

## DÜNYA BASININDA TÜRKİYE İMAJİ: GÜNEY KORE ÖRNEĞİ

Selçuk Çolakoğlu\* - Bengü Emine Çolakoğlu\*\*

### ÖZET

*Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin dünya basınındaki imajının ortaya çıkarılmasıdır. Türkiye'nin dünyadaki imajının belirlenebilmesi için Türkiye ile yakın ilişkisi olmayan ülkelerdeki kamuoyu eğilimlerin basın yoluyla tespiti önem taşımaktadır. Bu açıdan Güney Kore basınında ortaya çıkan Türk imajının belirlenmesi, Türkiye'nin dünyadaki genel imajının tespiti için önemli bir adım olacaktır.*

*Bu çalışmanın örnekleme olarak İngilizce günlük yayın yapan The Korea Times ve The Korea Herald gazeteleri seçilmiş ve bu gazeteler 1999 ve 2000 yılları boyunca incelenmiştir. Elde edilen veriler içerik çözümlemesi yöntemiyle değerlendirilip kesin bulgulara ulaşılmaya çalışılmıştır. Türkiye ile ilgili haberler tahlil edilirken "siyaset", "ekonomi", "spor", "tarih/kültür" ve "diğerleri" başlığı altında beş ana kategori oluşturulmuştur.*

*Araştırma sonucunda elde edilen en önemli bulgulardan biri, Güney Kore basınında Türkiye'nin siyasi haberlerle gündemi yoğun olarak işgal ettiği'dir. Daha sonra Türkiye ile ilgili spor ve tarih/kültür haberleri Kore basınında gündeme gelmektedir. Bu çalışmada elde edilen diğer önemli bir sonuç da Türkiye ile ilgili çıkan siyasi haberlerin okuyucu üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu; spor ve tarih/kültürle ilgili haberlerinin ise olumlu bir izlenim bıraktığı'dır. Ekonomi haberleri Türkiye hakkında genelde olumlu bir izlenim bıraktığı halde, haber yoğunluğu açısından oldukça az gündeme gelmektedir.*

*Anahtar sözcükler: İçerik çözümlemesi, basın, haber, imaj, Türkiye.*

### TURKEY'S IMAGE IN WORLD PRESS: A CASE OF SOUTH KOREA

#### ABSTRACT

*The aim of this study is to analyze how Turkey has an image in the world press. In order to find out Turkey's image in the world press, it is important to investigate the perceptions of a country, which has no close relationship with Turkey. Therefore, we believe that analyzing Turkey's image in the South Korean press will give us a better understanding of how Turkey is viewed in the world in general.*

*The Korea Times and The Korea Herald, which are English dailies, were selected as sampling of the study and the research is conducted for the years 1999 and 2000. The data obtained from those dailies were evaluated with the content analysis method to reach certain findings. While analyzing the news on Turkey, we established five categories. These categories are "politics", "economy", "sport", "culture/history", and the "others".*

*One of the main findings of the research suggests that substantial part of the news on Turkey in the South Korean media appeared to be "political". It was then followed by the news of sport, and culture/history. Another significant result of this research is that while political news on Turkey mainly appeared to have negative impact, the news of sport and history/culture has positive impact. Despite having positive impression in general, the economic news on Turkey rarely appeared on the Korean press.*

*Keywords: Content analysis, press, news, image, Turkey.*

#### GİRİŞ

Bu çalışmanın amacı, Kore basınında Türkiye'nin nasıl yer aldığı ve hangi imajıyla ön plana çıktığının araştırılmasıdır. Genelde Tür-

kiye imajıyla ilgili araştırmalar Batı Avrupa, ABD, Rusya, Balkanlar, Kafkaslar/Orta Asya ve Ortadoğu gibi yakın çevrede yoğunluk kazanmıştır. Oysa Kore'deki Türk imajının araştırılması, Türkiye ile yakın ilişkisi bulunmayan bir ülkedeki bakış açısını tespit etmek açısından

\* Yrd. Doç. Dr., Andan Menderes Üniversitesi Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

\*\* Öğr. Gör., Andan Menderes Üniversitesi Kuyucak Meslek Yüksek Okulu

dan önem taşımaktadır. Güney Kore, Türkiye ile çok yoğun siyasi ve ekonomik ilişkilere sahip olmadığı gibi tarih boyunca, Kore Savaşı hariç, kayda değer bir sorunu veya alışverişi olmamış bir ülkedir. Bunda iki ülkenin coğrafi uzaklığının etkisi büyüktür.

