

KÖRFEZ KRİZİ DÖNEMİNDE THE GUARDIAN ve THE FINANCIAL TIMES'DA TÜRKİYE'NİN İMAJİ

Ar. Gr. Nejdet ATABEK*

Bu çalışma İngiltere'de Leeds Üniversitesi'nde gördüğüm öğrenimim sırasında "Körfez Krizi Döneminde The Guardian ve The Financial Times Gazetelerinde Türkiye'nin İmajı" adlı mastır tezime dayanmaktadır.

Bu yazımda ilk olarak, iletişim dalındaki araştırmacıları bir ülkenin imajının başka bir ülkenin basınında nasıl olduğunu, dolayısıyla o ülkenin uluslararası imajını araştırmaya iten nedenleri kısaca belirlemeye çalışacağım. İkinci olarak, Türkiye ve diğer bazı ülkeler hakkında yapılan imaj çalışmalarını özetleyeceğim. Son bölümde de "Körfez Krizi Döneminde The Guardian ve The Financial Times'da Türkiye'nin İmajı"nı elde ettiğim bulgulara dayanarak açıklayacağım.

BASIN VE ULUSAL İMAJIN ÖNEMİ

1970'lerin ilk yıllarından itibaren gelişmekte olan ülkeler, ekonomik ve siyasal anlamda sanayileşmiş ülkeler karşısındaki dezavantajlı durumlarına bir tepki olarak Yeni Dünya İletişim Kuralı (**New World Information Order**) taleplerini uluslararası platformlarda dile

(*) İletişim Bilimleri Fakültesi Basım ve Yayıncılık Bölümü

getirmeye başladılar. Bu ülkeler, batı ile aralarında zaten var olan ekonomik gelişmişlik farkının eski iletişim sisteminin devam etmesi durumunda daha da artacağından endişe ediyorlardı. Gelişmekte olan ülkelerin eski iletişim sistemine yönelttikleri eleştiriler kabaca şöyle özetlenebilir:

1- Uluslararası haber üretimi ve dağıtımı gelişmiş ülkelere ait medya kuruluşlarının kontrolündedir.

2- Uluslararası haber akışı gelişmiş batılı ülkelere doğru tek yönlüdür.

3- Sanayileşmiş ülkelerin sahip olduğu ve sürekli olarak geliştirdiği iletişim teknolojileri (iletişim uyduları, bilgisayar ağları vb.) bu ülkelerin uluslararası iletişim alanındaki üstünlüklerini geliştirmekte olan ülkeler pahasına ölümsüzleştirmektedir.

Dış dünyadan haberdar olmamızı sağlayan kitle iletişim araçları, insanların düşüncelerini ve sahip oldukları imajlarını biçimlendirmede önemli bir yere sahiptir. Oluşan bu imajların (Lipman'ın deyişiyle "kafamızdaki resimlerin") uzun süre kalıcı olduğu da bir gerçektir (1). Bazı siyasi, ekonomik ve uluslararası ilişkilerden kaynaklanan nedenlerle bir gazetenin belirli bir ülke hakkında izlediği yayın politikası radikal olarak değişse dahi, okuyucuların o ülke hakkında önceden yayınlanmış haberler nedeniyle edindikleri imajı aynı hızla silmek mümkün değildir. Bu nedenle, dış haberler konusunda araştırma yapan Zaharopoulos'un da ileri sürdüğü gibi "bir ülke basınında yer alan belirli bir ulus hakkındaki haberlerin, o ülke insanların diğer ulus hakkındaki düşüncelerini etkilediği" genellikle kabul gören bir yaklaşımdır (2).

Uluslararası alanda kamuoyu oluşturma gücüne sahip batılı medyaların haber bültenlerinde, gelişmekte olan ülkelere meydana gelen oluşumları tüm yönleriyle gerektiği gibi içermemesi -bu ülkelere ancak doğal afet, askeri darbeler vb. olduğunda söz edilmesi- gelişmekte olan ülkeler hakkında yanlış bir ulusal imaj yaratıldığı yolunda iddiaların ortaya çıkmasına neden oldu. Eğer bir ülkenin imajı iyi değilse, o ülkenin uluslar topluluğunun saygın bir üyesi olarak temsil edilmesi, diğer ülkelerin onunla işbirliğine razı olması ve uluslararası kurumlardan kredi alması oldukça güçtür. Ayrıca, yabancı bir ülke hakkında haber almanın en önemli kaynaklarından birini oluşturan basının, dış işleri politikalarını yürüten kadrolar üzerinde büyük bir etkisi olduğu da tartışmasız bir gerçektir. Alexandre Craig, yabancı

lkeler hakkında bir ulusun basınında yer alan haberlerin o ulusun dış politikasını formüle eden, hayata geçiren ya da yorumlayan insanlar üzerindeki doğrudan etkisine işaret etmektedir. Ona göre, belirli bir ülke hakkında çıkan haberleri inceleyerek, bir dereceye kadar da olsa, o ülke ile haberlerin yayınlandığı ülke arasındaki ilişkilerin durumunu anlamak mümkündür. (3) Tüm bu nedenlerden dolayı, yaratılan bu ulusal imaj stratejik bir öneme sahip olup, sözü edilen ülkenin uluslararası alandaki prestijini ve çıkarlarını ilgilendiren konularda (ekonomik, siyasi, askeri) pazarlık gücünü önemli oranda etkilemektedir.

