Kuşbakışı
73. Ömer Gürer-Görüş

Bu gazetede yazan kadın köşe yarı gazetecilerden on dördünün (14) köşe adı kullandığı, yirmisinin de (20) köşe adı kullanmadığı görülmüştür. Aynı gazetede ki erkek köşe yazarı gazetecilerin ise yetmiş üçünün (73) köşe adı kullandığı, kırk sekizinin de (48) köşe adı kullanmadığı görülmüştür.

6.GAZETELERE GÖRE KADINLA İLGİLİ YAZILAN DÜŞÜNCE YAZILARININ KADIN-ERKEK GAZETECİLERE GÖRE DAĞILIMI

Bu konu başlığında gazetelerde yazan düşünce yazarı kadın ve erkek gazetecilerin köşelerinde kaçının kadınla ilgili yazı yazdıkları araştırılmıştır.

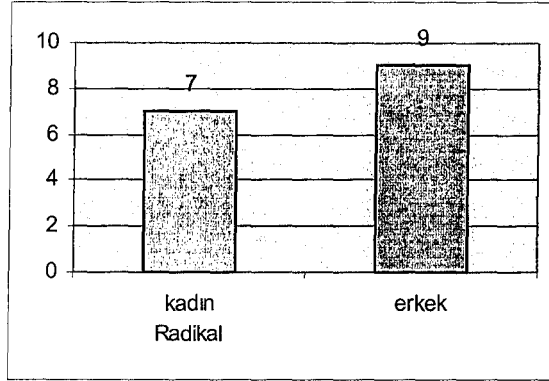
Akşam Gazetesi:



Tablo 17. Akşam Gazetesi'nde kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının kadın-erkek gazetecilere göre dağılımı.

Bu gazetede yazan kadın köşe yazarı gazetecilerden hiçbiri kadınla ilgili konularda yazı yazmazken, buna karşın on (10) erkek köşe yazarı gazetecinin ise kadınlara ilişkin yazıları köşelerine taşıdıkları belirlenmiştir.

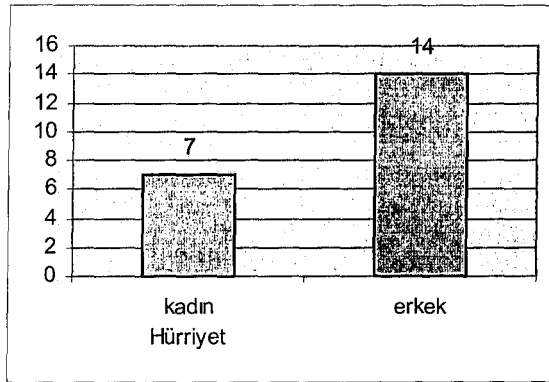
Radikal Gazetesi:



Tablo 18. Radikal Gazetesi'nde kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının kadın-erkek gazetecilere göre dağılımı.

Bu gazetede yedi (7) kadın gazeteci kadınlarla ilgili yazı yazarken, dokuz (9) erkek gazetecinin de kadınla ilgili konuları içeren yazılar yazdığı görülmüştür.

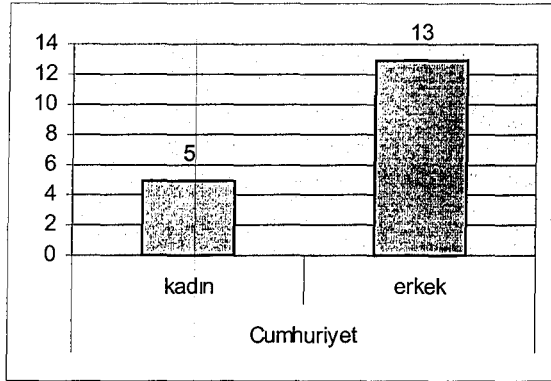
Hürriyet Gazetesi:



Tablo 19. Hürriyet Gazetesi'nde kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının kadın-erkek gazetecilere göre dağılımı.

Sözü geçen gazetede yedi (7) kadın köşe yazarı gazetecinin kadınlarla ilgili konulara yer verdikleri görülürken, on dört (14) erkek gazetecinin de kadınlarla ilgili konularda yazdıkları belirlenmiştir.. Bu oranlar diğer gazetelere göre bu gazetede

Cumhuriyet Gazetesi:



Tablo 21. Cumhuriyet Gazetesi'nde kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının kadın-erkek gazetecilere göre dağılımı.

Adı geçen gazetede beş (5) kadın gazeteci kadınlarla ilgili konularda yazarken, on üç (13) erkek gazeteci de kadınlarla ilgili konularda köşelerinde yazmışlardır. Bu gazetede de Hürriyet Gazetesi'nde olduğu gibi, kadına ilişkin konuların diğer gazetelerden daha fazla oranda işlenmiş olması önemli bir unsur olarak ortaya çıkmıştır.

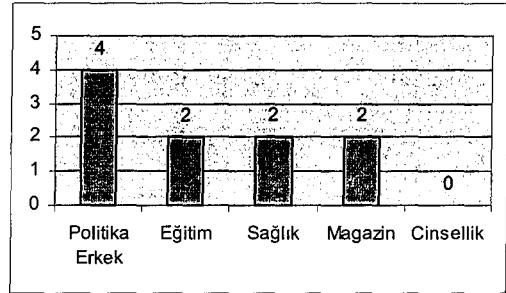
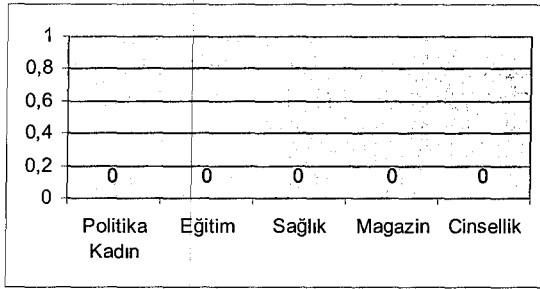
Gazetelerde yazan köşe yazarlarının çoğunluğunun erkek olması belki de bu konu başlığında yazılan yazıların az olmasının bir nedeni olarak gösterilebilir. Çünkü bu konuda çok da fazla yazı yazılmadığı araştırma bulgularında ortaya çıkmıştır. Kadın yine üzerinde durulmayacak önemsiz bir konu olarak görülmüştür.

