



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 10 Sayı: 50 Volume: 10 Issue: 50

Haziran 2017 June 2017

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

**MEDYADA ÇOK SESLİLİĞİN KÖŞE YAZILARINDAKİ YANSIMASI: SEÇİM DÖNEMLERİNDE
TÜRKİYE ÖRNEĞİ**
**THE REPRESENTATION OF MULTI-VOCALITY IN THE COLUMNS: THE TURKISH CASE DURING THE
ELECTION TIMES**

Ekmel GEÇER*

Şerif ARSLAN**

“Büyük medyalar (özellikle, başkalarının genellikle izlemekle yetindikleri gündemi belirleyen elit medyalar), ayrıcalıklı izleyicilerini diğer işyerlerine “satan” kuruluşlardan oluşur... Bundan başka medyada yönetici konumunda bulunanlar ya da bu kesim içinde yorumcu statüsüne yükselenler aynı ayrıcalıklı elit kesime aittirler ve bu kesimin onların kendi sınıf çıkarlarını da yansıtarak ayrıcalıklı elitin algılamaları, özelemleri ve tutumlarını paylaşmaları beklenebilir (Chomsky, 2012: 12-13).

Öz

Bu çalışma; köşe yazarlarının makalelerini nasıl kaleme aldığını, seçim sürecinde bir gazetenin siyasi partilere olan tutumunun köşe yazılarında nasıl yansıtıldığını, bir köşe yazarının, gazetenin diğer köşe yazarlarıyla benzer içerikte yazılar yazıp yazmadığını, buradan hareketle köşe yazılarında tek tipleşmenin olup olmadığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Böylelikle Ortadoğu ülkeleri arasındaki “gelişmiş demokrasi” örneği olan Türkiye’de haber üretimi ve köşe yazarlığı pratiklerine dair verilere ulaşılması hedeflenmiştir.

İçerik analizi yönteminin kullanıldığı bu makalede, gazetelerin en çok okunan/görüntülenen beş köşe yazarı incelenmiştir¹. Çalışma kapsamında yukarıda bahsi geçen soruların cevaplarına ulaşmak için Akit, Birgün, Hürriyet, Ortadoğu, Özgür Gündem ve Sözcü gazetelerinin beş köşe yazarın seçimden önceki bir aylık yazıları, yoğunlaştığı konular ve siyasi parti ve liderlerine olan tutumları irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Medyada Çok Seslilik, Medya ve Siyaset, Gazetecilik, Köşe Yazarları, Köşe Yazıları.

Abstract

Having the problematic media and power relations in hand in Turkey, this study aims to look for how the columnists in specific mainstream media outlets cope with the news production problems, are they able to handle sensitive issues in a freer way, are they biased and if they can survive in this chaotic atmosphere. While doing this we will also see, based on what motives are they writing their articles, how the political approaches and their leaders are handled, is it possible to see diversification in the columns or the power-media dealings cause a visible standardisation? Lastly answering these questions the study seek to find out how the news production and op-ed/columns practises are performed in a country like Turkey which is described as an example of ‘developed democracy’ among the mid-eastern countries.

To be able to answer the research questions mentioned above, five of the most widely read/displayed columnists of the five mainstream newspapers (Akit, Birgün, Hürriyet, Ortadoğu, Özgür Gündem and Sözcü) have been investigated through content analysis method. The selection method for these newspapers based on their different political backgrounds and the columns determined by their clickthrough rate on related newspapers’ websites.

Keywords: Media, News Production, Polyphony, Sociology of News, Columns and Columnists, Politics and Media Relations.

1. Giriş

Medya ve siyaset ilişkisine dair tartışmalar literatürde etraflıca irdelenmiş, iki kavram arasındaki ilişki bir tür rekabet görünümünde ele alınmıştır (Ersan ve Çoban, 2014: 37; Avşar ve Demir, 2005: 315; İrge, 2011: 223). Rekabetin bir tarafını, dünyadaki çoğu ülkenin demokrasi ile yönetildiği düşünülürken, seçim sonuçları ile iktidara gelen siyasi otorite/ler, diğer tarafını da halkın sorunlarını dile getiren, ya da dile getirmesi beklenen, halk adına iktidarı denetleyen medya organizasyonları oluşturmaktadır. Aslında her iki organın da fikriyatla icraatlarını halk adına yaptığı varsayılmaktadır (Akdağ, 2014: 2). Aralarındaki ilişkide medya, siyaseti kendi alt sistemi haline getirmek için çaba içine girebildiği gibi, siyaset de tamamen aynı istikamette olarak medyaya hâkim olmaya çalışıyor görüntüsü vermektedir (Yurdakul, 2015).

* Yrd. Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, e-posta: ekmelgecer@sakarya.edu.tr

** Öğr. Gör., Ondokuz Mayıs Üniversitesi Samsun MYO Halkla İlişkiler ve Tanıtım Pr., e-posta: serif.arslan@omu.edu.tr

¹ En çok okunmuşluk’ internet ortamında belirlenmiştir.

Medya ve siyaset ilişkisinin mezkûr rekabeti küreselleşme ile birlikte başka bir düzlemde devam ediyor görünmektedir. Globalleşme süreciyle, farklı sektörlerdeki holding sahipleri medya sektöründe de yer almaya başlamış bu durum medya siyaset ilişkilerinin çıkar ilişkisine dönmesine yol açmıştır (Sözeri, 2015: 7).

Medya; ilk dönemlerinde halkın aydınlanmasına, bilgilenmesine, düşünmesine ve sorgulamasına yardımcı bir araç iken, küreselleşme süreci ile birlikte öz işlevini bir kenara bırakıp önceliği medya patronunun çıkar ilişkilerine yer verdiği iddia edilmiş (Sözeri, 2015: 7), sonrasında ise medyada magazinleşme ve tabloidleşme² hareketleri görülmüştür (Bek, 2004: 13).

Global ölçekte değişkenlik arz eden medya ve siyaset ilişkisi Türkiye’de kırılan bir yapıya sahip olmuştur (Uzun, 2014: 130). Zira I. Meşrutiyet’in ilanı ile başlayan basındaki demokratikleşme çabaları kısa süre sonra yerini baskı ve sansüre bırakmış, uzun bir istibdat döneminin ardından yine aynı şekilde II. Meşrutiyet’in ilanı ile gelen demokratikleşme havası da kalıcı olmamıştır. Demokrat Parti’nin iktidara gelmesiyle yaşanan basındaki özgürleşme hareketleri de yerini kısa zaman sonra baskı ve sansüre bırakmıştır (Topuz, 2015; Sözeri, 2015: 8-9). Yani bir anlamda medyada çok seslilik ve demokrasi söylemleri arttıkça baskı ve sansür uygulamalarının da arttığı görülmektedir (Cereci, 2013: 2).

Medyanın kamu denetçiliği görevini bir kenara bırakıp, halkı “müşteri” gözüyle görerek haber üretiminde farklı içeriklere yer vermesi, haber içeriğinin farklılaşması gibi sebepler halkın medyaya da farklı bir gözle bakmasına yol açmıştır. Haber içeriklerindeki bu başkalaşma gazetelerdeki köşe yazılarında da etkisini göstermekte, hemen hemen her medya grubundaki yazarların gazetenin veya medya patronunun, ideolojisine göre yazılar kaleme aldığı iddia edilmekte ve bu da köşe yazılarında farklılık yerine benzeşmeye yol açmaktadır (Dursun, 2012: 244).

Özellikle seçim dönemleri; halka, demokratik seçim haklarını daha sağlıklı kullanmaları açısından, daha farklı görüşlerin, bilgilerin ve ideolojilerin kendilerine aktarıldığı düşünülen önemli zamanlardır. Kamuoyu, bu dönemlerde, medyadan bütün siyasi grupların fikirlerinin kendilerine en doğru bir şekilde, yorum katılmadan aktarılmasını, televizyondaki tartışma programları ve gazetelerdeki köşe yazarlarından da konuları farklı perspektiflerden, ince detaylarıyla görmek ister (Tekinalp, 2008: 121; Dursun, 2015: 7). Ancak medyadaki magazinleşme, tabloidleşme gibi sorunlar köşe yazılarında da kendini göstermiş (Dursun, 2015: 6), toplumda “seçkinler” olarak kavramsallaştırılan (Açıkalin, 2010: 4) köşe yazarları, siyasal seçkinlerle ilişkilerini güçlendirmeye önem vermiştir. Bu durum da iktidar seçkinlerinin muhabirlere önem vermemesi “kolaylıkla işten atılabilen” köşe yazarlarının önem kazanmasına neden olmuştur (Yüce, 2007: 123-125). Böyle bir ortamda köşe yazarlarının kamuoyunun bu beklentisine yanıt vermesi zorlaşmış ve köşe yazarları egemen güçlerin dışındaki farklı grupların görüşlerine yer vermemiş, egemen görüşlerin ve ideolojilerin söylemlerinden bağımsız olamamış, kamusal önemi olan konular yeterince irdelenmemiş ve egemen çevreleri yeterince eleştirememişlerdir (Gürsoy ve Kotaman, 2006: 43).

Bu çalışmada aynı doğrultudan hareketle, Türkiye’deki köşe yazarlarının gazetenin ideolojisiyle benzer içerikte konuları ele alıp almadığı, köşe yazarlarının yazılarında tek tipleşme olup olmadığı irdelenmiştir. Çalışma kapsamında Türkiye’de 1 Kasım 2015 tarihinde gerçekleştirilen genel seçimlerde köşe yazarlarının siyasi partilere karşı edindikleri tutum ele alınmıştır. Bu bağlamda Yeni Akit, Birgün, Sözcü, Ortadoğu, Özgür Gündem ve Hürriyet gazetelerinin 01-31 Ekim 2015 tarihleri arasındaki yayınlardan her gazete için beşer köşe yazarı seçilmiştir³. Tarih Aralığının 01-31 Ekim 2015 olarak seçilmesinin nedeni ise seçimlere bir ay kala partilerin siyasal söylemlerinin net olarak şekillenmesi ve bu söylemlerin medyada özellikle köşe yazılarında daha fazla yer bulmasıdır.

Araştırmanın yöntem ve bulgularına geçmeden önce, çalışmanın literatür taraması bağlamında; siyaset, medya ve siyaset ilişkisi, propaganda, gündem belirleme, demokrasi -medya ilintisi ve son olarak medyadaki çok seslilik tartışmalarına kısaca değinilecektir. Böylece çalışmanın temel amacı olan, “köşe yazılarında farklılığın, çeşitliliğin yansıtılması” konusundaki analize geçmeden önce gerekli teorik arka planın verilmesi hedeflenmektedir.

2. Kuramsal Çerçeve

2.1. Siyaset Kavramı

Siyaset kavramına günümüze kadar olumlu ve olumsuz nitelikler yüklenmiştir (Taşkın, 2014: 19). Genel anlamda siyaset, insanların hayatlarını düzenlemeye yönelik genel kurallar oluşturmak, bu kuralları korumak ve gerekli olduğu zamanlarda bu kuralları değiştirme faaliyetleridir (Heywood, 2002: 3). Torjman (2005: 3-7) siyasetin bağımsız ve yönetici siyaset, yatay ve dikey siyaset, reaktif ve proaktif siyaset olmak üzere üç türü olduğunu belirtir.

² Tabloidleşme kavramı, haber içeriklerinin ve üsluplarının sansasyonelleşmesi, manipülatif ifadelerin sıklaşması ve haber toplanmasında etige aykırı yöntemlerin kullanıldığı habercilik anlayışını ifade etmektedir (Çaplı, 2002: 91).