Bu etkiler altında, bir ulusun imajının diğer bir ulusun kitle iletişim araçlarında (zellikle basınında) nasıl olduğunu anlamak, başka bir deyişle imajı araştırılan ülkeyi "dışarıdan görmek" 1970'li yıllardan başlayarak iletişim bilimleri dalındaki araştırmacıların ilgi odağını oluşturmaktadır.

YABANCI BASINDA TÜRKİYE HAKKINDA İMAJ ARAşTIRMALARI

Bugüne kadar değişik ülkeler hakkında basında pek çok ulusal imaj araştırmaları yapılmış olmasına rağmen, Türkiye'nin imajını ortaya çıkarmak için bu alanda yapılan çalışmalar şaşılacak derecede azdır. Gazeteci-yazar **Haluk şahin**'in 1971'de verdiği "New York Times" da Türk Politikası: Karşılaştırmalı Bir İçerik Analizi" adlı master tezi Türkiye'nin imajı konusunda ilk araştırma olma özelliğine sahiptir. (4)

şahin, bu çalışmasında 1951-54 ve 1965-68 yılları arasında The New York Times'da Türkiye hakkında çıkan siyasi haberleri inceledi. Bu dönemlerin seçilmesinin nedeni: 1951-54 yılları Türk-Amerikan ilişkilerinin en uyumlu dönemi iken 1965-68 yıllarının iki devlet arasındaki anlaşmazlıkların tırmandığı bir süreci temsil etmesiydi. İçerik analizi yöntemi kullanan araştırmacı, The New York Times'da yer alan yabancı siyasi kişiliklere ve kurumlara yönelik haberlerin Amerikan dış politikasında gözlenen değişikliklerden etkilendiği sonucuna vardı. **şahin**'in diğer bir bulgusu ise, Amerikan ideal ve çıkarlarının uzun dönemde The New York Times'in uluslararası gelişmelere yaklaşımını etkileyeceği yönündeydi.

Yabancı basında Türkiye'nin imajını ortaya çıkarmak için diğer bir çalışmayı da 1985 yılında **Robert B. Albitton** ve **Jarol B. Manheim** yaptılar (5). Bu bilim adamları, Amerikan basınında ulusal imajlarını düzeltmek için bu ülkenin halkla ilişkiler firmalarıyla 1974-78 yılları

arasında anlaşmalar imzalayan 25 ülke içinden (Türkiye'yi de kapsayacak şekilde) beş ülkeyi araştırmalarına konu ettiler. Anlaşma tarihinden itibaren 12 ay öncesi ve 12 ay sonrası dönemde The New York Times'da Türkiye hakkında çıkan haberler incelendi. **Albitton ve Manheim**'in bulgularına göre, Amerikan halkla ilişkiler firmalarının işe karışmalarından sonra bu ülke basınında Türkiye hakkında çıkan haberler önemli ölçüde azaldı. İncelemeye alınan ülkelerin (Türkiye, Arjantin, Endonezya, Kore ve Filipinler) o yıllardaki durumlarını göz önünde bulunduran araştırmacılar, "halkla ilişkiler çalışmalarının asıl amacı, bu ülkeleri Amerikan kamuoyunun gözü önünden uzaklaştırmaktı, bu nedenle de sözü edilen ülkeler hakkında çıkan haberler azaltıldı" görüşünü savundular. **Albitton ve Manheim**'in diğer bir bulguları ise halkla ilişkiler firmalarının girişimleri sonucu The New York Times'da Türkiye hakkında yer alan olumlu haberlerin önemli oranda artmasıydı.

BAZI ULUSAL İMAJ ÇALIŞMALARI

Shoar-Gaffari Priouz (1986), 1968-78 yılları arasındaki İran'ın imajını The New York Times ve The Times'da inceledi. **Shoar**, her iki gazetenin de İran'ın dış olaylarına iç olaylarından daha fazla yer verdiğini ortaya koydu. Araştırmacının işaret ettiği noktalardan biri de bu yayın organlarının kendi ülkelerinin çıkarlarını ilgilendiren konular üzerinde yoğunlaştıklarıydı. Bir ülkenin dünya üzerindeki ilgi alanlarının ve çıkarlarının genellikle hükümetler tarafından belirlendiğine işaret eden **Shoar**, gazetelerin dış haberlerde çoğunlukla hükümet kaynaklarına bağımlı olmasından dolayı bu tür haberlerin seçiminde ve bunlara yaklaşımlarında hükümetler tarafından etkilendikleri sonucuna vardı (6).