7. GAZETELERE GÖRE KADINLA İLGİLİ YAZILAN DÜŞÜNCE YAZILARININ İÇERİKLERİNE GÖRE DAĞILIMI

Bu başlıktaki amaç, gazetelerde yazılan kadınla ilgili yazıların hangi konu içeriğiyle yazıldığını bulmaktır. Bunun için de belli alt başlıklar belirlenmiştir. Bunlar şu şekilde verilmiştir:

Politika, eğitim, sağlık, magazin, cinsellik. Her bir gazetede kadına ilişkin yazılan yazıların bu alt başlıklardan hangisine ait olduğu araştırılmıştır.

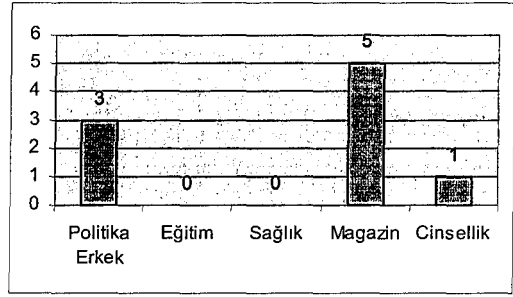
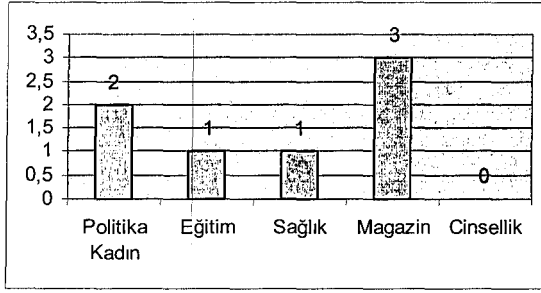
Akşam Gazetesi:



Tablo 22. Akşam Gazetesi'nde kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının içeriklerine göre dağılımı.

Akşam Gazetesi'nde kadın gazetecilerin kadınlarla ilgili yazı yazmadıkları daha önce de belirtilmiştir. Erkek gazetecilerden dördü (4) politika, ikisi (2) eğitim, ikisi (2) sağlık, ikisi de (2) magazin konu başlıkları altında kadınla ilgili yazı yazmışlardır. Özellikle erkeklerin kaleminden dört kadının politikayla ilgili olarak ele alınması önemli noktadır. Bu bağlamda erkek gazetecilerin kadınları yazılarına konu etmeleri önemlidir.

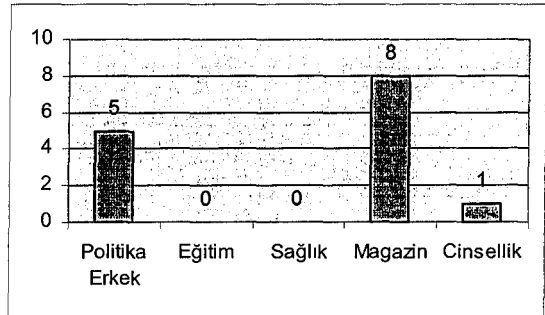
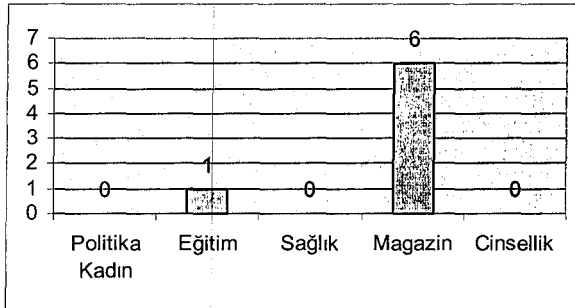
Radikal Gazetesi:



Tablo 23. Radikal Gazetesi'nde kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının içeriklerine göre dağılımı.

Radikal Gazetesi'ndeki yedi (7) kadın köşe yazarından üçü kadını (3) magazin, ikisi (2) politika, biri (1) eğitim, biri de (1) sağlık başlığı altında ele almıştır. Erkek gazetecilerden beşi (5) magazin, üçü (3) politika, biri de (1) cinsellik başlığında kadınla ilgili yazılar yazmıştır. Erkekler kadını hem magazin ve cinsellik, hem de politik yönüyle ön plana çıkartmışlardır.

Hürriyet Gazetesi:

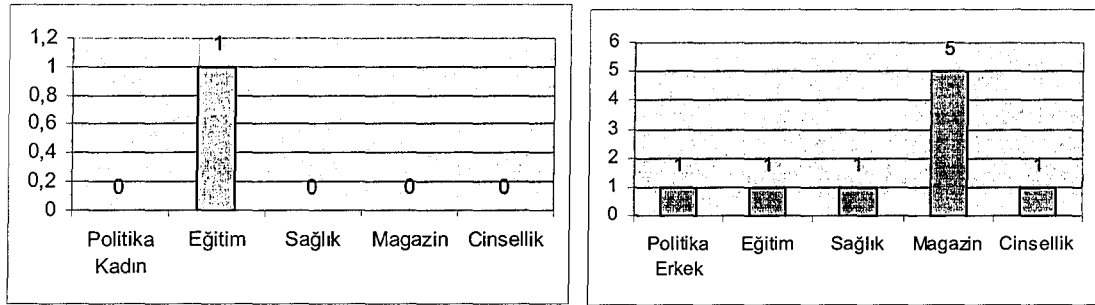


Tablo 24. Hürriyet Gazetesi'nde kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının içeriklerine göre dağılımı.

Daha önce Hürriyet Gazetesi'nin popüler bir gazete olduğu üzerinde durulmuştur. Buradaki veriler bu savı doğrular niteliktedir. Çünkü gazetede kadınla ilgili yazı yazan altı (6) kadın gazeteci kadını magazin boyutunda ele alırken, biri (1)

kadına eğitim konusunda yaklaşmıştır. Diğer konu başlıklarında değerlendirmeye rastlanmamıştır. Erkek gazetecilerden de sekizi (8) magazin boyutunda kadını ele almıştır. Beşi (5) politikada kadın unsurunu işlerken, biri de (1) cinsellik konusunda kadını incelemiştir. Sonuç olarak bu gazetede kadın konusu daha çok magazin ağırlıklı olarak ele alınmıştır.