³ Köşe Yazarları ve gazeteler için bkz. Tablo 1.

“Siyaset” Arapça kökenli bir sözcük olup at eğitimi anlamına gelmektedir. Yunan kökenli olduğu bilinmekle birlikte, Batı’dan alınan “politika” sözcüğünün Yunancada “polis” kent devletlerine verilen bir isimdir. Politika da devlete ait işler anlamını taşımaktadır (Öztamur, 2012: 4).

Siyaset kavramı, belli bir toplumdaki çatışma halinde olan çıkarların uzlaştırılması faaliyetidir. Bu uzlaştırma faaliyeti yönetim erkinin elde bulundurularak gerçekleştirilebilir. Burada da karşımıza yöneten-yönetilen ilişkisi çıkmaktadır. Yöneten-yönetilen ilişkisi de insanlar arasında hep var olan bir olgudur (Kılıçaslan, 2013: 9).

Özkan, siyaseti toplumdaki farklı sosyal sınıflar, çıkarlar ve taleplere sahip bireyler arasındaki paylaşım ve bölüşüm mücadelesi olarak tanımlamaktadır ve O’na göre siyasetin temelini, farklı çıkar ve düşünce odaklarının çekişmesinden doğan çatışma oluşturmaktadır (Özkan, 2016).

Siyaset kavramına değindikten sonra bu çalışmayla yakından ilgili propaganda kavramına değinmekte yarar vardır. Propaganda kavramı siyaset, siyasal iletişim, medya ve siyaset ilişkisi gibi konularda başat rol oynamaktadır.

2.2. Siyasal Propaganda Kuramı

İletişim ile ilgili araştırmalar özellikle I. Dünya Savaşı’nın ardından hız kazanmıştır (Kocak, 2015: 1). Bu dönemden önceki toplumbilimlerinin konusu genellikle burjuva toplumu üzerineyken, XIX. yüzyılda artan kitle hareketlerine paralel olarak iletişim alanına olan ilgi de artmıştır (Yaylagül, 2014: 15).

Propaganda kavramını Türk Dil Kurumu (TDK), “bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı vb. yollarla gerçekleştirilen çalışma, yaymaca” olarak tanımlamaktadır (Türk Dil Kurumu, 2016). Başlangıçta, herhangi bir doktrini yayma amaçlı kullanılmaktayken zamanla doktrinin kendisini ifade etmek için kullanılmıştır. Propagandanın temel işlevi, insan davranışlarını belirli bir fikir çerçevesinde güdüleme, etkileme ve yönlendirmektir (Tekinalp ve Uzun, 2009: 85). Erdoğan ve Alemdar, bu çalışmanın konusuyla yakından ilgili biçimde, propagandayı siyasal kontrol olarak tanımlamaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 55).

Siyaset bilimi üzerine çalışmaları bulunan Harold Lasswell’in geliştirdiği propaganda modeline göre siyasi iktidarlar sadece güç kullanmamakta, kitle iletişim araçları ile kamuoyu oluşturmakta ve kamuoyunu yönlendirmektedir. Bu yaklaşıma göre kitle iletişim araçları propaganda amaçlı kullanılmakta ve kamuoyu bundan etkilenmektedir. Ayrıca, kitle insanı propagandaya karşı direnecek güçte olmayıp, kitleler çobanlar tarafından yönlendirilen bir sürü olarak görülmektedir. Ekonomik, siyasal ve entelektüel seçkinler kitle iletişim araçlarını kullanarak bu insanları istediği gibi yönlendirebilmektedir (Yaylagül, 2014: 54-55).

Herman ve Chomsky de gücü elinde bulunduranların söyleminin öncülünü saptamak için “propaganda modeli” adını verdikleri bir model geliştirmişlerdir. Bu modele göre güçlüler kamuoyunun/toplumun/kitlenin neyi göreceğine, duyacağına, düşüneceğine karar verir ve düzenli olarak yaptıkları propaganda kampanyaları ile kamuoyunu yönlendirme yetkisine sahiptir. Herman ve Chomsky’nin geliştirdikleri modelle toplumdaki güç ve servet eşitsizliğinin, haberlerin süzgeçten geçirilmesi yoluyla medyada nasıl yansıdığını açıklamaya çalışır. Bu modelin öğeleri ise şu şekilde sıralanabilir:

- Hâkim kitle medyası firmalarının büyüklüğü, tekelleşmiş mülkiyeti, sahibinin serveti ve kâr yönelimi,
- Kitle medyasının temel gelir kaynağı olarak reklamcılık,
- Medyanın, hükümet, iş dünyası ve bu temel kaynakların ve gücün faillerinin finanse ettiği ve onayladığı "uzmanların sağladığı bilgilere dayanması,
- Medyayı disiplin altına alan bir araç olarak "tepki üretimi,
- Ulusal bir din ve denetim mekanizması olarak "anti-komünizm" (Herman ve Chomsky, 2012: 72)

Propaganda kavramı siyasal otoritenin/iktidarın toplum üzerinde hâkimiyetini kurmak için kullandıkları araçlardan biridir. Kendi propagandalarını halk üzerinde etkili kılabilmek için kamuoyunu “ikna” etmeleri de gerekmektedir (Güngör, 2013: 352). Medyanın gündem belirleme kuramı burada devreye girmektedir. Siyasi otorite/iktidar, medyayı kullanmakta, medya da eş zamanlı olarak olaylar ve hikâyeler üreterek bu süreçte aktif rol içine girmektedir (Terkan, 2007: 562).

2.3. Medyanın Gündem Belirleme Kuramı

İletişim çalışmaları ile ilgili geliştirilen bir diğer kuram ise medyanın gündem belirleme kuramıdır. Kuramın düşünsel temeli Walter Lipmann’ın “kamuoyu” (public opinion) adlı çalışmasına dayanmaktadır. Lipmann, insanların kendi yakın çevrelerinin dışında olup bitenleri anlayabilmeleri, dış dünyayı kendileri için daha anlamlı hale getirebilmeleri için belli anlam haritalarına ihtiyaç duyduklarını ve bunu da medyanın sağlayabileceğini düşünür (Lippman, 1998: 7-14).

Kuram, medya ve siyaset arasındaki ilişkiyi gündeme getirdikleri konu üzerinden inceleyip, birbirlerine karşı olan etkilerini ortaya koymayı amaçlar. Gündem Belirleme Kuramı, kamunun konuştuğu

ve üzerinde düşündüğü konuların medya tarafından haberlerin sunuluş şekliyle belirlendiği düşüncesi üzerine kuruludur (McCombs ve Yüksel, 2001: 153).

Bu kurama göre toplum, medyanın kurmuş olduğu gündem sayesinde bilgilenmekte ve medyanın olaylara verdikleri önem derecelerini kabul etmeye meyilli olmaktadır. Toplumda kitle iletişim araçlarının önem verdikleri konular daha çok gündemde olup, görmezden gelinen konular ise önemini kaybedecektir (Yaylagül, 2014: 77-80).

2.4. Medya ve Siyaset İlişkisi: Çatışmam mı Örtüşme mi?

Medyanın mülkiyet ve idari yapısındaki gelişmeler medyanın siyasi iktidar ve siyasi gruplarla olan ilişkilerini de etkilemektedir (Avşar ve Demir, 2005: 323). Medyanın, siyasal gündemin belirlenmesi sürecinde ve bu sürecin yönlendirilmesinde çok çeşitli roller üstlenebildiği bir gerçektir. Medya, eş zamanlı olarak olaylar ve hikâyeler üretirken, olayları haberleştirerek aktif bir rol içine girebilmektedir. Mevcut enformasyonu toplama ve yeni enformasyon aktarmanın ötesinde, hangi konuların politik gündemin bir parçası olacağını belirlemeye çalışmakta ve diğer politik aktörlerin yapabileceği gibi, gündemleri etkileyerek politika sürecinde, politik oyuncular haline gelebilmektedir (Gürbüz, 2014: 54).

Günümüzde medya siyaset ilişkilerinin çıkar ve ideolojik ilişkilerine dayandığı ve etkin tarafın siyasi elitler olduğu sıklıkla dile getirilmektedir (Floss, 2008: 3; Herman ve Chomsky, 2012: 15). Bununla birlikte demokrasi kültürünün toplumun tüm kesimlerine iyice sindirilmesinde medya organizasyonlarının rolü büyüktür. Yasama, yürütme ve yargının ardından “dördüncü güç” olarak nitelendirilen medyanın, kamuoyunun bilgilendirilmesinde ve siyasi iktidarın denetlenmesindeki başat konumu literatürde vurgulanmıştır (Türk, 2013: 56; Erdoğan, 2013: 177; Mora, 2008: 31). Ayrıca, UNESCO tarafından hazırlanan McBride Raporunda medyaya haber ve bilgi sağlama, bireylerin toplumsallaşması ve toplumsal amaçlar için motive edilmesi, toplumsal değerlerin belirginleşmesi, bireylerin iyi vakit geçirmesi, eğitim seviyelerinin yükselmesi, kültürel değerlerin korunması gibi görevler de yüklenmektedir (Özkan, 2016).

Medya ve siyaset ilişkisini şekillendiren önemli etkenlerden bir tanesi de küreselleşmedir. Küreselleşme yaşadığımız çağın bütün ilişkilerini ve bütün alışkanlıklarını etkilemiştir (Aydoğan, 2011: 1-3). Medyanın, siyasetin ve medya-siyaset ilişkisinin de bu değişimlerden etkilenmemesi mümkün değildir. Siyaset alanında gücün yoğunlaşması, savunma sistemlerine yönelik gelişmeler ve örgütlenmeler, artan diplomasi hareketleri küreselleşmenin getirdiği belli başlı yansımalarıdır (Gezgin, 2005: 4). Günümüzde medya sektöründe tekelleşme olgusu görülmekte ve medya bütün girdilerini tamamen maddiyata, ideolojiye ve çıkar ilişkilerine yani iktidara yakın olabilmeye endekslemiştir (Sözeri, 2015: 6). Bu, beraberinde medyanın gerçek görevi olan bilgi verme işlevinin bilgi saklama işlevine dönüşmesine neden olmuştur. Özellikle Türkiye’de geçmişten günümüze iktidarın elinde bulundurduğu yönetme gücüne medya patronlarının ihale, reklam gibi bir takım menfaatler için iktidarla arasını iyi tutma çabaları da eklenince, medya iktidarın elinde bir uzaktan kumanda aletine dönüşmüştür. Mahçupyan, Türk medyasının günümüzde devletin ve hükümetlerin baskısı altında olmasının yanı sıra kendi sermaye yapılarından ve ideolojik yapılarından kaynaklanan sorunlarının olduğunu belirtmektedir (Mahçupyan, 2012: 9).

Medya ve siyaset ilişkisini en çok etkileyen faktörlerin başında çıkar ilişkisi ve ideoloji gelmektedir. Arslan, medya ve siyasi elitler arasındaki ilişkinin “karşılıklılık” esasına dayandığını savunur. Bu doğrultuda medya herhangi bir siyasi partinin basın organı gibi hizmet etmekte ve desteklediği parti iktidara geldiğinde çıkar sağlama sırası medyaya gelmektedir (Arslan, 2004: 4). Medya sektörünün özellikle son 30 yılda geçirdiği mülkiyet yapısındaki değişiklikler dev kartellerin oluşmasına ve bu kartellerin yılda milyar dolarların döndüğü rantta eleştirmekten ve araştırmaktan kaçınmasına yol açmıştır (Curran, 2014: 143).