Abdullahi (1990), 1970-86 yılları arasında Libya'nın imajını Londra'da yayınlanan The Times ve Afrika'da yayınlanan The Nigerian Daily News, The Tanzanian Daily News ve Nairobi Standard gazetelerinde araştırdı (7). The Times'da Libya'ya daha fazla yer verildiğini ortaya koyan **Abdullahi**, daha önceki araştırmacıların iddialarının aksine coğrafi uzaklığın bir ülke hakkında yayınlanan haberlerin miktarlarında belirleyici olmadığını kanıtladı. Ona göre, Libya ile ilgili haberlere The Times'da daha fazla yer verilmesi sosyoekonomik ve siyasal nedenlerden kaynaklanıyordu. **Abdullahi**, Libya ile ilgili haberlerin bütün gazeteler tarafından siyasî, ekonomik, askeri sorunlar ve terörizm çerçevesi içinde dünyaya duyurulduğunu saptadı. Araştırmacı, yal-

nızca batılı yayın organlarının değil Afrika'da yayınlanan gazetelerin de siyasi karışıklık ve kriz dönemlerinde Libya hakkındaki haberlere daha fazla yer verdiğini ortaya koydu.

Gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkeler basınındaki imajlarını araştırmak da iletişim alanında çalışan bilim adamlarının ilgi alanı içinde yer aldı. Amerika'nın Latin Amerikan basınındaki imajını araştıran **Wolfe** (1964), imajların da kökten değişikliklere uğrayabileceğini ortaya koydu (8). Latin Amerikan başkentlerinde günlük yayınlanan başlıca 20 gazeteyi inceleyen **Wolfe**, Amerika hakkında yayınlanan haberlerin büyük bölümünü hükümet ilişkilerinin ve ekonomik olayların oluşturduğunu buldu. Her geçen gün artmasına rağmen şiddet, soygun gibi Amerikan halkının sosyal problemlerine ise çok az yer verildiğini gösterdi. Araştırmacı bu gazetelerde Amerika'nın olumlu imajını demokratik, dost ve cömert; nötr olanını kuvvetli ve bolluk içinde; olumsuz imajını ise sığ, iğrenç, yayılmacı ve diktatörlerin dostu olarak belirledi.

ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Bu araştırmanın amacı Türkiye'nin Körfez Savaşı döneminde The Guardian ve The Financial Times gazetelerindeki imajını ortaya çıkarmaktır. Şubat 1990 ve Ağustos 1991 tarihlerini kapsayan araştırma daha net sonuçlara ulaşabilmek amacıyla üç evrede ele alınmıştır: Körfez Savaşı'ndan önceki 6 ay (Şubat-Temmuz 1990), savaş dönemi 7 ay (Ağustos 1990-Şubat 1991) ve savaş sonrası dönem 6 ay (Mart-Ağustos 1991).

Kalitatif ve kantitatif içerik analizi yöntemi kullanılan bu araştırmada şu soruların yanıtları araştırılmaktadır:

1- Körfez Savaşı döneminde Türkiye'nin sözü edilen gazetelerdeki imajı nasıldır?

2- Savaş sırasında, öncesinde ve sonrasında bu gazetelerin Türkiye hakkında yayınladıkları haberlerin sayısında ve konu bakımından dağılımlarında herhangi bir değişiklik var mı?

Bu araştırmanın birincil kaynağını oluşturan The Guardian ve The Financial Times'da Türkiye hakkında çıkan yazılar, bu gazetelerin indekslerinden Türkiye başlığı altındaki haberlerin toplanmasıyla elde edildi. Bu başlık altında terörizm, Körfez Savaşı gibi diğer bölümlere atıfta bulunulduğunda, bu kısımlar da taranarak Türkiye hakkında yayınlanan tüm haberlere ulaşıldı.

The Guardian ve The Financial Times'in bu araştırma için seçilmesinin nedeni: Her ikisinin de ciddi, saygınlığı olan, siyasal yelpazede farklı konumlara sahip ve ulusal düzeyde günlük olarak yayınlanıyor olmasıdır. Mufazakar bir okuyucu kitlesine sahip olan The Financial Times, iş dünyasının yakından izlediği bir gazetedir. 1983 yılında bu gazetenin yurtdışında 45 bin okuru vardı.

Toplumun aydın kesimine hitap eden The Guardian'ın okuyucularını büyük oranda üniversite mezunları ve meslek yaşamında ilerleme kaydetmiş kişiler oluşturur. Bu gazete zaman zaman İşçi Partisi yanlısı bir tutum sergilese de siyasal yelpazedeki yeri liberal eğilimli olarak kabul edilir.

Bu araştırmanın amacı, araştırılan dönemde The Guardian ve The Financial Times gazetelerindeki Türkiye'nin imajını mümkün olduğunca doğru bir şekilde ortaya koymakla sınırlıdır. Bu nedenle, sözü edilen gazetelerde Türkiye hakkında çıkan haberlerin yanlısını çıkarmak ya da doğrulamak gibi her hangi bir çaba içerisine girilmemiştir.