Zaman Gazetesi:



Tablo 25. Zaman Gazetesi'nde kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının içeriklerine göre dağılımı.

Zaman Gazetesi'ndeki bir kadın gazeteci kadının eğitimiyle ilgili yazmıştır. Erkek gazetecilerden beşi (5) magazin, biri (1) politika, biri (1) eğitim, biri (1) sağlık, biri de (1) cinsellik başlıklarıyla kadını incelemişlerdir. Bu gazetede ilginç olan nokta; gazetenin seslendiği hedef kitlesinin daha çok dini duyguları gelişmiş insanlar olmasına rağmen, kadını magazin ve cinsellik başlıklarında ele almış olmalarıdır. Ancak burada hemen belirtilmesi gerekir ki, magazinden kasıt, sadece renkli kadın fotoğraflarının altına bir şeyler yazılması ya da dedikodu haberleri değil, yemek, pratik bilgiler, çocuk bakımı vb. gibi kadını ilgilendiren konulardır.

yazdıkları köşelerin adları, kadınla ilgili yazılan yazıların dağılımı ve kadınla ilgili yazılan yazıların içerikleri incelendiğinde kadın gazetecilerin erkek gazetecilere oranla hep geri planda kaldığı görülmüştür.

Ortaya çıkan verilerde elde edilen bulgularda öteden beri kadın gazetecilerle ilgili yapılan araştırmaların paralelinde bir sonuç çıkmıştır. Sayısal verilerin eskiye oranla kısmen arttığı görülse de istenilen düzeyde olmadığı inceleme sonucunda dikkat çeken bir nokta olmuştur.

Aynı gazetelerin yönetim kadrolarında çalışan kadınların durumları incelendiğinde şu sonuçların ortaya çıktığı görülmüştür:

Akşam Gazetesi'nde yazı işleri koordinatörü, yazı işleri müdürlerinden biri, reklam grubunda genel müdür yardımcısı, reklam direktörlerinden üçü kadındır. Radikal Gazetesi'nde yazı işleri müdürü, idari editör, dış haberler editörü, reklam genel müdürü, reklam grup başkan yardımcısı, reklam genel müdürü, reklam genel müdür yardımcılarında ikisi kadındır. Hürriyet Gazetesi'nde ise haber koordinatörünün, dış haberler müdürünün, dizi araştırma sorumlusunun, reklam grup başkanının, reklam koordinatörlerinden birisinin kadın olduğu görülmüştür. Aynı dönemler arasında araştırma kapsamında incelemeye alınan Zaman Gazetesi'nde yönetim kadrosunda kadın çalışanların bulunmadığı tespit edilmiştir. Cumhuriyet Gazetesi'ndeki durum ise ekonomi sorumlusunun, bilgi-belge sorumlusunun, reklam genel müdürünün, reklam genel müdür yardımcısının kadın olduğu görülmüştür. Bu durumda Akşam Gazetesi'nde dört, Radikal Gazetesi'nde sekiz, Hürriyet Gazetesi'nde beş, Zaman Gazetesi'nde hiç, Cumhuriyet Gazetesi'nde de dört kadın çalışan bulunduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlar da gazetelerde çalışan köşe yazarı kadın gazetecilere paralel olarak yönetim kadrolarındaki çalışan kadın sayısının da azlığına dikkat çekmektedir.

Erkek egemen toplum yapısının hakim olduğu Türkiye'nin çağdaşlaşma yolunda hayli yol almasına rağmen, kadın gazetecilerin kendilerini ifade etmelerine pek de olanak sağlanmadığı görülmektedir.

ÖZET, SONUÇ VE ÖNERİLER

“ ...Şuna inanmak gerekir ki, yeryüzünde gördüğümüz her şey kadınlarca yapılmıştır... Bir topluluk onu oluşturanlardan yalnız birinin çağdaş gereksinimlerin kazanılması ile yetinirse, o topluluk yarıdan çok güçsüzlük içinde kalır. Bir ulus ilerlemek ve uygarlaşmak isterse, özellikle bu noktayı temel olarak benimsemek zorundadır... Kadınlarımız da bilgin olacaklar ve erkeklerin geçtikleri bütün öğretim derecelerinden geçeceklerdir. Sonra kadınlar toplumsal yaşamda erkeklerle birlikte yürüyerek, birbirinin yardımcısı ve destekçisi olacaklardır...”

Mustafa Kemal ATATÜRK

(Ocak 1923, Söylev ve Demeçler II)

İletişim, insan etkinliklerinin tamamlayıcı bir parçasıdır. Nerede bir insan etkinliği varsa, orada iletişim vardır. İletişim, insan etkinliklerinin bir zorunluluğu, ayrıcalığı, önceliğidir. İletişim, kişilerin belirli bilgilere, düşüncelere sahip olmaları amacıyla bilgi, düşünce ve duyguların aktarılmasıdır. Böylece, belirli bir topluluk içinde benzeşme ve birlik taşıyan bir ortaklı yaratabilecektir. Burada haberin, bilginin ya da en genel anlamıyla kültürün insan topluluklarına dağıtımı söz konusudur.

Kitle iletişim araçları, iletişim kuramlarının ortak prensiplerine göre ileti yaydıkları ve sonuçta yankıya neden oldukları için, alıcıda doğal olarak bir tepkiye neden olurlar. Bu tepki, bir değişimin belirleyicisidir. Kitle iletişimi sonuçta bireyin giderek kitlelerin az veya çok değişimine neden olacak faktörleri ya konularla ya da biçimsel özelliklerle aktarmaktadır.

Gazete, yazı ve fotoğraf kullanarak halka güncel olaylara ilişkin haber ve bilgi verir. Genellikle günlük veya haftalık olarak düzenli aralıklarla yayımlanan gazetelerde, haberlerin ardında yer alan toplumsal eğilimler ve siyasal gelişmelerle ilgili yorumlar da bulunur.

Gazeteci, bilgi, bilgi toplama, onu doğrulama ve topladığı bilgiyi hitap ettiği topluma göre işlemek durumunda olan kişidir. Zihinsel ve ahlaksal bir sorumluluk gerektiren bu meslek aynı zamanda yetenek ve cesaret de gerektirmektedir.

