

32258

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SİYASAL İLETİŞİM SÜRECİNDE LİDER İMAJİ:
BASINDA TURGUT ÖZAL

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN:
RUHDAN UZUN

DANIŞMAN :
Doç.Dr. RAŞİT KAYA

ANKARA - 1993

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANİSYON MERKEZİ

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
ÖNSÖZ.....	v
TABLolar LİSTESİ.....	vi
GRAFİKLER LİSTESİ.....	viii
GİRİŞ.....	1
A. İMAJ: YAPISI VE OLUŞUMU.....	2
B. SİYASAL İLETİŞİM SÜRECİNDE LİDER İMAJI VE OLUŞUMU.....	10
C. TÜRKİYE'DE SİYASİ LİDER İMAJI OLUŞUMU VE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ ROLÜ.....	23
BÖLÜM I.	
A. ARAŞTIRMA ÖNERİSİ.....	32
B. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ.....	35
C. TÜRK BASININDA TURGUT ÖZAL İMAJININ İNCELEN- MESİ İÇİN UYGULANAN İÇERİK ANALİZİNİN AŞAMA- LARI.....	38
1. Örneklem.....	38
a. 6 Kasım 1983 Genel Seçimleri.....	39
b. I. Özal Hükümeti.....	39
c. 29 Kasım 1987 Erken Genel Seçimleri...	40
d. II. Özal Hükümeti.....	40
e. Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Öncesi.....	40
f. Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Sonrası....	40
g. Körfez Savaşı.....	41

	Sayfa No
h. Mesut Yılmaz Hükümeti.....	41
i. DYP-SHP Koalisyon Hükümeti.....	41
2. Araştırma Birimlerinin Kaydedilmesi.....	41
3. Araştırmanın Kategorileri.....	42
a. İmajı oluşturan özellikler.....	42
1) Felsefi Özellikleri Vurgulayan Bildirimler.....	43
2) Üslup Özelliklerini Vurgulayan Bildirimler.....	43
3) Yönetmel Kapasite ile ilgili Özellik- leri Vurgulayan bildirimler.....	43
4) Kişisel Özellikleri Vurgulayan Bildirimler.....	44
5) Kamu ile İlişkilere ait Özellikleri Vurgulayan Bildirimler.....	44
6) Diğer Özellikler.....	44
b. Değerlendirici Kategoriler.....	45
1) Olumlu Tutum.....	45
2) Olumsuz Tutum.....	45
3) Nötr Tutum.....	45
c. Zaman Kategorileri.....	45
1) Geçmiş zamana ait Özellikleri Vurgulayan Bildirimler.....	46
2) Şimdiki zamana ait Özellikleri Vurgulayan Bildirimler.....	46
3) Gelecek zamana ait Özellikleri Vurgulayan Bildirimler.....	46

BÖLÜM II.

BASINDA TURGUT ÖZAL.....	47
A. GAZETELERDE ORTAYA ÇIKAN GENEL İMAJ.....	47
1. İmajı Oluşturan Özellikler	47
2. İmajın Değerlendirici Boyutu.....	50
3. İmajın Zaman Boyutu.....	53
B. GENEL İMAJIN GAZETELERE GÖRE DEĞİŞİMİ.....	57
1. Bildirim Sıklığının Gazetelere Göre Değişimi.....	57
2. İmajı Oluşturan Özelliklerin Gazetelere Göre Değişimi.....	58
3. İmajın Değerlendirici Boyutunun Gazetelere Göre Değişimi.....	62
4. İmajın Zaman Boyutunun Gazetelere Göre Değişimi.....	64
C. İMAJDAKİ EĞİLİMLERİN DÖNEMLERE GÖRE DEĞİŞİMİ	67
1. 1983 Genel Seçimleri (14 Ekim 1983 - 14 Kasım 1983).....	71
2. I.Özal Hükümeti (14 Aralık 1983 - 14 Ocak 1984).....	80
3. 1987 Erken Genel Seçimleri(7 Kasım 1987- 7 Aralık 1987).....	84
4. II. Özal Hükümeti (22 Aralık 1987-22 Ocak 1988).....	89
5. Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Öncesi (1-30 Ekim 1989).....	94
6. Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Sonrası (1-30 Kasım 1989)	100
7. Körfez Savaşı (17 Ocak 1991-17 Şubat 1991)	106

Sayfa No

8. Mesut Yılmaz Hükümeti(23 Haziran 1991 - 23 Temmuz 1991).....	112
9. DYP-SHP Koalisyon Hükümeti (21 Kasım 1991- 21 Aralık 1991).....	117

BÖLÜM III.

GENEL DEĞERLENDİRME.....	128
EKLER.....	140
A.....	141
B.....	142
C.....	143
D.....	144
KAYNAKÇA.....	145

ÖNSÖZ

Bu çalışmada seçmen davranışlarının kavranması açısından siyasal iletişim sürecinde lider imainın önemini ve bu imajın kitle iletişim araçları ile nasıl belirlendiğini göstermeye çalıştık. Bu amaçla 1980 sonrası Türkiye'sindeki siyasal gelişmelerin kavranması açısından da bir katkı oluşturacağını düşünerek Türk siyasal Yaşamında oynadığı rolün önemi dolayısıyla Turgut Özal'ın basındaki imajını inceledik.

Araştırma sırasında bana danışmanlık yapma inceliğini gösteren ve araştırmanın her aşamasında ilgisini ve bilgisini hiç eksik etmeyen Doç.Dr. Sayın Rasit Kaya'ya; yöntem konusundaki katkılarından dolayı Yrd. Doç. Dr. Ayşe Inal'a ve bana her zaman destek oldukları için babam Muhittin Uzun'a ve Annem Ayşe Uzun'a en içten teşekkürlerimi sunuyorum.

Ruhdan Uzun

TABLOLAR LİSTESİ

TABLO	Sayfa No
1. Bildirimlerin İmajı Oluşturan Özelliklere Göre Dağılımları.....	48
2. Genel İmajın Değerlendirici Öğelere (Kategorilere) Göre Dağılımı.....	51
3. Genel İmajı Oluşturan Özelliklerin Zaman içinde Değişimine Göre Dağılımı.....	54
4. Bildirimlerin Gazetelere Göre Dağılımı.....	58
5. Gazetelere Göre İmajı Oluşturan Özelliklerin Dağılımı.....	59
6. İmajı Oluşturan Özelliklerin Her Gazete İçin En Çok Vurgulanandan En Az Vurgulanana Doğru Sıralanması.....	61
7. Gazetelere Göre Değerlendirici Kategorilerin Dağılımı.....	63
8. Gazetelerde Yer Alışın Zaman Kategorilerine Dağılımı.....	66
9. Bildirimlerin Dönemlere Göre Dağılımı.....	67

Sayfa No

10. Dönemlere Göre İmajı Oluşturan Özelliklerin Dağılımı.....	70
11. İmajı Oluşturan Özelliklerin Her Dönem İçin En Çok Vurgulanandan En Az Vurgulanana Doğru Sıralanması.....	72
12. Dönemlere Göre Değerlendirici Kategorilerin Dağılımları.....	75
13. Dönemlere Göre Zaman Kategorilerinin Dağılımları.....	78

GRAFİKLER LİSTESİ

GRAFİK	Sayfa No
1. Bildirimlerin Sıklığının Dönemlere Göre Değişimleri.....	69
2. İmajı Oluşturan Özelliklerin Dönemlere Göre Değişimleri.....	73
3. İmajın Değerlendirici Boyutunun Dönemlere Göre Değişimleri.....	76
4. İmajın Zaman Boyutunun Dönemlere Göre Değişimleri.....	79

GİRİŞ

Günümüzün demokratik toplumlarında yönetime aday olanlar, seçilebilmek için geniş halk kitlelerinin desteğini kazanmak zorundadır. Bu desteği kazanabilmeleri için de görüşlerini, düşüncelerini, yapacaklarını geniş kitlelere iletmeleri, onların tutum ve davranışlarını etkilemeleri gerekir. Toplumsal bütünün giderek karmaşıklaştığı zamanımızda seçmenlerin büyük çoğunluğu artık katı ideolojik kalıplara göre oy vermemektedir. Önemli ölçüde aynılaşan programlar karşısındaki seçmen de oyunu kullanırken siyasi partilerin birbirlerine çok benzeyen vaatlerini yerine getirip getiremeyeceklerine, bu konuda lider kadrolarının yetenekli ve yeterli görünüp görünmediğine bakmakta, dolayısıyla seçim sonucu açısından liderin seçmene verdiği imaj seçmen tercihlerinde özel önem kazanmaktadır.

Bu nedenle siyasi liderlerin sergiledikleri imajın ne olduğunu ve bunun nasıl oluştuğunu incelemek seçmenlerin davranışlarının anlaşılması açısından günümüzde artan bir önem taşımaktadır. Ancak, öncelikle, bu bağlamda imaj konusunu kısaca açıklamak yararlı olacaktır.

A. İMAJ: YAPISI VE OLUŞUMU

İmaj, bir bireyin bir nesneyi gördüğü ya da zihninde canlandırdığı zaman, o nesneyle ilgili olarak farkına vardığı, ayırdettiği, seçtiği özelliklerin toplamından oluşan duyumsal bir biçim olarak tanımlanabilir(1) İmaj nesnesi somut bir varlık, örneğin belli bir politikacı olabileceği gibi, özgürlük ya da demokrasi gibi soyut bir kavram da olabilir.

İmajın yapısı, oluşumu ve değişimi tutum ve algı ile yakından ilişkili olduğu için önce bu kavramlara da kısaca değinmek gerekmektedir.

"Tutum; bireyin bütün nesnelere karşı göstereceği tepkiler ve durumlar üzerinde yönlendirici veya etkin bir güç oluşturan ve deneyim bilgileriyle organize olan ussal ve sinirsel bir davranışta bulunmaya hazır olma halidir"(2). Bireyin güdülenme, algılama tanıma süreçlerini sürekli olarak örgütleyerek onun deneyleri için yönlendirici olan dinamik bir öge oluşturur.

(1) M.Ayşe Akbaş, "The Stereotypic İmage of Turkish Politicians in Three National Newspapers", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, ODTÜ, 1985.

(2) Metin İncoğlu, Güdüleme Yöntemleri, A.Ü. BYYO Yayınları: 4, Ankara: 1985, s.8.

Tutum üç bileşenden oluşmaktadır. Bunlar; bilişsel, duygulanımsal ve davranışsal boyutlardır. Bilişsel boyut, bir bireyin dış dünyadaki nesnelere ilişkin varsayımlarını, beklentilerini, kendisi ile diğer insanlar arasında ayırdettiği farklılıkları, vb. içerir. Örneğin; seçmenin belli bir aday ile ilgili olarak sahip olduğu bilgi, onun hakkındaki düşünceleri, ona karşı olan tutumundaki bilişsel boyutu oluşturur.

Tutumun değerlendirici boyut da denebilen duygulanımsal boyutu bireyin değerlerini, bakış açılarını, doğru ve yanlışla ilişkin inançlarını, bir nesne ya da durumla ilgili duygularını kapsamaktadır. Politikacı söz konusu olduğunda seçmenin onunla ilgili olarak kendi değer sistemine göre vardığı olumlu ya da olumsuz yargılar, duygular değerlendirici boyutu oluşturur.

Tutumun davranışsal boyutu ise, bireyin bir nesneye yaklaşması ya da ondan sakınması biçiminde ortaya çıkan yönüdür. Tutumun bu boyutu, siyasal tutumlarda seçmenin belli bir siyasi lideri destekleyip desteklememesi biçiminde görülür.

Bir bireyin tutumu onun kişiliği, bilgisi ve grup bağlantıları tarafından belirlenir. Yaşanan önemli olaylar da tutumun oluşması ve değişmesinde etkili olmaktadır. Siyasal tutumlarda da bireyin siyasal olaylardan edindiği deneyimler etkili olmaktadır. Örneğin; 12 Eylül sonrası toplumda siyasete karşı gözlemlenen ilgisizlikte 1980 öncesi

yaşanan siyasal istikrarsızlık ve terör olaylarının yarattığı korkunun da etkisi olduğu söylenebilir.

Burada tutumların oluşumları ile değişimlerinin farklı aşamalar olmadığını belirtmek gerekir. Tutum değişikliği, bu değişikliğin derecesi ve yönü bireyin kişiliği, grup bağlantıları ve içinde bulunduğu koşullara bağlıdır. Bu etmenlerin yanında söz konusu tutumun özellikleri de değişimde rol oynar. Bireyin yaşamında merkezi bir yer tutan tutumların değişmesi çok zor ve yavaş olur. Ama tutumları oluşturan koşullardır. Koşulların hızla değiştiği çağımızda o koşullara gösterilen tepkiler de değişik olmaktadır.

Tutum kavramı algı kavramıyla yakından ilintilidir. Tutum algılamayı etkilerken algılama da tutum üzerinde etkili olmaktadır. Tutumlar insanın çevresini algılamasına yönelik ilişkilerini düzenler, algıların yapılanmasında ve algıda seçiciliğin niteliğinin belirlenmesinde rol oynarlar. Örneğin; bir seçmen, kendi siyasal tutumuyla uyum içinde olan adayın konuşmasını daha dikkatle izleyecek, seçiciliği bu yönde harekete geçecektir. Yine örneğin; "sağ politikalar soldaki bir parti tarafından uygulanırsa bu partiyi destekleyenler tarafından algılanması, tutumları dolayısıyla daha değişik olacaktır. Aynı politikalar sağdaki bir parti tarafından uygulandığında sert tepki gösterebilecek kişiler, durumu hoşgörüyü karşılayabileceklerdir.

Tutum algılamayı etkilerken tutum değişimleri ve pekişmeleri de algılamaya bağlı olarak harekete geçmektedirler. Nesnelere ilgili olarak alınan duyumsal

mesajların anlamlı bir bütün halinde örgütlenmesi olarak tanımlanabilen algılama, tutumun bilişsel bileşeninde değişikliğe yol açarak diğer bileşenleri de etkilemektedir. Örneğin; gençliğinde sol partileri desteklemiş bir kişinin, ileri yaşlarda düzenle bağlantıları ve bütünleşmesi artmış, çıkarlarının korunmasının koşulu kurulu düzenin sürekliliğine bağlanmış olabilir. Koşullarındaki bu değişiklik onun algılama biçimini de değiştirecektir. Tutumunun bilişsel boyutundaki bu değişim ise siyasal değerlendirme ve davranışlarını etkileyerek, siyasal yelpazede soldan sağa kaymasına neden olabilir.

Toplumsal durumlara ve olaylara anlam ermekte kullanılan ve imaj üzerinde etkili olan bir süreç de algıların gruplaşmasını sağlayan, sayısız algı nesnesi arasında seçim yapmayı kolaylaştıran kategorileştirme sürecidir. Kişileri toplumsal konum, meslek, görünüş, vb. toplumsal bir kimlikle algılarız: Öğretmen, politikacı, çocukluk arkadaşı, şık giyimli bir genç gibi, Algılama bir nesnesin durumlara bağlı olarak değişmeyen, onun karakteristiğini belirleyen kalıcı bir takım özelliklere yönelir.

Nesnelerden alınan duyumsal mesajlar, algı parçalarınınbağlı bulunduğu tanıma bütünüünün niteliği tarafından belirlenen belli kategoriler içinde algılanırlar. Örneğin; belirli bir politikacı ile ilgili algılar, genel olarak politikacılarla ilgili algıların etkisi altındadır. Politikacılarla ilgili algılar da bir dizi alt katego-

kategorilerden oluşur, dürüst ya da güvenilmez olma, liberal, muhafazakar, solcu olma gibi.

Kişileri değerlendirmede izlenim oluşturma sürecinin biçimlerinden biri de tektipleştirme (Stereotyping). Toplumsal olarak oluşturulan normların süzgeci içinde belirlenen tektipleştirme işlemi kategorilerde iç farklılaşmanın azalmasıyla kişileri, ortak özelliklerinin zihinde uyandırdığı çağrışımlar aracılığıyla algılama sürecidir. Örneğin karşılaştığımız uzun boylu, sarışın, soğuk tavırlı yabancıyı bir kuzeyli olarak, ufak tefek, çekik gözlü olanı ise uzakdoğulu olarak algılarız. Tektipleştirmenin dış gruplara yansıtılmış biçimi ise ırkçılıkta görülebilir.

Kişilerle ilgili izlenim oluşturma sürecinin bir diğer biçimi de özellik atfetmedir (attribution). Bir kişinin görünen bazı özelliklerinden ve gözlemlenen davranışlarından algılama yoluyla bazı bilgiler elde edilir. Bu bilgiler, bireyin bilişsel yapısı içinde birbirleriyle bağıntılı olan nitelendirmelerin, özelliklerin çağrışım yoluyla ardarda gelerek bir izlenim oluşmasına neden olur. Özellik atfetme, bu izlenimlerle kişileri değerlendirmedir(3). Örneğin; bir kişi politika yapma ile yalan söyleme özelliklerini birleştirmişse bütün politikacıları güvenilmez olarak nitelendirebilecektir.

(3) Barlas Tolun, Galip İsen, Veysel Batmaz, Ben ve Toplum, Teori Yayınları, Birinci Baskı, Ankara, 1985.

Bir kişi ile ilgili olarak değişik zamanlarda, değişik aıllardan aldığımız parasal verileri, enformasyonu zihnimizde bir bütün halinde örgütleyerek bütünsel bir imaj yaratırız. Bir kişinin algılanmasında, algılayıcı bireyin tutumlarının içindeki ynlenimler söz konusu kişinin imajını oluşturan parçalardır.

Bilişsel süreçler bir nesne ile ilgili olarak algılanan tanımasal bir enformasyon sağlar. Bu enformasyon söz konusu nesneye ilişkin duygulanımsal bir değerlendirmeye girmemize neden olur. Değerlendirme sonucunda ise o nesneye yaklaşma yada sakınma şeklinde bir davranış ortaya çıkar. Ama bu süreç çizgisel bir doğrultuda değil, bu aşamaların birbirleriyle etkileşim içinde olmalarıyla gerçekleşir. Nesneye karşı oluşturulan tutumun nesnenin algılanmasını etkileyeceği, algısal enformasyondaki değişikliğin de değerendirme ve davranışta değişikliğe yol açacağını belirtmek gerekir.

Söz konusu nesne belirli bir politikacı olduğunda algılayıcılar, aldıkları duyumsal mesajlar aracılığıyla söz konusu kişi ile ilgili bir izlenim oluştururlar. Liberal, muhafazakar, ağdaş, dürüst gibi. Bu izlenimler kişinin tutumlarına bağlı olarak olumlu-olumsuz ya da iki kutup arasında bir noktada yer alan değerlendirici, duygulanımsal bir boyuta sahiptir. Seçmenlerin bir politikacıyı destekleme ve ona oy verme biçiminde bir eğilim, bir yönlenim içinde olmaları da bize o politikacının imajındaki davranışa yönelik boyutu verir.

Burada, imajla ilgili başka bir noktanın altının çizilmesinde yarar vardır. İmaj dendiğinde daha çok görüntüye dayanan ögeler anlaşılmaktadır. Özellikle Türkiye'de imaj kavramının politikacının giyim biçimi, yüz ifadeleri ve beden yapısı gibi yapısal bilgilenme ögeleri ile onun hitabet yeteneği, ikna kabileyeti, etkileyiciliği gibi dışsal biçimlerle sınırlandırıldığı gözlenmektedir. Örneğin; 1983 seçim kampanyası sırasında seçmen tercihlerinin belirlenmesi açısından çoğu kez bir dönüm noktası oluşturduğu kabul edilen ve 22 Ekim 1983 günü televizyonda canlı olarak yayınlanan açık oturum sonrası basında yapılan değerlendirmeler de liderlerin imajındaki bu görüntüsel boyutu ön plana çıkarıyordu. Cumhuriyet Gazetesi programın yayınlanacağı gün konuşma üslubu, giyim zevki, sevdiği içki ve bunun gibi başlıklar altında liderlerin kısa bir tanıtımını yaptı. Açık oturum sonrası ise Sunalp'ı tutuk, Calp'ı atak, Özal'ı rahat buldu. Yine Calp'ın sol gözündeki tik bir dezavantaj olarak gösterilirken, renkli yayın makyajına en yatkın cildin Özal'a ait olduğu belirtildi. Hürriyet Gazetesi ise giyim-kuşam, rahatlık, hitabet yeteneği, etkileyicilik, vb. başlıklar altında topladığı değerlendirmelerini liderlere yıldızlar vererek sundu.

Köşe yazarları da liderleri değerlendirirken aynı ögelere önem verdiler. Bu araştırma verilerinden alınan şu örnekler de bunu göstermektedir: Seçim kampanyası sırasında Hasan pulur Özal'ı "rahat kendi içide tutarlı, çetrefil konuları açık seçik anlatmakta usta" olarak değerlendirdi (28 Ekim 1983, Hürriyet) Mehmet Barlas, Özal'ın "konulara hakim ve kendine güvenen bir lider görüntüsü içinde "olduğunu yazdı (26 Ekim 1983, Milliyet). Mustafa Ekmekçi,

"bir ruh bilimci dostu"nun, "Özal: sakın bir izlenim verdi. Ancak ses gücü (ses desibeli) düşüktü. Sese coşkusal yani "emosyonel" bir renk yansıtılmadı" biçimindeki değerlendirmesini köşesinden aktardı (26 Ekim 1983, Cumhuriyet).

Oysa imaj, bütün bu görüntüsel öğelerin toplamından daha geniş bir kavramdır. İmajın, politikacının görüntüsü yanında verdiği mesajların içeriği, programı, belli siyasi, ekonomik ve sosyal konularda nasıl bir konumda yer aldığı, düşünsel yönelimi, bireylerin toplumsal olayları tanımlamakta kullandıkları bilişsel haritalardaki konumu gibi görüntüye dayanmayan bir boyutu da vardır(4).

İmajın bu görüntüye dayanmayan boyutunun algılanması ve değerlendirilmesi algılayıcının (seçmenin) kendi bilişsel süreçlerine bağlıdır ve içinde bulunduğu kültürle, alt kültürle, sosyo-ekonomik konumuyla, siyasi görüşleriyle, tutumlarıyla, grup bağlantılarıyla yakından ilişkilidir.

İmajın bu boyutu dikkate alınmadığı durumlarda çoğu kez bir politikacının imajını değiştirmeye yönelik programlar, yalnızca giyim-kuşam, fiziksel görünüş, vb. görüntüsel özelliklerle sınırlı kalmakta ve amaçlanan etkiyi, değişimi yaratamamaktadır. Hatta bu yöndeki çabalar içtenlikten uzak ve yapay davranışlar olarak algılanabilmektedir.

(4) Basında liderlerle ilgili, daha çok görsel öğelerin ağırlık kazanmasının, liderlerin görüşleri arasında önemli farklar bulunmadığı durumlarda ilginin (dikkatin) görüntüsel farklara yönelmesinin bir sonucu olduğu da düşünülebilir.

B. SİYASAL İLETİŞİM SÜRECİNDE LİDER İMAJİ VE OLUŞUMU

İmaj tek bir bireyin zihninde başlar. İmajın genişlemesi, genelleşmesi, pekişmesi ve yayılması çağdaş, karmaşık toplumlarda önemli ölçüde kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleşmektedir. Siyasal süreçte kitle iletişim araçlarının imaj oluşumundaki işlevinin anlaşılabilmesi için öncelikle bu araçların siyasal yaşamda yöneticiler ve yönetilenler tarafından kullanımına kısaca değinmek yerinde olacaktır.

Demokrasi düşüncesinin gelişmesi, genel oya olan inancın yaygınlaşması, örgütlenme düzeyinin artması ve teknolojik gelişmeler sonucu siyasal baslı bir ölçüde biçim değiştirmeye başladı. Silahlı mücadeleden fiziksel zorlama ve yöntemlere kadar uzanan araçlar yerine, düşünce üzerinde baskı kurmaya olanak veren yöntem ve iletişim araçlarının kullanılmasının daha geniş kitleler üzerinde ve daha çok etki sağladığı görüldü. kitle iletişim araçlarının gelişmesi, toplumlarda yaygınlık ve etkinlik kazanmasıyla birlikte bu araçlar, siyasal çatışmada hem yönetilenler hem de yöneticiler açısından önemli bir konuma geldi. Bu araçlar günümüzde bir yandan yönetenlere toplumu denetleme ve kitlelerin davranışlarını etkileme olanağı sağlarken, diğer yandan da yönetilenlerde siyasal olaylara karşı ilgi uyandırarak siyasal katılımın artmasına ve demokrasiye katkıda buluna- bilmektedirler.

Çeşitli toplum kesimlerine temsil edilme olanağı veren siyasal katılma, çağdaş demokrasinin vazgeçilmez koşulunu oluşturur. Toplumda bir dengenin sağlanması ve uzlaşma ortamının yaratılması katılımın artmasıyla gerçekleşir. Temsili demokrasinin zorunlu hale gelmesiyle seçimler, siyasal katılmanın öncelikli bir ögesi durumuna gelmiştir. Yönetime aday olanların da seçilebilmek için geniş toplum kesimlerinin desteğini kazanmaları zorunlu olmaktadır. Seçildikten sonra da politikalarına destek ve onay sağlamaları gerekmektedir. Bunun sağlanması, yöneticilerin ve yönetici adaylarının amaçları ile kitlelerin gereksinimleri arasında -görünüşte de olsa- bir çakışmanın yaratılabilmesine bağlıdır.

Siyasal güçler bu amaçla propaganda etkinliklerine girişirler. Amaçları doğrultusunda kamuoyunu kontrol etmeye, kitlelerin tutumlarını belirleyip biçimlendirmeye denetim altına almaya ya da eylem alanında bir etkinlik olarak görülecek bir tutum değişikliği yaratmaya çalışırlar(5). Bu etkinliklerini yürütürken de geniş kitlelere ulaşmak ve mesajlarını onlara aktarabilmek için kitle iletişim araçlarına başvururlar.

Siyasal güçlerin kamuoyunu yönlendirerek kendilerine destek sağlamak amacıyla giriştikleri propaganda etkinlikleri Birinci Dünya Savaşı ve 1917 Sovyet Devrimi ile sürekli ve sistemli bir hale gelmiştir. Kitle iletişim araçlarının gelişmesi, yaygınlaşması, siyasal ve toplumsal

(5) İnceoğlu, a.g.e.

gelişmeler sonucu bu etkinlikler günümüzde daha değişik bir boyut kazanmıştır. Yünetime aday olanların seçmenlerin desteğinin sağlayabilmek amacıyla onların siyasal tercihlerini etkilemek için gösterdikleri çabalar, günümüzde siyasal reklamcılık ya da daha genel bir deyişle siyasal iletişim olarak adlandırılmaktadır.

Bu etkinliğin imaj oluşumundaki rolünü belirleyebilmek için biraz daha açıklığa kavuşturulması yararlı görünmektedir. Burada propaganda ve reklamın temelde aynı olgular olduğunu söylemek yanlış olmaz. Her iki etkinlik de kitlelerin belirli bir yönde karar almalarını ve bu karar doğrultusunda bir eylemde bulunmalarını sağlama amacına yöneliktir.

Reklamla propaganda arasında farkın belirlenebilmesi için öne sürülen çeşitli ölçütlere rastlanmaktadır. Bunlardan biri kaynak ölçütüdür. Farkın belirlenmesinde kaynağın belirleyici olduğunu ileri süren görüş, reklamda kaynak belli olduğu halde propogandada kaynağın gizli tutulduğunu söylemektedir Propogandada kaynağın her zaman gizli tutulmadığı, örneğin; resmi propaganda kurumlarının varlığı düşünüldüğünde ya da adayın seçmenlerle el sıkışması, onlarla oturup konuşması gibi doğrudan propoganda yöntemi gözönüne alındığında bu ölçüt belirleyici görünmemektedir. Bu konuda bir diğer görüş reklamın ticari, propogandanın sayasi bir etkinlik olduğunu ileri sürmektedir. Oysa, günümüzde, ticari reklamda da sayasi içerik bulunabileceği gibi, artık siyasetle ticaretin sınırlarını belirlemek de o kadar kolay olmamaktadır. Propogandanın

"dışsal bir dayatma bir güdüleme", reklamın ise daha çok "içsel bir ikna metoduna"(6) dayandığını ileri sürmek ise oldukça yapay görünmektedir. Çünkü her iki etkinlik de amacına ve hedef kitlesine bağlı olarak belirginliği (görünürlüğü) değişen ölçülerde olmak üzere duygu ve güdülere seslenmekte, aynı yöntemleri kullanmaktadır. Yalnız, propaganda kavramı düşünce üzerinde baskı kurma, manipüle etme gibi bir içerik taşımaktadır. Sözcüğün yarattığı bu olumsuzluktan kaçınmak için reklam sözcüğünün siyasal alanda da benimsendiği söylenebilir.

Bu iki kavram arasındaki bir ayırımın reklamın bir satış sözkonusu olduğu için propandaya göre daha kısa sürede sonuç almaya yönelik bir etkinlik olmasında belirlediği görülmektedir. Propaganda kavramının değişime uğramasının ve siyaset alanında reklamcılığın gündeme gelmesinin bu zaman faktörüyle de ilgili olduğu söylenebilir. Herşeyin hızla değiştiği bir ortamda ve sınırlı bir propaganda süresi içinde propaganda, reklamcılık tekniklerine kaymaktadır. Burada, siyaset alanında ideoloji ve parti örgütünün geri plana geçerken liderin ön plana çıkması da etkili olmuştur.

Günümüzün çok partili demokratik sistemlerinde siyasal partilerin programlarının büyük ölçüde benzeşmeye başladığı görülmektedir. Önemli konularda partilerin görüşleri arasında pek bir ayırım olmamakta, fark daha çok sembolik bir

(6) Erol Çankaya, "Siyasal Reklamcılık-4", Cumhuriyet Gazetesi (27 Kasım 1991).

düzeyde kalmaktadır. Böyle olunca da siyaset, liderler arası bir beceri, bir yetkinlik yarışına dönüşmüş görünmektedir.

Burada yerelleşme yönündeki eğilimlerin güçlenmesinin de tüm ülkeyi kapsayan parti programlarının belli ölçüde önemini yitirmesine neden olurken adayın programın önüne geçmesinde etkili olduğu söylenebilir.

Yine adayın, kitle iletişim araçları aracılığıyla seçmenle karşı karşıya gelme olanağının bulunması da siyasal partilerin öneminin azalmasında bir dereceye kadar etkili olabilmektedir.

Liderin ön plana çıkması bir ölçüde de kitle iletişim araçlarının daha çok izleyici/okuyucu, buna bağlı olarak da daha çok kazanç edinme arayışlarının bir sonucudur. Kitleler soyut düşüncelere daha az ilgi gösterdiklerinden bu düşünceler bir insanın kişiliğinde somutlaştırılmaktadır.

Toplumlardaki hızlı değişmeler, buna bağlı olarak değerlerdeki değişim, kemikleşmiş oyların oranını ve katı politik taraf tutmaları önemli ölçüde azaltmıştır. Seçmenlerin daha çok, yaşam koşullarının iyileştirilmesi yolundaki kısa dönemli beklentilerine en iyi yanıtı verebilecek programlara ve liderlere yönelmeye başladıkları gözlenmektedir. Bu durumda ideoloji geri planda kalırken aday öne çıkmakta ve seçmenin beklentilerine, özlemlerine en uygun imajı sergileyen aday seçimi kazanabilmektedir.

Bu süreçte lider imajları da reklam aracılığıyla pazarlanabilecek bir meta gibi görünebilmektedir. 1991 seçimlerinde ANAP için çalışan Mitterand'ın reklam uzmanı Jacques Séguéla, adaylar için on öğüdünden birinde, "seçimleri ideoloji değil lider kazanır"(7) diyordu. Bu söz, siyasal reklamcılığın liderin öne çıkmasını hem bir çıkış noktası olarak aldığıнын hem de bu olguyu pekiştirdiğinin bir örneği sayılabilir. Siyasal reklamcılığın lider üzerinde yoğunlaşması sınırlı bir zaman dilimi içinde daha etkili ve daha ekonomik olmasından da kaynaklanmaktadır.

Sınırlı bir zaman söz konusu olduğu için siyasal reklamcılığın etkisinin daha çok kararsız seçmenler üzerinde olduğu kabul edilmektedir. Özellikle bunalım dönemlerinde kararsız tutum ve dalgalanan oylar dediğimiz genelde belli bir idolojeye sahip olmayan, politikaya karşı ilgisiz, eğitim düzeyleri düşük, çabuk etkilenen seçmenlerin oyları ne kadar artarsa seçim sonuçları üzerindeki etkileri ve belirleyicilikleri de o kadar fazla olmaktadır. Böyle zamanlarda siyasal reklamcılık kamuoyunun bir uçtan diğer uca kısa aralıklarla kaymasını sağlayarak seçim sonuçları üzerindeki etkisini artırabilir.

Yalnız bunalımlar değil, günümüzde kitle iletişim araçlarından gelen çok sayıda ve değişik mesaj karşısında kalmaları nedeniyle bireylerin elde ettikleri bilgileri

(7) Erol Çankaya, "Siyasal Reklamcılık-1", Cumhuriyet Gazetesi (24 Kasım 1991).

üretken olarak kullanamaması da kararsız, değişken seçmen tipinin yaygınlaşmasında etkili olmaktadır.

Kısaca söylemek gerekirse koşulların hızla değiştiği, değişken insan tipinin oran olarak arttığı, kemikleşmiş taraf tutmaların giderek yok olduğu ortamlarda kısa zamanda sonuç almaya yönelik spesifik bir proganda etkinliği olarak siyasal reklamcılık önem kazanmakta ve adayın bir ürün gibi pazarlanması gündeme gelmektedir. Siyasal partilerin programları arasındaki önemli farkların giderek azaldığı, özellikle partilerin yalnızca aday saptama ve seçim kampanyasını yürütme gibi bir işlev yüklendiği durumlarda seçmen de oyunu kullanırken parti liderinin performansına, verdiği görüntüye bakmaktadır. Liderin seçmene verdiği imaj seçim sonucunu belirleyebilmektedir.