THE GUARDIAN'DA TÜRKİYE

Körfez savaşı öncesi 6 aylık dönemde (Şubat-Temmuz 1990) The Guardian gazetesinde Türkiye hakkında çıkan haberler her aya düşen haber sayısı bakımından büyük farklılıklar gösterdi. Sözgelimi, nisanda 9, şubatta 3 haber yayınlanırken martta hiç bir haber gözükmedi. Bu dönemde Türkiye ile ilgili olarak bu gazetede çıkan haberlerin konularını asıl olarak insan hakları ihlalleri, etnik sorunlar ve terörist hareketler oluşturdu.

Körfez Savaşı döneminde ise (Ağustos-Şubat 1991) The Guardian'da Türkiye ile ilgili olarak çıkan haberlerde sayısal anlamda belirgin bir artış gözlemlendi. Ancak bu artış sürekli değildi. Sözgelimi, savaş dönemi içerisinde yer almasına rağmen Türkiye ile ilgili olarak kasımda yalnızca 1 haber, aralıkta da 2 haber yer aldı. Diğer taraftan, bu dönem içerisinde Ağustos 1990'da 9 (Türkiye, Irak petrol boru hattını kapattı.) ve Ocak 1991'de 14 haberle (Türkiye müttefiklere Irak'a karşı İncirlik Üssü'nün kullanılması için izin verdi.) en yüksek haber sayılarına ulaşıldı.

Ağustos 1990'ın ilk günlerinde körfez Krizi başladığı zaman The Guardian'da Türkiye hakkında çıkan haberlerin konusunda ani bir değişiklik gözlemlendi. Kriz başlangıcından kara savaşının bittiği tarih olan

27 Şubat 1991'e kadar Türkiye ile ilgili çıkan haberler şu konular etrafında toplandı:

1- Türkiye'nin savaştan doğrudan etkilendiği ve taraf olduğu (Birleşmiş Milletler'in Irak'a uyguladığı ekonomik ambargo nedeniyle Türkiye'nin Irak petrol boru hattını kapatması; kara savaşı başlamadan hemen önce müttefiklerin İncirlik Üssü'nü kullanmalarına izin verilmesi; savaş sonunda Irak ordusunun önünden kaçan Kuzey Iraklı Kürtlerin Türkiye'ye sığınması).

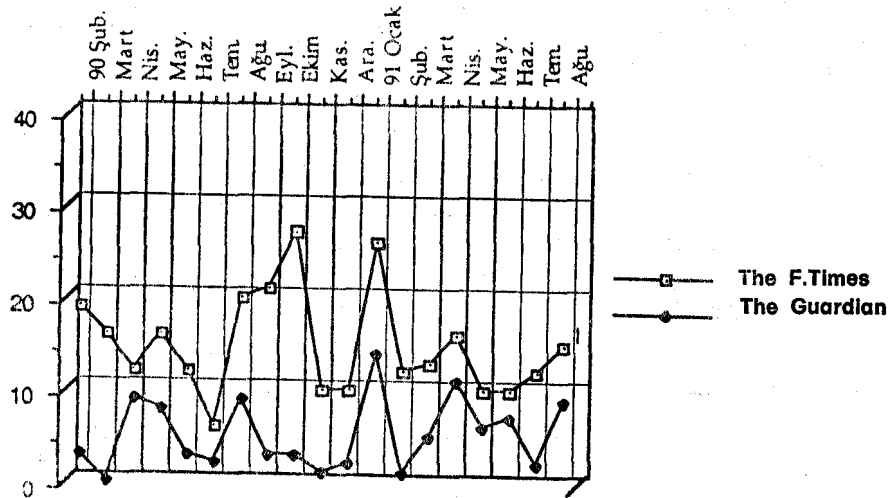
2- Batılı bir müttefik olarak Türkiye'nin jeostratejik önemi.

3- Türkiye'nin Körfez krizi döneminde batı ile girdiği işbirliğine bir tepki olarak, Türkiye'de yaşayan batılılara karşı terörist saldırılar.

4- Körfez Krizi'nin etkisiyle Türkiye'nin bulunduğu bölgede güçlenen durumu.

Bunların yanı sıra, işçilerin yüksek ücret için yaptığı grev ve yürüyüşler, Türkiye'nin **Asil Nadir**'in başkanlığını yaptığı Poll Peck International şirketinin içine düştüğü ekonomik krize tepkisi gibi haberler de yer aldı.

Körfez Savaşı'ndan sonraki 6 ay boyunca The Guardian'da Türkiye hakkında yayınlanan haberlerin aylar itibariyle dağılımı bölgedeki



The Guardian ve The Financial Times gazetelerinde Şubat 1990 - Ağustos 1991 tarihleri arasında Türkiye hakkında çıkan haberleri aylar itibariyle gösterir grafik. Not: Körfez Savaşı öncesi dönemde The Financial Times'in verdiği 10 sayfalık Türkiye eki grafiğe dahil edilmedi.

