



ANKARA
HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**GENEL SEÇİMLERDE LİDER İMAJININ TÜRK
BASININDA TANSU ÇİLLER ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN
ANALİZİ**

Yasin ŞENER

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Ülkü Ayşe OĞUZHAN BÖREKÇİ

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
SİYASAL İLETİŞİM BİLİM DALI**

AĞUSTOS 2022



**GENEL SEÇİMLERDE LİDER İMAJININ TÜRK BASININDA TANSU
ÇİLLER ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN ANALİZİ**

Yasin ŞENER

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
SİYASAL İLETİŞİM BİLİM DALI**

**ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

AĞUSTOS 2022

ETİK BEYAN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Yasin ŞENER

17/08/2022

Genel Seçimlerde Lider İmajının Türk Basınında Tansu Çiller Örneği Üzerinden Analizi
(Yüksek Lisans)

Yasin ŞENER

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Ağustos 2022

ÖZET

Demokratik toplum yapısının yaygınlaştığı 21. yüzyılın ilk çeyreğinden itibaren halkın yönetime katılım oranı artmıştır. Halk artık sadece pasif bir şekilde verilen emirleri tartışmaya mahal vermeden uygulayan ya da konulan kurallara ve yasaklara biat eden insanlar topluluğu değil bizatihi bu kuralları koyan, uygulanmasını denetleyen, kendi kaderini siyaseten tayin eden aktif bir topluluk haline gelmiştir. Halklar bu haklarını en açık biçimde seçim sandıklarında kullanmışlardır. Seçimler yoluyla sadece partiler ya da liderler iktidara getirilmemiş, ülkenin gelecek birkaç yılının kaderi de çizilmiştir. Bu çalışmada Türkiye'nin 1990'lı yıllarında siyaset sahnesinin ana aktrislerinden olan ve Türkiye'nin ilk kadın başbakanı unvanını da taşıyan Tansu Çiller'in yazılı basındaki lider imajı incelenecektir. İnceleme kapsamında Cumhuriyet, Hürriyet ve Türkiye gazeteleri kullanılarak, Tansu Çiller'in Doğru Yol Partisi'nin genel başkanı seçildiği 14 Haziran 1993 yılından başlayarak sırasıyla 1995, 1999 ve Tansu Çiller'in katıldığı son genel seçim olan 3 Kasım 2002 genel seçimleri üzerinden lider imajı özellikleri niteliksel içerik analizi yöntemiyle ele alınacaktır. Çalışmada, Cumhuriyet, Hürriyet ve Türkiye gazetelerinin oluşturdukları Tansu Çiller'in lider imajı analiz edilecektir. İncelemenin sonucunda Cumhuriyet ve Türkiye gazetelerinin Tansu Çiller'in lider imajında ön plana çıkardıkları özelliklerde incelenen dönemler kapsamında bir istikrar varken Hürriyet gazetesinde keskin inişler ve çıkışlar yaşanmıştır. Cumhuriyet gazetesi süreç boyunca olumsuz lider özelliklerini, Türkiye gazetesi ise süreç boyunca olumlu lider özelliklerini ön plana çıkarmıştır. Hürriyet gazetesi ise 1993 Güven oylaması sürecinde olumlu, 1995 genel seçimlerinde olumsuz, 1999 genel seçimlerinde olumsuz, 2002 genel seçimlerinde olumlu özellikleri ön plana çıkarmıştır.

Bilim Kodu : 111516
Anahtar Kelimeler : Liderlik, İmaj, Tansu Çiller, Seçimler
Sayfa Adedi : 169
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Ülkü Ayşe OĞUZHAN BÖREKÇİ

An Analysis of Leader Image in General Elections in the Turkish Press: Example of Tansu
Çiller

(M. Sc. Thesis)

Yasin ŞENER

ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

August 2022

ABSTRACT

Since the first quarter of the 21st century, when the democratic social structure began to prevail, the rate of public participation in governance has risen. Society has turned from the community that passively implements the given orders without any discussion or obeying the rules and prohibitions into an active community that sets these rules and supervises their implementation. Societies have used this right of determination most clearly at the elections. Not only parties or leaders were brought to power through elections, but also the fate of the country for the next few years was determined. In the current study, the leader image of Tansu Çiller in the print media, who was one of the main actresses on the political scene in the 1990s and the first female prime minister of Turkey, was analyzed. Within the scope of the analysis, by benefitting from Cumhuriyet, Hürriyet, and Türkiye newspapers, the leader image of Tansu Çiller was investigated, starting from June 14, 1993, when Tansu Çiller was elected as the leader of the Doğru Yol Partisi, the general elections in 1995, 1999, and November 3, 2002, which was the last general election in which Tansu Çiller participated, by using content analysis method. During the study, both the leader image of Tansu Çiller through the print media was tackled, as well as the perspective of Cumhuriyet, Hürriyet, and Türkiye newspapers, which created this image, were evaluated. As a result of the investigation, there was stability throughout the process in the qualities that Cumhuriyet and Türkiye newspapers highlighted in Tansu Çiller's leader image, while there were sharp ups and downs in Hürriyet newspaper. Throughout the process, while Cumhuriyet highlighted the negative leader characteristics, Türkiye underscored the positive leader characteristics of Tansu Çiller. On the contrary, Hürriyet emphasized positive leader characteristics in the vote of confidence in 1993, negative leader characteristics in the general elections in 1995 and 1999, and lastly, positive leader characteristics in the general elections in 2002.

Science Code : 111516
Key Words : Leadership, Image, Tansu Çiller, Elections
Page Number : 169
Supervisor : Prof. Dr. Ülkü Ayşe OĞUZHAN BÖREKÇİ

TEŞEKKÜR

Tez konumun belirlenmesinde ve tez çalışmamın her aşamasında bilgi ve nezaketiyle yardımlarını gördüğüm değerli hocam Prof. Dr. Ülkü Ayşe OĞUZHAN BÖREKÇİ'ye, çalışmamın düzenleme aşamalarında yardımlarını gördüğüm desteğini esirgemeyen kıymetli kardeşim Gamze ŞENER'e, her adımında yanımda olan, mânevi desteklerini her zaman hissettiren aileme, ilkokul yıllarımdan bu yana üzerimde emekleri olan tüm hocalarıma ve arkadaşlarıma teşekkür ederim.



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLoların LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLERİN LİSTESİ	xi
GRAFİKLERİN LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR	xiv
1. GİRİŞ	1
2. SİYASAL LİDERLİK, İMAJ VE MEDYA	7
2.1. Siyasal Liderliğin Doğası ve Liderlik Yaklaşımları.....	7
2.2. Liderlik Yaklaşımları	11
2.2.1. Evrensel Liderlik Yaklaşımları	12
2.2.2. Modern Liderlik Yaklaşımları.....	19
2.2.3. Karizmatik Liderlik Yaklaşımı.....	21
2.3. İmaj Ne Değildir?	26
2.4. İmaj Nedir.....	28
2.5. Tutum ve Tutumun öğeleri.....	30
2.6. İmajın Oluşumu	33
2.7. İmajın Öğeleri.....	37
2.8. İmajın Fonksiyonları	39
2.9. İmaj Türleri.....	39
2.10. Kişisel İmajı Oluşturan Öğeler.....	42
2.11. Olumlu İmaj Oluşturmayı Engelleyen Unsurlar	49

2.12. Medyanın İmaj Oluşum Sürecindeki Rolü: Medyanın İnsanlar Üzerindeki Etkisi	50
2.12.1. Lider İmajı Oluşturma Sürecinde Gündem Kurma Modelinin Rolü..	52
2.12.2. Medyanın Seçim Süreçlerinde Rolü.....	55
2.13. Türk Demokrasi Tarihinde Lider İmajı	58
3. LİDER İMAJININ TÜRK BASININDA TANSU ÇİLLER ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN ANALİZİ.....	61
3.1. 1993 Güven Oylaması Süreci.....	61
3.1.1. Cumhuriyet Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi.....	62
3.1.2. Hürriyet Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi .	70
3.1.3. Türkiye Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi..	77
3.2. 1995 Genel Seçimleri	86
3.2.1. Cumhuriyet Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi.....	86
3.2.2. Hürriyet Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi .	93
3.2.3. Türkiye Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi	104
3.3. 1999 Genel Seçimleri	113
3.3.1. Cumhuriyet Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi.....	113
3.3.2. Hürriyet Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi	117
3.3.3. Türkiye Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi	124
3.4. 2002 Genel Seçimleri	134
3.4.1. Cumhuriyet Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi.....	134
3.4.2. Hürriyet Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi	139
3.4.3. Türkiye Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi	146
3.5. Cumhuriyet, Hürriyet ve Türkiye Gazetelerinde Tansu Çiller’in Lider İmajına Yönelik Verilen Haberler Üzerine Genel Bir Değerlendirme	155

	Sayfa
4. SONUÇ	157
KAYNAKÇA.....	159
EKLER.....	167
EK-1. Haber Analiz Formu	167
EK-2. Tansu Çiller’in Lider İmajına İlişkin Kategoriler.....	167
ÖZGEÇMİŞ	169



TABLÖLARIN LİSTESİ

Tablo	Sayfa
Tablo 2.1. Geleneksel Yaklaşımcıların Ortaya Koydukları Liderlik Özellikleri	14
Tablo 2.2. Nadler ve Tusman'ın Karizmatik Liderlik Fonksiyonları.....	25
Tablo 2.3. Kişisel imajın Öğeleri.....	42
Tablo 2.4. Kişisel İmajın Öğeleri	43
Tablo 3.1. İncelenen Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım	155



ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 2.1. Basit Tutum Davranış İlişkisi	31
Şekil 2.2. Tutumun Öğeleri.....	32
Şekil 2.3. İmajın Öğeleri ve Oluşumu	37



GRAFİKLERİN LİSTESİ

Grafik	Sayfa
Grafik 3.1. 1993 Güven Oylaması sürecinde Cumhuriyet Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.	62
Grafik 3.2. 1993 Güven Oylaması sürecinde Cumhuriyet Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri.....	63
Grafik 3.3. 1993 Güven Oylaması sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.	70
Grafik 3.4. 1993 Güven Oylaması sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri.	70
Grafik 3.5. 1993 Güven Oylaması sürecinde Türkiye Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.	77
Grafik 3.6. 1993 Güven Oylaması sürecinde Türkiye Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri.	78
Grafik 3.7. 1993 Yılı Gazetelerin Karşılaştırmalı Lider İmajı Grafiği	85
Grafik 3.8. 1995 Genel Seçimleri sürecinde Cumhuriyet Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.	86
Grafik 3.9. 1995 Genel Seçimleri sürecinde Cumhuriyet Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri.....	87
Grafik 3.10. 1995 Genel Seçimleri sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.....	93
Grafik 3.11. 1995 Genel Seçimleri sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri	94
Grafik 3.12. 1995 Genel Seçimleri sürecinde Türkiye Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.....	104
Grafik 3.13. 1995 Genel Seçimleri sürecinde Türkiye Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri	105
Grafik 3.14. 1995 Genel Seçim Sürecinde İncelenen Gazetelerde Öne Çıkan Lider İmajı Kategorileri	112
Grafik 3.15. 1999 Genel Seçimleri sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.....	113
Grafik 3.16. 1999 Genel Seçimleri sürecinde Cumhuriyet Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri	114

Grafik	Sayfa
Grafik 3.17. 1999 Genel Seçimleri sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.....	118
Grafik 3.18. 1999 Genel Seçimleri sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri	118
Grafik 3.19. 1999 Genel Seçimleri sürecinde Türkiye Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.....	125
Grafik 3.20. 1999 Genel Seçimleri sürecinde Türkiye Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri	126
Grafik 3.21. 1999 Yılı Gazetelerin Karşılaştırmalı Lider İmajı Grafiği.....	133
Grafik 3.22. 2002 Genel Seçimleri sürecinde Cumhuriyet Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.....	134
Grafik 3.23. 2002 Genel Seçimleri sürecinde Cumhuriyet Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri	135
Grafik 3.24. 2002 Genel Seçimleri sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.....	139
Grafik 3.25. 2002 Genel Seçimleri sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri	140
Grafik 3.26. 2002 Genel Seçimleri sürecinde Türkiye Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.....	147
Grafik 3.27. 2002 Genel Seçimleri sürecinde Türkiye Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri	148
Grafik 3.28. 2002 Yılı Gazetelerin Karşılaştırmalı Lider İmajı Grafiği.....	154

KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
AB	Avrupa Birliği
AKP	Adalet ve Kalkınma Partisi
ANAP	Anavatan Partisi
CHP	Cumhuriyet Halk Partisi
DYP	Doğruyol Partisi
DSP	Demokratik Sol Parti
HADEP	Halkın Demokrasi Partisi
IMF	Uluslararası Para Fonu
MGK	Milli Güvenlik Kurulu
MHP	Milliyetçi Hareket Partisi
REFAHYOL	Refah Partisi ile Doğruyol partisinin koalisyonu
SHP	Sosyal Demokrat Halkçı Parti
YAŞ	Yüksek Askeri Şura

1. GİRİŞ

İki kişinin olduğu yerde siyaset başlar sözü ile siyaseti insanlığın ilk günlerine kadar götüreren siyaset bilimciler aynı zamanda liderlik mefhumunun miladını da aynı döneme götürmektedir; zira iki kişinin olduğu yerde siyasetin başlaması demek aynı zamanda bir yöneten bir de yönetilen olduğunu ifade etmekle eşdeğerdir. Yöneten kişi olan liderin kim olduğu, nasıl belirlendiği, yönetme erkini neye dayanarak elinde tuttuğu kısacası meşruiyetin kaynağının ne olduğu sorusuna verilen cevaplar yıllara ve yönetim biçimlerine göre değişmiştir. Ünlü Alman Sosyolog Max Weber meşruiyet kaynağını 3'e ayırarak bu sorulara cevap vermiştir. Weber ilk meşruiyet kaynağı olarak törelerin gerekliliği olarak soya bağlı gelen geleneksel liderliği ele alır. Weber'in ikinci sırada ele aldığı liderlik türü karizmatik liderlik ve son sırada ise yasallık aracıyla yani seçim sonucu gelen liderliktir (Weber,2017:9-10). Weber'in ikinci sırada ele aldığı karizmatik liderlik çalışmanın temel bakış açısını oluşturmaktadır. Karizmatik liderlik türünde önemli olan, bir kişinin kahramanlığına, ileri görüşlülüğüne, zekasına veya aurasına inanmaktır. Karizmatik liderin ortaya çıkışında zamanın ve toplumsal koşulların etkisi büyük olmaktadır (Duverger, 1986a:7).

20. yüzyılda, ülkelerin çoğunda seçme ve seçilme hakkının herhangi bir toplumsal kesim ve cinsiyetle sınırlandırılmadan herkese tanınmasıyla seçimler de tam anlamıyla genelleşmiştir. Böylece, geniş halk kitleleri oy hakkına sahip olurken, bu yeni ve siyasal eğitimi olmayan, yönetim deneyimi ve bilgisi bulunmayan seçmen kitlesini, ancak örgütlü siyasal partiler harekete geçirebilmişlerdir (Duverger 1963: 16, Poggi 2002: 162). Bu durum karizmatik liderliğin öneminin azalmasına değil bilakis artmasına da sebebiyet vermiştir. Gün geçtikçe gerek parti programlarında gerekse sosyo-ekonomik politika tercihlerinde birbirlerini taklit etmeye başlayan siyasi partiler böylece birbirlerine benzemeye ve aynı şeyleri farklı kişi ve üsluplarla ifade etmeye başlamışlardır. Bu çerçevede belli bir ideolojiye kesin bağlılıkla sosyal konumunu güçlü bir şekilde koruyan bir örgüt yerine çatı partiler gelecek seçimleri kazanma ve kısa dönemli amaçları elde etmek için hemen hemen aynı programlarla yarışa girmeye başlamışlardır (Krouwel 2003: 33). Parti ideolojisinin kesin düşüşü; parti liderliğinin güçlenmesi; bireysel parti üyesinin rolünün azalması; geniş bir çevreden seçmenler ile güçlendirme ve son olarak farklı çıkar gruplarına erişmeyi güvence altına alma

(Krouwel 2003: 33) gibi nedenler siyasi partilerin çatı partilere dönüşmelerini ve siyasal karar alma süreçlerinde liderlerin ön plana çıkmasını beraberinde getirmiştir. Katz ve Mair'e göre de yeni dönemde seçimler politika veya programlardan daha çok liderlerin seçimi etrafında dönüyor gibi görünmektedir. Bu politika veya programları oluştururken yetki parti üyeliğinden çok parti liderliğindedir (Katz and Mair 1995: 8). Siyasi parti liderleri ise rakip siyasetçilerden farkını ortaya koyabilmek, düşüncelerini vaatlerini seçmene aktarabilmek için görünür olmaya ihtiyaç duymuş, bu ihtiyaç ise medyayı lider imajını oluşturmada etkin bir konuma getirmiştir. İletişim bağlamında doğru konumlandırılmış bir lider, bir partiye seçim kazandırabilir; elbette ki yanlış konumlandırılmış bir lider de seçim kaybettirir. Lidere rağmen seçim kaybedilebilir ama lidere rağmen seçim kazanmak ise zordur (Diker 2007: 1).

Parti liderleri ise seçimleri kazanabilmek için kitle iletişim araçlarında seçmen gözünde güçlü göründükleri konuları ülke gündemine taşımaya ve rakiplerinden farklı duruşlarını ortaya koymaya çalışmaktadırlar. Profesyonellerce yürütülen politik kampanyalarda partiden çok liderleri ön plana çıkaran imaj danışmanları, “itibar artırıcı imaj çalışmalarıyla halk nezdindeki kimliklerini olumlu yönde güçlendirmeye” (Balcı 2003: 153) medyanın gündem kurma gücü aracılığıyla ulaşmaya çalışmaktadırlar. Medyanın gündem kurma gücü sayesinde, siyaset üzerindeki belirleyici etkisi kendisini güçlü bir biçimde; 1978 New York başkanlık seçimlerini medya imparatoru Rupert Murdoch’ın desteklediği Ed Koch’un kazanması, 1979 İngiltere seçimlerini yine Murdoch’ın desteklediği Margaret Thatcher’in kazanması ve son olarak 1989 Amerika Birleşik Devletleri başkanlık seçimini yine Murdoch tarafından desteklenen Ronald Reagan’ın kazanması ile somut olarak göstermiştir (Dailymotion, 2015). Bu duruma Türkiye özelinde bakıldığında da medya siyaset ekseninde tablonun değişmediği görülmektedir. 2 Kasım 2001 tarihinde Aydın Doğan’ın verdiği bir demeçte “Refah-Yol Hükümeti döneminde Maliye, Hazine, Dış Ticaret Müsteşarlığı üzerime gelmeye başladı. Hesaplarımı incelemeye aldılar. İki ayım kalmıştı. Ya ben dedim, ya da 54. Hükümet. Düğmeye bastım ve yıktım. Hükümeti yıkmasaydım, ben yıkılacaktım.” (Yeni Şafak, 2015) ifadelerini kullanmıştır. Verilen iki örnekte de medya patronlarının iktidarları yukarı çıkarıp aşağı indiren bir “sarkaç” olarak görev yaptığı görülmektedir. Bu sarkacın yükselen tarafında olmak isteyen liderler ise güçlü bir imaj oluşturmak ve halkın desteğini kazanmak için medya da olumlu bir lider imajı ile kendilerine daha fazla yer bulmak

istemektedirler. Liderler kadar bu gerçeğin farkında olan medya patronları ise, Doğan örneğinde olduğu gibi, ellerinde bulunan medya gücünü kendi lehlerine ideolojik veya ekonomi-politik yönden kullanmaktan kaçınmak yerine, bu durumu bir fırsat olarak görüp çıkarlarına uygun olarak haberleri ve lider imajlarını biçimlendirmişlerdir.

Araştırmanın Konusu ve Amacı: Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın ani ölümü ile yerine Cumhurbaşkanlık makamına Başbakan Süleyman Demirel geçmiştir. İncelemeye konu olan dönemde Cumhurbaşkanının siyasi parti üyeliğine siyasal sisteminin izin vermemesi üzerine Süleyman Demirel Doğru Yol Partisinin genel başkanlığından çekilmiş ve hem başbakanlık hem de Doğru Yol Partisi genel başkanlığı koltuğu bir anda boşalmıştır. Yaşanan bu gelişmeler üzerine 13 Haziran 1993 tarihinde DYP olağanüstü kongreye gitmiş ve Tansu Çiller Doğru Yol Partisinin Genel Başkanı seçilmiştir.

Bu çalışmanın konusu Tansu Çiller'in Cumhuriyet, Hürriyet ve Türkiye gazetelerinde oluşturulan lider imajını 1993 yılı güven oylaması sürecinden başlanarak sırasıyla 1995,1999 ve 2002 genel seçimleri üzerinden analiz etmektir.

Bu çalışmanın amacı, Tansu Çiller'in belirtilen dönemlerde Cumhuriyet, Hürriyet ve Türkiye gazetesinde oluşturulan lider imajını analiz etmektir. Araştırma kapsamında belirlenen gazetelerde ilgili dönemlerde Tansu Çiller'in lider imajına yönelik yaklaşımı ve ilerleyen dönemlerde bu yaklaşımda yaşanan değişimler görülecektir.

Araştırmanın Önemi: Kriz dönemlerinde ise toplumlar kendilerini bu krizden çıkaracak karizmatik bir lidere daha fazla ihtiyaç duyarlar. 1990'lı yıllarda Türkiye ekonomik, sosyal, siyasi birçok krizle boğuşmaktadır. Türkiye'nin içinde bulunduğu bu kriz döneminde liderlik yapan Tansu Çiller'in katıldığı genel seçim çalışmalarındaki söylemleri ve eylemlerinin gazetelerde sunuluşunun incelenmesi ile oluşan lider imajının katmanlarını net bir şekilde göstermesi bakımından önemlidir. Yapılan literatür taramasında Tansu Çiller'in ekonomi politikaları üzerine incelemelerin doktora ve yüksek lisans çalışmalarında sıklıkla yer aldığı görülürken lider imajı üzerine bir çalışma bulunmamaktadır. Liderlerin imaj analizlerini ele alan çalışmalara bakıldığında ise Atatürk, Turgut Özal, Bülent Ecevit gibi liderlerin imajları üzerine çalışmalar mevcutken Tansu Çiller'in lider imajı inceleyen bir çalışma bulunmamaktadır.

Araştırmanın Yöntemi: Genel seçimlerde Türk basınında lider imajının Tansu Çiller örneği üzerinden incelendiği çalışma da yöntem olarak niceliksel ve niteliksel içerik analizi uygulanmıştır. “İçerik analiz teknikleri, bir söylemi anlamada ve yorumlamada, öznel etkenlerden kurtulmayı sağlamak amacını taşımaktadır. Okuyucunun bilgisine, sezgisine, tutumlarına, değerlerine ve referans çerçevesine bağlı, kolayca, otomatik şekilde yapılmış yorumuna karşı, nesnel okuma ilkeleri getirmektedir. Söylemin görünen, kolayca yakalanan, sergilenmiş ve ilk bakışta algılanan içeriği yerine, gizil, üstü örtülü içeriğini ortaya çıkarmayı sağlamaktadır.” (Bilgin, 2014, s.1). “İçerik analizi, belirli bir mesajın kapsadığı, taşıdığı enformasyonun işlenmesini temel almaktadır. Kategorisel analiz, belirli bir mesajın önce birimlere bölünmesini ve ardından bu birimlerin, belirli kriterlere göre kategoriler halinde gruplandırılmasını ifade eder. Kategorilendirme, mesajların kodlanmasını, yani anlamlarının işlenmesini gerektirir. Kategorilendirmede ya başkaları tarafından daha önce geliştirilmiş kategoriler alınır, bu yapılamadığında veya uygun olmadığında ise yeni bir kategori sistemi geliştirilir.” (Bilgin, 2014, s.19).

Tansu Çiller’in lider imajının analiz edildiği bu çalışmada, genel seçim kampanyaları döneminde Cumhuriyet, Hürriyet ve Türkiye gazetelerinde Tansu Çiller’in lider imajını oluşturan haberler ek-1 de yer alan haber analiz formu çerçevesinde incelenmiştir. İnceleme neticesinde gazetelerde bulunan lider imajı özellikleri tespit edilmiştir. Tespit edilen lider imajı özellikleri sistematize edilerek ortak imaj özellikleri üzerinden 23 kategori oluşturulmuştur. Kategori sayısının fazla olması sebebiyle kategorilerde olumlu ve olumsuz olmak üzere 2 tema çerçevesinde sınıflandırılmıştır. Olumlu teması Tansu Çiller’in lider imajında pozitif etkiye sahip kategorilerden oluşurken; olumsuz teması ise lider imajında negatif etkiye sahip kategorilerden oluşmaktadır. Örneğin, Tansu Çiller’in yaptığı mitinglere halkın yoğun katılım sağladığını yazılı veya görsel olarak belirten haberlerin incelenmesi neticesinde “İlgi gören” kategorisi oluşturulmuş ve bu kategori olumlu teması kapsamında sınıflandırılmıştır. Tansu Çiller’in yaptığı mitinglere halkın katılım sağlamadığı, miting alanının boş kaldığının yazılı veya görsel olarak belirten haberlerin incelenmesi neticesinde “İlgi görmeyen” kategorisi oluşturulmuş ve bu kategori olumsuz teması kapsamında sınıflandırılmıştır. Çalışmada olumlu tema kapsamında 13 kategori yer alırken; olumsuz tema kapsamında 10 kategori yer

almaktadır. Olumlu ve Olumsuz temaya ait kategoriler EK-2’de yer alan tabloda kapsamlı bir şekilde açıklanmıştır.

Araştırmanın Varsayımları

- Kamuoyunu yakından ilgilendiren olaylar karşısında lider imajının sunuluş biçimi medya organının ideolojik, ekonomi-politik anlayışına göre kamuoyuna yansıtılma biçiminde farklılığa sebep olmaktadır. Bu durumda ise aynı olayın farklı yönlerinin ön plana çıkarılarak oluşturulan lider imajını değiştirmektedir.
- Medya, çeşitli iletişim tekniklerini kullanarak siyasal liderler hakkındaki haberlerini yayınlamakta, böylece söz konusu liderin imajını olumlu ve olumsuz imgelerle kamuoyuna yansıtmaktadır.

Çalışma, Türkiye’de ulusal bazda dağıtımı yapılan gazeteler evreni ile yargısal örnekleme tercih edilerek yapılmıştır. Tansu Çiller’in lider imajı çalışma kapsamında Cumhuriyet, Hürriyet ve Türkiye gazeteleri üzerinden analiz edilmiştir. Gazetelerin belirlenmesinde ideolojik tutumları belirleyici olmuştur. Cumhuriyet gazetesi ideolojik olarak merkez sol, Hürriyet gazetesi liberal, Türkiye gazetesi ise muhafazakar ideolojiyi temsil etmektedir. Çalışmada 1993 yılında yapılan güven oylaması 14 Haziran 1993 ile 6 Temmuz 1993, 1995 genel seçimleri 25 Kasım 1995 ile 25 Aralık 1995, 1999 genel seçimleri 19 Mart 1999 ile 19 Nisan 1993 ve Tansu Çiller’in katıldığı son seçim olan 2002 genel seçimleri de 3 Ekim 2002 ile 3 Kasım 2002 tarihleri arasında analiz edilmiştir. Seçilen zaman zarfının belirtilen seçimlerden önceki son bir ayı kapsamasının sebebi seçim sürecine girilen bu dönemde liderlerin seçimi kazanmak için kendilerinde bulunan liderlik özelliklerini net bir biçimde göstermeleri ve gazetelerinde bu sürece geniş yer ayırmasıdır.

Araştırmanın Kapsamı: Tansu Çiller’in lider imajını yazılı basın üzerinden analiz eden çalışma 1993 yılında yapılan güven oylaması (14 Haziran 1993 - 6 Temmuz 1993) ile başlayarak sırasıyla 1995 genel seçimleri (25 Kasım 1995 - 25 Aralık 1995), 1999 genel seçimleri (19 Mart 1999 - 19 Nisan 1999) ve Tansu Çiller’in katıldığı son seçim olan 2002 genel seçimlerini (3 Ekim 2002 - 3 Kasım 2002) Cumhuriyet, Hürriyet ve Türkiye gazetelerin üzerinden ele almıştır. Seçilen zaman zarfının belirtilen seçimlerden önceki son bir ayı kapsamasının sebebi seçim sürecine

girilen bu dönemde liderlerin seçimi kazanmak için kendilerinde bulunan liderlik özelliklerini net bir biçimde göstermeleri ve gazetelerin de bu sürece geniş yer ayırmasıdır. Çalışma kapsamında Cumhuriyet gazetesinden 71 haber, Hürriyet gazetesinden 100 haber, Türkiye gazetesinden de 101 haber olmak üzere toplam 272 haber analiz edilmiştir. İncelenen haberlerden 44 tanesi manşette, 122 tanesi birinci sayfada, 106 tanesi iç sayfalarda yer almaktadır. Gazetelerin tez içerisinde inceleme sıralamasında alfabetik sıra tercih edilmiş olup incelenecek gazetelerin seçiminde ise medya da temsil ettiği düşünce göz önünde bulundurulmak suretiyle bütünsel bir yaklaşım ortaya koyulmak amaçlanmıştır. Tansu Çiller'in olağanüstü bir şekilde ve dönemde Doğru Yol Partisi genel başkanı ve Türkiye'nin ilk kadın başbakanı olması 1993 yılında yapılan güven oylamasının çalışmaya dahil edilmesini elzem kılmıştır. Çalışmanın bu dönemden başlaması Tansu Çiller'in liderlik portresini eksiksiz olarak bütün değişim ve dönüşümleri ile ele alınmasını da sağlamıştır.

Tüm bu bilgilerden hareketle çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde: liderlik kavramının doğası, liderlik türleri, dönemsel olarak geçerlilik kazanan liderlik yaklaşımları ve imaj kavramı, imajın oluşum süreci, imajın öğeleri, medyanın imaj oluşum sürecindeki rolü kavramları üzerinde durulacaktır. Çalışmanın ikinci bölümünde ise Tansu Çiller'in genel seçimlerde lider imajı Cumhuriyet, Hürriyet ve Türkiye gazeteleri üzerinden 1993 yılı güven oylamasından başlamak üzere 1995, 1999, 2002 genel seçimleri çerçevesinde analiz edilecektir.

2. SİYASAL LİDERLİK, İMAJ VE MEDYA

2.1. Siyasal Liderliğin Doğası ve Liderlik Yaklaşımları

Liderlik kavramı ilk insanların oluşturduğu ilkel kabile topluluklarından günümüzde mevcudiyetini devam ettiren bilgi toplumuna kadar üzerinde en çok düşünülen ve dönüşüm geçiren kavramlardan biridir. Oxford İngilizce sözlüğünde, lider kelimesinin 1300'li yıllarda var olduğu ancak liderlik kavramının ise daha yakın zamanda 19. yüzyılın ilk yarısında İngiliz parlamentosunun baskısı ve politik etkiler sebebiyle ortaya çıktığı belirtilmektedir (Aktaran: Ören, 2006:4).

Warren Bennis'e göre, liderlik hakkında bilinen 350 tanım vardır ancak her geçen gün yeni tanımlar eklenmektedir (Güney, 2009: 371). En küçüğünden en büyüğüne, en geçicisinden en kalıcısına, en geri kalmışından en gelişmiş toplumuna kadar bütün toplumlarda daha geniş bir ifadeyle canlıların oluşturduğu bütün topluluklarda yönetenler ve yönetilenler arasında temel bir ayrım mevcuttur (Duverger, 1986a:7). Her devlette, spor kulübünde, klanda, tarikatta, okulda yönetenler ve yönetilenler vardır. Liderlik ya da yönetme hakkının ortaya çıktığı ilk toplumsal yapıdan bugün içinde yaşadığımız ulus devlete geçiş sürecine kadar toplumlar değişim ve dönüşüme uğramakla kalmamış liderliği de eş zamanlı olarak dönüştürmüştür.

Lapierre bu dönüşüm sürecini dokuz derecede ifade eder. Bu derecelerden ilk dördü merkezi bir önderin bulunmadığı toplumları anlatırken, son beşi merkezi bir önderin olduğu kurumsallaşmış toplumlardır. Merkezi bir önderin bulunmadığı toplumlarda liderlik konu (dini ayinler) veya durum (savaş ortamı) bazlı olarak grup üyeleri arasında dönemsel olarak el değiştirmekte ve bütünsel bir liderlik modeli görülmemektedir. İktidarın merkezileşmediği toplumların çoğunda, bu iktidar barış ve savaş zamanlarında farklı görünüm alır. Barışta iktidar zayıflamış gibidir: İktidarı kullananlar kümenin temsilcileri, birliğin simgeleri, hakem ya da uzlaştırıcıdır. Savaştaysa, iktidar güçlenir ve zorlayıcı olur, kümenin askeri potansiyelini dile getirir, dış tehlike karşısında küme içi kaynaşmayı doruğuna çıkarır. Merkezi bir önderin bulunduğu toplumlarda ise lider birçok konu hakkında söz sahibidir. Durum veya olay bazlı değil sürekli bir liderlik söz konusudur (Aktaran: Akal, 1990;40,47).

Binlerce yılda gerçekleşen liderlik kavramındaki bu dönüşüm, kavramın muhtelif bilimler tarafından farklı açılardan ele alınmasına ve farklı yaklaşımların ortaya konulmasına imkan tanımıştır. Sosyal psikoloji, liderliği, gruba en etkili yön vermek (Turner, 1989:135-136) olarak tanımlayıp küçük grupların çözümlenmesiyle sınırlı tutarken (Mutlu, 2008:227); siyaset bilimi ilham, ahlaki otorite ya da ideolojik bakış açısı ile başkalarını seferber edebilme kapasitesi olarak tanımlar. Bunlara karşın, sosyoloji, liderliği, bir toplumsal kümede üyelerce gönüllü olarak izlenen bir kişinin ünü, gücü ya da toplumsal yeri dolayısıyla topluma öncülük etmesi, toplumsal davranışı başlatabilmesi ve başkalarının çabalarını yönetmesi, örgütlemesi, denetlemesi durumu ya da süreci olarak ifade eder (Ozankaya, 1975:77).

Siyaset biliminin yaptığı tanım çerçevesinde liderliğin belirleyici özelliğinin ise: eylemsiz ve istikametten yoksun insanlara ilham vererek onları tek çatı altında aynı hedefe yönlendirmek ve grupta roller hiyerarşisi kurarak yükümlülüklerin yerine getirilmesi sağlamak (Heywood, 2012:187-188) olduğu görülmektedir. Gruptaki roller hiyerarşisi bağlamında Duverger'in önder –otorite ayrımı belirleyici bir ayrımdır. Duverger, otoriteyi, itaat edilmesi gerektiği toplulukça resmen tanınmış kişi olarak tanımlarken; önderi ise sahip olduğu saygınlık, üstünlük, çekicilik yüzünden kendisine uyulan, itaat edilen kişi olarak tanımlar (Duverger, 1995b:213). Otorite bir statüyü ifade eder ve kurumsaldır. Yani her otoriteye gelen kişi belli bir kurallar çerçevesinde o konuma gelmektedir. Otoriteler o konuma gelen kişiyi aşmaktadır: o konumu işgal eden kişiden önce bu görev sürdürüldüğü gibi o kişiden sonra da sürdürülecektir. Bu çerçevede Duverger'in otorite-önder ayrımı Max Weber'in siyaset için yaşayanlar ve siyaset aracılığıyla yaşayanlar ayrımını hatırlatmaktadır. Weber'e göre (2017:17-36): Siyaseti kalıcı, sürekli bir gelir kaynağı yapmak isteyen kişi siyaset aracılığıyla yaşar. Siyaset aracılığıyla yaşayan kişi bir siyasi parti yetkilisi gibi davranmamalı, verilen emir ona yanlış görünse bile yetkili kişi ısrar ederse, kendi görüşüyle uyuşmasa bile, yerine getirmelidir. Siyaset için yaşayanların ise ekonomik gelir kaynağı siyaset dışı alanlardır. Siyaset için yaşayan siyasal önder, siyaset aracılığıyla yaşayan resmi görevlinin aksine, kesinlikle kendi eylemlerinin kişisel sorumluluğunu taşır. O bunu yadsıyamaz ya da aktaramaz. Önder-otorite veya siyaset için yaşayanlar-siyaset aracılığıyla yaşayanlar ayrımı önderi – otoriteden, siyaset için yaşayanları siyaset aracılığıyla yaşayanlardan yıkılmaz duvarlarla birbirinden ayırdığı yanılgısını akla getirmemelidir. Önder ülkeyi yönetirken otoriteden yardım alır. Örneğin mutlak

krallar kilise karşısında üstünlük sağlamak ve iktidarını güçlendirmek için uzman yardımı almıştır. Geçmiş Türk devletlerinde oluşturulan sadrazamlık (baş vezirlik) makamı, günümüzdeki başyardımcılık bunun bir göstergesidir. Peki, otoriteler yardımıyla devleti yöneten bu yönetme yetkisini nereden almaktadır? Ya da başka bir ifadeyle meşruiyet kaynağını nereden almaktadır? Bu soruyu cevaplayabilmek için öncelikle meşruiyetin ne olduğu konusuna açıklık getirilmelidir. Siyaset felsefecileri tarafından meşruiyet, yönetimlerin vatandaşlarından itaat etmelerini talep ettikleri bir alan olarak görülürken; siyaset bilimciler, nasıl sağlanırsa sağlansın, bir kurallar sistemine boyun eğme isteği olarak tanımlar (Heywood, 2012:49). İki tanımın ortak noktası olan hükmetme ve itaat davranışının dayandığı nokta meşruiyet biçimini de belirler.

Weber meşruiyeti 3 kısma ayırır (2017:9-10): Bunlardan ilki dünyanın yetkisi yani çok eski zamanlardan beri geçerli olan törelerin kanıksanması ile ortaya çıkan önderlik. Bu tür önderliklere orta çağda kiliseye karşı mücadele veren krallıklar örnek gösterilebilir. İkinci sırada karizmatik önder denilen kişiye özgü tanrı vergisi olağanüstü bir yeteneğin (karizma) yetkisi gelir. Son tür ise yasallık aracılığıyla egemenlik, yasal statünün ussal kurallarına dayalı egemenliktir.

Günümüzde çağdaş devletlerin yöneticilerinin çoğunun meşruiyet kaynağı yasallıktır. Bu üç önderlik türü arasında bu çalışma kapsamında üzerinde en çok durulacak olan kişinin saf karizmasından dolayı oluşan karizmatik liderliktir. Bu önderlik türünde önemli olan bir kişinin kahramanlığına, ileri görüşlülüğüne, cesaretine, zekâsına veya aurasına inanmak ve o kişinin hedefleri çerçevesinde kendini adanmak esastır. Karizmatik önderler tarihin her döneminde ortaya çıkmıştır; geçmişte büyücü, yalvaç ya da seçilmiş savaş beyi günümüzde özgür demagoglar olarak. Karizmatik liderin ortaya çıkışında zamanın ve toplumsal koşullarında büyük etkisi olmaktadır (Duverger, 1986a:7). Wilner karizmanın üretimi için “kriz-tehlike-lider-doktrin-karizma” döngüsünü belirlemiştir (Yıldız, 2002:31). Weber ve Freud ise karizmanın düzensiz, stresli ve toplumun psikolojik olarak kendini karanlıkta hissettiği durumlarda ortaya çıktığı konusunda hemfikir olmakla birlikte, böyle bir dönemde ortaya çıkan liderin toplumun istikbalini nasıl etkileyeceği konusunda fikir ayrılığına düşmektedirler. Freud karizmatik liderin düzeni sağlayan duygusal bir lider olduğunu

söylerken, Weber ise karizmatik liderin var olan kaosu daha derinleştireceğini savunmuştur (Sennet, 1996:339-340).

İlk dünya harbi neticesinde ortaya çıkan iki lider Freud ile Weber'in karizmatik liderin ulusun istikbaline etkisi konusundaki bakış açılarındaki farklılığın haklılığını ortaya koymaktadır. Mustafa Kemal, ilk dünya harbinden sonra sadece coğrafi olarak değil sosyal, kültürel ve psikolojik yıkıma da uğrayan Türk ulusuna, yayınladığı genelgeler, yaptığı kongreler ile kararlı tutumunu göstermiş ve toplum bu kararlı tutumdan da güç alarak ayağa kalkmış ve hürriyetini kazanmıştır. Diğer taraftan Hitler 1920'lerde başarısız olmasına rağmen 1930'larda, Alman milletinin bir kurtarıcıya ihtiyaç duyduğu bir dönemde, birinci dünya savaşının yenilgisiyle buhrana sürüklenen Alman gençlerine olmayacak vaatlerde bulunarak Nazilere katılmaya hazır milyonlarca genç üretmiş ve iktidara gelmiştir. Hitler'in iktidarı, Atatürk gibi toplumu bağımsızlığa götürmemiş; aksine kaosu tetikleyerek yeni bir savaşa ve daha büyük bir yıkıma sebebiyet vermiştir. Deyim yerindeyse Hitler Machiavelli'nin "Prens"inin izinden gitmiş, gücünü ve iktidarını pekiştirmek için yeni düşmanlar ve savaşlar yaratmıştır. Bu noktada, sıkıntılı dönemlerde ortaya çıkan liderin toplumu aydınlığa mı; yoksa içinde bulunan durumdan daha da karanlığa götüreceğini belirleyen unsur liderin vizyonudur. Lider, kendi gücünü ve iktidarını pekiştirmek için sürekli yeni ve baş edemeyeceği düşmanlar bulma yoluna mı gidiyor; yoksa "toplumu daha iyiye götürürsem bu iyiye gidiş vesilesiyle iktidarımı ve gücümü de benimsetirim" yolunda mı olduğu, yolun nereye çıkacağı konusunda ipucu vermektedir. Bu aşamaya kadar demokrasi öncesi toplumlardan veya demokratik bir rejimle yönetilmeyen toplumlardan bahsedilmiş olması, karizmatik liderliği demokrasi öncesi bir toplumla sınırlandırma yanlısına sevk etmemeli.

Devletlerin demokratik yönetimlere geçtiği dönemlerde de liderlere duyulan ihtiyaç ortadan kalkmamış, fakat liderlerin kamuya karşı mesul tutulması ve görevden alınmalarını mümkün kılan kurumsal mekanizmalar yoluyla liderliğin önüne kesinlikle ağır engeller koymuştur. Bununla beraber pek çok bakımdan liderlik siyaseti, giderek daha önemli bir hal almıştır. Örneğin demokrasinin kendisi, siyasal liderleri seçmen desteğini kazanma umuduyla "kendilerini sahnede göstermeye" zorlaması bir ölçüye kadar kişiliğin önemini arttırmıştır. Bu yaklaşım politikalardan ziyade kişiliği öne çıkarma eğilimine sahip ve liderlere kendi kamusal imajlarını

manipüle edebilecek silahları sunan modern kitle iletişim araçları sayesinde şüphesiz daha da güçlenmiştir. Dahası toplum karmaşıklaştıkça ve parçalandıkça insanlar içinde yaşadıkları dünyaya anlam ve tutarlık kazandıran lider şahsiyetin kişisel vizyonuna gittikçe daha dikkat eder hale gelmiştir (Heywood, 2012:187).

Demokratik toplumlarda karizmatik lidere ihtiyaç duyulmasının sebeplerinden biri de toplumun karmaşılaşmasına ek olarak parti programlarının birbirine benzemesi ve bu durumun halkı kararsızlığa itmesi gösterilebilir. Partiler rakipleri karşısında bir avantaj elde edebilmek, iktidar koltuğuna oturabilmek için programlarından ziyade parti başkanlarını ön plana çıkarmayı yeğlemişlerdir (Polat, 1997:1). Türkiye'nin siyasal hayatında var olan Anavatan partisi ile Doğru Yol Partisi arasında var olan çekişme bu duruma örnek gösterilebilir. Lideri özne yapma süreci beraberinde iktidarın kişiselleşmesi kavramını da getirmiştir. İktidarın kişiselleşmesi kavramı her ne kadar "Devlet benim" diyen Fransa kralı XIV. Louis'i çağırırsa da demokratik sistemlerde iktidarın kişiselleşmesi yasalar çerçevesinde liderin nüfuz alanını genişletmesini anlatmaktadır. Lider bir yandan kendi etki alanını ve gücünü tavırlarıyla tekrar tanımlarken diğer yandan halk ile kendisi arasındaki bağları yeniden dizayn etmekte, iktidarı ve iktidarın çağrışımlarını benliğinde toplamaktadır. Bu durumun en açık seçik halini 1986 yılında ABD'de görülmektedir: Amerika da 1986 yılında hükümete olan güven %40 iken, Başkan Reagan'a olan güven %60 düzeylerindedir (Davies, 1990:10). Hükümete olan güven ile lidere olan güven arasında mevcut bulunan farkın kaynağını Reagan'ın karizması ve iktidarı kendi benliğinde kişiselleştirmesi oluşturmaktadır.

2.2. Liderlik Yaklaşımları

Liderlik kavramının ortaya çıkışı Antik Yunan düşünürlerine kadar uzanmaktadır. Sokrates, Platon, Aristo, Homer, Perikles, Sofokles ve Heraklitos liderlik kavramını ilk kez ele alan düşünürler arasında yer almaktadır (Dikmen, 2012: 9). İnsanlar toplu halde yaşamaya başladıkları günden itibaren kendilerini belirli bir amaç doğrultusunda yönlendirecek ve yönetecek liderlere ihtiyaç duymuştur (Eren, 2012: 435). Bu kişilerin sahip olduğu özellikler, liderlik sürecinin nasıl işlediği ve hangi durumlarda hangi tür liderliğin makbul olduğu gibi hususlar merak konusu olmuş ve liderlikle ilgili çeşitli teori ve yaklaşımlar geliştirilmesine yol açmıştır (Yıldırım, 2012: 41).

Yapılan çalışmalar incelendiğinde, ilk olarak “Klasik Dönem” ya da “Antik Yunan Dönemi” olarak adlandırılan dönemde liderin kişisel özellikleri, liderin eğitim yapısı, lider ile takipçileri arasındaki iletişim dinamikleri ve toplumsal açıdan liderin önemi gibi konuların ön planda olduğu görülmüştür. Rönesans Dönemi’ne gelindiğinde ise beklentiler değişmiş daha çok insani değerlere önem veren, barışçıl, bireylerin huzur ve mutluluğunu temel alan “Toplumsal Liderlik” kavramı gündeme gelmiştir. Petrarch, Chaucer, Castiglione, Machiavelli, Hobbes, Rousseau ve Shakespeare bu dönemde ön plana çıkan düşünürlerdir. Sanayi Devriminden sonra ortaya çıkan kapitalist düzenle birlikte ise Hegel, Weber, Darwin, Durkheim ve Marx gibi düşünürler “Mükemmel Örgüt Yapısı”, “ideal Toplum Düzeni”, “Yönetmel Kontrol” ve “Akılcılık” konularında bu alana farklı bir bakış açısı getirmişlerdir. Ayrıca Freud, Skinner, James, Fromm ve Jung 20. yüzyılın ilk yarısına kadar olan dönemde psikolojik ve davranışsal açıdan liderliği ele alarak, bu konuda incelemeler yapmışlardır (Dikmen, 2012: 9-10). Liderin tanımlanması hususunda var olan kıstasların değişiminin altında sosyal koşullarda değişim yani zamanın ruhunun (Zeitgeist) değişimi ve bununla eşgüdümlü olarak beklentilerin değişimi yatmaktadır. Sosyal koşullarda ve beklentilerde yaşanan değişim liderlik teorilerinin de çeşitlenmesine yol açmıştır.

Liderlik yaklaşımları bu kısımda 3 başlık altında ele alınacaktır: Liderin kişisel özelliklerini ve davranışlarını ele alan evrensel liderlik yaklaşımları, tek bir liderlik türünün daimi geçerliliğini reddeden durumsal liderlik yaklaşımı ve günümüz kapitalist dünyasında ortaya çıkan modern liderlik yaklaşımlarıdır.

2.2.1. Evrensel Liderlik Yaklaşımları

Liderlik yaklaşımları arasında en kadim olanı ve aynı zamanda en uzun süreli varlığını devam ettiren liderlik türleridir. Bu liderlik türleri içerisinde liderliği kişisel özelliklerde arayan özellikler yaklaşımı ile davranışta arayan davranışsal yaklaşım mevcuttur.

Özellikler yaklaşımı

Büyük adam kuramı adı ile anılan yaklaşım liderlik ile ilgili bilinen en kadim yaklaşımdır. 1800’lerin sonu ile 1940’lı yıllar arasındaki döneme egemen olan yaklaşımdır. Büyük Adam Teorisinin temel görüşü liderliğin iki farklı şekilde

olabileceğidir. Teoriye göre lider ya doğuştan birtakım niteliklere sahip olur ya da çocukken doğaüstü bir mucize sonucu olur (Riaz ve Haider, 2010: 30). Yani lideri lider olmayanlarla ayıran alamet-i farikaları mevcuttur. Thomas Carlyle bu durumlara örnek olarak kâhinlik gibi birtakım doğaüstü yetenekler veya insanları hipnotize edebilme becerisini göstermekte ve bu tarz inanışların bazı kültürlerde farklılıklar gösterdiğini, aynı zamanda toplum üzerinde liderlerin belirli bir güç ve otorite sahibi olmalarını kolaylaştırdığını ifade ederek 1910 yılından itibaren “Büyük Adam Kuramı” olarak da tanımlanan dönemi başlatmış ve bu yaklaşımın güçlendirilmesinde etkin rol oynamıştır (Işık,2014:14). Carlyle büyük adam yaklaşımını tarih büyük adamların beyinlerinden ibarettir (Şahin,2012:143; Hogg ve Vaughan, 2011: 347) sözleriyle özetlemiştir. Zamanla Büyük Adam görüşü kendisi ile aynı paralelde ve daha ayrıntılı olan Özellikler Yaklaşımı’na yerini bırakmıştır.

Özellikler Yaklaşımı’na göre, liderlik kişinin sonradan kazandığı bir özellik olmayıp kişide doğuştan paket program halinde mevcuttur; diğer bir deyişle kişinin alamet-i farikasıdır. Bu nedenle, liderlik olgusunun belirlenmesi için bu tip insanların sahip oldukları donanımın niteliğinin belirlenmesi yeterli olacaktır (Pazarbaş, 2012:23). Özellikler yaklaşımı kapsamında, liderin taşıması gereken fiziksel, psikolojik, sosyal ve işe ilişkin nitelikler çalışmalarda dört grupta sıralanmıştır (Koçel, 2014:588):

İlk olarak “fiziksel özellikler” ortaya konulmuştur: Çok genç ya da çok yaşlı olmama, uzun boylu olma, erkek olma (kadınların lider olması istisnai kabul edilmiştir), aynı millettten ya da toplumdan olma, yakışıklılık, güzellik, doğrucu beden dili, enerjik ve aktif olma; liderliği etkileyen faktörler olarak gösterilmiştir. Ardından “psikolojik özellikler” verilmiştir: Zeka ve yetenek (güzel konuşma, zeka, bilgi, yargılama), kişilik-karakter (duygusal olgunluk, empati, kararlılık, açıkgozlülük, içtenlik, kendine güven duygusu, dürüstlük, doğruluk); politik liderliği hızlandıran nitelikler olarak arz edilmiştir. Üçüncü olarak “işe ilişkin özellikler” belirtilmiştir: Analitik düşünme (neden-sonuç ilişkisi kurma) yeteneği, inisiyatif kullanabilmek, önde olma ve başarıya azmi, sorumluluk duygusu, göreve dönüklük ve pragmatik (sonuç alıcı) olma; bu çerçevede liderin sahip olması gereken ayırt edici özellikler olarak sıralanmıştır. Son olarak “sosyal özellikler” açıklanmıştır: Buna göre ekip çalışmasına yatkın olma, bencil olmama, etkin ilişkiler geliştirebilme, olumlu kişisel

imaj, sosyal etkinliklere katılma, nezaket ve incelik; politik liderliğin olmazsa olmaz dışavurumları olarak sayılmıştır.

Bahsi geçen bu özelliklerden hangilerinin liderliğe daha belirleyici oranda katkı yaptığı gelenekselci teorisyenler tarafından yapılan araştırmalar ile ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Özellikler yaklaşımı çerçevesinde, liderlerin nitelikleri hakkındaki benzerlik ve farklılıkları, Peter G. Northouse aşağıdaki şekilde, tablo haline getirerek sunmaktadır.

Stodgill-1948	Mann-1959	Stodgill-1948	Lord ve Diğerleri
Zeka	Zeka	Başarma Arzusu	Zeka
Atılgımcı	Erkeksi Olma	Azımlılık	Erkeksi Olma
İleri Görüşlülük	Düzen Sahibi Olma	İleri Görüşlülük	
Sorumluluk Sahibi Olma	Hakimiyet	İnisiyatif Kullanma	
İnisiyatif Kullanma	Koruyuculuk	Tolerans	
Sebatkarlık	Dışa Dönüklük	Etkileme	
Özgüven		Sosyal Olma	
Sosyal Olma			

Tablo 2.1. Geleneksel Yaklaşımcıların Ortaya Koydukları Liderlik Özellikleri (Dikmen, 2012;38)

Liderlik özellikleriyle ilgili olarak çeşitli sınıflandırmalar olmasına rağmen genel olarak beş gruba ayrılmaktadır. Bunlar: zeka (sözel yetenek, algısal yetenek, akıl yürütme); kendine güven (öz saygı); kararlılık (sorumluluk alabilme, sebat gösterme, baskın olma); dürüstlük (doğruluk, güven, sözünde durma) ve sosyallik (dostça, ince ruhlu, meraklı, diplomatik) olarak belirlenmiştir (Göktaş, 2015;51).

Özellikler yaklaşımına yapılan en önemli eleştiri; bazen grup üyeleri arasında liderin özelliklerinden daha fazlasına sahip olanlar olduğu halde bu bireylerin lider olamamasıdır. Bu durum ise Özellikler Teorisi'ne karşıtlık gösteren durumdur. Bu tür durumlar liderlik olgusunun tam olarak analiz edilebilmesi için yukarıda bahsedilen özellikler dışında farklı değişkenlere de odaklanılması gereğini zorunlu kılmıştır. Bu teoriyle ilgili diğer bir sorun ise liderin sahip olduğu özellikleri ölçebilecek şekilde tanımlamanın zorluğu ve belirli özelliklerin farklı şekillerde anlatılması olmuştur (Koçel, 2014:678). Bu bağlamda özellikler yaklaşımının yetersizlikleri, liderlerin davranışlarını inceleyen davranışsal paradigmanın geliştirilmesine neden olmuştur.

Neo-Klasik Liderlik Yaklaşımı olarak da adlandırılan Davranışsal Yaklaşım, 1970’li yılların sonlarına kadar liderlik üzerine yapılan araştırmaların ağırlık noktasını oluşturmuştur (Yukl’den aktaran: Gaytancıoğlu, 2013:89).

Davranışsal liderlik yaklaşımı

Özellikler yaklaşımının geçerliliğini kaybetmeye yüz tuttuğu 1940’lı yıllar ile 1970ler arasında, sosyal bilimlerin önemli bir kısmına nüfuz eden davranışçı yaklaşım, liderlik yaklaşımlarında da kendine yer bulmuştur. Davranışsal Liderlik Yaklaşımı’nı Özellikler Yaklaşımı’ndan önemli kılan ve geçerliliğini artıran husus, insanların lider olarak doğma zorunluluğunu ortadan kaldırması ve kişilik özelliklerinden bağımsız olarak doğru bir şekilde eğitilerek sonradan da lider olunabileceğini ifade etmesidir (Yıldırım,2012:44). Bunun yanında özellik ve nitelik yaklaşımları, lideri yapısal olarak tanımaya ve farklarını ortaya koyarak davranışlarını tahmin etmeye çalışmış oysa davranışsal yaklaşımlar, tam tersine liderlerin ortak davranışlarını tanımlamak suretiyle onların kişisel farklılıklarını belirlemeye çalışmış liderliği kişilikten çok davranışta aramıştır (Fındıkçı,2013: 69).

Davranışsal liderlik teorisinin temel iddiası; lideri etkili yapan faktörün, özellikleri değil belli durumlarda sergilemiş olduğu davranışlarıdır. Liderin izleyicileriyle olan iletişim biçimi, yetki devri, planlama ve kontrol biçimi, amaçları belirleme biçimi vd. gibi davranışlar liderin etkinliğini belirleyen ana faktörlerdedir (Bakan, Büyükbeşe, 2010: 74).

Eren (2012:445-451) liderin davranışlarına etki eden faktörleri dört grupta sıralamaktadır: İlk faktörde liderler, hem bağlı oldukları örgütün amacını hem de destekçilerinin taleplerini gerçekleştirmek ve bunları ortak potada eritmek zorundadır. Liderlerin, izleyicilerine yol göstererek, onları eğitip yönlendirerek örgütsel amaçlara ulaşmanın, kendi bireysel amaçlarına da ulaştıracağı konusunda takipçileri ikna etmesi bu aşamanın kilit noktasıdır. İkinci aşamada lider, bir ekibi harekete geçirecek ve içinde yaşanılacak koşullara ya da ortama uygun amaç ve hedefler belirleyecek davranışları ortaya koyabilmelidir. Lider, takipçilere neyi yapacaklarını açıklamak, onlara amaç ve hedefler göstermek ve bunların erişilebilir olduğunu açıklamak durumunda başka bir ifadeyle yol haritasını vermek durumundadır. Bu aşamayı önemli kılan ne yapılacağı ve nasıl yapılacağı konusunda izleyicilerin kafasındaki belirsizliğin giderilmesindedir. “Dibinde bir ejderhanın yaşadığı bilinen kuyuya inecek bir

kahraman bulmak, muhakkak ki dibinde ne olduğu hiç bilinmeyen bir kuyuya inmek cesaretini gösterecek bir insan bulmaktan daha kolaydır.” (Ali, 2009:11). Üçüncü olarak “liderin kişisel özellikleri” etkili olmaktadır. Liderin dünyaya bakış açısı, değerleri, inançları, bilgi düzeyi, tecrübesi, zekası, empati yeteneği, etkili ve güzel konuşması, adalet anlayışı, dış görünüşü, beden dili, cesaret ve kararlılığı gibi fiziksel, sosyal ve psikolojik özellikleri onun tutum ve davranışlarını etkileyen faktörlerdendir. Son olarak “içinde bulunulan koşullar” etkilidir. Bu çerçevede liderlerin rol davranışını belirleyen bir diğer faktör de örgütün iç dinamiklerini harekete geçiren yapısal, teknik ve sosyal ortam koşulları; örgütün ilişkide bulunduğu çıkar gruplarından oluşan yakın çevre koşulları, politik, ekonomik ve toplumsal gelişmeleri kapsayan genel çevre koşullarıdır (Eren, 2012:445-451).

Ohio State Üniversitesi’nde yapılan liderlik çalışmaları ile ideal liderlik davranışları belirlenmeye çalışılmıştır (Koçel, 2014:679). Ohio State Üniversitesi liderlik çalışmaları liderliği iki ana liderlik davranışı etrafında açıklamıştır. Bunlar: kişiye (bireyi önemseme) ya da işe (yapıyı önemseme) ağırlık veren lider davranışlarıdır. Kişiye ağırlık veren liderler, insanlara ilgi gösterme, duygularına önem verme, onların ihtiyaç ve isteklerini göz önünde bulundurma gibi insani duygu ve düşünceleri ön planda tutan davranışlar sergilerler. İşe ağırlık veren liderler ise, verilen görevi ya da belirlenen amacı gerçekleştirmeye yönelik davranış sergilerler, İnsani duygu ve düşüncelerden çok belli standartlara dayalı performans ön plandadır (Yukl’dan aktaran Cinnioğlu, 2018:7).

Davranışsal liderlik teorisi hakkında önemli olan bir diğer araştırma ise Michigan Üniversitesi’nin çalışmalarıdır. Michigan Üniversitesi çalışmalarına göre işe yönelik lider, çalışanları çalışma esnasında sürekli kontrol eden, cezalandırma ve statüsüne dayanan otoritesini kullanan bir davranış gösterir. Ancak kişiye yönelik lider ise, yetki devrini temel alan, çalışanların çalışma koşullarını ve kişisel özelliklerini geliştiren davranışlar göstermektedir (Koçel, 2014: 681). İşe yönelik lider, gücünü bulunduğu pozisyondan alan ve takipçilerinin görevlerini yerine getirip getirmediğini kontrol eden ve gerektiği durumlarda otoriter ve cezalandıran davranışlar gösteren lider tipidir. İnsana yönelik lider ise yetki devrini esas alan, takipçilerinin bireysel gelişimlerini destekleyen, onların ihtiyaçlarını, mutluluğunu önemseyen davranışlar sergilemekte ve kişilerarası ilişkilere önem verip çalışanın ihtiyaçlarını dikkate

almaktadır (Yılmaz ve Ceylan, 2011: 283). Michigan Üniversitesi çalışmaları, diğer çalışmalardan farklı olarak, insana yönelik liderliğin işe yönelik liderlikten daha başarılı sonuçlar verdiğini ortaya koymuştur. (Ören, 2006: 21).

Sonuç olarak hem Ohio State araştırması hem de Michigan Üniversitesinin yaptığı araştırmada işe yönelik liderin yapının ihtiyaçlarıyla, kişiye yönelik liderin ise izleyicilerinin ihtiyaç ve arzularını ön planda tuttuğu iki temel liderlik davranışı tanımlanmıştır (Northouse'tan aktaran Göktaş, 2015:56). Oysa liderlik süreci oldukça komplike bir süreç olup sınırlandırılması güç bir konudur. Her iki araştırmada da evrensel olarak en etkili olabileceği düşünülen liderlik davranışı önerilmektedir. Oysa modern toplumlardaki akışkan yapı göz önüne alınınca böyle bir önerinin pek de geçerli olmadığı söylenebilir(Erçetin, 2000:35). Diğer yandan liderlik sürecinin oluştuğu çevreye ve koşullara ağırlık verilmemesi, başka bir ifadeyle bağlamdan kopuk bir şekilde ele alınması, bu yaklaşımın zayıf tarafını oluşturmuştur. Davranışsal yaklaşımın liderliğin kaynağını, rolünü ve etkinliğini açıklamada yetersiz kalması, Durumsallık Yaklaşımı olarak adlandırılan ve liderlik sürecinde liderin kendisi, izleyiciler ve ortam koşulları arasındaki ilişkilere ağırlık veren daha yeni bir yaklaşım geliştirilmiştir (Koçel, 2014:597).

Durumsallık yaklaşımı

Liderlik konusunda ortaya koyulan evrensel liderlik yaklaşımları evrensel nitelikte liderlik özelliklerinin belirlenmesinde yetersiz kalması, 1950'lerden itibaren bu konuda araştırma yapanlar dikkatlerini çevresel koşullara ve liderin izleyicilerine çevirmektedirler (Güney, 2015:387). Durumsallık yaklaşımına göre davranışsal yaklaşımların temel eksikliği büyük bir belirsizliğe sahip olmasıdır yani; davranış teorileri liderlerin işe yönelik ya da kişiye yönelik bir davranış sergileyebileceğini belirtirken, hangi durumlarda kişiye yönelik ya da işe yönelik liderliğin etkin olacağını belirtmemesidir. Ancak durumsallık teorisine göre her iki davranış çeşidi de belirli durumlar altında aynı derecede etkili olabilir (Koçel, 2014: 687). Geliştirilen durumsal liderlik teorilerinde en uygun liderlik davranışının durumlara göre değişebileceği ileri sürülmüştür (Zel, 2011: 139).

Durumsallık Yaklaşımı'na göre, liderin davranışlarının etkinliğini belirleyen üç önemli durumsal değişken vardır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir:

İlk olarak “Lider ile izleyicileri arasındaki ilişkiler” verilmektedir: Bu değişken, liderin izleyicileri tarafından sevilmesi, kendisine güven ve bağlılık duyulması gerektiğini ifade etmektedir. Liderin kişiliğinin de etkili olabileceği bu tür ilişkiler, liderin, izleyicilerini etkileme derecesini belirlemektedir. Buna göre, liderin astları ile ilişkileri “iyi” ise, ortam liderlik için “elverişli” kabul edilebilmektedir. “Kötü” ise, ortamın liderlik için “elverişsiz” olduğu varsayılmaktadır. İkinci olarak “yürütülecek görevin niteliği” önem arz etmektedir: Bu değişken, ekibin gerçekleştirmeye çalıştığı amaç ve hedeflere yönelik yol ve yöntemlerle ilgilidir. Bazı işler “belirli” yöntemlere bağlanmış iken, bazıları için kullanılacak yöntemler “belirsiz” olabilmektedir. Kesin yöntemlerin geçerli olduğu durumlarda, liderlik için “elverişli”, diğer durumlarda ise “elverişsiz” bir ortamın bulunduğu söylenebilir. Üçüncü olarak “liderin, yetkisinin/otoritesinin derecesi” önem arz etmektedir. Bu değişken, liderin ödüllendirme ve cezalandırma gibi konularda sahip olduğu yetkinin derecesini ölçeklendirmektedir. Liderin bu konulardaki yetkileri “güçlü” veya “zayıf” olabilmektedir. Yetkilerin “güçlü” olduğu durum, liderlik için “elverişli” bir ortama; “zayıf” olduğu durum ise “elverişsiz” bir ortama işaret etmektedir (Koçel, 2014:598-600).