Türkiye'nin dünyadaki genel imajının belirlenbilmesi için, Türkiye ile çok yakın bağları olmayan ülkelerdeki kamuoyu eğilimlerinin basında çıkan haberlerin incelenmesi yoluyla araştırılması gerekmektedir. Bu açıdan Asya'nın önde gelen ülkelerinden biri olan Güney Kore basınında nasıl bir Türkiye görünümü oluştuğunun tespiti, Türkiye'nin dünyadaki genel imajını belirleme açısından önem taşımaktadır.

#### **VARSAYIMLAR ve YÖNTEM**

Bu çalışmanın esas varsayımı Türkiye'nin dünya basınında en çok siyasi konularla gündeme geldiğidir. Buna bağlı olan diğer bir varsayım da siyasi alanda Türkiye'nin imajını oluşturan haberlerin ülke hakkında olumsuz bir izlenim bıraktığı şeklindedir.

Varsayımların sınanmasında nicel içerik çözümlemesi (*muhteva analizi*) temel yöntem olarak tercih edilmiştir. Basın taramalarında haber metinlerinin nicel analizi önemli bir yer tutmaktadır. Bu açıdan nicel içerik çözümlemesinin en önemli amacı, araştırma konusu olarak belirlenen sorunun basında nasıl sunulduğunun ortaya konulmasıdır (İrvan 2000).

Bu çalışmanın örnekleme olarak Güney Kore'de günlük İngilizce yayın yapan *The Korea Times* ve *The Korea Herald* gazeteleri seçilmiş ve bu gazeteler 1999 ve 2000 yılları boyunca incelenmiştir. Her iki gazete de Güney Kore'deki iki büyük medya kuruluşu tarafından çıkarılmaktadır ve bu iki gazetenin ülke basınının genel eğilimini yansıttığını söylemek mümkündür. Ülke genelinde geniş bir okuyucu kitlesi bulunan bu iki gazetenin hem Koreliler hem de Kore'de yaşayan yabancılar üzerinde haber kaynağı olarak büyük etkisi bulunmaktadır.

Makalede öncelikle Türkiye ile ilgili çıkan haberlerin konulara göre tasnifi yapılmış ve hangi alanların ön plana çıktığı tespit edilmiş-

tir. Daha sonra Türkiye ile ilgili müstakil haberlerle fotoğraflı haberlerin değerlendirilmesi yapılmıştır. Çünkü başlıklı veya fotoğraflı olarak yayınlanan haberlerin, sadece birkaç satırla Türkiye'den bahsedilmiş haberlere göre okuyucu üzerindeki etkisinin daha büyük olduğu düşünülmektedir.

Haberlerin okuyucu üzerinde olumlu veya olumsuz bir intiba bırakması genel kabul gören bir gerçektir. Basit iletişim modeli, metinlerin alıcılara ulaştıkları vakit bir etkiye yol açtıkları varsayımından hareket etmektedir. Bu modele göre alıcı yani okuyucu oldukça edilgen bir konumdadır ve sebep-sonuç ilişkisi tek yönlü olarak değerlendirilmektedir (Gökçe 1995: 39). Bu açıdan her haber okuyucu üzerinde Türkiye hakkında bıraktığı etkiye göre "olumlu", "olumsuz" ve "etkisiz" olmak üzere üç kategoride değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme yapılırken haberde Türkiye'ye karşı bir önyargı seziliyorsa bu doğrudan olumsuz nitelikli haberler içinde yer almıştır. Ayrıca, haber, önyargılı olmasa bile, Türkiye hakkında olumsuz ve okuyucuya hoş gelmeyecek bir tarzda sunuluyorsa, bu tür haberler olumsuz kategoride yer almıştır. Çünkü bu tür haberler hiç yayımlanmamış olsaydı, okuyucuda en azından Türkiye hakkında olumsuz bir izlenim uyandırmayacağı varsayılmıştır. Örneğin Abdullah Öcalan'ın yakalanması ile PKK ve Kürt sorunu etrafında yapılan yayınlar tarafsız olsa bile bu kapsamda değerlendirilebilir. Çünkü bu tür haberler, Türkiye'yi dünya kamuoyu önünde demokrasi, insan ve azınlık hakları açısından sorunlu bir ülke olarak göstermektedir. Yine Galatasaray-Leeds United UEFA yarı final maçından önce İstanbul'da iki İngiliz taraftarın bıçaklanarak öldürülmesi ile ilgili haberler de Türkiye'nin imajı açısından sıkıntılı bir durum yaratmıştır. Ülkenin itibarını sarsıcı ve imaj bunalımına yol açıcı bu tür olaylarla (1) ilgili yapılan haberler, dünya kamuoyunu Türkiye konusunda olumsuz yönde etkilemektedir.

Diğer taraftan, Türkiye'yi övücü veya ülke hakkında olumlu izlenim bırakan bir haberi işleyen yayınlar doğal olarak olumlu kategoride değerlendirilmiştir. Türkiye'nin tarih ve kültürü veya siyasi ve stratejik konumuyla ilgili sıradan haberler bile okuyucu üzerinde Türkiye'nin önemli bir ülke olduğu hissini uyandırdığı için olumlu kategoride değerlendirilmiştir.