Bu imajları kısa sürede olabildiğince çok sayıda seçmene ulaştırmaya olanak vermeleri nedeniyle de kitle iletişim araçları yoğun ve kapsamlı olarak kullanılmaktadır. Özellikle seçim kampanyası sırasında adaylarla ilgili olarak bu araçlarda yer alan yazı, röportaj ve yorumların seçmenlerin üzerinde etkili olabileceği görülmüştür. "Gazetelerin seçim kampanyası ile ilgili yazıları, adaylar için vazgeçilmez ve bedava bir propagandadır. bu propaganda bazen açık bazen de kapalı bir dille taraf" tutmaktadır(8). Kitle iletişim araçlarının liderlerle ilgili yayınlarında,

(8) Maurice Duverger, Seçimle Gelen Krallar, Çeviren: Necati Erkut, Kelebek Yayınları, İstanbul, 1986, s.52.

liderin bu araçlar tarafından algılanma ve sunulma biçimi, onunla ilgili olarak oluşan imajda belirleyici olabilmektedir.

Kitle iletişim araçlarından özellikle televizyon günümüzde daha etkin olarak kullanılmaktadır. İkinci Dünya Savaşından sonra televizyon gelişmeye başlayınca siyasal partiler de bu araçtan amaçları doğrultusunda Olabildiğince yararlanma yoluna gitmişlerdir. 1950'lerden itibaren televizyon, Amerika, İngiltere ve Fransa'da seçimlerde kullanılmaya başlandı. Geniş kitlelere ulaşabilmesi ve görsellik ögesi siyasal iletişimde televizyona diğer kitle iletişim araçları arasında özel bir yer kazandırmıştır(9).

Kitle iletişim araçları, egemen siyasal güçler tarafından toplumda denetimi sağlama ve propaganda yapma amacıyla kullanıldığı gibi yönetilenlere politik enformasyon sağlama amacıyla da kullanılabilir. Bu araçlar yönetilenlere politik olayları izleme olanağı vererek onlarla ilgili

(9) "Kennedy ile Nixon televizyon tartışmasından sonra yapılan araştırmaların da ortaya koyduğu gibi aynı tartışmayı radyodan dinleyenlerle televizyondan izleyenler arasındaki tercih büyük ölçüde farklı olmaktadır. Örneğin 1960 yılındaki bu ünlü televizyon düellosunu radyodan dinleyenlerden büyük çoğunluğunun Nixon'a oy vermesi, televizyondan izleyenlerin ise Kennedy'yi tercih etmesi yeterince anlamlı bir sonuçtur"; Erol Çankaya, "Siyasal Reklamcılık-5" Cumhuriyet, 28 Kasım 1991.

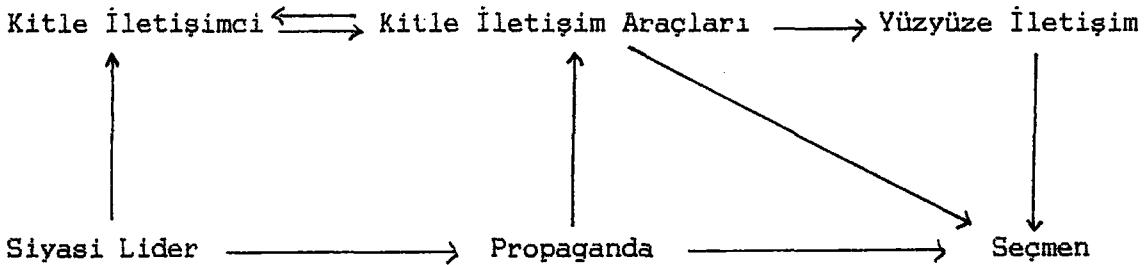
bir tutum takınmalarını, siyasal ilgilerinin ve katılımlarının artmasını sağlayabilirler. Seçmenlerin, siyasal kararların kendileriyle ilgili sonuçları konusundaki bilgilerinin artması, oy verme eğilimlerinin de artmasına neden olmaktadır.

Günümüzde, gittikçe karmaşıklaşan bütün içinde yalnızca kişisel deneyimlerden yola çıkarak kanaat edinebilmek giderek zorlaşmaktadır. Kanaat edinmenin zorlaştığı, kişisel deneyimlerin yetersiz kaldığı durumlarda bireyler, aldıkları mesajları belli bir anlam çerçevesine oturtabilmek için kitle iletişim araçlarında yer alan yorumlara daha çok gereksinme duymaktadırlar. Kitle iletişim araçları bireylere gereksinme duydukları yorumları sunarken aynı zamanda onları yönlendirme gibi bir işlev de görürler. Bu noktada kitle iletişim araçlarının olgu, olay, düşünce ve değerleri nasıl algılayıp tanımladıkları, nasıl aktardıkları, yani yaşanan gerçekliğin bu araçlar tarafından nasıl yeniden kurulduğu önem kazanmaktadır.

Kitle iletişim araçları çok sayıdaki olgu, olay ve düşünce arasından bir seçme yapar, bunları önem sırasına göre aktararak gündemi belirlerler. Bu seçme ve öncelikleme işlemi ise değişen ölçülerde bir öznelliği içerir. Bazı kesim ya da düşünceler, olaylar görmezden gelinebilir, tamamen yok sayılabilir ya da yalnızca bazı özellikleriyle yansıtılabilir. Kitle iletişim araçları olgu ve olaylara bakış biçimleri, yaptıkları yorumlar, yaşanan gerçekliği yeniden kurma modelleri ve bütünsel sunum özellikleriyle uzun dönemde ve bir süreklilik içinde algıları etkilemekte, bireyin dünyaya bakışı, onu anlamlandırması üzerinde yönlendirici olmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının, siyasal reklamcılık gibi sınırlı süreli etkinliklerde kullanımının siyasal davranışlar üzerindeki etkisini daha çok kararsız seçmenler üzerinde gösterdiği belirtilmişti. Ancak bu araçlar, yalnızca seçim kampanyaları sırasında değil, sürekli olarak kullanılmaktadır. Bu yüzden kitle iletişim araçlarının etkilerinin belli bir kampanya dönemiyle ve belli bir seçmen kesimiyle sınırlı olmadığı, liderlere ilişkin her tür enformasyonun bir süreklilik içinde seçmene ulaştığı gözönünde tutulmalıdır. Burada kitle iletişim araçlarından alınan, liderlerle dolaylı ya da dolaysız olarak ilgili duyumsal enformasyonlar, çeşitli bilişsel süreçlerden geçerek ve uzun dönemde birikerek bütünsel bir imaj oluşmasında, bu imajın dinamizminin belirlenmesinde önemli bir işlev görmektedir.

Seçmene ulaşan siyasi lider imajının iletişim sürecinde geçirdiği aşamalar aşağıdaki gibi şematik bir biçimde gösterilebilir:



Burada görüldüğü üzere liderin imajını biçimlendirecek her türlü enformasyon birbirleriyle ilişkili iki yolla seçmene ulaşmaktadır. Bunlar doğrudan propaganda ve genel kitle iletişim sürecidir.

Kitle iletişiminde kitle iletişimciler, (10) liderle ilgili topladıkları her tür enformasyonu kitle iletişim araçları ile seçmene ulaştırırlar. Kitle iletişimciler, kitle iletişim araçlarına enformasyon sağlarken onların sunduğu enformasyondan da yararlanır ve etkilenirler. Burada enformasyonun alınmasında ve verilmesinde kitle iletişimcinin kendi bilişsel süreçleri içerikte etkili olmaktadır. Aynı olayların değişik kişilerce algılanması farklı olabilmektedir. Yine yazınlama türleri (haber, makale, inceleme, röportaj, fotoğraf, film vb.) ve kalıplarıyla bu kalıplardaki eğilimler de enformasyon üzerinde etkilidir.

Kitle iletişim aracının görüntüye, sese ya da yazıya dayanması gibi doğasından kaynaklanan özelliklerle sunum biçimi ise kitle iletişimcinin topladığı enformasyon üzerinde etkili olmaktadır. Kitle iletişim aracının genel yayın politikası da hem enformasyonun içeriğini ve biçimini hem de kitle iletişimciyi etkiler. Liderle ilgili enformasyon, kitle iletişiminde birbiriyle karşılıklı etkileşim içindeki bu aşamalardan geçerek seçmene ulaşmaktadır. Bu süreçte, enformasyon akışı da sürekli olarak ancak sıklığı ve vurgusu olaylara göre değişerek gerçekleşmektedir.

Liderle ilgili enformasyon ayrıca propaganda etkinlikleri aracılığıyla da seçmene ulaşmaktadır.

(10) Burada kitle iletişimci, bir kitle iletişim aracına enformasyon sağlamakla ve bu enformasyona biçim vermekle görevli kimselerdir, muhabir, yorumcu, kameraman, fotoğrafçı, yazı işleri müdürü, program yapımcısı, gibi.

Propaganda etkinlikleri liderle seçmenin fiziksel olarak karşı karşıya geldiği açık hava toplantıları, seçmenlerle el sıkışma, beraber yemek yeme gibi etkinlikler ya da broşür, afiş gibi propaganda yayınları, posta ve telefon aracılığıyla olabileceği gibi kitle iletişim araçları aracılığıyla da olabilmektedir. Günümüzde propaganda amacına ulaşmada büyük ölçüde kitle iletişim araçlarından yararlanmakta sözü edilen etkinlikler de bu araçlarda haber olarak yayınlanabilmekte ve daha etkili duruma gelmektedir. Yine seçim kampanyalarında, yasalarca tanınan sınırlar çerçevesinde bu araçlardan yararlanıldığı gibi para karşılığında bu araçlardan sütun ya da süre satın alınarak da propaganda mesajları geniş kitlelere iletilebilmektedir.

Seçmene ulaşan enformasyon sözü edilen bütün bu aşamaların değişen ölçülerdeki manipülasyonunu içermekte, imajın katıksız bir kurgusu olanaksızlaşmaktadır. Yine burada unutulmaması gereken bir nokta da kitle iletişim araçlarının sağladığı enformasyon yanında seçmenin içinde bulunduğu koşulların ve bu koşullarla kendisi arasında tanımladığı ilişkilerin de seçmenin zihninde biçimlenen imajda bir değişken olduğudur.

Bu belirlemelerden sonra, seçmen davranışlarının oluşmasında seçmen oyuna talip olan siyasetçilerin özellikle siyasal parti liderlerinin kitle iletişim araçlarında oluşan imajının ne denli önem taşıdığı daha iyi görülmektedir. İşte bu nedenle bir ülkedeki siyasal gelişmelerin kavranması ve

açıklanması için politikacıların sundukları imajların saptanması önemli bir araştırma alanı olarak belirlemektedir. Özellikle seçim sonuçlarının irdelenmesinde, siyasal parti liderlerinin imajları, üzerinde durulması gereken bir nokta olarak ortaya çıkmaktadır.



C. TÜRKİYE'DE SİYASİ LİDER İMAJİ OLUŞUMU VE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ ROLÜ

Türkiye'de siyasi lider imajının oluşmasını bu süreçte kitle iletişim araçlarının rolünü anlamak, propaganda etkinlikleri ve kitle iletişim araçlarının özellikle de radyo ve televizyonun gelişimiyle yakından ilgili olduğu için öncelikle bu gelişmelerden kısaca söz etmek yerinde olacaktır.

Türkiye'de propaganda etkinlikleri, 1946 yılında çok partili döneme geçilmesiyle birlikte önem kazandı. Bu etkinliklerin önem kazanmasıyla siyasal partiler, basın üzerinde ve bu dönemde etkili olmaya başlayan radyo üzerinde denetim kurmaya ve bu araçlardan olabildiğince yararlanmaya yönelik bir mücadeleye giriştiler. Bu çabalar sonucu, 1949 yılında siyasal partilere, seçim kampanyalarında radyoda konuşma hakkı tanındı. Propaganda işlerinin düzenlenmesi de 1950'de Basın Yayın Genel Müdürlüğüne verildi.

1950'de Seçimleri kazanan Demokrat Parti, iktidara geldikten bir süre sonra muhalefi susturma çabalarına girişti. Siyasal partilerin radyodan yararlanma hakkını kaldırmak da bu çabaların bir parçasıydı. 1954'teki yasal düzenleme iktidara bu olanağı verdi. Radyo, bu dönemde iktidarın tek yanlı propaganda aracı olarak kullanıldı.

1960 sonrasında da iletişim araçları çeşitli yasal düzenlemelere konu oldular. Bu düzenlemelerden biri siyasal partilere radyodan yararlanma hakkını yeniden tanıdı.

Böylece partiler, radyodan halka seslenerek kendilerini ve programlarını seçmenlere tanıtabildiler. Bu dönemde radyonun etkinlik kazanması, liderlerin özellikle 1965 seçimlerindeki radyo konuşmalarının kamuoyunda büyük bir ilgiyle karşılanmasına neden oldu. Yine bu dönemde propaganda işlerinin düzenlenmesi de Yüksek Seçim Kurulu tarafından yürütüldü.

1968'e gelindiğinde televizyon da diğer kitle iletişim araçları arasındaki yerini aldı. Daha sonraki yıllarda ise yayın saatlerini ve etkinliğini artırarak televizyon, propaganda faaliyetleri için önemli bir araç durumuna gelmeye başladı. Önemini artırmasıyla birlikte televizyonun da çeşitli yasal düzenlemelere konu olduğu görüldü.

Radyo ve televizyonun basının yanında yerlerini almaları, toplumda yaygınlık ve etkinlik kazanmaları reklamcılık sektöründeki gelişmelerle bütünleşince Türkiye'de propaganda etkinlikleri 1977 yılından itibaren yeni bir boyut kazandı. Bu etkinliklerde ilk kez, 1977 Genel seçimlerinde bir reklam ajansı görev aldı. Seçim kampanyalarındaki propaganda etkinlikleri daha önce açık hava toplantıları ve radyo yayınları aracılığıyla yürütülürken bu seçimlerle birlikte bu iş, uzman kuruluşlara devredilmeye başlandı.

1980'li yıllarda siyasal propaganda, propaganda sözcüğünün olumsuz çağrışımlarını gizleyecek şekilde reklamcılık tekniklerinin kullanılmasıyla serbest piyasa modeli içinde parti liderinin oy karşılığında seçmen

kitlelerine pazarlanması biçimine dönüştü. Artık, açık hava toplantıları da daha etkili olabilmeleri için kitle iletişim araçlarıyla hazırlanan bir ortamda gerçekleştirilmeye ve bunlar aracılığıyla değerlendirildiğinde bir anlam kazanmaya başladı.

Bu dönemde özellikle 1983 Genel Seçimleri, Siyasal reklamcılığın öne çıkması bakımından bir dönüm noktası oluşturdu. Bunda kitle iletişim araçları ve reklamcılık sektöründeki gelişmeler yanında dönemin siyasal özelliklerinin de etkisi oldu. 12 Eylül yönetimi eski siyasi partilerin faaliyetlerini yasakladığından bu seçimlerde seçmenin karşısına üç yeni parti çıkmıştı. Seçmenin bu partilerle ilgili olarak tercihlerinde referans olarak kullanabileceği geçmişte yaşanmış deneyimleri yoktu. Partilerin programları ise çok büyük ve kesin ayrımlar göstermiyordu. Özellikle MDP ve ANAP arasındaki benzerliğin yazarlar tarafından da vurgulandığı görüldü. Örneğin Uğur Mumcu, bu iki partinin "elmanın yarısı gibi" birbirine benzediğini yazarken (1 Kasım 1983, Cumhuriyet), Mehmet Barlas da Özal ve Sunalp'ın "partilerinin genel ekonomik anlayışları açısından farksız" olduğunu yazdı (26 Ekim 1983, Milliyet). Daha önceki dönemlerde, partilerin vaatleriyle uygulamaları arasında tutarsızlıklara rastlanmış olması da seçmenin parti programlarına olan güveninin bir ölçüde azalmasına neden olmuştu. Bu türden etmenlerin bir araya gelmesiyle liderin ön plana çıkmaya başladığı görüldü. Liderin ön plana çıkmasına yazarlar da değindiler. Örneğin; Cüneyt Arcayürek bunu Türk Demokrasinin bir özelliği gibi değerlendirerek şöyle yazdı: "Bizde dün olduğu gibi bugün de

parti demek lider demek. MDP yok, Turgut Sunalp var, Halkçı Parti yok Necdet Calp var, Anavatan Partisi yok Turgut Özal var" (16 Ekim 1983, Milliyet). Mehmet Barlas ise "seçim sonucunu tahmin etmeye yönelik tartışmalarda da, partilerin konuşulmasından ziyade, Sunalp mı iyi Özal mı? şeklindeki soruların" duyulmakta olduğuna dikkati çekerek, "acaba bu liderin ağır bastığı tür siyaset, sadece bizim topluluğumuza özgü bir yapı mıdır, yoksa evrensel politik bir durum mudur bu?" diye soruyordu (18 Ekim 1983, Milliyet).

Liderin öne çıkması, partilerin geçmişten yoksun bulunmaları, yeni ve köksüz olmaları nedeniyle kendilerini hızlı ve kestirme yoldan halka tanıtmak istemelerinin de bir sonucu idi. Dikkatlerin lider üzerinde yoğunlaşması oranında, seçmen tercihlerinde lider imajının parti imajını gölgede bırakacağı ve seçim sonuçları üzerindeki önemini artıracacağı düşünülebilir. Bu durumda, sergilenen imajlardan hangisinin halkın beklentilerine, özlemlerine, içinde yaşanan sosyal ve siyasal ortama denk düşeceği büyük ölçüde belirleyici olmaktadır.

Böyle bir ortamda, seçime katılan üç partiden ikisi (ANAP ve MDP) reklam ajanslarıyla işbirliği yaparak siyasal reklamcılığın olanaklarından yararlanma yoluna gittiler. Liderler sınırlı bir zaman içerisinde seçmene mesajlarını en uygun şekilde aktarmaya ve onda olumlu bir imaj oluşturmaya çalıştılar.

Yine kampanya sırasında özellikle televizyonda yayınlanan açık oturum ve basın toplantıları ilgi çekti. Basında da bu toplantıların önemine değinildi. Örneğin;

Teoman Erel, "bu açık oturumda 'görünüş', 'üslup' ve 'hava' dışında en çok puan kazandıracak faktör, 'bu lider zorlukları aşabilir, yeni yaklaşımlar getirebilir, dinamizm sağlayabilir umudunu yaratmaktır. bunu sağlayan lider öbürlerinden birkaç adım öne geçecektir" diyordu (22 Ekim 1983, Milliyet). Bu toplantılardan sonra yapılan bir soruşturma da seçmenin genel olarak, Sunalp'ı "ciddi ve devlete sahip", Özal'ı "sempatik ve ilginç fikirlerle dolu", Calp'ı ise "halka dönük" olarak değerlendirdiğini gösteriyordu(11).

Böyle yayınların da etkisiyle seçimler, liderler arası bir tür imaj yarışına dönüşmeye başladı. Bu arada gerek bu yayınlarda gerekse diğer kampanya etkinliklerinde ANAP lideri Turgut Özal, reklamcılık teknikleri ve kitle iletişim araçlarının olanaklarını daha iyi değerlendirerek diğer liderler arasında öne çıkmaya başladı. Örneğin, Teoman Erel, Özal'ın "1983 seçimlerinde şaşırtıcı bir hamle ve canlılık" sergilemekte olduğunu, "rakiplerinden önde" olduğunu ve "yarışın bu aşamasında ipe en yakın görünen" in Özal olduğunu anlattı (26 Ekim 1983, Milliyet). Aynı şekilde Mehmet Barlas da Özal'ın "yarışı önde göstermekte gibi" olduğunu yazdı (27 Ekim 1983, Milliyet). Yazarlar onun, propaganda etkinliklerine ve kitle iletişim araçlarını iyi değerlendirmesine de değindiler. Örneğin, Teoman Erel, "Özal'ın propaganda stratejisinin çok usta bir ekip tarafından yürütüldüğünün hissedildiğini" (17 Ekim 1983

 (11) THA'nın liderlerin televizyondaki açık oturumu sonrası yurt düzeyinde yaptığı soruşturma, Cumhuriyet Gazetesi, 24 Ekim 1983, s.1.

Milliyet), "Özal ve arkadaşları"nın "propaganda Sanatı"nı bildiklerini yazdı (4 Kasım 1983, Milliyet). Mehmet Barlas, Özal'ın "televizyonu çok iyi değerlendirmekte" olduğunu belirtti (2 Kasım 1983, Milliyet). Cüneyt Arcayürek ise "Özal'ın sık sık gittiği dış ülkelerde televizyonlarda görünmenin, oralarda halkla bütünleşen 'ekran olayı'nın nasıl kullanıldığını incelemesinin, başarısında" bir etken olduğunu yazdı (26 Ekim 1983, Milliyet). Hasan Pulurda "eğer televizyon bir ölçüyse, eğer televizyondaki açık oturum veya basın toplantıları bir ölçüyse, eğer bu seçimde 400 milletvekili değil de sadece bir 'genel başkan' seçeceksek Turgut Özal bu işi aldı götürdü" (28 Ekim 1983, Hürriyet) biçiminde görüşlerini dile getirdi.

Özal, daha önce de yönetimin çeşitli basamaklarında görev aldığı halde 1983 seçim kampanyası sırasında koşuları iyi değerlendirerek yeni bir imaj oluşturmayı başardı(12).

(12) " 'Sunalp...Calp... Rap rap rap' esprileri yapılıyor; Sunalp'la Calp'ın bürokrat ve devletlu havalalarına karşılık Turgut Özal için Tonton Amca imajı çiziliyordu", bu arada Manajans, "Özal'ın istediği ilk ön araştırayı düzenliyordu: Millet Özal'ı nasıl tanıyor? Ortaya gerçekten olumlu bir tablo çıkıyordu, çok az kişi 'bunlar takunyalıdır' demişti; 'şişman, tonton' bir görüntü ile birlikte, 'Bu adam ekonomiyi bilir' havası dikkati çekiyordu", Hasan Cemal, Özal Hikayesi, Bilgi Yayınları, Yedinci Basım, Ankara, 1989, s.49-50,

Siyasi düşüncenin liderin gerisinde kalmış görüldüğü bir ortamda ülkedeki dört eğilimi kaynaştırdığını iddia ederek olabildiğince geniş bir seçmen tabanından oy almayı amaçlıyordu. Dikkati parti programı, bu programdaki hedeflerin nasıl gerçekleştirileceği ve bu politikaların uygulanabilirlik koşullarından çok kendi performansı üzerine çekmeye çalışıyordu. Bu amaçla ekonomik konuları çok iyi bilen iş bitirici bir lider görüntüsü vermeyi hedeflemişti. Bunda başarılı da oldu. Bu durumu örneğin, Teoman Erel "şimdilik seçmen kitleleri bu soruların cevaplarını aramak bir yana düşünmüyor bile. ünlü masaldaki gibi, köyün çocukları kavalını esrarengiz bir ustalıkla çalan sihirbazın peşine takılmış gidiyorlar"(26 Ekim 1983 Milliyet) biçiminde betimliyordu.

1983'te Özal'ın iletişim araçlarını ve propaganda teknikleri iyi kullanarak sergilediği imaj, içinde bulunulan ortama, seçmenin beklentilerine, özlemlerine uygun düştü ve seçimleri ANAP kazandı.

Daha sonraki yerel seçimler ve 1987'deki genel seçimlerde de Özal, iktidarını sürdürebilmek için yine siyasal reklamcılık tekniklerinden ve iletişim araçlarından yararlandı. 1989'da Cumhurbaşkanlığına seçilmesinden sonra da her fırsatta kendinden sözettirmeyi başardı. Kamuoyunun dikkatini kendi istediği konulara yöneltmek, sürekli gündemde kalmak ve yaptığı işleri bir gösteriye dönüştürmek için her olanaktan yararlanmaya çalıştı.

Turgut Özal'ın bu özelliği yanında temsil ettiği siyasal hareket de 1980 sonrası dönemde Türk Siyasal yaşamında belirleyici nitelikteydi. İster beğenilsin ister eleştirilsin, Özal, bu dönemde siyasal yaşamı etkileyen önemli bir figür olarak yer aldı. 1983 ve 1987 Genel seçimlerinden sonra başbakan olarak yürütmenin başına geçti. Bu zaman süresince uyguladığı politikalarla, savunduğu düşüncelerle Türkiye'nin siyasal, ekonomik ve sosyal yapısını etkilerken kullandığı üslup ve kişilik özellikleriyle de tartışma konusu oldu. Özal'ın özellikle ekonomi ve dış politika alanındaki tavrı ve uygulamalarıyla dikkati çektiği bu dönemden "Özal Dönemi" olarak sözedildiği görüldü. Özal'ın ekonomi alanındaki karar ve uygulamaları "devrim", "ihtilal", "reform" gibi sözcüklerle nitelenirken Özal, dış politika alanında da Türkiye'nin geleneksel dış politikasından ayrılan bir çizgi izledi. Davranışlarıyla da "alışılmıştan dışında" bir devlet adamı görüntüsü verdi. 1989'da Cumhurbaşkanı seçilerek "devletin başı" olduktan sonra da bu görüntüyü sürdürdü.

Üstlendiği görevlerle ve bu görevler sırasındaki politikalarıyla Özal, Türkiye'de 1980 sonrası dönemin en çok konuşulan kişisi oldu. Buna bağlı olarak, 80 sonrası dönemde Özal ile ilgili pek çok yazı ve kitap yayınlandı. İlgiyle karşılanan bu yayınların önemli bölümü, gazeteciler tarafından kaleme alınan ve Özal ile ilgili anılar, Özal'ın yaşamı, siyaset alanında yaptıkları gibi konuları içeren kitaplardan oluşuyordu. Örneğin; Hasan Cemal'ın Özal Hikayesi, Emin Çölaşan'ın Turgut Nereye Koşuyor, Yavuz Donat'ın Özallı Yıllar adlı kitapları, bunların başlıcaları

arasında sayılabilir. Ancak ilgiyle karşılanan bu kitaplar yanında, Özal ile ilgili olarak yapılan bilimsel çalışmaların yetersiz kaldığı görülmektedir.

Bu konudaki eksikten de yola çıkarak, gerek siyasal yaşamda oynadığı rolün önemi gerekse kitle iletişim araçlarını ve reklamcılık teknikleri kullanmaktaki becerisi dolayısıyla ilginç bir örnek oluşturacağı düşünüldüğünden, siyasal iletişim süresinde lider imajını araştırmaya yönelik bu çalışmaya örnek lider olarak Turgut Özal seçilmiştir. Turgut Özal'ın kitle iletişim araçları tarafından nasıl algılanıp yansıtıldığına saptanması, Türkiye'de 1980 sonrası dönemin değerlendirilmesi ve siyasal yaşamdaki gelişmelerin kavranabilmesi için önemli görülmüştür.

Bu nedenle bu araştırmada, Özal ile ilgili olarak günümüz kitle iletişim araçlarından biri olan gazetelerde oluşan imajın belirlenmesine çalışılmıştır. İmajdaki genel eğilimlerin ve bu eğilimlerde zaman içinde ortaya çıkan değişimlerin saptanabilmesi için de içerik analizi yöntemi uygulanmıştır. Araştırmanın ilk bölümü kullanılan yöntemin açıklanmasını kapsamaktadır. Gerekli verilerin nasıl sağlandığı ve nasıl işlendiği bu bölümde anlatılmıştır.

İkinci bölümün içeriğini araştırma verilerinin sunulması ve değerlendirilmesi oluşturmaktadır.

Araştırmanın sonucu ve genel bir değerlendirmesi ise üçüncü bölümde verilmiştir.

I. BÖLÜM

A. ARAŞTIRMA ÖNERİSİ

Günümüzün çok partili sistemlerinde partiler arasındaki farklar giderek azalmaktadır. Bu durum, seçmen tercihlerine yönelik olarak, seçim sonucu açısından programlar arasındaki farkların değil, parti liderleri arasındaki farkların ön plana çıkarıldığı bir ortam yaratmaktadır.

Bir yandan bir tür karnavala dönüşmeye başlayan propaganda etkinliklerinde kitle iletişim araçları daha yoğun olarak kullanılmakta, diğer yandan seçmenin kanaat edinebilmek için bu araçlara olan gereksinmesi giderek artmaktadır.

Böyle bir ortamda kitle iletişim araçlarının liderleri algılama ve sunma biçimi önem kazanmakta, bu araçlarda oluşturulan politikacı imajları seçmenin siyasal kararlarını etkilemektedir.

Bu araştırma siyasal süreçteki önemi nedeniyle Türk basınındaki siyasi lider imajının incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Basında oluşan siyasi lider imajının araştırılması, basının imaj oluşturma, sürdürme ve değiştirme süreçlerinin siyasal biçimlenişte oynadığı rolün anlaşılmasında önemli görülmüştür.

Basın seçmenin siyasal tercihleri için bir kanaat kaynağı olarak alındığında gazetelerde ortaya çıkan siyasi lider imajının araştırılmasının, gazetelerin bir lideri nasıl algılayıp sunduklarının belirlenmesinin siyasal olayların kavranmasına ve açıklanmasına katkıda bulunacağı düşünülmüştür. Liderlerin kitle iletişim araçlarındaki imajları, özellikle seçim sonuçlarının değerlendirilmesinde göz önüne alınması gereken bir nokta olarak görüldüğünden bu araştırma, günümüz kitle iletişim araçlarından biri olan gazetelerde oluşan siyasi lider imajının belirlenmesine yönelmiştir.

Gazetelerde oluşan siyasi lider imajı, aynı zamanda gazetelerin yayın politikalarıyla da ilgili olduğu için konunun araştırılması basındaki politika farklılıklarının anlaşılmasına da katkıda bulunacaktır.

Araştırmaya örnek lider olarak, 12 Eylül sonrası tekrar demokrasiye geçilmesinden itibaren Türk siyasal yaşamında oynadığı rolün önemi nedeniyle Turgut Özal seçilmiştir.

Araştırmaya neden olan sorular şöyle özetlenebilir:

Özal'ın basında oluşan imajında en çok hangi özellikleri vurgulandı? En çok vurgulanan özelliğin saptanması, imajın baskın yönünü ortaya çıkaracak, imajda dikkatlerin en çok hangi özellik üzerinde yoğunlaştığını gösterecektir.

İmajda olumlu ve olumsuz nitelenmelerinden hangisi ağır bastı? Bu sorunun yanıtı, imajın değerlendirici bileşenini ortaya koyacak, yazarların Özal'a karşı nasıl bir tutum içine girdiklerini gösterecektir.

İmajın seçilen dönemlere göre değişimleri nasıldır? Bunun bulunması, hangi olayların hangi konuları ve imajdaki hangi özellikleri ön plana çıkardığının, siyasal olayların açıklanmasında basının bir lideri nasıl algılayıp sunduğunun anlaşılmasına yardımcı olacaktır. İmajın vurgusundaki değişimler ise olayların basının gündeminde kalmayı nasıl etkilediğini gösterecektir.

İmajın kurulmasında hangi zamana ait özellikler öne çıkarıldı? Bu sorunun araştırılması, geçmişte yaşanan olayların Özal'ın imajını nasıl etkilediğinin anlaşılmasını ve yazarların gelecekte Özal'ın nasıl olacağı ile ilgili görüşlerinin belirlenmesini sağlayacaktır.

Gazeteler arasındaki imaj farklılıkları nasıldır? İmajın gazetelere göre nasıl bir değişiklik gösterdiğinin bulunması gazetelerin tutumları arasında bir karşılaştırma yapma olanağı verecektir.

Her gazetede yer alan imaj seçilen dönemlere göre nasıl farklılıklar gösterdi? Bu sorunun araştırılması ise gazetelerin imaj oluşturmadaki eğilimlerinin, çeşitli olaylardan nasıl etkilendiğini ortaya çıkaracaktır.

B. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Siyasal iletişim sürecinde lider imajını incelemeye yönelik bu araştırmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Toplum bilimsel araştırmalarda kullanılan ve ilk uygulanması 16.yüzyıla değin uzanan içerik analizi tekniği kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile önem kazanmıştır. Klaus Krippendorf içerik analizini "bir mesajın içindeki verilerden yinelenebilir ve değerli çıkarımlar yapan bir araştırma tekniği" olarak tanımlıyor(13).

Duverger'ye göre ise içerik analizi, "bir metnin öğelerinin (veya daha genel bir deyişle, bir bildirişimin öğelerinin) önceden saptanmış bulunan kategorilere göre sınıflandırılmasına" dayanan bir tekniktir(14). Bir araştırmanın doğru sonuçlar verebilmesi için araştırma kategorilerinin çok iyi formüle edilmiş olmaları, güvenilirlik ve geçerliliklerinin doğrulanabilmesi gerekmektedir.

Bu tekniğin özellikleri nesnellik, sistematik olma, yinelebilir olma ve işe yarayan çıkarımlar elde etme olarak sayılabilir.

(13) Aysel Aziz, "Kitleli iletişimde İçerik Çözümlemesi", A.Ü. Basın Yayın Yüksekokulu Yıllığı, 1988, sf.43.

(14) Maurice Duverger, Sosyal Bilimlere Giriş, Çeviren: Ünsal Oskay, Bilgi Yayınevi, 1980, sf.144.

İçerik analizinin günümüzdeki uygulamaları, iletişimin yeraldığı araca bağlı olarak yapılan alan incelemeleri ile amaca bağlı olarak mesajın anlamını çözülemeye yönelik incelemelerdir.