Gazeteci ve gazetecilik kavramları haber verme bakımından tek yönlü bir iletişim akımına işaret ederler. İşte gazetecilik yapan araçlar yoluyla “haber alma”, eriştikleri kitleler yönünden haber olur diye seçilmiş, ayrılmış, düzenlenmiş, haber olarak yazılmış olay ve olayların okunması, dinlenmesi, izlenmesi sonunda gerçekleşebilmektedir. Bu düzenleme içinde de toplumda gazetecilik yapan kitle iletişim araçlarınca, çeşitli görüşler gündeme getirilmekte, gündemde tutulmakta, kamuoyları oluşturulmaktadır.

Gazete yazı türleri arasında şunlar bulunmaktadır: Haber, başyazı, makale, fıkra, eleştiri, yorum, deneme, söyleşi, görüşme, röportaj, araştırma-inceleme.

Sosyal bilimlerdeki araştırmalar, kadının toplumdaki yerine ilişkin birçok araştırma yapmışlardır. Zira toplum ve siyaset bilimleriyle ekonomi alanlarındaki araştırmalar geleneksel olarak erkeğin statüsünü dikkate alarak, erkeklerin ekonomik olanakları, saygınlık ve yetki biçimleriyle ilgilenmiştir.

20. yüzyılın yaşam şartlarına uygun değişen görüş ve davranışlar, toplumlarda “kadın hakları” ve “kadın sorunları” üzerinde düşünmeyi de beraberinde getirmiştir. Endüstrinin gereklerinden olan daha fazla üretim, çalışma alanında erkeklerin yanı sıra kadınların da iş ve söz sahibi olmasına neden olmuştur. Bunun sonucunda kadınların asırlarca erkeklerin yararlandığı sosyal özgürlük, politik etkinlik, kazanç ve unvan üstünlüğü gibi haklardan birçok toplumda yoksun kaldığı fark edilmiştir. Tepki olarak geliştirilen kadın hakları, kadın-erkek eşitliği gibi düşünceler çeşitli eylemlerin, kurumların ve yayınların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Kadınlığa (ve/veya erkeklığe) ilişkin özellikler doğamızda içkin değildir. Bu özellikler, büyük ölçüde aile, okul, dini kurumlar gibi ideolojik devlet aygıtlarınca inşa edilmektedir. Medya da ideolojik devlet aygıtlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Ancak medya kadınlığa ilişkin normları toplumsal değer yargılarından bağımsız olarak yaratmaz; daha ziyade kadın ve erkeği basmakalıp imgeler içinde defalarca göstermek suretiyle bu normları pekiştirir.

Medya içeriğinde yer alan kadınlara ilişkin temsillerin, bir toplumdaki kadınlığa ilişkin tanımlardan bağımsız olduğu düşünülemez. Bu bakımdan, medya analizi bir toplumda kadınlığa ilişkin tanımları ve kavrayışı anlamının yollarından biri olabilir. Toplumun ve medyanın karşılıklı olarak birbirlerini belirlediğini savunmak, birinin diğeri üzerinde belirleyiciliği olduğunu iddia etmekten daha uygun görünmektedir. Yani, bir toplumdaki kadınlık tanımları ile medya içeriğindeki kadın temsilleri karşılıklı olarak birbirine etki eder. Medya, toplumu birebir yansıtan bir ayna olarak değerlendirilemez. Yine de kurgusal bir atmosfer olarak, toplumdaki “gerçek” kadınlar hakkında belli bir ölçüde bilgi verebilir.

Medya içerisinde kadınlar, yaygın bir biçimde günlük ve sıkıcı işlerden sorumlu eşler, kendilerini bir erkeğin başarısı için adayarak ikinci planda kalan kişiler, çeşitli şiddet biçimlerine maruz kalan kurbanlar olmak gibi basmakalıp imgelerle gösterilmektedirler. Öte yandan, medya içeriğinde siyasetçiler iş kadınları olmakla sıradışı örnekler olarak görünen az sayıda ise ısrarla çocuk bakmak, diyet yapmak gibi geleneksel rol ve meşguliyet çerçeveleri içine hapsedilmektedir.

Medya tarafından sunulan basmakalıp imgelerin “gerçek” kadınlar tarafından kabul edilmesi de muhakkak dikkate alınmalıdır. Kadınların, kendi çıkarlarına karşı işleyen bir sisteme katılımı, Kandiyoti’nin “ataerkil pazarlık” olarak adlandırdığı tanımın genellemesi ile açıklanabilir. Yani, kadınlar ataerkil sistemi, aslında sıkı bir biçimde erkek çıkarlarına tabi olan kendi birtakım çıkarları için savunurlar.

Egemen bir ideoloji olarak ataerki şeffaflaşmıştır; bu sebeple toplumsal cinsiyet ilişkilerinin sorgulanmasına engel olmaktadır. Toplum içinde yetişen herhangi biri, kadınlığa ilişkin toplumdaki tanımlarla birlikte medyada sunulan kadınlığa ilişkin basmakalıp imgeleri de yavaş yavaş kanıksar. Kadınlara ilişkin bu tür imgeler, bir toplumda kadınlığa ilişkin değer ve normları yeniden üretir ve bunların devamına hizmet eder.

Gazetelerin reklam ve kadın sayfaları gibi kadınla ilgili en basmakalıp imgeler kullanan bölümlerinin kurgusal nitelikte oldukları açıktır. Ancak “katı haberlerde kadınların ele alınmasında da bir dizi basmakalıp imge kullanılmakta. Fiziksel görünüş gerçek ya da potansiyel ev içi rolü gibi” haberle ilgisi olmayan etmenlere büyük ölçüde yer verilmektedir. Katı haberlerde “katı gerçekliğin” bir parçası olarak sunulan basmakalıp kadın imgelerini okuyucular “gerçek kadın imgeleri” olarak

yorumlayacaklardır. Bu nedenle “gazetelerin kadın öznelliğine uygun ideolojik modeller sunması rolünün” çok önemli olduğu, ancak bunu pek gerçekleştirmedikleri söylenebilir.