HABER TÜRÜ	THE GUARDIAN			THE FINANCIAL TIMES		
	Savaş Öncesi	Körfez Savaşı	Savaş Sonrası	Savaş Öncesi	Körfez Savaşı	Savaş Sonrası
Körfez Savaşı	---	21	21	---	57	21
İnsan Hakları, Etnik Sorunlar ve Terör	12	3	13	19	3	14
İç Politika	---	---	4	12	7	9
Polly Peck International	---	3	---	---	27	---
Ekonomi	1	1	---	38	16	21
Diğer	12	4	5	12	16	5
TOPLAM	25	32	43	81	126	70

The Guardian ve The Financial Times'da çıkan Türkiye hakkındaki haberlerin konulara göre dağılımı.

Not: Savaş Öncesi dönem Şubat-Temmuz 1990, Körfez savaşı dönemi Ağustos 1990-Şubat 1991, Savaş Sonrası dönem de Şubat- Ağustos 1991 tarihlerini kapsamaktadır.

gelişmelere göre büyük farklılıklar gösterdi. Sözelimi, Kuzey Iraklı Kürtlerin savaş sonunda içine düştükleri zor durum nedeniyle nisan ayında Türkiye ile ilgili 11 haber yayınlanırken bu sayı temmuzda 2'ye düştü. Savaş sonrası The Guardian'da Türkiye hakkında yayınlanan haberlerin içeriği bu dönemdeki önemli olaylar ve Körfez Savaşı'nın etkileriyle belirlendi. Körfez Savaşı'nın etkisiyle Türkiye'nin bulunduğu bölgede ve uluslararası alanda artan önemi, savaş sonrası Kuzey Iraklı Kürtlerin Türkiye'ye sığınması, Türkiye'nin Kuzey Irak'taki teröristlere karşı yaptığı sınır ötesi hareket ve bazı iç politika haberleri bu dönemde Türkiye'den söz edilmesine neden oldu.

Açıkça görüldüğü gibi The Guardian'da Şubat 1990 ve Ağustos 1991 tarihleri arasında Türkiye hakkında yer alan haberlerin sayısal dağılımı aylar itibariyle büyük farklılıklar gösterdi. Bu araştırmanın ışığında, The Guardian'da Türkiye hakkında çıkan haberlerin kriz dönemlerinde arttığını söylemek mümkündür. İşaret edilmesi gereken diğer bir nokta da, savaş öncesi dönemde The Guardian'ın Türkiye hakkında yayınladığı haberlerde yalnızca insan hakları ihlalleri, etnik sorunlar ve terörizm konularına yer vermesi, sözü edilen dönemde

Türkiye'nin bu gazetede imajının olumsuz olmasına neden oldu. Başka bir deyişle, yalnızca insan hakları ihlalleri, terörizm gibi bir iki konu üzerine yoğunlaşarak bir ülkedeki diğer gelişmeleri görmezden gelmek o ülke hakkında olumsuz bir imajın belirmesine yol açar. Bu dönemde The Guardian'da Türkiye ile ilgili olarak değişik konulara (ekonomik gelişmeler, eğitim, kültür vb.) hemen hemen hiç yer verilmedi. Körfez Savaşı başladığında ise The Guardian'da Türkiye hakkında yer alan haberler sayısal olarak ve konu çeşitliliği bakımından büyük artış gösterdi. Gazete, Türkiye ile ilgili olarak yayınladığı haberlerin konusunu insan hakları ve terörizmden Türkiye'nin stratejik önemine ve batı için vazgeçilmez bir müttefik olduğuna kaydırarak daha az eleştirel oldu.

Savaş sonrası dönemde Türkiye'nin bu gazetede beliren imajının Ağustos 1991'e kadar (bu tarihte teröristlere karşı Kuzey Irak'da operasyon gerçekleştirildi) savaş dönemine kıyasla daha da iyileştiği söylenebilir. Bu durum, savaş nedeniyle Türkiye'nin bölgede güçlü bir devlet olarak belirmesi ve batı için artan öneminden kaynaklanıyordu.

THE FINANCIAL TIMES'DA TÜRKİYE

Körfez Savaşı'ndan önceki 6 aylık sürede (Şubat-Temmuz 1990) The Financial Times'da Türkiye ile ilgili olarak ayda ortalama 15 haber yer aldı. Bu dönemde Türkiye hakkında en az haber (6 adet) haziranda görüldü.