İçerik analizinin temel aşamaları kısaca şöyle özetlenebilir:

Veri Toplama: Diğerlerinden ayrılabilen, çözümlenebilen, amacı gerçekleştirmeye yönelik bilgi birimlerinin toplanması analizin ilk aşamasını oluşturur.

Birimleştirme: Araştırma birimlerinin tanımlanarak sınırlarının belirlenmesi işlemidir. Burada amaca bağlı olarak örneklem birimleri, kayıtlama birimleri ve sözlere ilişkin birimlerden bir ya da birkaçı kullanılabilir.

Örneklem: Araştırma evreninden üzerinde çalışmak üzere amacı gerçekleştirecek güvenilir sayıda bir örneklem alınır. Dizgeli örneklem, tabakalanmış örneklem, salkım örneklem, rastgele örneklem, olasılık örnekleme ve çok aşamalı örneklem yöntemleri içerik analizinde kullanılan belli başlı yöntemlerdir.

Kayıtlama Yönergesi: İçerik analizinde yapılacak olan çözülemeye yön verecek olan, amaca göre oluşturulmuş soruların yer aldığı kayıtlama yönergesidir. Genellikle kapalı uçlu sorular şeklinde düzenlenen kayıtlama yönergesi hazırlanırken kavramsallaştırmanın çok iyi yapılması, hem

Öznelliğin giderilmesi hem de yinelenebilirliğin sağlanması açısından önemlidir.

Çözümleme: Bu aşamada kayıtlama yönergesine bağlı olarak hazırlanan kodlama kağıdına kaydedilen veriler istatistiksel işlemlere tabi tutularak bulgular sağlanır.

Çıkarsama Yapmak: Varsayımların ya da ortaya atılan hususların kanıtlanıp kanıtlanmadığının saptanması ve bu saptamaların ışığında çıkarsama yapılması son aşamayı oluşturur(15).

(15) Daha fazla bilgi için bakınız; Aziz, a.g.e. sf. 39.

C. TÜRK BASININDA TURGUT ÖZAL İMAJININ İNCELENMESİ İÇİN UYGULANAN İÇERİK ANALİZİNİN AŞAMALARI

1. Örneklem:

Bu araştırma için dört tane günlük gazete seçilmiştir. Bunlar; Hürriyet Milliyet, Cumhuriyet ve Sabah gazeteleridir. Hürriyet, Milliyet ve Sabah Türkiye'nin en yüksek tirajlı ve popüler gazeteleri oldukları için araştırma örneğine alındılar. Cumhuriyet ise fikir gazetesi özellikleri taşıması yanısıra Özal'ın temsil ettiğinden farklı bir eğilimi temsil ettiği için seçildi. Cumhuriyet'in bu özelliğinin imajın oluşturulmasında gazeteler arasındaki eğilim farklarının daha iyi belirlenebilmesinde yararlı olacağı düşünüldü. Kuşkusuz, burada Cumhuriyet'teki siyasal eğilimlere karşıt düşüncelerin de araştırılması konunun daha iyi anlaşılması bakımından yararlı olacaktı. Ancak, farklı ve Özal'a karşıt düşünce de olarak değerlendirilebilecek yayın organlarının fazla sayıda olması, uzun bir tarama süresi gerektirdiği için bir yüksek lisans tezinin sınırları içinde buna olanak bulunmamaktaydı.

Araştırma, haberlere oranla daha belirgin değerlendirilmelere yer verildiği için seçilen gazetelerin köşe yazıları ile sınırlandırıldı.

1980 sonrası Türk siyasal yaşamından özelliklerine göre seçilen çeşitli dönemlerde, her dönem için, her gazetenin 30 günlük nüshası analiz edildi(16).

İncelenen dönemler şunlardır:

a. 6 Kasım 1983 Genel Seçimleri

Seçim dönemleri, siyasal yayınların arttığı dönemlerdir. Buradan yola çıkarak Özal'dan çok söz edilen bir dönem olduğu varsayıldığı için 14 ekim-14 kasım 1983 tarihleri arası incelenmek üzere seçildi. Bu dönem aynı zamanda siyasal reklamcılık tekniklerinin seçim kampanyalarında belirgin olarak kullanılmaya başlandığı bir zaman dilimini kapsıyordu. Özal'ın yapılaşmış bir imajının oluşması bu dönemde gerçekleşti.

b. I. Özal Hükümeti

I. Özal Hükümetinin kurulmasından sonraki bir aylık süre (14 Aralık 1983-14 Ocak 1984), Özal'ın siyasal rolündeki değişimlerin imajını nasıl etkilediğini görmek, parti genel başkanı, yönetici aday ve Başbakan olarak imajları arasındaki farkı belirlemek amacıyla seçildi.

(16) Sabah Gazetesi yayın hayatına 1985 yılında başladığı için 7 dönem boyunca incelendi.

c. 29 Kasım 1987 Erken Genel Seçimleri

ANAP yönetimi altında yaşanan dört yıllık deneyimin ışığında gazetelerin Özal'ı nasıl değerlendirdiklerinin görülebilmesi için 7 Kasım-7 Aralık 1987 tarihleri arasındaki bir aylık sürenin incelenmesi anlamlı görüldü.

d. II. Özal Hükümeti

II. Özal Hükümetinin kurulmasından sonraki bir aylık süre (22 Aralık 1987-22 Ocak 1988), 1987 Seçim Kampanyası öncesinde ve sonrasında Özal'ın imajındaki değişimlerin saptanabilmesi amacıyla seçildi.

e. Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Öncesi

Cumhurbaşkanlığı seçimlerinden önceki bir aylık süre (1 Ekim 1989-30 Ekim 1989), Özal'ın adaylığının basın tarafından nasıl değerlendirildiğinin görülebilmesi ve Cumhurbaşkanı adayı olarak Özal'ın imajının belirlenebilmesi açısından önemli görüldü.

f. Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Sonrası

Cumhurbaşkanlığı seçimlerinden sonraki dönem ise (1 Kasım 1989- 30 Kasım 1989), Özal'ın siyasal rolündeki değişimin imajını nasıl etkilediğini göstermesi ve Özal'ın Cumhurbaşkanı olarak basında nasıl değerlendirildiğinin anlaşılması bakımından anlamlı görüldüğü için seçildi.

g. Körfez Savaşı

Kriz sırasında aktif bir rol oynaması nedeniyle, Körfez Savaşının Özal'ın imajında belirgin bir değişmeye ya da pekişmeye neden olduğu varsayıldı. Bu yüzden 17 Ocak-17 şubat 1991 tarihleri arası incelenmek üzere seçildi.

h. Mesut Yılmaz Hükümeti

Yılmaz Hükümetinin kurulmasından sonraki dönem, Özal'ın doğal lideri sayıldığı iktidar partisiyle ilişkileri açısından önemli görüldü. ANAP ile ilişkilerinin, Özal'ın Cumhurbaşkanı olarak imajını nasıl etkilediğinin görülebilmesi için 23 Haziran-23 Temmuz 1991 tarihleri arasındaki dönem incelenmek üzere seçildi.

i. DYP-SHP Koalisyon Hükümeti

DYP-SHP Koalisyon Hükümetinin kurulmasından sonraki dönem ise Özal'ın eskisi gibi hükümete müdahale edemeyeceği bir dönem olarak değerlendirildi. İktidar değişikliğinin Özal'ın imajında nasıl bir değişime yol açtığıнын görülebilmesi için hükümetin kurulmasından itibaren bir aylık sürenin (21 Kasım-21 Aralık 1991) incelenmesi anlamlı görüldü.

2. Araştırma Birimlerinin Kaydedilmesi

Bu araştırmaya analiz birimi olarak bildirim seçildi. Bildirim; cümlecik, bir cümlede yer alan önermelerden her biri olarak tanımlandı.

Araştırmanın kaydedilen birimleri, Turgut Özal ile ilgili bildirimlerden oluşmaktadır. Araştırma için 1020 adet gazete nüshasının köşe yazıları ve yorumları gözden geçirilmiş, Turgut Özal ile ilgili olanları kaydedilmiştir.

Bildirimler kaydedilirken yalnızca yazarın görüş ve değerlendirmelerine yer verilmiş, amaç yazarın değerlendirmesini esas almak olduğundan başka kaynaklardan yapılan alıntılar, sadece yazarın, kaynağının görüşüne katıldığını bildirmesi durumunda kaydedilmiştir.

Anavatan Partisi, bakanlar ve hükümetle ilgili bildirimler de amaç dışı kaldığı için kayıt dışı bırakılmıştır. Bunlardan yalnızca Özal ile özdeşleştirilmiş olanlar kaydedilmiştir.

3. Araştırmanın Kategorileri

Gazetelerin köşe yazılarından çıkarılan bildirimler aşağıda anlatılan üç boyutta değerlendirildi.

a. İmajı Oluşturan Özellikler

Özal ile ilgili olarak kaydedilen bildirimler, önce onun imajındaki baskın yönün ortaya çıkarılabilmesi için, vurguladıkları özelliklere göre, Doris Graber tarafından geliştirilen ve kullanılan şu kategorilere yerleştirildi: Felsefi Özellikler, üslup özellikleri, yönetsel kapasite ile ilgili özellikler, kişisel özellikler, kamu ile ilişkilere ait özellikler ve diğer özellikler.

İmajın bilişsel yönünü veren bu kategorilerin içerikleri aşağıda açıklanmıştır.

1) Felsefi Özellikleri Vurgulayan Bildirimler

Özal'ın ideolojisine, görüşlerine, düşünce sistemine, inançlarına, zihniyetine ve belli bir politik konuda nasıl bir konumda yer aldığına atıfta bulunan bildirimler bu grupta toplandı. "Özal modeli", "Özal sistemi" ve "Özal programı"yla ilgili bildirimler de yine bu kategori içinde değerlendirildi. Laiklik, demokratlık, Atatürkçülük, Liberallik, tarikatçılık, aşırılık gibi.

2. Üslup Özelliklerini Vurgulayan Bildirimler

Özal'ın davranışlarından gözlemlenebilen özellikler, davranış biçimleri, bir eylemi gerçekleştirme yöntemi, çeşitli çevrelerle ilişkileri ve bu çerçevelere karşı tutumu, propaganda biçimi ve konuşma biçimi ile ilgili bildirimler bu grupta toplandı. Uzlaşmacılık, bencillik, keyfilik, partizanlık, güçlülük, etkinlik, tutarsızlık, vb.

3. Yönetmel Kapasite ile İlgili Özellikleri Vurgulayan Bildirimler

Özal'ın yönetici (Parti Başkanı, Başbakan, Cumhurbaşkanı) olarak görevini yerine getirirken yaptıklarını, yönetimin çeşitli kademelerinde üstlendiği görevleri, başarılarını, başarısızlıklarını, yetkilerini nasıl kullandığını, nasıl politikalar uyguladığını, somut

sorunlarla ilgili eylem ve kararlarını ön plana çıkaran bildirimler bu grupta toplandı. Ayrıca onun ülkeye ve rejime zarar vermesinden duyulan endişeleri dile getiren ve bir "devlet adamı" olarak Özal'ın idari yeteneklerini vurgulayan bildirimler de aynı gruba alındı.

4. Kişisel Özellikleri Vurgulayan Bildirimler

Özal'ın doğuştan gelen, asli, ayrılmaz özelliklerini vurgulayan, kişiliğini, fiziksel görünüşünü, belli bir andaki görüntüsünü -ruh halini betimleyen bildirimler bu kategoride düşünüldü. Zeka, bilgi, dürüstlük, kendine güven, içtenlik alçakgönüllülük, kibir gibi.

5. Kamu ile İlişkilere ait Özellikleri Vurgulayan Bildirimler

Özal'ın iç ve dış kamuoyundaki itibarı, yarattığı ya da yaratmaya çalıştığı görüntü, siyasal reklamcılık tekniklerini ve kitle iletişim araçlarını değerlendirme kapasitesi, seçim sloganları, arkasındaki halk desteği gibi konulara atıfta bulunan bildirimler bu gruba alındı.

6. Diğer Özellikler

Yukarıda anlatılan beş kategoriden hiçbirine sokulamayan, sınıflandırılmayan bildirimler bu grupta toplandı.

b) Değerlendirici Kategoriler

Özal ile ilgili bildirimler, daha sonraki aşamada gazetelerin Özal ile ilgili tutumlarını belirleyebilmek ve imajın değerlendirici bileşenini saptayabilmek amacıyla değerlendirici kategorilere yerleştirildi.

1) Olumlu Tutum

Bildirimde vurgulanan özelliği onaylayan bir tutum, lehte bir atıf içeren bildirimler bu grupta değerlendirildi.

2) Olumsuz Tutum

Vurgulanan özelliği kabul etmeme, uygun bulmama şeklinde ortaya çıkan bir tutum, aleyhte bir atıf içeren bildirimler, bu kategoriye alındı.

3) Nötr Tutum

Bildirimde vurgulanan özellikle ilgili açıkça bir değer yargısı içermeyen tutumlar bu grupta toplandı.

C. Zaman Kategorileri

Kaydedilen bildirimler üçüncü aşamada, Özal'ın imajının kurulmasında hangi zamana ait özelliklerin baskın olduğunu bulmak için zamanlara göre oluşturulan kategorilere yerleştirildi.

**1) Geçmiş zamana ait Özellikleri Vurgulayan
bildirimler**

Eskiden gerçekleştirilen bir eylem ya da içinde bulunulan zamanda yer almayan bir özelliğin söz konusu olduğu bildirimler bu grup içinde düşünüldü.

**2) Şimdiki zamana ait Özellikleri Vurgulayan
Bildirimler**

Sözü edilen anda geçerli olan, her zaman geçerli olan, süreklilik gösteren ve bir süreç içeren özellikleri vurgulayan bildirimler bu grupta toplandı.

**3) Gelecek Zamana ait Özellikleri Vurgulayan
Bildirimler**

Bildirimde vurgulanan özellikle ilgili olarak geleceğe dönük bir yargıda bulunan bildirimlerle, Özal'ın ne yapması gerektiğini gösteren bildirimler bu grupta değerlendirildi.

II. BÖLÜM

BASINDA TURGUT ÖZAL

A. GAZETELERDE ORTAYA ÇIKAN GENEL İMAJ

Hürriyet, Milliyet, Cumhuriyet ve Sabah Gazeteleri seçilen dokuz dönem boyunca incelendiğinde Özal'a atıfta bulunan 4493 tane bildirim yer aldığı görüldü. Bu bildirimler, I. bölümde sözü edilen kategori gruplarına göre incelendi ve gazetelerin köşe yazılarında oluşan Özal ile ilgili genel imajın belirlenmesine çalışıldı.

1. İmajı Oluşturan Özellikler

İmajdaki baskın özelliğin belirlenmesi, basının bir politikacı ile ilgili olarak imaj oluşturma sürecinde söz konusu politikacının en çok hangi özelliği üzerinde odaklandığını anlamak bakımından önemli görülmektedir. Bu araştırmada, Özal'ın imajındaki baskın özelliğin belirlenebilmesi için bildirimler önce imajın bilişsel boyutunu oluşturan özellik kategorilerine yerleştirildi. İmajı oluşturan özelliklerden en çok sözedilene Özal'ın imajındaki baskın özelliği oluşturacaktı. Bu özelliklerin vurgulanma sıklıkları ve oranları 1.tabloda gösterildi.

1. Tabloya bakıldığında Özal'ın imajında en çok vurgulanan özelliklerin üslup özellikleri olduğu görüldü. 4493 tane bildirim %32.05'i (1440 tane) üslup özelliklerini ön plana çıkarıyordu. Bir başka deyişle basın, Özal'dan söz

ederken dikkatleri en çok Özal'ın üslubuna çekti. En çok vurgulanan üslup özellikleri ise şöyleydi: Bencil, keyfi, taraflı bir üslup, ölçsüz, kural tanımaz, makyavelist bir üslup, devlet adamına yakışmayan ciddiyetsiz konuşma ve

Tablo 1: Bildirimlerin İmajı Oluşturan Özelliklere Göre Dağılımlar

	Sıklık	%
Felsefi Özellikler	889	19.78
Üslup Özellikleri	1440	32.05
Yönetmel Kapasite ile İlgili Özellikler	1208	26.89
Kişisel Özellikler	478	10.64
Kamu ile İlişkilere ait Özellikler	403	8.97
Diğerleri	75	1.67
Toplam	4493	100.00

tutum, basına ve muhalefete karşı olumsuz tutum, olumsuz propaganda biçimi, kurnazlık, sürprizcilik, kavgacı, diyologsuz bir üslup, aldatıcı, saptırıcı, göz boyayıcı, bir üslup, sağduyu ve mantık yerine duygularla davranma, pişkinlik, hafiflik, gereksiz ve boş yere övünme, birleştirici değil bölücü bir taktik uygulama, ekip çalışması yerine kendi dışındaki kişi ve kurumları dışlayıcı

tutum, vaatlerle yapılanlar arasındaki tutarsızlık. Bu tür üslup özellikleri Özal'ın imajındaki baskın özellikleri oluşturuyordu. Özal'ın politikaları, yönetsel yetenekleri, düşünsel yapısı gibi konuların daha geri planda kaldığı görüldü.

Üslup özelliklerinden sonra en çok vurgulanan özellikleri %26.89 oranla (1208) tane) yönetsel kapasite ile ilgili özellikler oluşturdu. Bunlar Özal'ın uyguladığı politikalarından söz eden bu politikaları niteleyen ya da bir politikacı olarak özal'ın yönetsel yeteneklerini öne çıkaran bildirimlerden meydana geliyordu.

Özal'ın imajında felsefi özelliklerin vurgulanma oranı ise %19.78 (889 tane) idi. Bu özellikler Özal'ın zihniyetine atıfta bulunan, onun "programı"nı, "model"ini vurgulayan bildirimlerden oluşuyordu.

Kişisel özelliklerin imajda vurgulanma oranınının %10.64 (478 tane) olduğu görüldü. Kişisel özellikler kategorisinde değerlendirilen bildirimler daha çok özal'ın kişiliğini, fiziksel görünüşünü ön plana çıkarıyor ya da herhangi bir anda görünüşünden, konuşmasından, jest ve mimiklerinden edinilen izlenimleri betimliyordu.

Kamu ile ilişkilere ait özellikler ise Özal'ın imajında en az vurgulanan özellikleri oluşturdu. Toplam bildirimlerin %8.97'sinin (403 tane) kamu ile ilişkilere ait özellikleri vurguladığı görüldü. Bu gruba giren bildirimler genellikle Özal'ın kitle iletişim araçlarını ve propaganda tekniklerini

kullanma yeteneğini ya da iç ve dış kamuoyundaki itibarını öne çıkarıyordu.

Toplam bildirimlerin %1.67'si (75 tane) ise sınıflandırılmadı.

2. İmajın Değerlendirici boyutu

Özal'a atıfta bulunan bildirimler değerlendirici kategorilere göre incelendiğinde, bu bildirimlerin %67.90'ının (3.000 tane) olumsuz bir değer yargısı içerdiği görüldü. Başka bir deyişle, genel olarak bakıldığında basında Özal ile ilgili olumsuz bir imaj ön plana çıkıyordu.

Bildirimlerin %10.37'si (458 tane) ise olumlu bir imajı vurguladı.

Olumlu-olumsuz boyutunda açıkça bir değer yargısı içermeyen bildirimlerin oranı %21.73 (960 tane) idi. Burada nötr bildirimlerin bir değer yargısından yoksun olmadığını, aksine çift değerli olduğunu belirtmek gerekir. Nötr bildirimlerin seçmen tarafından algılanmasının seçmenin içinde bulunduğu koşullara, sosyo-ekonomik ve kültürel konumuna, inançlarına, siyasal tutumlarına bağlı olarak değişeceği söylenebilir. Örneğin; "Özal kadere inanan bir insandır" (Göngör Mengi, 15 Şubat 1991, Sabah) şeklindeki bir bildirim, seçmenin kadercilik konusundaki değer yargısına bağlı olarak olumlu-olumsuz kutupları arasında yer alan bir değere sahip olacaktır.

Tablo 2- Genel İmajın Değerlendirici Üçelere (Kategorilere) Göre Dağılımı.

	Felsefi Özellikler		Üslup Özellikleri		Yöneltil Kapasite ile İlgili Özellikler		Kamu ile İlişkilere	
	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%
Olumlu								
Bildirimler	52	5.85	83	5.76	147	12.17	75	15.69
Olumsuz								
Bildirimler	582	65.47	1215	84.38	765	63.33	235	49.16
Nötr								
Bildirimler	255	28.68	142	9.86	296	24.50	168	35.15
Toplam	889	100.00	1440	100.00	1208	100.00	478	100.00

Genel imajın daha iyi belirlenebilmesi için, imajı oluşturan özellikler değerlendirici kategorilere göre incelendi. 2. Tabloda da görüldüğü gibi Kamu ile ilişkilere ait özellikler, Özal'ın imajındaki en olumlu özellikleri oluşturuyordu. Kamu ile ilişkiler kategorisindeki bildirimlerin %25'06'sının lehte bir atıf içerdiği görüldü. Kamu ile ilişkilere ait olumlu özellikler grubuna giren bildirimler daha çok dış politika yazarlarının köşelerinde görülen ve Özal'ın dış çevrelerdeki saygınlığından, karizmasından, ününden söz eden bildirimlerdi. Örneğin; "Unutmamalı ki Özal dışarda sadece finans çevrelerinde değil, fakat politik ve diplomatik çevrelerde de tanınan ve sempati kazanmış olan bir kişidir"(Sami Kohen, 10 Kasım 1983, Milliyet).

Üslup özelliklerinin ise Özal'ın imajındaki en olumsuz özellikler olduğu görüldü. Üslup özellikleri kategorisine giren bildirimlerin %84.38'i olumsuz bir nitelik taşıyordu. Yine olumlu bildirimler de oran olarak en az üslup özellikleri kategorisinde yer aldı (%5.76). Gazetelere bakıldığında, Özal ile ilgili olarak olumsuz bir üsluba sahip politikacı imajı ağır basıyordu.

Nötr bildirimlerin ise oran olarak en fazla kişisel özellikler kategorisinde yer aldığı görüldü. Kişisel özellikleri vurgulayan bildirimlerin %35.15'inde açıkça Özal ile ilgili lehte yada aleyhte bir değerlendirme yer almadığı belirlendi.

3. İmajın Zaman Boyutu

Özal'a atıfta bulunan bildirimler zaman kategorilerine göre incelendiğinde %84.95'inin (3753 tane) şimdiki zamanda söz konusu olan özellikleri vurguladığı saptandı.

Geçmişe ait özelliklerin vurgulanma oranı ise %11.97 (529 tane) idi. Bu oranın, sözü edilen zamanda geçerli olmayan geçmişte kalan özelliklerin, eylemlerin, davranışların imajı etileme derecesini gösterdiği söylenebilir. Geçmiş zaman kategorisinde yer alan bildirimlerin genellikle sözü edilen zamanda görülen özelliklerin köklerini geçmişte aramak, eskiden beri varlığını sürdürdüğünü göstermek ya da özellikteki değişimleri gösterebilmek için karşılaştırma yapma amacıyla kullanıldığı görüldü.

Gelecek zaman kategorisinde yer alan bildirimlerin toplam bildirimlere oranı ise %3.08 (136 tane) idi. Bu bildirimler sözü edilen zamanda görülen özelliklerin gelecekte de süreceğini gösteren ya da sözü edilen zamandaki davranışlardan yola çıkarak gelecekte ne olacağı ile ilgili yargıda bulunan bildirimlerdi. Bu kategori içinde değerlendirilen ve Özal'ın nasıl olması gerektiğini gösteren bildirimlere ise nadiren rastlandı.

Özal'ın geçmişteki hangi özelliklerinin imajı üzerinde daha etkili olduğunun saptanması için imajı oluşturan özelliklerin zaman kategorilerine göre dağılımı 3 numaralı

Tablo 3- Genel İmajı Oluşturan Özelliklerin Zaman İçinde Değişimine Göre Dağılımı.

	Felsefi Özellikler		Üslup Özellikleri		Yönetsel Kapasite ile İlgili Özellikler		Kişisel Özellikler		Kamu ile İlişkilere Ait Özellikler	
	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%
Şimdiki Zaman	840	94.49	1290	89.58	810	67.05	455	95.19	358	88.84
Geçmiş Zaman	49	5.51	121	8.40	297	24.59	21	4.39	41	10.17
Gelecek Zaman	--	--	29	2.02	101	8.36	2	0.42	4	0.99
Toplam	889	100.00	1440	100.00	1208	100.00	478	100.00	403	100.00

tabloda gösterildi. 3.Tabloda da görüldüğü gibi, yönetsel kapasite ile ilgili bildirimlerin %24.59'u (297 tane) geçmişe atıfta bulunuyordu. Yine sözü edilen zamandaki özellikleri vurgulayan bildirimlerin oran olarak en az yönetsel kapasite ile ilgili özellikler kategorisinde yer aldığı görüldü (%67.05). Buradan geçmişte uygulanan politikaların imaj üzerindeki etkisinin diğer özelliklere göre daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Başka bir deyişle, geçmişteki yönetsel kapasite ile ilgili özelliklerin gündeme gelme oranının diğer özelliklere göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Geleceğe atıfta bulunan bildirimlerin ise oran olarak en fazla yönetsel kapasite ile ilgili özellikler kategorisinde yer aldığı saptandı. Bunlar genellikle Özal'ın gelecekte uygulayacağı politikalar konusunda yorum yapan bildirimlerdi. Örneğin; "Çankaya, savaştan kazançlı çıkacağına inandığı an zaten 'fiilen' sürdürdüğü başkanlık statüsüne uygun bir parti yönetimi oluşturacaktır" (Derya Sazak, 10 Şubat 1991, Milliyet).

Yine 2.tabloda felsefi özellikler grubuna giren bildirimlerin hiç birinin geleceğe atıfta bulunmadığı görülmektedir. Bunun felsefi özellikler kategorisinin kendi iç yapısından kaynaklanan bir durum olduğu söylenebilir.

Kısaca özetlemek gerekirse basında Özal ile ilgili olarak oluşan genel imajda üslup özelliklerinin baskın olduğu, dikkatlerin en çok özal'ın üslubu üzerinde toplandığı görüldü. Özal'ın düşünsel ve yönetsel nitelikleri

görece daha geri planda kalıyordu. Özal'ın üslubuna yapılan atıfların büyük çoğunluğunun aleyhte olduğu gözlemlendi. Yazarların belli bir konuyla ilgili olarak Özal'a atıfta bulunurken, Onun politikalarına, savunduğu düşüncelere, kişilik özelliklerine karşı olumlu bir tutum takınırken de çoğunlukla üslubunu onaylamadıkları belirlendi. Örneğin; Körfez Savaşı sırasında Özal'ın "lükse alışan Alman Halkı savaştanlığını yitirdi" demesiyle ilgili olarak yazarlar Özal'ın eleştirisine katılmalarına rağmen, üslubunu onaylamadılar. Bu konuda Güngör Mengi, "zekası umut veriyor ama üslubu maalesef cesaretimizi kırıyor" diye yazarken (25 Ocak 1991, Sabah), Altan Öymen "ve bu manzara içinde insanın canını sıkan şu ki, Türkiye bu NATO konusunda yerden göğe kadar haklıyken haksız yere "haksız" gibi gösterilebilmektedir. Hep bu 'usul ve Üslup' meselesi yüzünden" diye yazıyordu(27 Ocak 1991, Milliyet).

Özal'ın imajında en az vurgulanan ama görece en olumlu olan özelliklerin ise kamu ile ilişkilere ait özellikler olduğu görüldü.

Geçmişe ise en çok yönetsel kapasite ile ilgili özelliklerden sözedilirken atıfta bulunuldu. Başka bir deyişle Özal'ın imajında geçmişle ilgili olarak en çok uygulanan politikaların gündemde olduğu ve imajı pekiştirdiği görüldü.

B. GENEL İMAJIN GAZETELERE GÖRE DEĞİŞİMİ

Özal'ın imajının oluşmasında ortaya çıkan genel eğilimleri gördükten sonra, her gazetenin oluşturduğu imajı incelemek, bu genel eğilimlerin gazetelere göre nasıl değiştiğinin görülebilmesine ve gazeteler arasındaki farkların belirlenmesine yardımcı olacaktır.

1. Bildirim Sıklığının Gazetelere Göre Değişimi

İmajı oluşturan atıflar çoğaldıkça, imaj daha da pekişecek, genişleyecektir. Bu açıdan gazeteler arasındaki farkı ortaya koyabilmek için her gazetenin bildirim sıklığı 4 numaralı tabloda gösterilmiştir.

4. Tabloya bakıldığında toplam bildirimlerin %32.87'sinin Milliyet Gazetesinde yer aldığı görülmektedir. Bu, Özal'a en çok atıfta bulunan gazetenin milliyet gazetesi olduğunu gösterir. Buradan yola çıkarak Özal'ın Milliyet gazetesinde oluşan imajının daha pekişmiş ve daha geniş bir imaj olduğu söylenebilir.

Yine tabloda Milliyet Gazetesini çok az bir farkla Cumhuriyet Gazetesinin izlediği görülmektedir (%30.89). Toplam bildirimlerin %21.46'sını Sabah Gazetesindeki bildirimler oluşturmaktadır. Özal'a en az atıfta bulunan gazetenin ise Hürriyet Gazetesi olduğu görülmektedir.

Burada Cumhuriyet'in fikir gazetesi olarak kabul edildiği ve Milliyet'in de fikir gazetesine yakın özellikler taşıdığı gözönüne alındığında, fikir gazetelerinde oluşan

Tablo 4- Bildirimlerin Gazetelere Göre Dağılımı.

Gazeteler	Bildirim Sayısı	%
Hürriyet	664	14.78
Milliyet	1477	32.87
Cumhuriyet	1388	30.89
Sabah	964	21.46
Toplam	4493	100.00

imajın popüler gazetelere oranla daha pekişmiş bir görünümde olduğu anlaşılmaktadır.

2. İmajı Oluşturan Özelliklerin Gazetelere Göre Değişimi

Özal'ın her gazetede imajında baskın olan özelliğin saptanabilmesi ve bu noktada gazeteler arasında ortaya çıkan farkın belirlenebilmesi için gazetelere göre imajı oluşturan özelliklerin dağılımı 5 numaralı tabloda gösterilmiştir.

Tablo 5- Gazetelere Göre İmajı Oluşturan Özelliklerin Dağılımı

	Hürriyet		Milliyet		Cumhuriyet		Sabah	
	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%
Felsefi Özellikler	105	15.81	269	18.21	393	28.32	122	12.66
Üslup Özellikleri	208	31.32	529	35.82	414	29.83	289	29.98
Yönetsel Kapasite ile İlgili Özellikler	193	29.07	365	24.71	349	25.14	301	31.22
Kişisel Özellikler	78	11.75	146	9.88	119	8.57	135	14.00
Kamu ile İlişkilere ait Özellikler	66	9.94	145	9.82	98	7.06	94	9.75
Diğerleri	14	2.11	23	1.56	15	1.08	23	2.39
Toplam	664	100.00	1477	100.00	1388	100.00	964	100.00

5. Tabloya göre Hürriyet, Milliyet ve Cumhuriyet Gazetelerinin her birinde Özal'ın imajındaki baskın özellikleri, genel imajdaki eğilimlere uygun olarak üslup özelliklerinin oluşturduğu görüldü. üslup özellikleri oran olarak en fazla Milliyet Gazetesinde vurgulandı (%35.82).

Sabah gazetesi ise diğer gazetelerden farklı olarak, Özal'ın imajında yönetsel kapasite ile ilgili özellikleri öne çıkardı(%31.22).

Gazetelerin herbirindeki özellik sıralamaları, karşılaştırma yapabilme amacıyla, en çok vurgulanan özellikten en az vurgulanan özelliğe doğru 6. Tabloda verilmiştir. Bu tabloya göre Hürriyet ve Milliyet Gazetelerinde İmajı oluşturan özelliklerin sıralamalarının aynı olduğu görülmektedir. Bu iki gazetede ki sıralamalar aynı zamanda basındaki genel eğilimi de yansıtmaktadır. Yine 6.Tabloda kamu ile ilişkilere ait özelliklerin bütün gazetelerde en az vurgulanan özellikler olduğu görülmektedir.

5.Tabloya göre felsefi özellikler en fazla Cumhuriyet Gazetesinde vurgulandı. Cumhuriyet Gazetesindeki toplam bildirimlerin %28.32'sini felsefi özelliklere atıfta bulunan bildirimler oluşturdu. Yine basının genel eğilimlerine bakıldığında felsefi özelliklerin üçüncü planda kaldığı görülürken Cumhuriyet'te ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. Bunun Cumhuriyet'in fikir gazetesi olma niteliği dolayısıyla düşünsel öğelere daha çok ağırlık vermesi ile ilgili olduğu söylenebilir. Felsefi özellikleri

Tablo 6- İmajı Olusturan Özelliklerin Her Gazete için En çok vurgulanandan en az vurgulanana doru sıralanması.

HÜRRIYET	MİLLİYET	CUMHURİYET	SABAH
Üslup özellikleri	Üslup özellikleri	Üslup özellikleri	Yönetmel Kapasite ile ilgili özellikler
Yönetmel Kapasite ile ilgili özellikler	Yönetmel Kapasite ile ilgili özellikler	Felsefi özellikler	Üslü Özellikleri
Felsefi özellikler	Felsefi özellikler	Yönetmel kapasite ile ilgili özellikler	Kişisel özellikler
Kişisel özellikler	Kişisel özellikler	Kişisel özellikler	Felsefi özellikler
Kamu ile ilişkilerle ait özellikler	Kamu ile ilişkilerle ait özellikler	Kamu ile ilişkilerle ait özellikler	Kamu ile ilişkilerle ait özellikler

en çok vurgulayan ikinci gazete ise Milliyet oldu (%18.21). Bu da Milliyet'in fikir gazetesine yakın özellikler taşıması ile açıklanabilir. Felsefi özellikler en az sabah gazetesince vurgulandı (%12.66). Sabah'ın popüler bir nitelik taşımasının bunda etkisi olduğu düşünülebilir. Yine aynı özelliğin gazetelerdeki vurgusu arasındaki en büyük farkın da felsefi özelliklere atıfta bulunan bildirimler kategorisinde olduğu saptandı.