Kadınların (gençken cilveli olma ve yaşlıyken analık duygusunu tatma) hazları bunları gerçekleştirmede kullanılan ürünler, kadınların ikincil konumunu garanti altına alan ataerkil kapitalist sistem tarafından üretilmektedir. Kadınlar, bu metalaşmış hazların ve deneyimlerin gerçek olduklarını kabul ettikleri sürece kendi çıkarlarına karşı olan bir ideolojiyi etkin biçimde iletirmektedirler. Yani hegemonyaya katılmaktadırlar. Kadın, kendisi ve geleceği ile ilgili temsilleri ortak duygu olarak kabul ederek, kendisinin ve kendisi gibi olanların sisteme olan rızalarının kazanılmasına yardımcı olmaktadır.

Elbette medya ürünlerinde kadınlarla ilgili basmakalıp imgelerin dışına çıkan kadınlara da rastlanmaktadır. Ancak bunlar, işleniş biçimleri nedeniyle mevcut kadınlık tanımlarının dışına çıkan kadınlar, türlerinin tekil ve adeta “sapkın” örnekleri olarak sunulmaktadırlar. Bu örneklerin “tekil ve anormal” olarak ifade edilmesi, “normal ve doğal” olduğu varsayılan basmakalıp tanımları pekiştirme işlevine yarayacaktır.

Medya, toplumun normlarını makbul ve doğru davranış sınırlarını nelerin teşkil ettiğini belirler ve aynı zamanda bu normlara aykırı olduğu düşünülen her şeyi mahkum eder. Popüler kitle iletişim araçları, nihayetinde sağduyu ve doğal olarak görülen toplumsal normların tekrarlanan gösterimi yoluyla, geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinin aktarımı ve devamında önemli bir rol oynarlar. Ancak, küreselleşen medya dünyası bağlamında şimdi tehlikede olan basitçe temsili imgenin kendisinden ziyade toplumsal dünyada ifade ettiği şeydir. Kamu imgeleminde daha da önemlisi toplumsal düzendeki anlam ve değeridir. İçinde kadın imgelerinin, tarihsel olarak bir erkek bakışıyla, dahası düşündürücü ölçüde egemen bir pozisyonundan kurulma biçiminin, medyanın gerçek olmayan dünyasında kadınların algılanması açısından açık sorunlar vardır.

Kadın ve kadına ilişkin konular uzun zaman özel alanın bir parçası olarak düşünüldüğünden araştırılmaya değer görülmemiştir. Oysa kadın sorunları özel bir sorun değildir. Cinsiyet kimlikleri toplum tarafından oluşturulmaktadır. Aynı zamanda toplum, cinsiyet kimliklerinin düzenlenmesiyle yapılanmaktadır.

Kadınlığa ve erkeklığe verilen anlamların kültürel ve toplumsal süreçler sonunda ortaya çıktığı artık bilinmektedir. Bu bağlamda kadınların toplum ve kültür tarafından belirlenen bu “kadınlık” konumunun nasıl belirlenmiş olduğu, bu belirlemede kadınların ne tür sorunlarla karşı karşıya kaldıkları önem kazanmaktadır.

Türkiye’de bugüne kadar yapılan kadın araştırmaları, özne olarak önce kadını ele almış, daha sonra sadece kadını değil, kadınlık ve erkeklik rollerinin oluşumunu incelemeyi de amaçlamıştır. Böylece marjinal bir alana sıkışmaktan kurtulan yaklaşımlar çeşitlenmiş siyaset, tarih, hukuk, ekonomi, sosyoloji, sağlık bilimleri gibi çok disiplinli bir çalışma alanı oluşmuştur. Kadın araştırmaları, disiplinlerarası bir çalışma alanı olarak, bilimlere farklı ve yeni bir gözle bakılmasını, bilimlerdeki kadına ilişkin önyargının sorgulanmasını hedef almıştır. Türkiye’de kadına yönelik yapılan çalışmalar da bu bağlamda ele alınmış ve daha çok akademik çevreler tarafından inceleme konusu olarak seçilmiştir.

Türkiye’de kadınlar, kitle iletişim araçlarının oluşturduğu medyada Batı’daki örneklerinden farklı anlatım biçimleriyle ifade edilememektedir. Tersine gerek radyo ve televizyon programları, gerekse kadın-erkek dergileri haber ve magazin basını açısından kadın imajlarını kurma biçimleri, Batı egemenliğindeki evrensel medya kodlarına uygundur. Türkiye’de kadın, kitle iletişim araçlarında baskın olarak, erkek egemen bakış açısıyla yer almaktadır.

Yaşayan kadınlar ve onlar hakkında üretilen tanımların onlara “nasıl mal edildiğini” anlamamanın bir yolu da üretilmiş “kadınlık” tanımlarını incelemekten geçer. Medya, bu açıdan başlıca kaynaklardan biridir. Kadınlar, medyada genellikle “toplumsal ahlak, iffet, namus konuları etrafında ele alınarak, buna uygunlukları veya çoğunlukla da bundan sapmaları dahilinde haber konusu” olabilmektedirler. Medyada ev kadınları, meslek sahibi iş kadınları, sahne ve sinema yıldızları, köylü ve gecekondu kadınlar, İslamcı türbanlı kadınlar şeklinde çok çeşitli kadınlara rastlanmaktadır. Türkiye’de toplum, bu çeşitli kadın tiplerine rıza gösterse de makbul olan bir tek kadınlık tanımı vardır: Salonda hanımefendi, mutfakta aşçı ve yatakta erkeğinin kadını.

Basında, bir yandan sınırlarını erkek söylemini çizdiği, kadın hakları konusundaki tartışmalara yer verilirken, öte yandan kadınların büyük ölçüde mağdur, kurban, bir erkeğin erkeğin tabiyatında , anne, eş olarak büyük ölçüde temsil edilmeleri,

siyasetçi veya meslek sahibi kişiler olarak konu oldukları durumlarda dahi ısrarla erkeklerden farklı kelimeler, üslup ve çerçeveler içinde tanımlanmaları, kadının özgürleşmesi yönündeki taleplere direncin göstergesi olarak düşünülebilir. Ancak kadınların da, burada egemen söylemin kurucularının değerlerini içselleştirmek ve kendi beninin ve cinsinin sömürgeleştirilmesine aktif olarak katılmak suretiyle erkekler tarafından tanımlanmayı büyük ölçüde kabul ettikleri ya da en azından buna güçlü bir itirazda bulunmadıkları söylenebilir. Kadınları, basit bir biçimde medya metinlerinde ifade edilen egemen kültürün kurbanları olarak görmemek gerekir. İnsanlar, medyayı kadınlar ve erkekler olarak kendileri hakkında bir şeyler ifade etmek için de kullanırlar.