Durumsallık Yaklaşımı’nın, kişisel niteliklerin liderliğe etkilerine yeterince önem vermemesi ve liderin, koşulların gerektirdiği biçimde hareket etmek zorunda olduğunu varsayması, genel olarak eleştiri konusu olmuştur. Bu eleştirilere göre, Durumsallık Yaklaşımı, lideri daha çok savunma konumunda kabul etmektedir. Lider, değişim sağlayan, değişimi yönlendiren bir konumda değil, çevrede meydana gelen değişime ayak uydurmaya çalışan bir durumdadır (Demirci, 1999:342.). Bu yaklaşım, özellikle 1980’li yıllardan itibaren hızlı değişim sürecinin gereklerine yanıt verememiştir. Gelenen yeni dönemde, değişime başarılı bir biçimde uyum sağlayan liderlerden çok, değişim yaratan ve süreci yönlendiren liderlerin başarılı olma olasılığı artmıştır. Bu durum, yeni liderlik yaklaşımlarının geliştirilmesine neden olmuştur (Bozlağan, 2005:39).

Geleneksek liderlik teorileri liderlik kavramlarını ve davranış biçimlerini açıklamada yetersiz kalınca oluşan boşluğu doldurmak ve liderlik kavramının yeni koşullar çerçevesinde açıklanması için yerini modern liderlik teorilerine bırakmıştır (Ceylan vd. 2005: 33).

2.2.2. Modern Liderlik Yaklaşımları

Günümüz dünyasında küreselleşmenin etkisi ve kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte liderlik yeni bir boyut kazanmış ve liderde aranan özellikler evrim geçirmiştir. 21. yüzyıl liderinde bulunması gereken özellikler; vizyon sahibi, yaratıcı, değişime açık, aksiyon sahibi, risk üstlenme, ileri görüşlü olma, moral ve güven verme, etkin iletişim kurma olarak sıralanabilmektedir (Toksöz, 2010: 46-51). Çalışmanın bu kısmında bu becerilere paralel olarak ortaya çıkan modern liderlik açıklanmaya çalışılacaktır.

Etkileşimci (Görevsel, İşe dayalı, Transaksiyonel) liderlik

Etkileşimci liderlik yaklaşımı 1970'lerin sonunda J.M. Burns tarafından ortaya atılmış ve başta B.M. Bass olmak üzere, daha sonra değişik araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir. Bu teorinin temel noktası; herhangi bir işi yerine getirmek için bir lider ile grup üyeleri arasında, iş ile ilgili karşılıklı ilişki ve liderin bu işi yerine getirirken sergileyeceği davranış tarzları üzerine kurulmasıdır (Koçel, 2014: 695). Bass (1985: 27-28), etkileşimci liderliği; “liderin takipçilerinden beklentileri konusunda oldukça net bir şekilde bilgilendiren ve kendilerinden beklenen performans ve çabayı göstermeleri karşılığında ne gibi bir ödül beklentileri gerektiğini açıklayan liderlik çeşidi” olarak ifade etmiştir. Bu tanımlama çerçevesinde etkileşimci liderliği belli kural ve beklentiler içerisinde gerçekleştirilen bir değişim süreci olarak görmek mümkündür.

Etkileşimci liderlikte etkileşime neden olan öğeler, grubun ihtiyaçları ve liderlerin kişisel özellikleridir. Etkileşimci lider ve izleyicileri arasındaki ilişki karşılıklı bağımlılığa dayandığı için lider onların ihtiyaç ve isteklerini karşılamak durumundadır. Dolayısıyla etkileşimci liderlikte başarıya giden yolun en önemli adımı liderin takipçilerinin beklentilerini ne ölçüde karşılayabildiğidir (Deliveli, 2010: 41). Yani bu liderlik tarzında çalışanların görev ve sorumlulukları, liderin çalışanlardan beklentileri, lidere bağlılık göstermenin önemi ve çalışanların görevlerini yerine getirmeleri durumunda elde edecekleri ödüller üzerinde durulmaktadır (Tutar vd. 2009: 139).

Etkileşimci liderlikte, lider takipçilerine belirli bir amacı gerçekleştirmeleri için davranışçı yaklaşım teorisinin içerisinde yer alan ödül ya da ceza yöntemine dayanan

edimsel koşullanmaya başvurulmaktadır. Çalışanların görev ve yetkilerine uyması, kendilerinden beklenen performansı gerçekleştirmesi, liderlerine itaat ve görevleri başarmaları sonucunda sahip olacakları ödüller ve olumsuz durumlarda karşılaşılabilecek cezalar açık bir biçimde belirtilir. Yani etkileşimci liderlik, lider ve takipçileri arasında değişime dayalıdır (Eren ve Titizoğlu, 2014: 279).

Etkileşimci lider biraz gelenekçi yapıya sahiptir. Geçmişteki olumlu ve yararlı gelenekleri sürdürme, bunları gelecek nesillere bırakma bakımından yararlı hizmetlerde bulunmaktadır (Tengilimoğlu, 2005: 6).

Dönüşümcü-işlemci yaklaşım

İlk olarak Dawston'un (1973) "İsyan Liderliği" (Rebel Leadership) adlı çalışmasında ifade edilen "dönüşümcü liderlik" kavramı, daha sonra 1978 yılında James McGregor Burns tarafından geliştirilmiştir (Eraslan, 2004: 4). Burns'e göre dönüşümcü liderlik, "insanların ekonomik, politik veya buna benzer güç ve değerler kullanarak bağımsız veya karşılıklı oluşturdukları amaçlara ulaşmak için izleyenlerin harekete geçirilmesidir." (Morçin ve Çarıkçı, 2016: 99). Dönüşümcü liderlikte kişilerde mental duygusal bir gelişim sağladığı için diğer modellerde olduğu salt rasyonaliteye değil, duygu ve değerlere de önem verilir.

Dönüştürücü liderler, kendilerine bağımlı astlar yaratmak yerine özgür, eleştirel düşünebilen, yenilikçi takipçiler yaratır. Risk alırlar ve hataları kendilerini geliştirmek için bir fırsat olarak görürler. Değişimin gereğini sezen, değişimden korkmayan yaratıcı ve vizyon sahibi liderlerdir (Doğan, 2007:78-79). Dönüşümcü liderlik; yenilik sağlayan, performansı artıran, misyon ve vizyon oluşturan, izleyicilerinin kişisel gelişimini sağlayan bir liderlik davranışdır (Bass'tan aktaran Cinnioğlu, 2018:18). Yukl (1999) dönüşümcü liderliği, "örgüt üyelerinin tutum ve kabullerinde birtakım değişiklikler meydana getirerek örgütün misyon ve hedeflerini gerçekleştirme yönünde bir bağlılık oluşturma süreci" olarak tanımlanmaktadır (Kent ve Chelladurai'den aktaran Cinnioğlu, 2018:18). Bir başka ifadeyle dönüşümcü liderler, sahip oldukları yeteneklerle kurumsal değişim ve yeniliği başlatarak örgütün stratejisini rekabete uyum sağlayacak biçimde güncelleyebilmektedirler (Tabak, 2005:40).

Bass (1990:21) “dönüşümcü liderliğin, liderlerin çalışanlarının çıkarlarını genişlettiğinde ve yükselttiğinde; grubun amaçlarına ve misyonuna karşı farkındalık yarattığında ve grubun iyiliği için astlarında örgütün çıkarını kendi çıkarlarının önünde tutma hissi uyandırdıklarında, ortaya çıktığını” ifade etmektedir. Dönüşümcü liderlerin bu sonuçlara; karizma, astlara ilham olma, astların duygusal ihtiyaç ve isteklerini karşılama, astları vizyon ve misyon sahibi yapabilme gibi yollarla ulaşabileceğini belirtmiştir.

Oetinger, Ghyczy ve Bassford, birlikte hazırladıkları ve Clausewitz’in Savaş Üzerine adlı eserini değerlendirdikleri çalışmada, “liderliğin görevi sosyal gerçekliği sadece anlamakla değil, asıl değiştirmekle ilgilidir” derken tam da Burns’un bahsettiği Dönüşümcü Lider’in aslında nasıl biri olduğuna atıf yapmaktadırlar (Von Oetinger vd.2007:29). Dönüşümcü liderin amacı durumun fotoğrafını çekmek değil; var olan fotoğrafı koşullara uygun olarak değiştirmektir.

Yeni liderlik teorilerinden etkileşimci liderlik teorisiyle dönüşümcü liderlik teorisi genellikle birlikte ele alınmıştır. Bunun nedeni, Burns’ün, etkileşimci liderlik davranışı gösteren liderin aynı zamanda dönüşümcü liderlik davranışı gösterebileceğini ileri sürmesidir (Yavuz ve Tokmak, 2009: 18). Başka bir ifadeyle, dönüşümcü ve etkileşimci liderlik tarzları birbirini tamamlayan kimi zaman kapsayan bir yapıda iki farklı liderlik tarzını yansıtmaktadır (Demir ve Okan, 2008: 73). Bu yansıtma bizi bir yanılsamaya sevk etmemeli zira etkileşimci liderlik; ekonomik, siyasi ya da psikolojik yollarla her iki tarafın amaçlarını yerine getirmesini sağlayan bir liderlik türüyken, dönüşümcü liderlik ise grup üyelerinin etik standartlarını, davranışlarını ve motivasyonlarını dönüştürerek amaçların yerine getirilmesine hizmet etmekte yani birinde değişim varken diğesinde dönüşüm vardır.

2.2.3. Karizmatik Liderlik Yaklaşımı

Karizma kelimesinin ilk kullanımına Antik Yunan’da “hediye” anlamında rastlanmaktadır; daha sonraki yıllarda ise “Tanrı vergisi, iyileştirme veya kehanette bulunma gibi Tanrı’dan gelen hediye anlamında olağanüstü davranışı” şeklinde karşımıza çıkar (Aslan, 2009:258). Karizma kelimesinin ilk kullanımlarında din ulularına ve azizlere, tanrıdan lütuf olarak ‘karizma’ verildiği inancı yaygındır (Oktay, 2007:49). Kökleri Antik Yunan’a ve uhrevi hayata dayanan karizma kavramını, sosyolojik olarak ele alıp dünyevi liderlikle birleştiren tanım ise Alman Sosyolog Max

Weber tarafından yapılmıştır. Kimileri ise Weber'in karizmatik lider hakkındaki görüşlerinin, kendisini düşünceleri ile derinden etkileyen Nietzsche'nin insanların sürü ahlakına göğüs geren "üst-insanı"nın tarihsel işlevinin sosyolojiye uyarlanması olduğunu öne sürmüştür (Turner, 2014: 139).

Weber'e göre bazı bireylerde kişisel ve olağandışı yüceliğine dayanan yetke (iyilikçilik-charisme) vardır; bu yetke uyrukların bir insana tam anlamıyla kişisel bağlılıklarıyla ve onu bir önder yapan olağanüstü niteliklerle başkalarından ayıran kişiliğine güven duygularıyla belirgindir. Bu, peygamberin ya da –siyasi alanda seçimle başa geçmiş savaş komutanının, seçimle belirlenmiş yüce yöneticinin, büyük demagogun ya da bir siyasal parti liderinin gerçekleştirdiği bireysel iktidarıdır (Weber, 2017:28-29).

Weber bireysel iktidarı kullanan bu karizmatik liderin beş temel unsura dayandığını ifade eder Bunlar (Weber,2005:75-81) :

Olağanüstü hediyelerle doğmak, toplumun sosyal ve ekonomik olarak karanlıkta, çaresiz olması, krizlere yönelik radikal çözümler sağlayabilecek fikirlere sahip olması, izleyiciler tarafından liderin olağanüstü güçlere sahip olduğundan şüphe duyulmaması ve son olarak liderin olağanüstü yeteneklerinin ve mental üstünlüğünün başarıyla onaylanmasıdır. Bunlar sıradan insanlarda bulunmayan ancak kutsal, ilahi kökenleri olan özelliklerdir ve bunlara sahip olunması liderliğin temel esasıdır. Karizmatik lider sahip olduğu bu özellikler nedeniyle çekicidir ve topluluğun diğer üyelerinden ayrılır (Akçakaya, 2010: 113).

Weber'in karizmatik liderlik kavramını ortaya koymasından sonra karizmatik liderlik üzerine çeşitli yaklaşımlar ortaya koyulmuştur. Yaklaşımlarda karizmatik liderin özellikleri ve hangi durumlarda ortaya çıktığı daha ayrıntılı irdelenmiş ve 4 tane karizmatik liderlik yaklaşımı ortaya koyulmuştur. Bu yaklaşımlar çerçevesinde karizmatik liderliğin temel özellikleri yaklaşımdan yaklaşıma farklılık göstermiştir (Yukl'den aktaran Cinnioğlu,2018:21).

Conger ve Kanungo (1987) Atıfsal yaklaşımına göre karizma atıfsal bir fenomendir. Astların lidere karizmatik özellikler atfetmesi, liderin davranışları, yetenekleri ve durumun değişkenliği ile belirlenen özelliklere bağlıdır (Yukl, 2002:241). Durumun özellikleri; inovatif stratejik vizyon belirleme, üye ihtiyaçlarına hassasiyet gösterme, beklenmedik davranışlarda bulunma, kişisel risk alma ve

takipçilerin isteklerine duyarlılık gösterme olarak sıralanır (Conger'den aktaran Canbaş,2004:56).

House (1976: 16-18) Kişiyi Özgü Konsept yaklaşımında karizmatik liderlerin özelliklerini, yeteneklerini, davranış biçimlerini ve hangi koşullarda ortaya çıktığını belirlemeye çalışır. House liderin davranış ve inançlarının astlar tarafından doğru anlaşılması ve astlar ile karşılıklı güven bağının oluşması durumunda astların lidere uyma konusunda istekli davranacakları tespitinde bulunmuştur. Kişiyi özgü davranış yaklaşımında House, bu özellikleri şu şekilde ortaya koyar: vizyon oluşturma, işin ideolojik yönlerini vurgulama, yüksek performans beklentisini karşılayacak iletişimde bulunma, astlara duyduğu güveni ifade etme, özgüvenli olma, örnek davranışları modelleme ve kolektif kimliği vurgulama olarak sıralanmaktadır.

Kets de Vries ve Lindholm(1988) tarafından ortaya koyulan *Psikodinamik yaklaşım* ise Freud'un psikanaliz yaklaşımını temel alır ve bundan dolayı düşüncelerini geçmiş temelli olarak ifade eder. Psikodinamik yaklaşıma göre geçmişte kötü olaylar ve durumlarla karşılaşan, acı çeken kişiler bir lidere ihtiyaç duyarlar ve o lideri takip ederek bu olayların üstesinden gelebileceklerine inanırlar. Bu yaklaşımda anahtar nokta kendini yetersiz ve suçlu hisseden, geçmiş yaşantılarında ayrımcılığa uğramış gibi düşünen, korkan, acı çeken kişilerin lider tarafından ortaya konulan akılcı ve duygusal hedeflere hizmet edecek inanç ve fantezileri paylaşımlarıdır (Yukl, 2002:247). Karizmatik liderler, takipçilerinin kendilerine kayıtsız şartsız bağlı olmalarını (Güney, 2015:423) ve kendi fikirleri doğrultusunda onların inanç, düşünce ve davranışlarını değiştirebilmeyi sağlar. Bu suretle karizmatik liderler hem “norm ortadan kaldırıcı” hem de “norm koyucu” olarak algılanmaktadırlar (Heper, 2011:59).

Psikodinamik yaklaşıma paralel düşünen Zel'e göre (2011:152) ise karizmatik liderler daha çok geçiş dönemlerinde ve bunalım anlarında ortaya çıkmaktadırlar. Karizma, resmi otoritenin etkisini kaybettiği ciddi krizlerde ve geleneksel değer ve düşüncelerin kaybedilmeye başlandığı olağanüstü ortamlarda filizlenmektedir. Kriz döneminde filizlenen bu karizmatik liderlerden bazıları içinde yaşadığı toplumları daha ileri seviyeye taşıırken, bazı karizmatik liderler ise mensubu olduğu grubu ya da topluluğu daha geri seviyeye taşımaktadır (Kırca, 2015:45).

Kişisel ya da toplumsal bunalım anlarında ortaya çıkan bu liderlik, liderle izleyicileri arasındaki olağanüstü bağ sonlandığında, demokratik ya da yasal-ussal

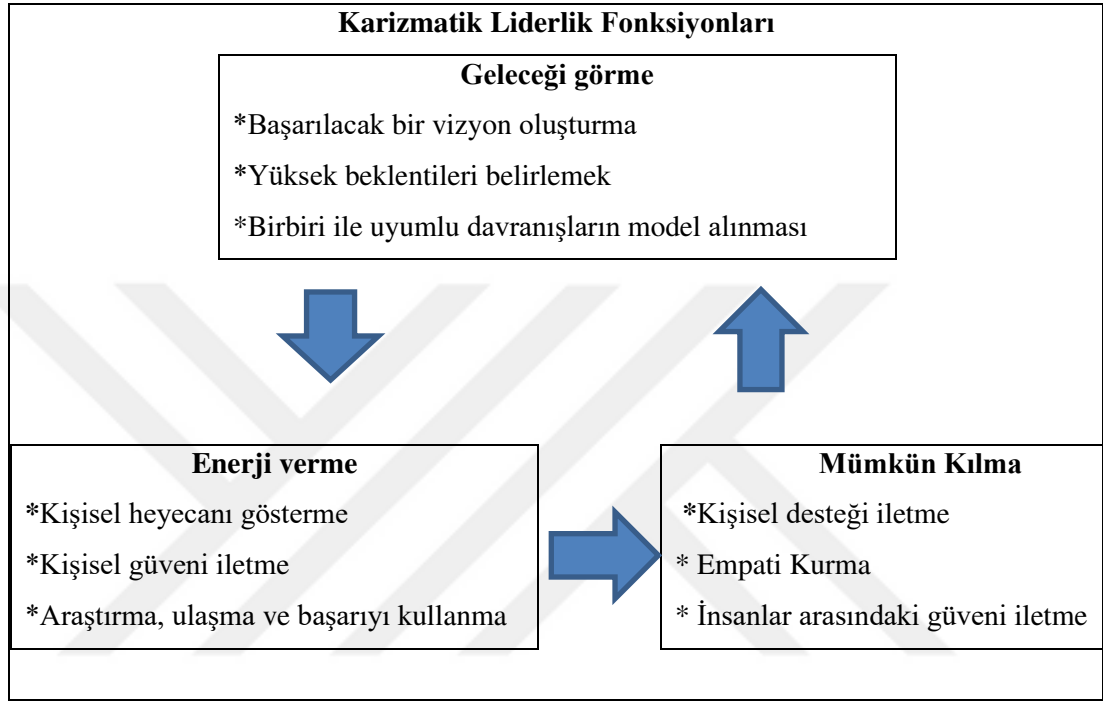
liderliğe doğru yön değiştirmektedir. Vergin'in ifadesiyle "Toplumsal kopuş anlarında, radikal dönüşüm dönemlerinde, tarihin hızlandığı momentum anlarında ve toplumların kurtarıcı bekledikleri zamanlarda zuhur eden karizmatik otorite, toplumda kurumların ve istikrarın yapılaşmış olduğu dönemlere tekabül etmemektedir." (Vergin, 2011;65-66).

Meindl'in (1990) Sosyal bulaşma yaklaşımında ise karizmatik liderlik diğer yaklaşımlarda da olduğu gibi üst ast ilişkisi bağlamında ortaya koyulmuş ve liderin doğrudan astları ile iletişim kurmadığı zamanlarda nasıl bir etkileşim sürecine girileceğini ve astların bu etkileşim sürecinden ne boyutta etkileneceğini araştırmıştır. Bu yaklaşım diğer 3 yaklaşımdan farklı olarak liderin sembolik özellikler taşıdığını, davranışların değerlerin, inançların sosyal normlar ile paralel olduğunu, belirli bir örgüt kültürünün oluştuğunu, sadakat ve bağlılık özelliklerinin bulunduğunu ve bu sebeple lider değişiminde bu duruma daha kolay uyum sağlama söz konusudur (Yukl, 2002:248). Liderin değişmesi ise bazı durumlarda olabilmektedir. Bunlar; liderin fiziksel kaybı (vefatı) veya liderin ruhsal kaybı (çekiciliğini kaybetmesi) olarak sıralanabilir. Karizmaya yönelik atfetme, astların yeni davranışları ve duyguları anlaması ve rasyonelleşme sürecine adapte olunması ile ilişkilidir. Kişisel tanınırlık ilk aşamada önemli olup ilerleyen aşamalarda sosyal tanınma değer ve inançlara yönelik akılcı bir süreç başlamaktadır (Yukl, 2002:248).

Yukarıda ele alınan 4 karizmatik liderlik yaklaşımında da ortak olan bazı kısıtlılıklar göze çarpmaktadır. Bu kısıtlılıkları şu şekilde sıralanabilir (Wren'den aktaran: Canbaş, 2004:59):

- Gerçekçi olmayan beklentiler
- Bağımlılık ve karşı bağımlılık
- Lider ile aynı fikirde olmaya özen gösterme ayrı fikirde olmaya istekli davranmamak
- Sürekli etkileme ve büyüleme ihtiyacı
- Potansiyel olarak kandırma ve bilgi sızdırma hissi
- Yönetimin ileri kademelerinde bazı haklardan vazgeçilmesi
- Bireysel liderin etki alanının kullanılması

Nadler ve Tusman ise karizmatik liderliğin yukarı da belirtilen kısıtlılıklarını ve bunların yol açtığı eksikleri belirterek karizmatik liderliğin ötesinde ödül ve ceza sistemini düzenleyen, rekabeti geliştirmede takım çalışması ve yeni standartlar belirleyen araçsal liderlik yaklaşımını ortaya atmıştır. Bu bağlamda araçsal ve karizmatik liderliği içeren bir model belirlemiştir (Canbaş, 2004:59).



Tablo 2.2. Nadler ve Tusman'ın Karizmatik Liderlik Fonksiyonları (Wren'den aktaran Canbaş,2004:59)

Karizmatik liderlik kapsamında vizyonun oluşturulması, uygulanması ve iletilmesi ile örgütsel bağlılık arasında pozitif bir korelasyon bulunmaktadır. Karar alma biçimi ve karar neticesinde ulaşılan çıktıların karizmatik liderle bağıntısı araştırıldığında, başarılı sonuçlara ulaşılması durumunun bunun lidere karizma ve deneyim açısından avantaj sağladığı, karar alma biçiminin ve sonuçların etkileşimli etkisinin doğrudan karizmatik liderle ilişkili olduğu belirlenmiştir (Canbaş, 2004:60).

Karizmatik liderlik yaklaşımlarında ortak olan özellikleri ise, karizmatik liderlerin topluma önderlik ettiği, izleyicileri için önemli bir güç kaynağı olduğu onlara değer katan ayrıca onların pozitif düşüncelerini sağlayan ve izleyicilerinin hayatlarında önemli olan hususların önceden farkına varmalarını sağlayan (Gül ve Çöl,2003:20), kendilerine olan güvenleri, zekaları ile takipçilerinin dikkatini çeken ve

takipçilerine çaba sarf ederek büyük şeyler başarabileceklerini telkin ederek onları heyecanlandıran (Doğan, 2007;87) kişiler olarak özetlemek mümkündür.

2.3. İmaj Ne Değildir?

Bir kavramı, nesneyi veya canlıyı tanımlarken onun ne olduğunu söylemekle aslında ne olmadığı da söylenmiş olur. Bu düşünceden hareketle imaj tanımlanırken tersten gidilecek önce ne olmadığına değinilip daha sonra ne olduğu konusu ele alınacaktır. Kavramı bu şekilde tersten ele almamızın sebebi Ali Şiir Nevai'nin eserindeki körlerin fili tanımlaması gibi bir tanımlamaya meydan vermemek, imajın unsurlarından herhangi birinin imajın kendisi olduğu yanılgısına düşülmesini önlemektir. İmaj, oluşmasına katkı sağlayan ya da oluştuktan sonra ortaya çıkan kavramlardan ibaret olmadığı gibi bunların toplamından da fazlasıdır. Yani imaj eşittir saygınlık, tanıtma, tutum veya inanç değildir. Örneğin saygınlık, olumlu bir imaj oluşturmada büyük bir avantaj olduğu gibi, olumlu bir imaj oluştururken hedeflenen unsurlardan biri de olabilir. Bir başka örnek ise, tutum imajın benimsenmesinde belirleyici unsur olmasına rağmen tek başına imajı tanımlamamaktadır.

İmaj sadece görünenle sınırlamak ve adeta onu görselliğe hapsetmek büyük bir hatadır. Bu hatanın ortaya çıkmasında televizyonun payı büyüktür; zira magazin programlarında “X ünlüsü imajını değiştirdi” diye izleyicinin karşısına çıkan haberlerde, o ünlünün saç stilini, saç rengini veya giyinme biçimini değiştirdiğini görmek insanların imajı sadece görünüşten ibaret sanmasına sebebiyet vermiştir (Yıldız, 2002:21). İmaj konusunda var olan bu hata ne yazık ki magazin haberleri ile sınırlı kalmamış siyasi değerlendirmelere de konu olmuştur. 1960'da Amerika başkanlık yarışı öncesi Richard Nixon ile John F. Kennedy arasında yapılan açık oturumunda öne çıkan özelliklerin liderlerin giyiminin fonla olan uyumuna ya da yüzü yakından gösteren kamera karşısında aldıkları pozisyon olması bu durumun açık bir örneğidir. Sosyal psikolog Albert Mehrabian'ın yaptığı araştırma ilk izlenimlerin yüzde 50'sinin görünüş üzerine kurulduğunu göstermektedir (Sampson,1995:27). Hatta imajı birazda kinayeli olarak düşünecek olursak Nasreddin Hoca'nın kaftanı giymeden önceki ve giydikten sonraki karşılaştığı durum karşısındaki “ye kürküm ye” mantığına da büründürebilmektedir. Ancak imajı yalnızca giysiler oluşturmaz, çünkü imaj insanların kılık, kıyafet, davranış, konuşma, duruş, fiziki özellikler vb. gibi birçok etken ile zihinlerdeki çağrışımlar, hisler, tutumlar ve izlenimlerle şekillenen bir

semboller bütünüdür (Karakoç ve Taydaş, 2016:246- 247). Kısaca Kişisel imaj; öz imaj, algılanan imaj ve istenen imajı belirleyen iç ve dış faktörlerin bir karışımıdır (Sampson, 1995:12).

İmajın oluştuğu andan itibaren ilanihaye o şekilde kalacağı, değişmeyeceği bir anlamda insanların kesin imajlılar olduğu sanısı da bir ilizyondur. Oysa imaj birikimlerle oluşan dinamik bir süreçtir. Diğer bir ifadeyle imaj, farklı algılayıcılar tarafından farklı anlamların yüklenebileceği, bireyin sahip olduğu kültürü, eğitim düzeyi, yaşam koşulları ve biçimleri, sosyal ilişkileri gibi birçok faktör tarafından etkilenebilen bir kavram olarak değerlendirilebilir. Bazen gerçek ve hayali, bazen görsel ve içsel, bazen de kültürel, ideolojik, sosyal kurgulamalara göre anlamlandırılan bir değer olabilmektedir. Bu bakımdan imaj bir kez sahip olunan ve ilelebet sürdürülen bir kavram olmayıp her bireyin zihninde yavaş yavaş ve birikimsel olarak biçimlenen imgeler bütünüdür (Tolungüç, 1999:23).

Mardin (1986:302) ise imajın yaratılmasını, ressamın elindeki fırça ile noktalardan yarattığı resme benzemektedir. Örneğin imajın görsel/sanatsal yönünü ele alalım, Sokakta gördüğümüz bir kuşa baktığımız sürece zihnimiz bu yansımayı kaydeder ve gözlerimizi kapattığımız anda zihnimizde kuşu görmeye devam edebiliriz. Bu kuşa ilişkin bellek imajıdır. İlk anda kuşu gördüğümüzden daha az belirgindir. Kuşa odaklanıp daha dikkatli baktığımızda ayrıntıları fark ederiz ve kafamızda daha detaylı bir kuş imajı oluşur. Bu kuşu birkaç gün görmezsek kafamızdaki kuş imajı belirsizleşir; ancak daha sonra kuş bize tekrar hatırlatılırsa imaj tekrar gelir (İnci, 1981:14-15). Türkkahraman'a göre (2004:5) ise imaj, kendiliğinden oluşan bir süreç değildir. İmaj yönetilmekte ve yönlendirilmektedir. Oluşturulmak istenen imaj için; gerekli strateji, araç ve gereçler hazırlanmakta; kısa, orta ve uzun vadeli olarak planlanmaktadır. Bu bize aynı zamanda imajın değişebilir bir özellik taşıdığını göstermektedir. Özellikle, yeni bir bilgi ve değişen şartlar var olan imajı etkilemekte, kaldırmakta ve yerine yeni bir imajın oluşmasına yol açabilmektedir.

Debord, başkaları tarafından üretilmiş olan imajların, insanların dünya ile temel bağlantısı haline dönüştüğünü ve bu imajların, imajları üretenler tarafından değiştirilebileceğini ve içine yeni öğeler yerleştirilebileceğini şöyle açıklamaktadır: Teknolojik açıdan bir başkası tarafından oluşturulmuş ve seçilmiş imaj, ulaşabildiği her yerde bireyin önceleri kendisi için gözlemlediği dünya ile temel bağlantısı haline

geldiğinde bu imajın her şeye hoşgörü göstereceği kesinlikle unutulmamalıdır; çünkü aynı imajın içine her türlü şey hiçbir çelişki yaratmadan yerleştirilebilir. İmaj akını her şeyi taşır ve algılanabilir dünyanın bu sadeleştirilmiş özetini keyfine göre yöneten; gösterilmesi gerekenin ritminin ne olacağına ve bu akının nereye varacağına karar veren başkasıdır. Tıpkı düşünmek için vakit bırakmayan ve seyircinin anlayabileceği ya da düşünebileceği şeyden tamamen bağımsız olan ve aralıksız süren keyfi bir sürpriz gibi başkası karar verir (Damlapınar ve Balcı, 2005:196). Görüldüğü gibi imaj durağan değil, değişen, gelişen kimi zaman belirsizleşen bir yapıya sahiptir. Birikimler yoluyla güçlenir ayrıntılara odaklaştıkça daha ayakları yere basan bir kavram halini alır.

2.4. İmaj Nedir

Algının, olgunun önüne geçtiği günümüz toplumunda imaj yaşamın her anını kapsayan hayati bir kavram haline gelmiştir. Baudrillard'ın ifadesiyle içinde bulunduğumuz sistem insanları gösterge, imaj ve simülasyon oyunları ile çevrelemiştir. Bunun sonucunda ise bireyler, gerçeklikten kopmuş ve bir hipergerçeklik dünyasına itilmiştir. Başka bir ifadeyle, kitle iletişim araçları yoluyla göstergeler ve imajlar oluşmaktadır ve bu nedenle bireyler bir gerçeklik sanrısıyla yaşamaktadır (Özcan, 2007:269). İmajlar yoluyla dünyevi gerçeklik sanal bir gerçekliğe dönüşmekte ve insanlar imajlarla yaratılan bu simülasyon evreninde yaşayarak Platon'un mağarasından dışarı çıkamamakta, hâlâ eski alışkanlığıyla, gerçeğin imajlarıyla oyalanıp durmaktadır (Robins, 1999; 103).

Gerçeklik ile yapaylığın arasındaki ince çizginin eridiği günümüzde kişiler, kurumlar ya da daha makro yapılar olan devletler insanların kararlarına etki edebilmek, onları kendi lehlerinde bir karar verme sürecine sokabilecek bir imaj oluşturmak için büyük bütçeler ayırmaktadır. Peki, en küçüğünden en büyüğüne kadar bütün yapıların sahip olmak istediği, insanların adeta bir simülasyon evreninde olduğunu düşündüren imaj nedir?

İmaj kavramı, bazı araştırmalarda 'imaj', bazı araştırmalarda ise kelimenin Türkçeleştirilmiş hali olan 'imge' olarak kullanılmaktadır. İmgebilim, 19.yüzyılda 'Karşılaştırmalı Yazınbilim'in bir dalı olarak ortaya çıkmış ancak imge üretiminin bir sanayi haline dönüştürülmesinden ve bu sanayinin toplumun bir belirleyeni olmasından sonra bir bilim dalına dönüşmüştür (Yazıcı, 1997:12).

İmaj kavramının etimolojik kökenlerine baktığımız zaman kavramın tam olarak nereden geldiği hakkında uzlaşılmış bir görüş mevcut değildir. Bir kesim imajın kökenlerinin Latince “taklit” sözcüğünden geldiğini savunurken başka bir kesim “replica” “kopya” sözcüğünü nirengi noktası almıştır (James’ten aktaran Okay, 2002:254). Her iki görüşün nirengi noktası farklı olsa da imajın birebir ya da orijinaline benzeyen bir yanılsama olduğu konusunda hemfikirdirler.

İmaj kavramının kapsayıcılığı kavramın tanımının yapılmasını güçleştirse de kavram hakkında farklı bilimler ve bilim insanları tarafından yapılan açıklamalar mevcuttur. Johanssen, imajı “belli bir görüş objesi ile bağlantılı olan tüm tutum, bilgi, tecrübe, istek, duygu gibi kavramların bütünlüğü” olarak tanımlamaktadır. C. G. Jung’a göre ise imaj bir objeye yönelik düşüncedir, bunun bir kısmı gerçek ile örtüşmekte, diğer kısmı ise subjenin kendisinden gelmiş olan malzeme ile örtüşmektedir (Okay, 2002: 255).

Fiske’ye göre imaj, gerçekliğin görsel olarak ya da imgesel olarak temsili olarak tanımlamaktadır. Ona göre, imajın günümüzde kazandığı boyut ise, izleyicinin hoşuna gitmesi için genel olarak gerçeği yeniden üretmek ve kamusal bir vurgu yapmak olarak değerlendirilmektedir (Yıldız, 2002:20-21). Berger (1996:8) imajı, insanların herhangi bir şey hakkında dışarıdan verilen uyarımlar sonucu zihinlerinde oluşturduğu bir görünüm ya da görünümle bütünleşmiş fikir ya da fikirler bütünü olarak tanımlamıştır.

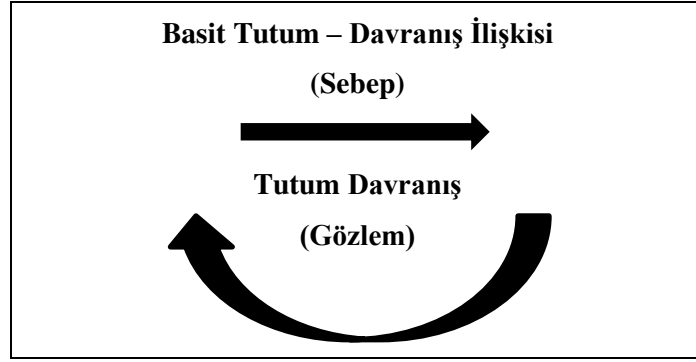
Psikologlar imajı “görünür ve duyumsal olan zihinsel kurgular yada düşünceler” şeklinde tanımlarken; halkla ilişkilerciler “kafamızda yer eden her şey” olarak ele alır (Tural, 1994:37). Daha geniş bir çerçeveden bakacak olursak imaj: Çeşitli kanallardan, reklamlardan, içinde yaşanan kültürel iklimden, bu iklimin barındırdığı ön yargılardan ve kişiler arası ilişkilere kadar elde edilen bilgi ve verilerin değerlendirilmesidir (Aksoy, 1990:238). Bu değerlendirme sonucu oluşan puzzle bir ürünün, bir kişinin, bir kurum veya kuruluşun imajıdır. Burada imajı tanımlarken kullanılan puzzle metaforu kavramın daha açık bir şekilde ortaya konulması amacıyla seçilmiştir. Puzzle oluşturmak için sadece o puzzle için üretilmiş belirli parçaları birleştirmek gerekmekte olup üretilen parçalar sadece ait olduğu puzzle de bir anlam meydana getirir. Puzzle nasıl ki özel olarak üretilen parçaların birleşimi ile bir anlam taşıyorsa imajda içinde olduğu kültürel iklim ile bir anlama sahip olur. Bu noktada

imajın bir başka özelliğine değinmekte fayda var. İmajı algılama süreci bir tarafın edilgen diğer tarafın etken olduğu bir süreç değildir. Yani biz bir imajı yorumlarken aslında bunu kendi değerlerimiz çerçevesinde yaparız: yani birinin imajının olumlu olmadığını söylüyorsak aslında imajının bizim hayata bakışımız ile uyumlu olmadığını söylemiş oluyoruz. Toplumsal açıdan konuyu ele aldığımızda da farklı bir sonuca ulaşamayız çünkü imaj yalnız kişinin kendi değerlerini değil, o değerlerin oluşmasına katkı sağlayan toplumun değerlerini de yansıtır. Kısaca imaj onu meydana getiren ile değerlendirenin bileşkesidir.

İmaj kavramının önemli bir unsur olmasının nedeni ise bir kişi, kurum ya da kuruluş hakkında tutum oluşturmaktan kaynaklanmaktadır. Oluşan bu tutum davranışı da belirleyecektir. İmajın oluşturulmasındaki ana etken insanların davranışlarını bizim avantajımıza olacak şekilde etkilemek ve değiştirmektir. Bu etkileme bir siyasi parti liderine oy verme, bir ürün satın alma, bir albümü alma ya da bir ülkeye turistik gezi düzenleme şeklinde olabilir. İmajın oluşmasının ana nedenini insanların bizim lehimize davranışta bulunmasını sağlamak olarak açıklarken aslında davranışın oluşmasında tetikleyici güç olan tutumları yönetmek olduğunu da söylemiş oluruz. Dolayısıyla imaj insanların sahip olduğu tutumlardan etkilenen bir yapıya sahiptir.

2.5. Tutum ve Tutumun öğeleri

Tutum “yaşantı ve deneyimler sonucu oluşan ilgili olduğu bütün nesne ve durumlara karşı bireyin davranışları üzerinde yönlendirici ve dinamik bir etkiye sahip ruhsal ve sinirsel hazırlık durumudur.” (Freedman, 1989:319). Bu tanımdan hareketle tutumun somut bir davranış değil bir davranışı tetikleyen istenç olduğunu söylenebilir. Bizim davranışı yapmamızı kolaylaştıran ve bizi bu davranışa yatkın hale getiren zihinsel süreçtir.

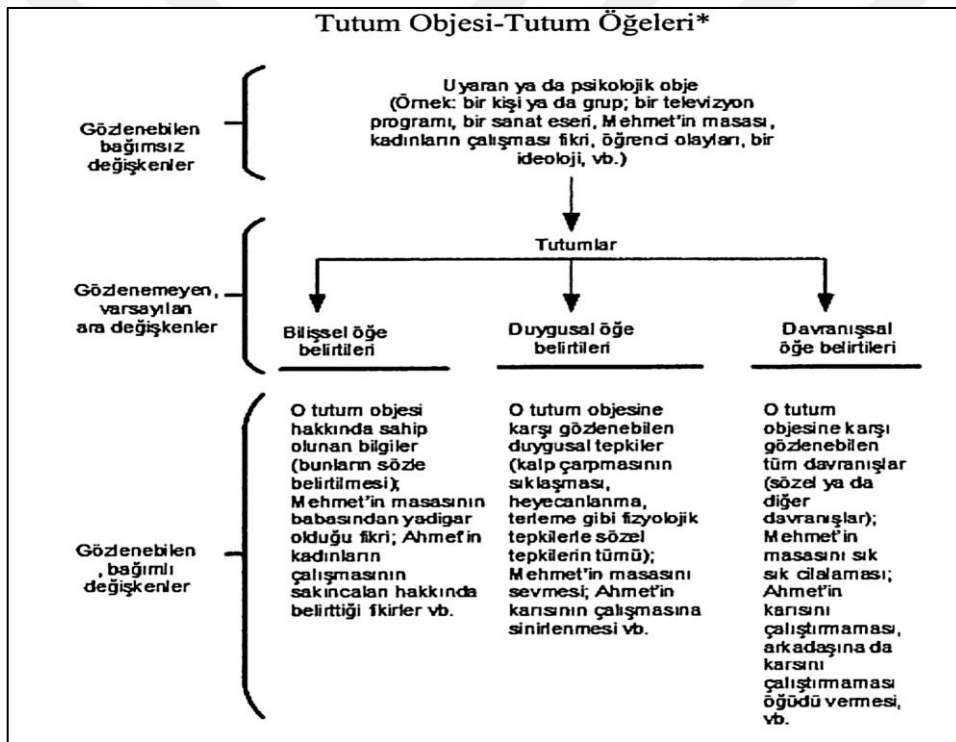


Şekil 2.1. Basit Tutum Davranış İlişkisi (Kağıtçıbaşı,2014:130)

Tutum ile davranış arasındaki ilişkiyi basit bir şekilde gösteren çizime bakıldığında tutumun davranışa yol açtığını görülmekle birlikte, bu sürecin karşılıklı işlediği de göze çarpmaktadır. Davranış neticesinde atıf (bir özellik atfetme) gerçekleşir. Atıf süreci gördüklerimizden yola çıkarak bir kanıya varma olduğundan dolayı bu süreçte psikolojik etmenlerde söz konusudur. Bireyler yalnızca birkaç dakika gördükleri diğer birey veya nesnelerin çok sayıda özelliği ile ilgili olarak yargılarda bulunma eğilimindedirler. Bu yargılara pek fazla güvenmeseler de başkalarını zeka, yaş, geçmiş, ırk, din, eğitim düzeyi, dürüstlük, cana yakınlık ve benzeri açılardan değerlendirirler (Freedman vd. 2003: 96). Halo ve horn etkisi bu eğilim sebebiyle oluşan düşünce hatalarıdır. Halo etkisi bir kişinin yaptığı olumlu bir davranıştan yola çıkarak onun diğer yönleri hakkında olumlu bir düşünce geliştirmekken; horn etkisi ise olumsuz bir davranıştan yola çıkarak onun hayatının büyük bir bölümü hakkında olumsuz bir yargıya sahip olmaktır (Goodman vd. 2007: 355). Örneğin görsel çekicilik, kişilere olduğundan daha fazla olumlu özellikler yüklenmesine ve bu kişilerden daha yüksek kalitede bir performans beklentisi içine girilmesine neden olabilmektedir. Bir araştırmada farklı deney gruplarına, hayali bir yazarın “güzel” ve “çirkin” resimleri gösterilerek yazarın okutulan eseri hakkında yorum yapmaları istenmiştir. Diğer bir gruba ise hiçbir resim gösterilmemiştir. Güzel resim gösterilen grubun değerlendirmesi, diğer gruplara göre daha olumlu olmuştur. Yazarın çekiciliğinin denekler üzerindeki etkisi, yazara ait eserin gerçekte kötü bir eser olması durumunda daha açık olarak görülebilir. Çünkü bu durumda bile okuyucular eserle ilgili olumlu değerlendirmelerde bulunabilmektedirler. Bu bakımdan fiziki görünüş ve kıyafet güvenilirlik ve inanılabilirliği artırabilmektedir. (Oktay, 1996:192). Halo ve horn etkileri görülen olumlu/olumsuz bir davranıştan veya var olan

olumlu/olumsuz bir özellikten yola çıkılarak, o davranış ve özellikle ilgisi bulunmayan alanlar hakkında hüküm vermeye yol açtığı için yanlış bir genelleme olarak kabul edilmektedir. İnsanlar bu etkilere ekseriyetle kişilere olan duygusal yaklaşımları nedeniyle sahip olurlar; yani tutumun biraz sonra değinilecek duygusal ögesi ağırlıklı olarak etkilidir.

Tutum davranışa dönüşürken davranış sonucu oluşan tatmin tekrar tutumu şekillendirmektedir. Bu döngüde “İmaj ne değildir?” bölümünde belirttiğimiz gibi tutumun dolayısıyla da imajın statik değil dinamik bir süreç olduğunu göstermektedir. Tutumun dinamikliği neticesinde oluşan yeni tutumu belirleyen ise tutumun öğeleridir. Tutumun öğelerini 3 grupta toplamak mümkündür.



Şekil 2.2. Tutumun Öğeleri (Kağıtçıbaşı,2014:133)

Tutumun öğelerinden bilişsel öge zihinsel süreçlerle ilgilidir. Bu öge de aklın egemenliği ön plana çıkmaktadır. Bir kişi/kurum hakkındaki düşüncelerin bulunduğu öğedir. Bilişsel öğenin oluşumunda analiz-sentez gibi düşünsel beceriler etkindir. Bir nesne/kişi hakkında bir analiz yaparız ve bu analiz bir değerlendirmeye neden olur. Bu değerlendirme de o kişi/nesne ile kuracağımız bağı yani davranışı belirler. Duyuşsal öge ise duyguların önderliğinde gerçekleşen bir süreçtir. Bu süreçte ne düşündüğünüzden çok ne hissettiğiniz hayati önemdedir. Hisler ise genellemek biraz

önce sözünü ettiğimiz Halo ve horn etkisine neden olmaktadır. Bir nesne/kişi için söylenen “seviyorum, sevmiyorum, hoşlanıyorum, sempatik buluyorum, antipatik buluyorum, nefret ediyorum” sözleri bu alanın kapsamı içerisindedir. Davranışsal öge ise tutumun somut olan tek ögesidir. Bir nesneye ait olan tutumumuzun diğer insanlar tarafından görülmesine sebebiyet verir (Kağıtçıbaşı, 2014:134).

Bilgi, duygu, davranış olarak özetleyebileceğimiz ögelerin tamamı yerleşik, güçlü tutumlarda tam olarak bulunurken bazı zayıf tutumlarda davranışsal öge bulunmaz. Bu durum ise bize bütün tutumların davranışa dönüşmediğini söylemektedir (Kağıtçıbaşı,2014:134).

Ögelerin kendi içinde veya birbirleri arasında yaşadığı çelişkiler ise tutum değişikliğine sebebiyet vermektedir. Bir kişi bizde mevcut bulunan tutumun aksi yönde bir davranışta bulunursa biz mevcut durum ile var olan tutum arasında bir gerilim yaşarız. Kişi davranış değişikliğine gider ve bizdeki tutuma yaklaşırsa gerilim azalır. Ancak mevcut davranış devam ettirirse bu defa biz tutum değişikliğine gideriz ve bu değişiklikte beraberinde kişi hakkında imaj değişikliğine gitmemize yol açar. Yani çelişki değişimi değişim ise dinamizmi meydana getirir. Bu döngü her tekrarlandığında düşünülen imajda yenilenir (Kağıtçıbaşı,2014:135).

2.6. İmajın Oluşumu

İmaj oluşturma yalnızca günümüz küresel dünyasının bir uğraşı değildir. İnsanın kendisini işaretlerle, sembollerle ifade etmeye başladığı günden bu yana imaj (imge) yaratma çabası hep vardır (Yazıcı,2003:71-74). Bu uğraş ilkçağ Yunan uygarlığından günümüze kadar gelmiştir. Krallar, rakiplerinden farklılaşmak, ordularının tanınmasını sağlamak amacıyla imajı kullanmıştır. Bunun için buharlı gemiler renklendirilmiş, bacalar eklenmiş, posta arabaları kendi kimliklerini yansıtacak şekilde dekore edilmiş, tramvaylar, trenler renklendirilmiştir. Bütün bunlar günümüzde imaj çalışması olarak değerlendirilmektedir (Aydınalp, 2014:32).

İkinci Dünya Savaşı sonrası kitle iletişim araçlarından özellikle televizyonun yaygınlaşması ile birlikte imaj yönetimi çalışmaları ağırlık kazanmıştır. Bu dönemde politikacıların, siyasal partilerin imajlarının iyileştirilmesi çalışmaları yapılmıştır. İmaj çağında politikacılar, sadece söyledikleri ile değil, bunu nasıl söyledikleri ve yaptıkları ile değerlendirilir. İmaj faktörünün siyasette kullanılması daha önce de

belirtildiği gibi eskiye dayanmaktadır. Hatta bu faktörü George Washington'ın ve Atatürk'ün de kullandığı düşünülmektedir. Siyasal aktörler arasındaki politik farklar azalarak hepsi birbirine benzemeye başlayınca, en önemli ayırıcı özellik onun imajı olmaktadır (Oktay, 2002:85).

Siyasetçiler ise politik farklılıkların azaldığı dönemde imajın önemini ortaya koymak için “Siyasetin yarısı imaj oluşturma, diğer yarısı ise insanları gerçeklerden bağımsız olarak o imaja inandırma sanatıdır.” cümleleriyle ortaya koymaktadır. Günümüzde ‘imaj yaratma’ kavramı, siyasal literatüre, reklam ajanslarının siyasal partilerle eşgüdümlü çalıştıkları kampanya faaliyetleri olarak girmiştir. Bu süreç içerisinde, söz konusu görüşler, koşullar da göz önüne alınarak ya pekiştirilmekte ya da zayıflatılmaktadır. Kısaca imaj yaratımı, seçimde adayı başarıya ulaştıracak algı potansiyelini oluşturabilme çabasıdır (Erzen, 2008:75).

Kişi ve kuruluş adına istenilen bir imajın oluşması için birçok ayrıntının değerlendirilmesi, dikkate alınması, çalışmaların yapılması, konular ve çalışmalar arasında da belli bir düzenin olması ve tüm hepsinin insanların beyninde bir araya gelmesi gerekmektedir. İmaj bilinçli çabalar neticesinde oluşturulabildiği gibi kendiliğinden de oluşması mümkün olabilmektedir. Ancak kendiliğinden oluşan imajın kişi, kurum ya da kuruluşa istenilen düzeyde katkı sağlaması pek mümkün olmamaktadır (Canöz, 2010: 97).

Gündelik yaşantımızda sıklıkla kullandığımız imaj olgusu siyaset sahnesinde istenilen sonucun alınabilmesi için tesadüflere bırakılamayacak profesyonel bir çalışma gerektiren bir dizi hedefler ve amaçlar bütünüdür. Siyasi liderler mensubu olduğu parti kadar takipçilerinin zihninde kendileri hakkında olumlu ve istenilir bir fotoğraf oluşturabilmek adına siyasal imaj çalışmalarına başvurmaktadır (Erzen,2008:67).

Aday imajı, aday olan siyasi aktörün seçmen zihninde bıraktığı izlenimler bütünü olarak ele alınabilir. Bu izlenim adayın fiziksel görünüşü, yaşam tarzı, değişik konular ve sorunlar karşısındaki tavrı gibi bileşenlerden oluşmaktadır (Damlapınar ve Balcı, 2005:61). Bu bakımdan siyasal kampanya yürütücüleri seçmenlerin kafalarındaki ideal aday imajını göz önünde bulundurarak kendi adayları için ideal bir aday imajı tasarlama amacındadırlar (Devran, 2004:206).

Özer (2014:182); başarılı siyasal imajın oluşturulması için üç önemli ögenin gerekliliğinden bahseder bu öğeler ise:

- Seçmenler için, vurgulanan konu hakkında düşünürken kullanılmak üzere basit bir tema veya mesaj hazırlamak gerekliliği,
- Diğer partilerin ya da adayların mesajlarından daha dikkat çekici ve çarpıcı olacak şekilde kampanya mesajlarını tasarlamak ve bütün iletişim kanallarına yaymak gerekliliği,
- Kampanya mesajının, seçmenler tarafından güvenilir şekilde algılanmasını sağlamak gerekliliğidir.

İmajın oluşum sürecinde ise birbiri ile mücadele eden iki anlayış göze çarpmaktadır. Kimileri ise imajın sahte ve gerçeklikten uzak, yapay özellikler ya da davranış kalıpları içerisine girerek oluşturulduğu düşüncelerini savunmaktadır (Dinçer, 1998:1–2). Politikacının var olan vasıflarına dayandırılmasına ihtiyaç duyulmadan, seçmenin istediği özellikler sanki politikacıda varmış gibi davranılmasını salık veren bu görüşün savunucuları politikayı bir gösteri alanı olarak görmektedirler.

Politikanın bir gösteri alanı olduğu görüşünün savunucularından olan Machiavelli 'ye göre bir hükümdarın kendini yüce gösteren halkın kendisine bağlılık duymasını güvenmesini sağlayan niteliklerin tümüne sahip olması gerekmez, ama sahipmiş gibi görünmesinde yarar vardır. O niteliklerin tümüne sahip olmak ve onlara uymak tehlikelidir, oysa sahipmiş gibi görünmek faydalıdır (Machiavelli, 2018: 67). Machiavelli düşüncelerini örneklerle desteklemeye çalışır; “Merhametli, sadık, insancıl, dürüst ve dindar gibi görünmek ve gerçekte olmak gibi; ne ki olmamak gibi bir olasılık karşısında ruhunun buna hazır olması gerekir”. Bu ifadeler ile söylenmek istenen şudur: Bir hükümdar, özellikle yeni birisi, iyi bilinmek adına sahip olması gereken bu niteliklerinden devleti ayakta tutabilmek amacıyla vazgeçmek ve iyilik yapmamak; verdiği söze, insanlığa ve dine karşı durmak zorunda kalabilir. Bu nedenle yazgısının cilvesine ve olayların değişkenliğine karşı koyabilecek bir ruh kıvraklığına sahip olması gerekir. Yapabiliyorsa iyilikten uzaklaşmasın, ama gerektiğinde kötü olmasını da bilsin (Machiavelli, 2018: 68).

Postman da Machiavelli'yi destekler nitelikte düşünmektedir. Postman (2012:152), temel fikrin başarı, berraklık ya da dürüstlük peşinde koşturmak değil,

sanki zaten o vasıflara sahipmişsiniz gibi görünmek olduğunu savunarak görüşlerini şu örneklerle destekler: İmaj politikası bir terapi biçimidir bu yüzden çekiciliğe, iyi görünüşe, ünlü olmaya ve kişisel itiraflara büyük önem verir. Örneğin Abraham Lincoln'ün gülümseyen bir fotoğrafının bulunmaması, karısının bir psikopat olması ve Lincoln'ün uzun depresyon nöbetleri geçirmesi düşünüldüğünde, bütün bunlar Lincoln'ün imaj politikasına uygun düşmemektedir. İmaj politikasında bu karanlık yönler yer verilmemektedir çünkü imaj politikası gerçek politik sebeplere önem vermemektedir.

İmajın gerçeklikle ilişkisi olmasına gerek olmadığını düşünenlerin diğer bir tezi ise bir aday, ne kadar güçlü, değerli, karakterli veya deneyimli olursa olsun seçmenin zihnindeki aday kalıbına uymuyorsa seçmen açısından fazla bir anlam ifade etmeyecektir. Bu nedenle adaylar, tersi bir yapıda bile olsa, kendilerini halkla özdeşleştirmek; onlardan biri olduğunu, onlar gibi düşündüğünü ve yaşadığını vurgulamak zorundadır (Devran, 2004:199). Aday gerçek yaşamında hangi yapıya sahip olursa olsun kampanya yönetimi farklı bir imaj yaratmak için değişik stratejiler uygulamaktadır. Örneğin, 1992 yılındaki ABD başkanlık seçimleri sırasında Clinton'ın kucağına bir çocuk alıp sevmesi, televizyon programına çıkıp saksafon çalması, arabasını yıkaması, sürekli sabah koşusu yapması gibi davranışlar oluşturmak istenen imaj için planlanan eylemlerdir (Devran, 2004:55).

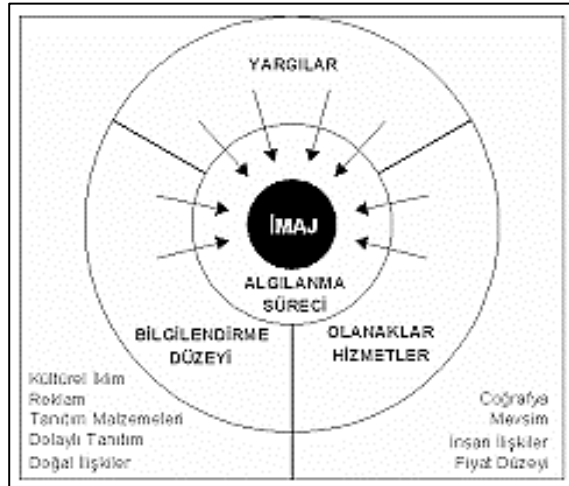
İkinci görüşte ise ideal imaj oluştururken dikkat edilmesi gereken şey kişinin işine ve kişiliğine uygun, doğal bir imaj çizilmesidir. İmaj, karakter üzerine temellendirilmelidir. Kişiye karakteri ile uyuşmayan bir maske takmak yerine sahip olduğu özelliklerin yavaş yavaş ortaya çıkarılması daha doğru bir yöntemdir (Çakır, 2016:19-20).

İmaj oluşturma sürecinde oluşturulan imajın adayın var olan özelliklerine uygun olarak oluşturulmasını ifade edenler ise imaj oluşturma işlemini gerçekleştirirken düşünsel olarak olması isteneni varmış gibi deklare edilip bu doğrultuda davranılırsa, Baudrillard'ın ifade ettiği simülasyon kavramına hayat buldurulacağını iddia eder. Baudrillard post modern dünyada imaj, gerçeklik ve simülasyon arasında var olan perdenin kalktığını sınırın infilak ettiğini ve içe çöktüğünü ifade eder (Bıçkıcı, 1999:36). Bu içe çöküş bizi “post-truth” denilen gerçekliğin önemsenmediği bunun yerine duyguların ve kurguların hakim olduğu bir panoptikona hapseder. Bu kurgusallık ise

bir noktadan sonra insanları girdikleri panoptikondan çıkmaya yani olumlanan imajı yıkmaya sürükleyebilir. Bu yıkıma uğramamak içinse siyasal bir liderin imajı inşa edilirken, var olan özellikler üzerinden gidilmesi gerekmektedir, aksi halde lider kamuoyu nezdinde güvenilirliğini ve inandırıcılığını yitirir. Oluşturulmuş olunan imajın kalıcı olması ve devamlı etkiler şeklinde bir sürdürülebilirliği beraberinde getirmesi için üzerine inşa edilen imajın temelini sağlam olması ve ortaya konulan çalışmaların bununla bütünleşmesi gerekmektedir. Sahip olunmak istenen imaj kültür, bilgi birikimi, statüyü destekler nitelikte tasarlanmalıdır (Gençer, 2017:73).

2.7. İmajın Öğeleri

İmaj, ürün kişiliği, duygular ve zihinde oluşan çağrışımlar gibi tüm belirleyici unsurları içerecek şekilde ürünün algılanmasıdır (Odabaşı-Oyman, 2003:369). Bir kişi, ürün ya da kurum hakkında kafamızda belirli bir imajın oluşabilmesi için öncelikle belirli aşamalardan oluşan bir birikime sahip olmamız gerekmektedir. Hiyerarşik olarak meydana gelen bu aşamalardan elde ettiğimiz verilerin toplamı imajı oluşturmaktadır. İmajın oluşması için hakkında bilgi/duygu sahibi olunması gereken öğeleri şekildeki gibi ifade etmek mümkündür. Sözü edilen bu öğeler ise; bilgilenme düzeyi, sahip olunan yargılar, sunulan olanak ve hizmetler oluşturmaktadır (Dinçer, 1998:2).



Şekil 2.3. İmajın Öğeleri ve Oluşumu (Karpaz, 1999: 84).

Bilgilenme düzeyi, çok farklı iletişim kanal ve süreçlerinden; reklamlardan, içinde bulunan kültür iklimine kadar çok çeşitli kanallardan iletilen bilgi ve verilerden oluşur. Bunların belirli bir bölümü insanlara belirli bir yönde tutum takınmayı ve o

yönde davranmayı önermektedirler. İnsanlar tutum ve davranışlarında girişecekleri değişikliklerde, kendilerinin daha önceden edinmiş bulundukları tanıma-bilme (cognitive) öğelerine ters düşmemeye çaba harcarlar (Oskay 1985). Festinger (1985) buna "bilme tanıma uyumsuzluğundan kaçınma" demektedir. Yeni bir tutum edinmeyi ya da davranışa yönelmeyi öneren bir mesajla karşılaşan bireyler, bazen daha önceki bilme-tanım uyumsuzluğu içine düşen birey, bu kez söz konusu uyumsuzluğu gidermek için "yeni haklı kılımlar" peşine düşerek yeni bir denge ve uyum arama çabasına girmektedirler. Tanıtımın özünü oluşturan noktalar, aslında bireyin kullanacağı tercihle, başka bir deyişle önerilen yönde bir tutum ve davranış benimsemesi durumunda arayacağı haklı kılımlar için yardımcı olma çabalarından oluşur (Tolungüç,1992:27-28).

Yargılar ise insanların genel olarak belirli konu, kişi ya da nesnelere atfettikleri değerlerdir. Bunlar doğru ya da yanlış nereden kaynaklandığının saptanması güç birtakım stereotype'lar (basmakalıp fikirler) biçimindedirler ve algılama-yorumlama sürecinde belirleyicidirler (Oskay, 1972). Buchanan ve Cantril'in yaptıkları bir araştırmada, ulusların birbirleri hakkındaki değerlendirmelerinin ussal olmayan temellere dayandığını ortaya koymaktadır (Tolungüç,1992:27-28).

Yargılar oluştururken çerçeveyi oluşturan ise olanak ve hizmetlerdir. Olanak ve hizmetler kültürel ortamdan sosyal yapıya, ekonomik gelişmelerden siyasi konjonktüre, tarihsel geçmişten ileriye dönük vizyona kadar birçok öğeyi içinde barındırmaktadır. Örneğin bir lider imajı oluşturulurken o liderin geldiği sosyal yapı, siyasi fikirleri, hitabeti, içinde bulunulan çevresel ekonomik, yasal koşullar olanaklar ve hizmetler öğesi içinde kendine yer bulmaktadır (Karpaz, 1999:83-84).

Algılama öğesi tutum ile yakından ilgilidir. Algılama bir olayı, durumu anlamlandırma sürecidir. Aynı olay hakkında farklı toplumsal tabakalardan gelen insanlar birbirlerinin karşıtı yargılara varabilirler. Yani imaj algılama sürecinin seçiciliği ile biçimlenen dinamik bir kavramdır (Tolungüç, 1990:94). Algılama sürecinde seçiciliği belirleyen ise biraz önce bahsettiğimiz tutumdur. Tutumlarımız bizi hem algıda seçici yapar hem de mantığa bürüme veya çarpıtma savunma mekanizmamızı harekete geçirir. Kendisi hakkında olumlu bir tutuma sahip olduğumuz ve sözlerine önem atfettiğimiz bir kişi kalabalık bir ortamda konuşuyorsa ortamın gürültüsünden ziyade o kişinin söylediklerine kulak kabartırız. Ancak nötr bir

tutuma sahip olduğumuz bir insan sessiz bir ortam da konuşsa dahi pek dikkatimizi çekmeyebilir. Yine sevdiğimiz bir kişinin norm dışı davranışını mantığa bürüyüp normalleştirirken sevmediğimiz bir insanın olağan davranışını çarpıtarak olağandışı hale getirebiliriz. Festinger'ın (1985): "tanımladığı bilme tanıma uyumsuzluğundan kaçınma" kavramı bu noktada hayati bir öneme sahip olarak tutum ve algı arasındaki dolayısıyla imaj ile tutum arasındaki bağı da göstermektedir.

2.8. İmajın Fonksiyonları

Bireyler için imajlar, belli bilgilerin işlenebileceği şemalar oluşturmaktadır. Ruhsal bir ön programa anlamında imajlar, bir kuruluşun imaj oluşturuvcu faktörler aracılığıyla iletmek istediğı çok çeşitli bilge ve teşviklerin alınabilmesi, işlenebilmesi için bir yardım sunarlar. Bu psikolojik işlemin türü literatürde bir dizi fonksiyon ile açıklanmaktadır. Bu fonksiyonlar şu şekilde açıklanmaktadır (Merkleden aktaran Okay, 2002:242,243):

Karar Fonksiyonu: Kişilerin sahip oldukları imajları, onların o konudaki kararlarını etkileyecektir.

Basitleştirme Fonksiyonu: Bireylere bilgi sunulduğunda kişi kendisi için gereksiz olan bilgiler dikkate almayarak, sahip olduğu imaj nedeniyle kendisini ilgilendirenleri alacaktır.

Düzen Fonksiyonu: Kişinin basitleştirerek aldığı bilgileri, kendisinde mevcut olan içerik anlamlarından birisine dahil etmesidir.

Oryantasyon Fonksiyonu: İmajı iletilen kişi veya kurumun verdiği bilgilerin eksik ya da objektif olarak yetersiz olduğu durumlarda, kişi bunları yine de değerlendirerek bir yön bulabilmektedir. Bu durum ise imajın objektif bir gerçeğin ruhsal bir sübjektif tarafından ikame edilmesine dayanmaktadır.

Genelleştirme Fonksiyonu: Oryantasyon fonksiyonunda anlatılan bir durum meydana geldiğinde bireyler genellikle bir bilgi transferiyle bildikleri konuları bilmediklerine aktarırlar ve böylece bir genelleme yaparlar.

2.9. İmaj Türleri

İnsan zihninde oluşan imajın zaman içerisinde birçok türü oluşmuştur. Literatüre bakıldığında, pozitif (olumlu) imaj, negatif (olumsuz) imaj, istenilen imaj, yabancı

imaj, mevcut imaj ve kişisel imajın yer aldığı görülmektedir (Peltekoğlu, 2004; Bakan, 2008).

Pozitif İmaj: “Pozitif imaj” kavramı; halkın, siyasi lidere yönelik algıladıkları olumlu yöndeki değerlendirmeleri içeren imajı ifade etmektedir (Fombrun’dan aktaran Çetin, Tekiner, 2015:422). Pozitif siyasi liderin hedef kitlelerinin algısında güvenilir bir lider olarak yer edinmesi, hoş ve sempatik bulunması ve buna benzer olumlu çağrışımlar neticesinde (Bakan, 2008:297-298) genellikle muhatapların deneyimleri sonucu oluşmaktadır (Peltekoğlu,2001: 361-362).

Negatif İmaj: “Negatif imaj” kavramı; tüketicilerin halkın, siyasal lidere yönelik olumsuz algısını ifade etmektedir (Fombrun, 1996:47). Liderin yasal veya etik olmayan bir davranışı, toplumsal sorunlara karşı duyarsızlığı negatif imajın oluşmasına yol açmaktadır (Peltekoğlu, 2004: 362; Bakan, 2008: 298).