Türkiye’de medya ve siyaset ilişkisinde etkili olan bir diğer faktör de ideolojidir. Hall’a göre medyanın ideolojik olması medyanın toplumsal inşası alanında iş gördüğünü kabul etmektir ve medya, üzerinde insanların kendi dünyalarının bilincine vardıkları alanı sağlamaktadır (Hall, 2014: 91). Türkiye’de de özellikle 1980’li yıllardan itibaren yaşanan gelişmelere paralel olarak medya siyaset ilişkileri de ideoloji ekseninde dönmektedir. Grabow ve Rieck Türkiye’de siyasi partilerin herhangi bir medya organına sahip olmazken, medyanın siyasi partileri kendilerinden daha çok savunduğunu belirtmektedir (Grabow ve Rieck, 2008: 191). Ancak, medyanın kullandığı bu aşırı ideolojik sahiplenme yerini ötekileştirme ve nefret söylemine bırakmaktadır (Yılmaz, 2013).

Akdağ, medya ve siyaset arasındaki ilişkiyi ‘ortak yaşama ilişkisi’ne benzetmekte ve bu ilişkide ağırlık merkezinin siyaset olduğunu belirtmektedir (Akdağ, 2014: 2). Bu yaşama ilişkisinde medya iktidarı ve siyasi liderleri haber kaynağı olarak görmekte siyasi gruplar da aynı şekilde kendi fikir ve ideolojilerinin toplumun tüm kesimlerine aktarılmasını hedeflemektedir. Bu anlamda kuşatıcı güç iktidar ise medyanın da bu güçten bağımsız olması mümkün değildir (Arabacı, 2004: 105-108).

Siyasi otorite/iktidar gücüne güç katabilmek, otoritesini sağlayabilmek ve rakiplerini de sindirebilmek için medya yoluyla kendi söylemini benimseterek yayın politikalarını şekillendirmekte

(Günaydın, 2015) ideolojik aygıt (Althusser, 2000: 33) olarak kullandığı medya ile rıza üretimi sağlamaktadır (Çoban, 2013: 51).

Herman ve Chomsky'e göre medya rıza imalatında önemli bir rol oynamaktadır ve medya içeriği egemen sınıflar tarafından yönlendirilmektedir. Medya içeriği, kamuoyunun dikkatini esas öneme sahip haberlerden uzaklaştırıp diğer haberlere yönlendirmektedir (Herman ve Chomsky, 2012: 67).

Bu çerçeveden bakıldığında medya ve siyaset ilişkilerini en çok etkileyen dönem şüphesiz seçim dönemleridir (Sandıkçıoğlu, 2012: 5-6). Siyasi otorite ya da siyasi gruplar medyanın gündem belirleme gücünden yararlanmak istemektedir. Bu sayede halkı istediği gibi yönlendirebilmekte, gerektiği yerde gündemdeki önemli konuları medya kanalıyla önemsizmiş gibi göstererek bir anlamda kamuoyunu oyalayabilmektedir. Ayrıca, yine seçim dönemlerinde siyasi gruplar el altından yaptırarak kamuoyu araştırmalarını yine kendine yakın medya kanalları yoluyla halkı yönlendirmek için de kullanmaktadır (Güz, 2005: 160-161).

Siyaset-medya ilişkisinde medyanın gündem belirleme gücünün ayrı ve önemli bir yeri vardır. Bunu sadece seçim dönemleriyle sınırlamak ya da bu gücü sadece seçim zamanında kamuoyunu oyalama aracı olarak görmek şüphesiz eksik olur. Medyanın gündem belirleme ve yönlendirme gücü başlı başına bir çalışma konusudur ve hem Türkiye'de hem de Dünya genelinde bu konu üzerinde yapılan çok sayıda araştırma yer almaktadır. Türkiye'de medyanın özellikle darbe dönemlerinde, 28 Şubat sürecinde (Arikan, 2011: 304), Cumhuriyet Mitingleri sürecinde (Yüksel, 2016) ve Türkiye'de yaşanan birçok siyasi vakada medyanın yönlendirme ve gündem belirlemedeki etkisi sürekli olarak tartışılmaktadır. Günümüzde de iktidarın işsizlik rakamlarında ya da enflasyon oranlarında beklentinin üzerinde bir değişiklik gerçekleştiğinde suni (yapay) gündem yaratarak kamuoyunu oyaladığı görülmektedir (Yeğen, 2014: 43).

Devran; medya-siyaset ilişkilerinde seçim dönemlerinde, siyasetçinin seçmene mesajlarını iletebilmesi için medyada yer almasının zorunlu olması gerektiğini ancak medyanın, siyasetçinin mesajının formatı üzerinde belirleyici bir etki yaptığını, siyasi mesaja ve siyasetçiye eğlencelik bir boyutu varsa bunlara önem verdiğini ve kamuoyunu ilettiğini belirterek siyasetçinin mesajının kamuoyunu aktarılması için siyasetçinin mesajının medyanın istediği formatta kodlandığını ve siyasetin seyirlik bir fenomen (görüngü) ile tiyatral (gösterisel) bir mekan haline geldiğini ifade eder (Devran, 2011: 23).

Medyanın siyasal alana müdahalesiyle oluşan dönüşümleri Damlapınar şu şekilde özetlemektedir:

- Siyasal liderler giderek toplum için daha önemli hale gelmektedir.
- Kamuoyu dikkatinin yerel siyasetten çok ülke siyasetine çevrilmektedir.
- Yüz yüze siyasal seçim stratejileri önemini kaybederek seçimler bir "at yarışına" dönüşmektedir.
- Medyadaki partizanlık ve ideolojik tutum çözümsüzlüğü beraberinde getirmekte ve haber değeri anlayışı değişmektedir (Damlapınar, 2008: 200).

Damlapınar, medya ve siyaseti aynı toplumsal sistemin iki önemli aktörü olarak ve karşılıklı ilişki içinde görmektedir. O'na göre her iki aktörün geçirdiği yapısal dönüşüm, kendileriyle ve toplumla kurdukları ilişkilerin yapısını da değiştirmektedir. Medyanın siyasal alanda yaşanan gelişmeleri topluma aktarırken kullandığı söylem/ideoloji yapıları halkın siyasete olan ilgisinin artmasında veya azalmasında önemli rol oynamaktadır. Siyaset de, medya alanından söylemler yoluyla dışlandıkça toplumsal bilinçte de siyasal süreçlere karşı bir direnç mekanizması oluşturmakta ve bu durum medyanın temel işlevleri arasında olan demokratik sorumluluğunun sorgulanmasına neden olmaktadır (Damlapınar, 2005: IX-XI).

3. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmada 1 Kasım 2015 milletvekili seçimlerinin köşe yazarları tarafından nasıl görüldüğü, köşe yazarlarının hangi partiye ve parti liderlerine nasıl yer verdiği, yazılarında en çok hangi konular üzerinde durduğu incelenmiştir. Çalışma; medya ve siyaset ilişkisinin sadece gazetelerin manşet ve sürmanşetlerle şekillenmediği, buna ek olarak köşe yazıları aracılığı ile de gazetenin ideolojik tutumunun devam ettirildiği varsayımından hareketle ele alınarak, gazetelerdeki köşe yazılarının nasıl bir tutumla yazıldıklarını tespit etmeyi amaçlamaktadır.

Bu anlamda çalışma, Türkiye'de köşe yazarlarındaki çok/tek sesliliğin, mevcut medya ve siyaset ilişkisinin daha iyi anlaşılması, irdelenmesi ve sorgulanması bakımından önem taşımaktadır. Ayrıca haber kaynakları olmaları açısından siyasilerin köşe yazılarında temsil edilmesi; haberci olmaları açısından köşe yazarları ve haber kaynakları arasındaki ilişki gibi haber sosyolojisi konuları açısından da çalışma önem arz etmektedir.

4. Yöntem ve Veri Toplama

4.1. Yöntem

1 Kasım 2015 milletvekili seçimlerinden bir (1) ay önceki köşe yazılarının çözümlendiği edildiği bu çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, sözel ve yazılı bilgilerin belirli bir amaç bakımından sınıflandırılması, özetlenmesi, belirli kavram veya değişkenlerin ölçülmesi ve anlam çıkarılması için ön çalışma yaparak kategorilere ayrılmasıdır (Robson, 2015: 430). Bu yöntem, metindeki değişkenleri

ölçmek amacıyla, sistematik olarak uygulanan, tarafsız ve aynı zamanda sayısal analiz yöntemidir. İçerik analizinde temel amaç, elde edilen verileri açıklayabilecek kavram ve bilgilere ulaşmaktır (Demirtaş ve Özgüven, 2012: 244). Bu bakımdan içerik analizi teknikleri, bir söylemi anlamada ve yorumlamada öznel etkenlerden kurtulmayı sağlama amacını da taşımaktadır (Bilgin, 2006: 1).

4.2. Veri Toplama ve Kodlama Cetvelinin Oluşturulması

Bu çalışmada, içerik analizi metoduyla aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- Türkiye’de yapılan 1 Kasım 2015 seçimlerinde, köşe yazarlarının hangi partiyi hangi noktalarla değerlendirmektedir?
- Seçimlerden bir ay önceki süreçte, siyasi partilerin ve liderlerin köşe yazılarında temsil biçimi nasıl olmuştur?
- Siyasal parti ve liderler ilgili köşe yazılarında eşit derecede yer almış mıdır?
- Gazetelerin belirli ideolojik eğilimlere sahip olduğu varsayımıyla, köşe yazarları, bu ideolojik tutumu dikkate almış mıdır?

Çalışma kapsamında Akit, Birgün, Hürriyet, Ortadoğu, Özgür Gündem ve Sözcü Gazeteleri örneklem olarak seçilmiştir. Bu gazetelerin tercih edilmesinin nedeni farklı ideolojilere sahip olmasıdır. Buna göre Yeni Akit gazetesi dini yaklaşımı, Hürriyet gazetesi merkezçiliği (Duruoğlu, 2003: 40), Sözcü gazetesi sol/Kemalist görüşü (Yaylagül ve Çiçek: 2012: 8), Birgün gazetesi radikal solu, Ortadoğu radikal sağ görüşü, Özgür Gündem gazetesi de sosyalist-Kürt yaklaşımı temsil etmektedir. Köşe yazarlarının seçilmesindeki kriter ise yazılarının internet ortamında en çok okunması olmuştur. Böylelikle her gazetenin internet sitesinde 01-31 Ekim 2015 tarihleri arasında yayınlanan beşer köşe yazarının bir aylık yazıları incelenmiştir. Buna göre çalışma kapsamında gazetelerden seçilen köşe yazarları şu şekildedir:

Tablo 1: Analiz Edilen Köşe Yazarları

Yeni Akit Gazetesi	Birgün Gazetesi	Hürriyet Gazetesi	Ortadoğu Gazetesi	Özgür Gündem Gazetesi	Sözcü Gazetesi
Abdurrahman Dilipak	Ali Murat İrat	Ahmet Hakan	Yıldıray Çiçek	Besê Hozat	Emin Çölaşan
Ali Karahasanoğlu	Bülent Usta	Ertuğrul Özkök	Şükrü Almaçık	A. Hicri İzgüven	Uğur Dündar
Hasan Karakaya	Uğur Kutay	Taha Akyol	İsmail Özdemir	Mustafa Yalçınar	Yılmaz Özdil
Ahmet Varol	Mustafa K. Erdemol	Mehmet Y. Yılmaz	Fikri Atılbaz	Hüseyin Aykol	Bekir Coşkun
Hacı Yakışıklı	Kadir Cangızbay	İsmet Berkan	Orhan Karataş	Alp Altınörs	Rahmi Turan

Makalede analiz edilen köşe yazıları için kodlama cetveli oluşturulmuştur. Kodlama cetvelinde sekiz ana kategori belirlenmiş, her köşe yazısı okundukça alt başlıklar oluşturulmuştur. Köşe yazılarında değinilen konular bu kategorilerin altına bir birim olarak kodlanmıştır. İlgili kategoriye girmeyen konular ise “diğer” kategorisinde kodlanmıştır⁴.