Haziran 1990 hariç savaş öncesi dönemde The Financial Times'da Türkiye hakkında yayınlanan haber sayısı hiç bir ayda 12'nin altına düşmedi. Kriz öncesi dönemde The Financial Times'da Türkiye hakkında yer alan haberler, ekonomi, iç politika, terör ve etnik sorunları kapsıyordu. Ancak, bu konulardan herhangi biri belirli bir yoğunluğa sahip değildi. İşaret edilmesi gereken bir başka nokta da, The Financial Times'ın savaş öncesi dönemde 10 sayfalık bir Türkiye eki verdiğidir. Bu ekte, insan haklarından ekonomiye kadar pek çok konuda bu gazetenin muhabirlerinin ve Türk yetkililerinin ayrıntılı araştırma ve açıklamaları yer aldı.

Körfez Krizi döneminde (Ağustos 1990-Şubat 1991) The Financial Times'da Türkiye hakkında yer alan haber sayısı bir önceki döneme göre bir kat arttı. Bu dönemde eylül (27 adet) ve ocak (26 adet) Türkiye ile ilgili en fazla haberin yayınlandığı aylar olurken kasım, aralık ve şubatta bu sayı ayda 10 habere kadar düştü.

Ağustos 1990'ın ilk günlerinden itibaren The Financial Times'da yer alan Türkiye ile ilgili haberlerin başlıca konusunu Körfez krizi oluşturdu. Ağustos ve Eylül 1990 tarihinde yayınlanan Türkiye hakkındaki haberlerin yüzde 80'inin konusu Körfez Krizi'yle ilgiliydi. Bunun takip eden 3 ay boyunca da (Ekim-Kasım-Aralık 1990) haberlerin yüzde 50'sinden fazlasını o dönemde ekonomik krize giren Polly Peck şirketiyle ilgili haberler doldurdu. Meyveden elektroniğe kadar pek çok alanda yatırımları bulunan bu uluslararası şirketin o zamanki başkanlığını Kıbrıs Türk asıllı **Asil Nadir** yapıyordu. The Financial Times'ın ekonomik konulara özel bir ilgisi olduğundan ve Polly Peck olayının büyüklüğü gazetesinin bu olayı kapsamlı bir biçimde vermesine neden oldu. Bu bağlamda, Asil Nadir'in Türk hükümetinden ve bankalarından yardım beklentisi The Financial Times'da geniş olarak yer aldı. Ancak, bu haberler Türkiye ile ilgili olmaktan çok ekonomik kriz içinde olan şirketin bu sorunlarını aşip aşamayacağıyla ilgili olduğundan bu araştırmada içerik bakımından incelenmedi.

1990'ın son 3 ayında (Ekim, Kasım ve Aralık) bu gazetede Körfez Savaşı ile ilgili olarak Türkiye hakkında çıkan haberler hızlı bir düşüş göstererek tüm haberler içinde yüzde 10'luk bir oranı oluşturdu. Bununla birlikte, Ocak 1991'de Körfez Krizi tırmandığında ve müttefikler İncirlik Üssü'nü Irak'a karşı kullanmak istediklerinde, The Financial Times'da Türkiye hakkında çıkan haberler hızla artarak yeniden kriz başlangıcındaki düzeyine ulaştı. Körfez Krizi döneminin ilk 2 ayında Türkiye hakkında çıkan haberleri şu konular etrafında toplamak mümkündür;

1- Birleşmiş Milletler kararları çerçevesinde Irak petrol boru hattını kapatması için batının Türkiye'ye baskısı.

2- Kriz nedeniyle ortaya çıkan ekonomik kayıplarını karşılamak için batılı müttefiklerin ve petrol zengini Arap ülkelerinin Türkiye'ye yardımı.

3- Batılı bir müttefik olarak Türkiye'nin stratejik önemi.

Daha sonraki 3 ayda ise Polly Peck ile ilgili haberlerin yanı sıra Türkiye'deki batılı hedeflere yapılan terörist saldırılar ve bazı bakanların istifaları, Türkiye hakkında çıkan belli başlı haber konularını oluşturdu.

Körfez Savaşı'nın son 2 ayında (Ocak-Şubat 1991) Türkiye ile ilgili belli başlı haber konuları da şöyle sıralanabilir:

1- Türkiye'nin, İncirlik Üssü'nü Irak'a karşı kullanması için Amerika'ya izin vermesi.

2- Türkiye'nin batılı müttefiklerle işbirliği yapan dost bir ülke olduğu.

3- Irak'tan Türkiye'ye gelebilecek herhangi bir saldırı olasılığına karşı Türkiye'ye askeri yardım yapılması.

4- Tekstil, maden, kağıt ve çelik işçilerinin protesto yürüyüşleri ve grevler.

Savaş sonrası dönemde (Mart-Ağustos 1991) The Financial Times'da Türkiye hakkında çıkan haberler savaş dönemine kıyasla daha azdı. Aylar itibariyle ortalama haber sayısı 10'un altına düşmekle birlikte nisan hariç hiç bir ayda da 13'ün üzerine çıkmadı. Bu ayda Türkiye ile ilgili çok sayıda haberin yer almasının nedeni, Irak lideri Saddam Hüseyin'e bağlı güçlerin Kuzey Iraklı Kürtlere saldırısı sonucu ortaya çıkan göçmen kriziydi.