Yabancı İmaj: Diğer kişilerin zihnindeki görüş ve düşünceler olan yabancı imaj, kuruluşun kendi algıladığı imajın tersi olarak düşünülmelidir (Peltekoğlu,2001: 361-362). Yabancı imaj ile kendi imajının başarılı liderlerde genellikle örtüştüğünü söylemek mümkündür (Okay, 2002: 244).

Mevcut İmaj: Liderin içinde bulunulan zaman diliminde sahip olduğu imajdır. İmaj dinamik bir yapıdır, değişiklik gösterir ve zamana uymak durumundadır. Sürekli genç görünümü korumak zorunda olduğundan dolayı mevcut durumun saptanması için bilimsel analizleri zorunlu kılar (Aşkın,2002;10).

Kişisel İmaj: Kişisel imaj tıpkı imaj kavramının kendisi gibi farklı açılardan yaklaşıldığında, üzerinde farklı tanımların yapılabileceği bir konudur. Bazıları giyimin ya da gönderilen sözsüz mesajların; bazıları, nasıl konuşulduğu ve ses tonunun; bazıları da biriyle ilk karşılaşma anında hissedilenlerin kişisel imajı oluşturduğunu söylemektedir. Bu bağlamda kişisel imaj kişinin içinde bulunduğu ortamlarda jestler, mimikler, giyiniş tarzı, yapılan hareketler ve sözel ifadeler ve bu ifadelerin tonunun birleşiminden oluşan ve bu çerçevede kişinin insanlarda bıraktığı izlenim olarak değerlendirilmektedir (Türkkahraman, 2004:7).

Çakır’a (2002:21); göre kişisel imaj kavramı 1980’li yıllardan itibaren popülerlik kazanmış ve bu popülerlik kişisel imaj kavramının yanlış anlaşılmasına ve içinin boşaltılmasına neden olmuştur. Bu nedenle kişisel imajın özünde neleri

barındırıp neleri barındırmadığını tespit etme gerekliliği ortaya çıkmıştır. Buna göre kişisel imaj: Kişinin kendisini “gerçekte hiç olmadığı kadar iyi göstermek” demek değil, kendini iletişimin tüm imkânlarını kullanarak olabildiğince doğru ve etkileyici bir şekilde ifade etmektir. Kişinin kendisini gizleyip “insanları daha hızlı ve kolay kandırmak için maske takmak” demek değil, kişinin içindeki gerçek kimlik ve karakteri ortaya çıkarmaktır. Kişinin kendisini basit bir şekilde “süsleme süreci” demek değil, gerek iş yaşamında gerekse kişisel yaşamda iyi ve sempatik bir karakter oluşturmaktır.

Kişisel imaj; öz imaj, algılanan imaj ve istenen imajı belirleyen iç ve dış faktörlerin bir karışımıdır (Sampson, 1995:12, Çakır, 2010:19).

Öz İmaj: Kişinin kendini nasıl gördüğüdür. Öz imaja benlik algısı denir. Kişinin kendini iç aynasında görme şeklidir (Çakır, 2016:19), Öz imaj geçmiş deneyimler tarafından etkilenir ve mevcut öz saygı düzeyinin bir yansımasıdır. (Sampson, 1995:12).

Algılanan İmaj: Başkalarının kişiyi nasıl gördüğüdür. Çakır buna örnek olarak cenazelerde sorulan "Merhumu nasıl bilirdiniz?" sorusunu örnek göstermektedir (Çakır, 2010:19). İnsanlar çoğunlukla başkaları hakkında duyduklarına dayanarak yargılara varırlar. Algılanan imaj başkalarının bizi nasıl algıladığı ile ilgilidir (Sampson, 1995:14).

İstenen İmaj: Kişinin kendisini nasıl görmek ve başkalarına nasıl göstermek istediği ile ilgili bir durumdur. Çakır'a (2016:19) göre "Nasıl bilinmek istersiniz?" sorusu kişiyi sahip olmak istediği imaja götürür. Kişinin, bir anlamda vizyonunu ya da gelecekte kendisini görmek istediği ve hedeflediği noktayı ifade eden imaj anlamında kullanılmaktadır (Odabaşı, Barış,2010:45). Kişiler istedikleri imaja çeşitli çalışmalarla sahip olabilirler. Ancak çalışma ortamı, sahip oldukları özellikler istedikleri imajla uygun olmalıdır çeliştiği takdirde inandırıcılıklarını kaybedebilirler (Sampson, 1995:16)

Herkesin, tanınmasını sağlayan belli ilkeleri vardır. Kişisel tarz bu ilkeleri yansıtmak için aracı durumundadır. Bir imajı yalnızca giysiler oluşturmamaktadır. Kişisel imaj öz imajı, algılanan imajı ve istenen imajı belirleyen iç ve dış faktörlerin sofistike bir karışımıdır. Kendinizi dış dünyaya sunma biçiminiz kişisel reklamınızdır. Görünüşünüz, konuşma kalıplarınız, tavır ve davranışınız neler yapabileceğinizin dış

göstergeleridir. Bunlar ayrışık, ama kişisel tarzınızı göstermek üzere bir araya gelen öğelerdir (Sampson, 1995: 12-20).

2.10. Kişisel İmajı Oluşturan Öğeler

Kişisel imajı oluşturan birden fazla öğe bulunmaktadır. Sampson kişisel imajın öğelerini 5 başlık altında toplamıştır.

KİŞİSEL İMAJ				
Görünüş	İletişim Tarzı	Duruş	Ün	Beden Dili
Fiziksel Özellikler	Konuşma Tarzı	Karizma	Göze Çarparlık	Tavırlar
Giysiler	Yazım Tarzı	Özgüven	İlerleme	Poz
Düzgün Giyim	Düşünme Tarzı	Kendine İnanma	Çizgi	Jestler
	Sunum Tarzı	Özsaygı	Deneyim	Kullanılan Alan
			Vasıflar	Seçilen Konum

Tablo 2.3. Kişisel imajın Öğeleri (Sampson,1995:21)

Genel olarak karşımızdaki insanları birbirlerinden ırk, cinsiyet, yaş, cüsse, yüz ifadesi, gözler, saç, giysiler, hareket ve duruş özelliklerine göre ayırt etmekteyiz. Ardından, bizim için taşıdıkları önem sırasına göre; eğitim, incelmışlik, çekicilik düzeyleri, kişilik ve yaradılışı, başarı derecesi, terbiyesi, mali durumu, kıdemi, ahlaki ve sosyal değerleri ve sosyal konumu hakkında yargılara varmaktayız. Sonra da güvenip güvenmediğimize, hoşlanıp hoşlanmadığımıza, iş yapıp yapmayacağımıza karar vermekteyiz. Bunlardan ırk, cinsiyet, yaş ve cüsse üzerinde kontrolümüzün olmadığı yaratılış özelliklerimizdir. Bu nedenle imaj oluşturmada kontrol edebildiğimiz fiziksel özelliklerimiz, vücut hareketlerimiz, beden dili, konuşma, ses tonu, sergilenen özgüven ve giyim kuşamımız ile verilen mesajlar çok büyük önem taşımaktadır (Harmancı, 2009: 22).

Çakır (2010:27) ise kişisel imajın öğelerini; görüntü (ilk izlenim), sözlü iletişim (konuşma ve sesin kullanımı), sözsüz iletişim (beden dili, zaman ve mekan kullanımı, giyim kuşam, genel görüntü, renkler, çevre ve aksesuarlar), diğer iletişim özellikleri (yazma, sunum, dinleme), karakter (karizma, özgüven, özsaygı), yeterlilikler (birikim, potansiyel, kişisel gelişim, deneyim, göze çarparlık) ve davranış ve tavırlar olmak üzere 7 başlık altında toplamıştır.

Kişisel İmaj Öğeleri	
Görüntü(İlk İzlenim)	Dış görünüş, etkileyicilik
Sözlü İletişim	Konuşma ve sesin kullanımı
Sözsüz İletişim	Beden dili, zaman ve mekan kullanımı, giyim vs.
Diğer İletişim Özellikleri	Dinleme, Yazma, Sunum
Karakter	Karizma, Özgüven, Özsaygı
Yeterlilikler	Birikim, potansiyel, deneyim, göze çarparlık
Davranış ve Tavrılar	Üslup, tutarlılık

Tablo 2.4. Kişisel İmajın Öğeleri (Çakır, 2010:27)

Görüntü (İlk izlenim): Dünyada tekrarlanamayacak olan şeylerden birisi ilk izlenimdir ve insanlar üzerinde oluşan ilk izlenim 30 saniye gibi kısa bir süre içerisinde gerçekleşmektedir (Fidan, 2009:107-108). Çakır'a (2010:26) göre bu süre 4 dakikaya kadar çıkabilmektedir. Bu zaman zarfında kişinin: Boyu, kıyafetleri ve kıyafet renkleri, vücudunun, omuzlarının ve başının duruş şekli, göğsünün ve ellerinin konumu sözlü ifadelerinden daha ileri düzeyde mesajlar iletmektedir (Çobanoğlu, 2007:222). Genel olarak ilk karşılaşmada insanın özellikleri şu sıraya göre fark edilmektedir (Sampson, 1995: 28): İlk olarak ırk, cinsiyet, yaş, cüsse, yüz ifadesi, gözler ve saç, giysiler, hareket ve duruş, ardından çekicilik düzeyi, kişilik ve yaradılış, eğitim düzeyi, başarı derecesi, kibarlık düzeyi, terbiye, mali durumu, kıdem düzeyi, sosyal ve ahlaki değerler, sosyal konumu, en son güvenip güvenmediğimiz hoşlanıp hoşlanmadığımız, iş yapış yapmayacağımız sorgulanmaktadır.

Sosyal psikolog Albert Mehrabian'ın yapmış olduğu bir araştırmaya göre ilk izlenimlerin %55'ini görünüş ve beden dili, %38'ini konuşma ve ses tonu, %7'sini ise konuşulanların içeriği yani kelimeler oluşturmaktadır (Dincer, 1998:12; Çakır, 2010:26).

Cinsiyet, boy, yaş, ağırlık ve dış görünüş gibi unsurları kapsayan fiziksel niteliklerin en büyük özelliği objektif olarak tanımlarının ve ölçümlerinin yapılabilmesidir. Boy uzunluğu liderlik açısından önemli bir avantaj olmasına rağmen, bunun temel bir zorunluluk olduğu da düşünülmemelidir. Örneğin Hitler, Mussolini ve Napolyon buna örnek olarak gösterilebilir. Aynı şekilde yaş unsuru da her durum için geçerli olmamasına rağmen, liderlik konusunda önemli bir etken olarak görülebilir. Bununla birlikte dış görünüş ile liderlik arasında bir ilişki kurulabilir.

Çirkin ve vücutça kusuru bulunan insanların liderlik yapma şanslarının daha az olduğu önemli bir gerçek (Güney, 2015: 516) olmakla birlikte tarihte Timur, Yıldırım gibi bu duruma istisna oluşturabilecek liderlerde mevcuttur.

Türk seçmeni açısından düşünüldüğünde de görsel çekiciliğin önemli bir unsur olduğu söylenebilir. Etki bakımından zaman ve ortama bağlı olarak farklılıklar gösterebilmesine rağmen; adayların ön plana çıkmasında önemli bir unsur olarak ortaya çıkabilmektedir. Bu bakımdan aşırıya kaçmamak şartıyla Türk seçmeni için (Çobanoğlu, 2007: 213): Pahalı kartvizitler, vücut rengine uyumlu kıyafetler, kariyerle uyumlu aksesuarlar, kaliteli dizüstü bilgisayarlar, marka kol saatler, altın dolmakalemler, deri çantalar, kaliteli ve zevkli döşenmiş bürolar, uygun yerlere asılmış sanat eserleri, hoş otomobiller, ofiste bulunan plaket, ödül ve diplomalar gibi etkenler siyasal imajın önemli parçaları olarak görülebilir. Burada ifade edilen görsel unsurlar her zaman için geçerli olabilecek bir durum şeklinde görülmemelidir. Çünkü teknolojinin gelişmesiyle birlikte özellikle büyükşehirlerde yaşayan insanlar için, bu tür görsel sunumlar sıradan bir ihtiyaç haline gelebilmekte veya bunlara sahip olamayan vatandaşlar açısından bir tepki konusu olabilmektedir.

Sözlü İletişim: Sözlü iletişim bilgi ya da düşüncelerin kelimeler yoluyla iletilmesidir. Sözlü iletişimin en büyük avantajlarından birisi insanları yüz yüze ve karşı karşıya getirmesi ve araçları ortadan kaldırarak daha sağlıklı bir iletişime olanak vermesidir (Sillars 1995: 74). Konuşmaya, daha geniş bir anlatımla sözlü iletişime, kişilik kazandıran unsur ise ifadedir. Toplumun dili, gelenek ve görenekleri gibi etkenlerin yanı sıra (Atlıoğlu, 1994:248,249) ses tonu, sesin hızı, şiddeti ve hangi kelimelerin vurgulandığı gibi hususlar önem kazanır. Dolayısıyla sözlü iletişimde, mesaj içeriğinin yanı sıra iletiliş biçimi de önem taşımaktadır (Işık ve Biber 2006: 28,29).

Tarihsel süreç içerisinde insan nüfusunda yaşanan artış ile seçmenlerle sözlü iletişim kurma yöntemleri de değişime uğramıştır. Herkesle yüz yüze iletişim kurma yerini topluluğa hitap etmeye günümüz tabiri ile mitinglere bırakmıştır. Kitleler karşısında etkin ve derin bir iletişim sağlayabilmek için heyecan uyandıran, esaslı bilgi veren ve çoğunluk tarafından kabul gören bir üslubun kullanılması gerekir. Bu bakımdan büyük kitlelere hitap eden hatiplerin, mantığa değil, duygulara hitap etmeleri daha avantajlı olabilir. Duygulara etkili bir şekilde hitap etmenin yoluysa

kitlelerin içinde bulunduğu psikolojik yapı iyi kavranmaktan geçmektedir (Çobanoğlu, 2007: 243). Geniş kitlelere hitap eden hatibin duyguları iyi kavraması yeterli değil, aynı zamanda bunu dinleyicilere de etkili bir şekilde hissettirmesi başka bir ifadeyle aynı hissi paylaştıkları konusunda ikna etmesi gerekir. Bu gerekliliğin yerine gelmesi içinse hatibin göz önünde bulundurması gereken hususları; konuşulan dilin kurallarına uyması, hitabet sanatının usul ve üsluplarının öğrenmesi, jest ve mimiklerini ayarlaması, konu ile ilgili gerekli bilgiye sahip olması, heyecanını yenmesi, herhangi bir itiraz veya tepki karşısında panik olmaması, kırıncı olmaması, irticalen konuşma becerisinin kazanması ve nerede yumuşak nerede sert konuşulması gerektiğini öğrenmesi şeklinde sıralanabilir (Serarslan, 2006: 561-562) .

Liderlerin bu meziyetleri kazanmak için çalıştıkları bilinmektedir. Örneğin, Franklin Roosevelt konuşma yeteneğini geliştirmek için bütün yaşamı boyunca çaba göstermiştir. Aynı şekilde Winston Churchill, Lovel Thomas, Dwight David Eisenhower ve Milton Eisenhower konuşma yeteneklerini sürekli geliştirme çabası içinde olan liderlerdendir. Çünkü bu insanlar etkili konuşma yeteneğini yoğun ve sürekli çalışarak kazanmışlardır (Zelko'dan aktaran Güllüpunar, 2010:124).

Sözsüz İletişim: Sözsüz iletişim çoğu zaman sözlü iletişimden daha güvenilir kabul edilir çünkü insanların duygu ve düşüncelerini rahatlıkla yansıtabilir. Sözlü iletişimin duyguların, heyecanların, coşkuların anlatılmasında yetersiz kalmasından ötürü birçok durumda konuşurken duyguların dışavurumunda el ve kol hareketlerinden yararlanılır (Dincer, 1998: 36,42). Fiziksel özellikler, huy, mizaç, yürüyüş, duruş biçimi, eğitim, giyiniş biçimi bunların hepsi bir kişinin kişisel imajını oluşturur. En önemli done taşları ise görünüş, iletişim tarzı ve beden dilidir (Aydın, 2009:193). Beden dili, bedensel devinim ve duruşların gözlenmesi ile o kişinin duygu ve düşüncelerinin anlaşılmasını ifade eden sözsüz iletişim aracıdır. Yüz ifadeleri, mimik ve jestler de beden dili kapsamındadır. Beden dili ve yüz ifadeleri korku, kızgınlık, ilgi ya da saldırganlık gibi temel duygu durumlarının iletilmesi ve algılanması açısından evrensel bir boyuta sahiptir. Dolayısıyla bu mesajlar adayın sunumunda seçmen algılamasını doğrudan etkileyebilmektedir (Uztuğ, 2004:300).

Adayın jest ve mimikleri açısından seçim kampanyalarında neşeli bir görüntü sergilemesi olumlu bir imaj oluşumunda önemlidir. Örneğin, problemler karşısında adayın çaresiz bir görüntü sergilememesi gerekir. Önemli olan neşeli kalabilmektir.

Çünkü seçmenler problemlerin neler olduğunu bildiği için odaklandığı nokta adayın çözümleridir ve bu nedenle adayın kendinden emin olması ve problemlerin çözümleriyle ilgili olarak nasıl çalışacağını seçmenlere anlatması gerekmektedir (Grey'den aktaran Güllüpinar, 2010:119).

Sözsüz iletişim sadece yüz ifadeleri, mimik ve jestlerden ibaret değildir. Giyiniş şekli (Türbanlı-türbansız, şık veya şalvarlı gibi), saç, sakal, bıyık ve makyaj gibi görünüşteki tercihlerle veya çene ve yanak hareketleriyle insanlar başkalarına farklı mesajlar verebilirler (Türkkan, 2004: 95). Bu bakımdan görsel çekicilik adayın seçmenle kurduğu sözsüz iletişim yöntemi olarak değerlendirilebilir. İlişkilerde sözsüz iletişim sözlü iletişime göre daha etkilidir. Çünkü bazı anlamları özellikle de duyguları sözsüz iletişimle ifade etme imkanı hem daha etkili hem de daha dolaysız olabilmektedir (Cüceloğlu, 1995: 34).

Siyasetin ciddi ve güvenilir bir imajı dayattığı savı yıllardır siyaset sahnesinin aktör ve aktrislerini koyu lacivert bir renge boyamıştır. Bu durum, bürokratik çağrışımlar bakımından çok yüksek bir algılama yaratmasının yanında; seçmenlerle kurulan iletişime bir mesafe koyabilmektedir. Ayrıca geleneksel siyasetçilere yönelik olumsuz nitelendirmeler de düşünüldüğünde, bu açıdan kıyafet ve diğer unsurlarla farklılaşma olanağı önemsenmelidir. Örneğin içimizden biri sendromu içinde seçim kampanyasını yürüten bir siyasi lider, halkın içine çıktığında ve seçmenlerle kişisel iletişim kurma olanağı bulunduğu anda, resmi renk ve tarzda giyindiği zaman bu mesajı etkin bir şekilde taşıyamadığı gibi, inandırıcılığını da yitirebilmektedir (Uztuğ, 2004:304). Bu bakımdan tercih edilen kıyafetin aday üzerinde duruşu, adayı ifade edişi, ortama uygun oluşu, rahatlık hissettirmesi önemlidir (Kaşıkçı, 2006:24).

Diğer İletişim Özellikleri (Yazma, Sunum ve Dinleme): Dinleme de iletişimin önemli bir özelliğidir. İyi bir dinleyici olmak doğru bilgi akışını, yanlış anlaşılmanın azalmasını, dostane bir iletişim ortamının yaratılmasını sağlar. Etkin ve doğru dinleme, öğrenme, etkileme, ikna etme, bir ilişki ortamı yaratma, yardımcı olma, ilgilenme ve benzeri amaçlara hizmet etmesinden ötürü yaşamımızda hayati bir yer teşkil etmektedir (Dincer, 1998:48).

Karakter (Karizma, Özgüven, Özsaygı): Weber karizmatik kişilerin başlıca özelliklerinin hareketleri ilham verici, heyecanlandırıcı ve olağanüstü coşkulu olduğu için topluluk duyguları ve dostluk etme inancının gelişmesini teşvik etmek olduğunu

vurgular. Karizmatik kişiler yol gösteren ilham ve güven veren saygı uyandıran, geleceğe yönelik olumlu düşünmeye teşvik eden, insanların yaşamlarında gerçekten önemli olan şeyleri görmelerini kolaylaştıran, misyon duygusu aktaran ve güdüleyen davranışlar sergileyen kişilerdir (Uygur vd. 'den aktaran Gül ve Çöl, 2003:165).

Yeterlilikler (Birikim, Potansiyel, Kişisel Gelişim, Deneyim, Göze Çarparlık):

İmajın geçmişe ve geleceğe dönük olmak üzere iki değerlendirme sürecine sahip olduğu söylenebilir. Geleceğe dönük değerlendirme, adayın partisine, parti kimliğine, kişiliğine ve kampanyada verdiği sözlere bakarak bu adayın seçimi kazandığında ne gibi icraatlar yapabileceği ile ilgili öngörude bulunmakken geçmişe dönük değerlendirme ise; adayın geçmişteki eylemlerine ve icraatlarına bakarak gelecekte neler yapabileceğini tahmin etmektir (Devran, 2004:195).

Adayın dikkatleri üzerine toplayabilmesi için toplumsal gündemi belirlemesi ve bu gündemi kendi lehine etkin bir şekilde yönetebilmesi, adayın yeterliliği bakımından önemli bir unsur olarak görülebilir. Çünkü politik gelişmeleri ve süreçleri yakından izlemek, anlamak ve kontrol etmek ve yönlendirmek, siyasi liderin önemli görevleri arasındadır. Bu bakımdan belirlenen bu gündemin ihtiyaç sahibi geniş halk kitlelerinin beklentilerini karşılayacak doğrultuda ortaya konması ve etkin bir şekilde uygulaması gerekir (Çobanoğlu, 2007:85). Dolayısıyla adayın yeterlilik özelliği, gündemi belirleyebilmesi veya belirlenen gündemin iyi yönetilmesi sürecini gerektirdiği düşünülebilir. Çünkü adayın geçmiş deneyimleri, bilgi birikimi, yönetsel becerisi, yönlendirme yeteneği gibi özellikleri bu süreçte devreye girmektedir (Güllüpunar, 2010:102).

Seçmenlerin, siyasi liderin başarı değerlendirmelerine yönelik olarak yapılan bir çalışmada, liderin performansı ve kariyerindeki başarısının liderin zekâsından çok, onun sosyal (Luthans'tan aktaran Polat, Külter, 2008:11) ve politik konulardaki yeterliliğine (Deluca'dan aktaran Polat, Külter, 2008:11) bağlı olduğu belirlenmiştir. Lider'in başarısında en önemli unsurun 'seçmenlerin isteklerini bilmek' olduğu üzerinde durulmakta ve seçmenlerin bir liderde aradığı en önemli özelliğin dürüstlük ve güvenilirlik olduğuna işaret edilmektedir (Newman'dan aktaran Polat ve Külter, 2008:11). İmaj konusunda da değinileceği üzere liderin verdiği sözü yerine getirmesi seçmenlerin ona güven duymasını sağlayacak ve bu güven ise siyasi ürünün pazarlanmasını kolaylaştıracaktır. Siyasal ürünün cazip hale gelmesi onun insanlarla

iletişimi kolaylaştıracak ve kuvvetlendirecektir ve aynı zamanda liderin kitleleri ve kişileri etkileme gücünü de olumlu yönde etkileyecektir.

Davranış ve Tavrılar: İlişkiler davranışlar dizisi olmayıp etkileşimler dizisidir. Diğer bir ifadeyle bireylerin birbirleri üzerindeki etkileri ve birbirinden etkilenmeleri ile gerçekleşen karşılıklı bir süreçtir. Ayrıca üç sevgi kuramının öğelerinden biri olan yakınlık ve samimiyet uzun süreli ilişkiler için önemli ve hemen hemen her türlü ilişki için geçerlidir. Yakınlık ve samimiyet, kalıcı ve kontrol edilebilir niteliktedir (Aktaran: Hortaçsu, 1997:35-37). Dolayısıyla etkileşimler dizisi olan kişilerarası iletişimde samimiyet ve içtenlik iletişimin kalitesini belirleyen öğelerdir.

Siyasi lider halk toplantıları, seçim gezileri gibi programlar aracılığıyla vatandaşlarla yüz yüze iletişim kurma imkanı bulmaktadır. Seçmenlerle el sıkışması, küçük çocukları sevmesi içten bir iletişim açısından önemli katkılar sağlayabilir. Aday bu toplantılarda dokunulabilir, halka yakın, halkla iç-içe ve cana yakın bir görünüm sergileyebilir. Dolayısıyla bu tür iletişim ortamları yardımsever, sıcak, halktan biri, ilgili gibi değerlendirme ölçütlerini seçmene yansıtması açısından adaya önemli fırsatlar sunabilir (Uztuğ, 1999:163). Özellikle cana yakın (sıcakkanlı) kişilik, adayın olumlu izlenim oluşturmalarını etkileyen önemli bir unsur olarak ortaya çıkabilir. Çünkü sıcakkanlılık: sevmeme, yerme, nefret etme ve genellikle eleştirici olma eğilimi yerine sevmeme, övme, kabul etme eğiliminde kendini göstermektedir (Freedman vd. 2003: 1983).

Siyasal kampanyalarla ilgili yapılan çeşitli çalışmalarda genel olarak kadın ve erkek adayların seçmene yaklaşım tarzlarında farklılıklar olduğu görülmüştür. Kadın adaylar merhamet ve samimiyet vurgusu yaparken; erkek adaylar daha sert ve ciddi bir vurgu üzerinde odaklanmaktadır (Johnston ve White, 1994:322). Kadın adaylar, erkek adayların daha güçlü olduklarını düşünmelerine rağmen; seçmenlerin erkek adaylara kıyasla kadın adayları daha içten, daha duygulu kabul ettikleri gerçeğinden yararlanmak isterler (Schonker-Schreck, 2004:165).

Siyasal iletişim sürecinde davranıştaki sıcaklık kadar önemli olan bir diğer unsur ise dürüstlüğün somut düzlemdeki hali olan tutarlılıktır. Tutarlı davranış adayın halkla olan ilişkilerine önemli katkılar sağlayabileceği gibi; medya ile olan ilişkilerine de olumlu yönde etki edebilir. Çünkü aday tutarlı olduğu takdirde, daha rahat bir şekilde klişe sözler söyleyebilir. Klişe sözler, adayın geçmişine bağlı bir tanımlama sürecidir.

Örneğin Başkan Clinton, yönetimde bulunduğu süreçte muhalif bir yapı oluşması nedeniyle ordudaki eşcinsellerle ilgili geçmişte takındığı tutumdan farklı bir duruş sergilemiştir. Bu tutarsızlık güvenilirliği bakımından onu zor durumda bırakmıştır. Bu konu ile ilgili olarak sergilediği kararsızlık, onun medya tarafından eleştirilerin odak noktasına konulmasına sebep olmuştur. Diğer insanlar gibi liderlerin de düşünceleri zamanla değişebilir. Bu doğal bir süreçtir. Ancak bu durumun medya tarafından eleştirilmesi büyük bir olasılık taşımaktadır (Johnson-Cartee ve Copeland'dan aktaran Güllüpınar, 2010:80-82).

2.11. Olumlu İmaj Oluşturmayı Engelleyen Unsurlar

İmajın oluşmasını engelleyen iç ve dış unsurlar bulunmaktadır. İmajın oluşmasının ilk basamağı olan bilgi basamağında karşılaşılan engellerden ilki bilgi alınan ortama güvensizliktir. Bilgi alınan ortama ne kadar güvenilirse bilgi basamağının oluşması o oranda artar. Bilgi ortamına güven duyulmuyorsa bilgi basamağının oluşması namümkün hale gelebilir. Kişiler arası iletişim ortamı bu konuda en elverişli ortam olmasına rağmen günümüz dünyasında etki sahası oldukça kısıtlanmıştır. Günümüzde kitle iletişim araçları ortamı ile kamuya ulaşan kurum ve kuruluşlar kitle iletişim araçlarından dolayı meydana gelen güvensizlik engelini aşmak için uzman görüşlerinden faydalanırlar. İmajı oluşturulan kişi, ürün ya da nesne hakkında toplumda otorite kabul edilen kişilerin o ürüne ilişkin olumlu referanslarını kitle iletişim ortamında yayarak bu ortamın sebep olduğu güvensizliği kırmaya çalışırlar.

İkinci olarak mesajın içeriği önem taşımaktadır. İmajı-imgeyi oluşturan göstergelerin çözümlenebilmesi, kodların açılma ve şifrelerin çözülebilmemesi, ancak ortak gösterenleri kullanan taraflar arasında gerçekleşebilmektedir. Yani, gönderen ve gönderilen arasındaki iletişimsel döngüde, mesajın algılanıp, anlam taşıyıcısı olan gösterenin gönderilen tarafından şifresinin çözülebilmemesi için, o gösterenin anlamını gönderilenin bilebilmesi, yani, aynı kültürel koşullarda yaşıyor olmaları gerekmektedir. Dolayısıyla imaj, kendi başına bir hiçtir. Ancak kendini algılayabilecek bir kitle bulabilirse varlığını ortaya koyabilmekte ve bir anlam ifade edebilmektedir (Yazıcı, 2003:40). Mesajın içeriği insanların doğruları ile uyum sağlamıyor ya da insanlara rasyonel gelmiyorsa mesajın etki alanı daralır ve mesaj önemsenmez. Olumlu bir yaratmak uğruna rasyoneellikten uzak vaatlerde bulunmak olumsuz bir

imajın oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Tamamen irrasyonellik üzerine kurulu mesaj ilk anlarda etkileyici görünse de ürünün denenmesi ile pandoranın kutusu açılmış olacaktır. “X marka dondurmayı yerseniz sarışın mavi gözlü olacaksınız” türü vaatler o dondurmayı yiyen kişide herhangi bir dönüşüme yol açmasa da marka imajını Kafka’nın dönüşüm kitabındaki ana karakter olan Gregor Samsa haline getirecektir.

Bazen bilginin kanıya bazen de kanının davranışa dönüşmesini engelleyen diğer bir unsur ise o bilgiyi alan kişi ve kitlenin özellikleridir. Birey ve kitlenin deneyimleri, sosyokültürel yapısı, kalıplaşmış tutumları, ön yargıları imaj oluşumundaki en büyük etkindir. Birey veya kitle içinden geldiği toplumun önyargıları, kalıp yargıları ile kendi kötü tecrübelerini birleştirip bir sonuca varma eğilimindedir. Kalıplaşmış tutumları ve ön yargıları oluşturan durum ise bilgi noksanlığıdır. İnsanlar hakkında bilgileri olmayan öğeleri tanımlarken ön yargılarını ya da geçmişten miras kalan kalıp yargıları kullanırlar. ABD’de Katz ve Braly, Princeton Üniversitesi’nde kalıplaşmış tutumlara yönelik olarak 1933 ile 1951 yılları arasında üniversite öğrencilerinin yabancı uluslar hakkındaki kalıplaşmış tutumlarını incelemiştir. Yapılan inceleme neticesinde kalıplaşmış tutumların durağanlığı ön plana çıkmıştır (Kağıtçıbaşı, 2014:154). Bu araştırma aynı zamanda bilgi seviyesinde var olan bir eksikliğin tutumu ve dolaylı olarak imajı belirlemedeki hayati rolünü de göstermektedir. Bu yargılar bilgi yokluğunda bilgi sağlar. Alıcının zihninde kalıp yargılar ve ön yargılar çoğaldıkça olumlu imajın oluşumu o derece zorlaşır.

Bilgi ortamına güvensizlik, kalıp yargılar, ön yargılar, Duyuşsal çarpıtmalar imajın oluşumunu zorlaştıran diğer etmenlere de kapı açmaktadır. Bu etmenler; iletişime direnme, kaynağı kötüleme, iletişimi çarpıtma, mesajı çürütme gibi şekillerde tezahür edip işi içinden çıkılmaz bir hale getirebilir.

2.12. Medyanın İmaj Oluşum Sürecindeki Rolü: Medyanın İnsanlar Üzerindeki Etkisi

İmajların gerçeklerden daha önemli olduğu bir toplumda, kişiler ve kurumlar olumlu imaj üretmek için büyük çaba göstermeye başlamıştır. İmaj oluşturma en önemli yolu ise Bernays’in “zihinlere açılan kapılar” olarak tanımladığı kitle iletişim araçlarından geçmektedir (Artan, 2012;1). Yılmaz (2010;56), kitle iletişim araçlarının, bir canlının kan taşıyan damarları gibi, topluma sunulmuş mesajları taşıdığını, yaydığını ve böylece toplumun yönlendirilmesini sağladığını söylemiştir. İnsanlar

medyada öne sürülen moda olan ne varsa ona sahip olmak için uğraşırlar. İmajlarını ona göre biçimlendirirler. Magazinden siyasete, iş hayatına kadar her alanda kullanılmaktadır. Günlük hayatta imaj yaratmak kavramı iyice yerleşmiş durumdadır. Medya ise çeşitli şekillerde bu kavramların insanların hayatında kalabilmesini sağlamaktadır (Erzen, 2008;74-75).

Kitle iletişim araçları ve medyanın insanların kararlarını, tutum ve davranışlarını hangi oranda ne yönde etkilediği yönündeki çalışmalar 20.yy ilk yarısından itibaren cevabı aranan sorulardan biri olmuştur. Özellikle birinci dünya savaşı ile başlayan süreçte Avrupa’da faşist rejimlerin kurulması ile hız kazanmış ve ikinci dünya harbi ile doruk noktasına ulaşmıştır. Bu dönemde en çok merak edilen unsur ise kitle iletişim araçları yoluyla yapılan propagandanın kitleler üzerindeki rolü olmuştur. Savaş zamanı düşmana karşı uygulanan teknikler barış zamanı halkın bir ürünü almak, bir kişiyi sevmek, bir siyasi lidere bağlanmak gibi düşüncelerini ve davranışlarını etkilemek üzere geliştirilerek kullanılmıştır. Medya insanlara ne tür etkilerde bulunuyor, bir özgürlük ve demokrasi aracı mı yoksa kitleleri kontrol altında tutan bir “Big Brother” mı? Sesini duyuramayan halkın sesi mi yoksa halka neyi nasıl düşüneceğini telkin eden egemenlerin nefesi mi? Siyasileri halk adına mı denetliyor yoksa bu kurumların sahibi olan siyasi ve ekonomik seçkinler halkı bir panoptikonda mı tutuyor? Bu soruların cevabı kitle iletişim araçları ve medyanın etkisi üzerine 2 yaklaşımın doğmasına vesile oldu. Bu yaklaşımlar liberal (ana akım) ve eleştirel yaklaşımlardır.

Liberal yaklaşım kitle iletişim araçlarının ve medyanın halkın sesi olduğunu, bu araçlar aracılığıyla halkın denetim hakkının kullandığını ifade eder. Liberal yaklaşım siyasi, ekonomik, kültürel alanlarda var olan düzenin sürdürülmesi, mevcut yapının muhafaza edilmesini ister. Bu yaklaşım ilk zamanlarında dönemin egemen bakış açısı olan davranışçı kuramın etkisi altında, belirlenimci bakış açısı ile laboratuvar ortamında çalışmalarına başlamıştır. Çalışmalar paranın efendileri tarafından finanse edilmekte ve bu finansal desteği kaybetmek istemeyen araştırmacılar ise kimi zaman önce sonucu bulup daha sonra araştırmayı yapmaktadırlar. Bu dönemde var olan yöntembilimsel yetersizliklerde çalışmalar incelenirken göz ardı edilmemelidir. Liberal yaklaşım 1960 yılına kadar alanın mutlak hakimi olmuştur (Güngör, 2013:80).

Eleştirel kuram teorisyenlerinde ise yaşanan savaşlar, ekonomik krizler, salgın hastalıklar sebebiyle bir ümitsizlik hakimdi. Genellikle Marksizm'i savunan bu teorisyenler hedeflerine Kapitalizmi ve onun bir icadı olduğu düşündükleri kitle iletişim araçları ve basını almışlardır. Bu teorisyenler mevcut kapitalist düzenin değişmesini ve bir devrim yapılmasını savunmuşlardır. Eleştirel kurama göre kitle iletişim araçları insanları manipülatif haberlerle yönlendirmekte, egemenlerin çıkarlarını sürekli gözetirken halkın itaat etmesini sağlamaktadır (Güngör, 2013:93). Gösterilen yayınlar aracılığıyla (Doğa belgeselleri gibi), bu durumun doğal olduğunu bir tarafın güçlü iken diğer tarafın güçsüz olduğunu hayatın özünde bulunduğunu bilinçaltı olarak vermektedir. Yine bu araçlar insanların tüketim alışkanlıklarını değiştirerek onları kontrolsüz bir tüketim makinesine çeviriyor ve bu şekilde kapitalizmin ayakta kalmasını sağlıyor (Yaylagül, 2006:40) Öte yandan eleştirel kuramcıların eleştirildiği iki nokta dikkat çekmektedir. Eleştirel kurama yapılan ilk eleştiri, ilk dönem eleştirel kuramcılarının her şeyi ekonomi kökenli ele aldığı toplumsal, kültürel, ideolojik ilişkileri görmezden gelerek ekonomizm yaptığıdır. Eleştirel kuramcılara yapılan ikinci eleştiri ise var olan düzenin yerine yeni bir düzen koyamadıkları için var olan düzeni eleştirmeye hız verdikleri yönündedir. İlk eleştiri her ne kadar eleştirel kuramcılarının bütününe kapsamıyorsa da ikinci eleştiri bütüne yönelik bir nitelik taşımaktadır.

Çalışmanın şimdiki bölümünde gündem kurma modeline yer verilip bu çerçevede de basının imaj oluşumundaki rolü incelenecektir.

2.12.1. Lider İmajı Oluşturma Sürecinde Gündem Kurma Modelinin Rolü

Yıl 1968'e geldiğinde medyanın etkileri üzerine oluşturulan tabloya bir renk daha ekleniyor. Maxwell Mccombs ve Donald L.Shaw 1968 yılında Amerika Birleşik Devletleri başkanlık seçimlerinde medyanın kararsız seçmen üzerinde etkisi konusunda yaptıkları araştırma da yeni bir yaklaşıma kapı aralıyorlar (Yaylagül, 2006:69). Gündem oluşturma/kurma yaklaşımı olarak literatüre geçen yaklaşıma göre medyanın gündemi toplumun gündemini de belirliyor. Bu yaklaşıma göre medyanın önem verdiği, yayınlarında ve yazılarında sık sık ve geniş ölçüde yer verdiği olaylara halkta yine aynı ölçüde yer veriyor. Araştırmanın bir diğer bulgusu ise medya kişilere nasıl düşüneceklerini söylemese bile ne hakkında düşüneceklerini söylüyor (Güngör, 2013:114). Örneğin bir seçim döneminde basın tarafından çok hayati gösterilen bir

konuya karşı liderlerin yaklaşımı seçmenin tavrını belirleyebilir. Kadınların siyasette pasifize edilmesi konusunda medyada üst üste haberler yapılması siyasete kadınların daha çok girmesini sağlarken; aynı zamanda partiler basında kadın milletvekili adaylarının niceliğine göre takdir yâda tepki görebiliyor. Bu durum ise bir yandan parti ve lider imajı oluştururken basının bu sürece etkisini gösterirken diğer yandan partilerinde lider imajı ve seçim çalışmalarında sahip olduğu profesyonel bakışı ortaya koymaktadır.

Medya konulara verdiği önemi farklı yollar ile ortaya koymaktadır. Örneğin, bir gazete önem verdiği ve gündem olarak belirlemeye çalıştığı bir konuyu gazetenin ilk sayfasında manşetten büyük puntolarla ve hassas ifadelerle verebilir. Bu haberin sunuluş aşamasında bir uzmanın (Kanaat önderi) fikirlerine yer verip bu konuda geliştireceklerin tutumların kendilerini ne yönde etkileyeceğini ifade edebilir. Korkunun çekiciliği haberde aktif olarak kullanılabilir.

Gazetelerin bu ve bunun gibi yöntemler kullanarak gündemi belirlemeye çalıştığı haberlerden herkes aynı oranda etkilenmez. Haberin algılanmasında kişinin eğitim düzeyi, gelir düzeyi, kültürel atmosfer etkilenme oranını değiştirir. Genellikle kararsız seçmenlerde düşük gelir ve eğitim düzeyinde olanların iletişim araçlarının gündemine daha fazla önem verirken (Yıldız, 2002:56), eğitim ve gelir düzeyi yüksek insanların kendi gündemlerine daha çok yoğunlaştığı ifade edilmektedir. Bu durum birçok etkene sahip olmakla birlikte kişilerin bilgiye erişim düzeyleri, bilgiyi analiz etme kabiliyetleri ve verilen bilgi ile konu ile ilgili yaşam deneyimleri kişilerin olayları yorumlamasında hayati önemdedir.

Öte yandan medyanın gündemi belirlemesi ile siyasilerin gündem olmaya çalışması farklı durumları ifade etmektedir. Medyanın gündemi belirlemesinde gündem olan konuda eğer liderin hassas bir tutum takındığı ortaya konuluyor ve bu konuda yaklaşımı takdir topluyor veya liderin belirli olumlu özellikleri medya tarafından insanlara sunuluyorsa bu lider imajı açısından faydalı bir gelişmedir. Ancak liderin sürekli göz önünde bulunup seçmen ile yüz göz olması ise istenmeyen bir durumdur. Özellikle lider imajı oluştururken lider gücünü gizlilikten alır. Halkın karşısına ne kadar seyrek çıkarsa söyledikleri o oranda değerli olmaktadır. Tıpkı sanat eserlerinin günümüzde her mekanda bulunmalarından ötürü sanatsal değerlerinde yaşadıkları yitish gibi, bir siyasi liderinde sık sık gündeme gelme çabası hem yüzünün

eskimesine hem de sözlerinin değer kaybına uğramasına sebebiyet vermektedir. Günümüz siyasetçilerinde bulunan gazetecilerle ve iletişimcilerle sık sık iletişim kurmanın onların imajlarına olumlu katkı yapacağı yanılgısı kendisini en açık biçimde Türkiye'nin 2018 yılı başkanlık seçiminde göstermiştir. Seçim sonuçlarının açıklandığı esnada Cumhurbaşkanı adayı Muharrem İnce'nin gazeteci İsmail Küçükkaya'ya attığı "Adam kazandı." mesajının İsmail Küçükkaya tarafından canlı yayında okunması beraberinde birçok etik tartışmayla birlikte Muharrem İnce'nin imajında da büyük bir hasara sebep olmuştur.

Gündem belirleme kuramının bir diğer önermesiye medyanın bazı konulara geniş yer ayırırken bazı konuları da görmezden geldiğidir (Yaylagül, 2006:71). Bu durum bir anlamda medyanın kitlelere yön verme gücünü ortaya koymaktadır (McCombs ve Shaw, 1995:143). Toplumu yakından ilgilendiren bir sorun ufukta görüldüğü zaman medya başkanın bir futbolcu ile arasında geçen sohbeti veya bir vatandaşın evinde yediği yemeği önceliyor ve halkta başkanın davranışını olumlu veya olumsuz şekilde yorumlayıp kendisini yakından ilgilendiren sorunun bahsini açmıyorsa bu durum medyanın yönlendirme ve gündem oluşturma gücü ile açıklanabilir. Örneğin Amerika Birleşik Devletleri hem iç politika da hem de dış politika da sıkıntılı zamanlar yaşadığı günümüzde medyanın Donald Trump ile eşi Melania Trump arasındaki ilişkiye yoğunlaşmakta olup, Melania Trump eşinin elini tutup tutmadığı konusunu günlerce ele alması ve sosyal medya ya bu durumun en çok konuşulan konular arasına girmesi bu duruma örnek verilebilir.

Kısaca medya gündem kurma modeli ile bir anlamda gücünü de ortaya koymaktadır. Medyada imajların temsili halkın bu imajlara olan tutumunu belirlediğini savunan bu yaklaşım bazı imajları dolayısıyla liderleri iktidar yapabileceği gibi iktidardan da edebilmektedir. Bu konuda verilebilecek iki örnek konuyu daha elle tutulur hale getirecektir. Tansu Çiller'in Doğru Yol Partisinin liderliğine oturduğu dönemde sabah gazetesi yazarı Zafer Mutlu'nun köşesinde yer verdiği şu ifadeler iktidara gelme yolunda medyanın önemini ortaya koymaktadır. *"Doğrudur, medya diğer adaylara nispeten daha çok Tansu Çillere yer verdi. Tansu Çiller'in özellikle Demirel'in Cumhurbaşkanı olacağına anlaşıldığı ilk günlerde Doğru Yol Partisi kulislerinde ve kamuoyunda başbakanlık için adının ısıdırılmasında medyanın rolünün oldukça fazla olduğunu kabul ediyorum. Medya*

kamuoyunun sempati ile bakacağına inandığı bir ismin haberlerine daha çok yer verdi” (Sabah, 14 Haziran 1993). Öte yandan imajın sarsılmasıyla imajın sarsılmasıyla iktidardan gitme durumunun da belki de en açıklayıcı örneği Watergate skandalıdır. Demokrat parti binasına giren 5 kişinin önce hırsız olduğu düşünülür ancak daha sonra bu kişilerin Cumhuriyetçi parti ile bağları olduğu ve bu kişilerin Demokrat Parti ofisine dinleme cihazı takmak için görevlendirildiği ortaya çıkar. Bu durumun ayyuka çıkması ile Washington Post yazarları Bob Woodward ve Carl Bernstein olayın peşini bırakmaz ve gazete manşetler halinde seri haberler yayınlanır. Bu olayın medya da geniş yer bulması ile zor durumda kalan Cumhuriyetçi başkan Richard Nixon istifa etmek durumunda kalır. Kendisi aynı zamanda ABD tarihinin ilk istifa eden başkanıdır (Emrahoğlu, 2020).

2.12.2. Medyanın Seçim Süreçlerinde Rolü

Medya siyasete göre genç olmakla birlikte zaman içinde merkeziyetçilikten çok çabuk sıyrılmıştır. Medyanın kendisi ile birlikte globalleştiği en önemli unsur siyaset olmuştur (Filiz, 2008:39). Demokrasilere doğrudan katılımın imkânsızlığı medya ve siyaset arasındaki ilişkinin pekişmesini sağlarken; modern demokrasilerde vatandaşların doğrudan katılabildiği demokratik süreçlerin olmaması, kitle iletişim araçlarının kamu adına bu görevi üstlenmeleri ile sonuçlanmıştır (Gölcü, 2009:83). Medya kamuoyu adına bir taraftan siyasi süreçleri kontrol ederken diğer taraftan da siyasilerin kitle ile iletişim kurmasının aracı haline gelmişlerdir. Medyanın kitleye dönük doğası siyaset kurumunun en çok önem verdiği konu olmuş, medya ve siyaset ilişkisinde siyasal mekanizmaların daha fazla sürece dâhil olmalarına neden olmuştur. Özellikle toplumsal destek arayışında olan siyasal örgütlenmeler ve gruplar, medya üzerinden kendi değer yargılarını ve fikirlerini topluma aktarmak için medyanın olanaklarını kullanmışlardır. Bu süreç medya ve siyaset ilişkisinde, medya içeriğinin siyasallaşmasına neden olurken; medya örgütlenmelerinin de siyasal pozisyonlar olarak, belirli siyasal kimliklere bürünmelerine sebep olmuştur. Medya bu süreçte kamuoyu adına denetim yapan bir güç olmaktan çıkmış artık kamuoyunu güdümlleyen bir araç halini alarak aynı zamanda medyadan kamuyu edilgin tüketiciler haline getiren bir aygıt olarak söz edilmeye başlanmıştır (Tokgöz, 2008:206). Pek çok siyasal iletişimci yaklaşık yirmi beş yıldan beri, seçim kampanyalarında yurttaşların oy verme

etkinliklerini bir karar alma olarak nitelendirmemekte ve medyanın seçim kampanyası sürecindeki artan ağırlığından söz etmektedir (Blumler, 1990; Franklin, 1994).

Hem ana akım iletişim araştırmalarında hem de eleştirel yaklaşımlarla yapılan araştırmalarda, medya toplumsal "diğer güç merkezleriyle karşılıklı maddi ve sembolik alışveriş içindeki güç merkezi" olarak tanımlanmaktadır. Bahsedilen sembolik alışveriş süreci ise çoğunlukla taraflılığı da beraberinde getirmiştir. İşte bu taraflılığın anlaşılabilmesi için medyanın nelere önem verdiğini neleri ise ihmal ettiğini anlamak ve olayın iç yüzünü bütün çıplaklığıyla görebilmek için medyanın bu sınırlar çerçevesinde incelenmesi gerekmektedir (Herman ve Chomsky 1998: 9). Herman ve Chomsky, "Propaganda" modelinde bu süreci incelemiş ve sürecin en önemli öğelerini ise şu şekilde belirtmişlerdir:

- Egemen medya şirketlerinin büyüklüğü, yoğunlaşmış mülkiyeti, kar amaçlı oluşu ve sahiplerinin serveti,
- Reklamcılığın medyanın en önemli gelir kaynağı olması,
- Medyanın, iki temel kaynak ve iktidar odağı olan hükümet ile iş çevrelerinden ve bunların mali destek sağlayıp onayladığı uzmanlardan sağladığı bilgileri temel alması,
- Medyayı hizaya sokmak amacıyla kullanılan bir yöntem olan medyaya yönelik tepki üretimi,
- Ulusal bir din ve bir denetleme mekanizması olan anti-komünizm. İşlenmemiş haber malzemeleri basılmaya uygun hale gelinceye kadar bu süzgeçlerden geçmek zorundadır. Adı geçen bu süzgeçler söylemin ve yorumun ilkelerini belirlemektedir. Eşdeyişle neyin öncelikle haber olabileceğini tanımlarlar.

Bu maddeler çerçevesinde haberler üzerinde yapılan kısıtlamalar ve denetlemeler öyle güçlü ve sistemin içinde o kadar esaslı bir yere sahiptir ki haber seçiminde alınacak başka bir kuralı hayal etmek bile çok zordur (Herman ve Chomsky 1998:21-24). Birinci maddede bahsedildiği üzere medya kuruluşları üzerinde söz sahibi olan şirketlerin büyüklüğü mal ve nakit sermaye büyüklükleri ülkenin gündemini belirlemede siyasileri etkilemek için son derece önem arz etmektedir. Bununla birlikte medya organları piyasada para kazanmak amacıyla olan sermayedarların etkisi altındadır. Reklamcılığın ve reklam olgusunun medya sektöründeki yaptırım gücü ise yine birinci maddenin yaptırım gücünden az değildir.

Reklam verme karşılığında; haber yaptırma isteklerinin bitmediği bir ortamda, ekonomi-politik ilişkiler ve ideolojilerin göz ardı edilmesi oldukça zordur. Medyanın vereceği haberleri elde edeceği haber kaynaklarının tutumları medyanın ekonomi-politik ilişkileri ve ideolojik tutumu ile doğrudan ilintilidir. Medya organları zaman ve para sıkıntısından dolayı birçok haberi güvendiği haber kaynaklarından (resmi ve özel haber kaynakları) almaktadır. Durum böyle olunca da bazı haberlerin doğruluğunun kontrolü zorlaşmaktadır. Bunun bilincinde olan haber kaynakları da kendi lehlerine haber yaptırabilmek için bu açıktan faydalanmaktan geri durmamaktadırlar (Şimşek, 2009:131).

Öte yandan seçim dönemlerinde kamuoyunun belirli düşünceler çerçevesinde etki altına alınması süreci sadece medyanın uyguladığı filtreler ile değil aynı zamanda siyasi partilerin içerisinde faaliyet gösteren uzmanlar tarafından da şekillenir.

Çağdaş demokrasilerdeki artan karmaşıklık, gittikçe artan sayıda grup ve örgütün, yurttaşlar ile siyasal sistem arasında artan sayıda aracı yapının ve daha fazla çatışmanın ortaya çıkmasına yol açar. Farklılaşma ve parçalanmayla açıklanan bu süreç, siyasal parti biçimlerinde de önemli bir değişmeye işaret eder: Çeşitli türlerde, uzmanlaşmış gruplar aynı parti içinde birlikte var olur ve eylemde bulunurlar ve böylece, siyasal partiler zayıf ya da tutarsız ideolojik temeli olan, "çerçevelerini yitiren ve özgül izleklere bağlı, kişilere bağımlı süreli mutabakat oluşumlarına açılan" (Beck, 1999:219) parçalı ve çoğulcu örgütler olarak karşımıza çıkar. Habermas'ın vurguladığı gibi, her türlü yurttaş denetiminden uzakta, uzmanların kendi aralarında kurdukları denetim biçimlerinin kapalı ve kısa devre olarak işleyebildiği bilimsel ya da yarı bilimsel etkinlikler haline dönüşen yurttaş tercihlerinin biçimlendirilmesi girişimleri, demokratik meşruiyetinin zayıf noktalarından birini oluşturmaktadır (Köker-Kejanlıoğlu, 2004:45). Mancini ve Svanson da (1996) bu bağlamda, kampanya sürecinde uzmanların, akademisyenlerin ve siyasal danışmanlık şirketi çalışanlarının bilgilerine daha çok başvurulur olmasının normalleştiğini belirlemektedirler. Başka bir ifadeyle, modern seçim kampanyaları seçmen davranışlarına dair yaratılan teknik bir bilgiyle yoğrulmaktadır ki bu yönelim, yurttaşların siyasal ilgilerini açığa çıkartmaktan çok siyasetçilerin seçim zaferlerinin doğrulanmasına yardım etmektedir.

Dominique VVolton'unun (1990) ifadesiyle, politikacılar, medya çalışanları, siyasal danışmanlar, siyasal reklamcılar ve kamuoyu yoklamacıları gibi uzmanlar,

seçim kampanyalarında seçimi oyun stratejileri eşliğinde örgütlemektedirler. Yurttaşlığın seyirciliğe dönüştüğü bu süreç Guy Debord'un (1996) "gösteri toplumu"na yönelik tespitlerine benzer tespitlerin ağırlık kazanmasına yol açmıştır. Seçim kampanyaları dönemleri hem yurttaşlarla ilgili beklentilerin yoğunlaştığı hem de seyirlik şölenlerin arttığı bir zaman dilimi olarak özel bir işaret sistemi ve özel bir görsellik düzeni kazanmıştır (Köker-Kejanlıoğlu, 2004:46).

2.13. Türk Demokrasi Tarihinde Lider İmajı

Türkiye’de demokrasiye geçiş denemeleri 1920’lerde başlamış olsa da bu denemeler çeşitli sebeplerden dolayı başarısızlık ile sonuçlanmıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında Türkiye Cumhuriyeti, Batı dünyasında kendisine yer edinebilmek için, mevcut sistemini demokratikleştirmek zorunda kalmıştı (Dursun, 2000:14). Sovyet tehdidi karşısında, Avrupa’nın koruyuculuğunu üstlenen ABD’nin desteğini almak için savaş koşullarında sürdürülmeye çalışılan “tarafsızlık” politikasından Batı lehine vazgeçilmişti. ABD tarafından verilen “Truman Doktrini” kapsamındaki yardımlar, Türkiye’yi Batı eksenine yaklaştırırken, totaliter niteliği ağır basan uygulamalardan, demokrasiye geçiş yönünde beklenti ve baskıları artırmıştı (Karpas, 2014:163-165). 1940’lı yılların ikinci yarısı, çok partili sisteme geçiş yıllarıydı. Eylül 1945’te Nuri Demirağ tarafından kurulan “Millî Kalkınma Partisi” (MKP), ekonomik liberalizm ilkesi temelinde kurulsaydı da kontrolsüz oluşumlara sıcak bakılmadığından, muhalefet partisi olarak dikkate alınmamıştı (Seydi, 2014:28-30). İnönü düşüncesindeki çok partili sistem, Demirel’in (2002:131) belirttiği gibi iktidardaki CHP ile yine bu partinin içinden çıkan ve “güvenilir” kişilerin kuracağı bir muhalefet partisinden oluşan bir sistemdi. Ocak 1946’da Demokrat Parti (DP)’nin kurulması, başlangıçta CHP’de fazla endişeye neden olmamıştı. Zira DP’yi kuranlar, Cumhuriyetin temel felsefesini savunan Kemalistlerdi ve özellikle Bayar, Türk siyasi hayatının önemli kişilerinden olup Atatürk’ün başbakanlığını yapmıştı (Ahmad, 1999: 127, 128). Demokrat Partinin kurulması ile 1946’lara kadar tek parti çatısı altında yönetilen Türkiye bu tarihten itibaren çok partili yaşama geçmiştir. 1945’lere gelene kadar tek parti çatısı altında yönetilen Türkiye 1945’de Demokrat Parti ile çok partili yaşama yani demokrasiye geçmiştir. Demokrasiye geçiş ile birlikte lider karizmasının ön plana çıkarıldığı ilk seçim 1950 seçimleri olmuştur. 1950 seçiminde Cumhuriyet Halk Partisi “Atatürk ve İnönü Cumhuriyet Halk partisinin başlarıdır, oylarımızı

onların partisine verelim” sloganı ile lider karizmasının öneminin farkında olduğunu göstermiştir.1954 yılına gelindiğinde ise Demokrat Parti Adnan Menderes’in “Sam Amca” temalı resmi ile “Büyük Türkiye için desteğinizi istiyorum. Sloganını kullanmıştır. Demokrat Parti bu afiş ile ilk olarak birinci dünya harbinde İngiltere ikinci olarak ikinci dünya harbinde Amerika’nın kullandığı küresel bir afiş lider imajına uyum sağlayacak şekilde kullanmıştır.1970’li yıllarda ise lider imajı salt görsellikten sıyrılmış ve diğer unsurları güçlendirilmiştir. 1962 yılında adalet partisine üye olarak siyasi hayata atılan Süleyman Demirel, 1960’lı yılların başında ABD’li müteahhitlik firması olan Morrison Knudsen Inc.’nin Türkiye temsilciliğini yapmıştır. Bu dönemde Demirel adı, Morrison adı ile çok fazla anılır olduğu için Demirel, ‘Morrison Süleyman’ lakabıyla anılmaya başlamıştır. Bu lakabına karşı, özellikle 1970’li yılların başında kendisince de benimsenip onaylanan yakıştırma ise ‘Çoban Sülü’dür. Bu yakıştırma daha çok, Demirel’i destekleyen yayın organlarınca onun ‘halktan biri’ olduğunu vurgulamak için takılmış bir lakaptır. Ayrıca Demirel’in sürekli Anadolu şivesi ile konuşması da onun “Çoban Sülü” lakabını pekiştirici bir unsur olmuştur (Akdeniz: 2007). ‘Morrison Süleyman’dan ‘Çoban Sülü’lüğe, ‘Beyefendi’den ‘Bir Bilen’e seyreden Demirel’in imajı ‘Baba’ ile doruğa çıkmıştır (Özkan, 2004:129). Bülent Ecevit ise 70’li yıllara kadar alışık olunan politikacıların aksine düzgün, yapmacıksız tavırları ve çok özenli kullandığı Türkçe ile kısa sürede bir idol olmayı başarmıştır. Pek çok siyasetçinin bilerek ya da farkında olmadan kötü kullandığı Türkçe’den en iyi Ecevit yararlanmış ve dile katkıları olmuştur. Olanak, olasılık, eşgüdüm gibi kelimeleri yaşayan dile katmıştır. Kelimeleri ustaca kullanmadaki bu mahareti bir avantaj sağlamıştır (Özkan, 2004:39). Özkan’a (2004:156) göre, Bülent Ecevit 1970’li yıllara “Karaoğlan” sembolü ile damgasını vurmuştur. ‘Ortanın Solu’ söyleminin mucidi olan Bülent Ecevit, Soy ismini de alan Ecevit mavisi gömleği ve gökyüzüne uçurduğu güvercinlerle yetmişli yıllardaki barış, özgürlük ve kardeşlik ihtiyacına cevap vermiştir. 1973 yılında aynı zamanda lider imajı müzik ile de güçlendirilmiştir. “Adalet Partisi Marşı” bir siyasi lidere yapılan ilk şarkı olarak Türk demokrasi tarihindeki yerini alırken Cumhuriyet Halk Partisi’nin “Ak Günler” şarkısındaki ak günlere çıkaracak kişinin Ecevit olması imaj güçlendirme açısından önemli bir noktadır (Duman ve İpekşen, 2013:120-125).

1980 yılına gelindiğinde ise liderin gücünün sadece siyasi partiler tarafından fark edilmediği görülmüştür. 1980 askeri darbesi ile birlikte dönemin liderlerine siyasi

yasak getirilmiştir. Bu siyasi yasak döneminde güçlenerek iktidarını kuran lider Turgut Özal'dır. Turgut Özal devlette ve özel sektörde yetişmiş, uzmanlığa ve uzmanlara önem veren bir liderdir. Kişi olarak da sakin, iletişimde rahat, iknada tecrübelidir (Özkan, 2004:66). Açık sözlülüğüyle tanınmıştır. Pekin'de "Eğer bu fiyatla metro taşımacılığı yaparsanız Çin biter" sözünün sahibidir. O zamanki komünist liderlere "saçmalıyorsunuz" diyecek kadar özgüvene ve güçlü bir iradeye sahiptir (Netpano, 2007). Turgut Özal'ın seçim kampanyasını birlikte yürüttüğü reklam ajansının dikkatini, deneme çekimlerinde, Özal'ın el hareketlerinin neredeyse yüzünün tamamını kapattığı fark edildiğinde elinde bir kalem tutması uygun görülür. Bu kalem sadece bu dezavantajı ortadan kaldırmakla kalmamıştır, hesap kitap bilen, işine hakim imajını da pekiştirmiştir (Özkan, 2004:68). Turgut Özal'ın televizyondan ve reklamlardan faydalanması lider imajını güçlendirmiştir. Oktay'a göre 1984 seçimlerine katılan üç temel partinin tarihi bir geçmişleri yoktu ve kadroları da tanınmıyordu. Her üç parti de liderlerinin kişilikleri ile özdeşleşmiş ve bu durumda ılımlı bir imaj çizen Turgut Özal avantajlı olmuştur. Siyasi yasak dönemi her ne kadar liderlere siyaset yapmayı engellemeye çalışsa da onların siyasete yön vermelerine engel olamamıştır. Süleyman Demirel "Bir Bilen" takma adıyla taraftarlarına mesaj vermeyi sürdürmüştür. Demirel'in yasaklı olduğu dönemde kurulan DYP'nin "Demirel'in Yeni Partisi" imajına sahip olması ve bu sebeple destek bulması liderin yasaktan daha güçlü bir konumda olduğunu göstermektedir. 1987 yılında siyasi yasakların kalkmasıyla da birlikte Demirel tekrar iktidara gelmiştir. 1990lar adeta siyasi liderlikte imajlar çağını yaşatmaktadır. Bu dönemde uzman görüşleri, reklam ajansları ön plandadır. Reklam ajanslarının bu dönemde partilerin bazı organlarından daha önemli hale geldiğini ifade edenler dahi mevcuttur. Daha önce Turgut Özal için çalışan Seguela'la bu dönemde Mesut Yılmaz için Türkiye'ye gelmiştir. 1991 yılında Anavatan Partisinin seçim kampanyası için kullandığı eli çenesinde Mesut Yılmaz afişi Seguela'nın önerisi ile kullanılmış lider vurgulanmıştır. Seguela'nın, Anavatan Partisine verdiği "Seçimleri ideoloji değil lider kazanır" öğüdü siyasi liderliğin ve imajın kısa bir anlatımı gibidir (Duman ve İpekşen, 2013:126-130).

3. LİDER İMAJININ TÜRK BASININDA TANSU ÇİLLER ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN ANALİZİ

Çalışmanın bu bölümünde Tansu Çiller'in lider imajının Türk basınında nasıl oluşturulduğu Cumhuriyet, Hürriyet ve Türkiye gazeteleri üzerinden analiz edilmiştir. Gazetelerin belirlenmesinde ideolojik tutumları belirleyici olmuştur. Cumhuriyet gazetesi ideolojik olarak merkez sol, Hürriyet gazetesi liberal, Türkiye gazetesi ise muhafazakar ideolojiyi temsil etmektedir. Çalışmada 1993 yılında yapılan güven oylaması 14 Haziran 1993 ile 6 Temmuz 1993, 1995 genel seçimleri 25 Kasım 1995 ile 25 Aralık 1995, 1999 genel seçimleri 19 Mart 1999 ile 19 Nisan 1993 ve Tansu Çiller'in katıldığı son seçim olan 2002 genel seçimleri de 3 Ekim 2002 ile 3 Kasım 2002 tarihleri arasında analiz edilmiştir. Seçilen zaman zarfının belirtilen seçimlerden önceki son bir ayı kapsamasının sebebi seçim sürecine girilen bu dönemde liderlerin seçimi kazanmak için kendilerinde bulunan liderlik özelliklerini net bir biçimde göstermeleri ve gazetelerinde bu sürece geniş yer ayırmasıdır.

3.1. 1993 Güven Oylaması Süreci

Çalışmanın bu kısmı Tansu Çiller'in Doğru Yol Partisi'nin genel başkanı seçildiği 14 Haziran 1993 gününden başlamaktadır. 1993 yılında Tansu Çiller'in Doğru Yol Partisi'nin lideri olması beklenen bir gelişme değildi. Bu durumun en önemli sebepleri arasında Doğru Yol Partisi'nin sembolik ve güçlü bir liderinin olması ve kadın bir politikacının partinin başına geçeceğine pek ihtimal verilmemesi yatmaktadır (Birand, 2017). Türkiye bu dönemde koalisyon hükümeti ile yönetilen, siyasi ve ekonomik istikrarsızlığın yoğun olarak hissedildiği bir ülkeydi. İstikrarsızlığın ve koalisyonda yaşanan anlaşmazlıkların üzerine bir de Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın ani ölümü eklenmiştir.