Yine sporla ilgili haberler, sonunda başarısız bir sonuç olsa bile, Türkiye’den çok uzakta bir ülkenin gazetesinde haber konusu olduğu için olumlu olarak değerlendirilmiştir.

Etkisiz (nötr) haberler ise okunduğunda okuyucuda Türkiye hakkında olumlu veya olumsuz bir izlenim uyandırmayan ya da bazen hem olumlu hem de olumsuz nitelikleri bir arada ihtiva eden haberler olarak tanımlanabilir. Etkisiz haberlerin oranı olumlu ve olumsuz haberlere göre oldukça düşük kalmaktadır.

İçerik çözümlemesi öncelikle araştırmacının varsayımları çerçevesinde oluşturulan bir kategorileştirme işlemidir (İnal 1996). Bu araştırma için Türkiye’nin imajını belirlemede etkili olduğu düşünülen “siyaset”, “ekonomi”, “spor”, “tarih/kültür” ve “diğerleri” başlığı altında beş ayrı kategori oluşturulmuştur. “Diğerleri” kategorisinde, diğer dört konu dışında yer alan haberler incelenmiştir. Bütün bunlar içinde doğrudan iki ülke arasında bağlantılı haberler olduğu gibi genel olarak sadece Türkiye’yi ilgilendiren haberler de bulunmaktadır.

“Siyaset” başlığı altında Balkanlar, Kafkasya, Orta Asya, Orta Doğu, Avrupa Birliği, Rusya, ABD ve Güney Kore bağlantılı Türkiye haberlerinin yanısıra, Türkiye’nin iç siyasi gelişmelerine yönelik haberler de bulunmaktadır. Bazen bu haberler iç içe geçmiş bir şekilde de sunulmaktadır. Çalışmada incelenen dönem 1999 ve 2000 yıllarını kapsadığı için 1999 yılında PKK lideri Abdullah Öcalan’ın yakalanmasını takiben yaşanan gelişmeler çerçevesinde Güneydoğu sorunu ve genel olarak Ortadoğu’daki Kürt meselesi çerçevesinde Türkiye ile ilgili haberlerin yoğunlaştığı görülmektedir. Öcalan’ın Türkiye’deki yargılanma süreci, PKK yandaşların Avrupa şehirlerinde gerçekleştirdiği protesto eylemleriyle ilgili haberler genelde Türkiye’nin imajını olumsuz yönde etkilemiştir. Yine cezaevlerinde yasadışı sol örgütlere mensup mahkumların düzenledikleri eylemler ve bu çerçevede çıkan olaylar da Kore basınında olumsuz bir şekilde gündeme gelmiştir. Bu tür haberler, tarafsız bir şekilde sunulmaya çalışılsa bile, Türkiye’nin bir istikrarsızlık ve karmaşa ülkesi olduğu ve insan hakları ihlallerinin yoğun olarak yaşandığı ve demokrasinin yeterince gelişmediği şeklinde Koreli okuyucuları etkileyebilmektedir.

Türkiye’nin iç siyasetiyle ilgili çıkan haberler arasında 1999 genel seçimlerinden sonra Demokratik Sol Parti (DSP)-Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)-Anavatan Partisi (ANAP) koalisyonunun kurulması, Fazilet Partisi (FP) Milletvekili Merve Kavakçı’nın TBMM (Türkiye Büyük Millet Meclisi) genel kurul oturumuna başörtülü girmesiyle yaşanan laiklik krizi, arkasından FP hakkında açılan kapatma davası yer almıştır. Bu haberlerin işleniş biçimi, genelde okuyucu üzerinde Türk demokrasisinin sorunlu bir yapısı olduğu izlenimini bırakmaktadır. 2000 yılında Ahmet Necdet Sezer’in cumhurbaşkanı olması ise “demokrasi yanlısı Anayasa Mahkemesi başkanının meclis tarafından cumhurbaşkanlığına seçildiği” şeklinde olumlu bir şekilde haberlere yansımıştır.

1999 sonunda Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne resmen aday ülke olarak kabul edilmesi Türkiye’nin tarihi, stratejik ve kültürel önemini ön plana çıkararak bir etki yapmıştır. NATO’nun 1999’da Kosova’ya müdahalesi, Bosna ve Makedonya sorunları, Türk-Yunan ilişkileri ve Kıbrıs meselesi etrafında Türkiye ile ilgili haberler yapılmıştır. Yine 1999 yılında Rusya’nın Çeçenistan’a karşı başlattığı askeri harekât dolayısıyla Kore basınında yapılan haberlerde Türkiye’den de bahsedilmiştir. Ortadoğu ile ilgili yapılan haberlerde Türkiye’deki üslerden kalkan Amerikan ve İngiliz uçaklarının Irak’taki bazı hedefleri bombaladıkları haberleri düzenli bir şekilde Kore basınında yer almıştır.