Türkiye ile Amerika arasında gelişen ilişkiler, Kuzey Iraklı Kürtlerin Türkiye'ye sığınmaları ve buralarda karşılaştıkları problemler, Türkiye'deki terörizm, etnik sorunlar ve yüksek enflasyon oranı bu dönemde ele alınan belli başlı konulardı.

İncelenen dönemde (Şubat 1990 - Ağustos 1991) The Financial Times'da Türkiye hakkında çıkan haberler (The Guardian'la karşılaştırıldığında) hem sayı bakımından oldukça yüksek hem de konu itibariyle çok çeşitliydi. Bu nedenlerden dolayı Türkiye'nin The Financial Times'da ortaya çıkan imajı olumlu olarak değerlendirilebilir. Bununla beraber, Körfez Krizi başladığında Türkiye hakkında çıkan haber sayısının hızla arttığını (özellikle krizin tırmandığı dönemlerde), savaş sonrası dönemde ise göreceli bir düşüş görüldüğünü belirtmek gerekir.

The Financial Times'ın Türkiye ile ilgili olarak yayınladığı haberler uluslararası politikadan terörizme, Türkiye'deki otomotiv sanayindeki yeni yatırımlardan İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nın durumuna kadar çok çeşitli konuları içerdi. Fakat, özellikle savaş döneminde bu haber konuları arasındaki denge, Körfez Krizi boyunca yaşanan önemli olaylar nedeniyle diğer haber konularının azalması pahasına bozuldu. Sözgelimi, Irak petrol boru hattının kapatılması için izin verildiği dönemlerde, Körfez Krizi ile ilgili haberler Türkiye hakkında yayınlanan tüm haberlerin yüzde 80'ini oluşturdu.

Türkiye'deki etnik sorunlar ve insan hakları ihlalleriyle ilgili iddialar, Türkiye'nin bu gazetede ki olumlu imajını gölgeleyen en önemli konulardır. The Financial Times, Türkiye'deki etnik sorunlar ve insan hakları ihlalleri ile ilgili haberlerinde hem insan hakları savunucusu grupların hem de Türk yetkililerin görüşlerine yer verdi. Ancak, Türk yetkililerinin görüşleri yalnızca Körfez Savaşı öncesi dönemde verilen 10 sayfalık Türkiye ekinde yer aldı.

Savaş döneminde Türkiye hakkında yayınlanan olumlu haber konuları (Türkiye'nin jeostratejik önemi ve bulunduğu bölgede güçlü bir batılı müttefik olması) artarken, olumsuz bir görüntüye yol açan haber konuları (terörizm, etnik sorunlar ve insan hakları ihlalleri iddiaları) gözle görülür biçimde azaldı.

Türkiye'nin bu gazetede beliren olumlu imajı, Körfez Savaşı sonrası dönemde Amerikan Başkanı Bush'un Türkiye'yi ziyaretiyle zirveye çıktı. Fakat, Ağustos 1991'de Türkiye'nin teröristlere karşı Irak sınırında gerçekleştirdiği hareketle birlikte haber konuları hızla değişti ve bu olumlu imaj gölgelendi.

SONUÇ

Bu araştırmanın sonuçlarına göre, Körfez Savaşı döneminde Türkiye'nin imajı savaş öncesi döneme göre hem The Guardian'da hem de The Financial Times'da büyük oranda iyileşmiştir. Türkiye hakkında olumlu haberlerin çıkmasının ve Böylece Türkiye'nin imajının iyileşmesinin nedeni, Körfez savaşı döneminde her iki gazetede de çıkan haberlerde Türkiye'den batı ile işbirliği içinde olan, jeostratejik öneme sahip aktif ve güçlü bir batılı müttefik olarak söz edilmesidir. Altı çizilmesi gereken diğer bir nokta da, kriz öncesi dönemde özellikle The Guardian'da Türkiye'deki insan hakları ihlalleri, etnik sorunlar ve terörizmle ilgili olarak pek çok haber çıkmasına rağmen kriz döneminde bu konularda hemen hemen yok denecek kadar az haberin yer aldığıdır. Sözü edilen dönemde terörizmle ilgili olarak yer alan bir kaç haberin konusunu da, Türkiye'nin Körfez Savaşı'ndaki batı yanlısı tutumunu protesto etmek amacıyla aşırı sol ve sağ örgütlerin Türkiye'deki batılı kişi ve kurumlara karşı giriştikleri terörist saldırılar oluşturdu.

The Guardian'ın politik (insan hakları, etnik sorunlar ve terörizm), The Financial Times'in da ekonomik haberlere daha fazla yer verme-

si, özellikle Körfez Krizi'nden önceki dönemde bu gazetelerde beliren Türkiye imajının çok farklı olmasına neden oldu. Araştırmaya konu olan dönemde, yüksek enflasyon oranı hariç diğer ekonomik haberler genellikle Türkiye için olumsuz bir imaj çizmiyordu. Aksine, Türk ekonomisinin sürekli bir biçimde büyüdüğü ve belirgin bir iyileşme gösterdiği bu tür haberlerin içeriğini oluşturdu.