3. İmajın Değerlendirici Boyutunun Gazetelere Göre Değişimi

Her gazetede oluşan imajın değerlendirici boyutunu bulmak ve bu noktada gazeteler arasında ortaya çıkan farkı belirleyebilmek için her gazetede yer alan bildirimler ayrı ayrı değerlendirici kategorilere göre analiz edildi. Bu veriler 7. tabloda gösterilmiştir.

7. Tabloya göre, Hürriyet Gazetesinde %56.15 oranla (365 tane) olumsuz bir tutum ağır bastı. Değer yargısı içermeyen bildirimlerin oranı %28.77 (187 tane) idi. Olumlu bildirimler ise Hürriyet Gazetesinde yer alan toplam bildirimlerin %15.08'ini (98 tane) oluşturdu.

Milliyet Gazetesindeki olumsuz bildirimlerin oranı %66.09 (961 tane) idi. Nötr bildirimler %21.94 oranla (319 tane) ikinci sırada yer aldı. Olumlu bildirimlerin ise Milliyet Gazetesinin toplam bildirimlerinin %11.97'sini (174 tane) oluşturduğunu görüldü.

Tablo 7- Gazetlere Göre Değerlendirici Kategorilerin Dağılımı

Değerlendirici Kategoriler	Hürriyet		Milliyet		Cumhuriyet		Sabah	
	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%
Olumlu Bildirimler	98	15.08	174	11.97	38	2.77	148	15.73
Olumsuz Bildirimler	365	56.15	961	66.09	1065	77.57	609	64.72
Nötr Bildirimler	187	28.77	319	21.94	270	19.66	184	19.55
Toplam	650	100.00	1454	100.00	1373	100.00	941	100.00

Cumhuriyet Gazetesindeki olumsuz bildirimler, bu gazetede yer alan toplam birimlerin %77.57'sini (1065 tane) oluşturdu. Açıkça bir değer yargısı içermeyen bildirimler %19.66 oranla (270 tane) ikinci sırada yer aldı. Cumhuriyet'te yer alan bildirimlerin %2.77'si (38 tane) olumlu bir değer yargısı taşıyordu.

Sabah gazetesinde %64.72 oranla (609 tane) olumsuz bildirimlerin ağır bastığı görüldü. Nötr bildirimler, Sabah Gazetesinde yer alan toplam bildirimlerin %19.55'ini oluşturdu. Bu gazetede yer alan bildirimlerin %15.73'ü (148 tane) ise olumlu özellikleri vurguluyordu.

Gazetelerin her birinde oluşan imaj değerlendirici kategorilere göre incelendiğinde, özal ile ilgili en olumlu imajın Hürriyet Gazetesinde, en olumsuz imajın da Cumhuriyet Gazetesinde olduğu görüldü. Genel olarak bakıldığında bütün gazetelerde olumsuz bir imaj ağır basıyordu.

4. İmajın Zaman Boyutunun Gazetelere Göre Değişimi

İmajdaki zaman boyutu bakımından gazeteler arasındaki farklılıkların görülebilmesi için her gazetede yer alan bildirimler zaman kategorilerine göre incelendi. Seçilen gazetelerdeki bildirimler zaman kategorilerine göre değerlendirildiğinde (tablo 8), gazeteler arasında çok büyük farklar olmadığı görüldü.

Gazetelerin hepsi de Özal'ın imajını oluştururken en çok içinde bulunulan andaki özelliklerden söz ettiler. Şimdiki zamana ait bildirimler %86.66 oranla (1260 tane) en çok Milliyet Gazetesinde yer alırken, %84.62 oranla (768 tane) en az Sabah Gazetesinde yer aldı. Yine geçmiş zamana ait bildirimlerin en fazla sabah Gazetesinde (%14.66), en az Milliyet Gazetesinde (%9.49) yer aldığı görüldü. Buradan geçmişe en çok atıfta bulunan gazetenin Sabah, geçmişe en az atıfta bulunan gazetenin de Milliyet olduğu anlaşılmaktadır.



Tablo 8- Gazetelerde Yer Alışın Zaman Kategorilerine Göre Dağılımı

Zaman Kategorileri	Hürriyet		Milliyet		Cumhuriyet		Sabah	
	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%
Şimdiki Zaman	532	81.85	1260	86.66	1192	86.82	768	81.62
Geçmiş Zaman	95	14.61	138	9.49	158	11.51	138	14.66
Gelecek Zaman	23	3.54	56	3.85	23	1.67	35	3.72
Toplam	650	100.00	1454	100.00	1373	100.00	941	100.00

C. İMAJDAKİ EĞİLİMLERİN DÖNEMLERE GÖRE DEĞİŞİMİ

Siyasal ve toplumsal yaşamda meydana gelen olaylar, bu olayların neden olduğu değişimler imajı da etkilemekte, onun değişmesine ya da pekişmesine yol açmaktadır. Bu olayların imajı nasıl etkilediğinin anlaşılabilmesi için bu araştırmada örnek olarak dokuz tane olay seçildi. İmajın çeşitli olaylara bağlı olarak nasıl değiştiğinin belirlenmesine çalışıldı.

Tablo 9- Bildirimlerin Dönemlere Göre Dağılımı

DÖNEMLER	Bildirim Sayısı	%
14 Ekim 1983 - 14 Kasım 1983	245	5.45
14 Aralık 1983-14 Ocak 1984	321	7.15
7 Kasım 1987-7 Aralık 1987	479	10.66
22 Aralık 1987-22 Ocak 1988	562	12.51
1 Ekim 1989- 30 Ekim 1989	1039	23.13
1 Kasım 1989-30 Ekim 1989	503	11.20
17 Ocak 1991-17 Şubat 1991	795	17.70
23 Haziran 1991-23 Temmuz 1991	284	6.32
21 Kasım 1991-21 Aralık 1991	264	5.88
Toplam	4493	100.00

Dönemlere göre Özal'a yapılan atıfların sıklığındaki değişimler Özal'ın gündeme gelme yoğunluğunun seçilen

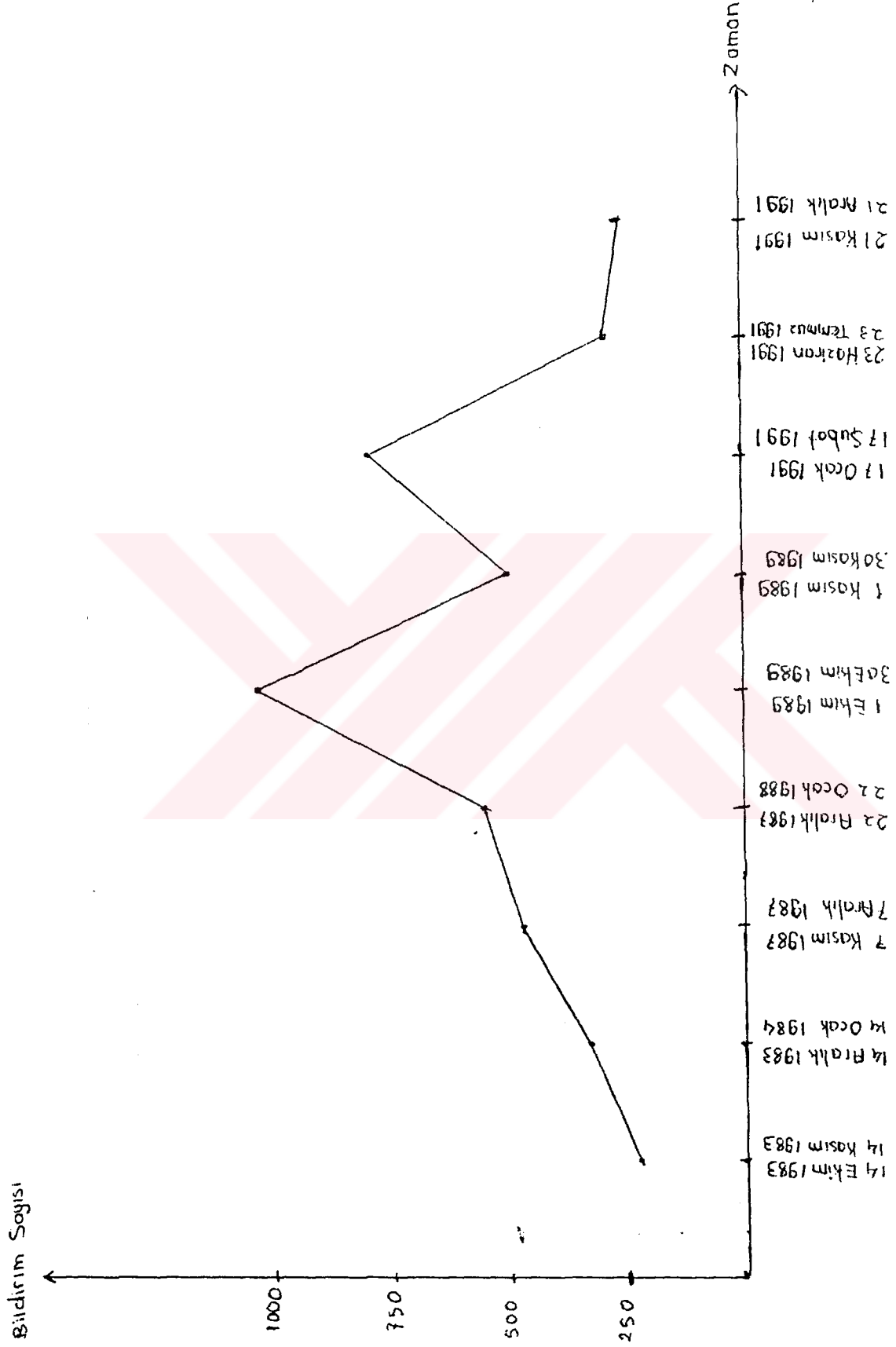
olaylardan nasıl etkilendiğini gösterecekti. Bu amaçla, bildirim sayısında dönemlere göre meydana gelen değişimler 9. Tabloda verilmiştir. Bildirim sıklığındaki değişimlerin daha kolay görülebilmesi için de 1 numaralı grafik hazırlanmıştır.

İmajdaki baskın özellikler de yaşanan olaylara göre değişebilecektir. Bu değişimin nasıl olduğunun saptanabilmesi, Özal'ın hangi dönemde en çok hangi özelliğiyle gündeme geldiğinin belirlenebilmesi için, imajı oluşturan özelliklerin dönemlere göre değişmesi 10.tablo ve 2. grafikte gösterilmiştir. II. Tablo ise her dönemde imajı oluşturan özelliklerin sıralamasını vermektedir.

İmajdaki değerlendirici boyutun dönemlere göre değişmesi ise 12.Tablo ve 3 numaralı grafikte gösterilmiştir.

13. Tablo ve 4 numaralı grafik de hangi dönemde hangi zamana atıfta bulunulduğunu belirlemek ve böylece geçmişteki olayların hangi dönemlerde gündeme geldiğini, imajı nasıl etkilediğini saptamak için hazırlanmıştır.

Bu tablolardaki verilerden yararlanarak, seçilen dönemlerde imajın nasıl oluştuğunun ve nasıl bir özellik taşıdığına incelenmesine geçebiliriz.



Grafik 1- Bildirim Sıklığının Dönemlere Göre Değişimi.

Tablo 10- Dönemlere Göre İmajı Oluşturan Özelliklerin Dağılımı

	14 Ekim 1983	14 Aralık 1983	7 Kasım 1987	22 Aralık 1987	1 Ekim 1989	1 Kasım 1989	17 Ocak 1991	23 Haziran 1991	21 Kasım 1991									
	14 Kasım 1983	14 Ocak 1984	7 Aralık 1987	22 Ocak 1988	30 Ekim 1989	30 Kasım 1989	17 Şubat 1991	23 Temmuz 1991	21 Aralık 1991									
Sıklık	§	Sıklık	§	Sıklık	§	Sıklık	§	Sıklık	§									
Felsefi																		
Özellikler	58	23.67	118	36.76	89	18.58	99	17.62	230	22.14	133	26.44	82	10.32	51	17.96	28	10.61
Üslup																		
Özellikleri	65	26.53	86	26.79	133	27.77	176	31.32	362	34.84	123	24.45	329	41.38	83	29.23	83	31.44
Yönetmel Kapa- site ile ilgili																		
Özellikler	48	19.59	86	26.79	130	27.14	174	30.96	200	19.25	144	28.63	243	30.57	81	28.52	102	38.64
Kişisel																		
Özellikleri	29	11.84	15	4.67	44	9.19	66	11.74	142	13.67	48	9.54	80	10.06	29	10.21	25	9.47
Kamu ile iliş- kilere ait																		
Özellikler	40	16.33	10	3.12	74	15.44	37	6.58	97	9.33	41	8.15	56	7.04	35	12.32	13	4.92
Diğerleri	5	2.04	6	1.87	9	1.88	10	1.78	8	0.77	14	2.79	5	0.63	5	1.76	13	4.92
Toplam	245	100.00	321	100.00	479	100.00	562	100.00	1039	100.00	503	100.00	795	100.00	284	100.00	264	100.00

1. 1983 Genel Seçimleri(14 Ekim 1983-14 Kasım 1983):

1983 Genel Seçim döemi, incelenen dönemler arasında, yazarların Özal'dan en az sözettikleri dönem oldu. Bu dönemde yer alan bildirimler toplam bildirimlerin %5.45'ini (245 tane) oluşturdu. Bunda askeri yönetimin ardından tekrar demokrasiye geçilmesiyle birlikte, basının bu dönemde daha çok demokrasi ve seçim tartışmalarında yoğunlaşmasının bir etmen olduğu düşünülebilir. Yine bu dönemde Türkiye'nin içinde bulunduğu koşullar, karşı karşıya olduğu sorunlar da üzerinde çokca durulan konular arasındaydı. Bunlara çözüm getirebilecek bir politikacı arayışı gözlemleniyordu.

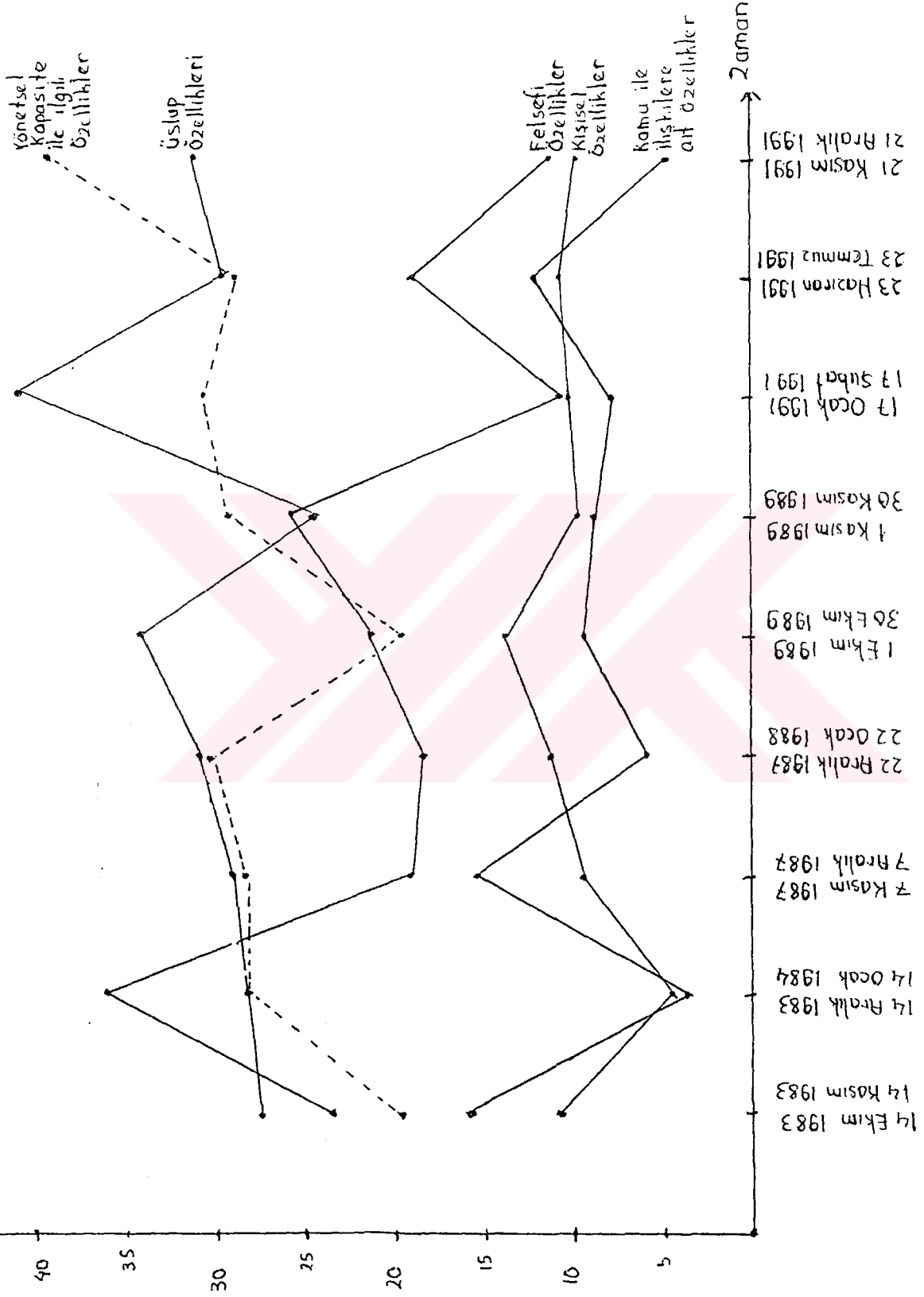
Bu dönemde Özal'ın imajındaki baskın özellikleri %26.53 oranla (65 tane) üslup özellikleri oluşturdu. Bunlar arasında özellikle "tutarlı olma"nın diğer liderler arasında Özal'a avantaj sağlayacak bir özellik olarak atfedildiği görüldü. Örneğin, Ali Sirmen, Özal'ı "adaylar içinde kanımızca, kendi kendisiyle, kendi dünya görüşüyle en tutarlı görüneni doğru ya da yanlış yapacağını en iyi bileni, sözleri en fazla ağırlık taşıyanı görünümünde olan" (Cumhuriyet, 1 Kasım 1983) biçiminde değerlendirirken Milliyet'te Örsan Öymen, Özal'ın, "kendi inandığı ekonomik felsefenin doğrultusunda kendi mantığınca tutarlılığı" olduğunu yazdı(29 Kasım 1983).

İmajda üslup özelliklerinden sonra en çok vurgulanan özelliklerin ise felsefi özellikler olduğu görüldü (%23.67). Bu kategoriye giren bildirimler, daha çok Özal'ın siyasal yelpazenin neresinde yer aldığından, uygulayacağı ekonomik model ve programdan söz ediyordu.

Tablo 11 - İmajı oluşturan özelliklerin Her Dönem için En çok Uygulanandan En Az Uygulanana Doğru Sıralanması

14 Ekim 1983	14 Aralık 1983	7 Kasım 1987	22 Aralık 1987	1 Ekim 1989	1 Kasım 1989	17 Ocak 1991	23 Haziran 1991	21 Kasım 1991
14 Kasım 1983	14 Ocak 1984	7 Aralık 1987	22 Ocak 1988	30 Ekim 1989	30 Kasım 1989	17 Şubat 1991	23 Temmuz 1991	21 Aralık 1991
A	B	A	A	A	C	A	A	C
B	A	C	C	B	B	C	C	A
C	C	B	B	C	A	B	B	B
E	D	E	D	D	D	D	E	D
D	E	D	E	E	E	E	D	E

- A = Üslup Özellikleri
 B = Felsefi Özellikler
 C = Yönetimsel Kapasite ile ilgili Özellikler
 D = Kişisel Özellikler
 E = Kamu ile ilişkilere ait özellikler



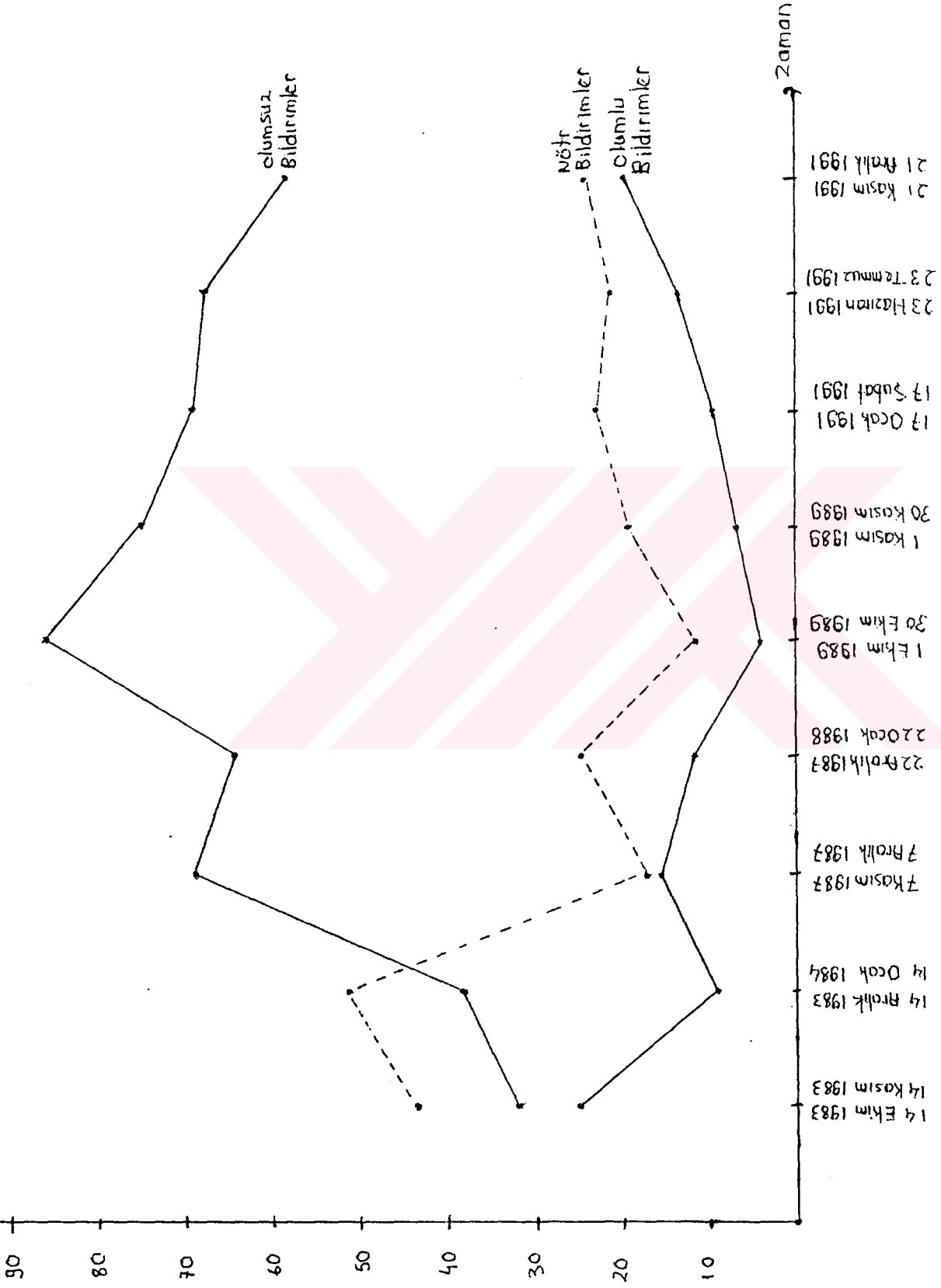
Grafik 2- İmaji Oluşturan Özelliklerin Dönemlere Göre Değişimleri

Yönetmelik kapasite ile ilgili özelliklerin imajda vurgulanma oranı ise %9.59 (48 tane) idi. Bunlar arasında geçmişte atıfta bulunanlar çoğunlukta idi. Özal'ın daha önce yönetimin çeşitli basamaklarında aldığı görevlerden, DPT müsteşarlığından, Başbakan yardımcılığından ve bu görevleri sırasında uyguladığı politikalarından sıkça söz edildiği görüldü.

Yine bu dönem, kamu ile ilişkiye ait özelliklerin diğer dönemlere oranla imajda en fazla vurgulandığı dönemdi. Toplam bildirimlerin %16.33'ü (40 tane) kamu ile ilişkilere ait özellikleri vurguladı. Bu özelliklerde olumlu atıfların ağır bastığı görüldü. Bunlar seçim kampanyası sırasında Özal'ın verdiği görüntüyü, propaganda teknikleri ve televizyonu iyi kullanmasını vurgulayan bildirimlerdi. Yazarların, ANAP'ın seçimleri kazanmasının nedenlerini tartışırken de Özal'ın kamu ile ilişkilere ait özelliklerini gündeme getirdikleri görüldü. Örneğin; Yılmaz Çetiner Milliyet'te konuyla ilgili olarak, "televizyonda yapılan konuşmaların ve oradaki takdim becerikliliğinin ayrıca Turgut Özal'ı halkın 4 yıldır tanımmasının bu sonuçta etkili olduğunu" sandığını yazıyordu (7 Kasım 1983). Özal'ın dış çevrelerdeki ününün ve desteğinin de kamu ile ilişkilere ait özellikler arasında sıkça vurgulandığı görüldü. Bu konuda örneğin; Sami kohen, Milliyet'te, Özal'ın ününün ve itibarının Washington'dan Moskova'ya Paris'ten Riyad'a kadar uzandığını yazarken (10 Kasım 1983) Uğur Mumcu da Cumhuriyet'te "Uluslararası Finans çevreleri Özal'ı tutuyor, IMF, Dünya Bankası Hep Özal'dan yana" diye yazıyordu (28 Ekim 1983).

Tablo 12- Dönemlere Göre Değerlendirici Kategorilerinin Dağılımları

	14 Ekim 1983	14 Aralık 1983	7 Kasım 1987	22 Aralık 1987	1 Ekim 1989	1 Kasım 1989	17 Ocak 1991	23 Haziran 1991	21 Kasım 1991									
	14 Kasım 1983	14 Ocak 1984	7 Aralık 1987	22 Ocak 1988	30 Ekim 1989	30 Kasım 1989	17 Şubat 1991	23 Temmuz 1991	21 Aralık 1991									
	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%								
Olumlu	60	25	31	9.84	73	15.53	63	11.41	41	3.98	30	6.14	75	9.49	35	12.55	50	19.92
Bildirimsiz	77	32.08	122	38.73	322	68.51	356	64.49	885	85.84	363	74.23	541	68.48	188	67.38	145	57.77
Nötr	103	42.92	162	51.43	75	15.96	133	24.10	105	10.18	96	19.63	174	22.03	56	20.06	56	22.31
Toplam	240	100.00	315	100.00	470	100.00	552	100.00	1031	100.00	489	100.00	790	100.00	279	100.00	251	100.00



Grafik 3- İmajın Değerlendirici Boyutunun Dönemlere Göre Değişimi.

Bu dönemde en az vurgulanan özelliklerin kişisel özellikler olduğu görüldü. Kişisel özellikleri vurgulayan bildirimler toplam bildirimlerin %11.84'ünü (29 tane) oluşturdu. Bunların genelde olumlu kişisel özelliklere atıfta bulunduğu saptandı. Örneğin; "Turgut Özal gibi hoşgörülü, anlayışlı, mütevazî politikacı tanıdıklarımız arasında çok değil" (Hasan Pulur, 16 Ekim 1983, Hürriyet).

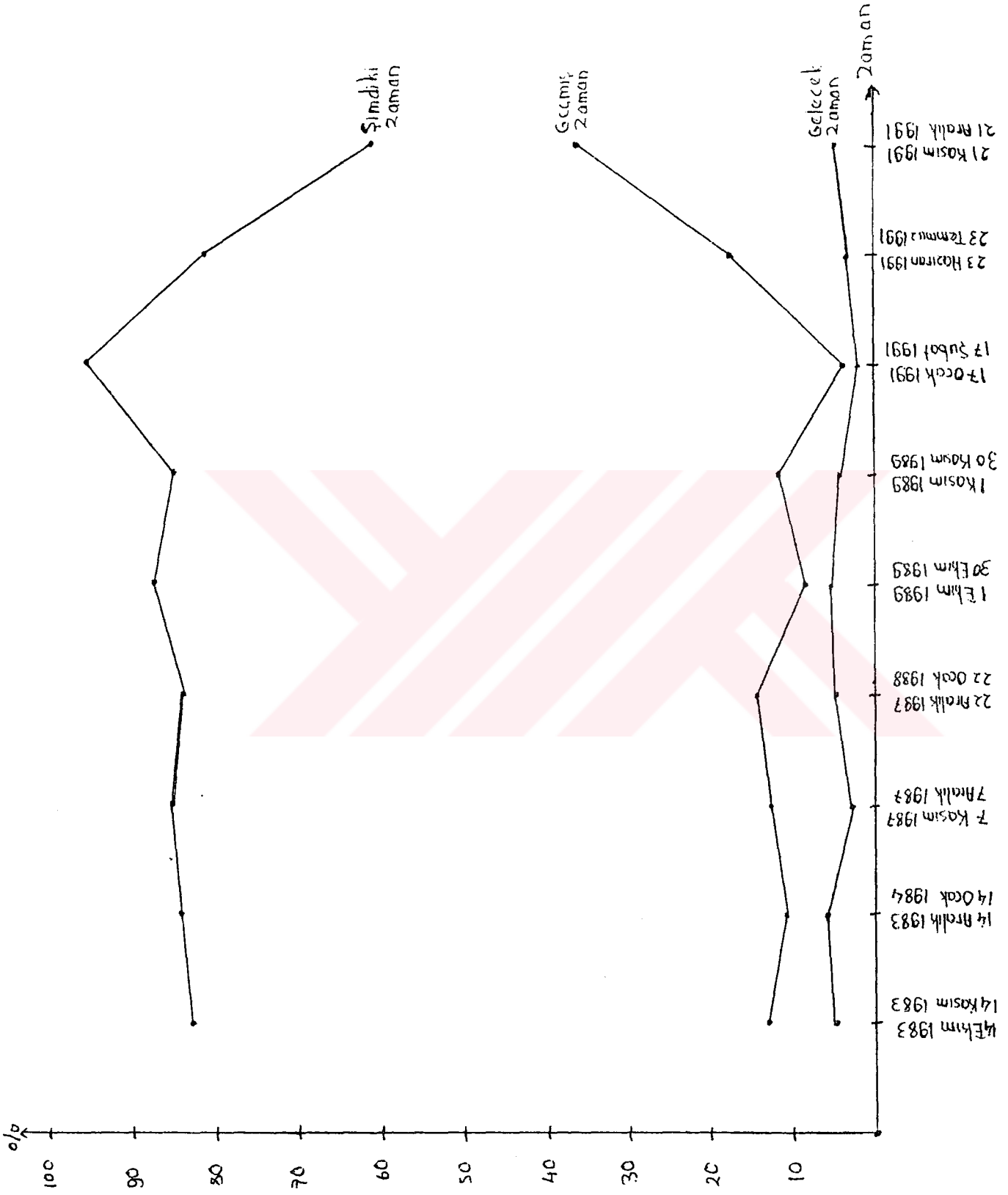
1983 Genel seçim döneminde, incelenen diğer dönemlere göre imajın olumlu yönünün en çok (%25), olumsuz yönünün en az (32.08) vurgulandığı görüldü. Özal ile ilgili görece en olumlu imajın 1983 Genel Seçimleri sırasında oluşmasının; Seçime katılan üç partinin yeni kurulmuş olmaları, bir geçmişten yoksun bulunmaları yanında daha çok Özal'ın siyasal reklamcılığın olanaklarını iyi değerlendirmesiyle ilgili olduğu söylenebilir. Yine kamu ile ilişkilere ait özelliklerin en fazla bu dönemde vurgulanması da Özal'ın kampanya etkinliklerinin yazarlar üzerinde etkili olduğunu düşündürmektedir.

Bu dönemde geçmişe yapılan atıfların imajı oluşturmadaki oranının ise %12.50 (30 tane) olduğu görüldü. Bunlar Özal'ın daha önceki görevlerinden ve bu görevlerini yerine getirirken yaptıklarından söz ediyordu.

Yine bu dönemde dikkati çeken bir nokta da yazarların seçim sonuçlarını değerlendirmeleri sırasında, örneklerden de görülebileceği gibi, seçimleri ANAP'ın kazanmasından çok Özal'ın kazanmasını vurgulamalarıydı: "Halk desteğini Özal'a vermiştir" (Mehmet Barlas, 7 Kasım 1983, Milliyet), "Her şeyin başında, Özal'ın böylesine büyük bir fark yaparken

Tablo 13- Dönemlere Göre Zaman Kategorilerinin Dağılımları

	14 Ekim 1983	14 Aralık 1983	7 Kasım 1987	22 Aralık 1987	1 Ekim 1989	1 Kasım 1989	17 Ocak 1991	23 Haziran 1991	21 Kasım 1991									
	14 Kasım 1983	14 Ocak 1984	7 Aralık 1987	22 Ocak 1988	30 Ekim 1989	30 Kasım 1989	17 Şubat 1991	23 Temmuz 1991	21 Aralık 1991									
Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%									
Şimdiki zamana ait bildirimler	200	83.33	264	83.81	401	85.32	459	83.16	903	87.58	417	85.28	753	95.32	224	80.29	152	60.56
Geçmiş zamana ait bildirimler	30	12.50	32	10.16	57	12.13	77	13.95	90	8.73	57	11.66	27	3.42	48	17.20	90	35.86
Gelecek Zamana ait bildirimler	10	4.17	19	6.03	12	2.55	16	3.49	38	3.69	15	3.06	10	1.26	7	2.51	9	3.58
Toplam	240	100.00	315	100.00	470	100.00	552	100.00	1031	100.00	489	100.00	790	100.00	279	100.00	251	100.00



Grafik 4- İmajın Zaman Boyutunun Dönemlere Göre Değişimleri.