Kadın gazetecilerin iletişim sektörü içinde karşı karşıya kaldıkları birtakım sorunlar bulunmaktadır. Kadınların gece çalışmasındaki zorluk, örneğin polis-adliye muhabirliği gibi gazeteciliğin belirli alanlarından da uzun süre geri kalmasına neden olmuştur. Türkiye’de yapılan bir araştırma kadın gazetecilerin gece çalışması ve çalışma saatlerinin düzensizliği nedeniyle tedirgin olduklarını ortaya koymaktadır.

“Ulusal Basında Düşünce Yazarı Kadın Gazeteciler”, konulu araştırma kapsamına 1-30 Kasım 2001 tarihleri arasında ulusal düzeyde yayın yapan, Akşam, Radikal, Hürriyet, Zaman ve Cumhuriyet gazeteleri dahil edilmiştir. Bu gazeteler; düşünce yazılarında kadın-erkek gazetecilerin dağılımı, kadın-erkek gazetecilerin ele aldıkları konuların dağılımı, kadın-erkek gazetecilerin yazılarının yer aldığı sayfaların dağılımı, kadın-erkek gazetecilerin düzenli yazı yazıp yazmamalarına göre dağılımı, kadın-erkek gazetecilerin yazdıkları köşelerin adları, kadın-erkek gazetecilere göre kadınla ilgili yazılan yazıların dağılımı ve kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının içeriklerine göre dağılımı konu başlıkları dahilinde içerik çözümlemesi yoluyla incelenmiştir.

Bu araştırma sonucunda, adı geçen gazetelerin yayın politikaları çerçevesinde düşünce yazarı kadın gazetecilere bünyelerinde yer vermeleri farklılık göstermiştir. Düşünce yazarı olarak çalışan kadın gazetecilerin gazetelere göre sayısal dağılımı tüm gazetelerde erkeklere oranla oldukça düşüktür. Kadın gazetecilerin ele aldıkları konuların dağılımı incelendiğinde Türkiye gündemine ışık tutacak politik ve ekonomik konuların sıklıkla erkek gazeteciler tarafından ele alındığı görülmüştür. Bu durumda erkek egemenliğinin gazetecilik alanında da sürdüğünü söylemek mümkündür. Kadın gazetecilerin yazılarının yer aldığı sayfaların dağılımına bakıldığında, düşünce yazarı

kadın gazetecilerin yazılarının daha çok iç sayfalarda ve erkeklere oranla daha önemsiz köşelerde yer aldığı tespit edilmiştir. Kadın gazetecilerin düzenli yazıp yazmamalarına göre dağılımı incelendiğinde ise Radikal ve Zaman Gazeteleri'nde kadın gazetecilerin düzensiz yazma oranının daha yüksek olduğu görülmüştür. Akşam, Hürriyet ve Cumhuriyet Gazeteleri'nde ise düzenli yazma oranının yüksek olması bu anlamda oldukça önemlidir. Araştırma kapsamına dahil edilen gazetelerde yazan kadın düşünce yazarı gazetecilerden Akşam Gazetesi'ndeki sekiz gazeteciden yedisi, Radikal Gazetesi'ndeki yirmi gazeteciden beşi, Hürriyet Gazetesi'ndeki on yedi gazeteciden altısı, Zaman Gazetesi'ndeki üç gazeteciden hiçbirisi, Cumhuriyet Gazetesi'ndeki otuz dört gazeteciden on dördü köşe adı kullanarak yazı yazmıştır. Gazetelere göre kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının dağılımına bakıldığında Akşam ve Zaman Gazetesi'nde yazan kadın gazetecilerin diğer gazetelerdeki kadın gazetecilere göre neredeyse hiç kadınlarla ilgili yazı yazmadıkları görülmüştür. Kadınla ilgili yazılan düşünce yazılarının içeriklerine göre dağılımına bakıldığında ise kadın gazetecilerin öncelikle kadını magazin ağırlıklı konu başlığı içinde ele aldığı tespit edilmiştir. Bu durumda kadınlar katı haberlerde olduğu gibi görüş bildiren kişiler olmalarıyla değil, daha çok görünümleriyle köşelere konu olmuşlardır. Ayrıca kadınlığa dair basmakalıp temsillerin diğer konu başlıklarına oranla bu konu başlığında daha açık bir şekilde kullanıldığı görülmüştür. Magazin konu başlığını eğitim ve politika konu başlıkları izlemiştir.

Kadınların toplumsal yaşam içinde bir yerlere gelme çabaları, her alanda devam ederken gazetelerde de sürmektedir. Kadın gazeteciler, bu çaba içinde yerini almaya çalışırken, bu araştırma sonuçlarına bakıldığında henüz hak ettikleri yeri bulamadıkları ortaya çıkmıştır.

Bu çalışma sonucunda elde edilen veriler, kadının geleneksel rolüyle pekiştirici bir şekilde sunulduğunu göstermiştir. Var olan erkeklere yönelik egemen ideolojinin pekiştirildiği ortaya çıkmıştır.

Kitle iletişim araçları, etkili araçlardır. Bu durumda, düşünce yazarı kadın gazetecilerin kendilerine ait köşeler elde ettikleri halde bu köşelerde kadını geliştirici, onları yönlendirici yazılar yazmadıkları tespit edilmiştir. Oysa ki böyle bir ayrıcalığa sahip olan kadın gazetecilerden beklenen, gündem oluşturmaya yönelik yazılar yazmaları ve kadınları aydınlatıcı, yönlendirici olmalarıdır. Kadını pekiştirici rolde

değil, geliştirici şekilde ele almalıdırlar. Düşünce yazarı kadın gazeteciler, hazır böyle bir köşeye sahipken bu durumlarını iyi değerlendirmelidirler. Köşelerinde o günü geçiştirmek için değil de, gerçekten kalıcı bir şeyler bırakacak yazılar yazmalıdırlar. Çünkü bu fırsat, Türkiye gibi erkek egemen toplum yapısına sahip olan bir ülkede her kadın gazetecinin elde edemeyeceği bir ayrıcalıktır. Düşünce yazarı kadın gazeteciler bu fırsatı iyi kullanmalıdırlar.