Türkiye-Kore bağlantılı çıkan haberlerde ise, Kore Savaşı’nın 50. yıldönümü münasebetiyle düzenlenen anma törenlerinde Kore Savaşı’na Güney için asker gönderen Türkiye ile ilgili olarak düzenlenen programlar yaygın olarak haber konusu olmuştur. Türk ve Güney Kore askeri heyetleri arasında iki ülke arasındaki askeri işbirliğini geliştirmek için yapılan temaslar da zaman zaman gündeme gelmiştir. Türkiye ve Güney Kore arasındaki siyasi haberlerin hem içerik hem de haberin işleniş açısından son derece olumlu ele alınması dikkat çekicidir.

Türkiye hakkındaki “ekonomi” haberleri ise, diğer konu başlıklarına göre Kore basınında daha az yer almıştır. Türkiye’de yaşanan iktisadi bunalımlar ve bu çerçevede IMF (Ulusla-

rarası Para Fonu) ve Dünya Bankası'yla ilişkilerin yanısıra THY (Türk Hava Yolları) ve Asiana Hava Yolları'nın doğrudan İstanbul-Seul seferlerine başlaması ve iki ülke arasındaki ticari ilişkiler ile ortak yatırımlar haber olarak Kore basınında yer almıştır. Özellikle THY, doğrudan İstanbul-Seul seferlerinin başlamasından sonra Kore gazetelerinde tam veya yarım sayfa büyüklüğünde Türkiye'yi tanıtıcı reklamlar vermeye başlamıştır.

Kore gazetelerinde "spor" ile ilgili çıkan haberlerin ezici bir çoğunluğu, Türkiye'nin adını tanıtıcı ve okuyucuda olumlu bir izlenim bırakan şekildedir. Bu konuda Türkiye'yi tanıtmaya adına Galatasaray önemli bir rol üstlenmiştir. 2000 yılında Galatasaray'ın UEFA kupasını almasına kadar giden süreçte bu Türk futbol kulübü ile ilgili olarak çok sayıda müstakil ve resimli haber yayımlanmıştır. Galatasaray, Kore basınının spor sayfalarında manşet olmayı başarmıştır. Öyle ki, sokaktaki sıradan bir Koreli bile Galatasaray'ı tanıır hale gelmiştir. Bunun yanı sıra, yine 2000 yılında Galatasaray ve Beşiktaş'ın şampiyonlar ligi ile diğer Türk takımlarının Avrupa kupalarındaki maçları ve bazen de Türkiye birinci ligi sonuçları Kore basınında haber olmuştur. Futbola ilgili olarak Türkiye'nin 2000 Avrupa Futbol Şampiyonası'nda çeyrek finale kadar çıkması ile ilgili çok sayıda haber yapılmıştır. Türkiye futbol millî takımının eleme gruplarındaki maçlar kısa da olsa Kore basınında yer bulabilmiştir. 2000 Sydney Olimpiyatları sırasında Türk sporcuların 3 altın ve 1 bronz madalya ile elde ettiği başarılar da, belli bir dönem Kore basınında yer etmiştir. Özellikle Halil Mutlu'nun halterde dünya rekoru kırması spor sayfalarının manşetlerinde yer almıştır. 1999 Avrupa Basketbol şampiyonasında Türkiye'nin çeyrek finale kalması yine haber konusu olmuştur.

"Tarih ve kültür"le ilgili konularda Türkiye'nin tarihi zenginliği, turistik özellikleri ve doğal güzellikleriyle ön plana çıktığı görülmektedir. Kore'deki Türk lokantaları ve düzenlenen Türk yemekleri haftaları, Türk mutfağını dolayısıyla Türk kültürünü tanıtıcı bir etki yapmıştır. Selçuklu/Osmanlı/Türkiye dönemlerine ait sanat gösteri ve sergileri ile Türkiye'deki Roma ve antik dönemden kalma harabelerin kazıları gibi haberler de Türk tarih ve kültürünün zenginliğini göstermektedir. Bu konuda özellikle Ko-

re'de yaşayan Türklerin yazdığı yazılar ile düzenlediği faaliyetler Türk kültürünü tanıtıcı haberlerin çıkmasını sağlamıştır. "Tarihte Bugün" adlı köşelerde de genellikle Osmanlı dönemi ile ilgili önemli olaylara kısaca yer verilmiştir. Tarih/kültür konulu haberlerin çok büyük kısmı, Türkiye'yi tanıtıcı ve hakkında olumlu izlenim bırakıcı bir tarzda yayımlanmıştır.