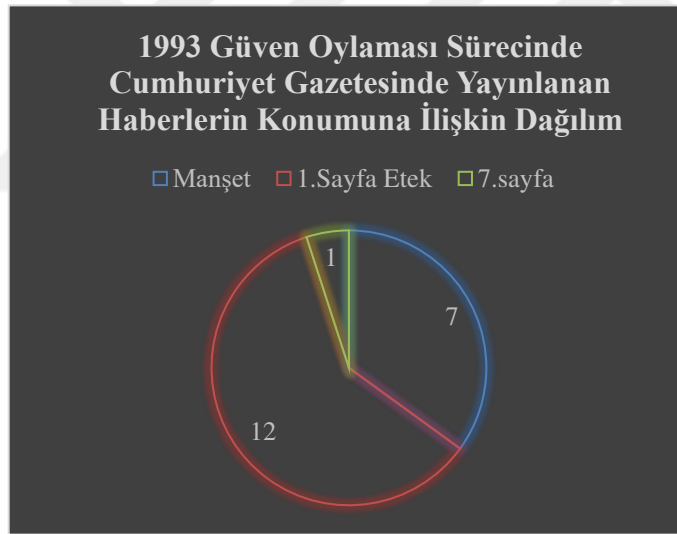
Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın 17 Nisan 1993 yılında ani bir şekilde ölmesi üzerine yapılan cumhurbaşkanlığı oylaması ile dönemin Başbakanı ve Doğru Yol Partisi'nin Genel Başkanı Süleyman Demirel cumhurbaşkanı seçilmiştir. Süleyman Demirel'in cumhurbaşkanı seçilmesi ile Doğru Yol Partisi'nde liderlik Türkiye'de ise Başbakanlık koltuğu boşalmıştır. Yaşanan bu gelişmeler üzerine 13 Haziran 1993 tarihinde DYP olağanüstü kongreye gitmiş ve Tansu Çiller Doğru Yol Partisi'nin genel başkanı seçilmiştir.

Tansu Çiller'in hükümeti kurmakla görevlendirildiği 14 Haziran 1993 ile meclisten güven oyunu aldığı 6 Temmuz 1993 arasını kapsayan dönem çalışmanın ilk inceleme konusudur.

3.1.1. Cumhuriyet Gazetesinde Tansu Çiller'e Yönelik Lider İmajının Analizi

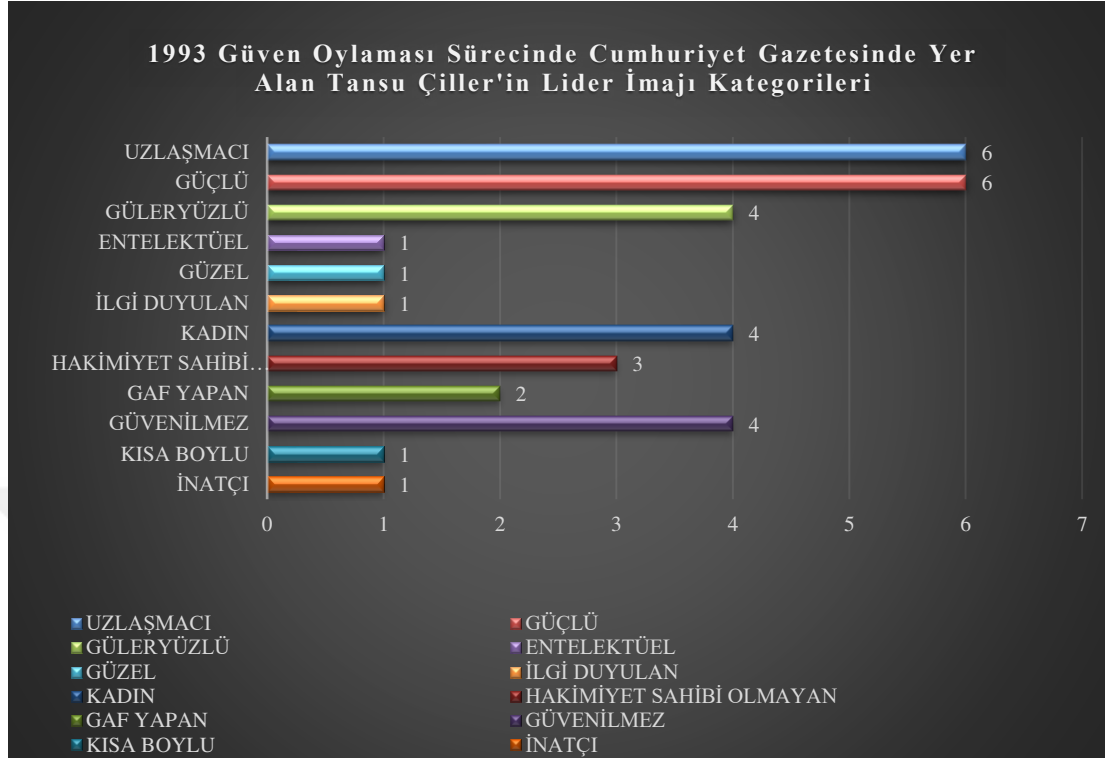
Cumhuriyet gazetesinde 14 Haziran ile 6 Temmuz arasında Tansu Çiller'in lider imajına yönelik 20 haber yayınlanmıştır. Bu haberlerden 7 tanesi manşette konumlanırken, 12 haber birinci sayfanın etek bölümünde, sadece 1 haber ise 7. sayfadan yayınlanmıştır.

Bu dağılımdan hareketle, gazetede yayınlanan haberlerin neredeyse tamamının 1. sayfada yer alması, Tansu Çiller'in lider imajına önem verdiğini göstermektedir. Cumhuriyet gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajını hangi kategoriler üzerine inşa ettiğine bakıldığında ise aşağıda yer alan grafik görülmektedir.



Grafik 3.1. 1993 Güven Oylaması sürecinde Cumhuriyet Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.

Cumhuriyet Gazetesinde Tansu Çiller'e Yönelik Lider İmajı Kategorileri



Grafik 3.2. 1993 Güven Oylaması sürecinde Cumhuriyet Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri.

Cumhuriyet gazetesinin 6 Haziran 1993 tarihinden başlayan 3 haftalık dönemde yayınladığı haberlerde, Tansu Çiller'in lider imajına yönelik iki tema üzerinden 12 kategori görülmektedir. Olumlu temaya ait kategoriler şu şekildedir: "Uzlaşmacı:6 (%17,6), Güçlü:6 (%17,6), Güler yüzlü:4 (%11,7), Entelektüel:1 (%3), Güzel:1 (%3), İlgi Duyulan:1 (%3), Kadın:4 (%11,7)" kategorileri verilmiştir. Olumsuz temaya ilişkin "Hakimiyet Sahibi Olmayan:3 (%8,8), Gaf Yapan:2 (%6), Güvenilmez:4 (%11,7), Kısa Boylu:1 (3), İnatçı 1 (%3)" kategorileri verilmiştir. Bu çerçevede 7 defa olumlu temaya ait kategoriye giren haberler tespit edilirken, 11 defa olumsuz temaya ait kategorilere giren haberler tespit edilmiştir. Gazetenin Tansu Çiller'e muhalif olmasına rağmen olumlu kategorilerin bu dönemde daha fazla olmasının sebebi bilinmezliktir. Tansu Çiller'in, sosyo-ekonomik konularda izleyeceği tutum, kuracağı kabine bilinmediği için Erdal İnönü ile yaptığı koalisyon görüşmelerindeki tavrı ve söylemleri ön plana çıkartılmıştır. Tansu Çiller'in kabineyi açıklamasından sonraki süreçte ise gazetede olumlu tema kapsamında yer alan kategorilere ait habere rastlanmamaktadır.

Olumlu Tema Kapsamında Bulunan İmaj Kategorileri

Cumhuriyet gazetesinde olumlu tema kapsamında yer alan 8 kategori bulunmaktadır. Bu kategorilerden “Uzlaşmacı” ve “Güçlü” kategorisi kapsamına giren 6’şar haber yayınlanmıştır. Bu verilerden hareketle Cumhuriyet gazetesinin oluşturduğu lider imajında olumlu temada içerisinde olan “Uzlaşmacı” ve “Güçlü” kategorilerini ön plana çıkarttığı görülmektedir. İncelenen dönemde tespit edilen kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

“Güçlü” kategorisi bu bölümde Tansu Çiller’in kazandığı seçim sonucunu veren haberler ve daha sonraki süreçte gelişen olaylar çerçevesinde oluşturulmuştur.

13 Haziran 1993 tarihinde yapılan ve Tansu Çiller’in galip geldiği Doğru Yol Partisi’nin başkanlık kongresinin sonucunu Cumhuriyet gazetesi “Ezdi geçti.” manşeti ile yayınlamıştır. Sürmanşette ise “İlk turda Sezgin ve Toptan’a havlu attırdı 2. Turda delegelerin oybirliğiyle seçildi.” ibaresi yer almaktadır. Haberin içeriğinde bulunan “havlu attırdı” ifadesi ile Tansu Çiller’in kendisine rakip olan Köksal Toptan ve İsmet Sezgin’i aldığı oy ile geride bıraktığı anlatılmıştır. 15 Haziran tarihinde “Hiçbir grubun malı olmam.” başlığı ile yayınlanan haber, kullanılan görsel ile desteklenmiştir. Haberin görselinde Tansu Çiller’in partililer ile genel merkezde buluşma anı gösterilmiştir. Buluşmanın dikkat çekici yanı ise Tansu Çiller’in bir partili ile selamlaşırken elini partili kişinin elinin üzerine koymasıdır. Siyaset alanında elini karşıdaki kişinin elinin üzerine veya omzuna koyma bir güç göstergesi olarak görülmektedir. 16 Haziran’da manşetten yayınlanan haberde ise “DYP’den SHP’ye 3 şart” başlığı ile 2 fotoğraf kullanılmıştır. İlk fotoğrafta Çiller’in DYP’li bir heyet ile fotoğrafı verilirken, Çiller’in bu heyetin önünde ve fularlı beyaz bir kıyafetle yürüdüğü görülüyor. İkinci fotoğrafta ise Çiller’i mecliste ayakta alkışlayan DYP grubunun fotoğrafı görülmektedir. Tansu Çiller’in beraberindeki heyetin önünden yürümesi ve parti grubunun ayağa kalkarak kendisini alkışlaması güç göstergesidir. Haberin başlığında belirtildiği gibi Çiller’in diğer partiler ile belirli koşullar öne sürerek koalisyon hükümeti kurabileceğini belirtmesi onun elinin güçlü olduğunu göstermektedir. 18 Haziran’da yayınlanan haberde Tansu Çiller’in beraberindeki milletvekillerinden bir adım önde yürüdüğü görülmektedir. “Koalisyon biçimleniyor” başlığı ile yayınlanan haberde Çiller’in DYP grubuyla bir masa etrafında toplantısı

fotoğraf olarak kullanılmıştır. Masanın başında Çiller'in oturuyor olması onun sahip olduğu gücü göstermektedir.

“Uzlaşmacı ve Güler Yüzlü” kategorileri Tansu Çiller'in parti grubunda sergilediği davranışlar ve SHP lideri Erdal İnönü ile yaptığı koalisyon görüşmelerinde sergilediği tutumlardan hareketle oluşturulmuştur.

14 Haziran 1993 tarihinde “Ezdi geçti.” manşeti ile çıkan haberde “El ele verdik Türkiye'nin kaderini değiştirdik.” söylemine iki kez yer verilerek Tansu Çiller'in uzlaşmacı yönü vurgulanmıştır. 17 Haziran'da “Tansu Çiller ile Erdal İnönü, DYP-SHP ortaklığının sürmesi için görüş birliğine vardı.” manşeti ile yayınlanan haberde Tansu Çiller'in Erdal İnönü ile birlikte koalisyonu devam ettireceklerini ifade etmiştir. Koalisyonun devam etmesi için iki liderinde görüş birliği içinde olması gerekmektedir. Bu haber ile Tansu Çiller ile Erdal İnönü'nün uzlaşma içinde olduğu verilmiştir. Haberde kullanılan Tansu Çiller ile Erdal İnönü'nün yer aldığı iki fotoğrafta da Çiller'in gülen bir yüz ile İnönü ile selamlaştığı ve aynı gülümseme ile kameralara poz verdiği görülmektedir. İki lider arasında mutabakatın sağlandığı 19 Haziran tarihinde birinci sayfadan yayınlanan “Çiller ve İnönü koalisyonun devamında anlaştılar, Hükümet haftaya kuruluyor.” haberi ile aktarılmıştır. Haberin 5. sayfada yer alan devamında Çiller'in “tepkileri dikkate alarak hazırladığı 20 sayfalık taslağı SHP'ye sunduğu” ifade ediliyor. Bu ifadede geçen “tepkileri dikkate alarak” cümlesi ile hassasiyetleri gözettiği ve bir denge içerisinde metni hazırladığına dikkat çekilerek Çiller'in uzlaşmacı yönü vurgulanmıştır. Haberde iki liderin el sıkışırken çekilmiş güler yüzlü fotoğrafı kullanılmıştır. 20 Haziran tarihinde yayınlanan “Gelin, Demokrasi savaşı verelim.” başlıklı haberde Çiller'in sağ profilden çekilmiş fotoğrafı yer almaktadır. Haberde Çiller'in “Beni politikaya iten dava demokrasi mücadelesi olmuştur. Bu çağrıyla muhalefete de yapıyorum. Gelin, çok seslilik, demokrasinin gereği 133.maddeyi geçirelim” ifadeleri Çiller'in sorunun çözümü için muhalefet ile işbirliği yapabileceğini ve sıkıntıları çözmek istediğini göstermektedir. 23 Haziran 1993 tarihinde yayınlanan “Protokol imzaya kaldı.” sürmanşetli ve “Koalisyonda mutabakat” manşetli haberde fotoğraf kullanılmamıştır. “DYP lideri Çiller ile SHP genel başkanı İnönü arasında dün yapılan görüşmeden sonra yeni koalisyon protokolü üzerinde tam mutabakata varıldığı açıklandı.” ifadesi ile iki lider arasında bir uzlaşmanın olduğuna yer verilmiştir. Mutabakat kelime anlamı olarak iki veya daha çok kişi

arasında sağlanan anlaşmayı ifade etmektedir ve Çiller ile İnönü arasındaki uzlaşmayı vurgulamaktadır. 25 Haziran 1993 tarihinde “DYP-SHP koalisyonunun ikinci baharı” başlığı ile yayınlanan haberin metninde “Çiller ve İnönü, dün saat 10:30’da TBMM’de düzenlenen törenle yeni koalisyon protokolünü imzaladılar. Çiller, cumhurbaşkanının yetkileri konusundaki bir soruyu, “İşleri, Cumhurbaşkanı ile beraberce götürme kararlılığımız vardır.” diye yanıtladı.” ifadelerine yer verilmiştir. Süleyman Demirel ile Erdal İnönü arasındaki bir önceki dönemde oluşan koalisyona atıf yapılarak “DYP-SHP Koalisyonunun ikinci baharı” başlığı ile birinci sayfadan yayınlanan haberde iki partinin tekrar bir uzlaşmaya vardığı ifade edilmektedir. Haberde Tansu Çiller’in Cumhurbaşkanı ile de ilişkileri uzlaşma ile tesis edeceğine yer verilmektedir. Haber ilk sayfada iki liderin profil fotoğrafı ile verilirken dördüncü sayfadaki devamında iki liderin gülerek el sıkışmalarını gösteren bir tebrik fotoğrafı yer almaktadır.

“İlgi Duyulan” kategorisi kapsamında yer alan 1 haber gazetede yer almıştır. 21 Haziran 1993 tarihli haber “Clinton ve Kohl Çiller’i davet etti.” başlığı ile yayınlanmıştır. Haberin içeriğinde “DYP Genel Başkanı Çiller’e ilk resmi yurtdışı gezisi için Federal Almanya Başbakanı Helmut Kohl’dan davet gelirken, ABD Başkanı Clinton da Demirel başbakanken yaptığı daveti Çiller için tazeledi.” ifadesine yer verilmiştir. Dünyanın iki büyük devletinin liderinden art arda gelen davetleri birinci sayfadan yayınlanması Çiller’e yönelik dış ülkelerde gösterilen ilgiyi göstermektedir.

Diğer olumlu imaj kategorilerine ise gazetede birer defa rastlanmaktadır. 15 Haziran’da “Hırslı, Güzel ve Zengin” başlığı ile yayınlanan haberin içeriğinde “Çiller’in başbakan olarak atanması dünya basınında ilk haberler arasında verildi. Belçika’da yayımlanan Le Soir, Çiller’i, ‘Güzel, bol diplomalı, kadın, üstelik çok zengin’ diye tanımladı.” ifadeleri yer almıştır. “Bol diplomalı” ifadesi ile birçok konuda eğitim aldığı ve kendini yetiştirdiği anlatılırken, hırslı söylemi ile tuttuğunu koparan lider özelliğine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in fiziki anlamda güzel olması ve birçok alanda eğitim almasının yanında kullanılan “üstelik zengin” ifadesi ile de olumlu liderlik özelliklerine vurgu yapılmaktadır.

Cumhuriyet gazetesinde “Kadın” kategorisinde verilen haberlerde Tansu Çiller’in “kadın oluşunu” Türkiye’nin demokrasi tarihinde bir ilk oluşu yönüyle vurgulamıştır. Tansu Çiller’in ilk kadın lider olması kendisinin Türkiye’de değişim ve

dönüşümü sağlayacağı şeklinde simgeleştirilmiştir. 14 Haziran 1993'te yayınlanan haberde “İkinci tur oylamada 933 oy alarak DYP Genel Başkanı seçilen İstanbul milletvekili Tansu Çiller, Türkiye'nin ilk kadın başbakanı olacak.” söylemi ile Çiller'in imajında kadın oluşuna vurgu yapılırken aynı zamanda ilk olması bir yenilik olarak vurgulanmıştır. Aynı gün yayınlanan bir diğer haberde, “Son yıllarda dünyada birçok kadın başbakanlık yaparken, Çiller, aynı zamanda üçüncü Müslüman kadın başbakan da oldu.” denilerek dini aidiyetine de vurgu yapılmış ve başbakan olan Çiller'in, İslam aleminde de ilklerden biri olduğu ifade edilerek başarısının büyüklüğü ortaya koyulmuştur. 6 Temmuz'da yayınlanan haber ise “Türkiye'nin 50. ve ilk kadın başbakanının oluşturduğu SHP-DYP koalisyon hükümeti, TBMM'den güvenoyu aldı.” başlığı ile Çiller'in kadın oluşuna vurgu yapılarak bu durumun Türkiye için bir yenilik olduğuna yer verilmiştir.

Olumsuz Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Cumhuriyet gazetesinde olumsuz tema kapsamında yer alan 5 kategori bulunmaktadır. “Güvenilmez” kategorisi kapsamına giren 4 haber, “Hakimiyet Sahibi Olmayan” kategorisine giren 3 haber yayınlanmıştır. Bu verilerden hareketle Cumhuriyet gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajını “Güvenilmez” ve “Hakimiyet Sahibi Olmayan” kategorileri üzerine temellendirdiği görülmektedir. Tespit edilen kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

“Hakimiyet sahibi olmayan” kategorisi Tansu Çiller'in parti içerisinde birliği, bütünlüğü sağlayamadığını ifade etmektedir. Bu kategoride ilk haber 15 Haziran 1993 tarihinde “Doğru Yol karıştı.” başlığı ile yayınlanmıştır. Haber metninde bakanlık yarışı için bazı vekillerin Tansu Çiller'e “bayrak açtığı” ve “sert çıktığı” ifadeleri yer almıştır. Tansu Çiller'in bu vekilleri kontrol edemediğine değinilmiştir. 30 Haziran 1993 tarihinde aynı konu ve kategorideki haber “DYP'de Çiller'e isyan” başlığı ile yayınlanmış ve bakan olamayan vekillerin Tansu Çiller'in grup konuşmasını sık sık kestiği ve konuşma bitince arbede yaşandığını aktarmıştır. Bu kategoride yer alan haberlerde parti içinde bir kaos olduğu ve Tansu Çiller'in bu durumu kontrol altına alacak bir çözüm üretemediğine yer verilmiştir.

“Gaf Yapan” kategorisinde ise Tansu Çiller'in yaptığı “gaflar” dolayısıyla kimi önemli konularda hatalı bilgiye sahip olduğunu, söylem hatalarında bulunduğunu gösteren haberler analiz edilmiştir. 23 Haziran 1993 tarihinde “Tansu Çiller'in

İnanılmaz Gafları” başlığıyla yayınlanan haberin içeriğinde “DYP’nin simgesi kırata önce ‘ak’ sonra ‘beyaz at’ diyen DYP’nin kuruluş gününü de yanlış söyleyen Çiller, ilk Genel Başkan Ahmet Nusret Tuna’nın adını Nusret Ahmet Tuna olarak söyledi.” ifadelerine yer verilerek, Tansu Çiller’in lideri olduğu partinin tarihi hakkında yanlış ifadeler kullandığını vurgulamıştır. 30 Haziran tarihli haber ise “Çiller’den gaf üstüne gaf” başlığı ile yayınlanmış ve içeriğinde “Olağanüstü hal uygulamasının uzatılması yönündeki “hükümet tezkeresi”ne ısrarla “olağanüstü hal yasası” diyen Çiller, kabine açıklandıktan sonra yaşanan kırılganlıklar konusunda da “Kol kırılır, yen içinde kalır.” şeklindeki atasözünü “Kol kırılır, ama yen içeride kalır” biçiminde aktardı.” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in sahip olduğu hatalı bilgileri ve söylemleri vurgulamıştır.

“Güvenilmez” kategorisi ise Tansu Çiller’in söylediği sözlerin gerçeği yansıtmadığı veya yapılan ahidin tersine davranışta bulunduğunu konu alan haberleri içermektedir. 30 Haziran tarihinde yayınlanan “Çiller kabinesi topa tutuldu” başlıklı ilk haberde Halit Dağlı’nın Tansu Çiller’e sorduğu “Hükümeti kendi iradenizle mi yaptınız, yoksa başkaları mı yaptı?” sorusuna “Çiller’in oturduğu yerden, başını “Evet ben yaptım” anlamında sallaması üzerine, Dağlı şunları söyledi: “Bu doğru değil. Necmettin Cevheri’nin oğlu Cevher Cevheri, beni arayarak ‘Beni desteklersen, Ahmet Şanal’ın yerine sen bakan olursun’ dedi.” ifadeleri yer almıştır. Halit Dağlı’nın Çiller’in doğru bilgi vermediğini şahitler üzerinden dile getirdiğinin betimlenerek güven vermeyen lider imajı oluşturmaya yöneliktir. İkinci haber ise “Başbakan Tansu Çiller’in protokolde yer almayan unsurları hükümet programına koyması SHP’lileri kızdırdı. Eklediği iki maddeyle de tepki çekti.” başlığıyla yayınlanmış ve içerikte verilen “Başbakan Tansu Çiller’in protokolde yer almayan unsurları hükümet programına koyması SHP’lileri kızdırdı. Eklediği iki maddeyle de tepki çekti ve SHP’lilerin programa zorlukla koydukları kamu çalışanlarına sendikal hak tanınacağına ilişkin bölüm, Çiller tarafından TBMM kürsüsünde okunmadı.” ifadeleri ile Tansu Çiller’in görüşmelerde üzerinde anlaşma sağlanamayan konuları ortaklarından habersiz, gizlice programa koyması, güvenilir bir lider olduğu imajını oluşturmaya yöneliktir. 25 Haziran 1993 tarihinde “Çiller’in ‘Demirelsiz’ kabinesi” başlığı ile yayınlanan haber metninde “Başbakan Tansu Çiller, Süleyman Demirel’in bakan yaptığı 16 kişiyi kabinesine almayarak, “Demirel’in gölgesi”ni silmeye çalıştı. Kabinede DYP kanadı açısından “iddiasız” isimlerin yer aldığı dikkati çekti.” ifadeleri

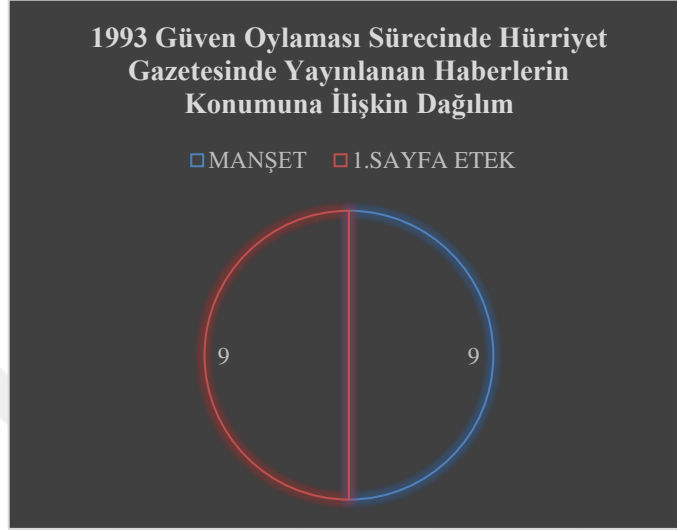
yer almıştır. Çiller'in partideki iktidarı pekiştirmek için "Demirel'in gölgesini silmeye çalıştı." söylemi ile Demirel'e yakın isimlerin bakan yapılmadığı söylenirken hakimiyetini güçlendirmek için de "iddiasız" kabineye aldığı ifade edilmektedir. Yine haberde "Çağlar ekibi" olarak tanınan grubun tasfiye edildiği vurgulanarak iktidarını pekiştirmek istediği teması güçlendirilirken aynı paragrafta geçen "Çağların memleketi olan Bursa'dan iki kişiyi bakan yaparak gelecekte Çağlar'ı evinde de vurma hesapları yaptığı belirtiliyor." cümlesiyle parti içindeki çalışma arkadaşlarına karşı hamleler yapan güvenilmez bir lider imajı oluşturulmuştur. 30 Haziran 1993 tarihinde "Çiller koalisyon programını tartıştırmamakla ve hükümet programını kaçırmakla suçlandı." ifadesi ile yayınlanan haber gazetede konumu bakımından önemlidir. Sürmanşet ve manşet gazetede ilk göze çarpan iki kısımdır. Gazetenin bu ifadeleri sürmanşet ve manşetten yayınlaması attığı önemi de göstermektedir. Çiller'in koalisyon protokolünü tartıştırmaması anti-demokratik bir tavır olduğu gibi hükümet programını da kaçırmaması saklanacak bir şeyler olduğunu, güven vermediğini göstermektedir.

"Kısa boylu" kategorisi, Cumhuriyet gazetesinin Tansu Çiller'in boyu ile ilgili yayınladığı haber çerçevesinde oluşturulmuştur. 30 Haziran 1993 tarihinde "DYP'de Çiller'e isyan" başlığı ile yayınlanan haberde Çiller'in grup konuşması sırasında yan profilden çekilmiş ve basamak üzerinde mikrofonu tutan bir görüntüsü kullanılmıştır. Fotoğrafın altına "Tansu Çiller'in boyu mikrofona yetmeyince ayaklarının altına basamak kondu" yazılarak yayınlanmıştır. Fotoğraf seçimi ile gazete bugüne kadar sunduğu fiziksel olarak kusursuz imajı izafi olarak kusurlu hale getirmiştir. Çiller'in bundan önce pek çok grup konuşmasında boyunun kürsüye yetmediği bilinmesine rağmen bu haberde ortaya konulması gazetenin Çiller'e yönelik tutumunda yaşanan değişimin en önemli göstergesidir.

1 Temmuz tarihli haberde başlık olarak tercih edilen "Çiller kendi bildiğini okuyor." haberinin detayında hükümet protokolü görüşmelerinde bir karara varılmasına rağmen Tansu Çiller'in konuşulmayan konular üzerinden gittiği ve bu görüşmeleri göz ardı ettiği belirtilerek "inatçı" bir lider olduğu imajı oluşturulmuştur.

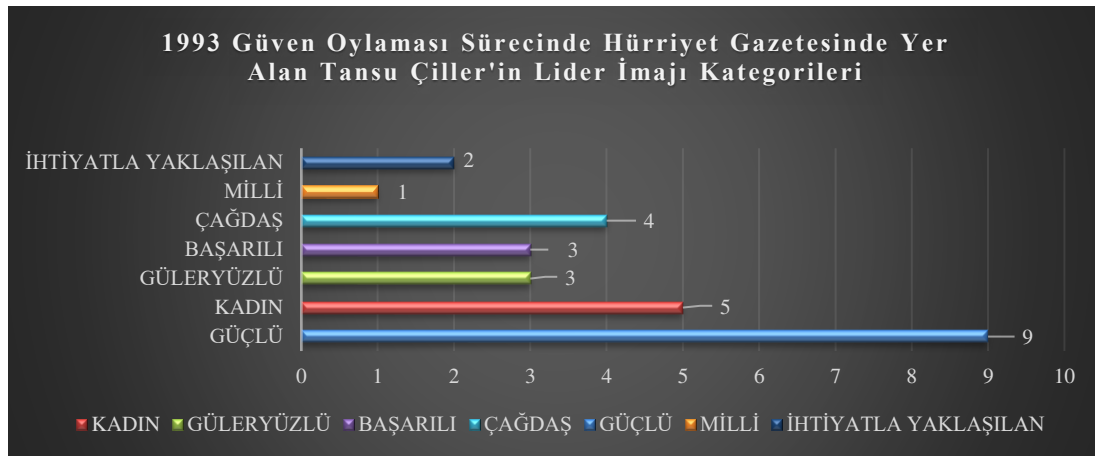
3.1.2. Hürriyet Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi

Hürriyet gazetesinde 14 Haziran ile 6 Temmuz arasında, Tansu Çiller’in lider imajına yönelik 18 haber yayınlandığı görülmektedir. Gazetede yayınlanan 18 haberlerden 9 tanesi manşetten yayınlanırken diğer 9 haber etek kısmında yer almıştır.



Grafik 3.3. 1993 Güven Oylaması sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.

Tansu Çiller’in lider imajı hakkında yayınlanan haberlerin yarısı manşetten olmak üzere tümünün birinci sayfadan yayınlanması Hürriyet gazetesinin Tansu Çiller’in lider imajına önem verdiğini göstermektedir. Hürriyet gazetesinin Tansu Çiller’in lider imajını hangi kategoriler üzerine inşa ettiğine bakıldığında ise aşağıda yer alan grafik görülmektedir.



Grafik 3.4. 1993 Güven Oylaması sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller’in Lider İmajı Kategorileri.

Hürriyet gazetesinin 6 Haziran 1993 tarihinden başlayan 3 haftalık dönemde yayınlanan haberlerinde, Tansu Çiller'in lider imajına yönelik 2 tema üzerinden 7 kategori görülmektedir. Olumlu temasında yer alan kategoriler: “Güçlü:9 (%33), Kadın:5 (%18,5), Güler Yüzlü:3 (%11), Başarılı:3 (%11), Çağdaş:4 (%15), Milli:1 (%4)” olmaktadır. Olumsuz temada bulunan tek kategori “İhtiyatla Yaklaşılan:2 (%7,4)”dır. Bu durumdan hareketle Hürriyet gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajını olumlu imaj kategorileri üzerinden oluşturduğu söylenebilir.

Olumlu Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Hürriyet gazetesinde olumlu teması kapsamında yer alan 6 kategori bulunmaktadır. “Güçlü” kategorisi kapsamına giren 9 haber yayınlanmıştır. Hürriyet gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajını “Güçlü” kategorisi temelinde oluşturduğu görülmektedir. Hürriyet gazetesinde olumlu teması içerisinde bulunan kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

“Güçlü” kategorisi bu bölümde Tansu Çiller'in kazandığı seçim sonucunu veren haberler ve daha sonraki süreçte gelişen olaylar çerçevesinde oluşturulmuştur

Hürriyet Gazetesi 14 Haziran 1993 günü attığı “Kadının Zaferi” manşeti ile hem Tansu Çiller'in hem kadın oluşuna vurgu yapmış hem de partideki gücünü ve başarısını ortaya koymuştur. “47 yaşındaki Tansu Çiller, Demirel gibi 30 yıllık bir dev ile İsmet Sezgin, Cavit Çağlar, Köksal Toptan gibi kurt politikacıları ezerek DYP'nin genel başkanı oldu.” ifadesi de zaferin zorluğunu ve gücün derecesini göstermesi bakımından önemlidir. Yine aynı gün gazetede yayınlan “SHP'ye şartlarım var.” başlıklı haberde Tansu Çiller'in “şartlarım var” ifadesi başlıkta vurgulanarak oluşacak yeni koalisyonun güçlü tarafı olduğu vurgulanmıştır. Hürriyet gazetesinde Tansu Çiller'in güçlü bir lider olduğunu sadece kelimeler ile vurgulamamış haberlerde kullanılan fotoğraflar yoluyla da bu imaj güçlendirilmiştir. 16 Haziran'da “Erken seçim rüzgarı” başlığı ile yayınlanan haberde iki fotoğraf kullanılmıştır: İlk fotoğrafta Çiller'in Anıtkabirde partililerin bir adım önünde Atatürk'ün mezar taşı önünde hazır ol pozisyonunda durduğu an görülürken, fotoğrafın altında “Bir adım önde” yazılmıştır. İkinci fotoğrafta ise Tansu Çiller'e selam duran iki askerin ortasında çelenk koyma anı “demokrasinin güzelliği” sözleriyle birlikte yayınlanmıştır. Haberde kullanılan iki fotoğrafta da Tansu Çiller'in güçlü bir lider olduğu imajı oluşturulmuştur. 19 Haziran 1993 tarihinde yayınlanan “Çiller'in yeni protokolü” başlıklı haberde “İnönü ile

koalisyon için dün ikinci görüşmeyi yapan Çiller, 25 sayfalık bir protokol metni verdi. Hürriyet'in ele geçirdiği metin SHP'nin karşı çıktığı PTT'nin telekomünikasyon bölümünün satılması ile ilgili madde de yer alıyor. Çiller'in koalisyon protokolü şöyle: Üniter devlet yapısı korunacak, İller idaresi ve Jandarma Komutanlığı ile ilgili yasalar öncelikle çıkarılacak." ifadelerine yer verilmiştir. Protokol iki taraf arasında imzalanan belge olarak tanımlanırken başlıkta Çiller'in protokolü olarak kullanılması, Çiller'in bu koalisyonun güçlü tarafı olduğunu göstermektedir. "Demirel'i tasfiye" başlığı ile 26 Haziran 1993 tarihinde yayınlanan haberin alt başlığında "Demirel'in desteğine almamasına rağmen DYP Genel başkanı seçilen Tansu Çiller, kabinesine Demirel'in parti içindeki sadık adamları olan eski tüfeklerin hiçbirini almadı..." satırları yer almıştır. Çiller'in kurduğu kabineyi konu alan haber manşetten yayınlanmıştır. Haberde Çiller ile Demirel'in yan yana bir toplantıda otururken gösteren bir fotoğraf kullanılmış ve fotoğrafın altına "Baba'nın eski tüfeklerini tarihe gömdü." başlığı atılmıştır. "Demirel'in desteği almamasına rağmen DYP Genel Başkanı seçilen Tansu Çiller" ifadesi ile Çiller'in parti içindeki bulduğu desteğe ve gücüne atıf yapılmıştır. Türkiye'deki partilerde ekseriyetle liderin söylemleri parti içinde güçlü bir etkiye sahipken bu konuda Süleyman Demirel'in partisinde dinlenmediği ve "Çiller rüzgarı"nın vekilleri etkilediği görülmektedir. 1 Temmuz 1993 tarihinde "Çiller'i kurtaran üç heyecanlı saat." başlığı ile çıkan haberin içeriğinde "DYP Lideri Tansu Çiller, hükümet programına güvenoyu verilmesi için grup kararı aldırmaı güçlükle başardı. Çiller'in hükümet programına 161 milletvekilinden 91'i evet, isyancı 67 milletvekili ise hayır oyu kullandı." ifadeleri yer bulmuştur. Tansu Çiller'in grup kararıyla hükümet programına güvenoyu güçlükle aldırıldığını konu alan haber birinci sayfada başlık olarak yayınlanmış ve 22. Sayfada ayrıntılı olarak aktarılmıştır. Haberin 22.sayfasında Çiller'in güler yüzlü ve muzaffer bir edayla çektiirdiği fotoğraf kullanılırken fotoğrafın altına "Yoruldu Ama" başlığı atılmıştır. Haberde geçen "Çiller, üç saat boyunca isyancı milletvekilleriyle tek tek konuştu ve hükümeti DYP Grubu'nda düşmekten kurtardı." satırları Çiller'in etkileyici ve başarılı bir lider olduğunu göstermektedir.

Hürriyet gazetesinde "Kadın" kategorisinde yayınların haberlerin tamamında "Güçlü, Güler yüzlü, Entelektüel" gibi diğer kategorilere atıflarda bulunduğu görülmektedir. 14 Haziran'da yayınlanan "Kadının Zaferi" başlıklı haberde başarılı kadın ögesi ağır basarken 15 Haziran 1993 yılında yayınlanan "Dünya Türkiye'yi

konusuyor” başlıklı haberde Türkiye’nin kadın bir lider seçmekle çağdaşlaştığı, kötü imajının silindiği, yüzünü batıya döndüğü yorumları da yapılmıştır.

Çiller’in imajında yer alan bakımlı ve güzel kadın gibi imajın fiziksel yönü ilerleyen günlerde okuduğu okula, bildiği dillere gönderme yapılarak entelektüel olarak da desteklenmiştir.

16 Haziran tarihinde yayınlanan haber, “Çiller fırtınası devam ediyor.” başlığı ile çıkmış ve alt başlıkta “Çiller dün de dünya basınının yıldızıydı. Tüm ülkelerin gazeteleri Çiller’in başarısı manşetten verdi, TV’ler uzun uzun Çillerden söz etti.” ifadelerine yer verilmiştir. Hürriyet gazetesi haberde farklı dillerde gazete kupürlerinin olduğu bir fotoğraf kullanmıştır. Haberlerin manşetten verilmesine dikkat çekilmesi konunun dünya basını açısından önemini vurgulamaktadır. Seçilen gazetelerde Çiller’in kadın oluşu vurgulanırken aynı zamanda seçilmesinin Türkiye’de değişimi de getireceğine inanılıyor. Haberde yer alan yabancı basın organlarının haberleri ise şu şekilde sıralanmıştır; The Times: “ Türkiye’nin Thatcher’ı Zaferi Kokluyor”; Le Monde: “Muhafazakar Partinin Başına Bir Kadın Başbakan”; Bild: “Türkleri Bir Kadın Yönetecek”; İspanya Gazeteleri: “Demir tebessümlü kadın”; Amerikan Televizyonları: “Kadınların Zafer Günü”; The Financial Times: “Bütün dünyada kadınların gelişimi, hızlı değişimi yansıtıyor”; Bild: “Bugün 20 milyon Türk erkeğinin, 25 milyon Türk kadını üzerindeki hakimiyeti sona erdi.”; Rus Gazeteleri: “Türk siyaseti kuşak değiştiriyor.”. Hürriyet gazetesinin dünya basınında yer alan bu gazetelere haberin veriliş yerine kadar yer vermesi bu fikirlere katıldığının bir göstergesidir zira “İspanya Gazeteleri, Amerikan Televizyonları, Rus Gazeteleri” gibi muğlak adresler üzerinden net tanımlamalar yapması bu yöndeki düşünceleri güçlendirmektedir.

16 Haziran 1993 tarihinde yayınlanan “Yunanistan’ın Çiller’i, Tansu Hanıma hayranım.” başlıklı haberde “Yunanistan sol ittifak grubu Synaspismos Partisi’nin lideri 42 yaşındaki Maria Damanaki Tansu Çiller’in başbakanlığa gelmesinin ilişkileri olumlu yönde etkileyebileceğini söyledi.” ifadelerine yer verilmiştir. Yunanistan’ın Synaspismos Partisinin lideri Maria Damanaki ile yapılan röportajı birinci sayfadan veren Hürriyet, haberde Damanaki’nin fotoğrafını kullanmıştır. Haberde Damanaki’nin “Kadın ve İnsan hakları konularında verdiği mücadeleye” değinilerek Çiller’in bir kadın olarak Türkiye’de Başbakan oluşunun olumlu bir etki yaratacağı

ifade edilmiştir. Olumlu hava oluşmasının en önemli nedeninin Çiller'in kadın olması olduğunun belirtilmesi ile Çiller'in cinsiyetine yönelik bir imaj vurgulaması yapılmıştır. 21 Haziran 1993 tarihinde "Has Özalcılar Çiller'e gidiyor, Çiller rüzgarı, Özalcı milletvekillerini de etkiledi. Parti kurmak için ANAP'tan ayrılan 8 milletvekili DYP'ye geçmeye hazırlanıyor." başlığı ile yer alan haberin içeriğinde "Özal'a bağlılıkları ile tanınan Ercüment Konukman, Leyla Yeniay Köseoğlu, Tunca Toskay, İbrahim Özdemir, Naci Ekşi, Osman Ceylan, Gaffar Akın ve Halil Şıvgın bir hülle partisi kurduktan sonra DYP'ye katılacaklar." ifadeleri ile yayınlanmıştır. Bir dönem Turgut Özal'ı destekleyen milletvekillerinin Doğru Yol Partisine geçeceğini ifade eden haberde bu vekillerin fotoğrafı kullanılmış ve fotoğrafın üzerine "Çiller'in rüzgarına kapıldılar" başlığı atılmıştır. Haber kullanılan fotoğraf, başlıklar ve içerik olarak Tansu Çiller'in etkileyici yönüne vurgu yapmaktadır. 23 Haziran'da yine Turgut Özal dönemine atıfta bulunan haber "Özal gibi geliyor." başlığı ile çıkmıştır. "Çiller güvenoyu alır almaz, tıpkı Özal gibi fırtına reformlara başlayacak. Kararlı ve Cesur konuşan Çiller, "Ya yükselecek, ya tepetakla gideceğiz" dedi." ifadelerinin yer aldığı haberde Çiller'in gözlükle bir belgeyi incelerken çekilmiş fotoğraf, "Kendine Güveniyor" alt başlığı ile yayınlanmıştır. Başlıkta geçen "Özal gibi" ifadesi ile Çiller'in Türkiye'nin reformlar yoluyla önünü açacağı ifade edilirken aynı zamanda bir dönem Özal'ı destekleyen gruba da başlık ile mesaj verilmektedir. Hürriyet gazetesinde Çiller'in iktidarının ilk günlerinde kadın oluşundan dolayı tezin kuramsal kısmında bahsedilen Halo etkisi görülmektedir. Türkiye'de kadın bir liderin başbakan seçilmesi ülkenin çağ atladığının, büyük bir dönüşüm yaşadığının göstergesi olarak kabul edilmiştir.

"Milli lider" kategorisinde gazetede 1 haber verilmiştir. 2 Temmuz 1993 tarihinde "Çiller: Amerikan vatandaşı değilim." başlığı ile yayınlanan haberde "Sosyalist Parti başkanı Doğu Perinçek dün, Başbakan Tansu Çiller'in ABD vatandaşı olduğunu yineleyerek bazı belgeleri açıklarken, Başbakan Çiller iddiayı bir kez daha reddetti." ifadelerine yer verilmiştir. Sosyalist Parti Başkanı Doğu Perinçek'in "Tansu Çiller'in Amerikan vatandaşı olduğu" yönündeki iddialara Tansu Çiller'in cevabını aktaran gazete haberi birinci sayfadan vermiştir. Haberde fotoğraf kullanılmamıştır. Çiller'in iddialarla ilgili olarak "yok böyle bir şey. Varsa öyle bir belge, ben de göreyim. Ne benim ne de eşimin Amerikan vatandaşlığı diye bir şey yok." cevabını yorumsuz olarak aktaran gazete Çiller'in ülkesinin çıkarlarını gözetken milli lider

imajını desteklemektedir zira Amerikan vatandaşı olmak için Amerikan çıkarlarını koruyacağını yemin etmek gerekmektedir. Tansu Çiller'in "Amerikan vatandaşı değilim." ifadesini başlık olarak kullanıp birinci sayfadan yayınlayan gazetenin, Cumhuriyet gazetesinin aksine bu konuda herhangi bir karşı yorumda bulunmaması oluşturulan "Milli lider" imajına katkı sağlamaktadır.

"Güler yüzlü lider" kategorisi Tansu Çiller'in grup toplantıları ile koalisyon görüşmelerinde Erdal İnönü ile çekilen fotoğraflarda sıkça verilmiştir. Bu fotoğraflar ile hem Tansu Çillerin güler yüzlü bir yapıya sahip olduğu imajı verilmiştir. 17 Haziran 1993 tarihinde "Koalisyon tamam gibi" başlığı ile yayınlanan haberde Erdal İnönü'nün Tansu Çiller'e çikolata ikram ettiği Çiller'in ise gülerek aldığı fotoğraf kullanılmıştır. 19 Haziran 1993 tarihinde yayınlanan "Çiller'in yeni protokolü" başlıklı haberde, Çiller ile İnönü'n basın toplantısındaki güler yüzlü halleri fotoğraf olarak kullanılmıştır. 6 Temmuz 1993 tarihli haber "Şans verin süre tanıyın." başlığı ile verilmiş ve Çiller'in güler yüzlü bir fotoğrafı "Gayet iyi bir oran ile güvenoyu alındı." alt başlığı ile yayınlanmıştır.

Hürriyet gazetesinde olumlu kategorilerde bulunan lider özelliklerine sıklıkla yer verilmesi gazetenin Tansu Çiller hakkındaki olumlu gündemleri ön planda tuttuğunun göstergesidir. Hürriyet gazetesinin 1993 Güvenoyu oylamasına giden süreçte Tansu Çiller'e bakışı olumlu ve onu destekler niteliktedir.

Olumsuz Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Hürriyet gazetesinde olumsuz tema içerisinde yer alan sadece 1 kategori bulunmaktadır. "İhtiyatla Yaklaşılan" kategorisi kapsamına giren 2 haber yayınlanmıştır. Hürriyet gazetesinde yayınlanan haberlerde olumsuz temasına ait sadece 1 kategorinin bulunması, oluşturulan lider imajının olumlu teması çerçevesinde yer alan kategoriler çerçevesinde şekillendiğini göstermektedir. "İhtiyatla Yaklaşılan" kategorisi kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

17 Haziran 1993 tarihinde "Halktan Çiller'e açık çek yok" başlığı ile yayınlanan haberde "Bugün seçim olsa kime oy verirsiniz sorusuna yanıt arayan araştırma, Çiller'in genel başkan seçilmesi ile DYP'de esen rüzgarın kamuoyunu aynı ölçüde etkilemediğini ortaya koydu." ifadelerine yer verilmiştir. Bir kamuoyu anketini birinci sayfadan yayınlayan gazete görsel olarak oy oranlarının yer aldığı bir pasta grafik

kullanılmıştır. Grafikte Çiller'in bir bisikletin üstünde pedal çevirirken Mesut Yılmazın bisikleti koltuğundan çektiği çizim kullanılmış ve bisikletin ön tekerinde “DYP: 30.53; ANAP: 26.04; SHP: 12.82; RP: 12.66; DİĞER: 9.78; DSP 8.17” olarak oy oranları verilmektedir. Araştırmayı kimin yaptığı haber boyunca belirtilmezken başlıkta yer alan “Halktan Çiller’e açık çek yok” ve yine içerikte geçen “Çiller’in tahmin edilen sıçramayı gerçekleştiremediği” ifadesi ile halkın Çillere karşı ihtiyatlı olduğu, tam anlamıyla güvenmediği imajı kimin yaptığı belirtilmeyen bir araştırma ile verilmiştir. 26 Haziran tarihinde “Karıışmadım, kefil değilim.” başlığı ile yayınlanan haberde “Başbakan adayı Çiller’in getirdiği Bakanlar Kurulu listesini hiçbir müdahalede bulunmadan imzalayan Cumhurbaşkanı Demirel’in bir eski bakana “Karıışmadım, karışsam kefilde olmam gerekirdi” dediği öğrenildi.” ifadelerine yer verilmiştir. Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel’in kabine hakkındaki yorumunu ismini açıklamadığı bir bakanın ağzından aktaran haberde fotoğraf kullanılmamıştır. Adı açıklanmayan bir bakanın referans gösterilmesi suretiyle yayınlanan haberde Süleyman Demirel’in Başbakanlığı döneminde bakanlık verdiği Çiller’e kefil olmadığı yönündeki demeci başlık olarak kullanan Hürriyet gazetesinin de Tansu Çiller’e güvenmek konusunda ihtiyatlı olduğu görülmektedir.

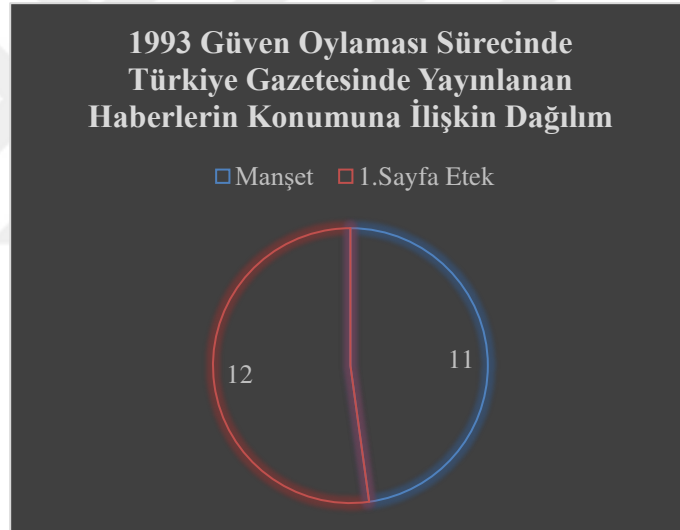
6 Temmuz 1993 tarihinde gazetede yer alan “Komutanlardan sürpriz ziyaret” başlıklı haber dönemin ruhunun anlaşılması açısından önemlidir. Haberin içeriğinde “Genelkurmay Başkanı Orgeneral Doğan Güreş ve kuvvet komutanları dün güvenoyu öncesinde Başbakan Çiller’e sürpriz bir ziyaret yaptı. Bu ziyaret Ankara da heyecan yarattı.” ifadelerine yer verilmiştir. Genelkurmay Başkanı Orgeneral Doğan Güreş ve kuvvet komutanlarının güvenoyu öncesinde Başbakan Çiller’e yaptığı ziyareti konu alan haber Hürriyet gazetesinde manşetten yayınlanmış ve fotoğraf olarak Orgeneral Doğan Güreş ve diğer komutanların resmi kullanılarak altına “Çillere Destek” başlığı atılmıştır. Manşetten yayınlanan haber, o dönemin ruhunu anlatması bakımından da önemlidir zira demokrasilerde ordunun siyasi bir tutum alması veya bir siyasetçiden yana görüş belirtmesi kabul edilemez bir antidemokratik uygulamayken, Türk siyasi tarihine baktığımızda ordunun istikrarlı olarak belli aralıklarla yönetme erkini eline geçirdiği veya yönetenlere muhtıralar ile uyarı verdiğini görülmektedir. Terörün yüksek olduğu ve ordunun yönetimdeki gücünün hissedildiği bir dönemde askerlerin Çiller’i ziyaret etmesi meclise bir mesaj niteliği taşımakla birlikte Çiller’in desteklendiğini göstermektedir. Çiller’in askerlere teşekkür ettikten sonra

“güvenoyunu” bekleseydiniz dediğini aktaran Hürriyet gazetesi Çiller’in demokratik lider imajına vurgu yapmaktadır.

Olumsuz imaj temasında yer alan “ihtiyatla yaklaşılan” kategorisine giren haberlerin verildiği bu bölümde Tansu Çiller’e yönelik güven ortamının tam anlamıyla sağlanmadığı yayınlanan kamuoyunu araştırması ve Süleyman Demirel’in demeci ile oluşturulmuştur.

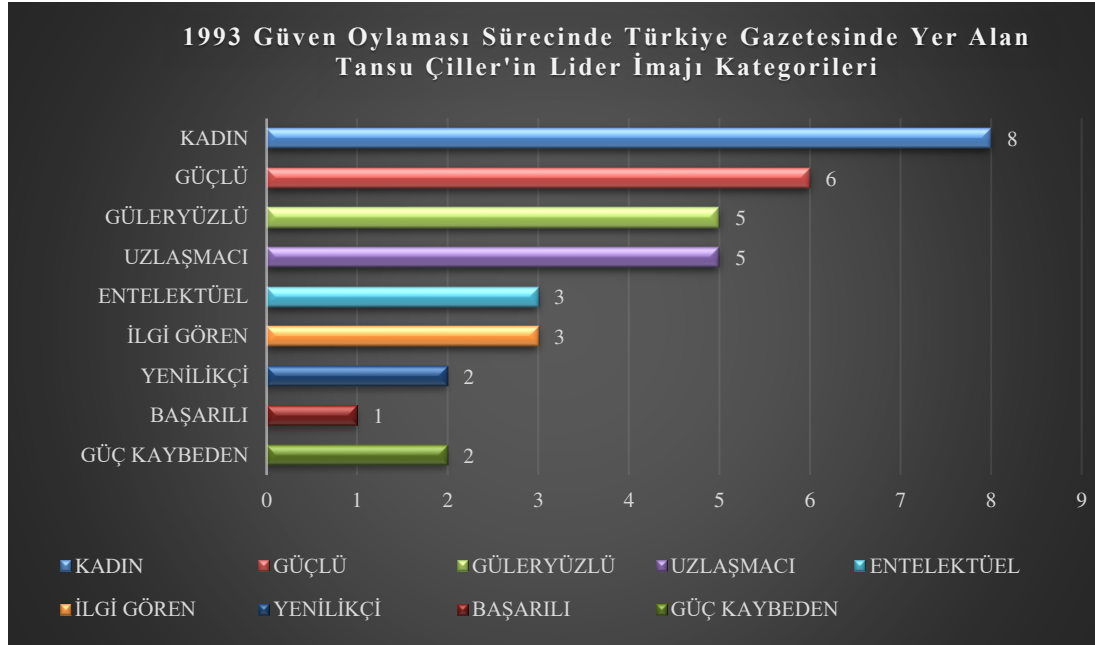
3.1.3. Türkiye Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi

Türkiye gazetesinde Tansu Çiller’in lider imajına yönelik 23 haber yayınlanmıştır. Bu haberlerin 11 tanesi manşette yayınlanırken 12 haber etek kısmında yayınlanmıştır. Hürriyet gazetesinde olduğu gibi Türkiye gazetesinde de tüm haberler birinci sayfadan yayınlanmıştır.



Grafik 3.5. 1993 Güven Oylaması sürecinde Türkiye Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.

Bu durum ise Tansu Çiller’in oluşturulan lider imajına verilen önemi göstermektedir. Türkiye gazetesinin Tansu Çiller’in lider imajını hangi kategoriler üzerine inşa ettiğine bakıldığında ise aşağıda yer alan grafik görülmektedir.



Grafik 3.6. 1993 Güven Oylaması sürecinde Türkiye Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri.

Türkiye gazetesinin 6 Haziran 1993 tarihinden başlayan 3 haftalık dönemde yayınlanan haberlerinde, Tansu Çiller'in lider İmajına yönelik 2 tema üzerinden 9 kategori görülmektedir. Olumlu temasında yer alan kategoriler: “Kadın:8 (%23), Güçlü:6 (%17), Güler yüzlü:5 (%14,2), Uzlaşmacı:5 (%14,2), Entelektüel:3 (%8,5), İlgi Gören:3 (%8,5), Yenilikçi:2 (%5,7), Başarılı:1 (%2,8)” ; Olumsuz temada bulunan tek kategori “Güç Kaybeden:2 (%5,7)”dir. Türkiye Gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajını olumlu tema kapsamında yer alan kategoriler üzerine kurduğu görülmektedir.

Olumlu Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Türkiye gazetesinde olumlu teması kapsamında yer alan 8 kategori bulunmaktadır. “Kadın” kategorisi kapsamına giren 8, “Güçlü” kategorisi kapsamına giren 6 haber yayınlanmıştır. “Güler yüzlü” kategorisine giren 5 haber yayınlanmıştır. Bu verilerden hareketle Türkiye gazetesinde oluşturulan lider imajında olumlu temada yer alan “Kadın” ve “Güçlü” kategorilerini ön plana çıkarttığı görülmektedir. Tespit edilen kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

Türkiye gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajını “Kadın” kategorisi üzerine bina ettiği görülmektedir. Türkiye gazetesi de bir kadının başbakan oluşunun ilk olduğunu, zor gerçekleşen bir başarı ve yenilik olduğuna haberlerinde yer vermiştir.

14 Haziran 1993 tarihli haberde “Çiller dönemi” başlığı kullanılarak Tansu Çiller’in Türkiye’nin ilk kadın başbakanı olduğu vurgulanırken, 15 Haziran 1993 tarihinde birinci sayfadan yayınlanan “Güçlü bir Türkiye için görevdeyim” başlıklı haber de Tansu Çiller’in “Zoru başarmanın sevincini taşıyorum. Bir kadın olarak ilki gerçekleştirmenin sevincindeyim.” sözlerinin yer aldığı röportaja yer verilmiştir. 16 Haziran 1993 tarihli haberde ise kadın oluşuna yönelik imaj annelik imajı ile birleştirilmiş ve “Türkiye’de yeni bir sayfa açarak “İlk kadın başbakan” unvanını kazanan iki çocuk annesi Tansu Çiller, bugüne kadar evlatlarına gösterdiği “sevgi ve şefkat”i, bundan böyle toplumun bütün kesimlerine yaymaya hazırlanıyor.” sözleri ile kadın imajı yan imajlarla güçlendirilmiştir. 28 Haziran tarihinde yayınlanan “Demirel: Çankaya’da ben değil demokrasi oturuyor.” başlıklı haberde yer alan “Demirel’e “Çiller İmajı” başlığı altında sorulan “Şimdi Türkiye’nin bir bayan başbakana sahip olmasının sizce dış dünya için önemi nedir?” sorusuna Demirel’in verdiği “Bayan Çiller’i başkan seçen bir parti muhafazakar partidir. Bu hareketi 30 yıldır yönetiyordum. Bu Türkiye’nin batı dünyasının bir parçası olduğunu gösteriyor. Türkiye’nin medeni bir ülke olduğu gösteriyor. Müslüman bir ülke olabilir. Ama laikdir. Bu sadece Parti’nin kongresinin bir seçimi değildir. Kendisi halktan ve medyadan çok büyük bir destek almıştır.” sözleri ile Çiller’in kadın oluşuna yönelik bir vurgu ve bu vurgunun devamında gelen sıfatlandırmalar ile Türkiye’nin batıya açılacağı, laik olduğu vurgusu yapılmıştır.

Türkiye Gazetesi “Kadın” kategorisinden sonra en çok “Güçlü” kategorisine vurgu yapmıştır. Güçlü kategorisi kapsamında yer alan haberlerde kimi zaman dediğini yaptıran biri olarak kimi zamanda etkileme gücünün yüksekliği ile verilmiştir.

14 Haziran tarihli “Çiller dönemi” başlıklı haberde Tansu Çiller’in partiden ayrılan kişilerle konuşarak tekrar partiye kazandırdığından bahsedilmiştir. 15 Haziran tarihinde yayınlanan “Güçlü bir Türkiye için görevdeyim” başlıklı haber de Tansu Çiller’in Türkiye gazetesi ile yaptığı röportaj birinci sayfadan iki paragraf şeklinde yayınlanmış olup asıl içerik beşinci sayfada verilmiştir. Haberde Tansu Çiller’in güler yüzlü bir şekilde kameraya baktığı fotoğraf kullanılmıştır. Fotoğraf altında “Mahcup olmayacağız” alt başlığı kullanılmıştır. Mahcup olmayacağız ifadesi alt başlık olarak kullanılarak Tansu Çiller’in söylediklerini yapabilecek nitelikte bir lider olduğu imajı oluşturulmaktadır. Röportajda Tansu Çiller’in söylemlerinden “Zoru başarmanın

sevincini taşıyorum.” kısmı birinci sayfada tercih edilen iki paragraftan biridir. Röportajda birçok konu konuşulmasına rağmen bu ifade ilk satırda kullanılarak, Tansu Çiller’in zorluklardan başarı ile çıkan bir lider olduğuna vurgu yapılmaktadır.¹⁶ Haziran’da beşinci sayfada yer alan görselde partililerin Çiller’in elini öptüğü görülmektedir. Koalisyon görüşmeleri sırasında ise güçlü lider imajı SHP’ye sunduğu şartlar, protokoller haberleri verilerek ifade edilmiştir. 20 Haziran tarihinde yayınlanan “Birlikte hareket edeceğiz” başlıklı haberde yer alan “Resepsiyonda, herkesin yakasına “Çiller rozeti “takıldı”.” ayrıntısı ile Çiller’in hakimiyeti gösterilmektedir. Haberde yer alan kişilerin ortak paydası mensup oldukları siyasi oluşumken Tansu Çiller rozeti takmaları Çiller’in gücünü ifade etmektedir. 21 Haziran tarihli haber “Yeni kurulacak hükümet konusunda DYP ve SHP kurmayları, Çiller’in hazırladığı ‘Koalisyon Protokolü Taslağı’nı ele alacaklar. Görüşmelere bugün başlanması bekleniyor.” başlığı ile yayınlanmıştır. İki partinin kurmaylarının Çiller’in hazırladığı protokolü görüşmesi, koalisyonun şartlarının Çiller tarafından oluşturulduğunun göstergesidir. 25 Haziran tarihli haberde “Din dersleri yine mecburi, uygulama değiştirilmedi.” ayrıntısı ile manşette yayınlanmıştır. “Din derslerinin mecburi olmaktan çıkarıldığı bazı gazete ve televizyonlarda yer alan haberler, SHP kanadından kaynaklandı.” sözleri ile yayınlanan haber metninin manşet olarak Din derslerinin kaldırılmadığını söylemesi bu tavrı destekleyen Çiller’in bu koalisyonun güçlü tarafı olduğunu göstermektedir. 26 Haziran 1993 tarihli haber “32 üyeli kabine de 15 devlet bakanı var.” başlığı ile yayınlanarak haberin içeriğinde “50.hükümetin DYP kanadında 17 yeni isim yer alırken, SHP’liler koltuklarını korudu...” ifadelerine yer verilmiştir. 50.hükümet kabinesinin yer aldığı haber için birinci sayfanın tamamı kullanılmış olup 5. sayfada da habere devam edilmiştir. Haberde Tansu Çiller ile Erdal İnönü’nün fotoğraflarının yanında kabineye giren 32 bakanın fotoğrafları yer almaktadır. Haber metninin ilk satırlarında kabinenin 32 bakandan oluştuğunu söylemesi ve 17 bakanın Çiller’in parti lideri olduğu DYP’den olduğunun belirtilmesi Çiller’in bu koalisyonun güçlü tarafı olduğunu göstermektedir. Haberin on üçüncü sayfada yer alan devamında Çiller’in Türkiye’nin 22. Başbakanı olduğunun belirtildiği paragrafta “22.isim olarak listeye giren ve Türkiye Cumhuriyeti’nin 50. Hükümetini kuran Tansu ise, ayrıca “İlk Kadın Başbakan” sıfatını da taşıyor.” sözleriyle Tansu Çiller’in kadın oluşuna yönelik bir vurguda bulunulmuştur.

“İlgi Gören” gazetede yer verilen diğer bir imaj kategorisidir. 14 Haziran tarihli “Çiller: Kırat Şahlanacak” başlıklı haberin içeriğinde “Tansu Çiller, DYP genel başkanı seçilmesinden sonra büyük bir sevgi gösterisi arasında kürsüye geldi.” ifadelerine yer verilmiştir. Çiller’in kürsü konuşmasının birinci sayfadan yayınlandığı haberde fotoğraf kullanılmamıştır. Çiller’in kürsüye çıkışın anını “büyük bir sevgi gösterisi” olarak betimleyen gazete Çiller’in partililerce sevildiğini ve desteklendiğini belirtmektedir.

“Uzlaşmacı” incelenen gazetelerde ekseriyetle koalisyon görüşmeleri neticesinde yaşanan gelişmeleri ele alan bir imaj kategorisi olsa da Türkiye gazetesinde yer alan 16 Haziran tarihinde “Yeni başbakan toplumun bütün kesimlerine “zeytin dalı” uzatıyor.” sürmanşeti ile yayınlanan haberde bu kapsamda değerlendirilmiştir.