Şüphesiz değerlendirme esnasında ve bulgular yorumlanırken sadece içerik analizi yönteminden faydalanılmamıştır. Aksine detaylı bir okuma sonrasında, köşe yazarlarının ilgili buldukları gazeteye ideolojik yakınlıklarını ve çok sesliliğe katkı sunup sunmadıklarını ölçümleyebilmek ve daha anlamlı verilere ulaşmak adına, söylem analizine ve tematik analize de başvurulmuştur.

Tablo 2: Kodlama Cetveli Ana Kategorileri

Ana Kategoriler	Siyasi Partilerin Temsil Biçimi, Siyasal Aktörler, Aktörlerin Görünümü, Aktörlerin Ele Alınış Biçimi
-----------------	--

5. Bulgular ve Yorum

5.1. Köşe Yazarları ve Siyasal Partiler

Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere (tablo 3) iktidar partisi (Adalet ve Kalkınma Partisi/AK Parti/AKP) gazetelerde farklı biçimlerde temsil edilmiştir. Köşe yazarları, partiyi, genellikle AKP, iktidar ve hükümet olarak nitelendirmektedir. “AKP” ve “AK Parti” söylem olarak aynı gibi görünse de gazetelerin ideolojilerine göre söylem biçimleri farklılaşmaktadır. Gazete bazlı değerlendirilirse, Akit gazetesi AKP’yi % 13,9 Türkiye sevdalısı, & demokrat, %9,8 en başarılı gibi olumlu olarak nitelerken, hemen hemen tüm diğer

⁴ Söz konusu kodlama cetvelinin tümünün bir makalede verilmesinin olanak dışı olduğu açıktır. Bu nedenle isteyen okuyucular, kodlama cetveli için serifarslan64@gmail.com adresiyle iletişim kurabilirler.

gazete ve köşe yazarları AKP'yi Laiklik ve Atatürk Karşısı, faşist, baskıcı, otoriter, diktatör, lider merkezli, demokrasi karşıtı gibi olumsuz nitelendirmektedir. Özellikle Sözcü gazetesi yazarlarının AKP'yi nitelendirirken Atatürk ve % Laiklik karşıtı (% 8,8) ve PKK yanlısı (% 5,2) gibi söylemler kullandığı dikkat çekmektedir. İktidara muhalif olarak da değerlendirebileceğimiz bu beş gazetenin (Birgün, Sözcü, Hürriyet, Ortadoğu ve Özgür Gündem) AKP'yi özellikle medya kuruluşlarına yönelik uyguladığı politikalarda eleştirmektedir. Ayrıca Birgün gazetesi yazarları makalelerinde AKP'yi ağırlıklı olarak "baskıcı (%17)" diye nitelendirmektedir. Yazar bazında ise yazarların genellikle birbirleri ile çatıştığı görülmüştür. Örneğin, Akit Gazetesi'nden Abdurrahman Dilipak ve Hasan Karakaya ile Hürriyet Gazetesi'nden Ahmet Hakan ve Ertuğrul Özkök, Sözcü Gazetesi'nden de Uğur Dündar, Emin Çölaşan arasında tartışma olduğu görülmektedir. Abdurrahman Dilipak ve Hasan Karakaya AKP'yi genellikle öven makaleler kaleme alırken Ahmet Hakan, Ertuğrul Özkök, Emin Çölaşan, Uğur Dündar, Yılmaz Özdil gibi yazarlar AKP'yi eleştirel ele almaktadır. Bahsi geçen yazarların AKP'yi daha çok lider merkezli, Tek parti iktidarı, demokrasi karşıtı gibi söylemlerle eleştirmektedir (tablo 3).

Tablo 3: AKP'nin Köşe Yazılarında Temsil Biçimi

Gazeteler	Adalet ve Kalkınma Partisi'nin Köşe Yazılarındaki Temsili									
	AKP	İktidar	Hükümet	Otoriter	Baskıcı	AK Parti	Lider Merkezli	Faşist	Diğer	Toplam
Akit Gazetesi	81	65	83	0	0	136	0	0	55	584
	%13,9	%11,1	%14,2	0,0%	0,0%	%23,3	0,0%	0,0%	%9,4	%15,9
Birgün Gazetesi	16	10	3	0	19	0	0	9	31	112
	%14,3	%8,9	%2,7	0,0%	%17,0	0,0%	%0	%8,0	%27,7	%3,1
Hürriyet Gazetesi	208	101	100	13	22	116	28	0	94	768
	%27,1	%13,2	%13,0	%1,7	%2,9	%15,1	%3,6	0,0%	%12,2	%20,9
Ortadoğu Gazetesi	700	231	85	5	25	20	35	0	52	1358
	%51,5	%17,0	%6,3	%0,4	%1,8	%1,5	%2,6	0,0%	%3,8	%37,0
Özgür Gündem	107	33	10	3	36	0	0	27	56	323
	%33,1	%10,2	%3,1	%0,9	%11,1	0,0%	0,0%	%8,4	%17,3	%8,8
Sözcü Gazetesi	148	102	21	0	30	11	10	4	57	521
	%28,4	%19,6	%4,0	0,0%	%5,8	%2,1	%1,9	%0,8	10,9%	%14,2

Yazarların CHP'yi temsil biçimine bakıldığında yine büyük oranda Cumhuriyet Halk Partisi'nin kısaltması olan "CHP" şeklinde isimlendirdiği görülmektedir. Akit Gazetesi yazarları CHP'yi Kemalist (%38,8), laik (%8,3), ana muhalefet (%8,7) ve Kürtçü (%3,1) gibi ifadelerle nitelendirmektedir. Sözcü gazetesi yazarları ise CHP'yi solcu (%11,5), demokrat (%3,4), en başarılı parti (%7,7), laik (%13,0), Kemalist (%19,4), birleştirici (%0,6) gibi ifadelerle nitelendirmiştir. Birgün ve Özgür Gündem gazetelerini yazarları belirtilen tarih aralığında CHP ile ilgili herhangi bir değerlendirmede bulunmamıştır. Hürriyet gazetesi yazarları da CHP'yi Kemalist (%11,3), laik (%11,7), ana muhalefet (%11,7) şeklinde ve "ılımlı" olarak nitelendirmiştir. Ortadoğu gazetesi yazarları CHP'yi ağırlıklı olarak Kemalist (%4,5) ve laik (%1,6) şeklinde ifade etmişlerdir. Yazar bazında bakıldığında ise Akit Gazetesi'nden Abdurrahman Dilipak, Hasan Karaya ve Ahmet Varol CHP'yi koalisyon sürecindeki tutumu ve ülkede meydana gelen olaylardaki söylemlerinden ötürü eleştirmektedir. Hürriyet Gazetesi yazarlarının hemen hemen hepsi yazılarında CHP'yi övüp, seçimlere hazır parti olarak görmektedir. Yine aynı şekilde Sözcü Gazetesi yazarlarının da hemen hemen hepsi CHP'yi olumlu olarak ele almaktadır. Ortadoğu Gazetesi yazarlarının ise CHP'yi koalisyon görüşmelerindeki söylem ve tutumlarından dolayı eleştirmektedir. Ayrıca, İsmail Özdemir ve Fikri Atılbaz PKK yanlısı olarak nitelendirmiştir (tablo 4).

Tablo 4: CHP'nin Köşe Yazılarında Temsil Biçimi

Gazeteler	Cumhuriyet Halk Partisi Temsil						Diğer	Toplam
	CHP	Solcu	Laik	Kemalist/Atatürkçü	Ana Muhalefet			
Akit Gazetesi	164	61	35	32	37	55	423	
	%38,8	%14,4	%8,3	%7,6	%8,7	%13,0	%30,2	
Hürriyet Gazetesi	68	18	31	30	31	80	265	
	%25,7	%6,8	%11,7	%11,3	%11,7	%30,2	%18,9	
Ortadoğu Gazetesi	125	12	4	11	0	66	245	
	%51,0	%4,9	%1,6	%4,5	0,0%	%26,9	%17,5	
Sözcü Gazetesi	49	54	61	91	0	50	469	
	%10,4	%11,5	%13,0	%19,4	%0	%10,7	%33,5	

MHP'nin temsil biçimine bakıldığında ise milliyetçi olarak nitelendirildiği görülmektedir. Ortadoğu gazetesi yazarları MHP için ilkesel (%8,8), otoriter (%4,4), milliyetçi (%7,5), demokrat (%2,9), Türkiye sevdalısı (%6,0), en başarılı parti (%4,0) gibi kavramlar kullanmıştır. Akit gazetesi yazarları MHP'yi muhafazakâr (%3,7) ve milliyetçi (%12,5) gibi ifade etmenin yanı sıra koalisyon görüşmelerindeki tutumundan dolayı "hayırcı (%18,9)" olarak da eleştirmişlerdir. Birgün ve Özgür Gündem Gazeteleri de

CHP'nin yanı sıra MHP ile ilgili de herhangi bir değerlendirmede bulunmamışlardır. Sözcü Gazetesi yazarları MHP'yi milliyetçi (%22,5), Kemalist (%5,4) ve muhafazakâr (%4,5); Hürriyet gazetesi yazarları da buna ek olarak MHP'yi muhalif (%6,6) olarak tanımlamaktadır (tablo 5).

Tablo 5: MHP'nin Köşe Yazılarında Temsil Biçimi

Gazeteler	Milliyetçi Hareket Partisi Temsil							Toplam
	MHP	Milliyetçi	Kemalist	İlkesel	Otoriter	Hayırcı	Diğer	
Akit Gazetesi	128	37	8	0	0	56	52	297
	%43,1	%12,5	%2,7	0,0%	0,0%	%18,9	%17,5	%17,5
Hürriyet Gazetesi	67	18	2	0	0	0	53	166
	%40,4	%10,8	%1,2	0,0%	0,0%	%0,0	%31,9	%9,8
Ortadoğu Gazetesi	487	85	38	99	50	0	73	1126
	%43,3	%7,5	%3,4	%8,8	%4,4	%0,0	%6,5	%66,2
Sözcü Gazetesi	27	25	6	0	0	0	48	111
	%41,7	%22,5	%5,4	%0,0	%0,0	%0,0	%43,2	%6,5

HDP'nin temsil biçiminde ise köşe yazarlarının ideolojik tutumunun öne çıktığı görülmektedir. Akit Gazetesi yazarları HDP'yi PKK savunucusu (%29,7), Marksist (%0,3), faşist (%0,7), komünist (%2,4), radikal sol (%1,0) ve marjinal (%1,4) gibi yadsılı sıfatlarla anlatırken, Birgün Gazetesi yazarları HDP ile ilgili de herhangi bir değerlendirmede bulunmamışlardır. Ortadoğu Gazetesi yazarları ise HDP'yi terörist (%36,8), Türkiye düşmanı (%7,9), bebek katili (%5,9), PKK savunucusu (%4,3), bölücü (%6,9) ve militan (%1,6) gibi ifadelerle anlatmışlardır. Hürriyet gazetesi yazarları HDP'yi Türkiye partisi (%14,5), umut veren (%17,0) ve marjinal (%9,9) gibi daha çok olumlu ifadelerle anlatırken, Özgür Gündem de bunlara ek olarak birleştirici (%7,5), eşitlikçi (%5,3), özgürlükçü (%9,8), radikal demokrat (%1,5) gibi olumlu belirteçler kullanmışlardır. Sözcü Gazetesinin HDP ile ilgili değerlendirmeleri ise yorumlanamayacak kadar azdır. Sadece partinin kısaltması olan HDP kullanılırken, Emin Çölaşan partiyi komünist (%11,1), Rahmi Turan da PKK savunucusu (%14,3) olarak nitelendirmiştir. Uğur Dündar ve Bekir Coşkun'un HDP ile ilgili herhangi bir değerlendirmesi söz konusu değildir (tablo 6).