"Diğerleri" başlığı adı altında incelenen haberlerin ana teması Türkiye'de yaşanan deprem felaketleridir. 1999 yılında meydana gelen Marmara depremi ve daha sonra olan Düzce ve diğer depremlerle ortaya çıkan insani trajedi, tüm dünya basınında olduğu gibi Kore basınında da çok geniş bir şekilde işlenmiştir. Ülke genelinde Kore basınının desteklediği Türkiye'ye yardım kampanyaları düzenlenmiş ve sadece haber sayfalarında değil köşe yazılarında bile Türkiye depremiyle ilgili olarak Türk halkıyla dayanışma mesajları verilmiştir. Deprem gibi büyük bir felaketin aslında haber olması bir ülke için hoş bir durum değildir. Ancak tüm dünya genelinde olduğu gibi Güney Kore'de de deprem mağduru Türk halkına karşı duyulan sempati büyük oranda artmıştır. Bu açıdan 1999 yılı başında Abdullah Öcalan'ın yakalanması ve yargılanması sürecinde PKK sorunu çerçevesinde Türkiye aleyhine oluşan olumsuz imajın, yine 1999 yılı ortalarından itibaren yayınlanan deprem haberleriyle olumluya döndüğü söylenebilir.

## BULGULAR

*The Korea Times* ve *The Korea Herald* gazetelerinde 1999 ve 2000 yıllarını kapsayan toplam iki senelik zaman dilimi içerisinde Türkiye ile ilgili çıkan müstakil veya başka başlıklar altında çıkan toplam 533 adet haber bulunmaktadır. Bu haberler içerisinde siyaset 171 haberle (%32,1) birinci sırayı alırken, onun hemen arkasından 169 haberle (%31,7) spor gelmektedir. Üçüncü sırada 117 adetle (%22) tarih/kültür konulu haberler bulunmaktadır. Diğer başlığı adı altında incelenen ve daha çok depremlerle ilgili haberlerin sayısı 47'dir (%8,8). Ekonomi haberlerinin sayısı ise sadece 29'da (%5,4) kalmaktadır. (Bkz. Tablo-1) Görüldüğü gibi Türkiye'yle ilgili haberlerin ezici çoğunluğu siyaset, spor ve tarih/kültürle ilgilidir. Bu üç haber grubu toplandığında %85,7 gibi son

derece yüksek bir rakama ulaşılmaktadır. Dolayısıyla, basın taraması yoluyla elde ettiğimiz veriler ışığında Kore kamuoyunun günümüzde Türk siyaseti, sporu ve tarih/kültürü ile Türkiye'yi tanıdığı söylenebilir.

Haberlerin sayısı kadar okuyucu üzerinde bıraktıkları intiba da yurtdışında Türk imajının oluşumu açısından büyük önem taşımaktadır. Toplam 533 habere bakıldığında, yukarıda tanımlanan çerçeve içerisinde Türkiye ile ilgili

haberlerin %64,9'u olumlu, %16,7'si olumsuz ve %18,4'ü etkisiz (nötr) bir izlenim bırakıyor. (Bkz. Tablo-1) Genel olarak bakıldığında, Türkiye veya Türkler ile ilgili çıkan haberlerin büyük kısmının Kore'deki Türk imajını olumlu yönde etkilediği söylenebilir. Bu noktada konu başlıkları gözönüne alındığında, Türkiye'nin hangi imajıyla daha olumlu olarak Kore kamuoyuna görüldüğünün araştırılması diğer bir ilginç nokta olacaktır.

Tablo 1: Haberlerin Konulara Göre Dağılımı

			ETKİ			Toplam
			olumlu	olumsuz	nötr	
KONU	Siyaset	Sayı	63	65	43	171
		% (Toplam içinde)	11,8%	12,2%	8,1%	32,1%
	Ekonomi	Sayı	18	7	4	29
		% (Toplam içinde)	3,4%	1,3%	,8%	5,4%
	Spor	Sayı	146	7	16	169
		% (Toplam içinde)	27,4%	1,3%	3,0%	31,7%
	Tarih/Kültür	Sayı	83	8	26	117
		% (Toplam içinde)	15,6%	1,5%	4,9%	22,0%
	Diğer	Sayı	36	2	9	47
		% (Toplam içinde)	6,8%	,4%	1,7%	8,8%
	Toplam	Sayı	346	89	98	533
		% Toplam	64,9%	16,7%	18,4%	100,0%

Siyaset haberlerinin %36,8'i olumlu, %38'i olumsuz ve %25,1'i nötr bir etki bırakmaktadır. Ekonomi haberlerinin %62,1'i olumlu, %24,1'i olumsuz ve %13,8'i nötr bir intiba uyandırmaktadır. Spor haberlerine bakıldığında %86,4'ünün olumlu, %4,1'nin olumsuz ve %9,5'nin de nötr olduğu görülmektedir. Tarih ve kültürle ilgili haberlerin %70,9'u olumlu, %6,8'i olumsuz ve %22,2'si nötr bir tesire sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Diğer başlığı adı altında incelenen ve daha çok deprem haberlerini kapsayan konularda ise %76,6 olumlu, %4,3 olumsuz ve %19,1'de nötr bir etki bırakmaktadır.