Bir aylık bir süre boyunca inceleme kapsamına alınan altı ulusal gazetede çalışan düşünce yazarı kadın gazetecilerin sayısının azlığı önemli bir noktadır. Ayrıca incelenen gazetelerin yönetim kadrolarında çalışan kadınların azlığı da dikkat çekici bir bulgudur. Bu sayıların, gazetelerde çalışan düşünce yazarı erkek gazetecilerden ve yönetimde çalışan erkeklerden az olması “İletişim Çağı” olarak nitelen günümüzde kadınlar adına olumsuz bir noktadır. Kadınların söz konusu birimlerdeki oranlarının arttırılması ve kadına hak ettikleri yerin verilmesi gerekmektedir. Ancak kadın gazetecilerden de kendilerine ayrılan sütunlarda yapay konulardan değil de, kadını bilinçlendirici konulardan bahsetmeleri beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Alemdar, Korkmaz -İrfan Erdoğan. **Popüler Kültür ve İletişim**, Ümit Yayıncılık, Ankara, 1994.
- Alemdar, Zeynep. **Oyunun Kuralı-Basında Özdenetim**, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1990.
- Altındal, Aytunç. **Türkiye'de Kadın**, Anahtar Kitaplar, İstanbul, 1991.
- Altun, Abdülrezzak. **Türkiye'de Gazetecilik ve Gazeteciler**, ÇGD Yayınları, Ankara, 1995.
- Arat, Necla. **Kadın Gerçekleri**, Say Yayınları, İstanbul, 1996.
- _____. **Türkiye'de Kadın Olmak**, Say Yayınları, 1.Basım, İstanbul, Kasım 1994.
- Asker, Ayşe. **Türk Basınında Kadın Gazeteciler**, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları: 34, İstanbul, 1991.
- Aşkun, İnal Cem. **Yazınsal İletişim**, 2000-2001 Güz Dönemi, Yayınlanmamış Ders Notları.
- Atabek, Nejdett ve Erdal Dağtaş. **Kamuoyu ve İletişim**, Anadolu Üniversitesi, Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayını, Eskişehir, 1998.
- Avcı, Nabi. **Enformatik Cehalet**, Rehber Yayıncılık, Ankara, 1990.
- Aziz, Aysel. **Araştırma Yöntemleri ve İletişim**, İLAD Yayınları, No: 3, Ankara, 1990.
- Bektaş, Arsev. **Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi**, Bağlam Yayıncılık, İstanbul, 1996.

Bohere, G. **Gazetecilik Mesleği**, Çeviren:Nurhan Sürat, Uluslar arası Çalışma Örgütü, Ankara, 1986.

Bülbül, A.Rıdvan. **Genel Gazetecilik Bilgileri**, İletişim Kitapları, Ankara, 2000.

_____. **Yazılı Anlatım ve Yazı Türleri**, İletişim Kitapları, Konya, 2000.

Büyük Ansiklopedi, Milliyet Yayıncılık A.Ş., İstanbul, 1990.

Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi, Milliyet Gazetecilik ve A.Ş., İstanbul, 1996.

Çelik, Nur Betül. **Televizyon, Kadın ve Şiddet**, Kiv Yayınları, Ankara, Temmuz 2000.

Çomak, Nebahat Akgün. **Türk Basınında Kadın**, İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul, 2000.

Demiray,Emine. **Atıf Yılmaz'ın Mine Bir Yudum Sevgi ve Dul Bir Kadın Filmlerinde Kadın Olgusu**, A.Ü.Yüksek Lisans Tezi, 1987.

_____. **Toplumsal Yaşamda Kadın**, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Yayınları, Yayın No: 740, Eskişehir, Aralık 2002.

Dökmen, Üstün. **İletişim Çalışmaları ve Empati**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1994.

Erdoğan, İrfan -Korkmaz Alemdar. **İletişim ve Toplum**, Ankara, 1990.

Eryılmaz,Tuğrul. **Gazeteci Kendine de Sormalı**, Birikim, Ocak 1999.

Esen, Şükran. **80'ler Türkiye'sinde Sinema**, ETAM A.Ş. Baskı Tesisleri, Mayıs 1996.

Gailbard, Philippe. **Gazetecilik**, İletişim Yayınları, İstanbul, 1991.

Gazeteci Kimdir?, Basın Konseyi Yayınları, İstanbul, 1993.

Gazetecinin El Kitabı, Türkiye Aile Sağlığı ve Planlaması Vakfı, İstanbul, 2000.

Gezgin, Suat. **Günümüzde Gazeteci Kimdir?**, İletişim, Aralık 1999.

Girgin, Atilla. **Haber Yazma Teknikleri-Haberci Adayının El Kitabı**, İnkılap Yayınları, İstanbul, 1998.

_____. **Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i**, İnkılap Kitabevi, İstanbul, 2000.

Gökçe, Orhan. **İletişim Bilimine Giriş**, Turhan Kitabevi, Ankara, 1998.

Gönensin, Okay. **Gazeteci, Demokrasi. Özgürlük ve Basın**, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, 1997.

Gürbüz, Sevim. **Kitle Haberleşmesi**, Filiz Kitabevi, İstanbul, 1981.

İlal,Ersan. **İletişim, Yıgınsal İletişim Araçları ve Toplum**, Der Yayınları, İstanbul, 1989.

İzmir Büyük Dersane, **Üniversiteye Hazırlık Türkçe-Edebiyat Bilgileri**, Eskişehir, 1990.

İzveren,Adil. **Toplumsal Törebilim**, AİTİA Yayınları, Ankara, No: 130, 1980.

Jeannerey, Jean Noel. **Başlangıçtan Günümüze Medya Tarihi**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1998.

Kaya, A.Raşit. **Kitle İletişim Sistemleri**, Teori Yayınları, Ankara, 1985.

Koloğlu,Orhan. **Basın Tarihi**, 1998 Bahar Dönemi, Yayınlanmamış Ders Notları.

_____. **Medya-Devlet-Sermaye**, Birikim, Ocak 1999.

Mattelard,Armanol ve Michele. **İletişim Kuramları Tarihi**, İletişim Yayınları, İstanbul, 1998.