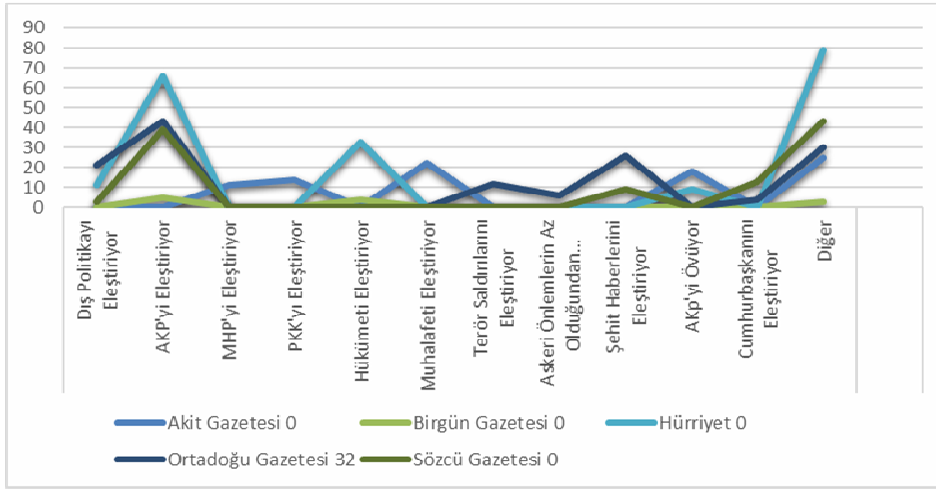
Tablo 6: HDP'nin Köşe Yazılarında Temsil Biçimi

Gazeteler	Halkların Demokrat Partisi Temsil								
	Terörist	Bebek Katili	HDP	PKK Savunucusu	Türkiye partisi	Umut Veren	Marjinal	Diğer	Toplam
Akit Gazetesi	0	0	283	171	4	0	8	62	575
	%0,0	%0,0	%49,2	%29,7	%0,7	%0,0	%1,4	%10,8	%30,2
Birgün Gazetesi	0	0	6	0	2	0	0	5	23
	%0,0	%0,0	%26,1	%0,0	%8,7	%0,0	%0,0	%21,7	%1,2
Hürriyet Gazetesi	0	0	62	0	41	48	28	88	282
	%0,0	%0,0	%22,0	%0,0	%14,5	%17,0	%9,9	%31,2	%14,8
Ortadoğu Gazetesi	257	41	131	30	0	0	0	117	698
	%36,8	%5,9	%18,8	%4,3	%0,0	%0,0	%0,0	%16,8	%36,6
Özgür Gündem Gazetesi	0	0	60	0	31	30	0	43	265
	0,0%	0,0%	%22,6	%0,0	%11,7	%11,3	%0,0	%16,2	%13,9
Sözcü Gazetesi	12	0	24	3	0	0	0	20	63
	%19,0	%0,0	%38,1	%4,8	%0	%0,0	%0,0	%31,7	%3,3

5.2. Siyasal Aktörlerin Köşe Yazılarında Görünümleri

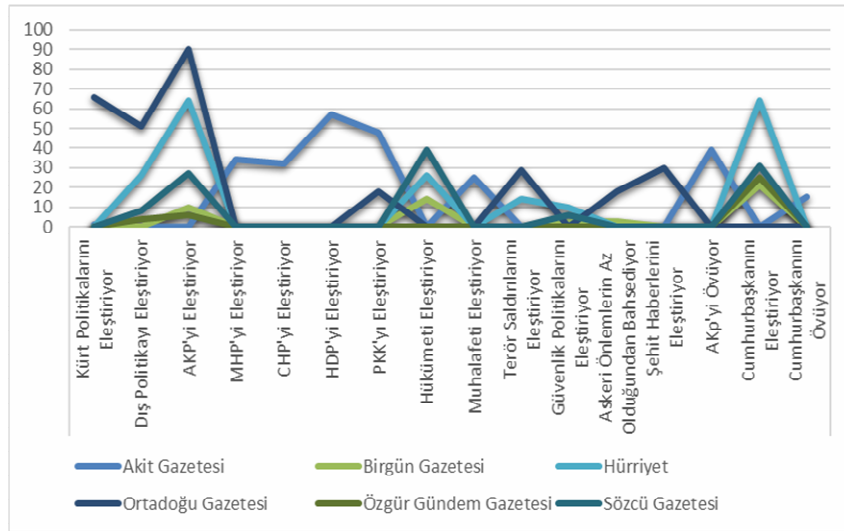
Çalışma kapsamında ele alınan son kategori aktörlerin, görünümleri ve ele alınış biçimleridir. Bu kategori de hangi gazetenin hangi aktörü nasıl ele aldıklarının tespit edilmesi bakımından önem arz etmektedir. Köşe yazarlarının en çok değindiği siyasi aktör Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Başbakan Ahmet Davutoğlu'dur.

Grafik 1: Ahmet Davutoğlu'nun Gazetelere Göre Ele Alınış Biçimi



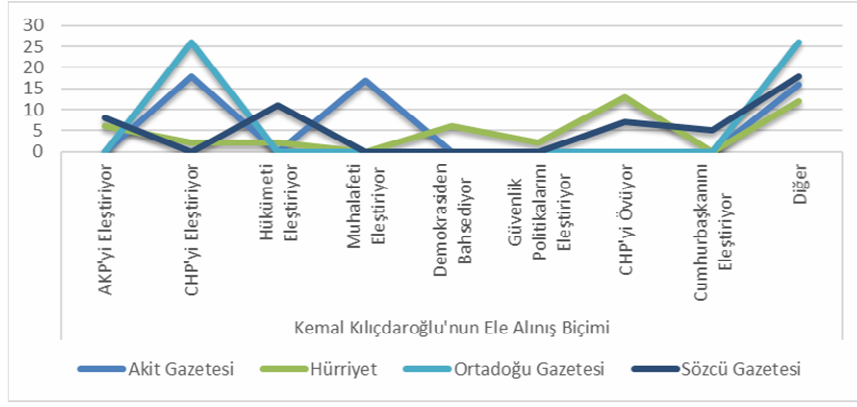
Ahmet Davutoğlu'nun gazetelere göre ele alınış biçimi grafik 7'de gösterilmektedir. Buna göre Ahmet Davutoğlu'nu Akit gazetesi yazarları 118 (%17,8) defa ele almışlardır. Akit gazetesi yazarı Hasan Karakaya Ahmet Davutoğlu'nun sözlerini 31 defa (%15,9) alıntılanmıştır. Akit gazetesi yazarları Ahmet Davutoğlu'nu daha çok AKP ve hükümeti överek, muhalefeti eleştirerek ele almışlardır (grafik 1 ve tablo 7).

Grafik 2: Recep Tayyip Erdoğan'ın Gazetelere Göre Ele Alınış Biçimi



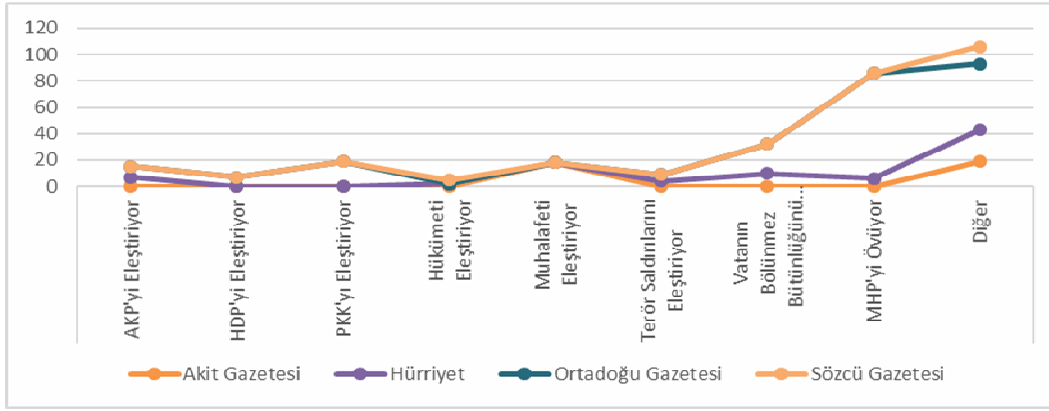
Yazarların en çok ele aldıkları aktör Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'dır. Cumhurbaşkanı'nı toplamda 279 defa (%26,9) ele alan yazarlar, bunların çoğunda cumhurbaşkanı haricinde bir aktörden bahsetmemişlerdir. Yine Hasan Karakaya 66 defa (% 25,1) ile Cumhurbaşkanı'nı en çok alıntı yapan yazardır. Yazarlar Cumhurbaşkanı'nı genel olarak Cumhurbaşkanı'nı överek, muhalefeti ve PKK'yı eleştirerek ele almışlardır (grafik 2 ve tablo 7).

Grafik 3: Kemal Kılıçdaroğlu'nun Gazetelere Göre Ele Alınış Biçimi



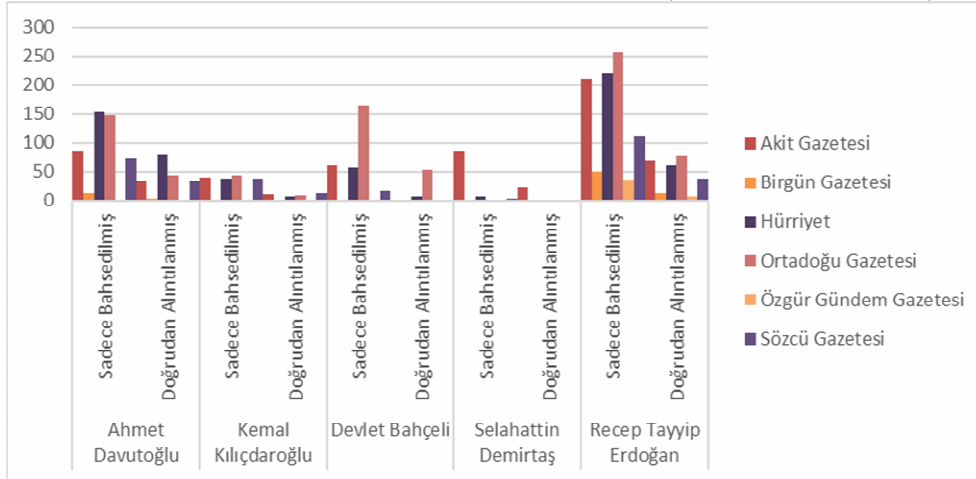
Akit gazetesi yazarları muhalefet liderleri Kemal Kılıçdaroğlu ve Devlet Bahçeli'ye de sıklıkla değinmişlerdir. Kemal Kılıçdaroğlu'nu 51 (% 26,2) ve Devlet Bahçeli'yi 61 (% 16,9) defa konu etmişlerdir. Yazarlar muhalif aktörleri daha çok eleştirel tarzda ele almışlardır. Yazarlar Esad, Obama, Putin, Merkel gibi uluslararası aktörlerden de bir yargıya varılmayacak biçimde bahsetmişlerdir (grafik 4 tablo 7).