Bu iki inceleme grubu genel olarak değerlendirildiğinde şöyle bir tablo ortaya çıkmaktadır. Türkiye'nin en çok Kore kamuoyuna görüldüğü üç temel konudan biri olan siyasette, daha çok olumsuz bir imaj yayılmaktadır. Siyasette ortaya çıkan Türk veya Türkiye imajının olumsuz olması son derece düşündürücü bir durumdur. Bu Türkiye'nin siyaseten istikrarsız bir

ülke olduğu kanaatinin yaygın kabul görmesine yol açabilecek bir durumdur. Spor ve tarih/kültür alanlarında Türkiye'nin %80 civarında yüksek bir oranla olumlu bir izlenim ortaya çıkması, siyasette ortaya çıkan olumsuz tablonun dengelenmesi açısından önemlidir. Nispeten daha az haber çıkan ekonomi ve deprem konularında yine yüksek oranda olumlu bir izlenim bırakılması Türkiye açısından iyi bir durumdur.

Habercilikte başlık metinden daha önemlidir. Çünkü başlığın amacı habere çekicilik kazandırmak ve okuyucuyu metni okumaya teşvik etmektir (İspirli 2000: 214). Üstelik hızlı bir bilgi akışının yaşandığı günümüzde, okuyucunun haberin içeriğinin farkına varması ve okumaya sevk edilmesi başlık sayesinde mümkün olmaktadır (Oktay 1995: 58). Dolayısıyla, Türk imajının belirlenmesinde haber sayısı dağılımı kadar yine okuyucu üzerinde büyük etki bırakan başlıklı yani müstakil haber sayısı oranı da büyük önem taşımaktadır.

Tablo 2: Başlıklı Haberler

			BAŞLIK		Toplam
			yok	var	
KONU	Siyaset	Sayı	78	93	171
		% (konuya göre)	45,6%	54,4%	100,0%
	Ekonomi	Sayı	6	23	29
		% (konuya göre)	20,7%	79,3%	100,0%
	Spor	Sayı	129	40	169
		% (konuya göre)	76,3%	23,7%	100,0%
	Tarih/Kültür	Sayı	94	23	117
		% (konuya göre)	80,3%	19,7%	100,0%
	Diğer	Sayı	8	39	47
		% (konuya göre)	17,0%	83,0%	100,0%
Toplam		Sayı	315	218	533
		% Toplam	59,1%	40,9%	100,0%

Türkiye ile ilgili toplam 533 haber içerisinde başlıklı olarak çıkanların sayısı 218'dir. Yani müstakil haberlerin toplam içerisindeki oranı %40,9'u bulmaktadır. (Bkz. Tablo-2) Konu başlıklarına göre bakıldığında, genel dağılımın aksine farklı bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Deprem ağırlıklı haberlerin %83'ü, ekonomi haberlerinin %79,3'ü, siyaset haberlerinin %54,4'ü, spor haberlerinin %23,7'si, ve tarih/kültür haberlerinin %19,7'si başlıklı haberlerden oluşmaktadır. Başlıklı haber, haberin hacminin büyüklüğünü de ifade ettiği için haber sayısı kadar önem arz etmektedir. Bu açıdan en yoğun haberlerin yapıldığı üç konudan ikisi olan spor ve tarih/kültür haberlerinin müstakil haber olma oranının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Toplam haberlerin ancak %8,8'ini oluşturan deprem ağırlıklı haberlerin %83'ü müstakil olarak yapıldığı için geniş hacimli oldukları rahatlıkla söylenebilir. En çok haber yapılan siyasi konuların yarısının müstakil olarak yayımlandığı düşünülürse, Kore'deki Türk imajını belirlemede siyasi haberlerin bariz olarak ön plana çıktığı görülmektedir.

Başlık gibi haber hacmini etkileyen bir diğer unsur fotoğrafı (resimli) haberlerdir. Fotoğraf mesajın algılanmasında büyük bir etkiye sahip olup gerçekliğin bir yorumudur. Üstelik haberi okuyucu için cazip kılmaktadır (Derman 1991: 67). Örneğin Marmara depremi ile ilgili haberle birlikte yayımlanan bir binanın enkazı üzerinde çaresizce ağlayan bir kadın ve bir çadır kentte karavana yemeği için sıraya girmiş mağdur depremezelerin fotoğrafları, olayın

vahametini söze gerek kalmaksızın çarpıcı bir şekilde okuyucuya aktarmaktadır.