Özellikle The Guardian'da yer alan insan hakları ihlalleriyle ilgili iddialar, etnik sorunlar ve terörizm ise Türkiye hakkında olumsuz imaj yaratan belli başlı konuları oluşturdu. Gazetede yer alan bu içerikteki haberler genellikle Uluslararası Af Örgütü ve Türkiye İnsan Hakları Derneği'nin raporlarına dayanıyordu.

Körfez Krizi'nden önceki dönemde The Financial Times'da Türkiye hakkında çıkan haberler The Guardian'la karşılaştırıldığında sayı bakımından oldukça fazla, ele alınan konular bakımından da çok çeşitliydi. Üstelik The Financial Times bu dönemde 10 sayfalık bir Türkiye eki verdi. Tüm bu nedenler, Körfez Krizi öncesi dönemdeki Türkiye imajının niçin The Guardian ve The Financial Times'da farklı olarak ortaya çıktığını açıklar.

Ağustos 1990'ın ilk günlerinde körfez krizi başladığında her iki gazetede de Türkiye ve kriz konulu haberler yoğunluk kazandı. Bu dönemde Türkiye hakkında çıkan haberlerde gözlenen önemli artış Türkiye'nin imajının iyileşmesine çok büyük katkıda bulundu. Çünkü, yalnızca olumsuz haberler değil, bir ülke hakkında az haber vermek, hiç haber yayımlamamak ya da sürekli belirli konuları işlemek de o ülkenin olumsuz bir imaja sahip olmasına neden olabilir. Körfez Krizi'nin başlamasıyla birlikte, The Guardian'ın Türkiye ile ilgili olarak ele aldığı insan hakları ihlalleri, etnik sorunlar ve terörizm gibi konulardan Türkiye'nin dost ve aktif bir batılı müttefik olduğuna ilişkin haber türlerine ani bir geçiş gözlemlendi. Bu durum, bir önceki dönemde Türkiye hakkında beliren olumsuz imajın birden bire değişmesine yol açtı.

Körfez krizi'nin sonuna doğru her iki gazete de Türkiye'nin bulunduğu bölgede süper bir güç olarak ortaya çıkmakta olduğunu işleyen bir çok yorumlar görülmeye başladı. Bu arada şunu da belirtmek gerekir ki, Türkiye'nin bulunduğu bölgede gücünü gittikçe arttırdığına ilişkin haberler sürekli Yunanistan'la karşılaştırmalı bir biçimde verildi.

Savaş sonrası Türkiye hakkındaki olumlu haberler her iki gazetede de Ağustos 1991'e kadar devam etti. Bu tarihte Türkiye'nin Ku-

zey Irak'taki terörist kamplarına karşı gerçekleştirdiği sınır ötesi hareket, bu gazetelerde tekrar Türkiye için başlıca olumsuz imaj unsuru olan insan hakları ihlalleri, etnik sorunlar ve terörizm konularının gündeme gelmesine yol açtı.

Bu araştırmada incelenen tüm dönemler göz önüne alındığında, The Guardian'da beliren Türkiye imajının Körfez Savaşı nedeniyle büyük bir değişiklik gösterdiği söylenebilir. The Financial Times'deki Türkiye imajı ise önemli bir değişiklik göstermedi.

KAYNAKLAR

1. Lippman Walter: "The World Outside and the Pictures in Our Heads", in Shram Wilbur and Roberts Donald F., The Process and Effects of Mass Communications, University of Illinois Press, London, 1972, sayfa 265-286.
2. Zaharopoulos Thimios: The Image of the US in the Greek Press, Journalism Quarterly, Vol. 36, No. 2, 1972, sayfa 188-192.
3. Craig Alexandre : The Media and Foreign Policy, International Journal, Vol. 31, 1975-76, sayfa 319-336.
4. Şahin Haluk: Turkish Politics in The New York Times: A Comparative Content Analysis, Journalism Quarterly, Vol. 50, No. 4, Winter 1973, sayfa 685-689.
5. Albritton Robert B. and Manheim Jarol B.: Public Relations Effort for the Third World: Image in the News, Journal of Communication, Vol. 35, No. 1, Winter 1985, sayfa 43-59.
6. Shoar-Gaffari Priouz: Iran in The New York Times 1968-78, Ph.D. Thesis, Syracuse University, New York, 1986.
7. Abdullahi A.: A One World One Voice?: Libyan Affairs Coverage by One European and Three African Newspapers 1970-86, Ph.D. Thesis, University of Leicester, England, 1990.
8. Wolfe Wayne: Image of the United States in the Latin American Press, Journalism Quarterly, Vol, 41, No. 1, Winter 1964, sayfa 79-86.