Grafik 4: Devlet Bahçeli'nin Gazetelere Göre Ele Alınış Biçimi



Birgün gazetesi yazarları, diğer gazetelerden farklı olarak daha çok Esad, Obama, Putin, Merkel gibi uluslararası aktörleri makalelerinde işlemişlerdir. Ancak bu işleyiş yargısız biçimde olmuştur. Bunun dışında daha çok Ahmet Davutoğlu'na yer vermişlerdir. Hükümeti ve AKP'yi eleştirel tarzda ele almışlardır (grafik 1, tablo 7).

Grafik 5: Aktörlerin Köşe Yazarların Makalelerinde Görünümü (Bahsedilme ve Alıntılanma)

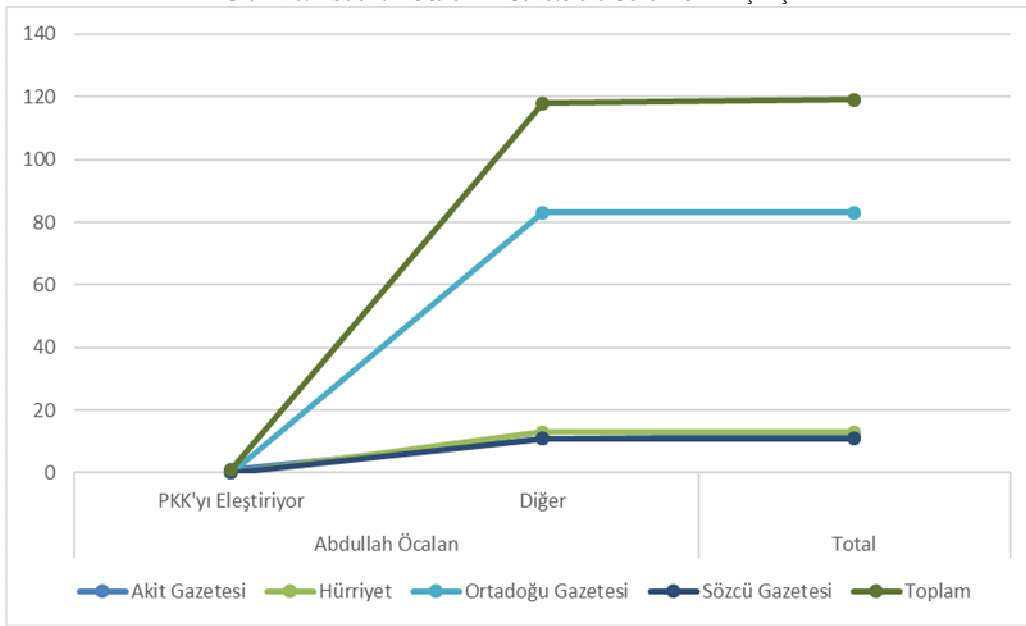


Hürriyet gazetesi yazarları köşelerinde hemen hemen her aktöre referans vermiş görünmektedirler. Yazarların en çok ele aldığı aktör Ahmet Davutoğlu ve Recep Tayyip Erdoğan'dır. Toplamda 134 defa (%35,2) ele alınan Ahmet Davutoğlu 81 (%41,5) defa alıntı yapılmıştır. Yazarlar Ahmet Davutoğlu'nu daha çok AKP'yi ve hükümeti eleştirerek, hükümetin dış politika ve seçim bildirelerini eleştirerek ele almışlardır. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ı toplamda 280 (%26,7) ele alan yazarlar 60 (22,8) defa Erdoğan'ı alıntı yapmışlardır. Yazarlar Erdoğan'ı ve hükümeti eleştirel tarzda ele almışlardır. Hürriyet gazetesi

yazarları muhalif liderlerden daha çok Kemal Kılıçdaroğlu ve Devlet Bahçeli'den bahsetmişlerdir. Kemal Kılıçdaroğlu'dan 60 (% 22), Devlet Bahçeli'den ise 64 (17,8) defa bahsetmişlerdir. Yazarlar muhalif liderlerin söylemlerine hükümeti ve Cumhurbaşkanı'nı eleştirerek yer vermişlerdir. Hürriyet gazetesi yazarları ayrıca Merkel, Esad, Obama, Putin gibi uluslararası aktörlere de sıkça yer vermişlerdir. Yazarlar, uluslararası aktörlerden sadece bahsetmişlerdir(Grafik 5, Tablo 7).

Ortadoğu gazetesi yazarları Cumhurbaşkanı'ndan 336 (%26,1) defa bahsetmişlerdir. Cumhurbaşkanı'ndan en çok bahseden ve alıntı yapan Ortadoğu gazetesi yazarı Orhan Karataş'tır (100 defa bahsetmiş, 31 alıntı). Ortadoğu gazetesi yazarları Cumhurbaşkanı'nı eleştirel tarzda ele almışlardır. Yazarların iktidar mensuplarından en çok bahsettiği aktör Ahmet Davutoğlu'dur. Davutoğlu'nu 197 defa (%28,6) ele almışlar, 35 defa (% 22,1) alıntı yapmışlardır. Davutoğlu'ndan en çok bahseden ve alıntı yapan Ortadoğu köşe yazarı (toplamda 96 defa ele almış, 22 alıntı) Yıldırım Çiçek'tir. Yazarlar Ahmet Davutoğlu'nu Kürt Politikalarını, Çözüm sürecini, seçim beyannamesi ve vaatleri, terörle mücadele konusunda eleştirerek ele almışlardır. Yazarlar Muhalif liderlerden daha çok Devlet Bahçeli'den bahsetmişlerdir. Devlet Bahçeli'nin söylemlerini öne çıkaran yazarlar, Recep Tayyip Erdoğan, Ahmet Davutoğlu, Kemal Kılıçdaroğlu gibi aktörleri daha çok eleştirel ele almışlardır. Yazarlar ayrıca, uluslararası aktörlerden de sadece bahsetmişler bu aktörleri herhangi bir bağlamda ele almamışlardır (grafik 1, grafik 2, grafik 3, grafik 4, grafik 5, tablo 7).

Grafik 6: Abdullah Öcalan'ın Gazetelere Göre Ele Alınış Biçimi



Özgür Gündem gazetesi yazarları en çok Cumhurbaşkanı ve Uluslararası aktörlere değinmişlerdir. Cumhurbaşkanı'nı söylemlerinden dolayı eleştiren yazarlar uluslararası aktörlerden de sadece bahsetmişlerdir (grafik 2, tablo 7).

Son olarak Sözcü gazetesi yazarları da en çok Cumhurbaşkanı ve Ahmet Davutoğlu'nu ele almışlardır. Diğer muhalif yazarlar gibi Sözcü gazetesi yazarları da Cumhurbaşkanı ve Ahmet Davutoğlu'nu eleştirel biçimde ele almışlardır. Yazarlar Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'dan genelde alıntı yapmazken Erdoğan'ı en çok ele alan köşe yazarı 42 defa ile Yılmaz Özdil'dir. Yazarlar Ahmet Davutoğlu'ndan toplamda 107 (%16,1) defa bahsetmiş ve bunların 34'ü (&17,6) Davutoğlu'nun alıntılarıdır. Yazarlar muhalif liderleri toplamda 74 (%13,2) defa bahsederken bunların 49'u (25,1) Kemal Kılıçdaroğlu'na, 16'sı (%4,9) Devlet Bahçeli'ye aittir. Yazarlar Devlet Bahçeli'den alıntı kullanmazken Kemal Kılıçdaroğlu'ndan 12 (%32,1) defa alıntı kullanmışlardır. Yazarlar muhalif aktörleri daha çok hükümeti eleştiren söylemler içerisinde, muhalif aktörleri överek ele almışlardır. Yazarlar ayrıca uluslararası aktörleri de sadece bahsederek ele almışlardır(grafik 1, grafik 2, grafik 3, grafik 4, grafik 5, tablo 7).

Tablo 7: Aktörler ve Görünümleri

Yazarlar	Aktörler ve Görünümleri ⁵
----------	--------------------------------------

⁵ Aktörler ve Görünümleri tablosu çok büyük olduğu için bu şekilde gruplandırılmıştır.

	Cumhurbaşkanı	İktidar Aktörleri ⁶	Muhafif Liderler ⁷	Militarist Aktörler ⁸	Uluslararası Aktörler ⁹	Eski Siyasi Aktörler ¹⁰	Diğer ¹¹
Akit Gazetesi Yazarları	279 % 26,9	169 %16,3	249 % 24,0	24 % 2,3	121 % 11,7	5 % 0,5	190 % 18,3
Birgün Gazetesi Yazarları	62 % 31,8	17 % 8,7	0 % 0	0 %0	29 % 14,9	0 % 0	87 % 44,6
Hürriyet Gazetesi Yazarları	280 % 26,7	297 % 28,3	116 % 11,0	37 % 3,5	92 % 8,8	44 % 4,2	184 % 17,5
Ortadoğu Gazetesi Yazarları	336 % 26,1	214 % 16,6	254 % 19,8	145 % 11,3	105 % 8,2	11 % 0,9	221 % 17,2
Özgür Gündem Gazetesi Yazarları	42 % 24,9	0 % 0	0 % 0	0 % 0	23 % 13,6	0 % 0	104 % 61,5
Sözcü Gazetesi Yazarları	148 % 20,9	116 % 16,4	74 % 10,5	13 % 1,8	108 % 15,3	88 % 12,4	160 % 22,6

Sonuç

Medya; günümüzün en önemli “kültürel üretim” araçlarından biridir (Özkök, 1982: s.191). Ne var ki, medyanın ekonomi-politiği bağlamında değerlendirilecek konular çerçevesinden bakılıp ihalelerden ve reklam, ilan vb. unsurlardan yılda alınan gelirin milyar dolarlarla olduğu düşünüldüğünde medyanın gerçek anlamda “kamu gözcülüğü” görevini yerine getirmesi tartışmalı hale gelecektir (Özkan, 2016).

Medya; yöneten ve yönetilenler arasında arabuluculuğuyla ve siyasi fikirlerin oluşmasına ve bu kararların alınmasında yol gösterici bir arena olarak kamuoyuna katkıda bulunmaktadır. Ancak kitle iletişim araçlarının bunu yapabilmesi için, marjinal grupların da sesini duyurmalı, onların sorunlarına da gazetelerinde yer vermelidir. Çünkü ideolojik tutum ve önyargılardan arınmış medya, demokrasinin daha iyi bir zeminde yürümesi ve her türlü konunun tartışılıp çözümlerin üretilmesinde de başat rol oynayacaktır (Coronel, 2016). Toplumsal olarak hassas meseleler dâhil olmak üzere, kitle iletişim araçlarının her konuyu açık ve baskılardan arınmış bir biçimde konuşmasında, haber üretiminin yanında, köşe yazarlarının da ya da diğer bir ifadeyle fikir insanlarının da payı büyüktür.