Fotoğraflı haberlere de bakıldığında, başlıklı müstakil haberlerdeki dağılıma benzer bir oran görülmektedir. Bu açıdan başlıklı ve fotoğraflı haberlerin çıkması arasında doğru bir orantının olduğu göze çarpmaktadır. Resimli haberlerin toplam 533 haber içerisindeki oranı %15,4'te (82 adet) kalmaktadır. Konulara göre en çok fotoğraflı haber %34,5 (10 adet) ile ekonomi ağırlıklı haberlerdir. Bu oranın yüksek çıkmasında THY'nin gazetelere verdiği reklamların etkisi büyüktür. Yine deprem ağırlıklı haberlerin %23,4'ü (11 adet), siyaset haberlerinin %20,5'i (35 adet), tarih/kültür haberlerinde %10,3'ü (12 adet) fotoğraflıdır. Türkiye ile ilgili spor haberlerinde ise fotoğraf kullanma oranı %8,3 (14 adet) gibi bir oranla haber sayısına göre çok düşük seviyelerde kalmıştır

Bir gazetenin en önemli yeri yani vitrini birinci sayfasıdır. Bu sayfa anabaşlık (sürmanşet), başlık gibi bilgilerle gündem konularını içermektedir (İspirli 2000: 217). Okur için önemli olan haber, gündem oluşturmakta ve bu tür gündem yaratan konular kendilerine birinci sayfada yer bulmaktadır. Türkiye ile ilgili birinci sayfada çıkan 20 adet haberin toplam içindeki oranı %3,8'ine tekabül etmektedir. Bunlardan 8'i siyaset (%40), 7'si deprem (%35), 4'ü spor (%20) haberlerinden oluşmaktadır. Birinci sayfalarda ekonomiyle ilgili çıkan sadece bir haber varken, Türk tarih ve kültürüyle ilgili olarak birinci sayfada hiçbir haber çıkmamıştır. Dolayısıyla Kore basınında Tür-

kiye adına gündem oluşturmada siyaset ve deprem haberleri başı çekerken, spor haberleri de bu konuda nispeten önemli bir yere sahip olmuştur.

Tüm bu değerlendirmelere göre haber sayısı (%32,2), başlıklı haber sayısı (%42,7), fotoğraf kullanma oranı (%43,2) ve birinci sayfada gündem belirlemede (%40) Türkiye'yle ilgili çıkan haberler içerisinde siyaset haberlerinin diğer konulara göre yüksek bir paya sahip olduğu görülmektedir. Sayı olarak yüksek olan spor ve tarih/kültür haberlerinin oranı, başlıklı haber ve fotoğraflı haber oranında son derece düşük çıkmaktadır. Spor haberlerinin birinci sayfada gündem belirleme özelliği bulunurken, tarih/kültür haberleri için aynı şeyi söylemek mümkün değildir. Tam aksine sayı olarak düşük olan deprem haberleri ile ekonomi haberlerinin oranının başlıklı ve fotoğraflı haber sayısında arttığı görülmektedir. Deprem haberlerinin Kore basınında gündem oluşturma özelliği kaydadeğer bir durumdur. Haber sayısı, başlıklı haber sayısı, fotoğraflı haber sayısı ve birinci sayfada çıkan haber sayısına bakıldığında spor, tarih/kültür ile deprem haberlerinin Kore kamuoyu üzerinde birbirlerine yakın oranda bir etki bıraktığı söylenebilir. Kore kamuoyunda Türkiye'nin en az ön plana çıkan yanının, genel olarak bakıldığında iktisadi boyutu olduğu görülmektedir.

#### DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Yapılan araştırmalar insanların daha çok televizyon haberlerini izleyip bilgilendiklerini belirtmelerine rağmen, hatırladıkları haberlerin %48'ini yazılı basından takip ettiklerini ortaya çıkarmıştır (İnal 1996: 149) Yani günümüzde yazılı basın önemli bir bilgi kaynağı olmaya devam etmektedir. Eğer insanların hatırladıkları haberler içerisinde gazete bu kadar önemlisse Kore gazetelerinde çıkan Türkiye ile ilgili haberlerin, diğer haber kaynaklarında çıkan haberlerden daha etkili olacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu araştırmanın sonuçlarına göre, Türkiye'nin Kore kamuoyunda en çok siyasi haberlerle ön plana çıktığı dikkati çekmektedir. Ancak aynı zamanda, Türkiye'nin siyasi konularda daha çok olumsuzluklarıyla gündeme geldiği görülmektedir. Dolayısıyla, demokratikleşme süreci

ve insan haklarının geliştirilmesiyle ilgili olarak Türkiye'nin tüm dünyaya daha iyi mesajlar vermesinin gerekliliği gayet açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