“Çiller’den barış harekâtı” manşeti ile çıkan haberin içeriğinde “DYP Genel Başkanı ve Başbakan Tansu Çiller, “barış içinde kalkınma”nın gerçekleştirilebilmesi için muhalefet de dahil, bütün kesimlere çağrıda bulundu.” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in Anıtkabir ziyareti sonrası söylemlerinin manşetten yayınlandığı haberde iki fotoğraf kullanılmıştır. Birinci sayfada yer alan görselde Çiller’in Atatürk’ün mezarına askerler ile birlikte çelenk koyduğu an gösterilirken beşinci sayfada yer alan görselde partililerin Çiller’in elini öptüğü görülmektedir. Sürmanşetten yayınlanan “bütün kesimlere zeytin dalı uzatıyor.” söylemi ile Çiller’in uzlaşmacı imajına vurguda yapılmış ve “barış harekâtı” ifadesiyle de bu imaj güçlendirilmektedir. Haberin beşinci sayfasında yer alan devamında “Türkiye’de yeni bir sayfa açarak “İlk kadın başbakan” unvanını kazanan iki çocuk annesi Tansu Çiller, bugüne kadar evlatlarına gösterdiği “sevgi ve şefkat”i, bundan böyle toplumun bütün kesimlerine yaymaya hazırlanıyor.” kelimeleri ile Çiller’in cinsiyetine yönelik imajına ve sevgi dolu imajına vurgu yapılmaktadır. Beşinci sayfada yer alan haberin fotoğrafında Çiller’in gücü gösterilmektedir. 19 Haziran 1993 tarihinde “Yeni koalisyon yeni protokol...” başlığı ile yayınlanan haberin içeriğinde “İnönü, Çiller tarafından verilen protokol taslağını inceledikten sonra görüşlerini bildireceklerini söyledi.” ifadeleri yer almıştır. Tansu Çiller ile Erdal İnönü arasındaki koalisyon görüşmesinin manşetten yayınlandığı haberde ilk sayfada Çiller ve İnönü’nün gülerken objektiflere baktığı anlar 13.sayfada ise Çiller’in DYP’li bir heyet ile

gülerken çekildiği fotoğraf kullanılmıştır. Haber metninde yer alan “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, İnönü ile yaptıkları ikinci görüşmenin de uyumlu geçtiğini belirterek “Her iki parti, yine demokratikleşme süreci ile halka hizmet isteğiyle bir uyum içerisinde Türkiye’nin önüne hizmetler koymaya devam etme kararlılığı içinde gözükmektedir.” dedi.” cümleleri ile Çiller’in uzlaşmacı imajını sunmaktadır. 20 Haziran tarihinde yayınlanan iki haber aynı formatta olduğu için birlikte incelenecektir. İlk haberde “Çiller herkesi DYP’ye çağırdı” ve “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, muhalefet partilerini ve bütün halkı DYP’de birleşmeye çağırdı. Çiller “Gelin birlikte çözüme yönelelim” dedi.” ifadeleri yer alırken; ikinci haberde “Çiller, Sezgin ve Toptanla kucaklaştı. Birlikte hareket edeceğiz” ve “Başbakan Tansu Çiller’in verdiği resepsiyonda herkesin yakasına “Çiller rozeti” takıldı... Çiller resepsiyona katılanlar ile tek tek ilgilendi.” ifadelerine yer verilmiştir. İlk haber olan “Çiller, herkesi DYP’ye çağırdı” haberinde fotoğraf kullanılmazken ikinci haber olan “Birlikte hareket edeceğiz” haberinde iki fotoğraf kullanılmıştır. İlk fotoğrafta Çiller ile kongredeki rakibi Cavit Çağlar ile gülüşürken çekilen bir fotoğraf kullanılırken altına “Neşeliydiler” başlığı atılmıştır. İkinci fotoğrafta ise Çiller’in kongreden diğer rakibi Köksal Toptan ile fotoğrafı “Köksal Toptan’la” başlığı ile yayınlanmıştır. İlk haberde yer alan “Gelin birlikte çözüme yönelelim “ sözlerinde olduğu gibi bu haberde de “Uzlaşmacı” lider kategorisinde yer almaktadır. Haberde kullanılan “Çiller, salona “Hayat bayram olsa isimli müzik parçası ile girdi. Ancak, bu parçanın bitmesi ve Yonca Evcimik’in “Haddini bil” isimli parçasının başlaması üzerine, Çiller arkasını dönerek, “Doğru dürüst bir müzik bulsunlar, yoksa fena kızacağım” dedi. Bunun üzerine bant durduruldu ve uzun süre, sadece ‘Hayat bayram olsa’ şarkısı çaldı.” ayrıntısı ile birleştirici hava imajı pekiştirilmektedir. 23 Haziran tarihinde yayınlanan “Koalisyon protokolü tamam, Sıra bakan tespitinde” başlıklı haberde “Yarın açıklanacak olan 2.DYP-SHP koalisyon hükümetinin protokolü, bugün son şekli verilerek kaleme alınacak.” ifadeleri kullanılmıştır. Koalisyon protokolünde varılan uzlaşmayı konu alan haber manşetten yayınlanırken haberde Çiller ve İnönü’nün basın toplantısı esnasında verdiği güler yüzlü fotoğraf “Çiller ve İnönü arasında tam mutabakat sağlandı” alt başlığı ile görülmektedir. Protokolün metninin içeriğinin verildiği haberde Çiller ve İnönü arasındaki anlaşma gösterilerek Çiller’in uzlaşmacı yönü öne çıkarılmıştır.

İlerleyen günlerde Çiller'in entelektüel birikimi ile yenilikçi kişiliği vurgulanmıştır. 17 Haziran 1993 tarihli haberde sürmanşet olarak yayınlanan "Ekonomi Profesörü hanım Başbakan'ı bekleyen süper projeler milletlerarası boyutta. Bu projeler Kazakistan'dan başlayıp Arnavutluk, İtalya ve Avusturya'ya uzanıyor." konulu haberde kullanılan "Ekonomi Profesörü" nitelemesi bilgi birikimine vurgu yapmaktadır. Profesörlük üniversitede ulaşılabilecek en yüksek akademik unvan olup belirli bir bilgi birikimi gerektirmektedir. Tansu Çiller'in isminin zaman zaman haberlerde "Başbakan Prof. Dr. Tansu Çiller" şeklinde başlıklı yazılarak bu imaj canlı tutulmak istenmiştir. 17 Haziran 1993 tarihinde yayınlanan "Tansu Çiller reform üzerine reform yapacak." başlığı ile çıkan haberde "Ekonomi hareketleniyor. Vergi reformu derhal TBMM'ye sunuluyor. İhracatta muazzam teşvikler uygulanacak." ifadelerine yer verilmiştir. Türkiye gazetesinin manşetten verdiği ekonomi konulu haberde fotoğraf kullanılmamıştır. Haber başlığında yer alan "reform üzerine reform" yapacak sözleriyle Çiller'in yenilikçi kişiliğini öne çıkarmaktadır. Haberin 5. Sayfadaki devamında geçen "Ekonomiden Sorumlu Devlet Bakanlığı'ndan gelip Başbakanlığa çıkmak üzere olan Tansu Çiller artık istediklerini yapacak. Daha önce bazı engellerle karşılaşan Çiller, ekonomiyi düze çıkarabilmek için bir dizi reformlara girişiyor." sözleri ile Tansu Çiller'in engelleri aşarak ekonomiyi canlandıracak yenilikler yapacağına vurgu yapılmıştır.

"Başarılı" kategorisinde 1 haberin yer aldığı görülmektedir. 6 Temmuz 1993 tarihinde "Çiller güvenoyu aldı." başlığı ile yayınlanan haberde içerik olarak "432 milletvekilinin katıldığı oylamada 184 milletvekili aleyhte oy verirken, 1 milletvekili de çekimser kaldı." ifadeleri kullanılmıştır. Güvenoyu oylamasının birinci sayfadan yayınlandığı haberde fotoğraf kullanılmamıştır. 432 milletvekilinin katıldığı oylamanın sonucunun "DYP –SHP hükümetine 247 kabul oyu verildi" ifadesi ile dile getirilmesi Çiller'in istediğini alan başarılı lider imajını oluşturmaktadır.

Olumsuz Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Türkiye gazetesinde olumsuz tema içerisinde yer alan sadece 1 kategori bulunmaktadır. "Güç Kaybeden" kategorisi kapsamına giren 2 haber yayınlanmıştır. Türkiye gazetesinde yayınlanan haberlerde olumsuz temasına ait sadece 1 kategorinin bulunması, oluşturulan lider imajının olumlu teması çerçevesinde yer alan kategoriler çerçevesinde şekillendiğini göstermektedir. Bu durum ise gazetenin ideolojik

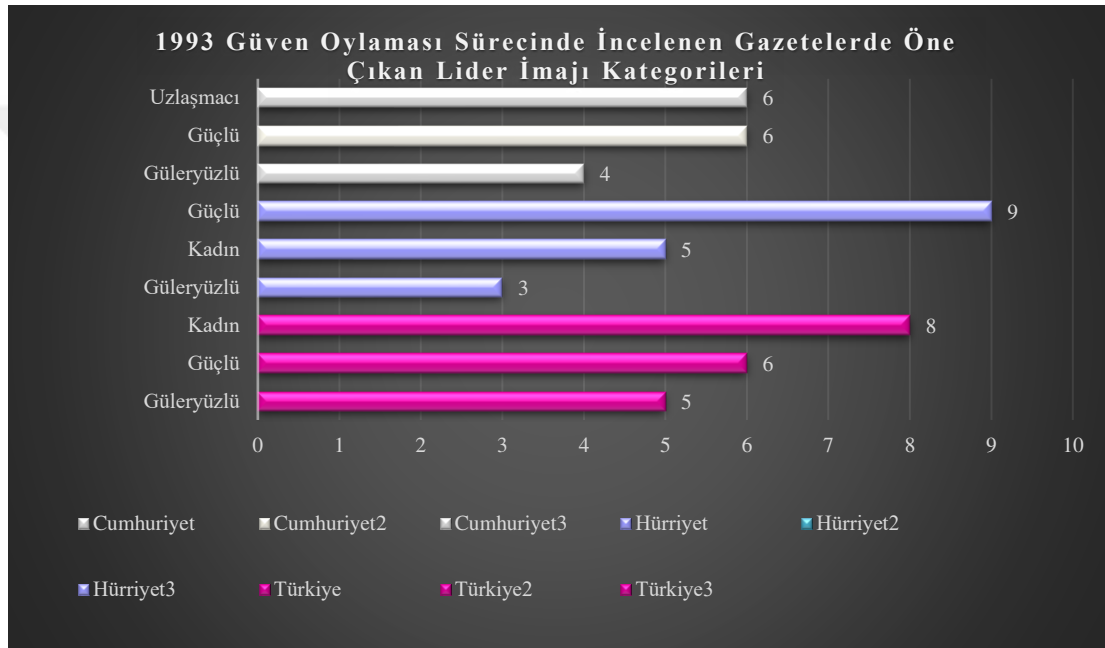
tutumuna paralellik göstermektedir. “Güç Kaybeden” kategorisi kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

Gazetede Tansu Çiller’e yönelik tek olumsuz imaj kategorisi olan “Güç kaybeden” kategorisinde ise parti içerisindeki çatlaklardan söz edilmektedir.

27 Haziran 1993 tarihinde “Zor günler başlıyor” sürmanşeti ile yayınlanan haber metninde Adana Milletvekili Halit Dağlı’nın “Kabinayı Çiller değil Necmettin Cevheri oluşturdu.” açıklamasının tırnak içine alınmadan olduğu gibi verilmesi Çiller’in parti içinde gücü sağlayamadığı imajını oluşturmaktadır. Haberin devamında “Manisa Milletvekili Ümit Canuyar’dan sonra, dün yine Manisa Milletvekili Tevfik Diker istifa ederken, İzmir milletvekili Nevzat Çobanoğlu da DYP’den istifa ettiğini açıkladı. Parti içerisinde sayıları 30 civarında olan “küsün” milletvekillerinin tepkilerinde ise şiddetlenme görüldü.” ifadeleri ile Çiller’in parti içinde birliği sağlayamadığı partideki kopuşların devam edeceği ve Çiller’in liderliğinin sorgulanacağını belirten satırlar ile Çiller’in partide birliği sağlayamadığı imajı vurgulanmıştır. 28 Haziran 1993 tarihinde “Demirel: Çankaya’da ben değil demokrasi oturuyor.” başlığı ile yayınlanan haberde “Cumhurbaşkanı, “DYP’ye müdahale etmedim etseydim çok farklı olurdu.” dedi.” ifadelerine yer verilmiştir. Süleyman Demirel ile yapılan bir röportajın manşetten yayınlandığı haberde röportaj esnasında çekilen bir fotoğraf kullanılmıştır. Demirel’in DYP Genel Kongresi hakkında söylediği “DYP’ye müdahale etmedim etseydim çok farklı olurdu.” söylemiyle Demirel parti içindeki nüfuzunu hala koruduğunu ifade etmekte ve Çiller’in partinin genel başkanı olmasına rağmen, vekillerin önemli bir kısmının Demirel’e bağlı olduğu “Bu hareketi otuz yıl yönettim. Birçok arkadaşım var. Birçok kişi müdahale etmemi istedi. 40 kişilik merkez komitesi var. Kabine var Parlamento grubu var.” sözleri ile desteklenmiştir.

Tansu Çiller’in cinsiyetinin simgelediği yenilik ve değişim algısı liderliğinin ilk dönemlerinde imajının önemli bir parçası olmuştur. Öyle ki ideolojik açıdan Doğru Yol Partisine muhalif olan Cumhuriyet gazetesi dahi Çiller kabinesini açıklayana kadar kendisine karşı ılımlı olmuştur. Hürriyet gazetesi ise 1993 yılında haberlerinin önemli bir kısmını Tansu Çiller’in kadın oluşu üzerine inşa ederek kadın oluşuna çağdaş, şık, entelektüel, güzel, Avrupalı imajlarını eklemlemiş ve bu imajları Avrupa da çıkan gazeteleri referans göstererek güçlendirmiştir.

Çalışma kapsamında 1993 yılında yapılan güven oylaması sürecinde incelenen Cumhuriyet, Hürriyet, Türkiye gazetelerinde Tansu Çiller’e yönelik olumlu bir havanın estiğini söylemek mümkündür. Cumhuriyet gazetesi Tansu Çiller’in lider imajının olumsuz yönlerini en çok ön plana çıkan gazete olarak bu yaklaşımını Tansu Çiller hükümetin kabinesini açıkladıktan sonra ortaya koymuştur. Türkiye gazetesi ise bu döneme Tansu Çiller imajına dönük olarak en çok olumlu yönlendirmeye sahip haber yapan gazete olmuştur. İncelenen üç gazetenin 1993 yılında lider imajını hangi kategoriler üzerine inşa ettiğine bakıldığında ise aşağıda yer alan grafik görülmektedir.



Grafik 3.7. 1993 Yılı Gazetelerin Karşılaştırmalı Lider İmajı Grafiği

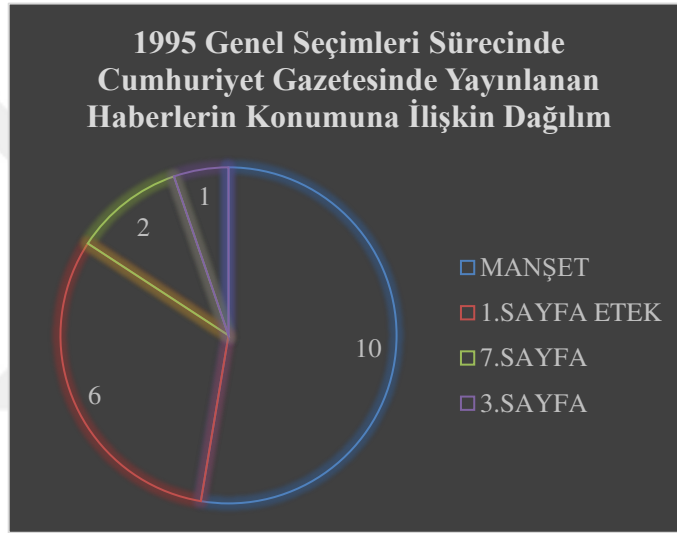
Çalışma kapsamında incelenen gazetelerin Tansu Çiller’in lider imajını oluştururken olumlu temada yer alan kategorileri sıklıkla ön plana çıkardığı görülmektedir. 3 gazetede yer verilen “Güler yüzlü” ve “Güçlü” kategorileri Tansu Çiller’in SHP ile yaptığı koalisyon görüşmeleri neticesinde ortaya çıkmıştır. Tansu Çiller’in bu görüşmelerde ortaya koyduğu ılımlı tavrı kendisinin uzlaşmaya açık bir lider olduğunu ortaya koyarken güler yüzlü fotoğrafları da sıklıkla kullanılmıştır. Tansu Çiller’in koalisyon görüşmelerine başlarken şartlar öne sürmesi, protokol metninde önem verdiği konulara yer vermesi “Güçlü” lider kategorisini ön plana çıkarmıştır. Tansu Çiller’in kadın olarak bir parti başkanı ve başbakan olması, bir ilki başarması önemli bir değişimin öncüsü olmasına Hürriyet ve Türkiye gazetelerinde sıklıkla yer verilmiştir.

3.2. 1995 Genel Seçimleri

24 Aralık 1995 tarihinde yapılan genel seçimin incelediği bu bölümde 1 Aralık 1995 ile 24 Aralık 1995 tarihi arasındaki dönem incelenmeye çalışılmıştır.

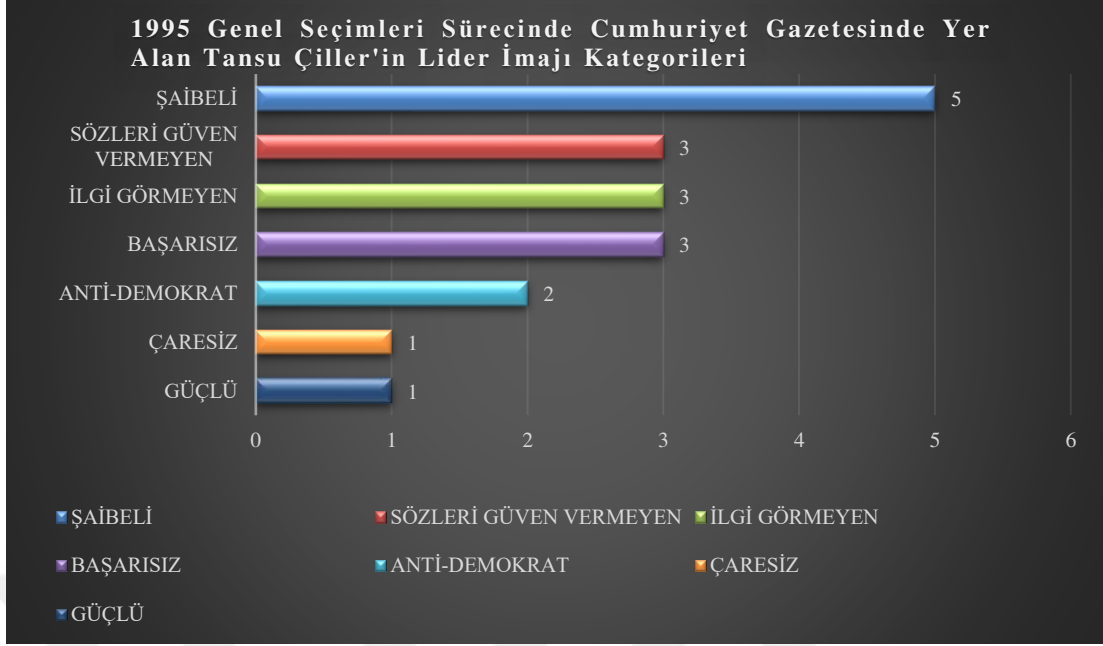
3.2.1. Cumhuriyet Gazetesinde Tansu Çiller'e Yönelik Lider İmajının Analizi

Cumhuriyet gazetesinin 1995 yılında incelenen dönemde verdiği haber sayısının, 1993 yılında incelenen dönemde yayınlanan haber sayısından 1 haber daha az olduğu görülmektedir. Gazete 1993 yılında Tansu Çiller'in lider imajına yönelik 19 haber yayınlarken 1995 yılında 20 haber yayınlamıştır.



Grafik 3.8. 1995 Genel Seçimleri sürecinde Cumhuriyet Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.

Haber sayısında azalış olmasına rağmen bir önceki döneme göre haberlere verilen önemde bir artış olduğu dikkat çekmektedir. 1993 yılında incelenen dönemde haber sayısı daha fazla olduğu halde manşetten yayınlanan haber sayısı 7 iken 1995 yılında bu sayı 10 habere çıkmıştır. 6 haberin 1.sayfanın etek kısmında 1 haberin 3. Sayfada, 2 haberinde 7. Sayfada olduğunu görülmektedir. Bu verilerden hareketle gazetenin Tansu Çiller'in lider imajına verdiği önemin arttığı görülmektedir. Gazetede yer alan haberlerin 18 tanesi olumsuz temaya ait kategorilerin içinde bulunmasından ötürü olumsuz bir lider imajının inşasına önem verildiği tespit edilmiştir. Cumhuriyet gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajını hangi kategoriler üzerine inşa ettiğine bakıldığında ise aşağıda yer alan grafik görülmektedir.



Grafik 3.9. 1995 Genel Seçimleri sürecinde Cumhuriyet Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri

Cumhuriyet gazetesinin 24 Aralık 1995 tarihinden başlayan süreçte yayınlanan haberlerinde, Tansu Çiller'in lider İmajına yönelik iki tema üzerinden 7 kategori görülmektedir. Olumlu temaya ait “Güçlü:1 (%5,5)” kategorisi verilirken; olumsuz temaya ait “Şaibeli:5 (%27,7), Başarısız:3 (16,6), Sözleri Güven Vermeyen:3 (16,6), İlgi Görmeyen:3 (16,6), Anti-Demokrat:2 (%11,1), Çaresiz:1 (%5,5)” kategorileri verilmiştir. Bu çerçevede 1 defa olumlu temaya ait kategorilere atıfta bulunulurken; 5 defa olumsuz temaya ait kategorilere atıfta bulunularak olumsuz lider imajının oluşturulduğu görülmektedir.

Olumlu Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Cumhuriyet gazetesinde olumlu tema kapsamında yer alan 1 kategori bulunmaktadır. “Güçlü” kategorisi kapsamına giren 1 haber yayınlanmıştır. Bu verilerden hareketle Türkiye gazetesinde oluşturulan lider imajında olumlu temada yer alan “Güçlü” kategorisini ön plana çıkarttığı görülmektedir. Tespit edilen kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

Cumhuriyet Gazetesinde Tansu Çiller'in lider imajına yönelik olumlu temada yer alan “Güçlü” kategorisi kapsamına giren sadece 1 haber yayınlanmıştır. 5 Aralık 1995 tarihli haber “Çiller'in istediği oldu.” başlığı ile yayınlanmıştır. Haberde fotoğraf

kullanılmamış, içerikte Çiller’e muhalif kesimin seçim kanunu görüşmek amacıyla meclisi olağanüstü toplantıya çağırmak için gereken kişi sayısına ulaşamamasını Çiller’in parti içindeki gücüne bağlayan haberde, Çiller’in partisine hakim olduğu imajı oluşturulmuştur.

Olumsuz Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Cumhuriyet gazetesinde olumsuz tema kapsamında yer alan 5 kategori bulunmaktadır. “Şaibeli” kategorisi kapsamına giren 4 haber ve “Başarısız, Sözleri Güven Vermeyen, İlgi Görmeyen” kategorilerine giren 3’er haber yayınlanmıştır. Bu verilerden hareketle Cumhuriyet gazetesinin Tansu Çiller’in lider imajını “Şaibeli” kategorisi üzerine inşa ettiği görülmektedir. “Şaibeli” kategorisine giren ve Tansu Çiller’in mal varlığı ile ilgili haberler süreç boyunca yayınlanmıştır. Tespit edilen kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

1995 Genel Seçimlerinde Cumhuriyet Gazetesi haberlerinin önemli bir kısmını Tansu Çiller’in bildirmediği ve Amerika’da ortaya çıkan mirası ile ilgili haberlere yer veriliyor olup bu haberler “Şaibeli” kategorisi içinde ele alınmıştır. İlk defa 17 Haziran 1994 yılında Milliyet gazetesinde Turan Yavuz imzası ile çıkan haberde Tansu Çiller’in ABD’de serveti olduğu ve kendisinin Amerikan vatandaşı olduğu iddia edilmekteydi. Bu iddiaya 1995 yılında yapılan genel seçim sürecinde sıkça yer veren Cumhuriyet gazetesi, aynı zamanda Tansu Çiller’in bu sebeple şaibeli olduğuna ve meclis tarafından yüce divana gönderilmesi gerektiğine vurgu yapıyordu.

2 Aralık 1995 tarihinde “Siyasette sıcak günler” başlığı ile yayınlanan haberin içeriğinde “TBMM Liderler ve Yakınlarının Malvarlıklarını Araştırma komisyonunun DYP’li üyelerinin, Başbakan Çiller ve ailesinin kuşkulu servetini aklayan raporuna karşılık hazırlanan ve adına “ek rapor” denilen alternatif raporda Çiller ailesi, eksik beyanda bulunduğu belirtilerek ağır bir dille suçlandı.” ifadeleri tercih edilmiştir. Haberde geçen “Başbakan Çiller ve ailesinin servetini aklayan rapor” ifadesiyle, Çiller’in malvarlığını araştıran raporun gerçekliğin üstünü kapatmak için hazırlandığı ima edilmiştir. Haber’in sağ kısmına çerçeveye alınarak ve büyük puntolar ile “Çiller’in malvarlığı beyanı eksik” sözlerine yer verilerek Tansu Çiller hakkındaki şaibeli imajı güçlendirilmiştir. Haberin 4. sayfadaki devamında “Araştırmalar, DYP Genel Başkanı Tansu Çiller üzerindeki ‘şaibeyi’ daha da arttırdı.” üst başlığı ile Çiller’in şaibeli bir lider olduğu imajı pekiştirilmiştir. Ertesi gün çıkan “Çiller’e Yüce

Divan tehdidi” başlıklı haberde ise “Küskünler Seçim Yasası’nda değişik yapılmasını başarırlarsa, ardından Çiller’in malvarlığına ilişkin savlar konusunda gensoru açılmasını gündeme getirecekler.” sözleri ile Cumhuriyet gazetesi daha önceki haberlerde de sunulan şaibeli lider imajını parti içinden muhalif kesimin eylemleri ile de güçlendirmiştir.

14 Aralık 1995 tarihinde “Başbakan Çiller’i korkutan belgeler” başlığı ile çıkan haberde “ABD’ye tek bina için 95 bin dolar emlak vergisi ödeyen Başbakanın kendi holdingine Türkiye’de 7 yılda ödediği toplam vergi 540 dolar.” bilgisine yer verilmiştir. Haberin alt başlığında yer alan “Çiller çiftinin kuşkulu serveti” ifadesi Tansu Çiller’in şaibeli bir lider olduğu imajını vermektedir. Haberin içeriğinde yer alan “Çiller Holdingi, usulsüz istisnadan faydalanarak vergi kaçırdı” gibi ifadelerle şaibeli imajı güçlendirilmiştir.

17 Aralık 1995 tarihinde “DYP lideri, ANAP Genel Başkanı Yılmaz’ın servetlere bağımsız araştırma önerisi için topu taca attı.” başlığı ile yayınlanan haberde “Çiller araştırmadan kaçıyor.” alt başlığı kullanılmıştır. Haber Mesut Yılmaz’ın bir röportajın da ki söylemleri ile oluşturulmuştur. Haberde geçen “Çiller Sayıştay gibi bağımsız gibi kuruluşların servetini denetlemesinden kaçıyor.” söylemi ile şaibeli lider imajı ortaya koyulmuştur. 19 Aralık 1995 tarihinde “Malvarlığının araştırılması için Çiller başvurdu, Yılmaz sırada.” başlıklı haber in içeriği “Kuşkulu servetine ilişkin belgeleri yanıtlayamayan Başbakan Çiller, ANAP lideri Yılmaz’ın bağımsız araştırma önerisini kabul ederek Sayıştay’ başvurdu.” olarak yayınlanmıştır. Haber “kuşkulu servetine ilişkin belgelere açıklamayan Başbakan Çiller” cümlesi ile başlamakta olup gazetenin uzun süredir üstünde durduğu Şaibeli lider imajı bu haberde de görülmektedir.

Tansu Çiller’in seçim mitinglerine katılımın az olduğunu belirten “İlgi görmeyen”, halka verdiği sözleri tutmadığı için insanların kendini dinlemediğini içeren “Sözleri güven vermeyen” kategorileri de vurgulanmıştır.

9 Aralık 1995 tarihinde yayınlanan haberde “Tansu Çiller’e açız protestosu” başlığı tercih edilmiştir. Üst başlıkta verilen “Diyarbakır’da miting alanı boş kaldı” söylemi haberin devamında “Başbakan Çiller, Diyarbakır’da beklediği ilgiyi bulamadı. Yarı boş miting alanında halka seslenen Çiller...” ifadesi ile güçlendirilerek halkın Çiller’e ilgi göstermediği imajını vurgulanmıştır. Ayrıca

“Çiller, DYP örgütünün de şikayetçi pankartlarıyla karşılaştı. Ezan nedeniyle konuşmasına ara veren başbakana, “Açlıktan geberiyoruz” diye protestoda bulunan genci önce gözaltına almak isteyen bir sivil polis, basının ilgisi üzerine para vererek susturdu” sözleri ile de Çiller’e karşı hem parti hem de halk içinde büyük bir tepki olduğu imajı oluşturulmuştur.

10 Aralık 1995 tarihli “Başbakan, gümrük birliği kozunu oynuyor.” başlığı ile yayınlanan haberde “Çiller: Kıbrıs ödünü verilmedi.” ifadeleri görülmektedir. Tansu Çiller’in gümrük birliği hakkında verdiği bir röportajı haber yapan gazete haberde fotoğraf kullanmamıştır. Tansu Çiller’in gümrük birliği konusunu iç politika malzemesi yaptığını “Gümrük birliği kozunu oynuyor.” başlığı ile dile getirilen haberde Çiller’in fırsatçı olduğu imajını vermiştir. Haberin 17. sayfadaki devamında ise “Kıbrıs’ta ödün inkarı” alt başlığı ile Çiller’in yalan söylediği imajı oluşturulmuş ve bu imaj “Çiller’in, GB için Kıbrıs’ta ödün verilmediği öne sürmesine karşın, 6 Mart 1995’te yapılan Ortaklık Konseyi toplantısında, hükümet Türkiye adına geri adım atılmasına göz yumdu.” sözleri ile güçlendirilmiştir.

12 Aralık 1995 tarihinde yayınlanan “Çiller ve Baykal ‘Haberim yok’ derken, Dışişleri Bakanlığı, Baykal’ın girişimlerde bulunduğunu söyledi.” başlıklı haberde “Deniz Baykal, söz konusu duyumun alınması üzerine , Brüksel’de şahsen gerekli girişimlerde bulunmuştur.” ifadelerine yer verilmiştir. Gümrük birliği hakkında Tansu Çiller, Deniz Baykal ve dış işleri bakanlığının açıklamalarının konu olduğu haber, manşetten yayınlanmış olup haberde fotoğraf kullanılmamıştır. “Çelişkili açıklamalar yapıldı” alt başlığı kullanılan haberde “Başbakan Tansu Çiller, Avrupa Parlamentosu’ndaki Sosyalist ve Hristiyan demokratların Dış ilişkiler Komitesi’ne PKK ile masaya oturulmasına hakkında sunduğu karar tasarısı hakkında bir bilgisi olmadığını söyledi. Başbakan yardımcısı ve dışişleri bakanı Deniz Baykal da Avrupa Başkentlerindeki temasları sırasında böyle bir konunun gündeme gelmediğini öne sürdü. Ancak dışişleri bakanlığından “Deniz Baykal, söz konusu duyumun alınması üzerine, Brüksel’de şahsen gerekli girişimlerde bulunmuştur.”

14 Aralık 1995 tarihli “Gümrük birliğine ağır diyet” başlıklı haberde “Türkiye’nin GB’ye girmesini onaylayan Avrupa Parlamentosu, Kürtlere özerklik istedi” ayrıntısı verilmiştir. Haberde bir tane fotoğraf kullanılmıştır. Fotoğrafta Tansu Çiller’in miting meydanında telefonla konuştuğu görüntü yer alırken, altında

“Mikrofonda telefonla konuşmuş gibi yaptı.” sözlerine yer verilmiştir. Başbakanın telefonla konuşmadığı ancak insanlara böyle bir izlenim verdiği vurgulanarak güven vermeyen imajı oluşturulmuştur. Türkiye’nin gümrük birliğine girişinin verildiği haber, Türkiye’nin taviz vermesinin söz konusu dahi olamayacağı bir konu ile birlikte sunulmuştur. Haberin içeriğinde başbakanın bu öneriye karşı herhangi bir olumlu ya da olumsuz yaklaşımı yer almazken, ağır diyet başlığı ile sanki bunu kabul ettiği yönünde bir kanı oluşturulmuştur. Bu durumda başbakanın tavizkar ve güçsüz olduğunu imajını meydana getirmektedir.

16 Aralık 1995 tarihli “DYP, meydanlarda bozguna uğradı.” başlıklı haber “Alanları dolduramayan DYP, seçim araştırma şirketlerince yapılan kamuoyu yoklamalarında 4’üncü sıraya kadar düştü. Anketlere göre birincilik için yarışan ANAP ile RP’yi DSP izliyor.” sözleri ile verilmiştir. Haberin içeriğinde yer alan “Başbakan Tansu Çiller Erzurum, Antalya, Diyarbakır, Mardin ve İzmir mitinglerinde boş kalan meydanlarda hayal kırıklığına uğradı” ifadeleri ile halktan ilgi görmeyen bir lider imajıyla sunulmuş ayrıca bu imaj fotoğrafın altında yer alan ifade ile güçlendirilmiştir. Ayrıca haberin devamında yer alan “DYP, seçim sonuçlarına ilişkin araştırma şirketlerince yapılan kamuoyu yoklamalarında 4. Sıraya kadar düştü” ifadesi ile Çiller’in başarısız bir lider olduğu imajını verilmesinin yanında verileri kamuoyu araştırma şirketlerine dayandırarak inanılabilirliğini artırmayı hedeflerken, bunların hangi kamuoyu şirketlerinin sonuçları olduğuna değinilmemiştir.

17 Aralık 1995’te ise “HADEP’in mitingi Çiller’i katladı” başlığıyla yayınlanan haber içeriğinde “Barış, demokrasi ve kardeşlik mitingi”ne imzasını atan HADEP ve sosyalistler, ‘Güneydoğuda hemen şiddetsiz siyasi çözüm’ mesajı verirken bir gün önce aynı alanda miting düzenleyen DYP lideri, Çiller’den “daha iri” ve daha “coşkulu” olduklarını gösterdiler.” ifadesine yer vermiştir. HadeP’in mitinginin Çiller’in yaptığı mitingden “daha iri” ve “daha coşkulu” olarak nitelendirilmesiyle Çiller’in ilgi görmeyen lider imajı pekiştirilmiştir.

1993 yılında öne çıkan kadın oluşunun simgelediği değişim ve yenilik imajı önemi kaybetmeye başlamıştır. 1 Aralık 1995 tarihli haberde “Çiller’in tehdidi sürüyor.” başlığı kullanılarak yayınlanmıştır. Haber “tehdidi sürüyor” söz öbeği ile olumsuz bir vurgu ile verilmiştir. Bir kişiyi tehdit etmek Türk Dil Kurumu sözlüğünde bir kişi için tehlikeli bir durum yaratmak olarak açıklanmış olup bu sözün “ediyor”

şeklinde sürdürülmesi tehlike oluşturan bu durumun devam ettiğini göstererek olumsuz durum pekiştirilmiştir. Türk Ceza Kanunu'nun 106/1 maddesine göre tehdit kişinin yaşam hakkı değerlerine yöneldiği için suç sayılmış olup bu suçun ülkenin başbakanı tarafından işlendiğinin iddia edilmesi ve bu durumun manşetten yayınlanması olumsuz bir lider imajı oluşturulduğunun en açık ifadesidir. Haberin içeriğine bakıldığında, Tansu Çiller'in meclisin erken seçime gitmek için toplanmasının meclis başkanı İsmet Sezgin tarafından engellenmesini istediği, aksi halde kendisinin başbakanlığının Sezgin'inde meclis başkanlığının sonu olacağını belirtiyor. Bu ifadelerden yola çıkarak Çiller'in olası bir erken seçim için kendisine güven duymadığına da yer verilmiştir.

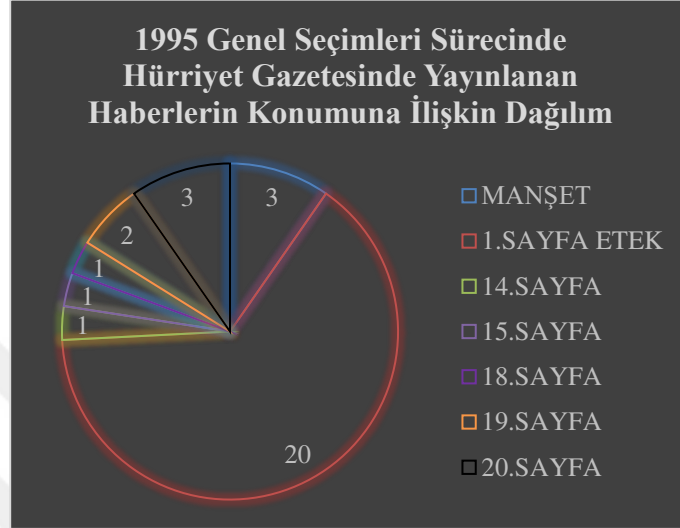
4 Aralık 1995 tarihli "DYP' de 2. tasfiye." başlıklı haberde "Başbakan Çiller, İmzacıları partiden atma hazırlığında." iddiası dile getirilmiştir. Haberin içeriğinde "Cindoruk ve 9 arkadaşını partiden tasfiye eden Başbakan Tansu Çiller, aday listesinde adları bulunmadığı için kazan kaldıran ve kendisine Yüce Divan tehdidinde bulunan küskün milletvekillerini de disiplin kuruluna sevk etmeye hazırlanıyor" sözleri ile Çiller'in partide kendisine muhalif olan kişileri partiden uzaklaştırdığını, bu sürecin ilk olarak Hüsamettin Cindoruk ve arkadaşları ile başladığı şimdiyse diğer vekillere uzandığı vurgulanmıştır. Demokrasinin en temel gereği olan herkesin düşüncesi özgürce açıklamasının tasfiyeler yoluyla ortadan kaldırıldığı ve Çiller'in anti demokrat bir lider imajı sergilediğinin bu haberde verilen lider imajı olduğu düşünülmektedir.

6 Aralık 1995 tarihli "Çiller'in rüşvet vaadi" başlıklı haberde "DYP milletvekilinden iddia: Necdet Menzir, Başbakan Tansu Çiller'i devirmek için çalıştı." iddiasına yer verilmiştir. Haberde Çiller'in iki gün önceki olağanüstü meclis toplantısına katılmaması için bazı vekillere taviz verdiği "Çiller'in Tunç Bilget'e büyükelçilik, Bekir Sami Daçe'ye Başbakanlık müsteşarlığı, Fethi Akkoç'a seçimlerden sonra iktidar olmaları halinde Anadolu Ajansı Genel Müdürlüğü sözü verdiği öne sürülüyor" sözleri öne çıkarılmıştır. Bu sözlerden hareketle Çiller'in parti içinde istediğini almak için bu kadar çok taviz vermesi onun güçsüz ve çaresiz durumda olduğu imajını göstermektedir.

21 Aralık 1995 tarihli haber "Çiller'in mirası Enkaz" başlığı ile yayınlanmıştır. Haberde "Mirası enkaz" tabiriyle kötü bir yönetim sergilediği ve geriye kötü bir grafik bıraktığı için başarısız bir lider olduğu ifade edilmiştir.

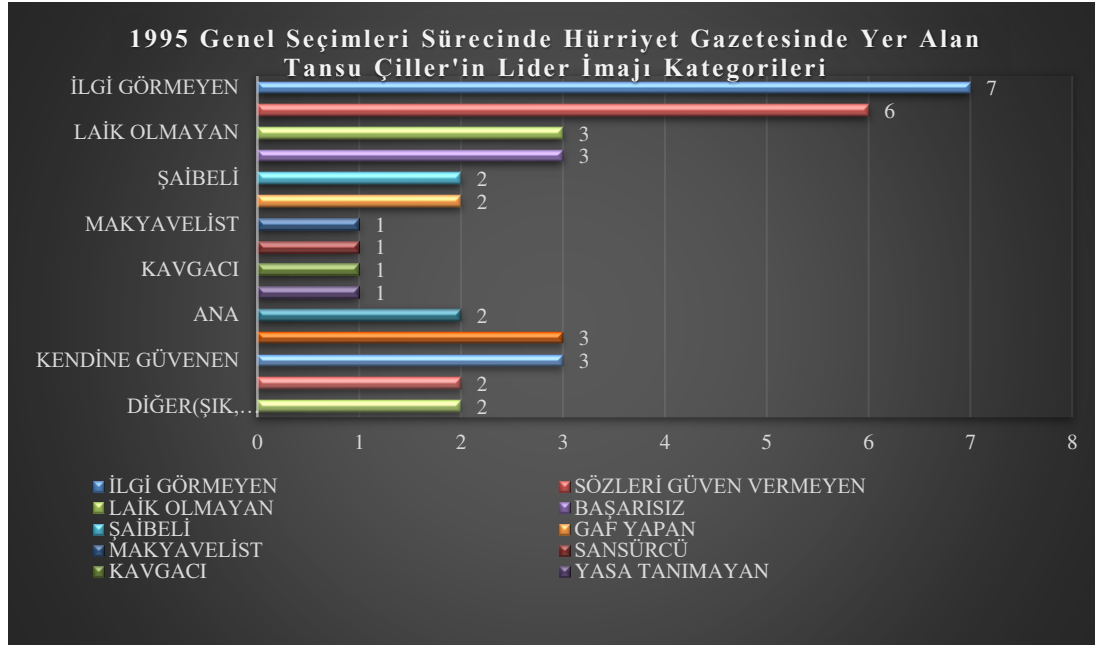
3.2.2. Hürriyet Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi

1995 genel seçim sürecinde Hürriyet gazetesinde Tansu Çiller’in lider imajına yönelik verilen haber sayısında bir önceki seçim dönemine göre artış olduğu görülmekle birlikte haberlerin manşetten verilme oranında azalış vardır.



Grafik 3.10. 1995 Genel Seçimleri sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım

İncelenen dönem olan 1 Aralık 1995 ile 24 Aralık 1995 tarihleri arasında Hürriyet gazetesinde Tansu Çiller hakkında 31 habere yer verilmiş olup bu haberlerin sadece 3 tanesi manşetten verilmiştir. 20 haber 1.sayfada, 1 haber 14.sayfada, 1 haber 15.sayfada, 1 haber 18.sayfada, 2 haber 19.sayfada ve 3 haber 20.sayfada verilmiştir. 1993 yılına göre haberlerin sayfaya göre dağılımı daha heterojendir. 1993 Güven oylaması sürecinde tamamı 1. sayfada yer alan haberlerin bu dönemde heterojen bir hale gelmesi Çiller imajına verilen önemdeki azalmayı göstermektedir. Hürriyet gazetesinin Tansu Çiller’in lider imajını hangi kategoriler üzerine inşa ettiğine bakıldığında ise aşağıda yer alan grafik görülmektedir.



Grafik 3.11. 1995 Genel Seçimleri sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri

Hürriyet gazetesinin 24 Aralık 1995 tarihinden başlayan süreçte yayınlanan haberlerinde, Tansu Çiller'in lider imajına yönelik iki tema üzerinden 15 kategori görülmektedir. Olumlu temaya ait “Ana:2 (%5,1), Başarılı:3 (%7,6), Kendine Güvenen:3 (%7,6), İlgi Gören:2 (%5,1), Diğer:2 (%5,1)” kategorileri verilirken; olumsuz temaya ait “İlgi Görmeyen:7 (%18), Sözleri Güven Vermeyen:6 (%15,3), Laik Olmayan:3 (%7,6), Başarısız:3 (%7,6), Şaibeli:2(%5,1), Gaf Yapan:2 (%5,1), Makyavelist:1 (%2,5), Sansürcü:1 (%2,5), Kavgacı:1 (%2,5), Yasa Tanımayan:1 (%2,5)” kategorileri verilmiştir. Bu çerçevede 5 defa olumlu temaya ait kategorilerde yer alan haberler yayınlanırken, 10 defa olumsuz temaya ait kategorilerde bulunan haberler yayınlanmıştır. Hürriyet gazetesinin 1993 yılında yapılan Güven oylaması sürecindeki yaklaşımına karşıt oluşturacak biçimde, Tansu Çiller'in lider imajını olumsuz temalar üzerine inşa ettiği görülmektedir.

Olumlu Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Hürriyet gazetesinde olumlu tema kapsamında yer alan 5 kategori bulunmaktadır. “Başarılı” ve “Kendine Güvenen” kategorileri kapsamına giren 3'er haber yayınlanmıştır. Bu verilerden hareketle Hürriyet gazetesinde oluşturulan lider imajında olumlu tema içerisinde “Başarılı” ve “Kendine Güvenen” kategorilerini ön

plana çıkarttığı görülmektedir. Tespit edilen kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

2 Aralık 1995 tarihinde yayınlanan “Çiller’in 10 emri” başlıklı haberde “Başbakan Çiller, ‘A takımım’ diye tanıttığı 40 kişilik bürokrat ve akademisyen kadroyu kendine ‘vekil’ tayin etti. Çiller, vekillerinden gidecekleri bölgelerde ‘birer Çiller gibi’ davranmalarını istedi.” açıklamasını görülmektedir. Haberin başlığının Çiller’den 10 emir olarak verilmesi dini metinleri akla getirirse de Çiller’in parti içindeki gücünü ortaya koymaktadır. Haber Tansu Çiller’in vekillere “birer Çiller gibi olun” tavsiyesini satırlarına taşıyarak Tansu Çiller’in kendisine yönelik olumlu benlik algısına sahip olduğu imajını oluşturmuştur.

5 Aralık 1995 tarihli “Tarih beni yazacak” başlıklı haberde Tansu Çillerin “Çiller, “Amerika, Türkiye’nin Avrupa’ya girmesini istemiyordu. Ben şahsi ilişkilerim ile bunu değiştirdim. Bu yüzden beni tarih yazacak” dedi.” ifadelerine yer verilmiştir. Haberde Çiller’in ofisinde düşünürken çekilmiş bir fotoğrafı yer almaktadır. Fotoğrafın altında “Çiller görevini hangi duygularla yaptığını şöyle açıklıyor: İnsan kendine misyon biçiyor. O misyonu kendisinden başka birinin yapamayacağını bunun için kendisini ülkesi için feda etmesine falan inanıyor bir Jeanne d’Arçlık.” ifadeleri yer almaktadır. Haber metninde genel olarak Çiller’in kendisine ait olumlu benlik algısının vurgulandığı görülmektedir. Haberin başlığında yer alan “Amerika, Türkiye’nin Avrupa’ya girmesini istemiyordu. Ben şahsi ilişkilerim ile bunu değiştirdim” ifadesi ile Çiller’in aslında olmayacak bir şeyi kendi çabası ile oldurduğuna dikkat çekilerek başarılı ve etkileyici olduğuna vurgu yapılırken, haberin devamında yer alan “Jimnastikte erkeklerin yapamadığı hareketleri kolaylıkla yapıyorum.” sözleri ile fiziksel açıdan güçlü imajı oluşturulmuştur.

6 Aralık 1995’te yayınlanan “Kohl’dan çifte destek” başlıklı haberde “Bonn’da Alman Başbakanı Helmut Kohl’le görüşen Başbakan Çiller, gümrük birliği ve PKK konusunda tam destek aldı.” açıklamasına yer verilmiştir. Haberde Çiller ile Kohl’ün gülerek el sıkıştığı fotoğraf kullanılırken fotoğrafın altına “Çiller yine tayyörü ile çok şıktı. Kohl de koyu renk takım elbise tercih etmişti.” ifadelerine yer verilmiştir. Çiller’in Türkiye için önemli olan iki konuda Almanya Başbakanı’nın desteği alması başarılı lider imajının oluşturulduğunun bir göstergesidir.

8 Aralık 1995 tarihinde yayınlanan “Ülkeyi şaha kaldıracağım.” başlıklı haberde Tansu Çillerin ‘DYP lideri ve Başbakan Tansu Çiller, Çanakkale’de “Eğer benim ayaklarımın bağıni çözerseniz, koalisjonsuz iktidara getirirseniz bu ülkeyi şaha kaldıracağım.’ dedi.” şeklindeki ifadelerine yer verilmiştir. Haberde Çiller’in ülkeyi kalkındıracağı ancak bunu yapmak için önüne engeller konulduğu ve halktan bu engelleri kaldırması için destek istediğı belirtilmiştir. Haberin içeriğinde yer alan “Çiller’in konuşması ‘vur vur inlesin Mesut Yılmaz dinlesin’, ‘Yine Başbakan Çiller’ ve ‘Anatürk’ sloganları ile yaklaşık 3 bin kişilik grup tarafından kesildi.” ayrıntısı ile Çiller’in bir önceki ifadede beklediğı desteğı halktan gördüğü belirtilmiştir. Atatürk sloganlarına da yer verilerek Çiller’in aileden biri olduğı imajının da olduğunu görölmektedir.

15 Aralık 1995 tarihinde yayınlanan Türkiye’nin gümrük birliğine girişinin konu olduğı haber 15.sayfadan verilmiştir. Haberde Tansu Çiller’in telefonla konuştuğı bir fotoğraf kullanılmış olup fotoğrafın yanında “Çiller, Avrupa parlamentosunda Türkiye’nin gümrük birliğine girişile ilgili oylamanın sonucunu Bostancı Gösteri Merkezi’nde partisinin adaylarını tanıtırken öğrendi. Türkiye’nin Avrupa Birliği daimi temsilcisi Uluç Özölker sonucu Başbakana telefonla bildirdi.” açıklaması yer almaktadır. Tansu Çiller’in ifadeleri başlık olarak kullanmayı seçen gazete ayrıca “Türkiye seninle gurur duyuyor. Gelin canlar bir olalım, Anamız, Bacımız, Başbakanımız, Alevi – Sünni kardeşler ayrım yapan kalleştir.” pankartlarının salonda açıldığı ayrıntısına da yer vermektedir. Haberde kullanılan bu detay ile Tansu Çiller’in aileden biri olduğı imajı güçlendirilmiştir. 8 Aralık’ta yayınlanan “Anatürk” söylemine benzer olarak “Anamız, Bacımız” ifadeleri de yer almıştır. Haberin ilerleyen bir satırlarında “Fransa Cumhurbaşkanı Jacques Chirac’in kutlamak için telefonla kendisini aradığı ancak bağlantı kurulamadığı duyuruldu.” ifadesi ile gelişmenin önemine de dikkat çekilmiştir. Bütün olarak baktığımızda Tansu Çiller’in önemli bir gelişmeyi başaran lider imajında olduğı görölmektedir.

Tansu Çiller’in yenilikçi lider imajına 2 Aralık 1995 tarihli “İnternet’te Çiller reklamı” başlıklı haberde “Çiller, DYP tarafından açılan bir sayfayla internet’e girdi. DYP sayfasında Çiller’in fotoğrafının yanında “Haydi Türkiye İleri” sloganı yer alıyor.” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in DYP adına açılan bir internet sayfasından internet ortamına adım attığının belirtildiğı haber birinci sayfadan

verilmiştir. Haberde Tansu Çiller'in profil resmi kullanılmıştır. Tansu Çiller'in o dönem henüz yeni yeni kullanılmaya başlayan bir teknolojiyi kullandığını vurgulayan haber ile Çiller'in yenilikçi imajına vurgu yapılmaktadır.

Tansu Çiller'in lider imajına olan bu olumlu havanın sadece seçimin ilk haftası ile sınırlı kalması da dikkat çekici bir diğer unsurdur.

Olumsuz Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Hürriyet gazetesinde olumsuz tema kapsamında yer alan 10 kategori bulunmaktadır. “İlgi Görmeyen” kategorisi kapsamına giren 7 haber ve “Sözleri Güven Vermeyen” kategorisine giren 6 haber yayınlanmıştır. Bu verilerden hareketle Cumhuriyet gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajını “İlgi Görmeyen” ve “Sözleri Güven Vermeyen” kategorileri üzerine inşa ettiği görülmektedir. “İlgi Görmeyen” kategorisine giren ve Tansu Çiller'in yaptığı mitinglere katılan insan sayısının azlığını belirten haberler süreç boyunca yayınlanmıştır. Tespit edilen kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

1995 genel seçimlerinde Hürriyet, Çiller'in seçim mitinglerini gündeme taşıyarak, “ilgi görmeyen” kategorisi kapsamına girecek şekilde imaj oluşturmuştur. Bu imaj aynı zamanda dış basın verileri ile desteklenmiştir. 20 Aralık 1995 tarihli “Ciddi İngiliz Gazetesi Financial Times, 24 Aralık'ta Türkiye'nin ANAP ile RP arasında kader seçimi yapacağını, DYP'nin 4'üncü olduğunu yazdı.” haberi bunun bir örneğidir. Hürriyet daha önceki dönemlerde olumlu tema kapsamında yer alan kategoriler içerisine girecek haberler için referans olarak kullandığı Financial Times gazetesini bu haberde tam tersi yönde kullanmıştır. Gazeteye yapılan “ciddi” sıfatlandırması retorik olarak etkiyi arttırmaya yöneliktir. Haberin içeriğinde yayınlanan “DYP'nin 4'üncü olduğunu yazdı.” başlığı ile iktidar partisi olan Doğru Yol Partisi'nin büyük oy kaybı yaşayacağını ve iktidarı kaybedeceğini ifade etmektedir. Bu ifade ise Doğru Yol Partisi Genel başkanı Tansu Çiller'in halkın ilgisini ve desteğini kaybettiği şeklinde imaj oluşturmaya yöneliktir.

10 Aralık 1995 tarihli “Çiller seçim gezisi için geldiği Diyarbakır'da barış güvercini uçurarak oy istedi.” başlıklı haberin içeriğinde “umduğu ilgiyi bulamayan Çiller cılız ve tepkisiz bir kalabalığa seslenmek zorunda kaldı.” nitelemesi yer almaktadır. Cılız kalabalık söylemi mitinge gelen insan sayısının azlığını gösterirken,

aynı zamanda tepkisiz söylemi ile de gelen kitlenin Çiller'in söylemlerini umursamadığını anlatmaktadır.

15 Aralık 1995 yılında gazetede yayınlanan “Yılmaz haklı çıktı” başlığı ile yayınlanan haber alt başlık olarak “Seçim anketlerinde DYP’nin dördüncü parti olduğunu söyleyen ANAP lideri Mesut Yılmaz haklı çıktı. Aktüel Dergisi’nin yayınladığı seçim anketleri Yılmaz’ın tahminlerini doğruladı.” ifadelerine yer verilirken aynı gün çıkan “İzmir’de Çiller’in morali bozuldu.” başlıklı haberde de benzer bir şekilde “Erzurum, Antalya, Diyarbakır ve Mardin mitinglerinde boş meydanlara konuşan Başbakan Tansu Çiller, seçim gezisi için geldiği İzmir’de de umduğunu bulamadı.” sözleri ile verilmiştir. İkinci haberde ilk haberden farklı olarak boş bir seçim meydanının fotoğrafı gösterilmiş ve “Çiller dün Cumhuriyet meydanını dolduramadı. Cılız alkışlar ve alandaki boşluk DYP’lilerin yüzünün asılmasına yol açtı.” alt yazısı ile verilmiştir. İlk haberde “Sabah grubu tarafından yapılan 10 anketten 5’inde DYP’nin 4. Parti, 3 ankette 3. Parti ve 1 ankette ise Refahla birlikte birinci parti olarak görülüyor.” ifadeleri ile Tansu Çiller’in kağıt üzerinde halktan ilgi görmediği vurgulanırken; ikinci haberde bu durumun sahada yansıması olarak İzmir mitingindeki sahadaki boş alanlar gösterilmiş ve Erzurum, Diyarbakır, Antalya ve Mardin’de de alanların boş olduğu söylenmiştir.

16 Aralık 1995 tarihinde “AB’ye 3 yıl kaldı” başlıklı haberde ise “Bir süredir seçim mitinglerinde hüsrana uğrayan Başbakan Tansu Çiller, dün geldiği Adana’da moral buldu. Çiller tek başına iktidar isterken yine dili sürçtü ve Adanalılara “Sevgili Anadallılar” diye hitap etti.” ifadelerine yer verilmiştir. Habere başlarken bir süredir seçim meydanlarının boş olduğu ifadesi ile olumsuz bir giriş yapılırken sonrasında Adana mitinginin dolu olduğu söylenmiştir. Haberde ileriye gösteren Tansu Çiller’in fotoğrafı kullanılarak altına “gümrük birliğini kullandı” ifadesi ile aslında ulusal bir meseleyi makyavelist bir şekilde kendi çıkarları uğruna kullandığına da dikkat çekilerek haberde olumsuz tema kapsamına girecek birçok kategoriye vurgu yapılmıştır.

25 Aralık 1995 tarihinde seçim sonucunu veren iki haberden ilkinde “Çiller’in sandığından en çok oy Yılmaz’a” başlığı ile verilirken ikinci haberde “Çiller’in Yeniköy’ü ‘Yılmaz’ dedi” başlığı ile yayınlanan haberde alt başlık olarak “Başbakan Tansu Çiller’in oy kullandığı Yeniköy İlkokulu 199 numaralı sandıktan ANAP çıktı.”

sözleri kullanılmıştır. Haberler Çiller'in ne yaşadığı şehirde ne de doğduğu şehirde desteklenmediği ortaya koyularak ilgi görmeyen bir lider olduğu imajı oluşturmuştur.

“Sözleri güven vermeyen” kategorisinde ele alınan haberler Kıbrıs meselesi hakkında söylemleri, seçim anketleri, yerine getiremediği vaatler rakip parti liderlerinin söylemleri üzerinden verilmiştir. 1993 yılında Kadın olmasının simgelediği değişim rüzgarı önemini kaybetmiştir.

1 Aralık 1995'te yayınlanan “Şantaj, harfiyen doğru.” başlıklı haberde “Başbakan Tansu Çiller, Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel'e ‘Bölge barajını veto ederseniz, görev sürenizi kısaltırım.’ şantajında bulunmadığını açıklarken, olayın canlı tanığı Devlet Bakanı Münif İslamoğlu, ‘Olay harfiyen doğrudur.’ dedi.” beyanına yer verilmiştir. Münif İslamoğlu'nun olayın canlı tanığı olarak nitelendirilmesi bu duruma kanıt gösterilmiştir. Bu satırlardan hareketle hem Tansu Çiller hem güvenilirlik olarak resmedilmiş hem de Cumhurbaşkanı'nı tehdit ettiği için tehditkar bir imaj ortaya koyulmuştur.

7 Aralık 1995 tarihli “Tansu Hanım'a olan güvenimiz sarsıldı.” başlıklı haber “MHP lideri Türkeş, DYP ile ittifaktan neden vazgeçtiklerini şöyle anlattı: Tansu Hanım verdiği sözleri tutmadı.” alt başlığı ile yayınlanmıştır. Alparslan Türkeş'in, Tansu Çiller ile birlikte seçime girme kararından vazgeçmesinin sebebini, Çiller'in verdiği sözlerde durmaması olarak ifadesi etmesi ile Tansu Çiller'in güvenilirlik ve sözünde durmayan lider imajını oluşturmuştur.

10 Aralık 1995 tarihli “Kim doğru söylüyor” başlıklı haber “İngiliz gazetesi The Times'ın Çiller'in Gümrük Birliği için Kıbrıs konusunda taviz verdiği haberi Ankara'yı karıştırdı.” alt başlığı ile verilmiştir. Hürriyet gazetesinin haberi “sağlam haberciliği ile THE Times'ta yayınlanan haber” olarak servis etmesi iddianın doğru olma ihtimalinin güçlü olduğuna atıfta bulunmuştur. Haberin içeriğinin Çiller'in beyanları ile taban tabana zıt olması Tansu Çiller'in ifadelerinin şüpheli olduğu imajını vermektedir.

11 Aralık 1995'te yayınlanan “Çiller takiyyeci.” haberi ise yine bir siyasi liderin beyanının manşete taşınması ile oluşmuştur. Haberin alt başlığında yayınlanan “CHP Lideri Deniz Baykal, DYP Genel Başkanı ve Başbakan Tansu Çiller'i ‘siyasi takiyye’ yapmakla suçladı.” ifadesi ile söylemin Deniz Baykal'a ait olduğunu göstermektedir. Haber başlığın da yayınlanan “Çiller takiyyeci” ifadesi özellikle seçilerek

koyulmuştur. Bu ifade ile Çiller'in güvenilirmez bir lider olduğu imajı verilmiştir. Röportajda Refah Partisi, Bülent Ecevit, seçim gibi birçok konuya değinilmesine rağmen başlığın bu şekilde koyulması bu durumun en açık örneğidir.

“Çiller'in havaalanı skandalı” başlığı ile 14 Aralık 1995 tarihinde yayınlanan haberde, “Başbakanın başlattığı önemli yatırımlar arasında saydığı Samsun Çarşamba Havaalanı'nda koyunlar otluyor.” ifadelerine yer verilmiştir. Haberde koyunların bölgede otladığı görüntü kullanılmıştır. Fotoğrafın altında “işte öğünülen havaalanından son fotoğraflar” başlığı verilmiştir. Haber metninde geçen “Temeli 1.5 yıl önce Başbakan Tansu Çiller tarafından görkemli bir törenle atılan ve pistinin 1 yıl içinde tamamlanması planlanan hava alanının atılan temeli bile çürüdü.” ifadesine yer verilmiştir. Koyunların otladığı fotoğraf kullanılarak bölgenin atıl halde bırakıldığı mesajı verilirken, 1 yılda biteceği söylenen projenin 1,5 yılda bitmemiş oluşu, Çiller'in sözlerini yerine getiremeyen bir lider olduğunu düşündürmeye yöneliktir.

2 Aralık 1995 tarihinde yayınlanan “İlk raund küskünlerin.” başlıklı haberde “Listelere giremeyen 118 milletvekili istediklerini yaptı. Meclis Başkanı İsmet Sezgin, TBMM'nin olağanüstü toplanması için dün basın toplantısıyla çağrı yaptı.” ifadelerine yer verilmiştir. İlk raund küskünlerin başlığı ile yayınlanan haber gazetenin birinci sayfasında yer almaktadır. Haberde fotoğraf kullanılmamıştır. Haber metninde yer alan “Sezgin, Çiller'in ‘meclisin toplanması sizin başkanlığınızın benim de başbakanlığımın sonu olur’ şantajına rağmen bu kararı aldı.” söylemi ile Tansu Çiller'in tehditkar bir lider olduğu imajını ortaya koymuştur. Daha önce Süleyman Demirel haberi ile verilen bu imaj bu haber ile güçlendirilmiştir.

17 Aralık 1995 tarihinde yayınlanan haber “Çiller'den Madrid savunması” başlığı ile çıkmıştır. Haberin içeriğinde “Başbakan Çiller, Türkiye'nin AB zirvesine çağrılmamasına rağmen, zirve dışında toplanacak Türkiye-AB Troika toplantısına katılmak için Madrid'e gidişini savundu. Madrid'e gitmeden önce Başbakanlık Konutu'nda bir basın toplantısı düzenleyen Çiller'in çelişkili ve yanlış ifadeler kullandığı gözlemlendi.” sözlerine yer verilmiştir. Haber metninde geçen ifadelerden Çiller'in istenmediği bir yere gittiği ve bu durumu açıklarken çelişkili ifadeler kullanarak sözlerinin güvenilirliğinin tartışmalı olduğu bir lider olduğu imajı verilmektedir.

19 Aralık 1995 tarihinde yayınlanan “Olmadı Tansu Hanım” başlıklı haberde “Kadınları savunduğunu söyleyen Çiller, oy getirecek diye iki karılı Varsak Belediye Başkanı’nı DYP’ye geri alınca kadınların tepkisini çekti.” sözleri ile verilmiştir. Haberde Çiller’in elini öpen başkan adayının iki eşi ile birlikte olduğu fotoğrafı yer almış ve “her şey politika için” alt başlığı kullanılmıştır. Habere kadınları savunduğu söyleyen diye başlayarak oluşan durum ile beyan edilen ifade arasındaki zıtlık ortaya koyulmuştur. Türk medeni kanununa göre tek eşle evlilik uygun bulunurken belediye başkanının iki eşinin olması ve başbakan tarafından bu durumun bir problem oluşturmaması ve her şey politika için başlığı atılması Tansu Çiller’in sözlerinin arkasında durmayan makyavelist bir lider olduğu imajını oluşturmaktadır.

“Şaibeli” kategorisinde Tansu Çiller’in malvarlığı ile ilgili iki haber yer almaktadır.

16 Aralık 1995 tarihinde yayınlanan “Söz sırası Çiller’de” başlıklı haberde “Yılmaz ‘Sayıştay Çiller’in ve benim mallarımı incelesin. En ufak şaibede siyaseti bırakırım’ sözünü verdi. Şimdi aynı sözü Çiller’in verip vermeyeceği merak ediliyor.” alt başlığı tercih edilmiştir. Haber metninde “Çiller kem küm etti” yan başlığı ile birlikte “Daha önce ikimizin malvarlığının sayıştayda incelenmesi önerisine yarım ağızla evet diyen Tansu Çiller daha sonra hiçbir girişimde bulunmadı.” sözlerine yer vererek Tansu Çiller’in malvarlığı konusunda şaibeli bir lider olduğu imajı verilmiştir.

17 Aralık 1995 tarihinde yayınlanan “Tarihi Restleşme” başlıklı haber “Başbakan Çiller, Yılmaz’ın “Mal varlığımızı Sayıştay’a inceletelim. Şaibe çıkarsa siyaseti bırakalım.” teklifini kabul etti. Böylece, siyasi tarihimizin en büyük restleşmesi başladı.” alt başlığı ile verilmiştir. Haberde Tansu Çiller ile Mesut Yılmaz’ın profil fotoğrafları kullanılmış olup altına “Hangisi neyle suçlanıyor” başlığı altında “Çiller hakkında malvarlığı ve eşinin genel müdürlüğünü yaptığı İstanbul bankası konuları var. Yılmaz da iş adamı kardeşi Turgut Yılmaz yüzünden iddialara muhatap.” sözleri yazılmıştır. Haber, Çiller’den hodri meydan alt başlığı ile Tansu Çiller’in Mesut Yılmaz’ın Sayıştay çağrısına “evet” diyerek Çiller’in kendisine güvendiği imajını verirken aynı zamanda fotoğraf altı ifadede Mesut Yılmaz’ın suçlandığı konuları üstü kapalı verirken, Tansu Çiller’in suçlandığı konuları tek tek belirtmesi Çiller’in şaibeli lider olduğu düşüncesini desteklemektedir.