Söz konusu özgürlükler bağlamında, elinizdeki makale medyadaki çok sesliliğin köşe yazarları yoluyla temsili açısından önem arz etmektedir. Çalışma kapsamında 01 Ekim - 31 Ekim 2015 tarihleri arasında ele alınan altı (6) gazetenin köşe yazarlarının, makalelerinde, ideolojik sınırları çok da aşmadıkları gözlemlenmiş, kendileri ile ilgili daha önce yapılan fikrinsel kategorilerle (sol, sağ, muhafazakâr, milliyetçi, siyasi ilinti vd.) örtüşen yaklaşım biçimleri olduğu sonucu çıkarılmıştır. Ayrıca, çalışmada, yazarların, gazetenin ideolojisine göre belirli konulara ve belirli aktörlere daha çok ve daha anlamlı bir şekilde yer verdiği tespit edilmiş; böylece Ortadoğu ülkelerindeki gazetecilik ve köşe yazarlığı pratikleriyle benzerlik (Amanat, 2006: 31-32) arz ettiği gözlemlenmiştir (tablo 7 ve tablo 8).

Araştırma sonucunda ayrıca, yazarların makalelerinde sadece belirli politik aktörler üzerinde durduğu, iktidara yakın olarak bilinen Akit Gazetesi'nin genelde Recep Tayyip Erdoğan ve “iktidar üyeleri”ni daha çok ve olumlu; muhalif gazeteleri olarak değerlendirebileceğimiz diğer gazeteler ise “muhalif liderleri” daha fazla ön plana çıkararak olumlu şekilde ele aldığı tespit edilmiştir. Ayrıca, gazetenin ideolojisi köşe yazarlarının siyasi partilerin temsil edilme durumunu ve bu temsilde kullanılan söylem biçimlerini etkilemiştir. Örneğin, Birgün ve Özgür Gündem Gazetesi gibi iktidara muhalif olan gazetelerde Adalet ve Kalkınma Partisi; “faşist, baskıcı, lider merkezli” gibi ele alınırken Akit Gazetesi'nde ise “demokrat, özgürlükçü, Türkiye sevdalısı” gibi söylemler kullanılmıştır (tablo 3, 4, 5, 6).

Ayrıca yapılan analizler şu sonuçları ulaştırmamızı sağlamıştır:

⁶ Ahmet Davutoğlu, Abdullah Gül, Bülent Arınç, Numan Kurtulmuş, Bekir Bozdağ, Melih Gökçek, Kadir Topbaş, Tuğrul Türkeş.

⁷ Kemal Kılıçdaroğlu, Devlet Bahçeli, Selahattin Demirtaş, Figen Yüksekdağ, Deniz Baykal, Leyla Zana, Osman Baydemir, Ahmet Türk.

⁸ Abdullah Öcalan Murat Karayılan, Mesut Barzani, PYD, Salih Müslüm, Celal Talabani.

⁹ ABD, Barack Obama, Beşşar Esad, BM, Ban Ki Moon, Angela Merkel, Vladimir Putin.

¹⁰ Mustafa Kemal Atatürk, Turgut Özal, Süleyman Demirel, Necmettin Erbakan, Adnan Menderes, Bülent Ecevit.

¹¹ Necdet Özel, Hakan Fidan, İlker Başbuğ, Polis, Asker, Köy Korucuları, Bilal Erdoğan, Diğer.

• Köşe yazarları; daha çok siyasal parti "lider"lerinden bahsetmiş en çok Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Ahmet Davutoğlu, Kemal Kılıçdaroğlu ve Devlet Bahçeli'yi ön plana çıkarmıştır (grafik 5, tablo 7 ve tablo 8).

• Yazarlar, Uluslararası aktörleri herhangi bir söylem içerisinde değerlendirmeyip, aktörlere nötr bir biçimde değinmişlerdir (grafik 5, tablo 7 ve tablo 8).

• Araştırma öncesi yaklaşımlarla örtüşen bir biçimde akit gazetesi yazarlarının muhalefeti eleştirdiği, diğer gazetelerin de hükümeti ve Cumhurbaşkanı'nı eleştirel ele aldıkları gözlemlenmiştir (tablo 3, 4, 5, 6).

• Yazarların makalelerinde benzer konuları benzer şekilde ele aldıkları, mevzu edilen konuların tartışmalı noktalına değinmedikleri, "gündem oluşturan" konuların etrafında yazdıkları, bireysel haklar yerine daha yüzeysel iç siyaset başlıklarına eğilim gösterdikleri ve bu çerçevede çok sesliliği yeterince yansıtmadıkları belirlenmiştir.

• Köşe yazarlarının, mensubu oldukları gazetelerin ideolojik ve siyasal yaklaşımları ile benzer içeriklerde makaleler kaleme aldıkları tespit edilmiş; aslında gazete manşetlerine yöneltilen "tek seslilik" (Bulunmaz, 2011, 243) eleştirisinin köşe yazarlarına da yansıdığı anlaşılmıştır.

• Araştırma soruları kapsamında değerlendirildiğinde köşe yazarlarının siyasi parti ve liderlere eşit oranda yer ver(e)mediği görülmüştür. Köşe yazarlarının kendi ideolojilerine yakın siyasi partileri ön plana çıkarmışlardır.

• Köşe yazılarının ele alınan tarih aralığında koalisyon görüşmelerine kayıtsız kalmadığı da anlaşılmaktadır. Ancak, bir önceki sonuç maddesinde de ifade edildiği gibi, koalisyon görüşmeleri konusunda da kendi görüş ve ideolojilerine yakın siyasi parti ve liderin duruşunu olumlayıp diğerlerinin tavrını eleştirmişlerdir.

• Köşe yazarlarının makalelerine bakıldığında gazetelerinin ideolojik eğilimlerine yakın yazılar kaleme aldıkları da araştırmamızın ortaya koyduğu bir diğer önemli sonuçtur. Şöyle ki; iktidar partisine muhalif olarak değerlendirilebilecek gazetelerin (Hürriyet, Sözcü, Ortadoğu, Özgür Gündem ve Birgün) iktidarı hemen hemen her konuda eleştirdikleri, iktidar yanlısı olarak değerlendirebileceğimiz Akit Gazetesi'nin de hemen hemen her konuda muhalefet partilerinin tutumlarını eleştirdiği görülmektedir.

Yukarıda aktarılan sonuçlar ışığında, medya ve siyaset ilişkisinin nasıl olduğu ve nasıl olması gerektiği bir yana bu ilişki her geçen gün daha karmaşık bir şekil aldığını ifade etmek olası görülmektedir. Çünkü dünyada politikalar her gün değişmekte, yeni dengeler kurulmakta ve medya patronları (patronaj) bu ilişkide yerlerini "demokratik ve çok sesli medya" bağlamında gerektiği gibi alamamaktadırlar.

Demokrasi ve medya ilişkisinin sorunsallığında, medyanın çok sesliliğe yer vermeme eleştirilerinde, özel ve bir anlamda kurtarıcı rolleri olan köşe yazarları da kendilerine atfedilen "daha özgür ve objektif olma" özelliklerini gösteremedikleri anlaşılmaktadır. Şüphesiz, bunu sadece köşe yazarları bağlamında değerlendirmek eksik ve kusurlu olacaktır. Araştırmadan da anlaşılacağı üzere, medyanın çok sesliliği yansıtamaması yalnız köşe yazarlarının bakış açısıyla değil, daha çok medya sosyolojisini ilgilendiren politika, militarizm, ekonomi, toplumsal kabuller ve habercilik bağlamında değerlendirmelidir.

KAYNAKÇA

- AÇIKALIN, Ö. (2010). "Köşe Yazılarında İfade Özgürlüğünün Çerçeveselenmesi", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- AKBULUT, U. (2013). "Osmanlı Basın Tarihine Bir Katkı: Gazetelerin Yayınlanma Amaçları Üzerine (1831-1876)", *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish*, C. 8, S. 5, s. 31-57.
- AKDAĞ, Mustafa (2014). "Medya ve Siyaset Üzerine", http://mediaware.erciyes.edu.tr/tr/medya_ve_siyaset_uzerine.pdf, (25 Mayıs 2016).
- ALTHUSSER, Luis (2000). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları* (4. Baskı b.), Çeviren Alp Y. ve Özışık M., İstanbul: İletişim Yayınları.
- ALVER, Füsün (2011). "Basında Siyasal Liderlerin ve Köşe Yazarlarının Sosyal Haklara İlişkin İletilerinin Analizi", *Sosyal Haklar Uluslararası Sempozyumu III*, Petrol-İş Yayını, Kocaeli, s. 289-339.
- AMANAT, O. (2006). *Research Base for the High-level Group Report Analysis on Media*, New York: Alliance of Civilizations Secretariat.
- ARABACI, Caner (2004). *Basın ve Siyaset Üzerine*, (içinde) Işık M., *Medyada Yeni Yaklaşımlar* (s. 105-128), Konya: Eğitim Yayınları.
- ARİKAN, N. (2011). *28 Şubat Sürecinde Medya Arena Programı ve Medyanın Siyasal Sürece Etkileri*, Metamorfoz Yayıncılık, İstanbul.
- ARSLAN, A. (2004). "Medya-Politika İlişkileri Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme", *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, s. 1-8.
- AVŞAR, Z. ve DEMİR, V. (2005). *Düzenleme ve Uygulamalarıyla Medyada Denetim*, Ankara: Piramit Yayıncılık.
- AYDOĞAN, F. (2011). *Tüm Boyutlarıyla Küresel Medya* (2 Baskı), İstanbul: Beta Basım Yayın.
- BAL, İ. (2014). "İktidarın Gölgesinde Türkiye'de Basın Özgürlüğü", <http://www.idrisbal.com.tr/649-2/> (18 Mayıs 2016).
- BEK, M. G. (2004). "Türkiye'de Televizyon Haberciliği ve Tabloidleşme", *İletişim: Araştırmaları Dergisi*, C. 2, S. 1, s. 9-38.
- BİLGİN, Nuri (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi, Teknikler ve Örnek Çalışmalar*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- BULUNMAZ, B. (2011). "Holdingleşme Ekseninde Türk Medyasında Tekelleşme Sorunu", *Öneri Dergisi*, C. 9, S. 36, s.237-246.
- CERECİ, S. (2013). "Medya ve Demokrasi İlişkisi: Kısıtlama Sorunu", *Akademik Bakış Dergisi* S.38, s. 1-8.
- CHOMSKY, Noam (2012). *Medya Gerçeği* (4. Baskı), Çev. Yılmaz A., ve Akınhay O., İstanbul: Everest yayınları.
- CHOMSKY, Noam (2013). *Medya Denetimi* (3. Baskı), Çev. Baki E., İstanbul: Everest Yayınları.
- CORONEL, S. S. (2016). "The Role of The Media In Deepening Democracy" <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan010194.pdf> (12 Mayıs 2016).
- CÜLLENBURG, J. (2009). "Medya ve demokrasi", (içinde) Çaplı B., ve Tuncel H., *Televizyon Haberciliğinde Etik* (s. 99-124). Ankara.
- CURRAN, James (2014). "Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme", (içinde) İrvan S. *Medya, Kültür, Siyaset* (s. 135-193), Ankara: Pharmakon.