Türk sporunda son zamanlarda yaşanan çıkışın, ülke tanıtımı açısından büyük önem taşıdığı bu çalışmada açıkça görülmüştür. Türk sporcu ve takımlarının elde ettiği başarılı sonuçlar, hem ülke tanıtımı hem de daha önemlisi Türkiye'nin güzel bir şekilde dünyaya takdimi açısından önemli bir görevi yerine getirmektedir. Asya'nın doğu ucunda bulunan Kore basınında Türkiye ile ilgili spor haberlerinin sıklıkla çıkması bu fikri doğrulamaktadır.

Bu araştırma, somut tarihsel koşulların bir ülkenin imajını oluşturmada önemli bir rol oynayabileceğini göstermiştir. Bu açıdan 1999 yılında meydana gelen ve çok derin izler yaratan Marmara depremi, o dönemde dünyadaki Türk imajını belirleme açısından hatırı sayılır bir paya sahip olmuştur. Burada iletişim bilimi açısından önemli olan, böyle bir talihsiz olay dolayısıyla ortaya çıkan dünya kamuoyu ilgisinin o ülkenin çıkarları doğrultusunda olumlu bir şekilde kullanılabileceği olgusudur.

Tarih ve kültürle ilgili Kore basınında çıkan müstakil haberlerin sayıca azlığı göz önünde bulundurulursa, Türkiye'nin zenginliklerinin tanıtılması konusunda daha ciddi ve yoğun çalışmalara gerek duyulduğu aşikârdır. Bu konuda aktif bir strateji benimsenmeli ve adeta bir seferberlik başlatarak Türkiye'nin tüm zenginliklerini tanıtıcı uluslararası faaliyetlere ağırlık verilmelidir. Türk tarihi ve kültürüyle ilgili yabancı medyada çıkan haberlerin sayısının artması, Türkiye'nin imajını olumlu yönde etkileyecektir.

Türkiye'nin iktisadi alandaki zayıflığı, daha doğrusu potansiyelinin çok altındaki ekonomik performansı, Güney Kore basınına daha az haber olma şeklinde yansımıştır. Mucizevi iktisadi kalkınmalarıyla övünen Kore toplumu için bu alanda gösterilecek başarılar da büyük önem taşımaktadır. Türkiye'nin iktisadi gücünün artması beraberinde Türkiye'nin Güney Kore'deki yatırımlarının artmasını temin edecek, bu da Türkiye'nin bu ülkedeki kültürel ve sosyal faaliyetlerinin yoğunlaşmasına zemin hazırlayacaktır. Bu durum sadece Güney Kore

için değil dünyadaki diğer ülkeler için de geçerlidir.

Son olarak, Türkiye'nin dünya basınında kendince önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Bu fikri destekleyen en önemli unsur, Türkiye'yle yoğun ilişkisi bulunmayan bir ülke (Güney Kore) basınında bile Türkiye bağlantılı haberlerin bir ağırlığa sahip olmasının bu çalışmayla ispatlanmasıdır. Türkiye'nin yakın çevresi dışında yer alan başka ülkeler hakkında yapılacak benzer çalışmaların, varılan bu sonucu desteklemesi beklenmektedir.

#### **NOTLAR**

(1) Abdullah Öcalan'ın yakalanış süreci, olaylı Galatasaray-Leeds United maçı ve depremlerin Türkiye'nin dış dünyadaki imajına etkileri için bkz. Becerikli 2000.

#### **KAYNAKLAR**

Becerikli S Y (2000) Kriz Anlarında Stratejik Yönetim Planlaması: Turizm Bakanlığı'nın Kriz Çalışmaları; Abdullah Öcalan, Deprem ve Leeds United-Galatasaray, Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Araştırmaları Derg, 1(1), 59-88.

Derman H (1991) Fotoğraf ve Gerçeklik, Ağaç Yayıncılık, İstanbul.

Gökçe O (1995) İçerik Çözümlemesi, Selçuk Üniversitesi Yayınları, Konya.

İnal M A (1996) Haberi Okumak, Temuçin Yayınları, İstanbul.

İrvan S (2000) Metin Çözümlemelerinde Yöntem Sorunu, Medya ve Kültür, Süleyman İrvan (der), Gazi Üniversitesi Yayınları, Ankara.

İspirli M (2000) Medya Gerçeği ve Haberciler, Akçağ Yayınevi, Ankara.

Oktay A (1995) Medya ve Hedonizm, Yön Yayıncılık, İstanbul.

The Korea Herald Gazetesi, 1999-2000 dönemi.

The Korea Times Gazetesi, 1999-2000 dönemi.