“Laik olmayan” kategorisinde yer alan haberler, Tansu Çiller’in falcısı ve danışmanı üzerinden oluşturulmuştur. 12 Aralık 1995 tarihinde “Başbakan Tansu Çiller’in seçim mitinglerinde yanından eksik etmediği falcısı Hasan Yenitürk, varlığını ortaya çıkaran arkadaşımız Yıldırım Çavlı’ya ‘Ben falcı değilim, fala bakmam, ben terapistim.’ dedi.” başlığı ile yayınlanan haberde mitinglere falcı olduğu iddia edilen biri ile birlikte gitmesinin konu olduğu haberde bir fotoğraf kullanılmaktadır. Fotoğrafta Tansu Çiller’in falcısı olduğu iddia edilen kişinin Diyarbakır mitinginde seçim otobüsünde Tansu Çiller’in arkasında durduğu görülmektedir. Fotoğrafın altında “Diyarbakır mitinginde Başbakan Tansu Çiller ile Devlet Bakanı Salim Ensarioğlu’nun tam ortasında ve arkasında “uçan büyücü” Hasan Yenitürk görülüyor.” ifadelerine yer verilmektedir. 15 Aralık 1995 tarihinde yayınlanan haberde ise “Falcısı İtalyan basınında.” başlığı kullanılmıştır. Haberin içeriğinde “Hürriyet’in ortaya çıkardığı Çiller’in falcısı, İtalyan gazetelerine konu oldu. İtalyan haber ajansı ANSA, Çiller’in pos bıyıklı falcıyı uçağıyla Diyarbakır’a götürdüğünü yazdı. Ajans, Çiller’in son zamanlardaki çıkmazlardan falcı sayesinde kurtulduğunu öne sürdü.” satırlarına yer verilmiştir. Haberde 12 Aralık’ta Diyarbakır’da çekilen Başbakan Tansu Çiller ile Devlet Bakanı Salim Ensarioğlu’nun tam ortasında ve bir adım gerilerinde Hasan Yenitürk’ün görüldüğü fotoğraf kullanılmıştır. Haber, falcı olduğu iddia edilen kişinin Diyarbakır mitinginde Tansu Çiller’in yakınında görülmesi üzerine inşa edilmiş ve devam haberinde Tansu Çiller’in seçimi kazanmak için umutsuzluğa düştüğü, bu sebeple batıl inançlara bel bağladığına yer verilmiştir. Falcı olduğu iddia edilen kişi ile yapılan röportajda bu kişinin iddiaları reddetmesi ciddiye alınmamış ve Tansu Çiller’in içine düştüğü çıkmazlar sebebiyle batıl inançlardan medet umduğu düşüncesi yabancı haber ajansları kaynak gösterilerek güçlendirilmeye çalışılmıştır.

17 Aralık 1995 tarihinde “Çiller’e tarikatçı danışman” başlığı ile yayınlanan haberde “Çiller, seçime bir hafta İslami yayın organı Mesaj TV’nin sahibi ve Kadiri tarikatının önde gelen ismi Haydar Baş’ı danışman yaptı.” İfadelerine yer verilmiştir. Türkiye’nin içinden geçtiği bu dönemde bir parti liderinin kendisine bir tarikat mensubunu danışman olarak ataması ve bu durumun gazetede belirtilmesi dönemin koşullarında anti laik bir yaklaşım olarak görülmektedir.

18 Aralık 1995 tarihinde yayınlanan “Tansu Çiller’in tarikatçı danışmanından inciler” başlıklı haberde ise “Başbakan Çiller’in kendisine danışman yaptığı kadiri

tarikatı liderlerinden Haydar Baş, sahibi olduğu Mesaj Dergisi'nde yayınlanan söyleşisinde deprem, tufan, yıldırım gibi afetlerle Allah'ın insanları sınadığını söyledi." alt başlığı kullanılmıştır. 17 Mart'ta yayınlanan haberin devamı niteliğindeki haber Çiller'in danışmanının çeşitli söylemlerini konu etmiştir. Haberde Çiller'in danışmanının tarikatçı olduğu vurgusu ile daha önce ifade edilen laik olmayan lider imajı desteklenmiştir.

"Gaf Yapan" kategorisi kapsamında iki haber yer almıştır. 16 Aralık 1995 tarihinde "AB'ye 3 yıl kaldı" başlıklı haberde ise "Bir süredir seçim mitinglerinde hüsrana uğrayan Başbakan Tansu Çiller, dün geldiği Adana'da moral buldu. Çiller tek başına iktidar isterken yine dili sürçtü ve Adanalılara "Sevgili Anadallılar" diye hitap etti." ifadelerine yer verilmiştir. Çiller oy isterken yine dili sürçtü söylemi ile Tansu Çiller'in acemiliği üstünden atamadığı ve sık sık hata yaptığı ifade edilmiştir.

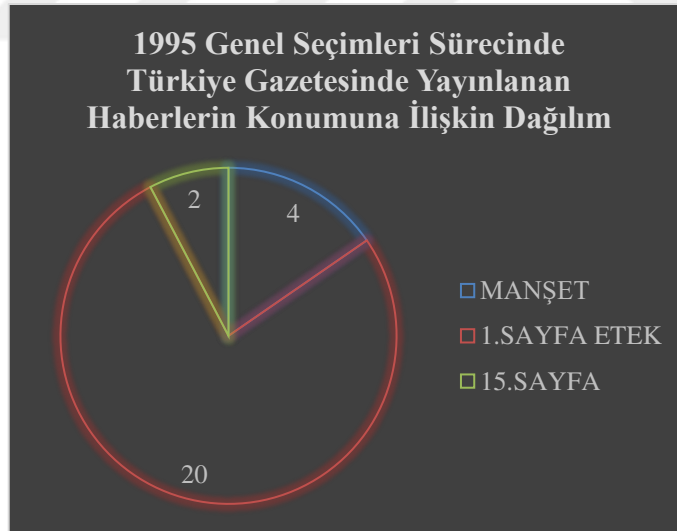
18 Aralık 1995 tarihinde yayınlanan "Çiller'den dört saatte iki büyük gaf" başlıklı haberde "Çiller, AB Troikasası için gittiği Madrid'de dört saat kaldı ve iki gaf yaptı. Çiller önce, NATO genel sekreteri seçilen İspanya dışişleri bakanı Javier Solana ile AB komisyon başkanı Jacques Senter'i karıştırdı. Çiller, Solana yerine Senter'in Troikaya katıldığını söyledi. Başbakan daha sonra da 'Türkiye Batı Avrupa Birliği'ne tam üyedir.' dedi." ifadelerine yer verilmiştir. Çiller'in dört saat gibi nispeten kısa bir zaman diliminde iki defa bilgi hatasına düştüğünün vurgulanması, olaylara hakim olmadığı ve acemi bir lider olduğu imajını oluşturmaya yöneliktir.

"Yasa Tanımaz" kategorisinde yer alan haberde, televizyon ekranlarında kamuoyu anketi yayınlamanın yasak olmasına rağmen Tansu Çiller'in bunu yaptığına değinilmiştir. 20 Aralık 1995 tarihli haber ise "Çiller yasa delip anketini açıkladı" başlığı ile verilmiştir. Haberin içeriğinde "Yaptırdığı anketin sonuçlarını dün Başbakanlık Konutu'nda gazetecilere açıklayan Çiller, DYP'nin yüzde 23.3'le birinci parti olduğunu RP'nin ise yüzde 16 ile kendilerini izlediğini öne sürdü." ifadelerine yer verilmiştir. Haberde resmi bir mekan olan Başbakanlık Konutu'nda başbakanın yasa dışı bir eyleme başvurduğunu ifade etmesi Tansu Çiller'in yasa tanımaz bir lider imajı olduğunu vermesinin yanında anket oranının öne sürdü ifadesi ile verilmesi ile bu bilginin doğruluğunun güvenilir olmadığı yönünde bir lider imajı oluşturulmaktadır.

“Sansürcü” kategorisinde yayınlanan haberde Tansu Çiller’in engellediği söylenen bir program haberi yer almaktadır. 15 Aralık tarihinde yayınlanan haber “Gazeteci adaylara Başbakan Tırpanı” başlığıyla çıkmıştır. Haberin içeriğinde “HBB’de dün milletvekili aday gazetecilerden Ahmet Tan, Uluç Gürkan ve Aytan Öymen’in katılacağı “Yüksek Tansiyon” programı, Çiller’in HBB Televizyonu’na yaptığı ani ziyaret sonunda iptal edildi.” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in bir televizyon programını adeta basarak yayınlanmasını engellediğinin iddia edildiği haber demokratik sistemlerde yeri olmayan sansürün başbakan tarafından doğrudan uygulandığını ve Tansu Çiller’in sansür uygulayan bir lider olduğu imajını oluşturmaktadır.

3.2.3. Türkiye Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi

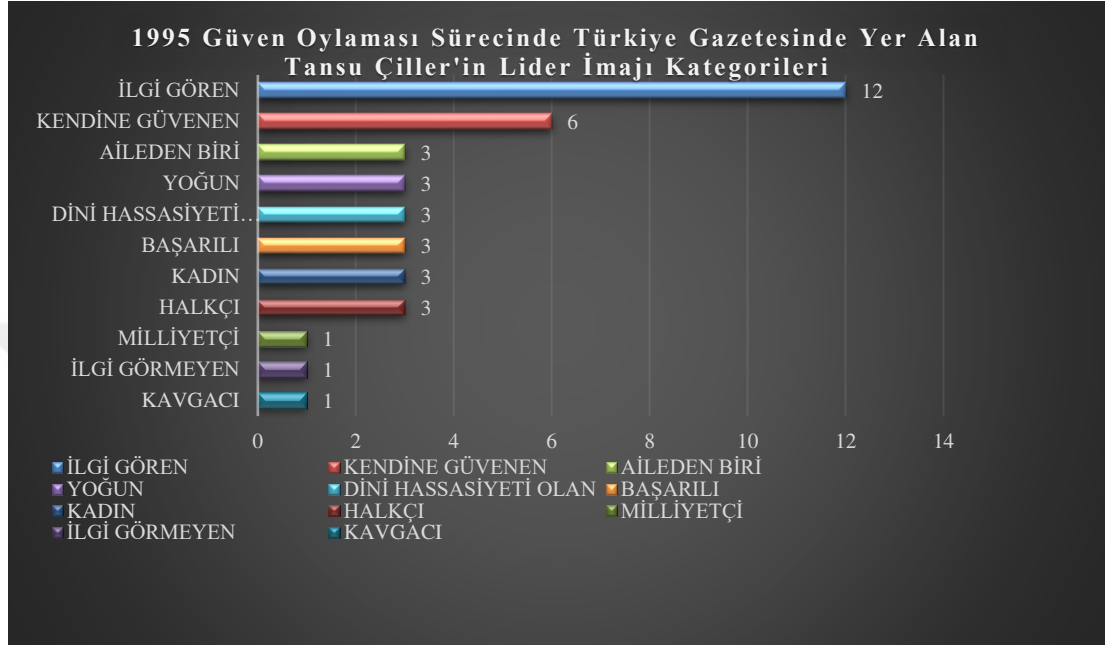
1995 genel seçimleri sürecinde incelenen dönemde Tansu Çiller’in lider imajına yönelik haberlerinin konumuna bakıldığında Hürriyet gazetesi ile benzer bir yaklaşım görülmektedir. Haber sayısında bir önceki inceleme dönemi olan 1993’e göre bir artış olmakla birlikte manşetten yayınlanan haberlerde büyük bir düşüş görülmektedir.



Grafik 3.12. 1995 Genel Seçimleri sürecinde Türkiye Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.

1993 yılında incelenen dönemde 23 haberden 11 haber manşetten verilirken, 1995 yılında incelenen dönemde 26 haberden sadece 4 haber manşetten verilmiştir. 1993 yılında incelenen döneme göre 1995 yılında haberlerin dağılımında da nispeten bir heterojenleşme görülmektedir. Manşetten verilen haber sayısında ciddi azalma ve

haber konumlarında yaşanan heterojenleşme Türkiye gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajına verdiği önemdeki azalmayı göstermektedir. Türkiye gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajını hangi kategoriler üzerine inşa ettiğine bakıldığında ise aşağıda yer alan grafik görülmektedir.



Grafik 3.13. 1995 Genel Seçimleri sürecinde Türkiye Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri

Türkiye gazetesinin 24 Aralık 1995 tarihinden başlayan süreçte yayınlanan haberlerinde, Tansu Çiller'in lider imajına yönelik iki tema üzerinden 11 kategori görülmektedir. Olumlu temasına ait “İlgi Gören:12 (%30,7), Kendine Güvenen:6 (%15,3), Aileden Biri:3 (%7,6), Yoğun:3 (%7,6), Dini Hassasiyeti Olan:3 (%7,6), Başarılı:3 (%7,6), Kadın:3 (%7,6), Halkçı:3 (%7,6), Milliyetçi:1 (%2,5)” kategorileri verilirken; Olumsuz temaya ait “İlgi Görmeyen:1 (%2,5), Kavgacı:1 (%2,5)” kategorileri verilmiştir. Bu çerçevede 9 defa olumlu temaya ait kategorilerde yer alan haberler yayınlanırken, 2 defa olumsuz temaya ait kategorilerde bulunan haberler yayınlanmıştır. 1995 Genel seçimlerinde Türkiye gazetesinin de Hürriyet gazetesi ile aynı olaylara ilişkin haberler yayınladığı ancak taban tabana zıt bir yayın politikası izlediği görülmektedir. Türkiye gazetesi de Hürriyet gazetesi gibi mitingler üzerinden oluşturduğu lider imajında Tansu Çiller'in mitinglerine katılan insan kalabalığına, halktan destek gören konuşmalarına vurgu yapmıştır.

Olumlu Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Türkiye gazetesinde olumlu tema kapsamında yer alan 9 kategori bulunmaktadır. “İlgi Gören” kategorisi kapsamına giren 12 haber ve “Desteklenen” kategorisinde 6 haber yayınlanmıştır. Bu verilerden hareketle Türkiye gazetesinde oluşturulan lider imajında, “İlgi Gören” ve “Desteklenen” kategorilerini ön plana çıkarttığı ve lider imajını bu kategoriler çerçevesinde inşa ettiği görülmektedir. Tespit edilen kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

5 Aralık 1995 tarihli “Çiller’in Çanakkale çıkartması” başlıklı haberde “İspanya, İngiltere, Bosna-Hersek, Almanya ziyaretleri ile Meclis’in olağanüstü toplantısı sebebiyle 24 Aralık seçimleri için yapacağı mitinglere bir süre ara veren Başbakan Tansu Çiller, yarın Çanakkale mitingi ile programına kaldığı yerden devam ediyor. Çiller kalabalık bir parti grubu ile Çanakkale’de gövde gösterisi yapmaya hazırlanıyor.” içeriğine yer verilmiştir. Haber metninde yer alan “İspanya, İngiltere, Bosna-Hersek, Almanya ziyaretleri ile Meclis’in olağanüstü toplantısı sebebiyle 24 Aralık seçimleri için yapacağı mitinglere bir süre ara veren Başbakan Tansu Çiller, yarın Çanakkale mitingi ile programına kaldığı yerden devam ediyor. Çiller kalabalık bir parti grubu ile Çanakkale’de gövde gösterisi yapmaya hazırlanıyor. Hafta sonunu Ankara’nın tanınmış restoranlarında eşi ve yakınlarıyla yemek yiyerek geçiren, özel televizyonlara iç politikaya yönelik beyanatlar veren ve bu sayede moral depolayan Başbakan Çiller, Çanakkale mitinginin hazırlıklarıyla da özel olarak kendisi ilgilendi.” ifadeleriyle verilmiştir. Tansu Çiller’in birden fazla ülke ile yaptığı görüşmelerden hareketle yoğun bir programı olduğunu, eşi ve yakınları ile yemek yemesinden ötürü aile ilişkilerine önem verdiği görülmüştür. Çanakkale mitinginin hazırlıklarıyla özel olarak ilgilenmesinden dolayı, bu şehre ve işine önem verdiği ve burada yapacağı mitingin gövde gösterisi olarak tanımlanması ise desteklenen bir lider olduğu imajını oluşturmaktadır.

7 Aralık 1995 tarihinde gazetede çıkan “Bacınız baş eğmeyecek” başlıklı haberin içeriğinde “Milas’ta meydanları coşturan DYP lideri ‘Cumhuriyet tarihinin en önemli seçimi için sizlerden hayır dua istiyorum.’ dedi.” sözlerine yer verilmiştir. Haberde Çiller’in kalabalık bir kitleyi selamlarken çekilmiş fotoğrafı kullanılmış ve alt başlık olarak “Kendine Geldi: Milas Atatürk meydanında toplanan binlerce kişiye hitap eden Başbakan Çiller, çocukluğunun geçtiği bu küçük ilçede gördüğü büyük ilgi

karşısında çok mutlu oldu.” ifadelerine yer verilmiştir. Haber metninde ve fotoğrafta belirtilen coşkulu kalabalık söylemi ile desteklendiği, binlerce kişi vurgusu ile ilgi gördüğü belirtilmiştir. Çiller’in bacınız baş eğmeyecek söylemini başlığa taşıyan gazete onun ailenin içinden bir kadın olduğuna vurgu yaparken aynı zamanda mücadeleci yönünü de ortaya koymuştur.

8 Aralık 1995 tarihinde Çiller’in ifadelerinin yayınlandığı haber “Çiller Çanakkale’de: Ayaklarımdaki bağları çözün” başlığı ile çıkmıştır. Haberde “Başbakan Tansu Çiller, genel seçimlerde koalisyonlara izin verilmemesini isterken, ‘Ayaklarımdaki bağları çözün, Allah’ın huzurunda söz veriyorum sizi şaha kaldıracam.’ dedi.” söylemine yer verilmiştir. Bu ifadeler ile Tansu Çiller’in koalisyon hükümetini hareket alanını kısıtlamasından ötürü bir ayak bağı olarak gördüğünü, tek başına iktidara gelirse büyük atılımlar yapacağını kastetmektedir. Haberde Çiller’in seçim otobüsünde bir kadınla sarıldığı fotoğraf kullanılmış ve fotoğrafın altında “Kadınlardan Büyük Sevgi: Başbakan Çiller’e Çanakkale en büyük ilgiyi kadın seçmenler gösterdi. ‘Ana’ adlı seçim otobüsüyle meydana gelen Çiller’e, ‘Başbakan Çiller, Bacımız Çiller.’ şeklinde slogan atıldı.” satırlarına yer verilmiştir. Haberde gerek fotoğraf yoluyla gerekse içerikte Tansu Çiller’in ilgi gören bir lider olduğu imajı vurgulanmıştır. Açılan pankartlar, seçim otobüsünün ismi gibi detaylara yer verilerek Tansu Çiller’in “aileden biri” olduğuna yönelik vurgu vardır. Tansu Çiller’in çıkar gruplarına karşı mücadeleme destek verin söylemi hem başlıkta hem iç sayfalarda hem de önceki haberlerde vurgulanarak mücadeleci yapısına gönderme yapılmıştır.

Tansu Çiller’in Diyarbakır mitingini konu alan 9 Aralık 1995 tarihli haberde “Hepiniz köylerinize geri döneceksiniz.” başlığı kullanılmış olup içerikte “Seçim gezilerinin Güneydoğu bölümünü Diyarbakır’dan başlatan Başbakan Çiller Dağkapı Meydanı’nda halka hitap etti.” bilgisine yer verilmiştir. Haberde Çiller’in seçim otobüsünün üstünde halkı selamlarken olan görüntüsü “yüzü gülüyor” alt başlığı ile verilmiştir. Haber metninde verilen “Ülkenin bölünmez bütünlüğü konusunda büyük mücadele verdiğini belirten Çiller” ifadeleri ile Tansu Çiller’in milliyetçi yönüne vurgu yapılmıştır.

12 Aralık 1995 tarihli “Yeni hedef: AB” başlıklı haberde “Ocak’tan itibaren Avrupa ailesinin bir üyesi olan Türkiye’nin hesabı en kısa sürede Avrupa Birliğine de

girmek” bilgisine yer verilmiştir. Haberde fotoğraf olarak Tansu Çiller’in boynuna sarılan küçük bir kız çocuğunun görüntüsü verilmiş ve altına Çiller sevincini yanındakilerle paylaştı altyazısı eklenmiştir. Haberin içeriğinde verilen “Gümrük Birliğine girişin onaylanmasıyla Türkiye ile AB ilişkilerinde ilk başarı sağlanmış oldu.” ifadeleri ile Çiller’in başarılı bir lider olduğunu vurgulamıştır.

15 Aralık 1995 tarihli haberde “Çiller: Oyları bölmeyin” başlığı kullanılmıştır. Haberin içeriğinde “Başbakan Tansu Çiller, yerel seçimlerde oylar bölündüğü için Ankara ve İstanbul’u RP’nin kazandığını belirterek, ‘Sakın ola ki oylar bölünmesin geçmişte olan başımıza gelmesin.’ dedi.” sözlerine yer verilmiştir. Haberin içeriğinde verilen “Tansu Çiller büyük ilgi karşısında moral depoladı, İzmir de vatandaşlardan yoğun ilgi gören Çiller, seçmene “oyları bölmeyin” mesajı verdi. Alanda Kırat isimli otobüsüne binen Çiller yoğun ilgi sebebiyle miting alanına 1.5 saatte ulaşabildi.” ifadeleri ile Çillerin halktan ilgi gördüğü ve proaktif bir şekilde halkı uyardığı imajı verilmektedir.

20 Aralık 1995 tarihli haber “Kırklareli morali” başlığı ile verilmiştir. Haberin içeriğinde “Başbakan Tansu Çiller Kırklareli mitinginde gördüğü ilgiden memnun kaldı. Mitinge DYP İstanbul Milletvekili Adayı Necdet Menzir’de katıldı.” bilgisine yer verilmiştir. Haberde Tansu Çiller’in seçim otobüsünde halka seslenirken çekilen görüntüsü kullanılmıştır. Haberde Çiller’e seçmen tarafından duyulan ilgi belirtilmiştir.

21 Aralık 1995 tarihli “Çillerden kadınlara söz” başlığı ile yayınlanan haberde alt başlık olarak “Yüreğinizdeki derdi en iyi ben anlarım. Çünkü ben bir anayım.” ifadesine yer verilmiştir. Haber metninde geçen “Isparta mitinginde coşkulu bir kalabalığa seslenen Başbakan” ifadesi ile Çiller’in halk tarafından desteklendiğini imajı oluşturulmaktadır. Öte yandan Çiller’in ana vurgusunu gazetenin başlıktan vermesi gazetenin aileden biri imajını oluşturmaya önem verdiğini göstermektedir.

22 Aralık 1995 tarihinde Çiller’in Trabzon mitingini konu alan haber “Trabzon’da DYP coşkusu” başlığı ile verilmiştir. Haberde alt başlık olarak “Trabzon’da büyük bir coşkuyla karşılanan Başbakan Tansu Çiller, havaalanından şehir merkezine kadar yoğun bir ilgi gördü. DYP bayrakları ve posterlerinin bulunduğu meydanı dolduran Trabzonlular, yağmura rağmen Çiller’i dinlediler.” tercih edilmiştir. Fotoğraf olarak Çiller’in kalabalık bir halk kitlesini seçim

otobüsünden selamladığı an kullanılmıştır. Tansu Çiller'in Trabzon havaalanında “büyük bir coşku” ile karşılanması ve devamında şehre giderken yoğun ilginin devam etmesi ve miting alanının yağmura rağmen doldurulması Çiller'in halktan ilgi gören bir lider olduğu imajını vermiştir.

23 Aralık tarihli “Çıkar gruplarına bir borcum yok” başlıklı haberde alt başlık olarak “Baskı ve çıkar gruplarının, kendi menfaatlerini korumak için savaş açtığını söyleyen Başbakan ‘Mücadelemiz halkın mücadelesidir.’ dedi.” tercih edilmiştir. Tansu Çiller'in İstanbul, Kayseri ve Hacı Bektaş mitinglerinin konu olduğu haber manşetten verilmiştir. Haberde 3 fotoğraf kullanılmıştır. İlk fotoğrafta Tansu Çiller'in Bağcılar Endüstri Meslek Lisesi öğrencileriyle yaptığı sohbet verilmiş ve altına bu durum yazılmıştır. İkinci fotoğrafta Tansu Çiller'in evine konuk olduğu bir ailenin fotoğrafı verilerek altına “Gecekonuda: Bağcılarda Ümmet Yılmaz adlı vatandaşı gecekonduunda ziyaret eden Çiller, aile ile birlikte kahvaltı yaptı, Üçüncü fotoğrafta halkla kucaklaşan Tansu Çiller gösterilerek altına “24 saat yetmiyor: Seçim çalışmalarını sürdüren Başbakan Tansu Çiller bir gün içerisinde birkaç toplantı ve mitingi katılıyor. Sakatlar spor kulübü yöneticileri kendilerine bir otobüs bir minibüs ve basketbol oynamak üzere 29 adet tekerlekli sandalye armağan eden Başbakan Çiller'e teşekkür etti.” ifadeleri kullanılmıştır. Haberde imaj görseller aracılığıyla verilmiştir. İlk görselde Çiller'in gençlerle sohbeti halkın içinde olan bir lider olduğunu göstermekle birlikte bu imaj ikinci görselle güçlendirilmiştir. İkinci görselde evin gecekondu olduğunun vurgulanması belli bir ekonomik sınıfı belirtmekte olup Çiller'in bütün kesimlerin yanında olduğu imajına vurgu yapmaktadır. Son görselde yer alan ifadeler Tansu Çiller'in yoğun bir lider olduğunu göstermekle birlikte “Sakatlar spor kulübü” ne yaptığı yardımda hümanist tarafını ortaya koymaktadır.

25 Aralık tarihinde seçim sonuçlarının verildiği haber “DYP memnun” başlığı ile verilerek alt başlıkta “ANAP'la aynı oranda oy alan DYP, sonucu memnuniyetle karşıladı.” tercih edilmiştir. Haberin fotoğrafında Çiller'in oy kullanma anı verilmiş ve görselin altına “DYP genel başkanı ve Başbakan Tansu Çiller oyunu Yeniköy ilkokulunda kullandı. Çiller sevgi gösterileri ile karşılandı” yazılmıştır. Haber metninde seçim öncesi anketlere gönderme yapılarak “Anketlerde ANAP'ın 5.5 puan gerisinde gösterilmesine rağmen DYP %20'lik oy oranı ile seçimi ANAP ile omuz omuza tamamladı. Belediye başkanlığı seçiminde DYP önde” ifadeleri yer almıştır.

Fotoğraf altında verilen sevgiyle karşılandı cümlesi ile Çiller'in ilgi duyulan bir lider olduğu imajı verilmiştir. Seçim sonucunda başarı kriteri DYP tarafından ANAP'ın aldığı oy olarak belirlenmiş ve DYP ile ANAP'ın oylarının yakın olmasından ötürü Tansu Çiller'in bu seçimden başarılı çıktığı seçim öncesinde yapılan anketlere atıfta bulunularak kabul edilmiştir. Bu dönemde yapılan yerel seçimde RP birinci parti olmasına rağmen, seçimin sanki DYP ile ANAP arasında geçtiğini düşündüren belediye başkanlığı seçiminde DYP önde ifadesi ile Çiller'in başarılı bir lider olduğu imajı perçinlenmiştir.

Hürriyet gazetesinin Süleyman Demirel ile Tansu Çiller arasında bir problem olduğunu düşündüren haberlere yanıt olacak şekilde Türkiye Gazetesinde taban tabana zıt olan haberlerde yapılmıştır.

1 Aralık 1995 tarihinde “Çiller: Köşk’e saygım büyük!” başlığı ile çıkan haberde alt başlık olarak “Başbakan ‘Demirel’e Şantaj” başlıklı haberle ilgili olarak yaptığı açıklamada “Ülke meselelerini ve politik gelişmeleri görüştük. Ben, cumhurbaşkanlığı makamına ve Sayın Cumhurbaşkanımıza saygılıyım.” dedi.” verilmiştir. Haberde bu iddialarının “hilafı hakikat senaryo” olduğunu ve seçim dönemlerinde bu spekülasyonların yapılmasının normal olduğunu beyan eden Çiller'in basın danışmanının bu sözlerine hem ilk sayfada hem de 15. sayfada yer verilmesi ile Çiller'e yönelik spekülasyonlar yoluyla saldırıya uğrayan mağdur imajı ortaya koyulmuştur.

5 Aralık 1995 tarihli haber “Çiller, Köşk’e çıktı” başlığı ile verilmiştir. Haberde “Başbakan Tansu Çiller, Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel ile aralarında herhangi bir ayrılığın olmadığını söyledi.” alt başlığı kullanılmıştır. Çiller'in Bonn gezisi öncesinde Süleyman Demirel'i ziyaret etmesini konu alan haber başlık olarak Tansu Çiller'e sorulan “Cumhurbaşkanı ile barıştınız mı?” sorusuna Çiller'in verdiği cevabı seçmesi haberin doğru olmadığı ve uyumlu bir iletişimin olduğu imajını vermektedir.

10 Aralık 1995 tarihi haberde ise Kıbrıs konusuna yer verilerek “Çiller'den iki önemli açıklama: Kıbrıs'ta taviz yok.” başlığı tercih edilmiştir. “Başbakan Çiller, Gümrük Birliği için Kıbrıs konusunda taviz verilmesinin söz konusu olmadığını söyledi. Çiller, ‘Kimse Kıbrıs'ı ne satabilir, ne yerinden oynatabilir.’ dedi.” alt başlık olarak kullanılmıştır. Haberde Çiller'in Kıbrıs konusundaki kararlı imajı verilmiştir.

Olumsuz Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

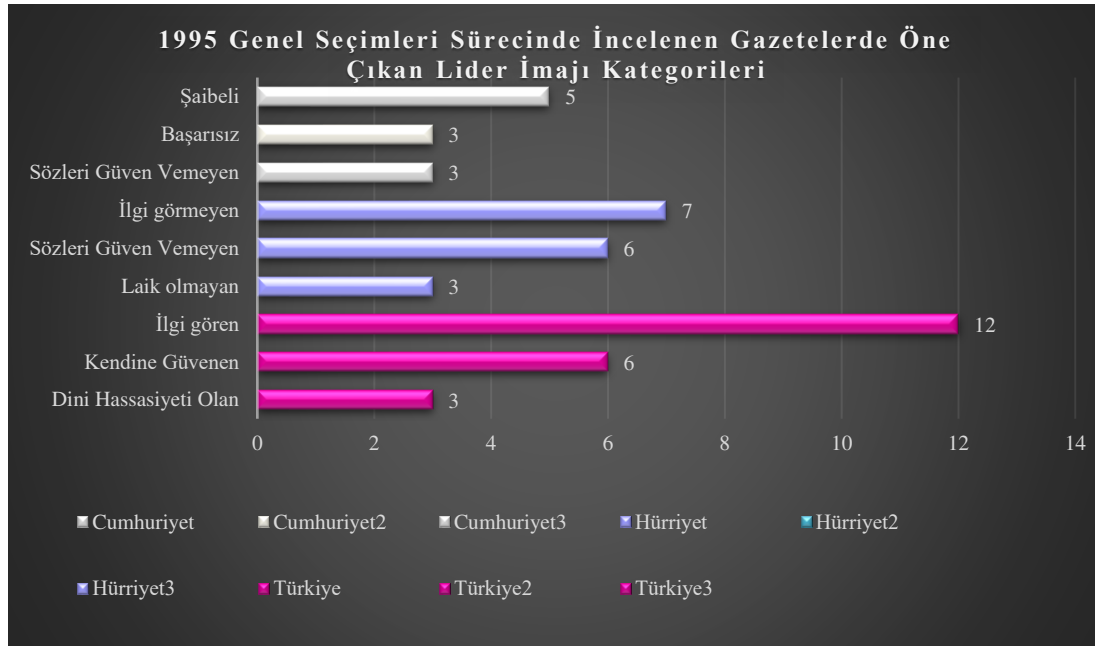
Türkiye gazetesinde olumsuz tema içerisinde yer alan sadece 1 kategori bulunmaktadır. “Güç Kaybeden” kategorisi kapsamına giren 2 haber yayınlanmıştır. Türkiye gazetesinde yayınlanan haberlerde olumsuz temasına ait sadece 1 kategorinin bulunması, oluşturulan lider imajının olumlu teması çerçevesinde yer alan kategoriler çerçevesinde şekillendiğini göstermektedir. Bu durum ise gazetenin ideolojik tutumuna paralellik göstermektedir. “Güç Kaybeden” kategorisi kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

Tansu Çiller’in “Kavgacı” kategorisinin içerisinde yayınlanan haber 13 Aralık 1995 tarihinde “Kıran kırana!” başlığı ile verilmiştir. Haberin alt başlığında “Ekranlardaki lider tartışmaları, zaman zaman siyasi nezaket sınırlarını zorlamasına rağmen büyük çekişmelere sahne oldu.” tercih edilmiştir. Haberin içeriğinde verilen “Çiller - Yılmaz kapıştı.” başlığı adı altında “DYP genel başkanı ve Başbakan Tansu Çiller ile ANAP genel başkanı Mesut Yılmaz genelde birbirlerine yüklenmeyi tercih etti.” sözleri ile Tansu Çiller’in kavgacı bir imaja sahip olduğu verilmiştir.

16 Aralık 1995 tarihinde “Oylarınıza sahip çıkın.” başlığı ile çıkan haber diğer haberlerin tersi yönde bir atmosfer oluşturmuştur. Haberin içeriğinde “Diğer seçim mitinglerinde umduğunu bulamayan Başbakan Çiller Adana’da büyük sevgi gösterileri ile karşılandı. Çiller Adanalılara ‘Oylarınıza sahip çıkın, ayağımdaki bağları çözün.’ dedi.” Çillerin seçim otobüsü üzerindeki bir fotoğrafı gümrük birliği rüzgarı alt yazısı ile verilmiştir. Çiller’in önceki mitinglerine gönderme yapan gazete eski haberleri ile de çelişen bir tutum almıştır. İncelediğimiz haberlerde hemen her gün Çiller’in mitinglerde yoğun ilgi gördüğünü ifade ederken bu haberde diğer mitinglerde umduğunu bulmadığına yer vermiştir. Gazetenin diğer mitinglere, mitinglerin yapıldığı gün değinmemesi ve daha sonrasında olumlu bir gelişme ile harmanlayarak bu durumu belirtmesi gazetenin ideolojik tutumu açısından dikkat çekicidir.

1995 yılına gelindiğinde ise hem gazetelerde hem Tansu Çillerde hem de Türkiye de birçok şey değişmiştir. 1994 yılında Aydın Doğan Hürriyet gazetesinin hisselerinin tamamını Erol Simavi’den alarak gazetenin tek sahibi oldu. Yine bu dönemde Milliyet gazetesinde Turan Yavuz imzası ile “İşte Çiller’in Amerika’daki serveti” başlığı ile Tansu Çiller’in Amerika’da bulunan hiç bahsetmediği serveti ortaya çıkmıştır. Türkiye’de ise 5 Nisan ekonomi kararları DYP-SHP koalisyonu tarafından

yürürlüğe konmuş ekonomik kriz bu şekilde aşılmaya çalışılmıştır. 1995 yılına gelindiğinde ise Türkiye gümrük birliği anlaşmasını imzalayarak gümrük birliğine tam üye olurken Sırbistan'ın saldırısı ile Bosna Hersek'te büyük bir katliam yaşanmıştır. İşte böyle bir ortamda Türkiye 1995 genel seçimlerine gitmiştir. Tansu Çiller'in katıldığı ilk genel seçim olan 1995 genel seçimlerinde incelenen 3 gazetenin lider imajını hangi kategoriler üzerine inşa ettiğine bakıldığında ise aşağıda yer alan grafik görülmektedir.



Grafik 3.14. 1995 Genel Seçim Sürecinde İncelenen Gazetelerde Öne Çıkan Lider İmajı Kategorileri

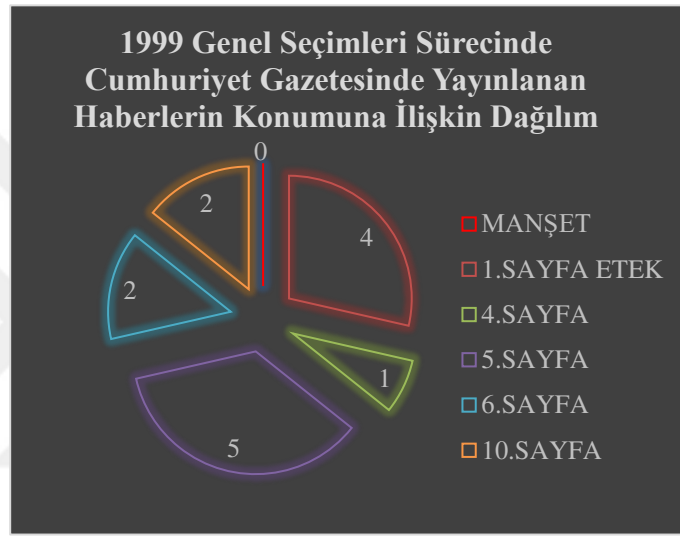
Cumhuriyet gazetesinin Tansu Çiller imajını Amerika'da bulunan serveti üzerinden ve bu olayın ayrıntıları ile "Şaibeli" kategorisi ile oluşturduğu görülürken Hürriyet ve Türkiye gazetelerinin seçim mitinglerine katılan insan sayısı ve insanların Tansu Çiller'e yönelik desteği üzerinden taban tabana zıt bir şekilde oluşturduğu görülmektedir. İki gazetede görmek veya göstermek istediği imajı inşa etmiştir. Hürriyet gazetesi seçim mitinglerine halkın ilgi göstermediğini sözlü ve görsel olarak yayınlarken Türkiye gazetesi de aynı mitinglere ilginin yoğun olduğunu sözlü ve görsel olarak yayınlamıştır. Aynı durum Tansu Çiller'in dini söylemlerinin yayımlandığı haberlerde de görülmektedir. Hürriyet gazetesi bu söylem ve eylemleri "Laik olmayan" kategorisi içinde yer alan haberler çerçevesinde yayınlarken, Türkiye gazetesi "Dini hassasiyetlere saygılı" kategorisinde yayınlamıştır.

3.3. 1999 Genel Seçimleri

18 Nisan 1999 genel seçimlerinin ele alındığı çalışmanın bu safhası 28 Mart 1999 tarihinden başlayarak dönemi ele almaya çalışacaktır.

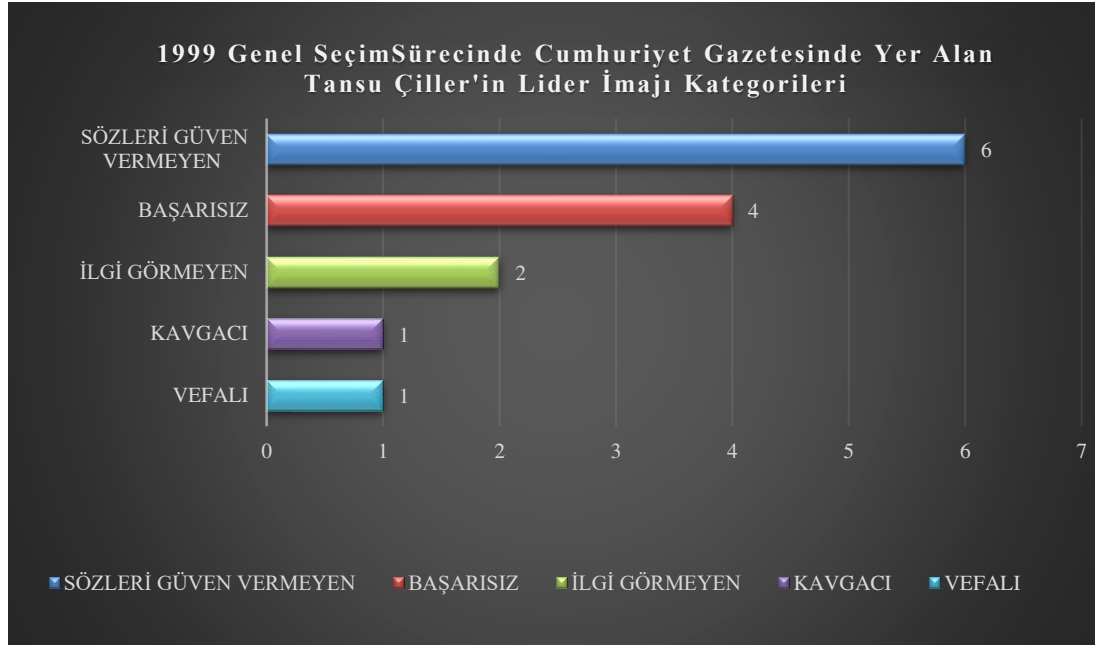
3.3.1. Cumhuriyet Gazetesinde Tansu Çiller'e Yönelik Lider İmajının Analizi

Cumhuriyet gazetesinin 1999 Genel seçimleri sürecinde incelenen dönemde Tansu Çiller'in lider imajına yönelik haberlerine bakıldığında geçmiş dönemle oranla haber sayılarında yaşanan düşüş göze çarpmaktadır.



Grafik 3.15. 1999 Genel Seçimleri sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.

Gazetenin manşette hiç habere yer vermemesi asıl dikkat çekici kısımdır. 1999 Genel seçimlerinde incelenen dönemde Cumhuriyet gazetesinde 14 haber yayınlanmış olup bu haberlerin 4 tanesi 1. sayfadan, 1 tanesi 4. sayfadan, 5 haber 5. sayfadan, 2 haber 6. sayfadan ve 2 haber 10.sayfadan verilmiştir. En çok haberin 5. sayfada olması ise Tansu Çiller'in lider imajına verilen önemdeki azalmanın en güçlü ispatıdır. Tansu Çiller'in başbakan olmadan girdiği ilk seçim olan 1999 genel seçimlerinde, lider imajına verilen önemdeki büyük düşüş, daha önceki dönemlerde verilen önemin makamından kaynaklandığı düşündürmektedir. Cumhuriyet gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajını hangi kategoriler üzerine inşa ettiğine bakıldığında ise aşağıda yer alan grafik görülmektedir.



Grafik 3.16. 1999 Genel Seçimleri sürecinde Cumhuriyet Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri

Cumhuriyet gazetesinin 18 Nisan 1999 tarihinden başlayan süreçte yayınlanan haberlerinde, Tansu Çiller'in lider imajına yönelik iki tema üzerinden 5 kategori görülmektedir. Olumlu temaya ait “Vefalı:1 (%7,1)” kategorisi verilirken; Olumsuz temaya ait “Sözleri Güven Vermeyen:6 (%42,8), Başarısız:4 (%28,5), İlgi Görmeyen:2 (14,2), Kavgacı:1 (7,1)” kategorileri verilmiştir. Bu çerçevede 1 defa olumlu temaya ait kategorilere atıfta bulunulurken 4 defa olumsuz temaya ait kategorilere atıfta bulunularak olumsuz lider imajının oluşturulduğu görülmektedir.

Olumlu Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Cumhuriyet gazetesinde olumlu tema kapsamında yer alan 1 kategori bulunmaktadır. “Vefalı” kategorisi kapsamına giren 1 haber yayınlanmıştır. Bu verilerden hareketle Türkiye gazetesinde oluşturulan lider imajında olumlu tema içerisinde “Vefalı” kategorisini ön plana çıkarttığı görülmektedir. Tespit edilen kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır

1 Nisan 1999 tarihinde “Çiller: Çiller kimseyi harcamaz” başlığı ile Elazığ mitinginin konu edildiği haber birinci sayfadan verilmiştir. Haberde Çiller'in konuşması başlık yapılarak Çiller'in her zaman korkmadan Elazığ ve Elazığlı

vekillerin arkasında durduğu ve onları bakan yaptığı ifadelerine değinilerek kendisinin vefalı bir lider imajı oluşturulmuştur.

Olumsuz Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Cumhuriyet gazetesinde olumsuz tema kapsamında yer alan 4 kategori bulunmaktadır. “Sözleri Güven Vermeyen” kategorisi kapsamına giren 6 haber ve “Başarısız” kategorisine giren 4 haber yayınlanmıştır. Bu verilerden hareketle Cumhuriyet gazetesinin Tansu Çiller’in lider imajını “Sözleri Güven Vermeyen” kategorisi üzerine inşa ettiği görülmektedir. “Sözleri Güven Vermeyen” kategorisine giren ve Tansu Çiller’in yaptığı mitinglerde söylediği sözlerin doğru olmadığını vurgulayan haberler süreç boyunca yayınlanmıştır. Tespit edilen kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

1999 Genel Seçimlerinde Cumhuriyet gazetesinin Tansu Çiller imajının seçim mitingleri üzerinden yapılandırıldığını görülmektedir. Tansu Çiller’in seçim mitinglerinde söyledikleri üzerinden sözleri güven vermeyen ve ilgi görmeyen lider imajı ortaya koyulmuştur.

28 Mart 1999 tarihli haber “DYP’ye Antalya’da ilgi yok” başlığı ile çıkarken alt başlık olarak “Tansu Çiller Cam Piramit’i doldurmadı.” kullanılmıştır. Haberin içeriğinde “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, turizmde yoğun rezervasyon iptalleri nedeniyle yaşanan olumsuzluğu düzeltemediği için Ecevit hükümetini beceriksizlikle suçladı.” ifadelerine yer verilmiştir. Haberde Antalya “DYP’nin Kalesi” olarak nitelendirilmiştir. Çiller kalesini dahi dolduramadığını ifade edilerek Çiller’in halktan ilgi görmediği imajı oluşturulmuştur.

12 Nisan 1999 tarihli “DYP’nin kalesi CHP’nin elinde” başlıklı haberde içerik olarak “CHP’lilere göre DYP lideri Tansu Çiller iki kez Antalya’ya geldi, ancak kalesinde beklediği ilgiyi göremedi.” tercih edilmiştir. Haberde Çiller’in halka seslendiği anların görüntüsünün verilmiş olup fotoğrafın üstüne “Çiller’in tutarsız davranışları Antalya’yı bitirmiş.” ifadeleri yazılmıştır. Haber 28 Mart’taki gibi Antalya’yı Çiller’in kalesi olarak nitelemiş ve kalenin el değiştirdiği ifade edilerek Çiller’in halktan ilgi görmediği imajı verilmiştir.

2 Nisan 1999 tarihinde “Çiller’den takıyye” başlığı ile çıkan haberin içeriğinde “DYP’nin Kastamonu mitinginde konuşan Tansu Çiller Mesut Yılmaz ve Bülent

Ecevit'i "usta-çırak" diye nitelendirerek "Bu usta- çırak önce Kur'an kurslarını kapattılar, ezanın sesini kıstılar, başörtülü kızlarımızı üniversite önlerinde coplattılar, yetmedi." ifadesi tercih edilmiştir. Çiller'in miting alanına 1.5 saat geç geldiği ayrıntısının da yer verildiği haberde Tansu Çiller'in takiiye yaptığı, bu yüzden de güvenilmez olduğu yönünde bir imaj rakibi Mesut Yılmaz'ın söylemleri üzerinden verilmiştir.

11 Nisan 1999 tarihli "Tek milliyetçi lider benim" başlıklı haberde" kendisini "diyet borcu olmayan tek milliyetçi lider" olarak tanımlayan DYP Genel Başkanı Tansu Çiller "Erzurum'daki konuşması nedeniyle hakkında kampanya başlatıldığından yakınlara 'Eğilmemi istiyorlar. Bir Cenab'ı Allah bir de milletimin önünde eğilirim.' dedi." içeriği kullanılmıştır. Haberde yer verilen "Çiller, hükümetin batan bir bankaya 2.5 milyar verirken üreticiye, işçiye, memura ve emekliye cimri davrandığını öne sürdü." ifadeleri ile Çiller'in ifadelerinin teyit edilmeye muhtaç olduğu ifade edilmiştir.

17 Nisan 1999 tarihli "DYP lideri Vergi Yasası'nı topyekun değiştirme sözü verdi." başlıklı haberde "DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, Ankara Ticaret Odasını ziyaretinde, iktidara geldiğinde Vergi Yasası'nı top yekun değiştirme sözü verdi." açıklamasına yer verilmiştir. Haberde Çiller'in verdiği sözlerin bir güvence metni ile kayıt altına alındığı ve bu güvence metnini Çiller'in imzaladığı vurgulanmıştır. Bir liderin sözlerinin güvence metni ile imza altına alınması kendisine güven duyulmadığının en açık göstergelerinden biridir.

Tansu Çiller'in kavgacı bir imaj özelliğine sahip olduğuna yönelik 1 haber verilmiştir. 13 Nisan 1999 tarihinde "Tansu Çiller Giresun'da ANAP lideri Mesut Yılmaz'a ve Başbakan'a çattı." başlığı ile yayınlanan haberde Tansu Çiller'in "Halkçı Ecevit kartelin umudu" söylemine yer verilmiştir. Tansu Çiller'in Giresun mitinginin konu olduğu haber beşinci sayfadan verilmiştir. Haberde fotoğraf kullanılmamıştır. Haberin başlığından anlaşılacağı üzeri Çiller'in tartışma yaratacak sözler söyleyerek kavga çıkartan lider imajı verilmiştir.

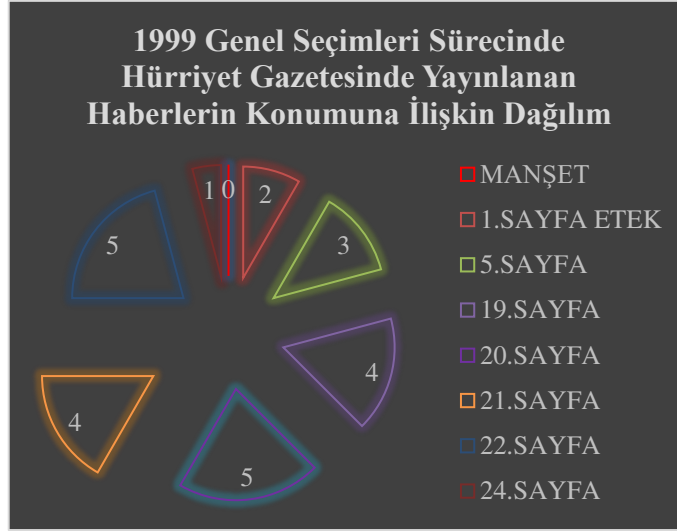
1999 Genel Seçimleri Nisan ayına denk gelmesinden de ötürü 5 Nisan 1994'te alınan ekonomi kararlarına gönderme yapılarak da başarısız imajı ortaya koyulmuştur. 31 Mart 1999 tarihli haber "5 Nisan kararları ile rant ekonomisi başlatıldı." başlığı ile verilmiş olup "DYP'nin liderliğinde SHP ile kurulan 50. hükümet, 5 Nisan kararlarına

attığı imza ile ülke ekonomisini çıkmaza sokan süreci de iyice körüklemiş oldu.” alt başlığı verilmiştir. Aynı gün yayınlanan bir diğer haberde “Popülizmin sonu borç batağı ve enflasyon” başlığı ile verilerek açıklama kısmında “Refah Partisi Genel Başkanı Necmettin Erbakan başbakanlığında Refah Partisi ile Doğruiol Partisinin kurduğı Refah-Yol koalisyonu, hükümeti kurarken verdikleri vaatlerin çoğunu gerçekleştirmedi.” tercih edilmiştir. İlk haberde Tansu Çiller ile Murat Karayalçın’ın 5 Nisan kararlarını açıklarken çekilen fotoğraf yer alırken ikinci haberde Tansu Çiller ile Necmettin Erbakan’ın koalisyonu kurarken çekindikleri fotoğraf kullanılmış olup fotoğrafın altına “Necmettin Erbakan başbakanlığında kurulan Refahiyol hükümeti ekonomide enkaz bıraktı.” yazılmıştır. İlk haberde geçen “DYP liderliğinde SHP ile kurulan 50.hükümet 5 Nisan kararlarına attığı imza ile ülke ekonomisini de çıkmaza sokan surecide iyice körüklemiş oldu. 50. Hükümetin başlıca icraatları %139’ları aşan devalüasyon KİT ürünlerine %150 yapılan zamlarla hatırlandı.” ifadeleri ile ekonomik alandaki başarısızlık ön plana çıkarılırken ikinci haberde bu ifadelere popülizm ve sözünde durmama gibi diğer olumsuz özelliklerde eklenmiştir. Bu imaj “1997 programında yıl sonunda %57.7 olarak öngörülen enflasyon Refah-Yol’un görevi devrettiğı 55.hükümet tarafından %85 olarak revize edilmek zorunda kaldı. Popülist politika yüzünden İMF ilişkileri askıya alındı.” sözleri ile güçlendirilmiştir.

5 Nisan 1999 tarihinde “Yoksulluk paketi 5.yılında” başlığı ile çıkan haberde “5 Nisan 1994 günü dönemin başbakanı Tansu Çiller ve koalisyon ortağı Murat Karayalçın tarafından açıklanan “istikrar programı” sonrasında Türkiye, tarihinin en yüksek enflasyonu ile karşılaşırken ekonomideki sert frenin acısı emekçi kesime düştü.” içeriğı tercih edilmiştir. Haberde Tansu Çiller ile Murat Karayalçın’ın kararları açıkladığı gün çekilen fotoğraf kullanılmıştır. Üzerinden 5 yıl gibi nispeten uzun bir zaman geçmesine rağmen ekonomik başarısızlık hatırlatılarak başarısız lider imajı güçlendirilmiştir.

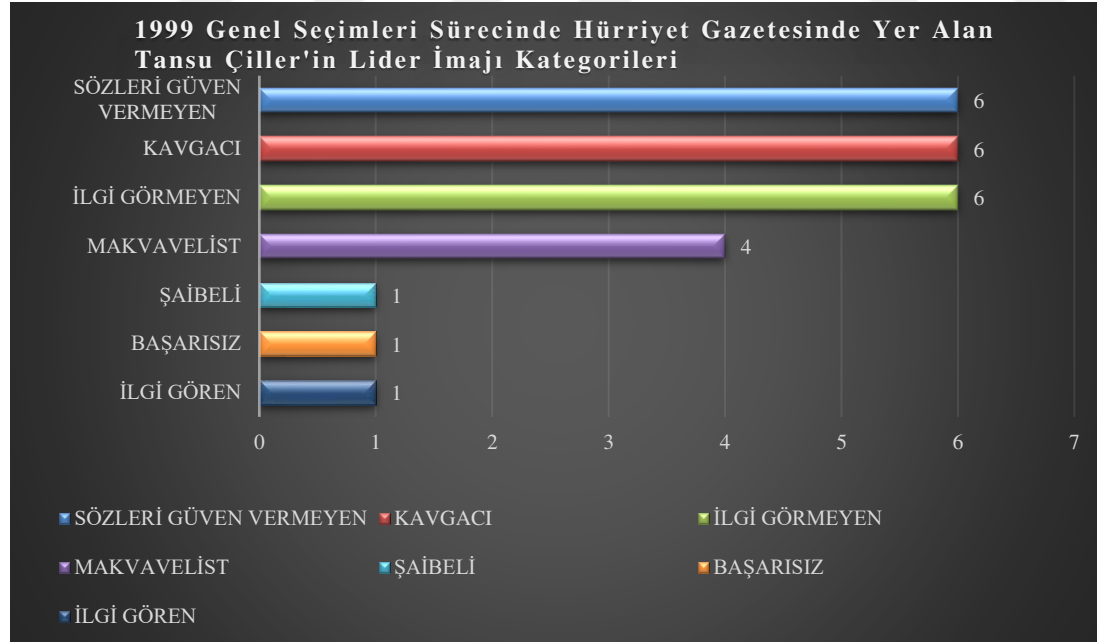
3.3.2. Hürriyet Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi

Hürriyet gazetesinde 1999 yılında incelenen dönemde 24 haberin yer aldığı görölmektedir. 2 haber 1. sayfadan, 3 haber 5.sayfadan, 4 haber 19.sayfadan, 5 haber 20.sayfadan, 4 haber 21. Sayfadan ve 5 Haber 22.sayfadan verilmiştir.



Grafik 3.17. 1999 Genel Seçimleri sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.

En çok habere 20. ve 22.sayfa da rastlanıyor olması Tansu Çiller'in lider imajına verilen önemdeki azalmayı göstermektedir. Hürriyet gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajını hangi kategoriler üzerine inşa ettiğine bakıldığında ise aşağıda yer alan grafik görülmektedir.



Grafik 3.18. 1999 Genel Seçimleri sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri

Hürriyet gazetesinde 1999 seçimleri sürecinde Tansu Çiller'in lider imajı analizine geçmeden önce dönemin sosyolojik atmosferini anlamak adına gazetede

yayınlanan 4 Nisan 1999 tarihli “Kıvrıkoğlu’na şikayet etti.” haberi incelenmelidir. Haberin içeriğinde “ANAP Manisa Milletvekili adayı Tefik Diker, DYP Lideri Tansu Çiller’in, iktidara geldikleri taktirde zorunlu askerliği kaldıracaklarını söylemesine sert tepki gösterdi.” ifadelerine yer verilmiştir. Haber metninde bir Milletvekili adayının bir Genel Başkanı Genelkurmay Başkanı Hüseyin Kıvrıkoğlu’na şikayet ettiği verilmiştir. Gazetenin bu olayı olağan gibi vermesinin yanında milletvekilinin yaptığı bu davranışta incelediğimiz dönemde demokrasinin ve dolayısıyla sivillerin ülke yönetimine ne derece hakim olduğunu göstermektedir.

Hürriyet gazetesinin 18 Nisan 1999 tarihinden başlayan süreçte yayınladığı haberlerinde, Tansu Çiller’in lider İmajına yönelik iki tema üzerinden 7 kategori görülmektedir. Olumlu temaya ait “İlgi Gören:1 (%4)” kategorisi verilirken; Olumsuz temaya ait “Sözleri Güven Vermeyen:6 (%24), Kavgacı:6 (%24), İlgi Görmeyen: 6 (%24), Makyavelist:4 (%16), Şaibeli:1 (%4), Başarısız:1 (%4)” kategorileri verilmiştir. Bu çerçevede 5 defa olumlu temaya ait kategorilerde yer alan haberler yayınlanırken ve 10 defa olumsuz temaya ait kategorilerde bulunan haberler yayınlanmıştır. Hürriyet gazetesinin 1993 yılında yapılan Güven oylaması sürecindeki yaklaşımına karşıt oluşturacak biçimde, Tansu Çiller’in lider imajını olumsuz temalar üzerine inşa ettiği görülmektedir.

Olumlu Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Hürriyet gazetesinde olumlu tema içerisinde sınıflandırılan “İlgi Gören” kategorisi kapsamına giren 1 haber yayınlanmıştır. Hürriyet gazetesinin Tansu Çiller’in lider imajını oluştururken olumlu kategorilere giren haberlere çok seyrek yer verdiği görülmektedir.

1999 Genel Seçimlerinde Hürriyet Gazetesinde Tansu Çiller’in “ilgi gören lider” imajı kategorisi kapsamına giren bir haberde yer verilmiştir. 4 Nisan 1999 tarihinde “Yılmaz’a, 3 puan fazla alırım deyince kaçıyor.” başlığı ile yayınlanan haberde alt başlık olarak “Trabzon’da halka hitap eden DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, ANAP lideri Mesut Yılmaz’ın kaçtığını iddia ederek, ‘Az oy alan bıraksın dedim kaçtı. Şimdi ben senden 3 puan fazla alırsam çekil diyorum yine kaçıyor.’ dedi.” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in Trabzon mitinginin konu olduğu haber yirmi ikinci sayfadan verilmiştir. Haberde Tansu Çiller’in kalabalık bir kitleyi selamlarken çekilen bir fotoğrafı kullanılmış ve altına “Çiller Trabzon’da coşkulu bir konuşma yaparak

Yılmaz’a çattı” satırları yazılmıştır. Meydanların dolu olduğu fotoğraf kullanılarak Tansu Çiller’in halktan ilgi gören lider bir lider olduğu imajı oluşturulmuştur.

Olumsuz Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Hürriyet gazetesinde olumsuz tema içerisinde sınıflandırılan 6 kategori bulunmaktadır. “Sözleri Güven vermeyen, Kavgacı, İlgi Görmeyen” kategorileri kapsamına giren 6’şar haber yayınlanmıştır. Bu verilerden hareketle Hürriyet gazetesinin Tansu Çiller’in lider imajını 1995 genel seçimlerinde olduğu gibi seçim mitinglerindeki atmosferden yola çıkarak oluşturduğu görülmektedir. “Sözleri Güven Vermeyen” kategorisi Tansu Çiller’in mitinglerinde verdiği bilgilerin doğru olmadığını, “İlgi Görmeyen” kategorisi mitinge katılan insan sayısının azlığını vurgulayan haberler çerçevesinde şekillenmiştir. Rakip parti liderlerinin Tansu Çiller aleyhindeki söylemlerine de sık sık yer verilmiştir. Bu veriler çerçevesinde Tansu Çiller’in lider imajının olumsuz tema içerisinde yer alan kategoriler üzerine inşa edildiği görülmektedir. Tespit edilen kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

1999 Genel Seçimlerinde Tansu Çiller’in lider imajına bakıldığında listenin başında yer alan imajların iki konu etrafında şekillendiği görülmektedir. İlk olarak Tansu Çiller’in mitinglerine katılımın azlığını anlatan haberler çerçevesinden oluşturulan “ilgi görmeyen” kategorisi ile kullandığı ifadelerin doğruluğunun tartışmalı olduğunu belirten haberlerin yer aldığı “sözleri güven vermeyen” kategorisi kapsamındaki haberler analiz edilecektir.

5 Nisan 1999 tarihli haber “Çiller’i üçe katladı” başlığı ile yayınlanarak içerikte “ANAP Lideri Mesut Yılmaz seçim gezisini dün Kocaeli-Sakarya-Bolu’da sürdürdü. Sakarya’da cuma günü aynı yerde miting yapmış olan Çiller’in kalabalığını en az üçe katlayarak moral buldu.” ifadesi yer almıştır. Mesut Yılmaz’ın bir mitinginin haber başlığı olarak verilen Çiller’i ez az üçe katladı sözleri ile Çiller’in halktan ilgi göremeyen bir lider olduğu imajı vurgulanmakla birlikte bir önceki haberde iddia olarak verilen Çiller’in Yılmaz’dan üç puan fazla alırım deyince kaçıyor ifadesinin ardından Yılmaz’ın mitingine katılan insan sayısının Tansu Çiller’in mitingine katılan insan sayısını üçe katladığının ifade edilmesi bir önceki habere bir cevap olarak düşünülebilir.

12 Nisan 1999 tarihinde gazetede birbirini destekler nitelikte iki haberin yer aldığı görülmektedir. İlk haber “Çiller İstanbul’da miting yapamadı” başlığı ile yayınlanırken içerikte “Partisinin oylarını her geçen gün biraz daha eriten DYP Genel Başkanı Çiller ‘Zayıf kalırız.’ korkusuyla İstanbul mitingini iptal etti.” kullanılmıştır. İkinci haberde ise “Çiller’i 7’ye katladı” başlığı tercih edilerek içerikte “MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli, miting meydanlarını tıklım tıklım dolduran coşkulu kalabalıklara hitap ediyor. 2 Nisan günü Başbakan Bülent Ecevit’in 4 bin, 4 Nisan günü DYP lideri Tansu Çiller’in 3 bin kişiye hitap ettiği Antalya’da Bahçeli dün 20 bin kişiye seslendi.” tercih edilmiştir. İki haberde de Tansu Çiller’in ilgiyi kaybeden ve günden güne eriyen bir lider olduğu imajı oluşturulmuştur.

11 Nisan 1999 tarihli haber “Çiller’in yalanı” başlığı çıkmış ve içerikte bilgisine yer verilmiştir. Haberde yer alan ilk fotoğrafta oğullarının fotoğrafını eline alan üç annenin fotoğrafı verilerek altına “Hiçbir sözünü tutmadı” satırları eklenmiştir. Haberde Çiller’in sözlerini tutmayan bir lider olduğu hem görseller hem de metin ile verilmiştir. Bunun yanında “Şehit anneleri şehitlik makamına büyük önem veren Türk halkının duygularını Tansu Çiller’in sömürdüğü ve siyasi menfaat uğruna bunu kendisine malzeme yaptığını söylediler.” ifadeleri ile Çiller’in makyavelist bir lider olduğu imajını ortaya koymuştur.

Aynı gün yayınlanan bir diğer haber ise “Altına imza atarım dedi, milleti uyuttu.” başlığı ile çıkmış içerikte “Tansu Çiller, 1995 genel seçimleri öncesinde, ABD’ deki mal varlığını satacağını ve gelirini Türkiye’ye getireceğini ATV haber dairesi başkanı Ali Kırca’ya bir TV programında söylemişti.” bilgisine yer verilmiştir. Haberde 1995 yılında Ali Kırca’nın programında çekilen bir kare kullanılarak yanına “1995’te milyonlara söylediği fos çıktı.” satırları eklenmiştir. Haberin bütününe bakıldığında Çiller’in sözlerinde durmayan bir lider olduğu imajı verilmiştir.

13 Nisan 1999 tarihinde “Külahıma anlat Tansu Hanım” başlığı ile çıkan haberde “İrtica ve bölücülüğün odak noktası haline geldiği gerekçesiyle kapatılan RP ile koalisyon kurarak, Türkiye’ye rejim bunalımı yaşatan DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, FP ile de koalisyon kurabileceğini söyledi.” içeriği kullanılmıştır. Haberde Tansu Çiller’in seçim otobüsünün üstünde adaylar ile el ele vermiş görüntüsü kullanılarak yanına “Zayıf kalırız korkusuyla büyükşehirlerde miting yapamayan Genel Başkan dün Van da beklediği ilgiyi göremedi.” notu düşülmüştür. Haberde

verilen “Çiller, Erciş ilçesine ‘il olma’ sözü verdi. Çiller’i izleyenler arasında ‘kûlahıma anlat’ yazılı şapka takan vatandaş dikkat çekti.” ayrıntısı ile Tansu Çiller’in sözlerine pek güven olmayan bir lider olduğu imajı nitelenmiştir.