MDP'nin böylesine geride kalması, beklenmiyordu" (M.A.Birand, 11 Kasım 1983, Milliyet), "Turgut Özal, seçime giren diğer partilerden daha fazla oy aldı" (Sami Kohen, 7 Kasım 1983, Milliyet), "Özal ezici bir çoğunluk kazandı" (Uğur Mumcu, 8 Kasım 1983, Cumhuriyet), "Turgut Özal'ın tek başına seçimleri kazandığı su götürmez" (Yalçın Doğan, 8 Kasım 1983 Cumhuriyet).

Bir diğer nokta da Özal'ın yönetimde "tek adam" görüntüsü vermesine yazarların bu dönemden başlayarak dikkat çekmeye başlamalarıydı. Bu konuda örneğin; Mehmet Barlas Milliyet'te "Anavatan Partisi'nin kadroları ve aday listeleri genç ama seçim çevrelerinde bile çok fazla tanınmayan isimlerle doludur. Bu şekilde, Anavatan'ın iktidar olması halinde, Özal'ın 'tek adam' kimliğine sahip çıkacağını tahmin etmek hatalı değildir" diye yazarken (19 Ekim 1983), yine aynı gazetede Örsan Öymen, "Özal'ı seçim kampanyasında izlerken bu 'tek adam, tek kaptan, tek şef' özlemini parti içinde de uyguladığı kuşku belirleniyor" diye yazıyordu (29 Ekim 1983).

2. I. Özal Hükümeti (14 Aralık 1983 - 14 Ocak 1984)

I. Özal Hükümetinin kurulmasından sonra Özal'a yapılan atıfların sayısında artış görüldü. Bu dönemdeki bildirimler toplam bildirimlerin %7.15'ini (321 tane) oluşturdu. Özal'ın yürütmenin başına geçmesinin daha fazla gündeme gelmesine neden olduğu söylenebilir. I. Özal Hükümetin kurulmasından sonraki döneme basının genelde "sivile geçiş" dönemi olarak baktığı ve bu dönemi "Özal dönemi" olarak

adlandırdığı görüldü. Örneğin; "Özal dönemi diyoruz, Özal dönemi demokrasiye açılma dönemi olarak değerlendirilmelidir" (Mehmed kemal, 1 Ocak 1984, Cumhuriyet).

I.Özal Hükümetinin kurulmasından sonra incelenen sürede Özal'ın imajında baskın olan özellikleri seçim öncesinden farklı olarak felsefi özelliklerin oluşturduğu görüldü. Toplam bildirimlerin %36.76'sı (118 tane) felsefi özellikleri öne çıkarıyordu. Seçilen dönemler arasında felsefi özelliklerin oran olarak en çok vurgulandığı dönemin de yine I.Özal hükümetinin kurulmasından sonraki dönem olduğu görüldü. bu dönemde felsefi özelliklere yapılan atıfların yoğunluk kazanması, hükümet programının serbest piyasa ekonomisi modeline dayanmasına ve özellikle KİT'lerin özelleştirilmesi, köprü baraj satışı gibi konuların ilgi çekmesine bağlanabilir. Böylece "Özal modeli"nin "ihtilal" ya da "reform" olup olmadığı, Türkiye koşullarına uygunluğu gibi konuların tartışılması gündeme geldi. Bunda Özal'ın konulara hep ekonomik açıdan yaklaşmasının ve ekonomik konuları iyi bilen bir yönetici görüntüsü vermeye çalışmasının da etkisi olduğu söylenebilir. Bu dönemdeki felsefi özelliklerle ilgili bildirimler de daha çok hükümet programına, özellikle programın ekonomi ile ilgili bölümlerine atıfta bulunan bildirimlerden oluşuyordu. Örneğin; "Özal programı, arada sırada değindiği ekonomi dışı bölümlerinden dolayı değil, serbest pazar ekonomisi anlayışı apaçık ortaya koyduğu için çok ilginçti" (M.Ali Kışlalı, 20 Aralık 1983, Hürriyet),"Başbakan Özal her ne kadar muhafazakar olduğunu söylerse de ortaya attığı sosyal ve ekonomik paketler hiç de muhafazakar değil" (Oktay Akbal, 24

Aralık 1983, Cumhuriyet), "Ekonomide başlatılan 'Özal Modeli' bir ihtilal değil, bir reformdur" (Mehmet Barlas, 7 Ocak 1984, Milliyet).

İmajda bu dönemde felsefi özelliklerden sonra en çok vurgulanan özellikleri üslup özellikleri ve yönetsel kapasite ile ilgili özellik oluşturdular. Toplam birdirimlerin %26.79'u üslup özelliklerini, yine %26.79'u da yönetsel kapasite ile ilgili özellikleri vurguluyordu. Hükümetin kurulması, kabinenin yapısı, hükümetin kuruluş biçimi, alınan kararlar, bu kararların hızlı ve şaşırtıcı olması gibi konuların gündeme geldiği görüldü. Örneğin; "Hükümet alışılmamış bir şekilde oluşturulmuştur. Bazı bakanlıklar birleştirilmiş, devlet bakanlarının sayısı artırılmıştır" (Metin Toker, 18 Aralık 1983, Milliyet), "Sayın Başbakan Özal, birbiri ardından paketleri açarak herkesi şaşırttı" (Seza Sırma, 24 Aralık 1983, Milliyet). Yine Özal'ın "tek adam" görüntüsü vermesinin bu dönemde de vurgulandığı görüldü. Örneğin; Yalçın Doğan bu konuyla ilgili olarak Cumhuriyet'te "Özal eski yıllardan bu yana edindiği alışkanlığını sürdürüyor. Hükümetin oluşması ve ondan sonraki düzenlemeler 'tek adam gösterisi'ni hemen her noktada dile getiriyor" diye yazarken (20 Aralık 1983), Cüneyt Arcayürek Milliyet'te, "bakıyoruz gene 'tek adam'a dayalı bir siyasal görünüm karşımızda. Özal Partisinde tek adam, hükümette tek adam. Ülkeyi bir kadronun yönetip yönlendirmesi özlemleri, özlem olarak kaldı" diye yazdı (15 Aralık 1983).

I. Özal Hükümetinin kurulmasından sonra incelenen süre

içinde kişisel özelliklerle kamu ile ilişkilere ait özelliklerin oranlarında seçim öncesiyile karşılaştırıldığında azalma olduğu görüldü. Bu dönem, bu özelliklerin diğer dönemlere oranla en az vurgulandığı dönem oldu. I.Özal hükümetinin kurulmasından sonra kişisel özellikleri vurgulayan bildirimler toplam bildirimlerin %4.67'sini, kamu ile ilişkilere ait özellikleri vurgulayan bildirimler %3.12'sini oluşturuyordu.

İmajın değerlendirici boyutuna bakıldığında ise olumlu bildirimlerin oranında düşme (%9.84), olumsuz bildirimlerin oranında ise artış (%38.73) görüldü. Özal'ın bu dönemde, bir önceki döneme göre basında daha olumsuz bir imajının oluştuğu belirlendi. Bunda Özal'ın yürütmenin başına geçmesiyle birlikte, somut uygulama ve davranışlarıyla değerlendirilmesinin bir etmen olduğu düşünülebilir. Yine bu dönemde, bildirimlerin %51.43'ü açıkca bir değer yargısı içermiyordu. Bu dönem, nötr bildirimlerin oran olarak en fazla yer aldığı dönemdi.

İmajın zaman boyutuna bakıldığında ise geleceğe atıfta bulunan bildirimlerin oran olarak en fazla bu dönemde yer aldığı görüldü. Gelecek zamana ait bildirimler, toplam bildirimlerin %6.03'ünü oluşturuyordu. Bunlar daha çok Özal'ın ne yapması gerektiğini gösteren bildirimlerdi. Örneğin; "Türkiye Cumhuriyeti Başbakanı daha ağırbaşlı daha duyarlı olmalıdır" (Oktay Akbal, 24 Aralık 1983, Cumhuriyet), "Özal'ın ithalat ve ihracat dengesini Menderes deneyiminden de ders olarak gözetmesi şarttır" (Mehmet Barlas, 30 Aralık 1983 , Milliyet).

3. 1987 Erken Genel Seçimleri (7 Kasım 1987 - 7 Aralık 1987)

Özal ile ilgili olarak 1987 Genel Seçimleri sırasında yer alan bildirimler, toplam bildirimlerin %10.66'sını (479 tane) oluşturdu. 1983 seçimleri sırasında incelenen dönemle karşılaştırıldığında 1987 Seçimleri sırasında bildirim sayısında artış görüldü. Bunda basının iktidardaki lidere daha fazla yer verme eğiliminin de bir etmen olduğu söylenebilir.

Bu dönem imajın değerlendirici boyutuna bakıldığında olumsuz bir imajın ağır bastığı görüldü. Toplam bildirimlerin %68.51'i (322 tane) Özal'ın aleyhinde atıflar içeriyordu. Olumlu bildirimlerin oranı ise %15.53 (73 tane) idi. 1983 seçimleri sırasında incelenen dönemle karşılaştırıldığında Özal'ın bu dönemde basında daha olumsuz bir imajla yer alması geçen dört yılın meydana getirdiği yıpranmaya ve Özal'ın umut vadeden yeni lider görüntüsünün büyük ölçüde eskimesine bağlanabilir. Yine bu dönemde, Özal'ın propaganda amacıyla televizyonu etkin bir biçimde kullanmasına rağmen, 1983 Seçim dönemine göre başındaki imajının daha olumsuz olması, ANAP'ın oylarındaki düşüşle ilişkilendirildiğinde anlamlı görünmektedir.

Bu dönemde Özal'ın imajındaki baskın özellikleri üslup özellikleri oluşturuyordu. Toplam bildirimlerin %27.77'sinin (133 tane) üslup özelliklerine atıfta bulunduğu görüldü. Bunların büyük bölümü aleyhteki atıflardan oluşuyordu. En çok vurgulanan üslup özellikleri ise keyfilik, ciddiyetsizlik,

kayırmacılık gibi özelliklerdi. Bunların yanında özellikle olumsuz propaganda biçiminin de sıkça vurgulandığı görüldü. Anap'ın reklam filmlerinde kullanılan 12 Eylül öncesi terör olayları ile ilgili görüntüler, basında tepkiyle karşılandı. Bu konuda örneğin; Uluç Gürkan adeta 'şantaj' yapıyor. Geniş halk kitlelerine 'ya oyunuz ya canınız' demeye getiriyor" (Sabah, 8 Kasım 1987) diye yazarken Güngör Mengi; "dileğimiz Özal'ın ve ANAP kurmaylarının 12 Eylül öncesi terörünü seçim aleti olarak kullanmaktan vazgeçmeye karar vermesidir" diye yazdı (Sabah, 8 Kasım 1987). Reklam filmlerinin doğurduğu tepki yanında, Özal'ın Başbakan sıfatıyla devletin olanaklarını kendi propangandasını yapmak için kullanması da yazarlar tarafından sıkça vurgulanan üslup özellikleri arasındaydı. Seçimlerdeki propaganda kampanyalarının eşitlikten yoksun olduğu vurgulandı. Özellikle iktidar ve muhalefet partilerinin televizyondaki propaganda olanaklarının dengesizliği gündeme geldi. TRT, bu dönemde "Özal'ın borazanı" ya da "masal kutusu" olarak nitelendirildi ve şiddetle elıştırıldı. Propaganda olanaklarının eşitsizliği yazarların seçim sonuçlarını değerlendirirken de üzerinde durdukları bir noktayı oluşturdu. Örneğin; "Seçim zamanında yapılırsa ve hele hele partilere eşit propaganda olanakları verilseydi, siyasal tablo çok değişirdi" (Uğur Mumcu, 28 Kasım 1987, Cumhuriyet), "Eğer muhalefetin televizyonu kullanabilme süresi biraz daha uzayabilseydi, oylamanın sonuçları da çok daha değişik olacaktı." (Ali Sirmen, 6 Aralık 1987, Cumhuriyet). Özal'ın bu dönemde seçim sonuçlarını etkilemek açısından televizyonun etkisine daha çok önem vermesi ve basına karşı takındığı olumsuz tutum, özellikle bazı köşe

yazarlarından "sol amigolar" şeklinde söz etmesi basında yine tepkiyle karşılandı.

Bu dönem imajda üslup özelliklerinden sonra en çok vurgulanan özellikleri ise yönetsel kapasite ile ilgili özellikler oluşturdu. Bu kategoriye giren bildirimler, toplam bildirimlerin %27.14'ünü (130 tane) oluşturuyordu. Bu dönemdeki yönetsel kapasite ile ilgili özellikleri vurgulayan bildirimler daha çok Özal'ın 4 yıl boyunca yaptıkları, yapamadıkları, başarıları, başarısızlıkları gibi konularla ilgiliydi. Özellikle hükümetin enflasyonu düşürme konusundaki başarısızlığı sıkça vurgulandı. Örneğin; Geride kalan 4 yılın enflasyon yüzdeleri Özal'ın adalelerinin gücü ve kavga tekniği konularında kuşkular verdi" (Güneri Cıvaoğlu, 8 Kasım 1987, Sabah), "1983 seçimleri öncesi ve sonrası ilk ve tek hedef olarak gösterilen enflasyonla mücadele konusunda Özal herhalde yılgınlık ve bıkkınlık içinde" (Osman S.Arolat, 16 Kasım 1987, Sabah). Özal'ın seçim sloganı olan "çağ atlamak"da basında sıkça tartışılan ve Özal'ın yönetsel kapasitesini gündeme getiren bir konuyu oluşturdu. Örneğin; "Birçok dostumuzun söylediği gibi, sadece Türk Parasını Koruma Yasası'nın kalkması döviz taşınmasının alınıp satılmasının tıpkı Batılı ülkelerde olduğu gibi serbetçe yapılmasına bile çağ atlamak denmez mi?" (Yılmaz Çetiner, 19 Kasım 1987, Milliyet). Seçimden sonra ise Özal'ın Anayasayı değiştirebilecek bir güce sahip olduğunun sıkça vurgulandığı görüldü. Örneğin; "Gerçek şudur, Özal'ın partisi anayasada değişiklikleri yapacak oranda bir güce sahiptir" (Oktay Akbal, 3 Aralık 1987, Cumhuriyet), "Bir kaç kişiyi daha kendi saflarına çekerek

Anayasayı değiştirecek oranda bir çoğunluğa erişme olanağına da kavuştu" (Osman Ulagay, 1 Aralık 1987, Cumhuriyet).

1987 Genel seçimleri sırasında felsefi özelliklerin imajda vurgulanma oranı ise %18.58 idi (89 tane). Bu bildirimler daha çok Özal'ın programını ve modelinin değerlendiren bildirimlerdi. Örneğin; "Kısaca Özal ikinci beş yılında ekonomik radikalliğine siyasi radikallik etiketini de eklemeye hazırlanmaktadır" (Ertuğrul Özkök, 6 Aralık 1987, Hürriyet).

Bu dönemdeki kamu ile ilişkilere ait bildirimler ise toplam bildirimlerin %54.44'ünü (74 tane) oluşturuyordu. Burada kamu ile ilişkilere ait atıfların seçimler sırasında imajda vurgulanma oranının arttığı gözlemlendi. Bunların seçimler sırasında Özal'ın bir lider olarak verdiği görüntünün yıpranmış ve eskimiş olduğunu vurguladıkları görüldü. Örneğin, "Başbakan Özal'ın konuşmasına gelince hiçbir yenilik, değişiklik yok. 'İcraatın içinde'in bir eşi. Yumuşak bir sesle konuşan hep kendisi haklı başkaları haksız olan bir lider görünümü" (Oktay Akbal, 25 Kasım 1987, Cumhuriyet), "yeni ufuk açacak bir şey söylemiyordu" (Osman Ulagay, 30 Kasım 1987, Cumhuriyet), "Özal'ı da denenmiş politikacılar arasına sokmak gerekir" (Oktay Akbal, 23 Kasım 1987, Cumhuriyet), "eskiler-eskiler ilahisi ile iktidarını yenileyen Turgut Özal'ın aslında kendisi de eskidi" (Ahmet Tan, 2 Aralık 1987, Cumhuriyet), Yine bu dönemde de özellikle dış politika yazarları Özal'ın dış çevrelerdeki görüntüsü üzerinde durdular. Örneğin; "Genelde, Özal yönetiminin bir dönem daha devam etmesi dileği ya da arzusu

da hakim görünüyor. Hem de yalnız ABD'de veya Batıda değil, fakat doğu blokunda islam dünyasında hatta Yunanistan'da" (Sami Kohen, 26 Kasım 1987, Milliyet), "Özal'ın seçimlerden rahat bir çoğunlukla çıkması, Washington başta, Batı başkentleri, Moskova başta Doğu Bloku ülkelerinde memnuniyetle karşılandı" (Mehmet Ali Brand, 1 Aralık 1987, Milliyet). Seçimden sonra ise Özal'ın 1983 seçimleri sonrasında karşılaştırıldığında daha güçlü bir görüntü verdiğinden sözedildiği görüldü. Örneğin; "Özalda 1983 yılının yumuşak esnek kişisi değil, daha kendine güvenli, kendi söylediklerinin doğruluğuna daha çok inanmış bir lider" (Osman S. Arolat, 3 Aralık 1987 Sabah), "1983 seçimlerinden sonra askerler iktadarı bana verecekler mi, bir ANAP'lıyı Meclis Başkanı seçtirebilecek miyim gibi endişelerle işe başlayan ve o zaman demokratlardan basından büyük destek gören Turgut Bey bu kez çok güçlü ve müdanasız görünüyor" (Teoman Erel, 4 Aralık 1987, Milliyet).

1987 Seçim döneminde imajda en az vurgulanan özellikleri ise kişisel özellikler oluşturuyordu. Bildirimlerin %9.19'unun (44 tane) kişisel özelliklere atıfta bulunduğu görüldü. Örneğin; "Özal'ın muhteris bir kişiliği var" (Göngör Mengi, 19 Kasım 1987, Sabah), "İddiacılık ve hayalperestlik Özal'ın kişilik mozayisinde önemli bir yer tutuyor" (Ertuğrul Özkök, 6 Aralık 1987, Hürriyet).

Bu dönemde geçmişe yapılan atıfların oranının ise %12.13 (57 tane) olduğu görüldü.

Yine bu dönemde dikkati çeken bir nokta da ANAP'ın seçimlerde aldığı oy oranı ile ilgili tartışmalardı. ANAP'ın bu seçimlerde %36'lık bir oy oranıyla, mecliste 292 milletvekilliği kazanması genelde "çarpık bir sonuç" ya da "sivil darbe" (İlhan Selçuk, 1 Aralık 1987, Cumhuriyet; Ali Sirmen, 4 Aralık 1987, Cumhuriyet) olarak nitelendirildi. Genelde Özal'ın kendi çıkarına göre düzenlediği seçim yasalarıyla böyle bir sonuç elde ettiği belirtilirken, Özal'ın %36'lık oy oranıyla çoğunluk oylarına sahip olmasının "beceri", "başarı", "ustalık", gibi olumlu anlamlar içeren sözcüklerle de nitelendirilebildiği görüldü. Örneğin, "Herşeyden önce sayın Özal'ı kutlamak gerekir. Toplam oyların yalnızca %36'sını alarak Meclis'teki sandalyelerin neredeyse 2/3 sine sahip çıkmak ancak elindeki tüm olanakları en iyi biçimde kullanacak becerikli bir lidere nasip olabilirdi. Özal bunu başardı" (Osman Ulagay, 1 Aralık 1987, Cumhuriyet).

4. II. Özal Hükümeti (22 Aralık 1987-22 Ocak 1988)

II. Özal hükümetinin kurulmasından sonra bildirim sayısında bir önceki döneme göre artış görüldü. Bu dönemdeki bildirimler, toplam bildirimlerin %12.51'ini oluşturuyordu (562 tane).

Bu dönemde imajda baskın olan özellikler yine üslup özellikleri idi. Bildirimlerin %31.32'sinin (176 tane) Özal'ın üslubuna atıfta bulunduğu görüldü. Ciddiyetsizlik, keyfilik, bencillik, basına karşı olumsuz tutum gibi özellikler, en çok vurgulanan üslup özellikleri arasında yer

alıyordu. Özal'ın, dikkatleri somut ve gündelik yaşantıyı etkileyen olaylardan başka konulara çekme çabası, ortaya attığı tartışmalarla gündemi kendi istediği biçimde belirlemeye çalışması üzerinde sıkça duruldu. Anayasa tartışmalarının da daha çok Özal'n bu özelliği çerçevesinde değerlendirildiği görüldü. Yazarlar Özal'ın bu tür tartışmaları yönetimdeki başarısızlıklarını gözden saklamak için başlattığını ileri sürerken, Özal'ın anayasa değişikliği konusunu gündeme getiriş biçimine de tepki gösterdiler. Örneğin; "Özal'ın biraz da 'gayri ciddi' denebilecek biçimde cumhurbaşkanlığı tartışmasını başlatmasının anlamı nedir?" (Olayların Ardındaki Gerçek, 9 Ocak 1988, Cumhuriyet), "Özal herşeyi kendi kişisel özlem ve ihtiraslarına göre şekillendirmek istiyor" (Oktay Ekşi, 8 Ocak 1988, Hürriyet), "Anayasayla ilgili konular, her gün ortaya fikir kırıntıları atmak suretiyle konuşulamaz. Bu davranış tarzı hem ciddiyetsiz hem tehlikelidir" (Coşkun Kırcı, 8 Ocak 1988, Hürriyet). Yine basına karşı olumsuz tutum da bu dönemde en çok vurgulanan üslup özellikleri arasındaydı. Özal'ın seçim öncesinde televizyonu propagandasını yapmak için etkin olarak kullanmasına rağmen ANAP'ın oylarında düşüş olması nedeniyle basını kontrolü altına almaya çalışması üzerinde duruldu. Örneğin; "Türkiye'nin dertleri ve davaları eksikmiş gibi bir de ortaya basın sorunu çıkarmak için Sayın Özal'ın harcadığı çaba sağduyu ve mantıkla bağdaşmıyor" (8 Ocak 1988, Olayların Ardındaki Gerçek, Cumhuriyet).

Yine bu dönemde, Bulgaristan Türklerinden Aysel'in Türkiye'ye getirilmesi olayıyla da duygusal davranma,

ölçsüzlük, olumsuz propaganda biçimi gibi üslup özelliklerine atıfta bulunulduğu görüldü. Örneğin; "Sayın Özal bu konularda resmi sıfat ve görevleriyle zor bağdaştırılacak kadar da duygusal davranıyor". (Oktay Ekşi 1 Ocak 1988, Hürriyet), "Dış Politikanın bile böylesine ucuz propaganda için kullanılması müthişti" (Teoman Erel, 1 Ocak 1988, Milliyet), "Bulgaristan'daki yüzbinlerce Aysel bir yana TV'de Aysel'e dökülen gözyaşları Başbakan hesabına arabesk propaganda değeri taşıyor mu? " (İlhan Selçuk, 2 Ocak 1988, Cumhuriyet).

II. Özal Hükümeti döneminde incelenen süre boyunca yönetsel kapasite ile ilgili Özelliklerin vurgulanma oranının ise %30.96 (174 tane) olduğu görüldü. Çağ atlama konusu bu dönemde de tartışıldı. Örneğin; Oktay Akbal bu konuyla ilgili olarak, "Başbakan Özal'ın 'çağ atlamak' sloganına kimse kanmamalıdır. Bunu sahi sanmamalıdır" (31 Aralık 1987, Cumhuriyet) diye yazarken, Yurdakul Fincancıda "kim çağ atladığımızı iddia ederse etsin, enflasyon yavaşlatılmadıkça hiçbir yere gidebileceğimiz yok" (27 Aralık 1987, Milliyet) diye yazıyordu. Özal'ın 1987 seçimlerinden sonra yönetsel açıdan daha güçlü olduğu da üzerinde durulan noktalardan birini oluşturdu. Örneğin "Sayın Özal siyasal açıdan 1983'e göre bugün çok daha güçlüdür. Parlemantoda rahatlatıcı bir siyasal çoğunluğa sahiptir."(Hasan Cemal, 22 Aralık 1987, Cumhuriyet). Özal'ın yeni hükümeti oluşturma biçimi ve hükümetin yapısı konuları da bu dönemde sıkça tartışılan konulardı. Yeni kurulan hükümeti değerlendirirken örneğin; Göngör Mengi, "Bu hükümet adını bağlı bulunduğu partiden almıyor. Başındaki adamdan

alıyor. O nedenle bu hükümet eskilerin deyimi ile vasıtaadır. Aslolan Özal'ın ne yapmak istediği nereye varmayı amaçladığıdır" diye yazdı (22 Aralık 1987, Sabah). Ertuğrul Özkök ise "Özal, politikalarına ses çıkarmayacak bir bakanlar kurulu oluşturmuş görünüyor" biçiminde izlenimlerin aktardı (22 Aralık 1987, Hürriyet). Yine yönetsel kapasite ile ilgili özellikleri vurgulayan bildirimlerin basınla ilgili karar ve uygulamalardan da sözettiği görüldü. Örneğin; "Seçimlerden sonra Özal basına neler yaptı. Önce kağıda %40 zam yaptı. Sonra gazete KDV'sini artırdı". (Ferit Öngören, 13 Ocak 1988, Sabah). Özal'ın basına yönelik bir uygulamaları genelde "basını köşeye sıkıştırma" çabası olarak değerlendirildi.

Yine Aysel'in Türkiye'ye getirilmesi olayında da Özal'ın yönetsel kapasitesine atıfta bulunulduğu görüldü. Örneğin; "Siyaset mümkün olabileni başarma sanatıdır. Başbakan Özal'ın bu alandaki başarısını teslim etmek boynumuzun borcudur" (Göngör Mengi, 1 Ocak 1988, Sabah).

II. Özal Hükümetinin kurulmasından sonra felsefi özelliklerin imajda vurgulanma oranı ise %17.62 (99 tane) idi. Bunlar daha çok hükümet programından sözediyordu. 1983'te "Özal modeli" basın tarafından yeni ve ilginç bulunurken bu dönemde yeni projelerin bulunmadığından, hep eskinin tekrarlandığından sözedildi. Örneğin; Güneri Cıvaoğlu bu konuda Özal'a atıfta bulunarak "Meclis'te hükümet programı tartışmalarında 2 saat konuştu. Geleceğe dönük hiçbir yenilik mesajı yoktu" şeklinde yazdı (1 Ocak 1988, Sabah), Oktay Ekşi ise programı, 'Özal'ın yeni hükümet

programı daha önceki 4 yıl boyunca ne idiysek önümüzdeki 5 yıl boyunca öyle olacağız' demek istermiş gibi hazırlanmış" biçiminde değerlendirdi (27 Aralık 1987, Hürriyet). Özal'ın nasıl bir anayasa istediği konusunun da gündeme geldiği görüldü. Örneğin; "Sayın Özal yumuşağın da ötesinde kemiksiz bir anayasa istemektedir." (Coşkun Kırca 25, Aralık 1987, Hürriyet). Bu dönemde, 1983'ten farklı olarak Özal'ın uyguladığı ekonomik modelin toplum ve bireyler üzerindeki yansımalarından da sözedildiği görüldü.

II. Özal Hükümetinin kurulmasından sonra incelenen dönem boyunca kişisel özelliklerin imajda vurgulanma oranı ise %11.74 (66 tane) idi. Örneğin; "zaman geliyor, gayet rasyonel, etkili ve uygar bir kişiliğe bürünüyor" (Teoman Erel, 10 Ocak 1988, Milliyet), "Sayın Özal çok zeki bir kişidir" (Coşkun Kırca, 31 Aralık 1987, Hürriyet).

Kamu ile ilişkilere ait özellikleri vurgulayan bildirimlerin oranında ise seçim öncesi ile karşılaştırıldığında düşüş olduğu görüldü. Toplam bildirimlerin yalnızca %6.58'i kamu ile ilişkilere ait özellikleri vurguluyordu. Özal'ın dış çevrelerdeki itibarından bu dönemde de sözedildiği görüldü. Örneğin; "Turgut Özal'ın her zaman yabancı finans ve iş çevrelerinde bir karizması olmuştur" (Metin Toker, 17 Ocak 1988, Milliyet).

II. Özal Hükümetinin Kurulmasından sonra incelenen süre boyunca imajın değerlendirici boyutuna bakıldığında yine olumsuz bir nitelik taşıyan atıfların ağır bastığı görüldü. Olumsuz bildirimlerin oranı %64.49 (356 tane) iken olumlu bildirimlerin oranı %11.41 (63 tane) idi.

İmajın zaman boyutuna bakıldığında ise seçim öncesine göre önemli bir fark olmadığı görüldü. Toplam bildirimlerin %83.16'sı içinde bulunulan anda geçerli olan özelliklerden sözediyordu. Geçmişe atıfta bulunan bildirimlerin oranı ise %13.95 (77 tane) idi. Bunlar daha çok 1983 seçim döneminden söz eden bildirimlerden oluşuyordu. Örneğin; "Özal, 1983'te icaretli ve de yapay iktidar görevi verilmiş Turgut Sunalp Paşa'nın 'tüp bebek' MDP'sine ve Necdet Calp'ın şike sol muhalefet partisi girişimine karşı basının etkin kalemleri ve saygın gazeteleri tarafından desteklenmiştir... Ve Özal o dönemde basın için sivilleşmenin, demokratik sürecin adeta güvencesiydi" (Güneri Cıvaoglu, 15 Ocak 1988, Sabah). Geleceğe atıfta bulunan bildirimler ise toplam bildirimlerin yalnızca %3.49'unu (16 tane) oluşturuyordu. Özellikle Özal'ın cumhurbaşkanı olup olamayacağı konusunu tartışırken yazarların gelecekte ne olabileceği ile ilgili yargılarda buldukları gözlemlendi. Örneğin; "Turgut Özal'ın Çankaya'ya Cumhurbaşkanı, TSK'ne başkomutan olamayacağı açıktır. Eşyanın tabiatına aykırıdır" (Metin Toker, 10 Ocak 1988, Milliyet), "1989 Kasımında Özal'ın TBMM'de 2-3 turluk oylama sonucu frak giymesine hiç engel yok" (Melih Aşık, 10 Ocak 1988, Milliyet).

5. Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Öncesi (1-30 Ekim 1989)

1989 Ekimine gelindiğinde Özal ile ilgili bildirimlerin yoğunluk kazandığı görüldü. Bu dönemdeki bildirimlerin toplam bildirimlere oranı %23.13 (1039 tane) idi. İncelenen dönemler arasında, basının Özal'dan en çok cumhurbaşkanlığı öncesinde söz ettiği görüldü. 1989

Kasımında Cumhurbaşkanı Kenan Evren'in görev süresinin dolması nedeniyle Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin basının gündeminde öncelikli bir yer almaya başladığı gözlemlendi. Cumhurbaşkanlığı seçimleri demokrasi, sivilleşme, başkanlık sistemi gibi tartışmalar çerçevesinde değerlendirildi.

Bu dönemde Özal'ın imajındaki baskın özellikleri yine üslup özellikleri oluşturuyordu. Toplam bildirimlerin %34.84'ünün Özal'ın üslubuna atıfta bulunduğu görüldü (362 tane). En çok sözü edilen üslup özellikleri sataşmacı-küfürbaz konuşma biçimi, akıl ve mantık yerine duygularla davranma, bencillik, ölçsüzlük, ciddiyetsizlik, diyalogsuzluk ve uzlaşmasız bir tutum gibi özelliklerdi. Özal'ın cumhurbaşkanı adayı olup olmayacağı konusunda belirsizlik yaratmaya çalışarak dikkatleri başka konulardan kendi üzerine çekmek istemesi, konuya ciddiyetsiz bir biçimde yaklaşması, uzlaşmaya yanaşmaması basınınsıkça vurguladığı noktaları oluşturuyordu. Örneğin; "En uygunsuz kelimeler, en yakışsız deyimler onun ağzından rahatlıkla çıkabilmektedir" (Metin Toker, 26 Ekim 1989, Milliyet), "Turgut Özal umursamaz tutumu ile bildiğini okumaya devam ediyor" (Bekir Coşkun, 28 Ekim 1989, Sabah), "Her işte olduğu gibi bu konuyu da pek ciddiye olmamakta, Çankaya'yı yalnızca bir villa olarak görmektedir"(Nail Güreli, 13 Ekim 1989, Milliyet), "Sayın Özal baştan beri böyle duyarlı bir konuda uzlaşma önerilerini elinin tersiyle itmiştir" (Hasan Cemal, 8Ekim 1989, Cumhuriyet).