Mc Luhan, Marshall. **Understanding Media-The Extensions Of Man**, Newyork, McGrawHill Book Company, 1965.

Mc Quail, Denis. **Kitle İletişim Araçlarının Etkileri-Kitle İletiminde Temel Yaklaşımlar**, Derleyen: Korkmaz Alemdar-Raşit Kaya, Ankara, 1983.

Mills, Wright. **İktidar Seçkinleri**, Çev. Ünsal Oskay, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1974.

Mutlu, Erol. **İletişim Sözlüğü**, Ark Yayınları, Üçüncü Baskı,1998.

Onaran, Alim Şerif. **Muhsin Ertuğrul'un Sineması**, Ank. Kültür Bakanlığı Yayınları, 1981.

Oral, Zeynep. **Kadın Olmak**, Milliyet Yayınları, İstanbul 1985.

Oskay, Ünsal. **Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş**, Sevinç Matbaası, Ankara, 1969.

_____. **Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri**, Der Yayınları, İstanbul, 1993.

_____. **İletişimin ABC'si**, Simavi Yayınları, İstanbul, 1992.

_____. **Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon**, A.Ü. Basımevi, Ankara, 1978.

Özgüç, Agah. **Türk Sinemasında On Kadın**, Broy Yayınları, İstanbul, 1988.

Özkırımlı, Atilla. **Çağdaş Türk Edebiyatı**, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Yayın No: 539, Eskişehir, 1993.

Özkök, Ertuğrul. **Kitlelerin Çözülüşü**, Ankara, 1985.

Perin, Cevdet. **Tarih Boyunca Düşünce ve Basın Özgürlüğü**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1974.

Saim,Hikmet. **Kadın Kendini Arıyor**, Venüs Yayınları, İstanbul, 1991.

Scheider, Wolf - Paul Josef Rave. **Gazetecinin El Kitabı**, Çeviren: Işık Aygün, Konrad Adenaver Vakfı, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi,Ankara, 2000.

Schlapp, Hermann. **Medya Uygulamaları Üzerine Çalışmalar**, "Gazeteciliğe Giriş", Mesleğe Yönelik Ders Kitabı, Çeviren Işık Aygün, Konrad Adenaver Vakfı, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, VesHalya Eyaletler Yayınevi, 4. Basım.

Talimciler,Ahmet. **Türk Spor (Futbol) Medyası**, Birikim, Ocak 1999.

Tan,Mine. **Kadının Ekonomik Yaşamı ve Eğitimi**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Genel Yayın No: 204, Ankara 1979.

Tekeli, Şirin -Meryem Koray. **Devlet-Kadın-Siyaset**, Türkiye Sosyal Ekonomik Siyasal Araştırmalar Vakfı, 1991.

_____. **Kadın Bakış Açısından 1980'ler Türkiye'sinde Kadın**, İletişim Yayınları, İstanbul, 1990.

_____. **Kadın**, Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, İletişim Yayınları, İstanbul, 1984.

Temel Britannica, Ara Yayıncılık A.Ş., İstanbul, 1992.

Tılıç, L. Doğan. **Milliyetçilik ve Yeni Sahiplik Yapısı Kıskaçında Türk Medyası**, "Bazı Ahlaki Sorunlar", Birikim, Ocak 1999, s.33.

_____. **Utaniyorum, Ama Gazeteciyim. Türkiye ve Yunanistan' da Gazetecilik**, İletişim Yayınları, İstanbul, 1998.

Timisi, Nilüfer. **Medyada Cinsiyetçilik**, T.C. Başbakanlık Kadınının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara, 1996.

Tokgöz, Oya. **Türkiye'de Kitle İletişim Araçlarında Çalışan Olarak Kadının Konumu: Kadın Yönetici Olgusu**, A.Ü.Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllığı, 1986-1987.

_____. **Temel Gazetecilik**, İmge Kitabevi, Ankara, 1994.

Tuchman, Gaye. Kaplan A.D., **Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media**, Oxford Univercity Press, New York, 1988.

Turan, Seyfettin. **Başyazı ve Yorum Yazarları**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 918, İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, No:24, Eskişehir, 1996.

Türk Basın Yayın Mevzuatı, Basın Yayın Genel Müdürlüğü, Ankara, 1977.

Türkçe Sözlük, Türk Dil Kurumu, Yayınları, Ankara, 1998.

Uslu, Zeynep Karahan. **Televizyon ve Kadın**, Alfa yayınları, İstanbul, Ocak 2000.

Usluaata, Ayseli. **Cumhuriyet Dergi**, Sayı:495, 17 Eylül 1995.

_____. **İletişim**, İletişim Yayınları, İstanbul, 1997.

_____. **Cumhuriyet Dergi**, Sayı:738, 14 Mayıs 2000.

Vural , A. Murat . **Temel Gazetecilik**, 1996-1997 Güz Dönemi, Yayınlanmamış Ders Notları.

_____. **Gazete Yazı Türleri**, 1996-1997 Bahar Dönemi, Yayınlanmamış Ders Notları.

_____. **Haber Yazma Teknikleri**, 1997-1998 Bahar Dönemi, Yayınlanmamış Ders Notları.

Walker, Martin. **Basının Gücü**, Milliyet Yayınları, İstanbul, 1999.

Yumlu, Konca. **Kitle İletişim Araştırmaları**, Neşe Yayıncılık, İzmir, 1990.

Yücedoğan, Güleda. **Türkiye'de ve Fransa'da Gazeteci Kimliği Sorunu**, İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1998.

Yüksel, Erkan -Halil İbrahim Gürcan. **Habercinin El Rehberi-Soru ve Örneklerle Haber Toplama ve Yazma Kural ve Teknikleri**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:1263, İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, No: 42, Eskişehir, 2001.

Yüksel, İbrahim. **Haber Anlayışı ve Gazete Tirajları**, 4. Boyut, İ.Ü.İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul, Nisan 1997.

Zıllıoğlu, Merih. **İletişim Nedir?**, Cem Yayınevi, İstanbul, 1993.

21. Yüzyıl İçin Toplumsal Cinsiyet Eşitliği, Kalkınma ve Barış (Pekin 15),

T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Kadın 2000, Temmuz 2000, Ankara.