15 Nisan 1999’da “Financial Times: Çiller bukalemun gibi” başlığı ile çıkan haberde “Batı’nın saygın gazetesi ‘The Financial Times’, DYP Lideri Tansu Çiller için ‘bukalemun’ benzetmesi yaptı.” içeriği kullanılmıştır. Haber Batı’nın saygın gazetesi nitelmesi ile başlayarak haberin etkisini arttırmayı hedeflemiştir. Haberde verilen benzetme ile Tansu Çiller’in her şekilde girebilecek bir yapıda olduğunu insanlara sezdirmek istenmiştir.

19 Nisan 1999 tarihli seçim sonuçlarını veren haber “Merkez sağ çöktü.” başlığı ile verilmiştir. Haberin içeriğinde “Seçimin en çarpıcı sonuçlarından biri de ANAP ve DYP gibi iki merkez sağ partinin önemli oy kaybına uğraması oldu.” bilgisi verilmiştir. Bu ifadelerden hareketle Çiller’in seçim sürecinde başarısız olduğuna dikkat çekildiği söylenebilir.

Hürriyet gazetesi 1999 Genel seçimlerinde Tansu Çiller’in siyaseten rakipleri olan liderlerin Çiller’e yönelik ifadelerine sık sık yer verirken Çiller’in bu ifadelere verdiği cevaplar haberlerde yer almamıştır.

8 Nisan 1999 tarihinde Bülent Ecevit’in mitinginin konu olduğu haber “Çiller ve Baykal huzuru bozuyor” başlığı ile verilerek içerikte “Adapazarı’nda halka hitap eden Başbakan Bülent Ecevit, DYP Lideri Tansu Çiller ve CHP Genel Başkanı Deniz Baykal’ı eleştirerek, ‘Bugün huzur ortamı içinde seçime girdik. Ancak huzuru bozan iki parti lideri var. Biri Tansu Çiller, diğeri Deniz Baykal.’ dedi.” ifadeleri yer almıştır. Haberde Tansu Çiller’in huzursuzluk çıkaran bir lider olduğu imajı siyasi rakibi Ecevit’in ifadeleri üzerinden verilmiştir.

9 Nisan 1999 tarihinde ise Recai Kutan’ın ifadelerine yer verilmiştir. Haber “Çiller’i ciddiye almam” başlığı ile çıkarken içerikte “DYP lideri Çiller’in ‘Dindarlara en büyük zararı RP verdi. 312’yi FP kaldıramaz, ben kaldırıyorum. Dindarlarında savunucusu benim.’ sözleri Recai Kutan’ı kızdırdı. Kahramanmaraş mitingi öncesi gazetecilerin sorularını yanıtlayan FP lideri “İnanın Sayın Çiller’i ciddiye almıyorum. Sözlerini de cevap vermeye değer bulmuyorum” dedi.” ifadeleri yer almıştır,

10 Nisan 1999 tarihinde ise Devlet Bahçeli ve Recai Kutan'ın ifadeleri haber olarak verilmiştir. “Çiller yalvardı gitmedim” başlığı ile çıkan haberde içerik olarak “MHP İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan adayı Prof. Dr. Ahmet Vefik Alp, Tansu Çiller'in DYP'den adaylık teklifini gayrı ciddi ve dağınık geldiği için reddettiğini söyledi. Alp, Çiller'in sürekli ve ısrarlı telkinde bulunduğunu ancak fikrinin değişmediğini anlattı.” Aynı gün gazetede çıkan Devlet Bahçeli'nin bir diğer beyanında ise “Ülkücü oyları isteyen Çiller'e yanıt: Hadi oradan.” başlığı kullanılmış olup içerikte “MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli Kayseri'de yaptığı konuşmada ülkücülerin oylarını isteyenlere sert yanıt vererek, “Hadi oradan. Herkes haddini bilsin” dedi.” İfadesi verilmiştir. Recai Kutan'a ait “Çiller'in alnı secde görmüyor” ifadesi de yine gazetede yer alarak içerikte “FP Genel Başkanı Recai Kutan partisinin Gaziantep mitinginde eski ortağı DYP Lideri Tansu Çiller'i din istismarcılığı ile suçladı.” ifadesi yer almıştır.

8 Nisan ile 10 Nisan arasında İncelenen 5 haberin tamamında Tansu Çiller'e yönelik diğer liderlerin eleştirilerinin yer aldığını görmekteyiz. İlk haberde Bülent Ecevit'in Tansu Çiller'e yönelik huzur bozan kişi nitelemesi yer alırken sonraki iki haberde Recai Kutan'ın Tansu Çiller'e yönelik ciddiye almam ve din istismarcısı ifadelerine yer verilmektedir. Diğer iki haberde de Çiller imajı Devlet Bahçeli ve bir başka milletvekilinin söylemleri ile oluşturulmuştur. Gazete birden çok liderin Çiller hakkındaki olumsuz ifadelerine art arda yer vererek Çiller'in imajın geniş bir kesim tarafından paylaşıldığı düşüncesini de vermek istemiş olabilir.

11 Nisan 1999 tarihli Hüsamettin Cindoruk'un beyanının yer aldığı haberde başlık olarak “Çiller dine küfrediyor” kullanılmış ve içerikte “DTP Genel Başkanı Hüsamettin Cindoruk DYP Genel Başkanı Tansu Çiller'i din ticareti yapmakla suçlayarak, “Gelsin bakalım Elhamd'-ı, Külh-u Allah-ı okuyabiliyor mu, namaz kılabilir mi?” dedi.” tercih edilmiştir. Haberde Tansu Çiller'in dini sömürdüğü, din ticareti yaptığı ve bu yolla dindar kesimden oy almak istediği imajı Hüsamettin Cindoruk'un ifadeleri ile verilirken aynı zamanda bir üstteki haberde yer alan makyavelist lider imajı burada da verilmiştir.

12 Nisan 1999 tarihinde Recai Kutan'ın “Çiller korktuğu için böyle yapıyor.” ifadesinin başlık olarak kullanıldığı haberde içerik olarak “FP Genel Başkanı Recai Kutan, DYP Genel Başkanı Tansu Çiller'in içinde bulunduğu ruh halini yorumlarken

“Çiller korktuğu için böyle davranıyor” değerlendirmesini yaptı.” sözlerine yer verilmektedir. Haberde metninde geçen “Çiller’in kavgacı tavrını yorumlayan FP lideri Kutan “Mezarlıktan geçerken korkup ıslık çalan bir kişinin bulunduğu bir ruh hali” değerlendirmesini yaptı. Metin Çiller’in kavgacı olduğu imajı ön kabulü ile başlayıp korkak bir lider olduğu ifadesi ile bitmektedir.

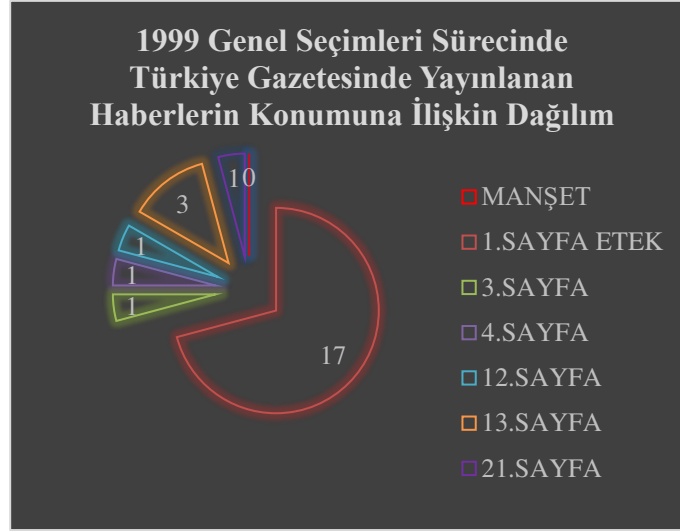
13 Nisan 1999’da Bülent Ecevit’in “Çiller hırsından kendini tüketti.” ifadesi başlık olarak kullanılarak “DSP Lideri Ecevit “Tansu Hanım bu seçimde aşırı ihtirasından kendini tüketti.” dedi.” ifadesi alt başlık olarak verilmiştir. Gazete geçmiş haberlerde olduğu gibi yine başka bir liderin söylemleri ile Çiller imajını oluşturmuş ve hırçın ve hırslı olduğu imajı ortaya koyulmuştur.

Hürriyet Gazetesi oluşturduğu lider imajını bilimsel görüşlerle de destekleyerek retorik olarak üstünlük kurmayı hedefleyen haberde yapmıştır.

3 Nisan 1999 tarihinde “Psikolog gözüyle Çiller: Kendisini, düşman erkeklerin doldurduğu arenada hissediyor.” başlığı ile yayınlanan haberde “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller’in Elazığ mitingi ve sonrasında imajını erkeklik kavramı üzerine oturtması, psikologlar tarafından “Kendini düşmanları erkek olan bir arenada hissediyor” sözleriyle yorumlandı.” ifadelerine yer verilmiştir. Haberde psikolog gözüyle ifadesi kullanılmış olup bu ifade ile okuyucunun güven duyması hedeflenirken bu psikologların kimler olduğu bilgisi saklı kalmıştır. Haberde psikologların ifadesi olarak verilen “Kendini düşmanları erkek olan bir arenada gibi hissediyor” sözleriyle Çiller’in korumacı ve saldırgan imajı ortaya koyulmuş olup bu imaj “Çiller’in bir genel başkandan daha çok kişisel çekişmeye girmiş bir insan gibi tepki verdiğini belirten psikologlar bu tepkiyi bilinçaltının bir oyunu olarak yorumladılar” sözleri ile desteklenmiştir. Psikologların aynı zaman da Çiller’i “hırslı ve duygularını kontrol etmede becerikli” olarak tanımlamasına da haber metninde yer verilmiştir.

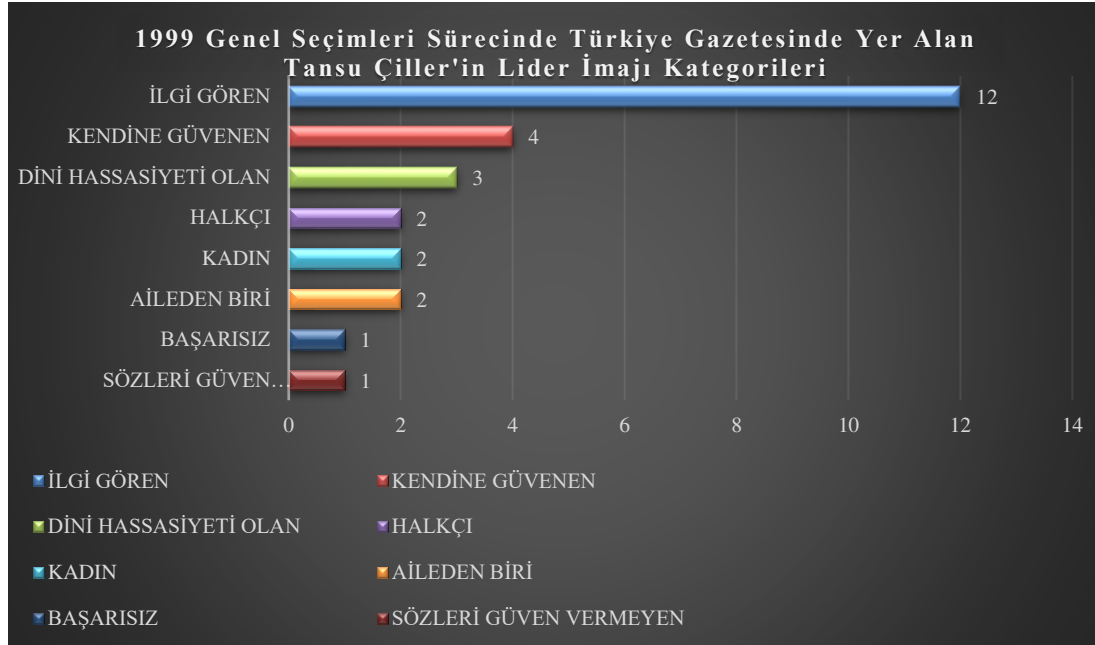
3.3.3. Türkiye Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi

1999 genel seçimleri sürecinde incelenen haberlere bakıldığında, Cumhuriyet ve Hürriyet gazetelerinde görülen Tansu Çiller’in lider imajına verilen önemdeki azalmanın Türkiye gazetesinde de benzer şekilde olduğu görülmektedir.



Grafik 3.19. 1999 Genel Seçimleri sürecinde Türkiye Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.

Gazete 21 haber vermesine karşın bu haberlerin hiçbirinin manşetten vermemiştir. 21 Haberden 17 haber 1. sayfadan verilirken, 1 haber 3. sayfadan, 1 haber 4. sayfadan, 1 haber 12. sayfadan, 3 haber 13. sayfadan, 1 haberinde 21. Sayfadan verildiğini görülmektedir. Tansu Çiller'in başbakanlık makamında olmadığı dönemde manşette kendine yer bulamaması lider imajına verilen önemin makamından kaynaklandığını göstermektedir. Türkiye gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajını hangi kategoriler üzerine inşa ettiğine bakıldığında ise aşağıda yer alan grafik görülmektedir.



Grafik 3.20. 1999 Genel Seçimleri sürecinde Türkiye Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri

Türkiye gazetesinin 18 Nisan 1999 tarihinden başlayan süreçte yayınladığı haberlerinde, Tansu Çiller'in lider imajına yönelik iki tema üzerinden 8 kategori görülmektedir. Olumlu temaya ait “İlgi Gören:12 (%44,4), Kendine Güvenen:4 (%14,8), Dini Hassasiyeti Olan:3 (%11,1), Halkçı:2 (%7,4), Kadın:2 (%7,4), Aileden Biri:2 (%7,4),” kategorileri verilirken; olumsuz temaya ait “Başarısız:1 (%3,7), Sözleri Güven Vermeyen:1(%3,7)” kategorilerinde yer alan haberler verilmiştir. Bu çerçevede 6 defa olumlu temaya ait kategorilerde yer alan haberler yayınlanırken, 2 defa olumsuz temaya ait kategorilerde bulunan haberler yayınlanmıştır. 1999 genel seçimleri sürecinde Türkiye gazetesi Tansu Çiller'in lider imajını Hürriyet ve Cumhuriyet gazeteleri gibi seçim mitinglerine katılan insan sayısı ve bu mitinglerde Tansu Çiller'in söylemlerinden yola çıkarak yapmakla birlikte, yansıtılan tablo diğer iki gazetenin aksine az katılımcı ile sönük değil, kalabalık ve coşkuludur. Hürriyet gazetesinin 1993 yılında kullandığı “Özal gibi” söylemini Türkiye gazetesi 1999 yılında kullanmış olup ayrıca Çiller'i sık sık halkın arasında göstermiştir.

Olumlu Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Türkiye gazetesinde olumlu tema kapsamında yer alan 6 kategori bulunmaktadır. “İlgi Gören” kategorisi kapsamına giren 12 haber ve “Desteklenen” kategorisinde 6 haber yayınlanmıştır. Bu verilerden hareketle Türkiye gazetesinin

oluşturduğu lider imajında, “İlgi Gören” ve “Desteklenen” kategorilerini ön plana çıkarttığı ve lider imajını bu kategoriler çerçevesinde inşa ettiği görülmektedir. Tespit edilen kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

3 Nisan 1999 tarihinde “Çiller: Ecevit sözde solcudur.” başlığıyla çıkan haberin alt başlığında “DYP lideri, Ecevit’in 6 bankayı üç kişiye hibe ettiğini söyledi” ifadelerine yer verilmiştir. Haberde Çiller’in seçim otobüsünün üzerinde halka seslenirken çekilen görüntüsü kullanılarak altına “Coşkulu kalabalık” satırları yazılmıştır. Haberde Çiller’in mitingine katılan insanların coşkulu kalabalık olarak nitelenmesi ile halktan ilgi gören bir lider olduğu imajını oluşturmaya yöneliktir.

4 Nisan 1999 tarihinde gazetede yayınlanan haberde Tansu Çiller’in “Çiller: Bir puan az alırsam çekilirim.” şeklindeki beyanı verilmiş ve içerikte “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, 18 Nisan seçimlerinin istikrarı getirmesi için sağın birleşmesi gerektiğine dikkat çekerek, ANAP Genel Başkanı Mesut Yılmaz’a yaptığı çağrıyla tekrarladı. Çiller, ‘Benden 1 puan fazla oy alırsan ben çekileceğim.’ dedi.” sözleri yer almıştır. Haberde Çiller’in seçim otobüsünün üzerinden kalabalığa seslendiği görülmekte olup altına “Trabzon’da gövde gösterisi yapan DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, ANAP Genel Başkanı Mesut Yılmaz’a çağrısını tekrarladı. Çiller, ‘Gel şunu imzala. Kim önde çıkarsa o götürsün öbürü çekilsin. Şimdi de diyorum ki; benden 1 puan fazla oy alırsan ben çekileceğim ama sen 1 değil 3 puan fazla alırsam çekil.’ dedi.” satırlarına yer verilmektedir. Haberde Çiller’in bir puan az alırsam çekilirim ifadesi ile kendine güvenen, seçim mitinginin “gövde gösterisi” şeklinde betimlenmesi ile de ilgi gören bir lider olduğu imajı oluşturulmuştur.

26 Mart 1999 tarihli “Çiller: Kosova’da niye yokuz?” başlıklı haberin içeriğinde “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, NATO’nun ikinci büyük gücüne sahip olan Türkiye’nin, Kosova’da söz sahibi olmamasından dolayı bir Türk olarak mahcup olduğunu söyledi.” ifadesine yer verilmiştir. Kosova gibi Türkiye tarihi açısından büyük öneme sahip bir ülkenin Sırbistan tarafından işgal edilmesi girişimine Türkiye’nin sessiz kaldığını ve NATO gücü kapsamında müdahale edilmemesinin hesabını iktidara soran Çillerin, şahsi olarak mahcup olduğuna yer verilmesi iktidardan hesap soran lider imajının oluşturulduğunu göstermektedir. Haberde Çiller’in bayanlarla olan buluşmasından bir karenin fotoğrafı kullanılarak altına “Bayanlardan

büyük ilgi” yazılmıştır. Fotoğrafın altına yazılan büyük ilgi sözleri ile de kendisine ilgi duyulduğuna değinilmiştir.

5 Nisan 1999’da Tansu Çiller’in “Çiller: Neden susuyorsunuz” şeklindeki beyanı yayınlanmış olup içerikte “DYP lideri, “Kosova’da insanlar ölüyor, Ecevit bölgeye gönderilen asker sayısı için, ‘bu kadar yeterli’ diyebiliyor. Bu nasıl bir zihniyet.” dedi” ifadeleri yer almıştır. Haberde Tansu Çiller’in seçim otobüsünün üzerinde kalabalık bir kitleye seslendiği görülürken fotoğrafın altında “Antalya’da 10 bin kişilik bir kalabalığa karşı konuşan DYP Genel Başkanı Çiller’in sözleri kalabalık tarafından sık sık ‘Bu millet seninle gurur duyuyor.’ şeklinde atılan sloganlarla kesildi.” ifadelerine yer verilmiştir. 10 bin kişilik kalabalık ifadesi ile katılan insan sayısının çokluğuna değinilerek ilgi gördüğü ve sözlerinin kalabalık tarafından sloganlar yoluyla kesildiğine dikkat çekilerek desteklendiği imajı oluşturulmuştur. Başbakan Ecevit’in Kosova savaşındaki politikasını Çiller’in başarısız ve yetersiz bulduğuna yer verilerek, hesap soran lider imajının oluşumu bu haberde de devam etmiştir.

6 Nisan 1999 tarihinde “Çiller: ANAP baraja takılır” başlıklı haberde alt başlık olarak “DYP Genel Başkanı, vatandaşlardan ANAP’a oy vermemelerini istedi.” ifadelerini yayınlamıştır. Haberde Tansu Çiller’in seçim otobüsünün üzerinde kalabalık bir kitleye seslendiği görülürken fotoğrafın altında “DYP lideri Çiller kalabalığa ‘Yeter hak milletin, yeter söz milletin, yeter hak Tekirdağlıların, gazanız mübarek olsun.’ sözlerini tekrarlatarak kürsüden ayrıldı.” yazılmıştır. Haberde Çiller’in kalabalık bir kitleye seslendiğine değinilerek ilgi duyulan bir lider olduğu imajı oluşturulmuştur.

7 Nisan 1999 tarihli haber “Çiller: ANAP sağcı değil.” başlığıyla yayınlanmış ve haberin alt başlığında “Seçim çalışmalarına son sürat devam eden DYP Lideri Çiller, dün Erzurum’daydı” ifadesine yer verilmiştir. Haberde Çiller’in seçim otobüsünün üzerinde kalabalık halka seslendiği görüntü yer alırken altına “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, İstasyon meydanında yaklaşık 10 bin kişiye seslenirken, yine ANAP lideri Mesut Yılmaz’a yüklendi.” ifadelerine yer verilmiştir. Kullanılan fotoğraf aracılığıyla Tansu Çiller’in ilgi gören bir lider olduğu imajı oluşturulmuştur. Haberde yayınlanan “Tansu Çiller dinin ve diyanetin kefilisi olduğunu söyledi.” ifadelerine yer verilerek Çiller’in, Hz. Muhammed’in sancaktarı Abdurrahman Gazi

hazretlerinin türbesinin ziyaret ettiği ve türbenin tadilatı için 500 milyon lira bağışta bulunduğu ayrıntısına da yayınlamıştır. Bu durum, Çiller'in maneviyatçı bir lider olduğu imajını oluşturmuştur.

8 Nisan 1999'da Tansu Çiller'in “‘Hürriyetinizin kefilini benim’” beyanının yer aldığı haberin içeriğinde “Balıkesir’de halka hitap eden DYP lideri, rakiplerini topa tuttu. Çiller, Demokrat Parti döneminde kazanılan hürriyetlerin Ecevit –Yılmaz ikilisi ve RP yüzünden kaybedildiğini belirterek, ‘Hürriyetinizin ve her türlü hakkınızın kefilini benim.’ dedi.” Haberde verilen “Çiller’in konuşma yapacağı meydana ‘Çare bacı’, ‘Kurtar bizi ana’, ‘Tansu bacı başımızın tacı’ pankartları dikkat çekerken meydana kalabalık Çiller’i davul zurna eşliğinde halay çekerek bekledi.” ifadeleri ile ilgi gören, aileden biri imajı oluşturulmuştur.

10 Nisan 1999 tarihli haber “Millet düşmanlarına kanmayın” başlığıyla çıkmıştır. Haberin alt başlığında “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, yasaklı lider Necmettin Erbakan’ın memleketi Konya’da gövde gösterisi yapıp hakkında soruşturma başlatıldığı iddialarına sert cevap verdi.” ifadeleri yer almıştır. Tansu Çiller’in Konya mitinginin konu olduğu Haberde Çiller’in başı kapalı dua ederken çekilmiş bir fotoğrafı konularak altına “DYP lideri Çiller, Erzurum’da yaptığı konuşma sırasında ‘Bütün dindarların sahibi benim’ sözleri nedeniyle hakkında soruşturma başlatıldığı iddiaları için, “Bunlar demokrasi düşmanları bunlar millet düşmanları, kendi pişirip kendileri yiyorlar sakın ola bunlara kanmayın” dedi.” satırları yazılmıştır. Haberde Çiller’in dua edilirken çekilmiş görseli ile oluşturulan maneviyata önem verdiği yönündeki lider imajı, “Bütün dindarların sahibi benim” söylemi ile de güçlendirilmiştir.

13 Nisan 1999 tarihli haber “Çiller, rakiplerine yüklendi” başlığıyla çıkmış olup içerikte “Partisince düzenlenen mitinge katılmak üzere Van’a gelen ve halka hitaben bir konuşma yapan DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, Yılmaz ve Ecevit’e meydan okudu” ifadesi tercih edilmiştir. Haberde Tansu Çiller’in seçim otobüsünün üzerinde partililerle el ele tutuşması gösterilirken altına “Sistem değişecek: Van’da coşkulu bir kalabalık tarafından karşılanan DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, mücadelesinin milletin hakkını savunmak için olduğunu söyledi.” satırlarına yer verilmiştir. Haberde Çiller’in ilgi duyulan ve kendine güvenen bir lider olduğu imajı ortaya konulmuştur.

“Çiller: Sizi beraberliğe çağırıyorum” başlığıyla 15 Nisan 1999 tarihinde çıkan haberin alt başlığında “Manisa’da konuşan DYP lideri, ‘Milletin hakkını arıyorum, 18 Nisan’da istikrara oy verin.’ dedi.” ifadelerine yer verilmiştir. Haberde Çiller’in yağmur altında halka hitap ederken çekilen görüntüsü kullanılmıştır. Haberde geçen “Meydana mehter takımı eşliğinde giren Çiller, yağmura rağmen meydanı dolduran binlerce kişiye hitap etti.” sözleri ile Çiller’in ilgi gören ve birleştirici lider imajı ortaya koyulmuştur.

27 Mart 1999’da yayınlanan “Çiller, Özal gibi.” başlıklı haberde “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, Turgut Özal’dan beri görmeye hasret kalınan bir tabloyu tekrar yaşattı. Bahçelievler Yenibosna semtinde kendi seçim bürosunun açılışına katılan Çiller, insanların hafızasında Turgut Özal’ı canlandırdı” ifadesi yer almıştır. Haberde iki fotoğraf kullanılmıştır. İlk fotoğrafta Çiller’in aracın içinden inerken çekilmiş bir fotoğrafı kullanılmış olup yanına “DYP lideri parti binasının açılışına kendi sürdüğü araba ile geldi.” yazılmıştır. İkinci fotoğrafta ise Çiller’in kurdele keserken çekilen bir fotoğrafı kullanılarak altına “Rahmetli Cumhurbaşkanı Özal’ın araba merakı siyasetçi geleneği olarak Çiller ile devam ediyor. Çiller teknolojinin son ürünleri ile donatılmış seçim merkezini törenle hizmete açtı.” sözleri yazılmıştır. Haberde Özal gibi benzetmesi ile eski, özlenen günler hatırlatılarak Çiller’in tıpkı Özal gibi halkın arasına katılan ve araba merakı bulunan bir lider olduğu imajına yer verilmiştir.

31 Mart 1999 tarihinde “Çiller’den tren seferi” başlığıyla yayınlanan haberde “DYP Genel Başkanı, yıllar sonra ilk defa trene binerek Ankara’dan Eskişehir’e gitti. Ankara Garı’nda çok sayıda vatandaş Çiller’e büyük ilgi gösterirken, askerler de elini öptü.” bilgisine yer verilmiştir. Haberde iki fotoğraf kullanılmıştır. İlk fotoğrafta Çiller’in trenin içinden halkı selamladığı görüntü kullanılmıştır. Fotoğrafın altına “Çiller, on yıldan beri hasret kaldığı şeyleri yaptığını, ilk önce arabaya bindiğini, sonra traktör kullandığını, şimdide uzun bir aradan sonra trenle seyahat ettiğini söyledi.” ifadelerine yer verilirken ikinci fotoğrafta Tansu Çiller tren içinde otururken görülmekte olup trende diğer vatandaşların olduğu da görülmektedir. Çiller’in halkın içinde olduğu ve halktan ilgi gördüğü imajı ortaya koyulmaktadır.

16 Nisan 1999 tarihinde Tansu Çiller’in “Çiller: Milletin hakkını yedirtmem.” sözlerinin başlıktan verildiği haberde alt başlık olarak “DYP lideri, milletin hakkını millete vermek için mücadele ettiğini belirterek ‘Milletin cebine uzanan elleri

kıracağım.’ dedi.” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in son mitingi olan İzmir mitinginin konu olduğu haberde Çiller’in seçim otobüsünde halka seslenirken çekilen görüntüsü kullanılmıştır. Haberde geçen “Elinizi vicdanınıza koyun, bu defa ananızı eloğluna muhtaç etmeyin. Yazık bu ananıza yetti artık. Sandığa gittiniz de ya Türkiye’nin ilk kadın Başbakanına sahip çıkacaksınız ya da kartelin adayı Ecevit ve Yılmaz’a oy vereceksiniz.” Tansu Çiller’in Ana imajını birçok defa vurguladığı konuşmasına yer verilerek, bu imaj oluşturulmuştur.

Olumsuz Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Türkiye gazetesinde olumsuz tema içerisinde yer alan “Sözleri Güven Vermeyen” ve “Başarısız” kategorileri kapsamına giren 1’er haber yayınlanmıştır. “Sözleri Güven Vermeyen” kategorisi İmam hatiplerle ilgili sözlerinin ve Fazilet Partisine yönelik eleştirilerinin konu olduğu haber, “Başarısız” kategorisi ise seçim sonucunun yayınlandığı haber çerçevesinde oluşturulmuştur.

1 Nisan 1999 tarihli “Çiller Elazığ’da konuştu; Statükoculara hesap sorun” başlıklı haberde alt başlık olarak “DYP lideri, ‘Sandığa gidince dikkatli olun, Hakkınızı yok edenlerden hesap sorun. Sandığa sahip çıkın. Sakın ola ki, inanmışların hakkını yok edenlere statükoculara oy vermeyin.’ dedi.” ifadelerine yer verilmiştir. Haberde iki fotoğraf kullanılmıştır. İlk fotoğrafta Tansu Çiller’in seçim meydanında konuşması yer alırken ikinci fotoğrafta Tansu Çiller’in seçim otobüsü görülmekte ve altında “Elazığ’da tatsız olay: Tansu Çiller’in Elazığ gezisinde tatsız olaylar yaşandı. Çiller’in içinde bulunduğu seçim otobüsü, Mehmet Ağar’ın seçim bürosunun önünden geçtiği sırada tacize uğrarken otobüs bazı kişiler tarafından yumruklandı. Olaylar emniyet görevlilerinin araya girmesi ile güçlkle yatıştırıldı.” ifadelerine yer verilmektedir. Haberde Çiller’in hesap soran cesur ve saldırıya uğrayan mağdur bir lider olduğu imajı verilirken aynı zamanda da “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller 55. Hükümetin Kur’an kursları ve İmam Hatipleri kapattığını başörtüsü ile uğraştığını ileri sürerek ‘Bütün bu özgürlükleri kazandıran Kırat, yine şaha kalkıp, özgürlüklerinize sahip çıkacak ve okullarımızı açacak.’ dedi.” ifadeleri ile sözlerinin teyit edilmesi gerektiğini düşündürmektedir.

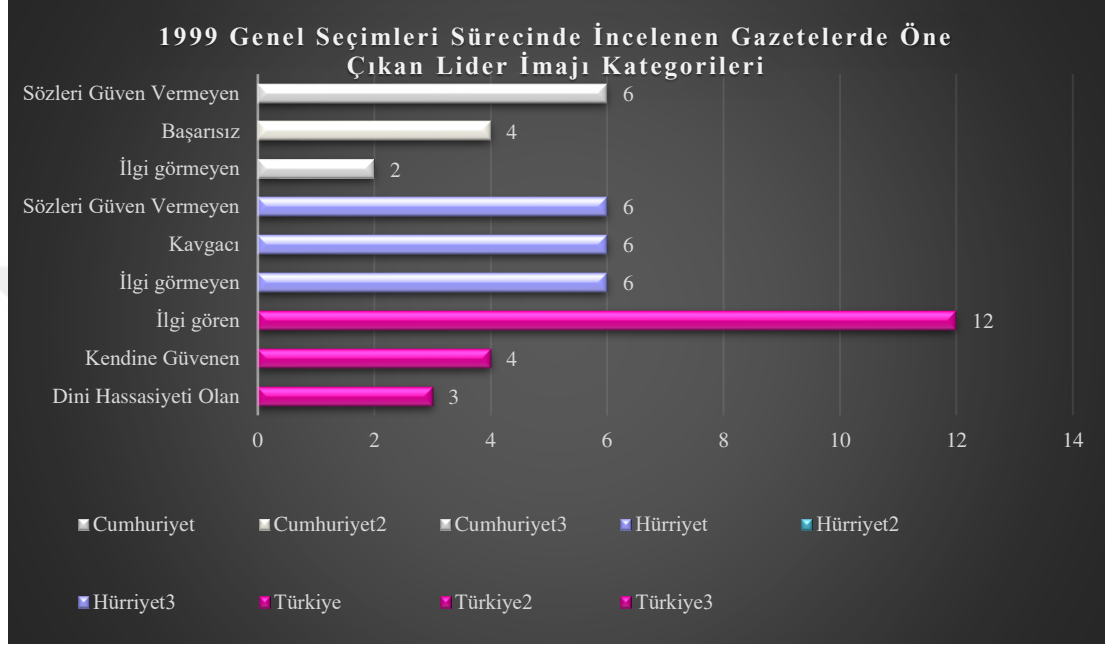
2 Nisan tarihinde “Deccallerden hesap sorun” başlıklı haberde “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, Demokrat Parti’nin kazandığı tüm özgürlük ve hakların, Ecevit-Yılmaz hükümeti döneminde yok edildiğini, dindar kesimin ise en fazla Fazilet

partisi sebebiyle zarar gördüğünü iddia etti.” ifadeleri alt başlık olarak kullanılmıştır. Tansu Çiller’in Kastamonu mitinginin konu olduğu haberde Tansu Çiller’in seçim otobüsünün üzerinde halka seslenirken çekilen fotoğrafı kullanılmış olup altına “DYP lideri DSP, ANAP ve FP’yi suçlayarak, ‘Sandıkta bu deccallerin cevabını verin, oyunuzu dikkatli kullanın.’ dedi.” satırları düşülmüştür. Haberde Çiller’in suçlayıcı bir lider olduğu ve sözlerinin teyit edilmesi gerektiği imajı oluşturulmuştur.

Seçim sonuçlarının verildiği haber başarısız lider imajını ortaya koymuştur. 19 Nisan 1999 tarihinde seçim sonuçları “Merkez sağda deprem” başlıklı haberde verilmiştir. Haberin alt başlığında “ANAP, FP ve DYP seçimde beklenen başarıyı gösteremedi.” ifadelerine yer verilmiştir. Haberde Çiller’in oy kullanırken çekilmiş fotoğrafı kullanılarak altına “umduğunu bulamadı” yazılmıştır. Haberde “Başarısız” lider kategorisi ön plana çıkarılmıştır.

1999 genel seçimlerine giden süreçte Tansu Çiller’in politikalarını ve söylemlerini etkileyen olaylar yaşanmıştır. Bu olayların başında ortağı olduğu koalisyon hükümetinin 28 Şubat 1997 yılında yapılan Milli Güvenlik Kurulu’nda iktidardan askeri müdahale ile el çektilmesi olmuştur. Tarihe post-modern darbe olarak geçen süreçte Refahiyol hükümeti düşürülürken, Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel tarafından başbakanlık görevinin kendisine verilmesini bekleyen Tansu Çiller umduğunu bulamamış ve muhalefete itilmiştir. Dönemin bir diğer dikkat çeken gelişmesi ise Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin sahibi Aydın Doğan ile Tansu Çiller’in, NTV ve Kanal 6 da tartışması olmuştur. Tartışma NTV spikeri Murat Birsnel’in Tansu Çiller’e “Sizin hakkınızda Erzurum savcısı soruşturma başlatmış.” demesi üzerine başlamıştır. Tansu Çiller bu ihbarı Milliyet gazetesinin yaptığını iddia edince Aydın Doğan yayına bağlanmış ve ikili arasında tartışma yaşanmıştır. Aydın Doğan’ın konuşmanın bir yerinde gelecek seçimlerde göreceksiniz demesi sosyolojik olarak Türk siyaseti ve Türkiye’nin durumunu özetler niteliktedir. Dönemin son gelişmesi ve ülkeyi erken seçime götüren olay ise 15 Şubat 1999 günü yaşandı. Terör örgütü PKK’nin kurucusu terörist başı Abdullah Öcalan Nairobi de bordo bereliler tarafından yakalandı. Bu gelişmeyi siyasal olarak bir kazanca dönüştürmek isteyen başbakan Bülent Ecevit erken genel seçime gitme kararı almış ve 1999 seçimlerine Laiklik – Milliyetçilik ekseninde girilmiştir.

Bu süreçte Hürriyet gazetesi Tansu Çiller ile ilgili sadece 1 tane olumlu haber vermiştir. Bu durumun oluşmasında az önce bahsedilen tartışmanın etkisinin de olduğun düşünülmektedir. Türkiye gazetesi ile Cumhuriyet gazetesinde ise geçmiş yıllara göre bir değişme olmadığı görülmektedir. Lider imajının hangi kategoriler çerçevesinde oluşturulduğu ise aşağıda yer alan grafikte verilmektedir.



Grafik 3.21. 1999 Yılı Gazetelerin Karşılaştırmalı Lider İmajı Grafiği

Cumhuriyet gazetesi Tansu Çiller imajını geçmişe yönelik 5 Nisan kararları ve 28 Şubat sürecinde yaşanan gelişmeleri yayınlarak oluşturmuştur. Bunun yayında seçim meydanlarının boş kalması da gazete de sıkça değinilen bir diğer konudur. Hürriyet gazetesi ise Tansu Çiller’in lider imajını diğer siyasi parti liderlerinin söylemleri üzerinden inşa etmiştir. Hürriyet gazetesinde 4 Nisan 1999 tarihinde çıkan ve Manisa Milletvekili Tevfik Diker’in, Tansu Çiller’i, genelkurmay başkanına şikayet ettiğini belirten haber dönemin sosyolojik koşullarını anlamak için önemlidir. Hürriyet gazetesinin oluşturduğu Tansu Çiller imajındaki dönüşüm 1993 döneminden bu döneme kadar geçen sürede Franz Kafka’nın “Dönüşüm” kitabının ana karakteri “Gregor Samsa”nın dönüşümünden farksız bir seyir izlemektedir. Türkiye gazetesi ise Hürriyet gazetesinin tersine haberlerini Tansu Çiller’in söylemleri üzerine inşa ederken, mitinglerinde de yoğun kalabalık olduğunu, Çiller’in halk tarafından ilgi ile karşılandığına yer vermiştir. Hürriyet gazetesinin 1993 yılında kullandığı “Özal gibi geliyor” söylemini Türkiye gazetesi bu dönemde haberlerine taşımıştır. Tansu

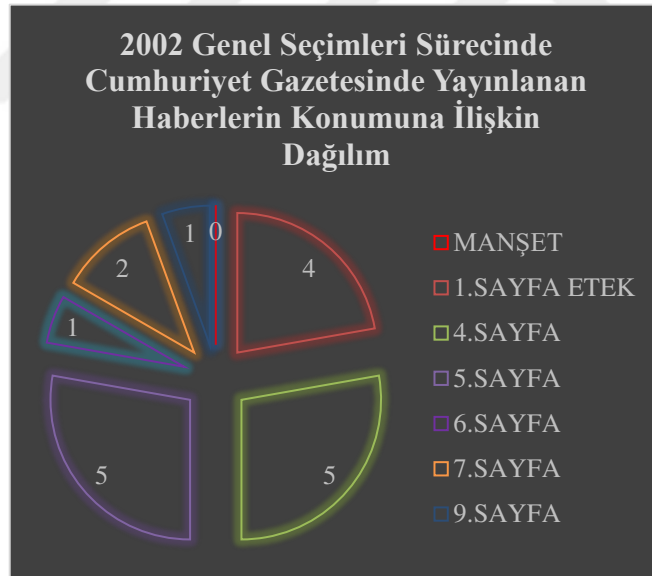
Çiller'in başbakan olarak katılmadığı ilk seçim olan 1999 genel seçimleri sürecinde, Tansu Çiller'in lider imajına bir önceki dönemlere göre verilen önemde azalmanın yaşanması 3 gazetenin de ortak tutumudur. 1993 güven oylaması sürecinde ve 1995 genel seçimlerine başbakan olarak giren Tansu Çiller'in lider imajına yönelik haberler sürekli manşetten verilirken bu dönemde zaman zaman birinci sayfada bile yer almamıştır.

3.4. 2002 Genel Seçimleri

3 Kasım 2002 genel seçimlerinin incelendiği bu bölümde 5 Ekim 2002 tarihinden başlamaktadır.

3.4.1. Cumhuriyet Gazetesinde Tansu Çiller'e Yönelik Lider İmajının Analizi

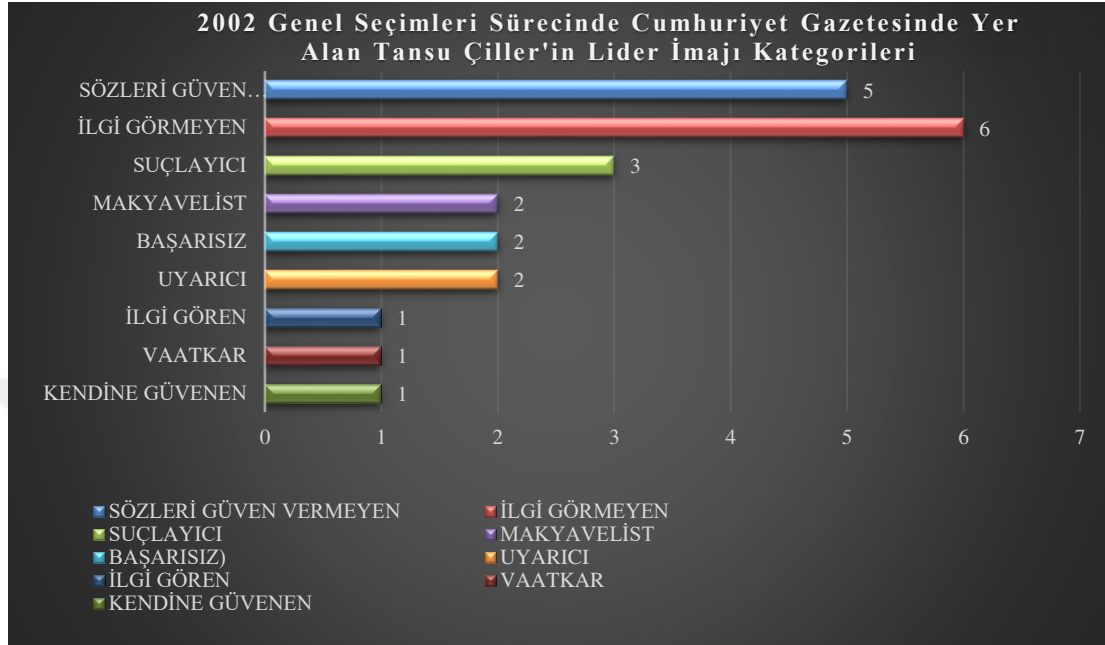
Cumhuriyet Gazetesinin 2002 genel seçimlerinde de 1999 seçimlerinde olduğu gibi Tansu Çiller haberlerine manşette yer vermediği 1. Sayfada ise nispeten daha az yer verdiği görülmektedir.



Grafik 3.22. 2002 Genel Seçimleri sürecinde Cumhuriyet Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.

5 Ekim 2002 ile 3 Kasım 2002 tarihleri arasında Cumhuriyet gazetesinde yayınlanan 18 haberden 4 haberin 1. sayfadan, 5 haberin 4. sayfadan, 5 haberin 5. sayfadan, 1 haberin 6. sayfadan, 2 haberin 7. Sayfadan ve 1 haberin 9. sayfadan verildiği görülmektedir. Cumhuriyet gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajına verdiği

önemin giderek azaldığı görülmektedir. Cumhuriyet gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajını hangi kategoriler üzerine inşa ettiğine bakıldığında ise aşağıda yer alan grafik görülmektedir.



Grafik 3.23. 2002 Genel Seçimleri sürecinde Cumhuriyet Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri

Cumhuriyet gazetesinin 3 Kasım 2002 tarihinden başlayan süreçte yayınladığı haberlerinde, Tansu Çiller'in lider İmajına yönelik iki tema üzerinden 9 kategori görülmektedir. Olumlu temaya ait “Kendine Güvenen:1 (%4,3), Vaatkar:1 (%4,3), İlgi Gören:1 (%4,3), Uyarıcı:2 (%8,6)” kategorileri kapsamına giren haberler yayınlanırken; olumsuz temaya ait “Sözleri Güven Vermeyen:5 (%21,7), İlgi Görmeyen:6 (%26), Suçlayıcı:3 (%13), Makyavelist:2 (%8,6), Başarısız:2 (%8,6)” kategorilerinde yer alan haberler yayınlanmıştır. Bu çerçevede 4 defa olumlu temaya ait kategorilere atıfta bulunulurken 5 defa olumsuz temaya ait kategorilere atıfta bulunularak olumsuz lider imajının oluşturulduğu görülmektedir.

Olumsuz Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Cumhuriyet gazetesinde olumsuz tema kapsamında yer alan 5 kategori bulunmaktadır. “Sözleri Güven Vermeyen” kategorisi kapsamına giren 5 haber ve “İlgi Görmeyen” kategorisine giren 6 haber yayınlanmıştır. Bu verilerden hareketle Cumhuriyet gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajını “İlgi Görmeyen” ve “Sözleri

Güven Vermeyen” kategorileri üzerine inşa ettiği görülmektedir. Süreç boyunca “İlgi Görmeyen” kategorisine giren ve Tansu Çiller’in miting yaptığı alanların boş olduğu gösteren haberler ve “Sözleri Güven Vermeyen” kategorisine giren ve Tansu Çiller’in yaptığı mitinglerde söylediği sözlerin doğru olmadığını vurgulayan haberler yayınlanmıştır. Tespit edilen kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

2002 Genel Seçim mitinglerinde Tansu Çiller’in seçim mitinglerini katılan insan sayısının azlığını ifade eden haberleri kapsayan “İlgi Görmeyen” kategorisi ile söylediği sözlerin teyit edilmeye muhtaç olduğu yönündeki haberleri kapsayan “Sözleri Güven Vermeyen” kategorisindeki haberler imajı oluşturma sürecinde ilk sıralarda yer almıştır.

5 Ekim 2002 tarihi haber “DYP Genel Başkanı Çiller, Ege gezisinde CHP’ye ve Derviş’e yüklendi” başlığı ile yayınlanmış ve alt başlık olarak “Kurtuluş IMF kumandanıyla olmaz” sözlerine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in İzmir gezisinin konu olduğu haberde yer verilen “İzmir’de umduğunu bulamayan Çiller’e üretici yörelerinde de ilgi azdı.” cümleleri ile Çiller’e duyulan ilginin azlığı ortaya koyulurken bununla birlikte Çiller ile bir vatandaş arasında yaşanan şu diyalog ile de “Çiller’in sorusuna üreticilerden Serpil Karaca şu cevabı verdi; ‘Hepiniz aynısınız, değişen bir şey yok, ne kadar zararımız olduğunu bilmiyorsunuz.’ dedi. Bu yanıt sonrası DYP liderinin morali bozuldu.” Çiller’in tepki çeken bir lider olduğu imajı oluşturulmuştur.

6 Ekim 2002 tarihli haber “Koalisyon düşünmüyor.” başlığı ile yayınlanmış olup “Çiller CHP’den de vazgeçti” ifadesi alt başlık olarak kullanılmıştır. Tansu Çiller’in İzmir Aliğa’daki ziyaretinin konu olduğu haberde yer alan “DYP lideri Çiller Aliğa’da CHP ilçe örgütü binasında gençlerin sırtını dönerek protesto ettiği konuşmasında; ‘Sağa bakıyorsun başbakanı olmayan bir ekol ne olacağı belli değil sola bakıyorsunuz Türkiye’yi buraya getiren dördüncü ekol orada Derviş orada.’ dedi.” satırları ile Çiller’in tepki çeken, protesto edilen bir lider olduğu imajı oluşturulmuştur.

10 Ekim 2002’de “Hırçın görüntü verme korkusu toplu açık oturum programlarından uzak tutuyor.” başlığıyla çıkan haberin alt başlığında “Liderler tartışmaktan kaçıyor.” ifadesi tercih edilmiştir. Haberde yer alan “Tüm liderleri televizyonda bir açık oturuma davet ederek meydan okuyan DYP lideri Çiller,

Erdoğan'ı 'Başbakan olamayacağı' gerekçesiyle 'muhatap almadığını' açıkladı." sözleri ile Çiller'in sözleri güven vermeyen lider imajı ortaya koyulmuştur.

18 Ekim 2002 tarihli haber "Çiller seçim bölgesi Muğla'da da vaatlerinin ucunu kaçırdı: Dünya böyle hizmet görmeyecek." başlığı ile verilerek alt başlıkta "Baba ocağı Milas'ta cılız bir topluluk tarafından karşılanan DYP Genel Başkanı ve Muğla Milletvekili aday Tansu Çiller, haftalık pazarın kurulduğu Muğla'da 4 bin kişiye ulaşan bir kitleye seslendi." ifadelerini yayınlamıştır. Haberde Çiller'in seçim otobüsünün üzerinden halka seslenirken çekilen bir fotoğrafı kullanılarak altına "DYP lideri Tansu Çiller Muğla'da 4 bin kişilik bir gruba seslendi." yazılmıştır. Haberde yer verilen "Baba ocağı Milas'ta cılız bir topluluk tarafından karşılanan DYP Genel Başkanı ve Muğla milletvekili aday Tansu Çiller" ifadesi ile Çiller'in ilgi görmeyen bir lider olduğu imajı ortaya koyulurken "vaatlerinin ucunu kaçırdı" söylemi ile de sözlerinin gerçekleşme ihtimalinin kuşkulu olduğuna yönelik lider olduğu imajı oluşturulmuştur.

21 Ekim 2002 tarihli haber Tansu Çiller'in "Çiller: Baykal benden korkuyor." ifadesi ile yayınlanmış olup alt başlıkta "Hatay'da CHP'ye yüklenen DYP Genel Başkanı Çiller, 'Baykal benimle programa çıkacağını söyledi. Bilgisayarımı gönderdim, baktım ki gelmiyor. Baykal benden değil bilgisayarımın korkuyor. Dün söylediği bugününü tutmuyor. Baykal maskeli, bir bakıyorsunuz ki Derviş.' dedi." sözlerine yer verilmiştir. Tansu Çiller'in Hatay mitinginin konu olduğu haberde miting alanı gösterilerek altına "Tansu Çiller'in Hatay mitingi sönük geçti." ifadesi kullanılarak seçim mitingine katılımın az olduğu vurgulanmıştır.

22 Ekim 2002 tarihli haber "Çiller'in illerinden aday olmasına tepki gösteren Muğlalılar, 'Bugüne kadar neredeydi' diyor" başlığı ile çıkmıştır. Haberde elinde "Hindiye kadar ne ediverdiler de bundan sonra..." yazılı bir pankart taşıyan bir çizim fotoğrafı olarak kullanılmıştır. Haberde Tansu Çiller'in kendi bölgesinde istenmeyen kişi olduğu imajı hem başlık hem fotoğraf ile ortaya koyulurken içerikte verilen "DYP barajı geçerse bölgeden iki vekil çıkaracak." ifadesi ile Tansu Çiller'in halktan destek görmeyen, seçim barajına takılan bir lider olduğu imajı da ortaya koyulmuştur.

2002 Genel Seçimlerinde Tansu Çiller'in makyavelist olduğu imajı da iki haberde ortaya koyulmuştur. 13 Ekim 2002 tarihli haber "Çiller, Özal misyonuna sarıldı." başlığı ile çıkmış olup alt başlıkta "DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, partisini

‘milliyetçiliğin kalesi’ ve ‘Özal misyonunun devamı’ olarak niteledi.” sözlerine yer verilmiştir. Haberde Çiller’in milliyetçiliğin kalesi olduğu söylemi üç defa tekrar edilerek bu imaj öne çıkarılmakla birlikte Özal misyonuna sarıldı ifadesi makyavelist bir lider olduğu imajını da vermektedir. Ayrıca miting sonunda Çiller’in “Sizi Allah’a emanet ediyorum demek yerine Allah’ı size emanet ediyorum.” demesi dil sürçmesi olarak nitelendirilmiştir. Oysaki bugüne kadar bu nevi hataları gaf olarak okurlarına duyuran gazetenin ifade biçimindeki değişimde dikkat çekicidir.

17 Ekim tarihinde Tansu Çiller’in “Milliyetçiliğin Kalesiyiz” söylemini başlık olarak kullanan gazete alt başlık olarak “Çiller’in gözü MHP oylarında” ifadesine yer vermiştir. Haberde verilen “PKK ile mücadeleyi kendisinin başlattığını öne süren DYP Genel Başkanı Tansu Çiller” ifadesi ile sözleri güven vermeyen, teyit edilmeye muhtaç lider imajı ortaya koyulurken, “gözü MHP oylarında” ifadesi ile makyavelist bir lider olduğu imajı ortaya koyulmuştur.

Cumhuriyet gazetesinin Çiller’e yönelik imajında yaşanan yumuşamada AK partiye karşı söylemlerinin etkisi olduğu düşünülmektedir. Zira Çiller’in uyarıcı olarak olumlu betimlendiği haberlerin tümünde Tansu Çiller Adalet ve Kalkınma Partisine karşı bir uyarıcı pozisyonundadır.

26 Ekim 2002 tarihli haber “DYP lideri seçmenleri AKP konusunda uyardı.” başlığıyla çıkmış ve alt başlık olarak Tansu Çiller’in “Çiller: 4 Kasım’da Tayyip yok” beyanı verilmiştir. Haberde Çiller’in seçmenleri sanki bir tehlikeye karşı koruyan kollayan bir lider olduğunu düşündüren “AKP konusunda uyardı” ifadesi ile Tansu Çiller’in tehlike karşısında uyarıcı bir lider olduğu imajına yer verilmiştir.

28 Ekim 2002 tarihli haber “AKP uzay liginde” başlığıyla çıkmış ve alt başlık olarak “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, Yozgat’ta AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın “süper ligde değil uzay liginde olduğunu” öne sürdü” ifadeleri ile yayınlanmıştır. Haberde verilen “Çiller hükümet ortaklarına yüklendi.” ifadesi ile Çiller’in kavgacı bir lider olduğu imajı ortaya koyulmuştur.

Seçim sonucunun açıklandığı haber başarısız lider imajını ortaya koymaktadır.

4 Kasım 2002 tarihinde seçim sonucunu açıklayan haber “Genel Merkezi Terk Ettiler” başlığı ile çıkmış olup alt başlıkta “DYP’de yetkili kalmadı.” ifadelerine yer verilmiştir. Haberde Çiller’in başarısız bir lider olduğu imajı ortaya koyulmuştur.

Olumlu Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

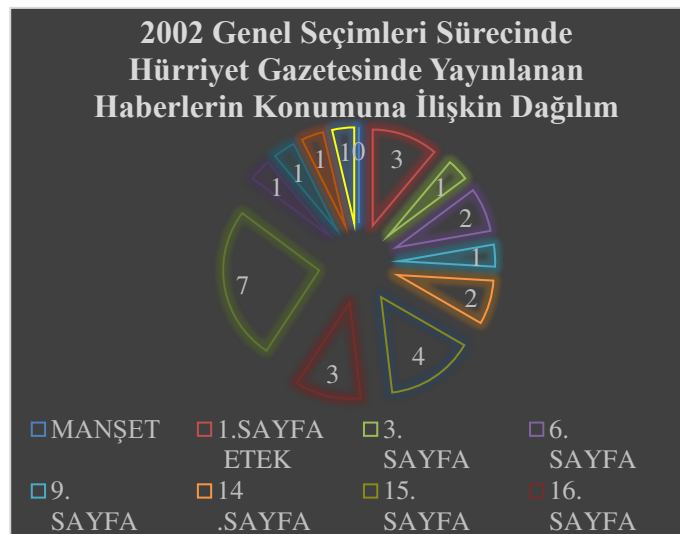
Cumhuriyet gazetesinde olumlu tema kapsamında yer alan 4 kategori bulunmaktadır. “Uyarıcı” kategorisi kapsamına giren 2 haber yayınlanmıştır. Cumhuriyet gazetesinin 1995 ve 1999 genel seçim sürecindeki olumsuz tutumunda bir yumuşama olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır

29 Ekim 2002 tarihli haber “Çiller: CHP ve AKP işbirliği hazırlığında” başlığı ile çıkmış olup “DYP Genel Başkanı: Tansu Çiller, Bergama mitinginde moral buldu.” alt başlık olarak kullanılmıştır. Haberde Tansu Çiller’in ilgi duyulan bir lider olduğu imajı ortaya koyulmuştur.

31 Ekim tarihli haber “Malatya’da konuşan DYP Genel Başkanı Çiller, Sezer’e destek verdi: Erdoğan başbakan seçemez” başlığı ile çıkmıştır ve alt başlık olarak “Çiller, AKP lideri Recep Tayyip Erdoğan’a yüklenirken ‘Maceraya oy vermeyin mağdursa ülke mağdur. Seçilemeyen birisi bana başbakan getiremez, diye cumhurbaşkanı ilan etti.’ dedi.” ifadelerine yer vermiştir. Haberde Tansu Çiller’in uyarıcı yönü açık bir şekilde kendini göstermektedir.

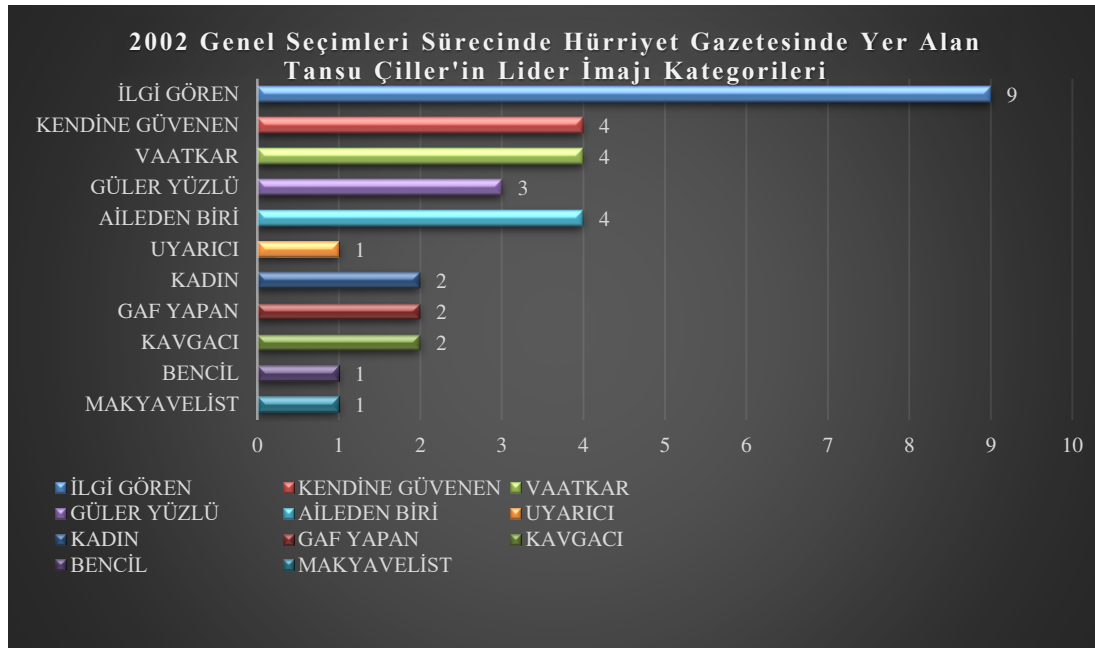
3.4.2. Hürriyet Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi

2002 genel seçimlerine giden süreçte Hürriyet gazetesinin Tansu Çiller’in lider imajına yönelik haberleri yine manşetten vermediği görülmektedir.



Grafik 3.24. 2002 Genel Seçimleri sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.

Gazetede yayınlanan 27 haberden 3 haber 1. sayfadan, 1 haber 3. sayfadan, 2 haber 6. sayfadan, 1 haber 9. sayfadan, 2 haber 14. sayfadan, 4 haber 15. Sayfadan, 3 haber 16.sayfadan, 7 haber 17.sayfadan, 1 haber 18. Sayfadan, 1 haber 19.sayfadan, 1 haber 20.sayfadan ve 1 haber 21.sayfadan verilmiştir. 1999 yılında oluşan heterojen tablonun bir adım ötesine giderek neredeyse son sayfada dahil verilen Çiller haberleri, Tansu Çiller'in lider imajına verilen önemli azalmanın devam ettiğini göstermektedir. Hürriyet gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajını hangi kategoriler üzerine inşa ettiğine bakıldığında ise aşağıda yer alan grafik görülmektedir.



Grafik 3.25. 2002 Genel Seçimleri sürecinde Hürriyet Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri

Hürriyet gazetesinin 3 Kasım 2002 tarihinden başlayan süreçte yayınladığı haberlerinde, Tansu Çiller'in lider imajına yönelik iki tema üzerinden 11 kategori görülmektedir. Olumlu temaya ait “İlgi Gören:9 (%27), Kendine Güvenen:4 (%12), Vaatkar:4 (%12), Güler Yüzlü:3 (%9), Aileden Biri:4 (%12) , Uyarıcı:1 (%3), Kadın:2 (%6),” kategorileri verilirken; Olumsuz temaya ait “Gaf Yapan:2 (%6), Kavgacı:2 (%6), Bencil:1 (%3), Makyavelist:1 (%3)” kategorileri verilmiştir. Bu çerçevede 7 defa olumlu temaya ait kategorilerde yer alan haberler yayınlanırken, 4 defa olumsuz temaya ait kategorilerde bulunan haberler yayınlanmıştır. 1995 ve 1999 Genel Seçimlerinde oluşturduğu lider imajının aksi yönünde bir pozisyon alan gazete olumlu temada yer alan kategorilere ağırlık vermiştir. Hürriyet gazetesi Tansu Çiller'in lider

imajını yine mitinglerine katılan insan sayısı ve bu mitinglerde yaptığı konuşmalar üzerinden yayınlamaktadır. Tansu Çiller'in ilgi gören coşku ile karşılanan bir lider olduğuna sıkça değinmiştir. Hürriyet gazetesi de Cumhuriyet gazetesi gibi Tansu Çiller'in AKP'yi eleştirmesini olumlu olarak karşılamış, seçime günler kala verdiği haberlerde Çiller'in "Aileden Biri" olduğu kategorisine giren haberlerde vurgulanmıştır.

Olumlu Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Hürriyet gazetesinde olumlu tema kapsamında yer alan 7 kategori bulunmaktadır. "İlgi Gören" kategorisi kapsamına giren 9 haber, "Kendine Güvenen" kategorisi içerisinde yer alan 4 haber yayınlanmıştır. Bu verilerden hareketle Hürriyet gazetesinin oluşturduğu lider imajında, "İlgi Gören" ve "Kendine Güvenen" kategorilerini ön plana çıkarttığı ve lider imajını bu kategoriler çerçevesinde inşa ettiği görülmektedir. Tespit edilen kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

7 Ekim 2002 tarihinde "99'da Ecevit'e giden oyları geri istiyorum" başlığı ile yayınlanan haberde "DYP Lideri Tansu Çiller, partisinin dün Eskişehir'deki mitinginde seçmenden DYP'yi tek başına iktidara getirmesini istedi." alt başlığı kullanılmıştır. Haberin içeriğinde yer verilen "Çiller, Anadolu Üniversitesi havaalanında yüzlerce sayılık araç konvoyu ile karşılandı." söylemi ile Çiller'in ilgi duyulan bir lider olduğu imajı görülmektedir.

3 Ekim 2002 tarihli Tansu Çiller'in bir grup gazeteci ile yaptığı röportajın haberi "Tayyip yeşil elmanın yarısı" başlığı ile verilmiş ve alt başlık olarak "DYP Lideri Çiller, AKP ile koalisyon kurmayacağını, kafasındaki ortağın CHP olduğunu açıkladı ve 'CHP ile geçmişte bir sinerji yarattık' dedi." ifadelerine yer verilmiştir. Haberde Tansu Çiller'in gazeteciler Ertuğrul Özkök, Oktay Ekşi, Tufan Türeñç, Pakize Suda, Latif Demirci ve Hakan Akpınar ile yaptığı sabah kahvaltısını fotoğrafı kullanılmış olup görselde Çiller'in gazetecilere laptop ekranından bir şey gösterirken çekilmiş görüntüsü kullanılmıştır. Başlık olarak kullanılan ve Çiller'in ifadesi olan "Yeşil Elma" benzetmesi ile kapatılan Saadet partisine atıfta bulunularak "uyarı" da bulunulmuştur. Haberin içeriğinde yer verilen ve alt başlık olarak da kullanılan "Her mahallede 100 trilyoner olacak." söylemi Çiller'in halkı kalkındırarak vaatlerinin olduğunu vurgulanmıştır.

4 Ekim 2002 tarihinde yayınlanan ve Tansu Çiller'in İzmir mitinginin konu olduğu haber "AKP'yle koalisyon yerine tekrar seçim" söylemi üzerinden verilmiştir. Haberin alt başlığında "DYP Lideri Tansu Çiller, 4 Kasım sabahında da AKP ile koalisyon yapmak yerine tekrar seçim istemeyi tercih edeceklerini söyledi." ifadelerine yer verilmiştir. Haberde Çiller'in önceki söylemleri ile tutarlı bir lider olduğu imajı ortaya koyulmuştur.

8 Ekim 2002 tarihinde "Telefon çalıyor, Çiller oy istiyor" başlığı ile yayınlanan haberde alt başlık olarak "DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, aday olduğu Muğla'da 220 bin Türk Telekom abonesinden telefonla oy istiyor." ifadelerine yer verilmiştir. Haberde Çiller'in telefon teknolojisinden faydalandığı vurgulanırken aynı zamanda haberin içeriğinde yer verilen "Çiller Muğla'ya hizmet akıtmayı vaat ediyor." söylemi ile de vaatkar lider imajına yer verilmiştir.