Özal'ın cumhurbaşkanı seçilmesinden önceki dönemde, imajında en çok vurgulanan özellikleri üslup özelliklerinden

sonra felsefi özellikler oluşturdu. Felsefi özellikleri vurgulayan bildirimler toplam bildirimlerin %22.14'ü (230 tane) idi. Özal'ın Felsefi özellikleriyle ilgili olarak, en çok sivillik, laiklik, Atatürkçülük ve başkanlık sistemi gibi konuların tartışıldığı görüldü. Özellikle Özal'ın kendisi ile Atatürk arasında paralellik kurmaya çalışması tepki yarattı ve Özal ile Atatürk arasındaki farklılıkların gündeme gelmesine neden oldu. Örneğin; "Atatürk devletçidir, laiktir, devrimcidir; Özal ise muhafakar ve dinci ve ayrıca kapitalizmin ve yabancı sermayenin de şampiyonu" (Uğur Mumcu, 22 Ekim 1989, Cumhuriyet). Özal'ın laik olup olmadığı tartışmalarının da yine bu dönemde yoğunlaştığı görüldü. Özal'ın laik olmadığı ve cumhurbaşkanı olmasıyla birlikte Cumhuriyetin temel ilkelerinden biri olan laiklik ilkesinin tehlikeye girebileceği üzerinde duruldu. Örneğin; "Özal, laik Türkiye'de cumhurbaşkanı olmasını gerektirecek temel siyasi nitelikten yoksundur. Çünkü bize kalırsa Özal 'laik değildir' (Oktay Ekşi, 15 Ekim 1989, Hürriyet), "Cumhuriyetimizin temel ilkelerinden biri olan laiklik artık yaman bir tehlikeyle karşı karşıyadır" (Talat Halman, 30 Ekim 1989, Milliyet). Yine bu dönemde sivilleşme tartışmalarının da gündeme geldiği ve Özal'ın sivil olup olmadığının tartışıldığı görüldü. Örneğin; "12 Eylül askeri lideri yerini 12 Eylül askeri hükümetinin başbakan yardımcısına bırakıyor. Bir 12 Eylülcü gidiyor, bir 12 Eylülcü geliyor" (Uğur Mumcu, 17 Ekim 1989, Cumhuriyet). Başkanlık sistemi tartışmaları da bu dönemde gündeme geldi. Özal'ın Türkiye'ye başkanlık sistemini getirmeye çalıştığı ve güçler dengesi açısından bunun doğurabileceği sakıncalar üzerinde duruldu. Örneğin; "Başkanlık sistemi; 12 Eylülcü

başkanı, bilinen kadrosu ve arabesk ideolojisi ile geliyor" (Uğur Mumcu, 18 Ekim 1989, Cumhuriyet), "Birbirini denetleyen ve tamamlayan güçlerin tek kişi tarafından kontrol edilmesi durumunda neler olur? İnşallah bu sorunun cevabını tanrı bize göstermez" (Göngör Mengi, 17 Ekim 1989, Sabah).

Özal'ın cumhurbaşkanı olmasından önce, yönetsel kapasite ile ilgili özelliklerin imajda vurgulanma oranının %19.25 olduğu belirlendi (200 tane). Halkın kötü yönetim yüzünden Özal'ı istemediği, Özal'ın da iktidarını garantiye almak için Cumhurbaşkanı olmak istediği üzerinde durulurken Özal'ın başbakan olarak başarıları, başarısızlıkları gündeme geldi. Örneğin; "Özal pahalılığı 10'la çarptı. İlk seçimde kendisinin de çarpılacağını farketmediği için de Çankaya'ya kaçıyor" (Göngör Mengi, 30 Ekim 1989, sabah), "Türkiye, itibarı iyi, kendisi zengin, halkı ise zenginleşemeyen bir ülke görünümünden çıkamıyor. Altı aylık icraattan sonra Çankaya'ya çıkarken Özal'ın 'artısıyla eksisiyle' arkada bıraktığı bilanço bu" (Ertuğrul Özkök, 31 Ekim 1989, Hürriyet).

Bu dönemde, imajda kişisel özellikleri vurgulayan bildirimlerin oranı ise %13.67 (142 tane) idi. Zekilik, pişkinlik, kendini beğenme gibi özelliklerin sıkça vurgulandığı görüldü. Yine Özal'ın kendisi ile Atatürk arasında paralellikler kurmaya çalışmasının ruhsal bir durum olarak da değerlendirildiği görüldü. Örneğin; "Özal'ın kendisini Gazi ile kıyaslamaya kalkışması ise bir yazıkonusu değil, ruh hekimlerinin uzmanlığına giren bir olay niteliği

taşıyor. Öyle anlaşılıyor ki Sayın başbakan kendisini yitirmiş dengelerini koruyamıyor" (İlhan Selçuk, 22 Ekim 1989, Cumhuriyet).

Özal'ın cumhurbaşkanı olmasından önceki dönemde yer alan toplam bildirimlerin %9.33'ü ise kamu ile ilişkilere ait özellikleri vurguluyordu. Bu bildirimlerin büyük çoğunluğu Özal'ın halkın desteğini yitirdiğinden ve gözünden düştüğünden sözedilen bildirimlerden oluşuyordu. Örneğin; "Türk seçmenin %80'i bugünkü başbakanı başbakan olarak dahi istememektedir" (Metin Toker, 18 Ekim 1989, Milliyet), "Özal halkın güvenini, saygısını, sevgisini yitirmiş olan alelade bir politikacıdır bugün " (Talat Holman, 2 Ekim 1989, Milliyet). Yine, Özal'ın Türkiye'deki görüntüsünün olumsuz olması, geniş kitlelerin desteğini yitirmiş bulunmasına rağmen, dışarıdaki görüntüsünün çok farklı olduğu, bu dönemde de vurgulandı ve özellikle Batılı çevrelerin Özal'ın cumhurbaşkanlığı adaylığına olumlu gözle baktıklarından söz edildi. Örneğin; "Başbakan Turgut Özal'ın cumhurbaşkanlığına adaylığını koyması, kolaylıkla seçilebileceğini bilen bir birçok Batılı çevre tarafından memnuniyetle karşılandı" (M.Ali Birand, 20 Ekim 1989, Milliyet). "Açıkçası, dış dünya buna Batıda, Doğu da Üçüncü Dünya da dahil Özal'a iyi bir not veriyor" (Sami Kohen, 26 Ekim 1989, Milliyet).

Basın, genel olarak Özal'ın cumhurbaşkanı olmasına karşı çıktı. Bu yüzden bu dönemde Özal ile ilgili oluşturulan imajda olumsuz özelliklerin ağır bastığı görüldü. Bu dönemde olumlu atıfların oranı %3.98 (41 tane) iken olumsuz atıfların oranı %85.84 (885 tane) idi.

İncelenen dönemler arasında Özal ile ilgili olarak en olumsuz imajın bu dönemde yer aldığı görüldü. İmajı oluşturan bütün özelliklerde olumsuz değerlendirmeler ağır basıyordu. Basın, Özal'ın cumhurbaşkanı olmasını kişiliği, yönetsel kapasitesi, politikaları, üslubu, halkın gözünden düşmüş olması ya da felsefi özellikleri nedeniyle onaylamadı. Ama genel olarak bakıldığında en çok olumsuz üslup özelliklerine atıfta bulunulduğu ve Özal'ın olumsuz üslubu nedeniyle Cumhurbaşkanlığı makamına uygun görülmediği ortaya çıktı. Özal'ın adaylığı da "siyasi zarafete" uymayan bir davranış olarak değerlendirildi.

Bu dönemde imajın zaman boyutuna bakıldığında ise en çok içinde bulunulan zamanda geçerli olan özelliklerin vurgulandığı görüldü (%87.58). Geçmişe atıfta bulunan bildirimler ise toplam bildirimlerin %8.73'ünü (90 tane) oluşturuyordu. Bunlar daha çok 1983 seçimlerinden söz eden ve Özal'ın o dönemdeki imajını değerlendiren bildirimlerden oluşuyordu. Örneğin; "Özal başlangıçta, daha önceleri kimsede görülmemiş bir yumuşaklık, esneklik ve insanca yaklaşım göstermişti" (Müntaz Soysal, 28 ekim 1989, Miliyet), "İktisatçı başbakan imajı, Özal'ı 12 Eylül sonrasının öteki siyasal liderlerinden ayıran en belirgin özellikti" (Oktay Akbal, 2 Ekim 1989, Cumhuriyet). Bu dönemde geleceğe atıfta bulunan bildirimlerin oranı ise %3.69 (38 tane) idi. Bu bildirimler daha çok Özal'ın Cumhurbaşkanı olmasından sonra başkanlık sistemini fiilen gerçekleştireceğinden söz ediyorlardı. Örneğin; "Özal, beşte birlik cumhurbaşkanı olarak özlediği 'başkancı sistem'i kurmaya çalışacak" (Uğur Mumcu, 20 Ekim 1989, Cumhuriyet),

"Taparcasına sevdiği Amerikan sistemini getirmek isteyecektir (Talat Halman, 30 Ekim 1989, Milliyet).

6. Cumhurbaşkanlığı Seçimi Sonrası (1-30 Kasım 1989)

Özal'ın cumhurbaşkanı seçilmesinden sonra kendisine yapılan atıflarda belirgin bir azalma olduğu görüldü. Bu dönemde yer alan bildirimler, toplam bildirimlerin %23.13'ünü (1039 tane) oluşturuyordu. Özal'ın cumhurbaşkanı seçilerek yürütmenin dışına çıkmasının, Cumhurbaşkanlığının tarafsız bir makam olmasının ve dikkatlerin yeni başbakana yönelmesinin bunda bir etmen olduğu düşünülebilir. Özal bu dönemde daha çok cumhurbaşkanının tarafsızlığı ilkesini çiğneyen davranışlarıyla gündeme geldi.

Cumhurbaşkanı seçilmesinden sonra Özal'ın imajındaki baskın özellikleri yönetsel kapasite ile ilgili özellikler oluşturdu. Yönetsel kapasite ile ilgili özellikleri vurgulayan bildirimlerin toplam bildirimlere oranı %28.63 (144 tane) idi. Bu dönemde en çok, Özal'ın ANAP Genel Başkanını kendisinin belirlemeye çalışması, hizipler içinde aktif rol alması, yeni Başbakan'ı ataması, hükümetin oluşturulmasına müdahale etmesi gibi konular tartışıldı. Örneğin ; "Hükümet üyelerini Başbakan Sayın Y.A. (Yıldırım Akbulut) değil, Cumhurbaşkanı Sayın H.T.Ö. (Halil Turgut Özal) saptamış" (Uğur Mumcu, 11 Kasım 1989, Cumhuriyet), "Çok partili sisteme geçtiğimizden bu yana sadece bir tane cumhurbaşkanı siyasi parti kongresine mesaj gönderme yöntemine girişmiştir (Metin Toker, 19 Kasım 1989), "Özal fiilen icranın başında bulunduğu dair işaretleri giderek

artıyor" (Ertuğrul Özkök, 30 Kasım 1989, Hürriyet). Bunun yanında Özal'ın yönetsel yetenekleri, eski görevleri, başbakanlığı döneminde yaptıkları da gündeme geldi. Örneğin; "Özal'ın siyasi becerisini de küçümsemek gerekir" (Ertuğrul Özkök, 16 Kasım 1989, Hürriyet), "Altı yılda ülkeyi eskisinden beter bir hale getirmiş" (Oktay AKbal, 26 Kasım 1989, Cumhuriyet).

Cumhurbaşkanı seçilmesinden sonra Özal'ın imajında en çok vurgulanan özellikleri yönetsel kapasite ile ilgili özelliklerin ardından felsefi özellikler oluşturdu. Felsefi özellikleri vurgulayan bildirimlerin toplam bildirimlere oranı %26.44 (133 tane) idi. Bu bildirimler genellikle Özal'ın demokrasiye ve T.C.'nin ilkelerine bağlılığı konularından sözediyordu. Örneğin; "yeni seçilen kişinin milli devlet, laik devlet, hukuka bağlı devlet gibi cumhuriyetin niteliklerine gerçekten bağlı olup olmadığı konusunda da kendisinin yarattığı ciddi kuşkular vardır" (Coşkun Kırca, 1 Kasım 1989, Milliyet), "Özal'ın bu tutumunun yeni anayasal konumuyla da demokrasi kavramıyla da bağdaşmadığı açık" (Hasan Cemal, " 3 Kasım 1989, Cumhuriyet) Özal'ın cumhurbaşkanının tarafsızlığı ilkesini çiğneyen davranışları yorumlanırken onun hukuk devleti, demokrasi, erkler ayrımı gibi konulardaki zihniyetine atıfta bulunulduğu görüldü. Yine bu bağlamda Özal'ın sivilliği konusunun da tartışıldığı görüldü. Bu konuda örneğin, Mehmet Ali Birand, "Türkiye'nin uzun bir aradan sonra ilk sivil cumhurbaşkanını" seçtiğini yazarken (1 Kasım 1989, Milliyet), Nail Güreli, "Turgut Bey tam tersine darbecileşmeyi temsil ediyor... Siz hangi sivil kafadan söz ediyorsunuz?" diye yazdı (3 Kasım 1989, Milliyet). Bunların

yanında, Özal'ın cumhurbaşkanı seçilmesinden sonra en çok eleştirilen davranışlarından biri de cuma namazına gitmesi ve "Allahın ipine sarılın" demesiydi. Bu davranışlar basında dinin devlet işlerine alet edilmesi ya da taban oluşturma çabası olarak yorumlandı. Örneğin, "Turgut Özal ikide bir "Allahın ipine sarılın" diyerek Türkiye'deki toplumsal yapının çimentosunu Türk Milliyetçiliğinden İslam ümmetçiliğine kaydırıyor". (Göngör Mengi, 18 Kasım 1989, Sabah), "Türkiye'nin 'hacı' cumhurbaşkanı cuma namazını kaçırmayan bir kişi" (Oktay Akbal, 16 Kasım 1989, Cumhuriyet).

Bu dönemde Özal'ın imajında üslup özelliklerinin vurgulanma oranı ise %24.45 (123 tane) idi. Ençok sözedilen üslup özelliklerinin partizanlık, etkinlik, umursamazlık, fütursuzluk, pervasızlık gibi özellikler olduğu görüldü. Özal'ın tarafsız bir makama gelmesine rağmen eski partisinin ve hükümetin işlerine müdahale etmeyi sürdürmesi, amacına ulaşmada kural tanımayan bir üslubun sıkça vurgulanmasına yol açtı. Örneğin; "Tüm gücü Çankaya köşkü'nde toplamak için, gözü kara bir tutum sergiliyor Turgut Özal"(Hasan Cemal, 11 Kasım 1989, Cumhuriyet), "Sayın Cumhurbakanı 'ben canımın istediği gibi hareket edeceğim, siz de böyle bir cumhurbaşkanı ile yaşamaya kendinizi alıştıracaksınız' diyor, daha doğrusu hareketleriyle öyle demeye getiriyor" (Oktay Ekşi, 28 Kasım 1989, Hürriyet). Yine Özal'ın halkın dikkatini başka konulara çekme başarısından bu dönemde de sözedildiği görüldü. Örneğin; "Politika gündemini oluşturmada ve insanları kısır günlük sorunlarla uğraştırmadaki başarısıyla uzun erimli bakışı ve çözümleri

engelleyerek kendi çıkmazını gözden kaçırmaya çalışıyor Özal". (Ali Sirmen, 7 Kasım 1989, Cumhuriyet).

Cumhurbaşkanı seçilmesinden sonra Özal'ın imajında kişisel özelliklerin vurgulanma oranının ise %9.54 (48 tane) olduğu görüldü. Örneğin "'doğası yeniliğe açıktır" (Güneri Cıvaoğlu, 4 Kasım 1989, Sabah), "Cumhurbaşkanını Red kit hayranı olduğunu yoksa bilmiyor muydunuz? (Bir Günün Hikayesi, 30 Kasım 1989, Hürriyet). Kişilik özelliklerini vurgulayan bildirimler arasında Özal'ın ruhsal durumundan söz edenlere bu dönemde de rastlandı. Özal'ın uzlaşmaya yanaşmaması, ANAP'a müdahale etmesi gibi konular tartışılırken psikolojik durumuna atıfta bulunulduğu görüldü. Örneğin; "Hızlı yükselişi ruhsal dengelerini de bozmuştu" (İlhan Selçuk, 8 Kasım 1989, Cumhuriyet), "Özal, paniğe çeyrek kala gibi bir ruhsal durumu yaşamaktadır" (Güner Cıvaoğlu, 8 Kasım 1989, Sabah).

Özal'ın cumhurbaşkanı seçilmesinden sonra incelenen dönemde, kamu ile ilişkilere ait özellikleri vurgulayan bildirimlerin ise %8.15 (41 tane) olduğu görüldü. Bunların bir kısmı yine Özal'ın yabancı ülkelerdeki itibarı ve cumhurbaşkanı seçilmesiyle dış çevrelerde oluşturduğu havayla ilgiliydi. Örneğin; "Yunanistan'da Özal'a genelde bir sempati vardır" (Sami Kohen, 1 Kasım 1989, Milliyet), "Amerikan yönetimi Özal'ın cumhurbaşkanı seçilmesinden dolayı çok memnun". (Yalçın Doğan, 7 Kasım 1989, Sabah). Kamu ile ilişkilere ait özellikleri vurgulayan bildirimler arasında Özal'ın halkın büyük çoğunluğunun desteğini yitirmiş, halk tarafından istenmeyen bir politikacı olduğunu

Öne çıkaranların çoğunlukta olduğu görüldü. Örneğin; "Her yüz kişiden sekseninin karşı olduğu bir cumhurbaşkanı seçimi ile Türkiye insanı öylesine dolu, öylesine gerilim yüklü ki" (Güneri Cıvaoğlu, 3 Kasım 1989, Sabah). Özal'ın halk desteğini yitirmiş olması, yapılan cumhurbaşkanlığı seçiminin demokrasiye uygun olup olmadığı tartışmalarında gündeme geldi. Yazarların, Özal'ın 26 Mart 1989 yerel seçimlerinde %21.75 oranında bir oy alan ANAP'ın milletvekilleri tarafından cumhurbaşkanı seçilmesini değerlendirirken seçimin yasalara uygun olduğu konusunda birleştikleri ve bunu sıkça vurguladıkları görüldü. Ama seçimin millet iradesini temsil etmemesi bakımından bazı yazarlar Özal'ın cumhurbaşkanı oluşunu Kenan Evren'in cumhurbaşkanı oluşuna benzettiler. Örneğin; Öztin Akgüç, Milliyet'te "Kanımızca Sayın Evren'in cumhurbaşkanı oluşu ile sayın Özal'ın cumhurbaşkanlığı arasında bir nitelik farkı yoktur. Sadece yöntemleri farklıdır. Sayın Evren de halkın hür iradesi ile seçilmiş bir cumhurbaşkanı değildi. Sayın Özal da halkın iradesini temsil eden bir cumhurbaşkanı olmayacaktır" diye yazdı (4 Kasım 1989). Bekir Coşkun ise Sabah'ta "Ara rejimlerin danışma meclisleri, başbakanları ile bunların ne farkı var. Orada da milli irade yoktu. Bunda da. Böyle bir tabloya bakıp "bu demokrasidir" denilebilir mi" biçimde bir değerlendirme yaptı (4 Kasım 1989). Özal'ın Cumhurbaşkanı seçilmesinin, "anti-demokratik" bir yoldan gerçekleştirilmiş (Şükran Ketenci, 2 Kasım 1989, Cumhuriyet), "vicdanlara aykırılık" içeren (Güneri Cıvaoğlu, 1 Kasım 1989, Sabah), "Rakiplerinin güçsüzlüğünden" kaynaklanan bir sonuç (Güngör Mengi, 1 Kasım 1989, Sabah) "talihsizlik" (Mehmet Altan, 3 Kasım 1989 Sabah) ya da

"siyasal hata " (Yılmaz Çetiner, 2 Kasım 1989 Milliyet) olarak değerlendirildiği, ama "pozitif hukuka" uygun ve "meşru" olduğunun, Özal'ın cumhurbaşkanı olarak kabul edilmesi gerektiğinin vurgulandığı görüldü. Örneğin; "Bay Özal şu anda T.C.'nin dolayısıyla bu ülke vatandaşları olan tümümüzün cumhurbaşkanıdır ve bunu yadsımaya olanak yoktur" (İlhami Soysal, 1 Kasım 1989, Milliyet), "Milletin vekillerinin oylarıyla oraya ulaşan kişi mutlaka o makama duyulması, gösterilmesi gereken saygıyla anılmalıdır" (Yılmaz Çetiner, 2 Kasım 1989, Milliyet).

Cumhurbaşkanı seçilmesinden sonra Özal'ın imajının değerlendirici boyutuna bakıldığında ise cumhurbaşkanlığı öncesine göre daha olumlu bir imaj oluştuğu görüldü. Bu dönemdeki olumlu atıfların oranı %6.14, olumsuz atıfların oranı da %74.23 (363 tane) idi. Özal'ın makamının gerektirdiği tarafsızlığı gösterememesi, yetkileri kendi elinde toplamak istemesi, kural tanımaz bir tutum sergilemesi gibi etmenlerin bu dönemde olumsuz bir imaj oluşmasında rol oynadığı söylenebilir.

İmajın zaman boyutuna bakıldığında ise bildirimlerin %85.28'inin (417 tane) içinde bulunulan anda geçerli olan özellikleri vurguladığı görüldü. Geçmişe atıfta bulunan bildirimlerin oranı ise %11.66 (57 tane) idi. Bunların daha çok yönetsel kapasite ile ilgili özellikleri ya da üslup özelliklerini vurgulayan bildirimler olduğu görüldü. Örneğin; "ilginç bir durum Özal Demirel'in Başbakanlık müsteşarıydı " (Güneri Cıvaoğlu, 7 Kasım 1989, sabah), "Özal başbakanken hergün basınla kendisini karşı karşıya getirecek, gerilimi

artıracak bir laf ederdi" (Güneri Cıvaoğlu, 30 Kasım 1989, Sabah). Gelecekte söz eden bildirimler ise %3.06 oranındaydı. Bunlar genellikle, Özal'ın tüm yetkileri elinde toplayarak fiili bir başkanlık sistemi oluşturacağından söz eden bildirimlerdi. Örneğin "ANAP kongresi bitti, Özal kendinden sonraki dönemi şimdilik yerine oturttu. Ülkeyi yine o yönetecek" (Güngör Mengi, 19 Kasım 1989, Sabah) "Türkiye'de yeni dönem önce bu anlamı içeriyor. Anayasal açıdan olmasa da fiilen uygulanacak bir başkanlık sistemi" (Yalçın Doğan, 2 Kasım 1989, Sabah).

7. Körfez Savaşı (17 Ocak 1991- 17 Şubat 1991).

Körfez savaşı sırasında incelen bir aylık dönem, cumhurbaşkanı seçilmesi sonrasında karşılaştırıldığında Özal ile ilgili atıfların yoğunluk kazandığı bir dönem oldu. Bu dönemde yer alan bildirimler toplam bildirimlerin %17.70'ini (795 tane) oluşturdu. Bu dönemde basının ortak kanısı Türkiye'yi Özal'ın yönettiği idi, "Özal yönetimi" ifadesinin sıkça vurgulandığı görüldü. Bildirim sıklığının fazla olması, Türkiye'nin sınır komşularından birinde yapılan ve Türkiye açısından önem taşıyan bir savaşta, Özal'ın sorumsuzluğuna rağmen aktif bir rol oynaması ve geleneksel Türk dış politikasından farklı bir politikadan yana olmasıyla açıklanabilir.

Körfez savaşı sonrasında Özal'ın imajında baskın olan özellikleri üslup özelliklerinin oluşturduğu görüldü. Toplam bildirimlerin %41.38'i (329 tane) üslup özelliklerine atıfta bulunuyordu. En çok sözedilen üslup özelliklerinin, kavgacılık, fütursuzluk, çelişkili beyanlarda bulunma,

ölçsüzlük, partizanlık gibi özellikler olduğu görüldü. Örneğin; "Düşünülerek söylenmesi gereken sözler onun iki dudağı arasında fütursuzca çıkmaktadır" (Metin Toker, 11 Şubat 1991, Milliyet), "Özal'ın ve Akbulut'un ikinci cephe hazırlığı yok" sözleri de ikinci cephede açılacağı kuşkusunu güçlendiriyor. Çünkü hiçbir şeyin doğrusunu söylemiyorlar (Melih Aşık, 22 Ocak 1991, Milliyet), "T.Ö. son 6 aydır bir söylediğini ertesi gün yalanladı ya da tersine fikirler öne sürdü" (Cüneyt Arcayürek, 26 Ocak 1991, Cumhuriyet), "Sözünü dinletebilen birinin Özal'a hem içerde hem dışarda herkesle kavga edemeyeceğini anlatması lazım" (Güngör Mengi, 28 Ocak 1991, Sabah), "kendilerine yakın duranlara-buna maalesef bazı gazeteleciler de dahil devletin her türlü olanağı açılıyor" (Emin Çölaşan, 14 Şubat 1991, Hürriyet). Bunların yanında Cumhurbaşkanı'nın tarafsızlığı ilkesini Özal'ın kullandığı olumsuz üslupla da çiğnediğinin sıkça vurgulandığı görüldü. Örneğin; "muhalefetle ağız dalaşına giren en son Erdal İnönü için 'Jetonu geç düşünüyor' diyebilen cumhurbaşkanı'nın tarafsız olduğunu kim söyleyebilir". (Emin Çölaşan, 14 Şubat 1991, Hürriyet). Yine bu dönemde en çok vurgulanan üslup özelliklerinden biri de Özal'ın, Türkiye'nin Körfez'de izlediği politikadan söz ederken "bir koyup yirmi alacağız" demesiydi. Özal'ın bu sözlerinin, politikasını onaylayan yazarlarca da eleştirildiği görüldü. Örneğin; "resmi cumhurbaşkanı'nın bu sözleriyle ifade ettiği fikir, esas itibarıyla doğrudur. Ne var ki üslubu çok yanlıştır. Bir devlet başkanı, kendi devletinin yüksek hak ve çıkarlarını, kumar masasında oturanların kumarla ilgili çıkar hesaplarına benzeten sözler sarfedemez" (Coşkun Kıroa, 4 Şubat 1991, Milliyet).

Bu dönemde, Semra Özal'ın ANAP İstanbul il Başbakanlığına adaylığını koymasıyla da genelde "nepotizm", "ölçsüzlük", "kuraltanımsızlık" gibi üslup özelliklerine atıfta bulunulduğu görüldü. Semra Özal'ın adaylığı daha çok cumhurbaşkanının tarafsızlığı ilkesi açısından ele alındı. Örneğin; "Semra hanımefendinin adaylığı, adaylık konulurken izlenen yol ve yöntemler cumhurbaşkanlığı tarafsızlığını yok etmiştir" (Uğur Mumcu, 16 Şubat 1991, Cumhuriyet), "Tarafgirlik şimdi il başkanlığı seviyesine kadar düşmüştür" (Göngör Mengi, 16 Şubat 1991 Sabah). Semra Özal'ın adaylığı ve Turgut Özal'ın davranışları genelde tepki görürken Semra Özal'ın zaten "politikanın içinde" olduğu da belirtildi. Örneğin; "Yılların gizli TKP'si bile artık legale çıktığına göre 'Semranım' niçin gizli kapaklı kalsın?" (Hasan pulur 14 Şubat 1991, Milliyet).

Körfez savaşı sırasında yönetsel kapasite ile ilgili özelliklerin imajda vurgulanma oranı ise %30.57 (243tane) idi. Yönetsel kapasite ile ilgili özellikleri vurgulayan bildirimlerin daha çok, Özal'ın hükümete müdahalelerinden ve Körfez'de izlediği politikalardan söz ettiği görüldü. Örneğin; "Bilindiği kadarıyla Özal'ın köşke çıkışından bu yana Türkiye'de üretilen siyasal ve ekonomik politikaların tek kaynağının cumhurbaşkanı olduğu biliniyor" (Orhan Tokatlı 6 Şubat 1991, Milliyet), "Özal, sonuçta nasıl olsa kendisi tarafından kullanılacağı düşüncesiyle, TBMM'ye ait bir çok yetkinin hükümete devrini istedi" (Çetin Özbayrak-Hayri Birler, 8 şubat 1991, Hürriyet), "Cumhurbaşkanı Özal, Körfez Krizinin başından bu yana uyguladığı politikalarla Türkiye'nin önüne savaşa giden

rayları döşemiştir"(Derya Sazak, 18 Ocak 1991, Milliyet)," "Hükümet işlerine karışmamakla yükümlü T.Ö azınlık dillerini serbest bırakan tasarımı yazmış bakanların önüne metni koyuyor" (Cüneyt Arcayürek, 27 Ocak 1991, Cumhuriyet).

Bu dönemde felsefi özelliklerin imajda vurgulanma oranının %10.32 (82 tane) olduğu görüldü. Bu bildirimler genelde, Özal'ın Krizde izlediği politikaların ve davranış biçimlerinin arkasında yatan düşünsel öğelerden söz ediyordu. Örneğin; "Türkiye'yi yöneten tek kişinin kafasındaki değişik Türkiye ekonomisi ve teknolojisi bakımından olabildiğince 'modern' din ve laiklik bakımından 'Atatürk'ün hatalarını düzelterek olabildiğince 'müslümanlaşmış', yönetim yapısı ve felsefesi bakımından da olabildiğince 'Amerikanlaşmış' bir Türkiye'dir (Mümtaz Soysal, 12 Şubat 1991, Milliyet), "Turgut Bey'in yaşam felsefesi olan 'kadercilik' onu daima 'risk' olarak politika yapmaya , sürekli meyda okumaya sürüklemiştir (Derya Sazak, 17 Şubat 1991, Milliyet). Yine bu dönemde Özal'ın savaş ya da barış yanlısı olmasının da tartışıldığı görüldü. Örneğin; "Sayın Özal bunalımın ilk gününden itibaren savaşı değil, barışı savunmuştur" (Semih Günver, 8 şubat 1991 Milliyet), "Sorumsuz Cumhurbaşkanı, Türkiye Cumhuriyeti'nin 'yurta sulh cihanda sulh' ilkesini bir kenara itmiş, barışçılığı yadsıyarak savaşçılığı yeğlemiştir" (İlhan Selçuk, 17 Ocak 1991, Cumhuriyet).

Körfez savaşı sonrasında kişisel özelliklerin imajda vurgulanma oranı ise %10.06 (80 tane) idi. Örneğin; "Zekası umut veriyor" (Göngör Mengi, 25 Ocak1991, Sabah) "özünde

tartışmayı sevmiyor" (Yalçın doğan, 29 Ocak 1991, Milliyet), "sıradan ama tamamıyla sıradan ve sığ bir kimse" (Metin Toker, 25 Ocak 1991, Milliyet), "Özallar ailecek risk almayı seven insanlar" (Ertuğrul Özkök, 17 Şubat 1991, Hürriyet). Yine özal'ın bu dönemde birbiriyle çelişen açıklamalarda bulunmasının bir kişilik özelliği olarak da değerlendirildiği görüldü. Örneğin; Nail Güreli bu durumu "bellek zayıflığı" olarak nitelendiriyordu (25 Ocak 1991, Milliyet). Özal'ın Körfez'de aktif bir dış politikadan yana olmasının da aynı şekilde kişisel hayranlık, merak, hırs tutku, cengaver ruhlu olma gibi özelliklerle açıklandığı görüldü. Örneğin; "T.Ö. beş buçuk aydır savaş açma, savaşa katılma kararını kesinleştireceği günü dayanılmaz arzuya ve savaşı vazgeçemediği bir tutkuyla bekliyordu" (Cüneyt Arcayürek, 18 Ocak 1991, Cumhuriyet). Örneklerde de görüldüğü gibi, Körfez Savaşı sırasında Özal'ın kişisel özelliklerine atıfta bulunan bildirimler, onun politikalarını, davranışlarını, ve üslubunu, kişilik özelliklerini öne çıkararak açıklayan bildirimlerden oluşuyordu.

Bu dönemde Özal'ın imajında en az vurgulanan özelliklerin kamu ile ilişkilere ait özellikler olduğu görüldü. Kamu ile ilişkilere ait özellikleri öne çıkaran bildirimlerin toplam bildirimlere oranı %7.04'idi (56 tane). Örneğin; "Özal'ın ülkemizde yerleşik olan asık suratlı, protokole tamamen bağlı devlet adamı imajını silmeye çalıştığını da dikkate alarak şöyle diyorum" (Meriç Köyatası, 23 Ocak 1991, Hürriyet), "geçen yıllar onun bir politikacı için yaşamsal olan güvenilirliğini ve

inandırıcılığını olağanüstü aşındırmıştır" (Hasan Cemal, 1 Şubat 1991, Cumhuriyet), "Kamuoyunda pek çok kimsenin Özal'dan gına geldi dediği bir gerçektir" (Metin Toker, 10 Şubat 1991, Milliyet).

Körfez Savaşı sırasında Özal'ın imajı, değerlendirici kategoriler açısından incelendiğinde, cumhurbaşkanı seçilmesinden sonra incelenen döneme göre daha olumlu bir imaj olduğu görüldü. Bu dönemde olumlu bildirimlerin oranı %9.49 (75 tane) idi. Bunlar daha çok yönetsel kapasite ile ilgili özellikleri vurguluyordu. Örneğin; "Bize göre Özal, Körfezde başından beri doğru bir politika izliyor" (Meriç Köyatası, 15 Şubat 1991, Hürriyet), "Bir noktayı kabul etmek gerek; Özal, Türk siyasal yaşamının yakın geçmişi içinde belirli bir "misyon" ve "vizyon" duygusuyla davranabilen, bu duygunun çerçevesinde sürekli çözüm ve formül üreten nadir politikacılardan biridir" (Mümtaz Soysal, 2 Şubat 1991, Milliyet). Bu dönemdeki olumsuz bildirimlerin oranı ise %68.48 (541 tane) idi. Aleyhteki bildirimlerin üslup özellikleri ve yönetsel kapasite ile ilgili özellikler kategorilerinde yoğunlaştıkları görüldü. Örneğin; "Resmi Cumhurbaşkanının ve ANAP iktidarının, pek çok konuda olduğu gibi Körfez konusundaki siyasetimiz konusunda da çok büyük hataları vardır" (Coşkun Kırca, 28 Ocak 1991, Milliyet), "Bilinen huylarda olumlu bir kıpırdanma hakgetire, TÖ., yine bildiğiniz TÖ. Ne hükümet tanıyor ne de başka bir kurum" (Cüneyt Arcayürek, 1 Şubat 1991, Cumhuriyet).