- ÇAPLI, Bülent (2002). *Medya ve Etik*, İmge Yayınevi, Ankara.
- ÇOBAN, S. (2013). *Hegemonya Aracı ve İdeolojik Aygıt Olarak Medya*, İstanbul: Parşömen.
- DAMLAPINAR, Zülfikar (2005). *Medya ve Siyaset İlişkileri Üzerine*, Ankara: Turhan Kitabevi.
- DAMLAPINAR, Zülfikar (2008). "Medya ve Siyasette Güvenilirlik", (içinde) Damlapınar Z., *Medya ve Siyaset* (s. 200), Konya: Eğitim Kitabevi.
- DEMİRTAŞ, M. C., ve ÖZGÜVEN, N. (2012). "Siyasal Pazarlama Uygulamaları Açısından Belediye Başkanlarının Web Sitelerinin Değerlendirilmesi", *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 5, S. 2, s. 238-252.
- DEVİRAN, Y. (2011). *Seçim Kampanyalarında Geleneksel Medya, İnternet ve Sosyal Medyanın Kullanımı*, İstanbul: Başlık Yayın Grubu.
- DURUSUN, O. (2012). *Yaşam Dünyasının Sömürgeleştirilmesi Üzerinden Türkiye'de Köşe Yazarları Üzerine Bir Analiz*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- DURUSUN, O. (2015). "Köşe Yazarlığından Medya Filozofluğuna, Ertuğrul Özkök ve Ahmet Hakan'ın Köşe Yazıları Üzerine Bir İnceleme", *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, s.1-19.
- DURUOĞLU, T. (2003). *Haber Yapmada İdeoloji Etkeni: 11 Eylül Terör Olayı Örneği Üzerine Bir İnceleme*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- ENCABO, M. N. (2014). "Gazetecilik Etiği ve Demokrasi", (içinde) İrvan, S., *Medya, Kültür, Siyaset* (s. 355), Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- ERDOĞAN, İlker (2013). "Dördüncü Güç Medyadan Beşinci Güç İnternete: Demokratik Bir Dönüşüm mü Yaşanıyor?", *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, C. 8, S. 1, s.176-191.
- ERDOĞAN, İrfan ve ALEMDAR, Korkmaz (2010). *Öteki Kuram Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi* (3. Baskı), Erk Yayınları, Ankara.
- ERSAN, E ve ÇOBAN, S. (2014). *Medya ve İktidar -Hegemonya, Statüko, Direniş*, İstanbul: Evrensel Basım Yayın.
- FLOSS, D. (2008). "Mass Media's Impact on Confidence in Political Institutions: The Moderating Role of Political Preferences - A Preferences-Perceptions Model of Media Effects", *National Centre of Competence in Research (NCCR)*, Zurich..
- GEZGİN, S. (2005). "Küreselleşmenin medya ve toplum üzerindeki etkileri (Bölüm II)", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* S. 22, s. 9-12.
- GÖLCÜ, Abdülkadir (2015). *Türkiye'de Demokrasi Kültürü ve Medya, Köşe Yazılarında Demokrasi Söylemi*, Konya: Litaratürk.
- GRABOW, K., ve Rieck, E. C. (2008). *Media and Democracy*. Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
- ünaydın, H. (2015). *2014 Cumhurbaşkanlığı Seçiminin Medya Analizi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- GÜNGÖR, Nazife (2013). *İletişim, Kuramlar Yaklaşımlar*, (2. Baskı), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- GÜRBÜZ, G. (2014). *Sosyal Medya ve Demokrasi İlişkisi: Türkiye'de Sosyal Medyanın Katılımcı Demokrasiye Etkisi Üzerine Bir Alan Araştırması*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- GÜRSOY, B., ve KOTAMAN, A. (2006). "Gazetecilik Mesleği, Meslek Sorumluluğu ve Etik", (içinde) Akbulut, N. T., *Medya Eleştirileri / Gelişime İlişkin Değerlendirmeler* (s. 39-57). İstanbul: Beta Basım Yayım.
- GÜZ, N. (2005). *Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- HACKET, R. A., and Caroll, W. K. (2014). "Critical Social Movements And Media Reform". <http://www.sfu.ca/~hackett/CriticalSocialMovements.htm> (29 Temmuz 2016)
- HALL, Stuart. (2014). "İdeoloji ve İletişim Kuramı", (içinde) İrvan, S. içinde, *Medya, Kültür, Siyaset* (s. 79-97), Ankara: Pharmakon.
- HERMAN, E. S and CHOMSKY, Noam (2012). *Rızanın İmalatı, Kitle Medyasının Ekonomi Politikliği*, İstanbul: bgst Yayınları.
- HEYWOOD, A. (2002). *Politics* (Second Edition), Palgrave Foundations, New York.
- İRGE, N. F. (2011). "Medya ve Siyasal Toplumsallaşma - Demokrasi İlişkisi", *II. Medya ve Etik Sempozyumu: Medya-Kültür İlişkisinde Etik* (s. 213-229), Elazığ: Fırat Üniversitesi Yayını.
- KEANE, J. (2015). *Medya ve Demokrasi*, Çev. Şahin, H., İstanbul: Ayrıntı Yayınları,
- KILIÇASLAN, Emine Çelik (2013), *Siyasal İletişim, İdeoloji ve Medya İlişkisi* (3. Baskı), Ankara: Paradigma Kitabevi.
- KOCAK, Ş. (2015). "Kitle İletişim Kuramları", https://www.academia.edu/8825381/Kitle_%C4%B0leti%C5%9Fim_Kuramlar%C4%B1, (9 Mayıs 2016).
- KOÇAK, A. Y. (2016). "Müzakereci Demokrasi", https://www.academia.edu/5605427/M%C3%9CZAKEREC%C4%B0_DEMOKRAS%C4%B0 (20 Nisan 2016).
- LİPPMAN, Walter. (1998). *Public Opinion* (Second Printing), New Jersey: Transaction Publishers.
- MAHÇUPYAN, Ethem (2012). *İktidarın Çarkında Medya: Türkiye'de Medya Bağımsızlığı ve Özgürlüğü Önündeki Siyasi, Yasal ve Ekonomik Engeller*, TESEV, İstanbul.
- MCCHESENEY, R. W. (2016). "Making Media Democratic", <http://new.bostonreview.net/BR23.3/mcchesney.html> (29 Nisan 2016).
- MCCOMBS, M. E., ve Yüksel, E. (2001). "The Economic Privatization Issue in Turkey. A Four-Part Investigation of Agenda-Setting Theory", *Uluslararası İletişim Sempozyumu "Medyanın Manipülasyon Gücü"*, (s. 148-161).
- MORA, Necla (2008). *Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim*, İstanbul: Altıkitap.
- ÖZKAN, Abdullah (2016). "Küreselleşme Sürecinde Medya ve Siyaset: "Medya Gücü" mü, "Gücün Medyası" mı?", <http://www.siyasaliletisim.org/index.php/haber-ve-yorum-arsivi/makale/679-kureselleme-suerecinde-medya-ve-siyaset-medya-guecuemue-guecuen-medyas.html>, (21 Nisan 2016).
- ÖZTAMUR, D. (2012). *2011 Genel Seçimleri Sürecinde Yazılı Basının Siyasal İletişim Yönünden İncelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ROBSON, Colin (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri "Gerçek Dünya Araştırması"*, Çev. Arastaman, G., Ankara: Anı Yayınları.
- SANDIKÇIOĞLU, A. Z. (2015). *Türk Basınında Köşe Yazarı Egemenliğinin Ortaya Çıkardığı Yapısal ve Etik Sorunlar*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- SANDIKÇIOĞLU, B. (2012). "Tarihsel Gelişim Süreci İçinde Siyasal İletişim", (içinde) Özgün, Y. vd, *Siyasal İletişim* (s. 2-30), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Sözeri, C. (2015). *Türkiye'de Medya-İktidar İlişkileri Sorunlar ve Öneriler*, İstanbul: İstanbul Enstitüsü Yayınları.
- TAŞKIN, Y. (2014). "Siyaset Nedir?", (içinde) Yüksel, M. vd., *Siyaset Kavramlar, Kurumlar, Süreçler* (s. 19-45), İstanbul: İletişim Yayınları.
- TDK. (2016). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.573debcc0f5127.95499050 (13 Mayıs 2016).
- TDK. (2016). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.573da774cf77f8.80740951 (13 Mayıs 2016).
- TEKİNALP, Şermin. (2008). "Postmodernist Dördüncü Kuvvet: Köşe Yazarları", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, C. 1, S. 32, s.119-130.
- TEKİNALP, Ş., ve Uzun, R. (2009). *İletişim Araştırmaları ve Uygulamaları*, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- TERKAN, Banu (2007). "Basın ve Siyaset İlişkisinin Gündem Belirleme Modeli Çerçevesinde Bir Analizi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C. 1, S. 17, s. 561-584.
- TILİÇ, D. (2001). *2000'ler Türkiye'sinde Gazetecilik ve Medyayı Anlamak*, İstanbul: Su Yayınevi.
- TOPUZ, Hıfzı (2015). *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi* (2. Baskı), İstanbul: Remzi Kitabevi.
- TORJMAN, S. (2005). *What is Policy?*, The Caledon Institute of Social Policy, Ottawa, Canada: Ontario.
- TUNÇ, H. (2008). "Demokrasi Türleri ve Müzakereci Demokrasi Kavramı", *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, C. XII, S. 1-2, s. 1113-1132.
- TÜRK, G. D. (2013). "Demokrasinin Dördüncü Kuvveti Yeni Medya Teknolojileri", *Inet-Tr'13, XVIII. Türkiye'de İnternet Konferansı*, (s. 55-60), İstanbul.

- TÜRKÖNE, Mümtazer (2013). *Köşe Yazmak mı Gazetecilik mi? Türkiye Medyasını anlamak, Demokratik Bir Yapı Mümkün Mü?*, Röportaj, Geçer, E., İstanbul: Kolektif Yayıncılık.
- UNESCO. (2015). "Beyond 2015: Media as Democracy and Development", http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/official_documents/beyond_2015_media_democracy_development.pdf (8 Mayıs 2016).
- UZUN, Ruhdan (2014). "Medya-Siyaset İlişkileri: Türkiye’de Savunucu Gazetecilik Olgusunun İncelenmesi", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* S. 39, s. 129-147.
- YAYLAGÜL, Levent. (2014). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar* (6. Baskı), Ankara: Dipnot Yayınları.
- YAYLAGÜL, Levent ve ÇİÇEK, C. (2012). "12 Haziran 2011 Seçimlerinin Gazetelerde Sunumu", *Erciyes İletişim Dergisi*, C. 2, S. 4, s. 2-22.
- YEĞEN, C. (2014). "Medyanın Kamuoyu Oluşturma ve Gündem Belirleme Rolü Üzerine: Sarai Sierra Haberleriyle Oluşturulan Yapay Gündem", *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* S. 12, s. 21-46.
- YILMAZ, S. H. (2013). *Siyasal Nefret Söylemi ve Medya*, Konya: Literatürk.
- YURDAKUL, H. (2015). "Medya ve Siyaset İlişkisi", <http://sahipkiran.org/2015/10/22/medya-ve-siyaset-iliskisi/> (29 Nisan 2016).
- YÜCE, E. (2007). *Simgesel Seçkinler ve Habitus: Hürriyet Gazetesi'nde Köşe Yazarlığı*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- YÜKSEL, E. (2016, Nisan 15). "Cumhuriyet Mitinglerinin Yaygın Gazetelerde Yer Alış Biçimi Üzerine İçerik Analizine Dayalı Bir Değerlendirme", <http://www.siyasaliletisim.org/pdf/mitingmakalesi21.pdf>, (15 Nisan 2016).