Körfez savaşı sırasında oluşan imaj, zaman boyutu açısından incelendiğinde yazarların en çok içinde bulunulan

zamana ait özellikleri vurguladıkları görüldü. Bu dönemde şimdiki zaman kategorisinde yer alan bildirimler toplam bildirimlerin %95.32'sini oluşturuyordu. Körfez savaşı sırasında incelenen dönemin, şimdiki zamana ait bildirimlerin en çok, geçmiş zamana ait bildirimlerin en az yer aldığı dönem olduğu görüldü. Geçmişe atıfta bulunan bildirimler, toplam bildirimlerin yalnızca %3.42'sini (27 tane) oluşturuyordu. Bunlar genelde Özal'ın 1977'de MSP'den aday olmasından, eski görevlerinden ya da kendi görüşünü paylaşanları onurlandırıcı karşıt görüştekileri ise aşağılayıcı sıfatlarla donatmasından söz eden bildirimlerdi. Yine gelecekte söz eden bildirimlerin de en az bu dönemde yer aldığı görüldü. Örneğin; "Çankaya, savaştan kazançlı çıkacağına inandığı an zaten 'fiilen' sürdürdüğü başkanlık statüsüne uygun bir parti yönetimi oluşturacaktır" (Derya Sazak, 10 Şubat 1991, Milliyet).

8. Mesut Yılmaz Hükümeti (23 Haziran 1991- 23 Temmuz 1991)

Mesut Yılmaz'ın başbakan olmasından sonra, Özal'a yapılan atıfların sıklığında düşme görüldü. Bu dönemdeki bildirimler toplam bildirimlerin %6.32'sini oluşturuyordu (264 tane). Özal'ın hükümetin işlerine karışıp; karışmayacağı tartışmalarının bu dönemde de sürdüğü görüldü. Yine bu dönemde George Bush'un Türkiye'yi ziyaret etmesi ve Özal ailesi de üzerinde en çok durulan konular arasındaydı.

Yılmaz hükümetinin kurulmasından sonra incelenen dönemde imajda baskın olan özelliklerin üslup özellikleri

olduğu görüldü. Toplam bildirimlerin %29.23'ü (83 tane) üslup özelliklerine atıfta bulunuyordu. Ençok vurgulanan üslup özelliklerinin; vaatlerle yapılanlar arasındaki tutarsızlık, ölçsüzlük, fütursuzluk, maceracılık, özensizlik, uzlaşmazlık gibi özellikler olduğu görüldü. Örneğin, "Politika sahnemizde dediğiyle yaptığı arasında doğru dürüst bir bağ kurulamayacak oyuncuların sayısı az değildir. Örneğin, Turgut Özal da bunların başında gelir" (Hasan Cemal, 27 Haziran 1991, Cumhuriyet), "Eşofmanlı asker teftişlerinden iki bacalı boğaz gezilerine kadar uzanan bir üslup, değişen toplumun da gerisinde kalmış bir arabeskin üslubudur" (Mümtaz Soysal, 20 Temmuz 1991). Özal ailesinin bir "hanedan" görüntüsü sergilemesinin bu dönemde sıkça gündeme geldiği görüldü. Özal'ın ailesinin ve yakın çevresinin zenginleşmesi eleştirildi ve devletin olanaklarını kendilerine çıkar sağlamak için kullanmaları üzerinde duruldu. Örneğin; "Değirmenin suyu Ahmet'e Efe'ye, Zeynep'e şimdi rafineri kurmaya soyunan Korkut'a ve hanedanın diğer bireylere gürül gürül akıyor" (Emin Çölaşan, 2 Temmuz 1991, Hürriyet).

Bu dönemde yönetsel kapasite ile ilgili özelliklerin imajda vurgulanma oranı %28.52 (81 tane) idi. Mesut Yılmaz Hükümetinin kurulmasıyla Özal'ın hükümete yine müdahale edip etmeyeceği tartışmalarının gündeme geldiği görüldü. Bu konuda örneğin; Göngör Mengi, "Cumhurbaşkanı Özal, eskiden olduğu gibi başkasının boynuna astığı davulda solo yapma imkanı bulamayacaktır. Mesut Yılmaz buna izin vermez" diye yazarken (30 Haziran 1991, Sabah), Bekir Coşkun", 'Semranım'ın desteği ile kongreyi kazandıktan sonra Turgut Özal'ın

desteği ile güvenoyu alan bir başbakan , yarın kendi başına nasıl ayakta durabilir? Nasıl Özal'a tavır koyabilir" diye yazıyordu (5 Temmuz 1991, Sabah). Bunların yanında yönetsel kapasite ile ilgili özellikleri vurgulayan bildirimlerin Özal'ın yönetsel yetenekleri, başarı ve başarısızlıkları, dış politika alanında özellikle Türkiye'deki üsler ve Kıbrıs konularındaki uygulama ve kararlarından da söz ettikleri görüldü. Örneğin; "Özal'ın elbette on yılı aşkın süredir Türkiye siyaset ve ekonomi yaşamında birinci derecede rol olmasının verdiği büyük deneyim ve bilgi stoğu vardır"(Güner Cıvaoğlu, 17 Temmuz 1991,sabah), "Özal'ın yönetimi altında geçen sekiz yıl içinde Türkiye hiç bir zaman KKTC'nin tanınması yönünde ciddi bir diplomatik seferberliğe girişmemiştir" (Sedat Ergin, 8 Temmuz 1991, Hürriyet), "Parti politikasında zaferden zafere koşan Özal, devlet yönetiminde ve dış politikada memleketi yenilgiden yenilgiye, zarardan zarara, kayıplardan kayıplara sürüklüyor" (Talat Halman, 8 Temmuz 1991, Milliyet).

Yılmaz Hükümetinin kurulmasından sonra felsefi özelliklerin imajda vurgulanma oranının ise %17.96 (51 tane) olduğu görüldü. Bu bildirimler genellikle serbest pazar ekonomisi, sivillik, laiklik, gibi özelliklere atıfta bulunuyordu. Örneğin; "Bir insan hem milliyetçi, hem sosyal adaletçi, hem serbet rekabete dayalı piyasa ekonomisinden yana olamaz. Olursa tuhaf bir şey olur" (Mümtaz Soysal, 28 Haziran 1991, Milliyet), "Özal'ın tarikatçı olduğu konusunda Somut MİT raporları var" (Emin Çölaşan, 4 Temmuz 1991, Hürriyet), "kim elini vicdanına koyup büyük bir rahatlıkla Özal'ın sivil Cumhurbakanı olduğunu söyleyebilir" (Ali Sirmen, 5 Temmuz 1991, Cumhuriyet).

Bu dönemde kamu ile ilişkilere ait özelliklerin vurgulanma oranı da %12.32 (35 tane) idi. Bu dönemde George Bush'un Türkiye ziyareti, Özal ile arasındaki özel ilişkinin gündeme gelmesine ve bu ilişkinin Türkiye açısından bir avantaj olup olmadığına tartışılmasına yol açtı. Bu yüzden kamu ile ilişkilere ait özellikleri vurgulayan bildirimlerin büyük çoğunluğu Özal ile Bush arasındaki arkadaşlıktan sözediyordu. Örneğin; "Cumhurbaşkanı Özal'ın Başkan Bush ile özel ilişkisi de yabana atılmamalıdır. Başka çok az devlet adamı böyle bir konuma sahiptir" (Mehmet Ali Birand, 20 Temmuz 1991, Milliyet). Özal'ın bu ilişkiyi kamuoyunu etkilemek için kullanmak istemesi karşısında da yazarların Bush'tan söz ederken alaysı biçimde, Özal'ın "kadim dostu", "telefon arkadaşı", "aile dostu", "cancığer kuzu sarması arkadaşı" gibi ifadeler kullandıkları görüldü. Yine bu dönemde Özal'ın kamuoyundaki görüntüsünden de sözedildi. Örneğin; "Türkiye'de her 100 kişinin 80'i ANAP'a partinin doğal lideri cumhurbaşkanı Özal'a, ailesine ve yeni kurulan hükümetine karşıdır" (İlhan Selçuk, 9 Temmuz 1991, Cumhuriyet), "Seçmen ve kamumoyu nezdinde, ANAP'ın görüntüsü, Özal ailesinin ve hanedanın görüntüsü ile özdeş" (Mehmet Barlas, 27 Haziran 1991, Sabah).

Mesut Yılmaz hükümetini kurulmasından sonra incelenen dönemde, Özal'ın imajında en az vurgulanan özelliklerin kişisel özellikler olduğu görüldü. Kişisel özellikleri vurgulayan bildirimler toplam bildirimlerin %10.21'ini (29 tane) oluşturuyordu. Örneğin; "Aile bireylerine karşı yumuşak, sevgi dolu bir insan" (Rüştü Şardağ, 23 Haziran, 1991 Milliyet), "Özal son derece zeki bir insan" (Mehmet Ali Birand, 5 Temmuz 1991, Milliyet).

İmajın değerlendirici boyutuna bakıldığında bu dönem Özal'ın imajının Körfez savaşı sırasında incelen döneme göre daha olumlu olduğu görüldü. Olumsuz bildirimler toplam bildirimlerin %67.38'ini (188 tane) oluşturuyordu. Aleyhteki atıfların daha çok Özal'ın üslubunda ve yönetsel uygulamalarında yoğunlaştığı görüldü. Bu dönemde olumlu bildirimlerin oranı ise %12.55 (35 tane) idi. Kamu ile ilişkilere ait özelliklere yapılan atıfların diğer özelliklere göre daha olumlu olduğu gözlemlendi.

Mesut Yılmaz hükümetinin kurulmasından sonra incelen dönemde imajın zaman boyutuna bakıldığında yazarların en çok içinde bulunulan zamanda geçerli olan özellikleri vurguladıkları görüldü. Şimdiki zamana ait bildirimlerin toplam bildirimler içindeki oranı %80.29 (224 tane) idi. Bildirimlerin %17.20'si (48 tane) ise geçmişe atıfta bulunuyordu. Geçmiş, zamana ait özellikleri vurgulayan bildirimlerin daha çok yönetsel kapasite ile ilgili özelliklerden söz ettiği görüldü. Basında "uzaktan kumandalı" olarak nitelenen eski Başbakan Yıldırım Akbulut'un bu dönemde, Özal'ı eleştiren açıklamalar yapması da Özal'ın yönetimde "tek adam" görüntüsü vermesinin yine gündeme gelmesine ve Özal'ın Akbulut Hükümetine müdahalelerinden söz edilmesine yol açtı. Özellikle, Özal'ın Körfez krizindeki politikalarına atıfta bulunulduğu görüldü. Örneğin; "Kısa bir süre öncesine kadar her konuda olduğu gibi dış politika konusunda da Cumhurbaşkanı tek adam idi" (Mehmet Ali Birand, 20 Temmuz 1991, Milliyet), "Özal'ın aklına esen ve Washington'dan kulağına üflenen şeyler politika oldu" (Güngör Mengi, 12 Temmuz 1991, Sabah).

9. DYP-SHP Koalisyon Hükümeti (21 Kasım-1991- 21 Aralık 1991)

Buraya kadar, Özal'ın "kurucusu", "Genel Başkanı", ve "Doğal lideri" olduğu ANAP'ın 8 yıllık iktidarı döneminde basında oluşan Özal imajının incelenmesine çalışıldı. 20 Ekim 1991'deki Genel seçimlerden sonra ise DYP-SHP Koalisyon Hükümetinin kurulmasıyla bu iktidar değişikliğinin Özal'ın imajına nasıl bir etkide bulunduğunun saptanması için 21 Kasım-21 Aralık 1991 tarihleri arasında basındaki Özal imajı incelendi. Bu dönemde yer alan Özal ile ilgili bildirimler toplam bildirimlerin %5.88'ini (264 tane) oluşturuyordu. Mesut Yılmaz Hükümetinin kurulmasından sonra incelenen dönemle karşılaştırıldığında Özal'dan söz etme sıklığında çok az bir düşüş görüldü.

DYP-SHP Koalisyon Hükümetinin kurulmasından sonra incelenen dönemde Özal'ın imajındaki baskın özelliklerini yönetsel kapasite ile ilgili özellikler olduğu belirlendi. Toplam bildirimlerin %38.64'ü (102 tane) yönetsel kapasite ile ilgili özellikleri vurguluyordu. Yönetsel kapasite ile ilgili özelliklerin oran olarak en fazla vurgulandığı dönemin de bu dönem olduğu görüldü. iktidar değişikliğiyle birlikte Özal ve ANAP iktidarının değerlendirilmesi yapıldı. Özal'ın yönetsel yeteneklerinden, uyguladığı politikalardan, bu politikaların sonuçlarından söz edildi. Özellikle Özal'ın dış politika alanındaki karar ve uygulamalarının sıkça gündeme geldiği görüldü. Örneğin, "Özal'ın kişilikli dış politika" masalına inanmayın. Onun döneminde Türkiye bir sürü kompleksli ve bücür komşunun şamar oğlanına dönmüştür"

(Güngör Mengi, 12 Aralık 1991, Sabah). Yine bu dönemde en çok tartışılan konulardan birini de Özal'ın anayasal konumuna çekilip çekilmeyeceği oluşturdu. İktidar değişikliğiyle birlikte yeni hükümetin Özal'ı "Anayasa'nın tel örgüleri içine hapsedmeye kararlı" olduğundan (Güngör Mengi, 25 Kasım 1991, Sabah), "Türkiye'de Özal döneminin noktalandığı"ndan (Hasan Cemal, 28 Kasım 1991, Cumhuriyet) sözedildi. "Özal, Anayasal konumuna çekilmiş görünüyor"du (Derya Sazak, 4 Aralık 1991, Milliyet). Bir süre sonra ise Özal'ın hükümete, Eskişehir Cezaevi ile ilgili kapatma kararını gözden geçirmesini istemesi ve enflasyonu iki yıl içinde düşürmenin hayal olduğunu söyleme gibi eleştirilerde bulunmasının "anayasal çizgisini aşma" olarak değerlendirildiği görüldü.

DYP-SHP Koalisyon Hükümetinin kurulmasından sonra incelen dönemde üslup özelliklerinin imajda vurgulanma oranının %31.44 olduğu saptandı. En çok vurgulanan üslup özellikleri arasında, polemikçilik; saldırganlık, basına karşı olumsuz tutum, devletin olanaklarını yakınlarına çıkar sağlamak için kullanma, kendi dışındaki kişi ve kurumları dışlayıcı tutum, özenli davranma, söylenenlerle yapılanlar arasındaki tutarsızlık gibi özellikler bulunuyordu. Örneğin; "Özal müdahaleci olmaktan özenle kaçınıyor" (Derya Sazak, 4 Aralık 1991, Milliyet).

Bu dönemde felsefi özelliklerin imajda vurgulanma oranı ise %10.61 (28 tane) idi. Felsefi özellikleri vurgulayan bildirimlerin hukuk devletine saygısızlık, Amerika bağımlılığı, liberallik, ilericilik, dünyaya açılma gibi konulardan sözettiği görüldü. Örneğin; "Onun bakışında

güçlü olmak, haklı olmaktan daha önemlidir" (Güngör Mengi, 13 Aralık 1991, Sabah), "Özal'ın vizyonu, değişen dünyada Türkiye'nin çok boyutlu, çok yanlı ilişkiler kurmasıdır" (Samî Kohen, 6 Aralık 1991, Milliyet).

Kişisel özellikleri vurgulayan bildirimler ise bu dönemdeki toplam bildirimlerin %9.47'sini (25 tane) oluşturuyordu. Bunlar çeşitli kişisel özelliklere atıfta bulunan bildirimlerdi. Örneğin; "Turgutbey müthiş bir insan sarrafıdır" (Metin Toker, 5 Aralık 1991, Milliyet). "cumhurbaşkanı rahat, sakin ve güven içinde" (Ahmet Tan, 10 Aralık 1991, Cumhuriyet).

Bu dönemde imajda en az vurgulanan özelliklerin kamu ile ilişkilere ait özellikler olduğu görüldü. Toplam bildirimlerin yalnızca %4.92'si (13 tane) kamu ile ilişkilere ait özellikleri vurguluyordu. İktidarın değişmesi nedeniyle Özal'ın anayasal konumuna çekilmek zorunda kalmasının gündeme gelmesiyle birlikte onun halka bir "yalnız adam" görüntüsü verdiğinden söz edildi. Örneğin, "Özal şu anda öylesine tekbaşına ki" (Canan Barlas, 8 Aralık 1991, Milliyet), "Cumhurbaşkanı artık tek adam olmaktan çok bir yalnız adam portresi çiziyor" (Derya Sazak, 10 Aralık 1991, Milliyet). Yine iktidar değişikliği ile birlikte dikkatlerin yeni hükümete yöneldiği görüldü. Özal'ın artık Türkiye'nin gündeminde olmadığından sözedildi. Örneğin; "yıllardır Türkiye'nin gündemini tek başına tayin eden Turgut Özal, bugün Türkiye'nin gündeminde yok" (Rauf Tamer, 30 Kasım 1991, Hürriyet). Bunun yanında Özal'ın dış çevrelerdeki itibarından da sözedilerek yeni Hükümetin bunu değerlendirmesinin Türkiye'nin yararına olacağı belirtildi.

Mesut Yılmaz Hükümetinin kurulmasından sonraki dönemle karşılaştırıldığında Özal'ın bu dönemdeki imajının daha olumlu olduğu görüldü. Toplam bildirimlerin %19.92'si (50 tane) olumlu özellikleri vurguluyordu. Olumlu bildirimlerin daha çok üslup özellikleri ve yönetsel kapasite ile ilgili özellikleri vurguladığı görüldü. Özal'ın bu dönemde yeni hükümetle çatışmaya girmekten kaçındığını gösteren davranışlarının onaylandığı ve yönetsel başarılarının gündeme geldiği belirlendi. Örneğin; "Demirel ile daha başlangıçta 'çatışma' niyeti olmadığı gözleniyor". (Derya Sazak, 12 Aralık 1991, Milliyet), "Çok büyük hizmetleri olmuş Türkiye onunla bir zihniyet değişikliği geçirmiştir" (Güngör Mengi, 29 Kasım 1991, Sabah). Bu dönemdeki olumsuz bildirimlerin oranı ise %57.77 idi. Bu bildirimlerin daha çok Özal'ın geçmişteki başarısız politikalarına atıfta bulunduğu görüldü. "Örneğin; "Kürt olayının ulaştığı boyut onun günahıdır" (Güngör Mengi, 13 Aralık 1991, Sabah).

İmajın zaman boyutuna bakıldığında bu dönemdeki bildirimlerin %60.56'sının (152 tane) içinde bulunan zamanda görülen özellikleri vurguladığı görüldü. Geçmişe atıfta bulunan birimlerin oranı ise %35.86 (90 tane) idi. Bu dönem, geçmiş zamana ait bildirimlerin oran olarak en fazla görüldüğü dönem oldu. Seçim sonuçları ve koalisyonun oluşturulması süreci tartışılırken, Özal'ın geçmişteki başarısızlıkları ve olumsuz üslubu, yeni hükümetin aldığı biçimde bir etken olarak değerlendirildi. Bu yüzden sık sık geçmişte atıfta bulunulduğu görüldü. Örneğin; 'Hiçbir koalisyon hükümeti kurulurken, bu hükümet kadar kamuoyunun

desteğini görmedi. Niye? Önce 8 yıllık ANAP iktidarının yaptığı her şeyi örten gizleyen, nerdeyse yapılmamış sayılmasına sebep olan 'hanedan görüntüsü, yolsuzluk söylentileri enflasyon, dördüncüsü de Özal'ın tek adamlık özentisi (Hasan Pulur, 22 Kasım 1991, Milliyet).

Çeşitli olayların imajı nasıl ekilendiğine kısaca bakıldığında 1983 Genel seçim döneminde özal'ın imajındaki baskın özellikleri, üslup özelliklerinin oluşturduğu görüldü. Yine kamu ile ilişkilere ait özellikleri vurgulayan bildirimlerde oran olarak en fazla bu dönemde yer aldı. Bunların çoğunluğu olumlu bir nitelik taşıyordu. Bunlar arasında, Özal'ın dış çevrelerdeki itibarını vurgulayan bildirimlere incelen bütün dönemlerde rastlandı. Basında Özal ile ilgili olarak görece en olumlu imajın 1983 Genel seçimleri sırasında olduğu görüldü. Milliyet ve Cumhuriyet'te imajın olumlu boyutu en çok bu dönemde vurgulanırken Hürriyet Gazetesinde lehte atıfların oran olarak aleyhteki atıflardan daha fazla olduğu saptandı.

I.Özal Hükümetinin kurulmasından itibaren Özal'ın basındaki imajının gittikçe daha olumsuz bir nitelik kazanmaya başladığı görüldü. 1983'te yeni ve umut vaadeden bir lider olarak görülen Özal, 1987 Genel seçimlerine gelindiğinde genellikle, kullandığı olumsuz üslup, enflasyonla mücadele konusundaki başarısızlığı ve yeni bir program sunamaması gibi nedenlerle yıpranmış, eskimiş bir görüntü sergiliyordu. "Denenmiş" liderler arasına katılmıştı ve kendini tekrarlamaya başlamıştı.

1989'da Cumhurbaşkanlığı seçimlerine gelindiğinde ise basında Öza'a yapılan aleyhte atıfların büyük ölçüde arttığı görüldü. İncelenen dönemler arasında Özal'ın en olumsuz imajının cumhurbaşkanlığı öncesinde olduğu belirlendi. Yine Milliyet ve Hürriyet Gazetelerinde en olumsuz imajın bu dönemde yer aldığı saptandı. Basın bu dönemde Özal'ın seçiliş biçimine karşı çıktı Muhalefetin de karşı çıkış ve 1989 Yerel seçimlerinde ANAP'ın oylarını %21.75'e düşmüş olmasına rağmen Özal'ın uzlaşmaya yanaşmadan ve halk desteği azalmış bir parti tarafından cumhurbaşkanı seçilmesi eleştirildi. Özal'ın davranışlarını psikolojik öğelerle açıklama, bu arad by-pass ameliyatının kişi psikolojisindeki olumsuz etkilerinden sözemenin de en çok bu dönemde gündeme geldiği gözlemlendi. İncelenen dört gazetenin Özal'dan en çok sözettiği dönemde Özal'ın cumhurbaşkanı seçilmesi öncesi olduğu görüldü.

Özal'ın cumhurbaşkanı seçilmesinden sonra ise yürütmenin dışına çıkmasıyla gazetelerin özal'dan sözleme sıklığında belirgin bir düşüş olduğu saptandı. Özellikle Milliyet Gazetesinin sözleme sıklığındaki düşme oranı dikkati çekti. Özal'ın Cumhurbaşkanı seçilmesinden sonra, bu seçimin, yasalara uygun ve meşru olduğunun vurgulandığı görüldü. Özal bu dönemde daha çok makamının anayasal sınırlarını aşması, cumhurbaşkanlığının sorumsuz ve tarafsız bir makam olmasına rağmen hükümete müdahale etmesiyle gündeme geldi. En çok vurgulanan noktalardan biri de özal'ın cumhurbaşkanı olmasıyla başkanlık sistemine giden bir sürecin başlaması idi. Özal'dan bu dönemde "cumhurbaşbakan" olarak da sözedildiği görüldü. Cumhurbaşkanlığı öncesinde

ANAP'taki dört siyasal eğilimi Özal'ın bir arada tuttuğu belirtiliyordu. Özal'ın cumhurbaşkanı olmasından sonra hükümete ve ANAP'a müdahaleleri genelde onaylanmazken, özal'ın bu dört eğilimi bir araya getiren kişi, ANAP'ın kurucusu ve doğal lideri olarak değerlendirilerek müdahalelerinin bir dereceye kadar doğal karşılanması eğilimi de sezildi. Basının Özal'ın seçilme biçimine gösterdiği tepkinin de gündemden silinerek onun yerini özal'ın yetkilerini aşmasına gösterilen tepkinin almaya başladığı görüldü. Yine Özal'ın cumhurbaşkanı olmasına kadar olumlu bir özellik olarak vurgulanan "etkinlik" de cumhurbaşkanı olmasından sonra olumsuz bir nitelik kazandı. Cumhurbaşkanı seçilmesine kadar basında özal ile ilgili olarak gittikçe olumsuz bir imaj oluşurken cumhurbaşkanı seçilmesiyle imajdaki olumlu vurgunun giderek arttığı gözlemlendi. Özellikle Hürriyet'te oluşan imajın olumlu yönünün vurgusundaki artış dikkati çekti.

Körfez savaşı Özal'a yapılan atıfların tekrar artmasına neden oldu. Bu dönemde basının ortak kanısı Türkiye'yi Özal'ın yönettiği idi. bu yüzden, Özal'ın savaş sırasında uyguladığı politikaların Türkiye'nin güvenliği açısından taşıdığı önem, Özal'dan söz etme sıklığının artmasına yol açtı. Üslup özelliklerinin imajda baskın görüldüğü bu dönemde Özal'ın, tarafsızlığını üslubuyla da bozması, kavgacı, partizan, ölçsüz, bir üslup kullanması gündeme geldi. Bu dönemde, Özal'ın Cumhurbaşkanı olmasından sonraki dönemle karşılaştırıldığında görece daha olumlu bir imajın oluştuğu gözlenirken olumsuz imajı Sabah gazetesinin en fazla bu dönemde vurguladığı saptandı.

Yılmaz hükümetinin kurulmasından sonra ise Özal'dan sözetme sıklığında yine bir düşüş olduğu görüldü. Özellikle Cumhuriyet gazetesindeki düşüş dikkat çekici idi. Özal'ın hükümete müdahale etmesi tartışmalarının bu dönemde de sürdüğü belirlendi. Gazeteler açısından bakıldığında bu dönemin, Cumhuriyet'te Özal ile ilgili en olumsuz imajın, Sabah'ta ise en olumlu imajın olduğu dönem olduğu görüldü. Genel olarak bakıldığında ise körfez savaşı sırasında incelenen döneme göre daha olumlu bir imaj olduğu gözlemlendi.

1991 Genel seçimlerinden sonra DYP-SHP Koalisyon Hükümetinin kurulmasıyla gazetelerin Özal'dan söz etme sıklığında düşme olduğu saptandı. Bu dönem, Özal'ın geçmişteki özelliklerine yapılan atıfların en fazla olduğu dönemdi. Gazeteler açısından bakıldığında Cumhuriyet, Milliyet ve sabah gazetelerinin geçmişten en çok bu dönemde sözettikleri görüldü. Yine Sabah gazetesinde geçmişe yapılan atıflar bu dönemde, içinde bulunulan zamanda görülen özelliklere yapılan atıflardan daha fazlaydı. Özal'ın geçmişteki olumsuz üslubu ve başarısız olduğu politikalar gündeme geldi. Seçim sonuçlarının, bu olumsuz özelliklere seçmenin bir tepkisi olarak da yorumlandığı görüldü. Bu dönem imajda en çok yönetsel kapasite ile ilgili özelliklerin vurgulandığı gözlemlendi. Gazeteler açısından bakıldığında ise Milliyet ve Hürriyet Gazeteleri bu dönemde en fazla üslup özellikleri üzerinde durdular. Milliyet'te Özal'ın üslubuna yapılan atıfların çoğunlukla olumlu olduğu belirlendi. Basında 1983'ten itibaren Özal'ın yönetimde "tek adam" görüntüsü verdiğinden sözedilmeye

başlanmıştı. Özal'ın yönetimde tek adam görüntüsü vermesi ve tüm yetkileri kendi elinde toplamaya çalışmasından cumhurbaşkanı olduktan sonra daha yoğun olarak sözedildiği görüldü. 1991 seçimleriyle gelen iktidar değişikliği ise basında, "tek adam" döneminin bitmesi olarak değerlendirildi ve artık Özal'ın "yalnız adam" görüntüsünde olduğundan sözedildi.

Seçim dönemlerinde ANAP'ın daha çok da Özal'ın seçimleri kazanmasının arkasındaki nedenlerin tartışıldığı görüldü. Bu dönemlerde seçimlerin demokrasiye uygunluğunun tartışılması yanında Özal'ın demokrasi ve sivilleşme konusundaki özelliklerine yapılan atıflarda da artış olduğu saptandı. I.Özal Hükümetinin kurulmasından sonra genel imajda felsefi özelliklerin baskın özellikler olması ve cumhurbaşkanlığı seçiminden sonra felsefi özelliklere yapılan atıfların artması da bunu göstermektedir. Özal'ın 12 Eylül darbesinden sonra kurulan hükümette Başbakan yardımcılığı görevinde bulunması 1983 seçimlerinde, onun sivilliği konusundaki tartışmaları gündeme getirdi. Hürriyet ve Miliyet genel olarak, Özal ile başlayan dönemi demokrasiye açılma ve sivilleşme dönemi olarak değerlendirirken Cumhuriyet'te, Özal'ın iktidara gelmesinin 12 Eylül sonrası koşulların bir sonucu olarak değerlendirildiği görüldü. 1987 seçimlerinde ANAP'ın tekrar iktidar olması ise Hürriyet, Milliyet ve Sabah'ta genel olarak Özal'ın 1983'tekinden farklı koşullarda da halk tarafından desteklendiği biçimde yorumlanırken cumhuriyet'te Özal'ın 12 Eylül'ün sürdürücüsü olarak nitelendirildiği gözlemlendi. Özal'ın 1987 seçimleriyle yönetimdeki gücünü

arttırdığı ise incelenen dört gazetede de vurgulandı. Cumhurbaşkanlığı seçimlerinden sonra ise felsefi özelliklerin imajda vurgulanma oranında artış görüldü. Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin gündeme gelmesine kadar felsefi özellikleri vurgulayan bildirimlerin daha çok Özal'ın programından, özellikle serbest piyasa ekonomisinden söz ettiği görülürken Cumhurbaşkanlığı seçimleriyle Atatürkçülük, laiklik, hukuk devleti, milli devlet ve başkanlık sistemi gibi konularda yoğunlaştığı görüldü. Cumhuriyet Özal'ın cumhurbaşkanı seçilmesini "sivil darbe" olarak nitelendirdi. Yine cumhuriyet gazetesinde 1983 Genel seçim döneminde, I.Özal hükümetinin kurulmasından sonraki dönemde, Özal'ın cumhurbaşkanı olmasından önceki ve sonraki dönemlerde felsefi özelliklerin imajdaki basın özellikler olduğu saptandı. Özal'ın demokrasi Atatürkçülük, laiklik konularındaki zihniyetine en çok atıfta bulunan gazetenin de Cumhuriyet olduğu gözlemlendi. Yine Özal'ın 1977 seçimlerinde MSP'den aday olmasından, ABD'ye yakınlığından, "önce ekonomi" anlayışıyla siyasal liberalizme kapalı bir programa sahip olduğundan ve programın toplumsal sonuçlarından en çok Cumhuriyet Gazetesi söz etti.

Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinde yazarlar arasındaki görüş farklılıklarına en çok Özal'ın sivilliği, Cumhurbaşkanı seçilmesi, hükümet değişiklikleriyle yetkilerini aşmasında bir değişiklik olup olmayacağı ve Körfez savaşı sırasında uyguladığı politikalar konusunda rastlandı. Cumhuriyet Gazetesinde ise yazarlar arasında çok önemli görüş farkları bulunmadığı gözlemlendi.

III. BÖLÜM

GENEL DEĞERLENDİRME

Günümüzde çok partili demokratik sistemlerde, parti programları arasındaki önemli ayrımların giderek azaldığı gözlenmektedir. Bu durum siyasi liderin parti ve ideolojinin önüne geçmesine neden olurken siyasetin de liderlerarası bir tür yetkinlik yarışı görünümüne bürünmesini gündeme getirmektedir. Koşulların hızla değiştiği toplumsal yapılarda seçmenlerin büyük bölümü de artık katı ideolojik kalıplara göre oy vermemekte seçimden seçime partiler arası önemli oy kaymaları gerçekleştirebilmektedir. Seçmen oyunu kullanırken liderin sergilediği imajdan önemli ölçüde etkilenmekte, böylece seçimde oluşan lider imajı, seçim sonucunda belirleyici olabilmektedir.

Bu süreçte propaganda etkinlikleri de özellikle seçim kampanyaları sırasında, amaca en kısa sürede ulaşmaya olanak verdiği için reklamcılık tekniklerine başvurmakta ve çoğunlukla lider üzerinde yoğunlaşmaktadır. Günümüzde propaganda etkinliklerinde geniş halk kitlelerine ulaşmak için yoğun ve kapsamlı olarak kitle iletişim araçları kullanılmaktadır. Bunun yanında seçmenin enformasyona ulaşma ve onu yorumlamadaki bireysel yetersizliğide bu araçlara duyulan gereksinmeyi arttırmaktadır. Bu durumda kitle iletişim araçlarının biçimlendirdiği lider imajı seçmenin oy verme sürecinde etkili olmaktadır.

Seçmen davranışları üzerindeki etkisi nedeniyle kitle iletişim araçlarının kişisel imajları ileterek oluşturdıkları lider imajının araştırılması önem kazanmaktadır. Bu nedenle, bu araştırma, kitle iletişim araçlarından biri olan basında biçimlenen lider imajının araştırılması amacına yönelmiştir.

Araştırmaya 1980 sonrası Türk siyaset yaşamında oynadığı rolün önemi ve kitle iletişim araçlarının sunduğu olanakları iyi değerlendirmesi nedeniyle örnek lider olarak Turgut Özal seçildi. Özal'ın basında oluşan imajının belirlenmesine ve çeşitli olayların bu imajda meydana getirdiği değişimlerin incelenmesine girildi.

İmajın incelenmesi için Hürriyet, Milliyet, Sabah ve Cumhuriyet gazeteleri seçildi. 1980 sonraki Türk Siyaset yaşamından seçilen gerek Türk siyasal yaşamı gerekse buna damgasını vuran bir siyaset adamı olarak Turgut Özal'ın yaşamında dönüm noktaları olabilecek dokuz dönem boyunca bu gazetelerin köşe yazıları tarandı. Özal'a atıfta bulunan bildirimler kaydedildi. Kaydedilen bildirimler içerik analizi yöntemi kullanılarak üç yönden değerlendirildi.

İmajın bilişsel bileşeni incelenerek, Özal'ın en çok gündeme gelen ve imajında baskın olan özelliklerinin saptanmasına çalışıldı. Bunun yanında Özal'ın imajındaki değerlendirici bileşen analiz edildi. Gazetelerin özal'a karşı tutumlarının belirlenmesine çalışıldı. Ayrıca geçmişte yaşanan olayların imajı nasıl etkilediğine bakıldı. Seçilen çeşitli olayların bu imaj üzerinde meydana getirdiği

değişmelerin ve pekişmelerin belirlenmesine çalışıldı. Bu arada gazeteler arasında, imaj oluşturmada ortaya çıkan farklılıkların da gösterilmesi amaçlandı.

Sonuçta, Özal ile ilgili olarak oluşan imajda üslup özelliklerinin baskın özellikler olduğu görüldü. Gazeteler, Özal'dan söz ederken dikkatleri daha çok Özal'ın üslubuna çektiler. En çok vurgulanan üslup özelliklerinin bencillik, keyfilik, partizanlık, ciddiyetsizlik, umursamazlık, başına karşı olumsuz tutum gibi özellikler olduğu belirlendi. Bunlar yanında Özal'ın idari uygulamaları, yönetsel kapasitesi, düşünsel yapısı gibi siyasi niteliklerinin daha geri planda kaldığı görüldü. Burada, gazetelerin Özal'ı algılamada üslup üzerindeki bu odaklanmalarının diğer liderlerle ilgili imajların biçimlenmesinde de bir algımla kalıbı oluşturacağı düşünülebilir.

İmajın değerlendirici bileşenine bakıldığında ise genellikle olumsuz bir tutumun ağır bastığı görüldü. Olumsuz tutum en çok üslup üzerinde yoğunlaştı. Yazarların, Özal'ın politikalarına, savunduğu düşüncelere, kişiliğine karşı olumlu bir tutum takınırlarken de genellikle üslubunu onayladıkları belirlendi. Yani genel olarak bakıldığında basında özal ile ilgili olarak "olumsuz üsluba sahip bir politikacı" imajı ağır basıyordu.

Özal'ın imajındaki görece en olumlu özellikler ise kamu ile ilişkilere ait özelliklerdi. Bu kategorideki bildirimler daha çok, özal'ın kamuoyuna özellikle de dış kamuoyuna verdiği olumlu görüntüyü vurguluyordu. Özal, dış

lkelerde prestij sahibi bir politikacı olarak sunuldu ve bu durumun Türkiye'nin dış ülkelerdeki itibarı ve etkinliği açısından taşıdığı öneme değinildi. Yine kamu ile ilişkilere ait özelliklerin seçim kampanyaları sırasında daha çok vurgulandığı görüldü. Bu durum kampanya etkinliklerinin yazarlar üzerinde de etkili olduğunu düşündürmektedir. Ayrıca bu etkinliklerin basın tarafından bir değerlendirme konusu olduğunu da göstermektedir.

Geçmişte yaşanan olayların imajı etkileme derecesine bakıldığında ise en çok siyasi karar ve uygulamaların etkili olduğu görülmektedir. Geçmişte kalan yönetmel kapasite ile ilgili özellikler, diğer özelliklere göre daha sık gündeme gelmektedir. Genellikle zal'ın yönetmel olarak aktif olmadığı zamanlarda geçmişe atıfta bulunulduğu gözlenmektedir. Basının genelde zal'ın fiilen ve görece de yürütmenin dışında kaldığı dönemler olarak değerlendirdiği Mesut Yılmaz Hükümeti ve DYP-SHP Koalisyon Hükümeti dönemlerinde geçmişe yapılan atıfların artması bunu doğrular görünmektedir. Çoğunlukla karşılaştırma yapma amacıyla ve yine çoğunlukla zal'ın yönetmel yetenekleri, uyguladığı politikalar, başarıları, başarısızlıkları gündeme gelmektedir.

Seçilen dönemler arasında, zal'ın basında gündeme gelme sıklığı ile ilgili bir karşılaştırma yapıldığında, gazetelerin zal'dan en az 1983 Genel seçimleri sırasında söz ettikleri görüldü. Basının bu dönemde daha çok demokrasi ve seçim konularında yoğunlaşmasının, Türkiye'nin içinde bulunduğu koşulardan söz etmesinin bunda bir etmen olduğu

düşünülebilir. Yine Özal'dan en az bu dönemde sözedilmesinde, Özal geçmişte de yönetimin çeşitli basamaklarında görev aldığı halde sorumluluğu tek başına üstlenmediği için onunla yaşanan deneyimlerin fazla olmamasının da etkisi olduğu söylenebilir. 1987 seçimlerinde gelindiğinde Özal'dan söz etme sıklığının artması da bunu doğrular görünmektedir. 1987 seçimleri öncesinde Özal'ı değerlendirirken gazetelerin önünde somut uygulamalar ve sonuçlar vardı. Yine 1983 seçim dönemi ile 1987 seçim dönemi karşılaştırıldığında sözetme sıklığının yaklaşık iki kat artmasının gazetelerin iktidardaki liderden daha fazla sözetme eğilimleriyle ilgili olduğu da düşünülebilir.

Gazetelerin Özal'dan en az 1983 seçimleri sırasında sözederken en çok cumhurbaşkanlığı seçimleri sırasında sözettikleri görüldü. Özal'ın yönetimde sergilediği "tek adam" görüntüsü, cumhurbaşkanı olmasıyla tüm yetkileri kendi elinde toplayacağı kanısı bunda bir etmendi. Özal'ın uzlaşmaya yanaşmadan, halk desteğini önemli ölçüde yitirmiş ANAP'ın milletvekilleri tarafından cumhurbaşkanlığına seçilmesi de cumhurbaşkanlığı seçimlerinin gündemde önemli bir yer tutmasına yol açtı. Seçimin demokrasiye uygunluğu tartışılırken Özal'ın adaylığı genelde "siyasi zarafete" uymayan bir davranış olarak nitelendirildi. Seçimin, demokrasinin pozitif hukuk kurallarına uygun ancak moral kurallarını zedeleyici olduğu vurgulandı.

Cumhurbaşkanı seçilmesinden sonra ise gazetelerin Özal'dan söz etme sıklığında belirgin bir düşme olduğu görüldü. Özal'ın cumhurbaşkanı olarak yürütmenin dışına

çıkması ve dikkatlerin yeni hükümete yönelmesinin bunda bir etmen olduğu söylenebilir. Özal, bu dönemde daha çok klasik bir cumhurbaşkanı tanımıyla uyumlu olmayan yönleri vurgulanarak basında yer aldı. Özellikle cumhurbaşkanının tarafsızlığı ilkesiyle bağdaşmayan davranışlarıyla gündeme geldi.

Gazetelerin Özal'dan en çok söz ettikleri ikinci dönem ise Körfez savaşı sırasında incelenen dönemdi. Savaş sırasında gazetelerin ortak kanısı Türkiye'yi yönetenin Özal olduğu idi. Sınır komşularından birinde yapılan savaşın Türkiye'nin güvenliği açısından taşıdığı önem, uygulanan politikaların Türkiye'nin geleceğini etkilemesi Özal'ın bu dönemde daha çok gündeme gelmesine neden oldu.

Özal'ın doğal lideri sayıldığı iktidar partisi ANAP'ın 1991 Genel Seçimlerinden sonra yerini DYP-SHP Koalisyonuna bırakmasıyla Özal'dan sözedilme sıklığının yine düştüğü görüldü. Basın, seçim sonuçlarını Özal döneminin bitmesi biçiminde değerlendirerek gündemini daha çok yeni kurulan hükümete ayırdı.

İmajı oluşturan özelliklerin çeşitli olaylara göre nasıl değiştiğine bakıldığında genelde üslup özellikleri baskın olmakla birlikte, I.Özal hükümetinin kurulmasından sonraki dönemde felsefi özelliklerin imajdaki baskın özellikler olduğu görüldü. Hükümet programının serbest piyasa ekonomisi anlayışına dayanması bu dönemde en çok sözü edilen konulardan birini oluşturdu.

Yine felsefi özelliklerin vurgusunun Özal'ın Cumhurbaşkanı olmasından sonra arttığı görüldü. Özal'ın ANAP milletvekillerinin oylarıyla cumhurbaşkanlığına seçilmesi onun demokrasi ve devletin temel ilkeleri konusundaki zihniyetini gündeme getirdi. Özal'ın cuma namazına gitmesi ve konuşmalarının dinsel mesajlar içermesi de laiklik konusundaki tutumunun sıkça vurgulanmasına neden oldu.

Özal'ın cumhurbaşkanı olmasından sonra incelenen dönemde yönetsel kapasite ile ilgili özelliklerin imajdaki baskın özellikler olduğu görüldü. Bu dönemde Özal'ın yeni başbakanı ataması, ANAP Genel Başkanını kendisinin belirlemek istemesi ve yetkilerini aşarak hükümete müdahale etmesi gibi olaylar, onun yönetimle ilgili uygulamalarını ön plana çıkardı.

Özal'ın imajındaki baskın özellikleri oluturan üslup özellikleri ise en çok Körfez Savaşı sırasında vurgulandı. Özal'ın savaştaki Türk politikasıyla ilgili olarak söylediği "bir koyup yirmi olma" sözü, çelişkili açıklamalar yapması, savaşın yönüyle ilgili tahminlerini sürekli değiştirmesi buna karşılık her söylediğinin gerçekleştiğini iddia etmesi, Almanya ile ilgili görüşlerini dile getirme biçimi, politikalarını onaylayanları cengaver onaylamayanları da tabansız olarak nitelenmesi tartışma konuları yarattı ve üslubuna sık sık atıfta bulunulmasına yol açtı.

DYP-SHP Koalisyon Hükümetinin kurulmasından sonraki dönemde de yine imajdaki baskın özellikleri yönetsel kapasite ile ilgili özellikler oluşturuyordu. İktidar

değişikliği basında özal döneminin bittiği biçiminde yorumlandığından Özal'ın geçmişte uyguladığı politikaların bir değerlendirmesi yapıldı. Seçimleri ANAP'ın kazanamaması Özal'ın artık fiilen de yürütmenin dışına çıkması olarak görüldüğünden bu dönem geçmişe yapılan atıfların oranının en yüksek olduğu dönemdi. Özal'ın geçmişte uyguladığı politikalar ve kullandığı üslup sıkça gündeme geldi ve imajında etkili oldu.

İmajın değerlendirici bileşenine bakıldığında görece en olumlu imajın 1983 Genel seçimleri sırasında oluştuğu görüldü. Bunda Özal'ın bir yenilik olarak siyasal reklamcılık tekniklerini ve özellikle televizyonu kullanmadaki başarısının da bir etken olduğu söylenebilir. Bu dönemde yazarların Özal'ın televizyonda sergilediği görüntüden sıkça söz etmeleri ve olumlu izlenimlerini aktarmaları da bunu göstermektedir.

1983 Genel seçimleri sırasında görece en olumlu olan imaj; bu dönemden sonra, olumsuz üslup ve başarı kazanamamış politikaların yıpratması sonucu, cumhurbaşkanlığı seçimlerine kadar gittikçe olumsuz bir nitelik kazanmaya başladı. İncelenen dönemler arasında en olumsuz imajın cumhurbaşkanlığı seçimlerinden önce oluştuğu görüldü. Özal'ın seçim öncesi uzlaşmaz ve umursamaz bir tutum takınmasının onaylanmadığı gözlemlendi.

Özal'ın cumhurbaşkanı seçilmesinden sonra ise imajındaki olumlu vurgunun düşük oranlarda da olsa yine giderek arttığı belirlendi. Basın genelde özal'ın halk

desteği azalmış bir parti tarafından cumhurbaşkanı seçilmesine karşı çıkıyordu. Seçimden sonra ise bu karşı çıkmanın yerini, Özal'ın yetkilerini aşmasına ve makamının tarafsızlığını ihlal edici davranışlarda bulunmasına yönelen tepkiye bıraktığı görüldü. Özal'ın makamının anayasal sınırlarına çekildiğini gösteren her davranışı olumlu bir puan almasına neden olurken, devlet yönetiminde kazandığı deneyimlerin ve başbakanlığı döneminde başarı kazandığı politikaların da daha çok gündeme gelmeye başladığı gözlemlendi.

Özal ile ilgili olarak oluşan imajda gazeteler arasındaki eğilim farklılıklarına bakıldığında Özal'dan en çok söz eden gazetelerin Milliyet ve Cumhuriyet gazeteleri olduğu görüldü. Cumhuriyetin fikir gazetesi nitelikleri taşıdığı ve Milliyet'in de fikir gazetesine yakın özellikler gösterdiği gözönünde tutulduğunda fikir gazetelerinde oluşan imajın vurgusunun popüler gazetelere göre daha fazla olduğu söylenebilir. Fikir gazetelerinde daha fazla yorum ve köşe yazısı bulunması, bu gazetelerdeki imajın daha pekişmiş ve daha geniş olmasında bir etken olarak görünmektedir.

Gazeteler arasındaki farka imajın bilişsel bileşenini oluşturan özellikler açısından bakıldığında ise Hürriyet, Milliyet ve Cumhuriyet gazetelerinde oluşan imajda baskın özelliklerin üslup özellikleri olduğu görüldü. Sabah Gazetesinde ise yönetsel kapasite ile ilgili özellikler imajdaki baskın özellikleri oluşturuyordu. Sabah gazetesi Özal'ı algılamada uyguladığı politikalara ve yönetsel yeteneklerine daha fazla ağırlık verdi.

Felsefi özelliklere oran olarak en fazla Cumhuriyet gazetesi yer verdi. Yine Özal'ın laiklik, Atatürkçülük, siyasal liberalizm, sosyal demokrasi, sivillik gibi konulardaki zihniyetinden en çok Cumhuriyet gazetesinin sözettiği gözlemlendi. Felsefi özelliklerin en çok Cumhuriyet ve onun ardından Milliyet Gazetelerince vurgulanması, fikir gazetesi olma nitelikleri dolayısıyla düşünsel öğelere popüler gazetelerden daha fazla ağırlık vermeleriyle açıklanabilir.

Gazeteler arasındaki farka imajın değerlendirici bileşeni açısından bakıldığında ise en olumsuz imajın Cumhuriyet gazetesinde olduğu belirlendi. Bu durum, Cumhuriyet'in, Özal'ın temsil ettiği siyasal eğilimden farklı bir siyasal eğilimi benimsemiş olmasının bir sonucu olarak görülmektedir.

Olumsuz imajın Cumhuriyet'ten sonra en fazla Milliyet gazetesinde yer alması da popüler gazetelerin bu araştırma için seçilen fikir gazetelerine oranla Özal'a daha olumlu yaklaştıklarını göstermektedir.

Geçmişteki özelliklere en fazla atıfta bulunan gazetelerin Sabah ve Hürriyet gazeteleri olması da popüler gazetelerin geçmişteki olayları daha çok gündeme getirdiklerini göstermektedir.

Bu çalışmada gazetelerin köşe yazılarında oluşan Turgut Özal ile ilgili imajın incelenmesine çalışıldı. Basında oluşan siyasi lider imajının siyasal süreçte nasıl

bir rol oynadığının ve seçmenlerin oy verme davranışları üzerindeki etkisinin belirlenebilmesi, daha farklı türden bir dizi araştırmayı gerektirmektedir. Bu çerçevede kitle iletişim araçlarıyla aktarılan siyasi lider imajının siyasal süreçte oynadığı rolü ortaya çıkartabilmek için öncelikle okur ya da izleyici kitlelerde algılama ve etkilemeyi içeren araştırmalara gerek vardır. Ayrıca, bu araştırma türü araştırmaların farklı liderleri kapsayacak şekilde genişletilmesi ve karşılaştırma olanakları yaratılması da gereklidir. Ancak bu kısıtlı araştırmadan hareketle şimdiden bazı sonuçlar çıkartacak genel değerlendirmeler de yapabiliriz.

Bu bağlamda önemli bir değerlendirme ögesi olarak bir siyasi lider için basının gündeminde kalabilmenin siyasal liderlerin etki ve başarıları açısından ne denli önemli olduğu Turgut Özal örneğinde açıkça ortaya çıkmaktadır. Bu noktada Turgut Özal örneği, onun son on yılda ülke politikasına damgasını vurup yön veren bir lider olarak başarılı performansı çok ilginçtir. Çünkü yukarıda da vurgulandığı gibi basında Turgut Özal imajı olumlu öğeler kadar ve hatta daha da fazla olarak olumsuz öğeler içermektedir. Bu durum imajın niteliğinden çok gündemde kalabilecek bir imaj oluşturmanın daha önemli olduğunu düşündürmektedir. Üslup özelliklerinin basında daha çok vurgulanması bu düşünceyi desteklemektedir. Turgut Özal'ın siyasal imajının basında yer alma sıklığı ile bir siyaset adamı olarak performansı arasında izlenen gözleme dayalı korelasyon da aynı çerçevede düşünülmelidir.

Sonuç olarak, kısıtlı olanaklarla yürütülen sınırlı çalışmamız, bir ülkenin siyasal yaşamının biçimlenişinde kitle iletişim araçlarının rolünü ve genel olarak siyasal yaşamı belirleyen tercihlerin nasıl oluştuğunu araştırırken bu tür araştırmaların önemini yadsınamayacak biçimde sergilemektedir.



EKLER

Sayfa No

EK

A. HER GAZETEDe YER ALAN TOPLAM BİLDİRİMLERİN DÖNEMLERE GÖRE DAĞILIMLARI.....	141
B. HER GAZETE İÇİN İMAJİ OLUŞTURAN ÖZELLİKLERİN DÖNEMLERE GÖRE DAĞILIMLARI.....	142
C. HER GAZETE İÇİN DEĞERLENDİRİCİ KATEGORİLERİN DÖNEMLERE GÖRE DAĞILIMLARI.....	143
D. HER GAZETE İÇİN ZAMAN KATEGORİLERİNİN DÖNEMLERE GÖRE DAĞILIMLARI.....	144

EK - A

	Hürriyet		Milliyet		Cumhuriyet		Sabah	
	Sıklık	₺	Sıklık	₺	Sıklık	₺	Sıklık	₺
14 Ekim 1983 - 14 Kasım 1983	49	7.38	116	7.85	80	5.77		
14 Aralık 1983-14 Ocak 1984	68	10.24	144	9.75	109	7.85		
7 Kasım 1987-7 Aralık 1987	54	8.13	202	13.68	128	9.22	96	9.96
22 Aralık 1987-22 Ocak 1988	104	15.16	222	15.03	121	8.72	115	11.93
1 Ekim 1989- 30 Ekim 1989	130	19.58	303	20.52	341	24.57	265	27.49
1 Kasım 1989-30 Ekim 1989	59	8.89	95	6.43	202	14.55	147	15.25
7 Ocak 1991-17 Şubat 1991	90	13.55	233	15.78	312	22.48	160	16.60
23 Haziran 1991-23 Temmuz 1991	48	7.23	94	6.36	50	3.60	92	9.54
21 Kasım 1991-21 Aralık 1991	62	9.34	68	4.60	45	3.24	89	9.23
Toplam	664	100.00	1477	100.00	1388	100.00	964	100.00

İK - B

	1- Ekim 1983	14 Aralık 1983	7 Kasım 1987	22 Aralık 1987	1 Ekim 1989	1 Kasım 1989	17 Ocak 1991	23 Haziran 1991	21 Kasım 1991	1- Kasım 1983	14 Ocak 1984	7 Aralık 1987	22 Ocak 1988	30 Ekim 1989	30 Kasım 1989	17 Şubat 1991	23 Temmuz 1991	21 Aralık 1991		
	Sıklık	±	Sıklık	±	Sıklık	±	Sıklık	±	Sıklık	±	Sıklık	±	Sıklık	±	Sıklık	±	Sıklık	±	Sıklık	±
HUKUKİYET																				
Felsefi Özell.	-	-	25	36.77	15	27.77	21	28.19	16	12.31	4	6.78	9	10	7	14.58	8	12.90		
Üslup Özell.	14	28.57	12	17.65	9	16.67	26	25	47	36.15	24	40.68	36	40	10	20.86	30	48.39		
Yönetmel Kapasite ile ilgili Özellikler	5	10.21	20	29.41	24	44.44	35	33.15	29	22.31	23	38.98	30	33.33	12	25	15	24.19		
Kişisel Özell.	13	26.53	3	4.41	3	5.56	18	17.31	20	15.48	4	6.78	6	6.67	7	14.58	4	6.45		
Kası ile İlişkilerle Ant Özell.	14	28.57	7	10.29	3	5.56	3	2.89	14	10.77	2	3.39	9	10	11	22.92	3	4.84		
Değerleri	3	6.12	1	1.47	-	-	1	0.96	4	3.08	2	3.39	-	-	1	2.08	2	3.23		
Toplam	49	100	68	100	54	100	104	100	130	100	89	100	90	100	48	100	62	100		
MİLLİYET																				
felsefi Özell.	19	16.38	41	28.47	37	18.32	43	19.57	59	19.47	37	38.96	14	6.01	12	12.77	7	10.30		
Üslup Özell.	42	36.21	56	38.89	57	28.22	63	26.38	118	38.95	17	17.89	109	46.78	33	36.11	34	50		
Yönetmel Kapasite ile ilgili Özellikler	21	18.10	35	24.31	45	22.27	70	31.83	54	17.82	26	27.37	73	31.33	24	26.53	17	25		
Kişisel Özell.	13	11.21	6	4.17	22	16.89	26	11.71	34	11.22	7	7.37	22	9.44	11	11.76	6	7.38		
Kası ile İlişkilerle Ant Özell.	20	17.24	2	1.38	37	16.32	13	5.66	36	12.54	5	5.20	15	6.44	12	12.77	3	4.41		
Değerleri	1	0.86	4	2.78	4	1.98	7	3.15	-	-	3	3.16	-	-	2	2.12	2	2.54		
Toplam	116	100	144	100	202	100	222	100	303	100	95	100	233	100	94	100	68	100		
ÇEVRESELİYET																				
Felsefi Özell.	39	48.75	52	47.71	28	21.88	22	18.18	119	34.90	69	34.16	41	13.10	19	38	4	8.89		
Üslup Özell.	9	11.25	18	16.51	40	31.25	49	40.40	105	30.20	46	22.77	123	39.36	18	36	8	17.78		
Yönetmel Kapasite ile ilgili Özellikler	22	27.5	31	28.44	32	25	33	27.27	57	16.72	45	22.28	96	31.31	7	14	24	53.33		
Kişisel Özell.	3	3.75	6	5.50	5	3.91	10	8.26	43	12.61	15	7.43	28	8.95	5	10	5	11.11		
Kası ile İlişkilerle Ant Özell.	6	7.5	1	0.92	19	14.64	6	4.96	19	5.57	21	6.16	21	6.71	1	2	4	8.89		
Değerleri	1	1.25	1	0.92	4	3.12	1	0.63	-	-	6	2.97	2	0.63	-	-	-	-		
Toplam	80	100	109	100	128	100	121	100	341	100	202	100	313	100	50	100	45	100		
Felsefi Özell.					10	10.42	13	11.31	36	13.59	25	15.65	18	11.25	13	14.13	9	10.11		
Üslup Özell.					27	28.13	38	35.04	94	35.47	36	24.49	61	36.13	22	23.91	11	12.36		
Yönetmel Kapasite ile ilgili Özellikler					29	30.21	36	31.30	60	21.64	50	34.01	42	26.25	38	41.30	46	51.69		
Kişisel Özell.					14	14.58	12	10.44	46	16.98	22	14.97	25	15.63	6	6.52	11	12.36		
Kası ile İlişkilerle Ant Özell.					15	15.62	15	13.04	26	9.81	13	8.84	11	6.87	11	11.96	3	3.37		
Değerleri					1	1.04	1	0.57	4	1.51	3	2.04	3	1.87	2	2.18	9	10.11		
Toplam					96	100	113	100	265	100	147	100	160	100	92	100	89	100		

	14 Ekim 1983	14 Aralık 1983	7 Kasım 1987	22 Aralık 1987	1 Ekim 1989	1 Kasım 1989	17 Ocak 1991	23 Haziran 1991	21 Kasım 1991							
	14 Kasım 1983	14 Ocak 1984	7 Aralık 1987	22 Ocak 1988	30 Ekim 1989	30 Kasım 1989	17 Subat 1991	23 Temmuz 1991	21 Aralık 1991							
	Sıklık	Sıklık	Sıklık	Sıklık	Sıklık	Sıklık	Sıklık	Sıklık	Sıklık							
HÜRRIYET	16	34.78	10	14.93	20	27.04	11	10.68	11	8.73	8	12.72	3	6.38	8	13.33
	Oluslu Bildirir.															
	7	15.22	20	29.85	28	51.85	10	52.25	95	75.40	29	50.88	58	64.45	27	57.45
	Olusuz Bildirir.															
	23	50.00	37	55.22	6	11.11	32	31.07	20	15.85	20	35.09	21	23.33	17	36.17
	Notr Bildirir.															
	46	100.00	67	100.00	54	105.00	103	100.00	126	100.00	57	100.00	90	100.00	47	100.00
	Toplam															
MILLİYET	36	31.31	19	13.57	27	13.64	13	6.05	17	5.61	7	7.61	22	9.44	7	71.61
	Oluslu Bildirir.															
	37	32.17	39	27.87	138	69.70	150	69.77	258	85.15	76	82.61	161	69.10	71	77.17
	Olusuz Bildirir.															
	42	36.52	82	22.86	33	16.66	52	24.18	28	9.24	9	9.78	50	21.46	14	15.22
	Notr Bildirir.															
	115	100.00	140	100.00	198	100.00	215	100.00	303	100.00	92	100.00	233	100.00	92	100.00
	Toplam															
CUMHURİYET	8	10.13	2	1.85	8	6.45	7	5.33	6	1.76	1	0.51	3	0.96	-	3
	Oluslu Bildirir.															
	33	41.77	63	58.33	92	74.19	84	70	315	92.38	166	84.69	246	79.10	46	92
	Olusuz Bildirir.															
	38	48.10	43	39.82	24	19.36	29	24.17	20	5.86	29	14.80	62	19.94	4	8
	Notr Bildirir.															
	79	100.00	108	100.00	124	100.00	120	100.00	341	100.00	196	100.00	311	100.00	50	100.00
	Toplam															
SABAH																
	Oluslu Bildirir.															
	18	18.95	32	28.07	7	2.68	14	9.72	39	24.84	25	21.78	13	16.25		
	Olusuz Bildirir.															
	65	68.42	62	54.39	217	83.14	92	63.89	78	49.68	44	48.89	51	63.75		
	Notr Bildirir.															
	12	12.63	20	17.54	37	14.18	38	26.39	40	25.48	21	23.33	16	20		
	Toplam															
	95	100.00	114	100.00	261	100.00	144	100.00	157	100.00	90	100.00	80	100.00		

SEÇİLMİŞ KAYNAKÇA

Akbaş, M. Ayşe. "The Streotypic Image of Turkish Politicians in Three National Newspapers". Yayınlanmamış Yüksek Lisans tezi, ODTÜ, 1985.

Alemdar, Korkmaz ve Raşit Kaya, Kitle İletişimde Temel Yaklaşımlar. I. Baskı, Savaş Yayınları, Ankara, 1983.

Althusser, Louis. İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, çeviren: Yusuf Alp, Mahmut Özışık, 2. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul, 1989.

Aziz, Aysel. "Kitleysel İletişimde İçerik Çözümlemesi", A.. BYYO Yıllık, 1988, sf: 39+56.

Aziz, Aysel. Toplumsallaşma ve Kitleysel İletişim, A.. BYYO Yayınları No:2, Ankara, 1982.

Bottomore, Tom ve Robert Nisbet, Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi, V. Yayınları, I. Baskı, Ankara, 1990.

Cem İsmail, Geçiş Dönemi Türkiyesi, 1981-1984. Cem Yayınevi Kültür Dizisi.

Cemal Hasan, Özal Hikayesi. 7. Basım. Bilgi Yayınevi, Ankara, 1989.

Charon, Jean-Marie. Medya Dünyası, Çeviren: Oya Tatlıpınar, Türkçe Yayına Hazırlayanlar: Korkmaz Alemdar-İrfan Erdoğan, İletişim Yayınları, I. Baskı, İstanbul, 1992.

Chomsky, Noam. Medya Gerçeği, Çeviren: Abdullah Yılmaz, I. Baskı, Tüzmamanlar Yayıncılık, İstanbul, 1993.

Çankaya, Erol. "Siyasal Reklamcılık" Cumhuriyet Gazetesi (24 Kasım-28 Kasım 1991).

Çetinkaya, Yalçın. Reklamcılık. Ağaç Yayıncılık, İstanbul, 1992.

Çölaşan, Emin. Turgut Nereden Koşuyor, 14. Basım, Tekin Yayınevi, İstanbul, 1989.

Duverger, Maurice. Seçimle Gelen Krallar, Çeviren: Necati Erkurt, I. Baskı, Kelebek Yayınları, İstanbul, 1986.

.....Sosyal Bilimlere Giriş. Çeviren: Ünsal Oskay. 2. Basım, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1980.

.....Politikaya Giriş, Çeviren: Samih Tiryakioğlu, 2. Baskı, Varlık Yayınları, 1984.

Freedman, Jonathan L. ve David O. Sears, J. Merrill Carlsmith, Sosyal Psikoloji, Ara Yayıncılık, İstanbul, 1984.

- Gürel, Celal. Reklamcılık. Güneş Matbaacılık, Ankara, 1971.
- Henry, Jules. Bir Felsefe Sistemi Olarak Reklamcılık, I. Baskı, Cıdam Yayınları, İstanbul, 1989.
- Homas, George C. İnsan Grubu, Çevirenler: Oğuz Onaran - Baskın Oran Ünsal Oskay, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları, No: 121, Ankara, 1971.
- İnceoğlu, Metin. Güdüleme Yöntemleri, A.Ü. BYYO Yayınları -4, Ankara, 1985.
-Tutum, Algı İletişim. V Yayınları, Ankara, 1983.
- Kağıtçıbaşı, Çiğdem. İnsan ve İnsanlar, 5. Baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 1983.
- Karasar, Niyazi. Araştırmalarda Rapor Hazırlama, 4. Baskı, Hacettepe Taş Kitapçılık Ltd. Şti. Ankara, 1984.
- Kaya, Raşit. "20 Ekim Seçimleri ve Medya", Mülkiyeliler Birliği Dergisi, Kasım 1991,
- Kazancı, Metin. Halkla İlişkiler. 2. Baskı, Savaş Yayınları, Ankara, 1982.
- Keane, John. Medya ve Demokrasi. Çeviren: Haluk Şahin, I. Basım, Ayrıntı Yayınları, 1992.

Kışlalı, A. Taner. Siyaset Bilimi. A.Ü. BYYO Yayınları No:9, Ankara, 1987.

Kazanoğlu, Can. Cilalı İmaj Devri. 2. Baskı, İletişim Yayınları, 1992.

Krech, David ve Richard S. Crutchfield. Sosyal Psikoloji Teori ve Sorunlar. Çeviren: Erdoğan Güçbilmez - Oğuz Onaran, Siyasi İlimler Derneği Yayınları, Siyasi İlimler Serisi: 12, Ankara, 1967.

Oskay, Ünsal. İletişimin ABC'si, Simavi Yayınları, 1992.

....."Kitle Haberleşmesi Açısından Sosyal Algılama ve Tutumların Dinamiği." A.Ü. SBF Dergisi, Cilt XXIX, Mart - Haziran 1974, No: 1-2.

Şenyapılı, Önder. Toplum ve İletişim. Turan Kitabevi Yayınları, Ankara, 1981.

Özkök, Ertuğrul. İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü, I. Baskı, Tan Yayınları, Ankara, 1985.

Sencer, Muzaffer ve Yakut Irmak. Toplum Bilimlerinde Yöntem. 2. Baskı, Say Kitap Pazarlama, 1984.

Şahin, Haluk. Yeni İletişim Ortamı Demokrasi ve Basın Özgürlüğü. Basın Konseyi Bilimsel Araştırması, İstanbul, 1991,

Tokgöz, Oya. Siyasal Haberleşme ve Kadın. A.Ü. SBF Yayınları
No: 429, Ankara, 1979.

Tolan, Barlas ve Galip İsen, Veysel Batmaz. Ben ve Toplum
Sosyal Psikoloji I, Teori Yayınları, Ankara, 1985.

Topuz, Hıfzı. Seçimlerde İletişim Politikaları. TÜSES,
İstanbul, 1991.

Ünlü, İlhan. Reklam Kampanyası Planlaması. Eskişehir,
Anadolu Üniversitesi, A.Ö.F. 1987.