Aynı gün yayınlanan "Meydan okudu" başlığı ile yayınlanan haberde alt başlık olarak "Mitinglere dün Aksaray, Karaman ve Nevşehir'de devam eden Çiller, 'Baykal'ı, Erdoğan'ı milletin önünde açık oturuma davet ediyorum. Ama benim bu davetimden kaçıyorlar. Ancak siyaset korkakların işi değildir. Geçsinler karşımıza.' dedi." ifadelerine yer vermiştir. Haberde Çiller'in aynı günde farklı illerde birçok mitinge katıldığı belirtilerek yoğun bir lider olduğu imajı ortaya koyulurken meydan okudu başlığı ile de kendine güvenen lider imajı verilmiştir.

10 Ekim 2002 tarihinde "Paralar bankaları boşaltanlara gitti" başlığı ile yayınlanan haberde "DYP Genel Başkanı Çiller, CHP Lideri Deniz Baykal, AKP Lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın Bözüyük'te batık banka patronları ile bir araya gelmesini 'Bunu, millet görüyor, millet bunlar hakkında karar verecek.' diye değerlendirdi" ifadelerine de yer verilmiştir. Haberde Tansu Çiller'in halkı selamlarken çekilen fotoğrafı kullanılmış olup altına da "Beyaz giyen Çiller, boynuna attığı kırmızı beyaz atkısıyla çok şıktı." sözleri yazılmıştır. Haberde Çiller'in şık ve eleştirel bir lider olduğu imajı ortaya koyulmuştur.

Tansu Çiller'in Çanakkale mitinginin konu olduğu 14 Ekim tarihli haber "Çiftçimizi bu hale düşürenler utansın" başlığı ile verilerek alt başlıkta "DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, Çanakkale'de vatandaşların sevgi gösterisiyle karşılandı." ifadelerine yer verilmiştir. Haberde Çiller'in seçim otobüsü üzerinden halkla selamlaştığı görüntüler kullanılmıştır. Haberde gerek kullanılan görüntü gerekse yer

verilen ifadeler üzerinden Çiller'in mitinglerine katılımın yoğun olduğu ve seçmenlerin kendisini desteklediği imajı oluşturulmuştur.

11 Ekim tarihinde gazetede yer alan “İhtiyaç molası” başlıklı haberde “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller'in önceki günkü mitingine katılmak üzere Trakya'nın dört bir yanından partililer otobüs, minibüs ve özel otomobillerle Edirne'ye akın etti.” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller'in Edirne mitinginin konu olduğu haber on yedinci sayfadan verilmiştir. Haberde araç konvoyu ve ihtiyaç gidermek için aracını kenara çeken vatandaşların fotoğrafı kullanılmıştır. Çiller'in mitinglerine katılımın yoğun olduğu ve seçmenlerin kendisini desteklediği imajı oluşturulmuştur.

15 Ekim tarihinde “Ev kadınlarına sigorta vaadi” başlığı ile çıkan haberde “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, dünkü Karabük, Devrek ve Düzce mitinglerinde, DSP Lideri ve Başbakan Bülent Ecevit'e giden oylara talip olduğunu söyledi” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller'in Karabük mitinginin konu olduğu haber on yedinci sayfadan verilmiştir. Haberde Çiller'in Karabük adayı Fatma Şirin ile birlikte halkı güler yüzlü bir şekilde selamlarken çekilen fotoğrafı kullanılmıştır. Haberde Çiller'in güler yüzlü ve vaatkar bir lider olduğu imajı ortaya koyulmuştur.

17 Ekim tarihli “İnat uğruna Tayyip'e oy verme” başlıklı haber “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, anketlerde birinci parti olarak gösterilen AKP'nin Genel Başkanı Tayyip Erdoğan'ı eleştirirken, bir yandan da seçmene ‘Bir inat uğruna Tayyip Erdoğan'a oy verme’ çağrısı yaptı.” ifadeleri ile devam etmiştir. Haberde Tansu Çiller'in halkı uyaran lider imajının yanı sıra “Çiller'i Çankırı'da coşkulu bir kalabalık karşıladı.” sözleri ile de Çiller'in mitinglerine katılımın yoğun olduğu lider imajı oluşturulmuştur.

“Müzikal taciz” başlığı ile yayınlanan 19 Ekim tarihli haberde “Çiller Ereğli'de tam konuşacakken, şehir turu atan AKP otobüsü müziğin sesini sonuna kadar açtı. DYP otobüsü de aynı şekilde karşılık verdi. Bir müddet sonra Çiller yine tam konuşacakken AKP otobüsünden yine aynı şekilde müzik yükselince DYP'liler kızdı” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller'in konuşmasının engellenmeye çalışılması ona mağdur imajı oluştururken aynı zamanda haberde geçen “Çiller Zonguldak'ta moral buldu, Çiller'i coşkulu ve heyecanlı bir kalabalık karşıladı.” sözleri ile Çiller'in mitinglerine katılımın yoğun olduğu ve seçmenlerin kendisini desteklediği imajı oluşturulmuştur.

“Özal’a 8 yıl verdiniz 2 yıl da ananıza verin” başlığı çıkan 21 Ekim tarihli haberde Tansu Çiller’in “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, tek başına iktidar olmak istediklerini belirterek, ‘8 yıl Özal’a oy verdiniz, onun iki yılını ananıza verin Türkiye şahlansın.’ dedi.” sözleri verilmiştir. Haberde Çiller’e pamuk üreticilerinin pamuk vermesi ve 5 bin kişilik bir kalabalığa seslenmesi ayrıntısı ile Çiller’in mitinglerine katılımın yoğun olduğu ve seçmenlerin kendisini desteklediği imajı oluşturulmuştur. “2 yılda ananıza oy verin” söyleminin vurgulanması ile Çiller ile seçmen arasındaki yakınlığın pekiştirilmesi istenmiştir.

22 Ekim 2002 tarihinde yayınlanan “Çiller’i istemediler” başlıklı haberin içeriğinde “CHP lideri Baykal ile AKP lideri Erdoğan, Kanal D’de canlı yayına çıkıp, kozlarını paylaşacak. Uğur Dündar’ın ‘Seçim Arena’sında’ buluşacak olan liderler, programa Çiller’in katılmasını istemedi.” ifadelerine yer verilirken aynı gün çıkan “Bilgisayarımdan bile korkuyorlar” başlıklı haberde “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, dün Samsun, Ordu ve Giresun’da yaptığı konuşmalarda AKP lideri Recep Tayyip Erdoğan ile CHP lideri Deniz Baykal’ı yine açık oturuma davet etti” sözlerine yer verilmiştir. İki haberi birlikte incelediğimizde Tansu Çiller’in diğer liderler tarafından kendinden çekinilen yoğun ve kendine güvenen bir lider olduğu imajı oluşturulmuştur.

26 Ekim 2002 tarihinde yayınlanan “Babanın Oyu Kızına” başlıklı haber “Eski TBMM Başkanı Hüsamettin Cindoruk, seçimdeki tercihi sır gibi saklanan 9. Cumhurbaşkanı Demirel’in oyunu DYP’ye vereceğini açıkladı.” ayrıntısına yer vermiştir. Haberde Tansu Çiller ile Süleyman Demirel’in yan yana olduğu fotoğraf kullanılmıştır. “Babanın oyu kızına” söylemi ile Süleyman Demirel’i destekleyen insanların Çiller’e oy vermeye yönlendirildiği ve Çiller’in desteklenen bir lider olduğu imajı yaratılmıştır.

2 Kasım 2002 tarihinde “Tayyip Erdoğan Hacivat liginde” başlığı ile yayınlanan haberde “DYP Lideri Tansu Çiller, açık oturum çağrısına yanıt vermeyip kendisinin ‘2.ligde’ olduğunu söyleyen AKP lideri Tayyip Erdoğan’a sert karşılık verdi.” sözlerine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in Antalya mitinginin konu olduğu haberde Çiller’in kalabalığa seslenirken çekilen görüntüsü kullanılmış olup altına “Çiller, hıncahınç dolu meydanda vatandaşlara seslenirken öfkeyle oy kullanmamalarını

istedi.” satırları yazılmıştır. Haberde Tansu Çiller’in uyarıcı, ilgi gören lider imajı oluşturulmuştur.

Olumsuz Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Hürriyet gazetesinde olumsuz tema içerisinde sınıflandırılan 4 kategori bulunmaktadır. “Gaf Yapan, Kavgacı” kategorileri kapsamına giren 2’şer haber yayınlanmıştır. Bu verilerden hareketle Hürriyet gazetesinin Tansu Çiller’in olumsuz lider imajını mitinglerinde yaptığı konuşmalardan hareketle oluşturduğu görülmektedir.

4 Ekim 2002 tarihinde ise 3 Ekim’de yayınlanan söyleme AK Partinin yanıtı haber olarak kullanılmış ve “Tansu Hanım, Erbakan’a koştugu gibi AKP’ye gelir.” başlığı ile verilmiştir. Alt başlıkta ise “DYP Lideri Tansu Çiller’in AKP’ye ‘Yeşil elmanın yarısı’ benzetmesi, iki partiyi karşı karşıya getirdi.” ifadelerine yer verilmiştir. Haberde Çiller’in koşullara göre yaklaşım değiştiren makyavelist bir lider olduğu imajı yer almıştır.

“CHP ile AKP prova yapıyor” başlığı ile yayınlanan 29 Ekim 2002 tarihli haberde “DYP Lideri Tansu Çiller, CHP ile AKP’nin koalisyon provası yapmaya başladığını iddia ederek, ‘Bunların dışında tek yol DYP’dir. Merkez sağı bölmeyin barajın altında kalacak partilere oy vermeyin.’ dedi.” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in Bergama mitinginin konu olduğu haberde Çiller’in seçim otobüsünün üzerinde çekilen bir fotoğrafı kullanılmıştır. Haberde yer verilen “Tansu Çiller daha önce ‘Allah’ı sizlere emanet ediyorum.’ şeklindeki büyük gafını burada da tekrarladı.” sözleri ile Tansu Çiller’in sürekli söylem hatalarında bulunan bir lider olduğu bu haberde de vurgulanmıştır.

“Allah’ı sizlere emanet ediyorum” başlığı ile çıkan 13 Ekim tarihli haberde alt başlık olarak “Gaflarıyla esprilere konu olan DYP Lideri Çiller, dün Kırıkkale’de söyledikleriyle daha öncekileri gölgede bıraktı.” ifadelerine yer verilmiştir. Haberde Çiller’in seçim otobüsü üzerinden halka seslenirken çekilen fotoğrafı konulmuş olup altına “Son fıkrası sayın kırat” yazılmıştır. Haberin içeriğinde Çiller’in birçok gafı verilerek sürekli söylem hataları yapan bir lider olduğu imajı oluşturulmuştur.

16 Ekim 2002 tarihli haber “Bağırın şöyle sesiniz duyayım” başlığı ile verilerek alt başlıkta “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller’in dünkü Sinop mitinginde kendisi hariç

herkes sırlıslık oldu.” İfadelerine yer verilmiştir. Haberde mitingde çekilen Çiller’e yağmur altında korumasının şemsiye tuttuğu fotoğraf verilerek altına “Lider farkı” yazılmıştır. Haberin içeriğinde verilen “Mitingde Çiller hariç herkes ıslandı.” sözleri ile kendisi dışında herkesin ıslamasına göz yuman bencil bir lider olduğunu imajı oluşturulmuştur.

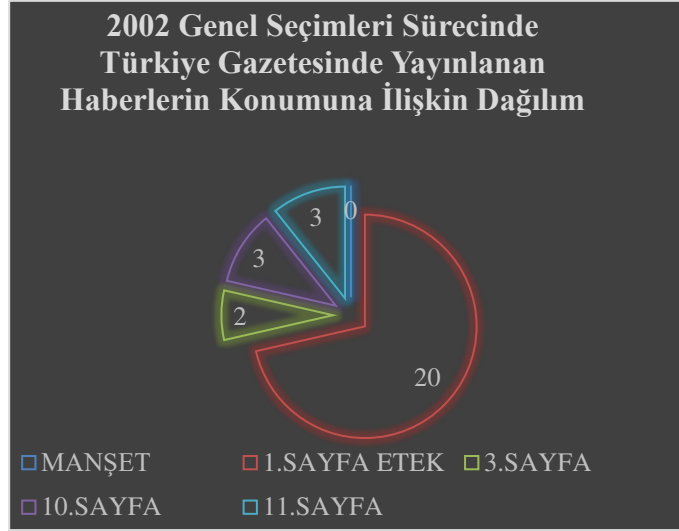
20 Ekim tarihinde “Şarkıyla poşetle bu iş olmaz” başlığı ile çıkan haberde “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, meydanlarda ilk kez Genç Parti Başkanı Cem Uzan’a vurdu” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in Sakarya mitinginin konu olduğu haber yirminci sayfadan verilmiştir. Haberde Tansu Çiller’in seçim otobüsünden halka seslenirken çekilen görüntü kullanılmıştır. Haberde Çiller’in Cem Uzan’a olan eleştirileri “vurdu” nitelemesi ile verilerek kavgacı olduğu imajı ortaya koyulmuştur.

23 Ekim tarihli “Boşuna oy vermeyin Erdoğan 4 Kasım’da yok” başlıklı haberde “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, partisinin Aydın mitinginde AKP lideri Recep Tayyip Erdoğan ile CHP lideri Deniz Baykal’ı hedef aldı.” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in Aydın mitingini konu olduğu haber on beşinci sayfadan verilmiştir. Haberde Tansu Çiller’in seçim otobüsünün üzerinden halka seslenirken çekilen fotoğrafı kullanılmıştır. Haberde Tansu Çiller’in ifadeleri hedef aldı şeklinde verilerek kavgacı bir lider olduğu imajı verilmektedir.

“DYP’nin en uzun gecesi” başlığı ile yayınlanan 4 Kasım 2002 tarihli haberde “3 Kasım’a büyük umutlarla giren DYP ilk sonuçlarla şoke oldu” yorumuna yer verilmiştir. Seçim sonucunun büyük umutları hayal kırıklığına çevirdiğini “şoke oldu” ifadesi ile veren gazete Çiller’in başarısız bir lider olduğu imajına yer vermiştir.

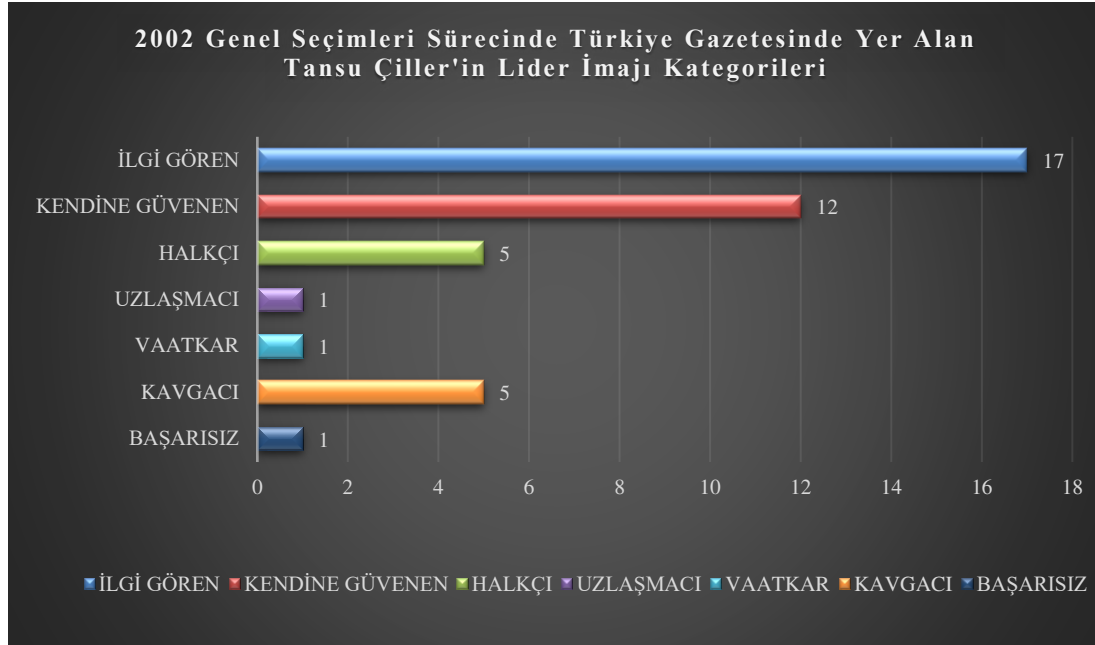
3.4.3. Türkiye Gazetesinde Tansu Çiller’e Yönelik Lider İmajının Analizi

Türkiye gazetesinin 2002 yılında incelenen dönemde, Tansu Çiller’in lider imajına yönelik verdiği haberlere bakıldığında 1999 genel seçimlerinde benimsediği tutumu devam ettirdiği manşetten hiç haber vermediği görülmektedir.



Grafik 3.26. 2002 Genel Seçimleri sürecinde Türkiye Gazetesinde Yayınlanan Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım.

28 haberden 20 haberin 1.sayfadan, 2 haberin 3. sayfadan, 3 haberin 10. Sayfadan ve 3 haberin 11.sayfadan verildiği görülmektedir. Gazete her ne kadar manşetten hiç haber vermemiş olsa da haberlerin büyük kısmının 1. Sayfadan verilmesi dikkat çekici bir öneme sahiptir. Manşetten hiç haber verilmemesine rağmen haberlerin çoğunun birinci sayfadan verilmesi gazetenin Tansu Çiller'in lider imajına Hürriyet ve Cumhuriyet gazetesine oranla hala büyük önem verdiğini göstermektedir. Türkiye gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajını hangi kategoriler üzerine inşa ettiği ise aşağıda yer alan grafikte görülmektedir.



Grafik 3.27. 2002 Genel Seçimleri sürecinde Türkiye Gazetesinde Yer Alan Tansu Çiller'in Lider İmajı Kategorileri

Türkiye gazetesinin 3 Kasım 2002 tarihinden başlayan süreçte yayınladığı haberlerinde, Tansu Çiller'in lider İmajına yönelik iki tema üzerinden 7 kategori görülmektedir. Olumlu temaya ait “İlgi Gören:17 (%40), Kendine Güvenen:12 (%28,5), Halkçı:5 (%11,9), Uzlaşmacı:1 (%2,3), Vaatkar:1 (%2,3)” kategorilerinde bulunan; olumsuz temaya ait “Başarısız:1 (%2,3), Kavgacı:5 (%11,9)” kategorilerinde yer alan haberler verilmiştir. Bu çerçevede 5 defa olumlu temaya ait kategorilerde yer alan haberler yayınlanırken, 2 defa olumsuz temaya ait kategorilerde bulunan haberler yayınlanmıştır. 2002 genel seçimleri sürecinde Türkiye gazetesi Tansu Çiller'in lider imajını seçim mitinglerine katılan insan sayısı ve bu mitinglerde Tansu Çiller'in söylemlerinden yola çıkarak oluşturmaktadır.

Olumlu Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

Türkiye gazetesinde olumlu tema kapsamında yer alan 5 kategori bulunmaktadır. “İlgi Gören” kategorisi kapsamına giren 17 haber ve “Kendine Güvenen” kategorisi içerisine giren 12 haber yayınlanmıştır. Bu verilerden hareketle Türkiye gazetesinde oluşturulan lider imajında, “İlgi Gören” ve “Kendine Güvenen” kategorilerini ön plana çıkarttığı ve lider imajını bu kategoriler çerçevesinde inşa ettiği görülmektedir. Tespit edilen kategoriler kapsamında yayınlanan haberlerin analizi aşağıda yer almaktadır.

3 Ekim 2002 tarihli haberde “Tansu Çiller: Vergileri indireceğiz.” başlığı kullanılmış olup “Uygulayacakları Ekonomik Program hakkında Ankara Sanayi Odası üyelerine açıklamalarda bulunan Tansu Çiller, “Üretimi arttırıp faizleri düşüreceklerini, KOBİ’leri, çiftçiyi ve esnafı rahatlatacaklarını söyledi.” ifadelerine yer verilmiştir. Haberde Tansu Çiller ile Ankara Sanayi Odası başkanı Zafer Çağlayan’ın basına verdiği demecin fotoğrafı paylaşılmıştır. Haberde Çiller’in vaatkar bir lider olduğu imajı ortaya koyulmuştur.

4 Ekim 2002 tarihli haberde “Çiller: Sabredin geliyoruz” başlığı kullanılmış olup alt başlıkta “İzmir’in Seferihisar ilçesinde konuşan DYP lideri Çiller, çiftçinin borç faizlerini sileceklerini, ilahtaki KDV’yi yüzde 1’e indireceklerini, dar gelirlinin sorunlarını çözeceklerini ve AB’ye girişin önünü açacaklarını söyledi.” ifadelerine yer verilmiştir. Haberde iki fotoğraf kullanılmıştır. İlk fotoğrafta Çiller’in bir kadını dinlerken çekilen fotoğrafı kullanılmış ve altına “DYP lideri İzmir’de dert dinledi.” yazılmıştır. İkinci fotoğrafta ise Çiller’in seçim otobüsünün üzerinden halka hitap ettiği görülmektedir. Haberde Çiller’in halkçı ve vaatkar bir lider olduğu imajına yer verilmiştir.

5 Ekim 2002’de “Çiller: Kurtuluş savaşı veriyoruz.” başlığıyla yayınlanan haberde “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, İzmir’in Kiraz ve Beydağ ilçelerinde halka hitap etti. Çiller, CHP ve Kemal Derviş’e yüklenerek, ‘Bunlar Derviş borcu’ dedi.” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in Ödemiş mitinginin konu olduğu haber birinci sayfadan verilmiştir. Haberde bir kadının Tansu Çiller’e sarılırken çekilen fotoğrafı kullanılarak altına “DYP genel başkanı Tansu Çiller’e İzmir’in Ödemiş ve Beydağ ilçelerinde vatandaşlar sevgi gösterisinde bulundu.” satırları yazılmıştır. Haberde Çiller’in sevilen bir halkçı lider olduğu imajı yansıtılmıştır.

6 Ekim 2002 tarihinde “Koalisyon düşünmüyoruz” başlığıyla çıkan haberde “DYP lideri Tansu Çiller, “Hiçbir partiyle koalisyonu düşünmüyoruz. Ne sağla, ne solla... Sağa bakıyorsun, başbakanı olmayan bir ekol, ne olacağı belli değil. Sola bakıyoruz, Türkiye’yi buraya getirmiş dördüncü ortak orada. Derviş orada” dedi.” alt başlığı kullanılmıştır. İlk fotoğrafta Tansu Çiller’in kadınlarla tokalaştığı an verilirken yanına “Kadınlardan büyük ilgi, Tansu Çiller kadınlarla tek tek tokalaştı.” satırları yazılmıştır. İkinci fotoğrafta ise Çiller’in seçim otobüsünün üzerinden halka seslendiği

anların fotoğrafı kullanılmıştır. Haberde kendine güvenen sevilen halkçı lider imajı ortaya koyulmuştur.

“Maceralara kapılmayın” başlıklı haber 8 Kasım 2002 tarihinde çıkmış ve haberin alt başlığında “DYP lideri Tansu Çiller, vatandaşlara, ‘Maceralara kapılmayın’ uyarısında bulundu. Çiller, ‘Sağımızdaki parti devletle, solumuzdaki parti ise milletle kavgalı durumda. Doğru Yol’ a gelin, hep birlikte rahat edin.’ dedi.” ifadelerine yer verilmiştir. Haberde Tansu Çiller’in seçim otobüsünün üzerinden beyaz bir kıyafetle halkı selamlarken çekilen görüntüsü kullanılarak altına “Çiller mitinglerde daha çok beyazı tercih ediyor.” yazılmıştır. Haberde Çiller’in kendine güvenen ve halkı uyaran bir lider olduğu imajı verilmiştir.

9 Ekim 2002 tarihli “Herkes DYP’ye gelsin” başlıklı haberde “Genel Başkan Çiller, bütün partileri DYP çatısı altına beklediğini söyledi.” alt başlığı kullanılmıştır. Tansu Çiller’in Edirne mitinginin konu olduğu haberde 4 fotoğraf kullanılmıştır. İlk fotoğrafta Tansu Çiller’in güler yüzlü bir şekilde bir vatandaş ile tokalaşma anı verilirken ikinci fotoğrafta Selimiye Meydanından halkı selamladığı fotoğraf kullanılmıştır. Üçüncü karede Çiller’in bir kadının Çiller’e sarıldığı görülürken, son karede Tansu Çiller’in seçim otobüsünün içinden halkla tokalaştığı görülmektedir. Haberde Tansu Çiller’in halkın yanında güler yüzlü sevilen bir lider olduğu imajına yer verilmiştir.

“Menderes, Özal ve Türkeş misyonunun ‘adresiyiz’ diyen Çiller: Milliyetçiliğin kalesiyiz” başlıklı haber 13 Ekim 2002 tarihinde verilmiş olup haberde “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, milliyetçiliğin ve demokrasinin kalesinin kendi partisi olduğunu belirterek, millete, oy verirken ‘Sağduyulu olun’ çağrısı yaptı.” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in Kırıkkale mitinginin konu olduğu haberde Tansu Çiller’in kalabalık bir halk kitlesine seslendiği görüntü kullanılmıştır. Haberde Çiller’in ilgi gören milliyetçi lider imajı yer almıştır.

Yine Tansu Çiller’in beyanının başlık olarak kullanıldığı 14 Ekim tarihli haber “Çiller: Kerkük’ü asla Kürtlere bırakmayız.” başlığıyla verilerek “Çanakkale’de konuşan Çiller ‘Bağımsız bir Kürt Devleti kurmaya kalkıp başkentini de Kerkük ilan ederseniz karşınızda bizi bulursunuz’ dedi.” ifadeleri alt başlık olarak kullanılmıştır. Tansu Çiller’in Çanakkale mitinginin konu olduğu haberde Tansu Çiller’in seçim otobüsünün üzerinden halka seslenirken çekilen görüntüsü kullanılırken altına

“Cumhuriyet Meydanı’nda Başbakan Çiller sloganlarıyla karşılanan DYP lideri Çiller, daha sonra halka hitap etti.” satırları yazılmıştır. Haberde verilen “Üreticiler Çiller’e ürettiklerinin karşılığını alamamaktan yakınırken DYP lideri ise kendi iktidarlarında sorunun çözüleceği sözünü verdi.” ayrıntısı ile Çiller’in halkçı imajı da kendine yer bulmuştur.

16 Ekim 2002 tarihli haberde “Kuramazlar” başlığı kullanılmış olup “Çiller: Dünyaya sesleniyorum. Kürt devletine izin vermeyiz.” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in Sinop mitinginin konu olduğu haberde iki fotoğraf kullanılmıştır. İlk fotoğrafta büyük çoğunluğu şemsiyeli halk kitlesinin Çiller’i dinlediği fotoğraf kullanılarak altına “Sinop’ta yağmur altında vatandaşlara hitap eden Çiller, Çiftçinin ve esnafın kredi borcunu sileceklerini söyledi.” yazılırken ikinci fotoğrafta Çiller’in vatandaşlara kürsüden seslenirken çekilen görüntüsü kullanılmış ve yanına “DYP lideri Sinop’ta yağmur altında vatandaşlara seslendi.” yazılmıştır. Haberde Çiller’in yağmur altında dahi yılmayan kararlı lider imajı ortaya koyulmaktadır.

“Erdoğan’ın adresi Kırat” başlıklı haber 17 Ekim tarihinde verilerek altına “Erdoğan ve Baykal’a çatan DYP Lideri Çiller, Erdoğan’ın mağduriyetini kendisinin gidereceğini belirterek, “Bütün mağdurların hakkını ben ararım. Bundan dolayı O’nun adresi de kırat’tır” dedi.” söylemi kullanılmıştır. Tansu Çiller’in Çankırı ve Kastamonu mitinglerinin konu olduğu haberde Tansu Çiller’in seçim otobüsü üzerinde halka seslenirken çekilen görüntüsü kullanılmış olup altına “DYP lideri Çiller’i coşkulu bir kalabalık karşıladı.” Haberin başlığında kavgacı imajı ile ön plana çıkan Çiller’in içerik kısmında ilgi gören imajı ortaya koyulmuştur.

18 Ekim 2002 tarihli “Tarih bizi anacak.” başlıklı haberde alt başlık olarak “Muğla mitinginde halka seslenen DYP lideri Çiller, iktidarda olmadıkları 5 yılda hizmetlerin durduğunu, vatandaşların perişan olduğunu ileri sürerek, ‘Öyle bir seferberlik başlatacağız ki tarihe geçecek. Dünya böyle seferberlik görmeyecek’ dedi.” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in Muğla mitinginin konu olduğu haberde Çiller’in seçim otobüsünün üzerinden halka seslendiği görüntü kullanılarak altına “Çiller Muğla’nın otogar meydanında kalabalık bir topluluğa hitap etti.” yazılmıştır. Haberde Çiller’in kendine güvenen ilgi gören lider özelliği ortaya koyulmuştur.

21 Ekim 2002 tarihli haberde “Çiller: İki yıl yeter.” başlığı ile kullanılarak “Hatay’da mitinge katılan DYP lideri Çiller, iktidara gelmeleri halinde Türkiye’yi 2

yıl içinde refaha kavuşturacağını iddia etti.” ifadelerine yer verilmiştir. Hatay mitinginin konu olduğu haberde Tansu Çiller’in seçim otobüsü üzerinden halka seslenirken çekilen görüntüsü kullanılmış olup altına “Çiller’e bir üretici tarafından pamuk kozası verildi.” yazılmıştır. Haberde Çiller’in kendine güvenen ve sevilen lider imajı ortaya koyulmuştur.

“DYP lideri Çiller: Derviş halkın dişlerini söktü” başlığıyla 22 Ekimde çıkan haberde “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller: Çiller, koalisyon hükümetinin uygulamaya koyduğu ekonomik program sebebiyle halkın mağdur edildiğini öne sürerek, ‘Millet önce kurda kuşa teslim oldu. Ardından insanları arı soktu. Dervişte gelip milletin dişlerini söktü.’ dedi.” ifadelerine yer verilmiştir. Tansu Çiller’in Samsun, Ordu, Giresun mitinglerinin konu olduğu haber birinci sayfadan verilmiştir. Haberde Tansu Çiller’in kalabalık halk kitlesine seçim otobüsünün üzerinden seslendiği görüntü kullanılmıştır. Haberde yer verilen “Günde üç ayrı yerde konuşması ve sık sık televizyon programlarına katılması nedeniyle sesi kısılan Tansu Çiller, Samsun Cumhuriyet meydanında coşkulu kalabalığa hitap etti.” satırları ile ilgi gören, yoğun lider imajı verilmiştir.

25 Ekim 2002 tarihli haberde “Çiller: Partisinin son haftalarda giderek yükselişe geçtiğini belirten DYP lideri Çiller, seçimleri kazandıkları takdirde AK Parti ile değil CHP ile koalisyona gidebileceklerini söyledi.” başlığı ile verilmektedir. Haberde Çiller’in uzlaşıya açık lider imajına yer verilmiştir.

27 Ekim tarihli “Çiller: Karşıma çıkmaktan korktular.” başlıklı haberde “AK Partiye verilecek oylarla Türkiye’nin yeniden maceraya sürükleneceğini öne süren DYP lideri Çiller, ‘Solda ise Derviş maskesi takan bir Baykal var.’ diyerek ‘Bunlar bizim hesabımız kitabımız olduğu için bizden korkuyorlar’ dedi.” Haberde Çiller’in kalabalık halk kitlesine seslenirken çekilen görüntüsü kullanılmıştır. Haberde kendine güvenen lider imajının yanı sıra öne sürdü ifadesi ile de söylediklerinin araştırılmaya muhtaç olduğu imajı ortaya konmuştur.

29 Ekim 2002 tarihinde “Çiller: Tek yol Kırat.” Başlıklı haberde “Bergama’daki mitinge konuşan DYP lideri Çiller, Hükümetin icraatları ile birlikte Derviş’i eleştirirken “Derviş ve Baykal Ecevit’in bakanıydı. Bir Ecevit’in bakanı bunları ederse iki Ecevit’in bakanı ne eder. Ona göre dikkatli olun Kırat’ı iktidar yapın.” söylemlerine yer verilmiştir. Haberde Çiller’in kalabalık bir kitleye seslenirken çekilen görüntüsü

kullanılmıştır. Haberde Çiller'in halk tarafından ilgi duyulan eleştirel bir lider olduğu imajı ortaya koyulmuştur.

2 Kasım 2002 tarihli “Çiller: Erdoğan Hacivat liginde.” başlıklı haberde Tansu Çiller'e bir kadının sarıldığı fotoğraf kullanılarak yanına “Manisa'da Çiller sevgi gösterileri ile karşılandı, bir bayan ona sarılarak boynundan öptü.” yazılmıştır. Haberde Çiller'in sevilen ve kendini savunan eden lider özelliği ortaya koyulmuştur.

Olumsuz Temada Yer Alan İmaj Kategorileri

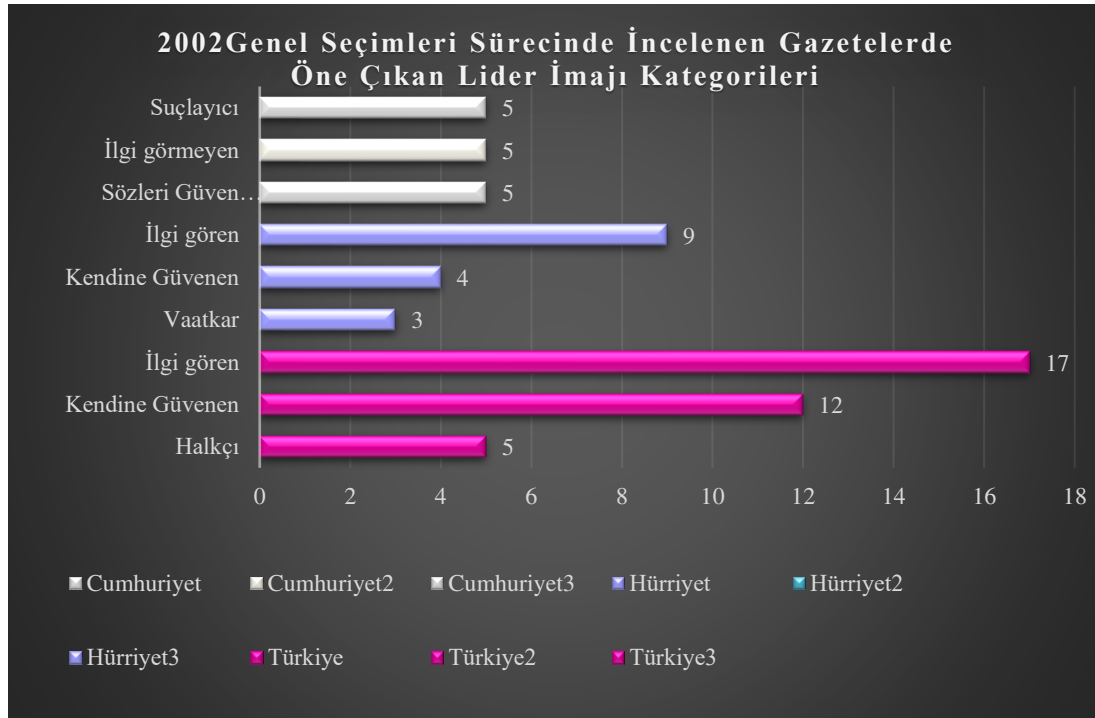
Türkiye gazetesinde olumsuz tema içerisinde yer alan “Kavgacı” kategorisi kapsamına giren 5 haber yayınlanmıştır. “Kavgacı” kategorisi başta “AKP” olmak üzere Tansu Çiller'in rakip parti liderlerine yönelik söylemlerinin yayınlandığı haberler çerçevesinde oluşturulmuştur.

19 Ekim 2002 tarihinde “DYP lideri, CHP ve AK Parti'ye yüklendi.” başlığıyla yayınlanan haberde “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, milleti bir daha sol iktidarlara kanmamaları konusunda uyararak ‘CHP’ye karşı sıkı durun. Sizi kandırmalarına izin vermeyin’ dedi.” Haberde yer verilen “yüklendi” ifadesi ile Tansu Çiller'in uyarıcı ve kavgacı lider imajı ortaya koyulmuştur.

“Çiller: Adres DYP” başlıklı haber 28 Ekim'de verilerek haberde Tansu Çiller'in “DYP Genel Başkanı Tansu Çiller, dün Yozgat, Kayseri ve Gaziantep'te halka hitap etti. Kayseri fuar meydanındaki konuşmasında yine AK Parti Genel Başkanı Erdoğan ve CHP Genel Başkanı Baykal'a yüklenen Çiller, 3 Kasım seçimlerinin önceki seçimlerden daha önemli olduğunu hatırlattı.” sözleri yer almıştır. Haberde Tansu Çiller'in kalabalık bir kitleye seslenirken çekilmiş görüntüsü kullanılmıştır. Haberde Çiller'in kendine güvenen lider imajı ortaya koyulurken aynı zamanda “Erdoğan'ın uzay liginde olduğunu öne sürdü.” söylemiyle de bazı konularda sözlerinin teyide muhtaç olduğu imajı yer almıştır.

4 Kasım 2002 tarihinde “DYP'den Çiller'e Tepki.” başlığı ile yayınlanan seçim sonucu haberinde “Sonuçlarının gelmesinin ardından DYP'de büyük bir şok yaşandı. Sonuçları değerlendiren DYP Genel Başkan Yardımcısı İsmet Atilla ise Çiller'e sert tepki gösterdi.” ifadelerine yer verilmiştir. Haberde Tansu Çiller'in başarısız ve partisinde tepki gösterilen lider imajı yansıtılmıştır.

Tansu Çiller'in son seçimi olan 2002 genel seçimleri de tıpkı 1999 seçimleri gibi öncesinde yaşanan gelişmelerin ve değişimlerin gölgesinde yapılmıştır. 2002 seçimlerine giden yolda yaşanan en önemli gelişme kuşkusuz 17 Ağustos 1999 ve 12 Kasım 1999 depremleridir. 17 Ağustos'ta Marmara'da, 12 Kasım'da ise Düzce'de yaşanan depremlerde binlerce insan hayatını kaybetmiş ve bu süreç beraberinde sosyoekonomik anlamda bir krizi de beraberinde getirerek adeta meclisteki partiler için sonun başlangıcı olmuştur. Depremlerin sosyoekonomik etkisi henüz geçmeden 19 Şubat 2001 tarihinde yapılan MGK'da Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer Başbakan Bülent Ecevit'e anayasa kitapçığını fırlattığı, Başbakan tarafından açıklanması üzerine ekonomideki çöküş hızlanmıştır. Bu gelişmeye başbakanın hastalığı eklenince koalisyon ortağı Devlet Bahçeli'nin teklifi ve mecliste bu teklifin kabulü ile Türkiye 3 Kasım 2002 yılında tekrar erken genel seçime gitme kararı almıştır. Türkiye adeta 10 yıllık aradan sonra 1990'lı yılları yeniden yaşamaya başlamıştır. Bu siyasi atmosferde gidilen 2002 seçimlerinde Tansu Çiller'de 1997 Milli güvenlik toplantısında kaybettiği iktidar koltuğunu 2001 Milli güvenlik toplantısının getirdiği siyasal şartlar altında oluşan seçim atmosferinde tekrar kazanmak için bu erken seçimi bir fırsat olarak görmüş ve seçim mitinglerine başlamıştır



Grafik 3.28. 2002 Yılı Gazetelerin Karşılaştırmalı Lider İmajı Grafiği

Hürriyet gazetesinde var olan değişim daha hissedilebilir bir şekilde görülmektedir. Cumhuriyet gazetesindeki değişim nispeten daha küçük olduğu için grafiğe yansımamakta olup Türkiye gazetesindeki stabil durum devam etmektedir. Hürriyet gazetesinde var olan değişimin sebeplerinden biri gazetenin patronu iş insanı Aydın Doğan ile Tansu Çiller'in iletişimde yaşanan değişim veya iş insanı Aydın Doğan'ın iş ilişkilerinde ortaya çıkan değişik senaryolar olabileceği gibi, 2002 seçim sonucu anketlerinde birinci çıkan ve Aydın Doğan ile iletişimi nispeten daha sorunlu olan bir partinin liderinin iktidara gelmesini engellemek de olabilir. Bahsettiğimiz son neden Cumhuriyet gazetesinde var olan yumuşamanın sebeplerinden olabilir; zira gazete ideolojik anlamda nispeten Tansu Çiller ve DYP'ye bu yeni seçenekten daha yakındır. Türkiye gazetesi ise ideolojik anlamda iki partiye de yakın olduğu için bir seçim yapmak yerine iki partiyi de desteklemiş olabilir.

3.5. Cumhuriyet, Hürriyet ve Türkiye Gazetelerinde Tansu Çiller'in Lider İmajına Yönelik Verilen Haberler Üzerine Genel Bir Değerlendirme

Genel Seçimlerde Lider İmajının Türk Basınında Sunumu: Tansu Çiller Örneği Üzerinden Analizi konulu çalışma da Cumhuriyet, Hürriyet ve Türkiye gazeteleri kapsamında 1993 güven oylaması, 1995 genel seçimleri, 1999 genel seçimleri ve 2002 genel seçimleri çerçevesinde toplam 272 haber incelenmiştir.

Haberin Konumu				
Gazete adı	Haber sayısı	Manşet	1.Sayfa (Manşet dışı konum)	İç Sayfa
CUMHURİYET	71	17	26	28
HÜRRİYET	100	12	34	54
TÜRKİYE	101	15	62	24
TOTAL	272	44	122	106

Tablo 3.1. İncelenen Haberlerin Konumuna İlişkin Dağılım

İncelenen haberlerden 71 haber Cumhuriyet gazetesinde, 100 haber Hürriyet gazetesinde ve 101 haber Türkiye gazetesinde yayınlanmıştır. Cumhuriyet gazetesi 17 haberi manşetten verirken 26 haber birinci sayfada manşet dışı bir konumda vermiştir. 28 haber ise iç sayfalarda verilmiştir. Hürriyet gazetesi 12 haberi manşetten verirken,

34 haberi birinci sayfada manşet dışı bir konumda vermiştir. 54 haber ise iç sayfalardan verilmiştir. Türkiye gazetesine baktığımızda ise 15 haberi manşetten verirken, 62 haberi birinci sayfada manşet dışı bir konumdan 24 haberi ise iç sayfalardan vermiştir. İncelenen gazeteler arasında Tansu Çiller'in olumlu temada sınıflanan lider özelliklerine en fazla Türkiye gazetesinin yer verdiği görülmüştür. Türkiye gazetesinin Tansu Çiller'in lider imajına yönelik en fazla sayıda haber yayınlayan gazete olması, Tansu Çiller'in oluşturulan lider imajına olumlu temada önemli bir katkı vermiştir. Hürriyet gazetesinde Tansu Çiller'in lider imajında ön plana çıkarttığı kategorilerde yaşanan dalgalanma haberlerin verildiği konuma da yansımıştır. Hürriyet gazetesi Tansu Çiller'in lider imajına yönelik en çok haber yapan ikinci gazete olmasına rağmen haberlerinin yarısından çoğunu iç sayfadan vermiştir. 1993 yılında yapılan güven oylaması sürecinde yayınlanan -çoğunluğu olumlu temada yer alan kategorilerde olan- haberlerin yarısını manşette olmak üzere tümünü birinci sayfadan verirken diğer dönemlerde tablo daha heterojen bir hal alarak yayınlanan haberler iç sayfalarda ve “olumsuz” temalarda verilmiştir. Cumhuriyet gazetesinin ise Tansu Çiller'in lider imajına yönelik haberlere en az önem veren gazete olduğu görülmektedir. Haber sayısı açısından en az haberi veren gazete olmasına rağmen manşetten en çok haber veren ikinci gazetedir. Tansu Çiller'e muhalif olan Cumhuriyet gazetesinde manşetten yayınlanan haberlerin tamamında “olumsuz” temasına ait kategorilerde bulunan haberlerin yayınlanması olumsuz bir lider imajı oluşturulduğunun göstergesidir.

4. SONUÇ

Parti programlarının gitgide birbirine benzediği demokratik sistemlerde partiler mevcut siyasi rakipleri ile arasındaki farkı ortaya koyabilmek ve halkın desteğini kazanabilmek amacıyla liderlerini medya aracılığıyla ön plana çıkarmaktadır. Bu durum ise medyayı bir taraftan lider ile halk arasında bir köprü işlevine sevk ederken bir diğer taraftan da halkın parti liderini medyanın filtreleri ile görmesine sebep olmaktadır. Medyanın ön plana çıkarttığı lider özellikleri veya önem atfettiği konulara liderin yaklaşımı halkın bakış açısını etkilemektedir.

.Araştırma sonucunda çalışmanın varsayımları değerlendirildiğinde aşağıda yer alan tespitlere ulaşılmıştır.

Kamuoyunu yakından ilgilendiren olaylar karşısında lider imajı, medya organının ideolojik, ekonomi-politik anlayışına göre kamuoyuna yansıtılma biçiminde farklılığa sebep olmaktadır. Bu durumda ise aynı olay çerçevesinde farklı lider imajlarının oluşturulduğu görülmektedir. 1993 yılında kurulan kabinde Süleyman Demirel döneminden hiç kimsenin yer almamasını Cumhuriyet gazetesi, Demirel'in ekibinin Tansu Çiller tarafından tasfiye edildiği ve vefasızlık örneği gösterdiği yönünde değerlendirirken, Hürriyet gazetesi Demirel'e rağmen güven oylamasından geçti şeklinde vererek Tansu Çiller'in parti içindeki gücüne vurgu yapmıştır. Türkiye gazetesi ise Süleyman Demirel'in "Karışmadım, karışsam durum farklı olurdu." şeklindeki beyanını yayınlarak Demirel'e rağmen kazandı düşüncesinin aksine bir haber ortaya koymuştur. 17 Haziran 1994 tarihli Milliyet gazetesinde Tansu Çiller'in ABD'de serveti olduğu ve kendisinin Amerikan vatandaşı olduğunu iddia eden haber çıktıktan sonra yapılan ilk genel seçim olan 1995 genel seçimlerine giden süreçte, Cumhuriyet gazetesi sıkça bu konuya yer vererek Tansu Çiller'in şaibeli bir lider olduğu imajını oluştururken; Türkiye gazetesi ise bu konu hakkında yorum yapmaktan kaçınarak sadece Tansu Çiller'in söylemleri ve "meydan okumalarını" yayınlamıştır.

İncelemeye konu olan dönemde belirlenen gazetelerin Tansu Çiller'in imajını oluştururken kamuoyunu yönlendirmeye yönelik haberler yaptığı saptanmıştır. 2002 genel seçimlerine kadar olan süreçte Cumhuriyet ve Hürriyet gazetesi mitinglere katılan insan sayısının az olduğu, Tansu Çiller'in halk tarafından protesto edildiği, Antalya gibi Tansu Çiller'in kalesi sayılan illerde dahi meydanları dolduramadığından bahsederken Türkiye gazetesinde coşkulu kalabalık, sevgi seli, ifadelerinin yer aldığı

haberlere sıkça rastlanmıştır. 2002 Genel seçimlerinde ise Hürriyet gazetesinde var olan değişim bu konuda da görülmüş ve Tansu Çiller mitinglerinde coşkulu kalabalıkların, araba kuyruklarının olduğuna haberlerde verilmiştir.

Çalışma kapsamında incelenen dönemde Cumhuriyet ve Türkiye gazetelerinde Tansu Çiller'in lider imajını oluştururken pek fazla değişim yaşanmamıştır. Cumhuriyet gazetesi süreç boyunca olumsuz temada yer alan kategorileri ön plana çıkarırken; Türkiye gazetesi olumlu temada yer alan kategorileri ön plana çıkarmıştır. Hürriyet gazetesinin lider imajını oluşturma sürecinde ise dalgalı bir tablo görülmektedir. 1993 güven oylaması sürecinde olumlu temada yer alan: Güçlü, Kadın, Güler Yüzlü, Başarılı, Çağdaş kategorileri; 1995 ve 1999 genel seçimlerinde olumsuz temada yer alan: İlgi Görmeyen, Sözleri Güven Vermeyen, Kavgacı, Başarısız; 2002 genel seçim sürecinde ise tekrar olumlu temada yer alan: İlgi Gören, Kendine Güvenen, Güler Yüzlü, Aileden Biri kategorileri üzerine lider imajı inşa edilmiştir.

KAYNAKÇA

- Ahmad, F. (1999). *Modern Türkiye'nin Oluşumu*. (Y. Alogan, Çev). İstanbul: Kaynak Yayınevi.
- Akal, B.C. (1991). *Yasa Ve Kılıç*. İstanbul: Fa Yayınevi.
- Akçakaya, M. (2010). *21. Yüzyılda Yeni Liderlik Anlayışı*. Ankara: Adalet Yayınevi.
- Ali, S.(2009). *Kürk Mantolu Madonna* (32.Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Artan, B.(2012). *Sinema Ve İmaj Üretimi: Amerikan Ordusu Ve Türk Ordusunun 2000 Sonrası Filmlerdeki İmajları Üzerine Bir Karşılaştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı, Ankara.
- Aslan, Ş. (2009). “Karizmatik Liderlik Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi: “Kurumda Çalışma Yılı” Ve “Ücret” Değişkenlerinin Rolü”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(1), 256-275.
- Atlıoğlu, Y. (1994). “Yazılı ve Sözlü İletişim”, *Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 247-258.
- Aydın, N. (2009). *Etkili İletişim Stratejileri*. İstanbul: Kumsaati Yayınları.
- Aydınalp, G.I. (2014). *Halkla İlişkilerde İmaj Üretimi*. İstanbul: Nobel Yayıncılık.
- Bakan, İ., ve Büyükbeşe, T. (2010). “Liderlik “Türleri” ve “Güç Kaynakları”na İlişkin Mevcut-Gelecek Durum Karşılaştırması: Eğitim Kurumu Yöneticilerinin Algılarına Dayalı Bir Alan Araştırması”, *KMÜ Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(19), 73-84.
- Bakan. Ö. (2011). *Kurumsal Kimlik ve İmaj*. (A. Kalender, ve M. Fidan, Eds.) Konya: Tablet Yayınevi.
- Balcı. Şükrü. (2003). “*Politik Kampanyalarda İmaj Yönetimi (Genç Parti Örneği)*”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 9, Konya.
- Berger, J. (1996). *Görme Biçimleri*. (Y. Salman, Çev). İstanbul: Metis Yayınları.
- Bilgin. N. (2014). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar*. 3. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Blumler, J. (1990). *Elections, the Media and the Modern Publicity Process*. (M. Ferguson, Ed.) Public Communication. The New Imperatives. London: Sage, s. 101 -113.
- Bozlağan, R. (2005). *Liderlik Yaklaşımları & Belediyeler*. İstanbul: Hayat Yayıncılık.
- Canöz, K. (2010). “*Seçmen Tercihinde Aday İmajının Rolü: 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri Öncesinde Konya Seçmeni Üzerine Bir Araştırma*”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 6(2), 97.
- Cemalcılar, Z. ve Kağıtçıbaşı, Ç. (2014). *İnsan ve İnsanlar Sosyal Psikolojiye Giriş* (16.Baskı). İstanbul: Evrim Yayınevi
- Ceylan, A., Keskin, H., ve Eren, Ş. (2005). “*Dönüşümcü ve Etkileşimci Liderlik İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilere Yönelik Bir Araştırma*”, İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi Yönetim, 16(51), 32-42.
- Cinnioğlu, H. (2018). *Etkileşimci Liderlik, Dönüşümcü Liderlik, Hizmetkâr Liderlik, İş Tatmini Ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi: Yiyecek İçecek İşletmelerinde Bir Araştırma* [Doktora Tezi]. Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Çanakkale.
- Cüceloğlu, D. (1995). *Yeniden İnsan İnsana* (11. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çakır, Ö. (2010). *Profesyonel Yaşamda Kişisel İmaj ve Sosyal Yaşam Etiketi* (15.Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- Çetin, S., ve Tekiner, M.A. (2015). “Kurumsal İmajın Temel Belirleyicileri: Emniyet Teşkilatı Örnekleme İç Paydaş Anketi”, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 13(1), 418-440.
- Çobanoğlu, Ş. (2007). *Suskunluk Sarmalı ve Siyasal İletişim* (1. Baskı). İstanbul: Fide Yayınları.
- Damlapınar, Z., ve Balcı, Ş. (2005). “Seçmenin Zihnindeki Aday İmajını Belirleyen Etkenler: 28 Mart 2004 Yerel Seçimleri Alan Araştırması”, Selçuk İletişim Dergisi, 4(1), 58-79.
- Debord, G. (1996). *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*. (A. Ekmekçi ve O. Taşkent, Çev). İstanbul: Ayrıntı.
- Debord, G. (2006). *Gösteri Toplumu*. (A. Ekmekçi, ve O. Taşkent, Çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Deliveli, Ö. (2010). *Yönetimde Yeni Yönelimler Bağlamında Lider Yöneticilik* [Yüksek Lisans Tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi Kamu Yönetimi, Isparta.
- Demir, H., ve Okan, T. (2008). “Etkileşimsel ve Dönüşümsel Liderlik: Bir Ölçek Geliştirme Denemesi”, Yönetim, 19(61), 72-90.
- Demirci, M.K. (1999). “Önderlik Kuramları ve Dönüştürücü Önderlik İlişkisi”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3, 329-350.
- Demirel, A. (2002). “İsmet İnönü”, *Modern Türkiye’de Siyasal Düşünce: Kemalizm* (2. Baskı). (A. İnsel, Ed.) İstanbul: İletişim Yayınları
- Devran, Y. (2004). *Mesaj, Strateji Ve Taktikler Siyasal Kampanya Yönetimi* (2.Baskı). İstanbul: Baskı Alemdar Ofset.
- Devran, Y. (2004). *Siyasal Kampanya Yönetimi* (2.Baskı). İstanbul: Odak İletişim Yayınları.
- Dikmen, B. (2012). *Liderlik Kuramları Ve Dönüştürücü Liderlik Kuramının Çalışanların Örgütsel Bağlılık Algıları Üzerindeki Etkisine Yönelik Uygulamalı Bir Araştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Aydın Üniversitesi İşletme Yönetimi Bilim Dalı, İstanbul.
- Diñer, M. K. (1998). *İş Yaşamında ve Özel Yaşamda Kişisel İmaj*. İstanbul: Alfa Yayınları
- Doğan, S. (2007). *Vizyona Dayalı Liderlik* (2.Baskı). İstanbul: Kare Yayınları.
- Duman, D. ve İpekşen, S.S. (2013). “Türkiye’de Genel Seçim Kampanyaları”, *Turkish Studies*, 8(7), 117-135.
- Dursun, D. (2000). *Ertesi Gün-Demokrasi Krizlerinde Basın Ve Aydınlar-27 Mayıs-12 Mart-12 Eylül*. Ankara:İşaret Yayınları
- Duverger. M. (1986a). *Siyasal Rejimler*. (T. Tunçdoğan, Çev). İstanbul: Sosyal Yayınlar.
- Duverger. M.(1986b). *Seçimle Gelen Krallar*. (N.Erkurt, Çev). İstanbul: Kelebek Yayınevi.
- Eraslan, L. (2004). “Liderlikte Post-Modern Bir Paradigma: Dönüşümcü Liderlik”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-32.
- Erçetin, Ş. (2000). *Lider Sarmalında Vizyon* (2.Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Eren, E. (2012). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi* (13. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
- Eren, Ş., Titizoğlu, M., ve Çakır, Ö. (2014). “Dönüşümcü Ve Etkileşimci Liderlik Tarzlarının Örgütsel Özdeşleşme Ve İş Tatmini Üzerindeki Etkileri”, Selçuk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14(27), 275-303.

- Erzen, Ü. (2008). "Siyasi Lider İmajının Seçimlerde Etkisi", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi, 31, 67-75.
- Festin Ger, L. (1985). "Bilme-Tanımaya Uyumsuzluğu Teorisi" Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş. (Ü.Oskay, Ed.) A.Ü. Byyo Yayını, Ankara.
- Fındıkçı, İ. (2013). *Bir Gönül Yolculuğu Hizmetkâr Liderlik*. İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Fidan, M. (2009). *İletişim Kurmak İstiyorum*, Tablet Yayınları, Konya.
- Filiz, Ş. (2008). *Ahlak Felsefesinin Temel İlkeleri Perspektifinden Türkiye’de Medya-Siyaset İlişkileri*. (M. Işık ve Z. Damlapınar, Eds.) Medya ve Siyaset. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Freedman, J. L.S., Davit O. ve Carlsmith, J. M. (2003). *Sosyal Psikoloji*. (Çeviren: Ali Dönmez). Ankara: İmge Kitabevi.
- Gaytancıoğlu, K.(2013). *Politik Liderlik ve Bir Politik Lider Olarak Bülent Ecevit* [Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi Ve Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, İstanbul.
- Gençer, Y. (2017). *Siyasal İletişim Yönetiminde Mustafa Kemal Atatürk’ün Lider İmajı* [Yüksek Lisans Tezi]. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Bilim Dalı, Kocaeli.
- Goodman, S., Lewis, P., Fandt, P., ve Michlitsch, J. (2007). *Management: Challenges For Tomorrow's Leaders*. Thomson, Mason.
- Göktaş, P. (2015), *Siyasi Liderlerden Beklenen Liderlik ve İletişim Tarzları: Y Kuşağı Üzerine Bir Araştırma* [Doktora Tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Isparta
- Gölcü, A. (2009). "Haber Söyleminde Medya- Siyaset İlişkisi", İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 81-100
- Gül, H. ve Çöl, G. (2003). "Atıf Teorisinde Belirtilen Karizmatik Lider Özelliklerinin Üçlü Örgütsel Bağlılık Modeliyle İlişkileri Üzerine Bir Araştırma", İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, 17(3-4), 163-184.
- Güllüpunar, H. (2010). *Seçmen Tercihi Bakımından Aday İmajı: Konya 2009 Yerel Seçimleri* [Doktora Tezi]. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı Halkla İlişkiler Bilim Dalı, Konya.
- Güney, S. (2009). *Davranış Bilimleri* (5. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Güney, S. (2015). *Liderlik*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Güngör, N.(2013). *İletişim Kuramları ve Yaklaşımları* (2.Baskı). Ankara:Siyasal Kitabevi.
- Güz, N. (1996). "Türk Basınında Gündem Oluşturma", Yeni Türkiye, 12, 982-997.
- Güz, N. (2005). *Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları*. Ankara, Türkiye: Nobel Yayınları.
- Harmancı, M. (2009). *İş’te İmaj Faktörü*. İstanbul: Nesil Yayınları
- Heper, M. (2011). *Türkiye’nin Siyasal Hayatı: Tarihsel, Kuramsal Ve Karşılaştırmalı Açından*. İstanbul: Doğan Kitap
- Herman, S. E., ve Chomsky N. (1998). *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir*. (B. Akyoldaş ve ark, Çev). Minerva Yayınları.
- Heywood, A.(2012). *Siyasetin Temel Kavramları*.(H. Özler, Çev). Ankara: Adres Yayınevi
- Hogg, M.A., Vaughan, G.M. (2011). *Sosyal Psikoloji* (2. Baskı) (İ. Yıldız ve A. Gelmez, Çev). Ankara: Ütopya Yayınevi
- Hortaçsu, N. (1997). *İnsan İlişkileri* (2.Baskı). Ankara, İmge Kitabevi.
- Internet: Haber. Sabah (14 Haziran 1993).

- Işık, M. ve Biber, L. (2006). *İletişim, İletişim Süreci ve İletişim Çeşitleri*. Konya: Eğitim Kitabevi Yayıncılık
- Işık, N. (2014). *Liderlik Yaklaşımları Ve Hizmetkâr Liderliğin Görenlerin Organizasyonel Bağlılıklarına Etkileri* [Basılmamış Yüksek Lisans Tezi]. Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- İnternet: Birand, A.M. (2017). “28 Şubat Belgeseli”. web: <https://Www.Youtube.Com/Watch?V=Fkav0sdspjy> adresinden 15 Mart 2019 tarihinde alınmıştır.
- İnternet: Dailymotion. (2015, April 29). “Bir medya imparatorunun portresi: Murdoch-1”. Dailymotion. web: <https://www.dailymotion.com/video/x2nzxgo> adresinden 23 Nisan 2021 tarihinde alınmıştır.
- İnternet: Diker, H.Umit (2007). “Siyasal Liderlik”, <http://siyasal.org/content/view/608/80/>
- İnternet: Emrahoğlu, S. (2020, May 24). “Watergate Skandalı”. web: <https://medium.com/t%C3%Bcrkiye/watergate-skandalı-6c6917dfbd30> adresinden 20 Şubat 2019 tarihinde alınmıştır.
- İnternet: Netpano (Nisan 17, 2007). *Turgut Özal ve Türkiye*. web: <http://www.netpano.com/haber/1593/Turgut/%c3%96Özal/> adresinden 18 Kasım 2021 tarihinde alınmıştır.
- İnternet:<https://www.yenisafak.com/yazarlar/ibrahim-karagül/derebeylik-donemi-bitti-aydin-dogan-2010898>
- Johnston, A. ve White, A.B. (1994). “Communication Styles And Femalecandidates: A Study Of The Political Advertising During The 1986 Senatelections”, *Journalism Quarterly*, 71(2), 321-329.
- Karakoç, E. ve Taydaş, O. (2016). *Aday İmajı Oluşumunda Lider Fotoğraflarının Önemi: 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri*. (Şükrü Balcı, Ed.). 7 Haziran’dan 1 Kasım’a Türkiye’de Siyasal İletişim Uygulamaları. Konya: Literatürkacademia, 246-247.
- Karpat, H. K. (2014). *Kısa Türkiye Tarihi: 1800-2012* (4. Baskı). Timaş Y. İstanbul.
- Karpat, I. (1999), *Bankacılık Sektöründe Örneklerle Kurumsal Reklam*. Yayınevi Yayıncılık, İstanbul.
- Kaşıkcı, E. (2006). *İmaj-İletişim Ve Beden Dili*. İstanbul: Hayat Yayınlar
- Katz R S and Mair P (1995), *Changing Models Of Party Organization And Party Democracy The Emergence of The Cartel Party, Party Politics*, Sage Publications, London Thousand Oaks New Delhi, 1(1), 5-28.
- Kırca, C. (2015). *Karizmatik Liderlik ve Örgüt Kültürü* [Yüksek Lisans Tezi]. Beykent Üniversitesi, İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Koçel, T.(2014). *İşletme Yöneticiliği* (9.Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık
- Köker, E. ve Kejanlıoğlu, B. (2004). “2002 Seçim Kampanyalarında Ulusal Basın”, *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 41- 72.
- Krouwel A (1998) *The Catch-All Party in Western Europe 1945-1990- A Study in Arrested Development Vrije Universiteit*, file:///C:/Users/Sau/Desktop/catch%20all% 20parties%20krouwel.pdf, erişim tarihi: 15.12.2015.
- Külter, B. ve Polat, C. (2008). “Genç Seçmenler Gözüyle Siyasal Ürün(Siyasi Lider) Özellikleri: Ankara’daki Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1, 3-27.
- Machiavelli, N. (2018). *Hükümdar* (16.Baskı).(N.Adabağ, Çev). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- Mancini, P. ve D. L. Svanson (1996). *Politics, Media, and Modern Democracy: Introduction*. (D. L. Swanson ve P. Mancini, Eds.). Politics, Media and Modern Democracy. An international Study of innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences. YVestport, CT: Praeger, s. 1-26.
- Mardin, B. (1986). “*İmaj Noktalardan Oluşan Resim Gibidir*”, Anadolu Üniversitesi Dergisi, 154, 299-303,
- Mccombs, M.E. ve Shaw, D.L. (1995). *The Agenda-Setting Function Of Mass Media*. (O. Boyd-Barret ve C. Newbold, Eds.) Approaches To Medai, 153-164.
- Morçin, S. E. ve Çarıkçı, İ. H. (2016). “Dönüştürücü/Etkileşimci Liderliğin İş Tatminine Etkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Rolü: Antalya’daki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 97-112.
- Mutlu, E. (2008). *İletişim Sözlüğü* (5.Baskı).Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Odabaş,Y. ve Oyman, M. (2003). *Pazarlama İletişimi Yönetimi* (3. Baskı). İstanbul: Mediacat Yayınları
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2010). *Tüketici Davranışları*. İstanbul: Kapital Medya Yayınevi
- Oetinger, V.B., Ghyczy, V.T., ve Bassford, C. (2010). *Clausewitz ve Strateji*. (Z. Dicleli, Çev). İstanbul: Optimist Yayınları
- Okay, A.(2002). *Kurum Kimliği*. İstanbul: Kapital Medya A.Ş
- Oktay, C.(2007). *Siyaset Bilimi İncelemeleri* (3.Baskı). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Oktay, M. (2002). *Politikada Halkla İlişkiler*. İstanbul: Derin Yayınları
- Oskay, Ü. (1985). *Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş*. Ankara: A.Ü. Byyo Yayını,
- Ozankaya, Ö. (1975). *Toplumbilim Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Tdk Yayınları.
- Ören, S. A. (2006). *Günümüzün Liderlik Profili: Transformasyonel (Dönüştürücü) Liderlik Antalya Bölgesinde Bulunan Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Antalya.
- Özer, M. A. (2014). “Siyasal İletişimin Etkinliğinde Algılama Yönetiminin Rolü”, *Hak-İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 3(7), 179-182
- Özkan, A.(2004). *Siyasal İletişim, Partiler*. İstanbul: Nesil Yayınları.
- Özkan, N. (2004). *Seçim Kazandıran Kampanyalar*. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Pazarbaş, Murat (2012). *Liderlik Ve Otorite: Lise Öğrencilerinin Liderlik Ve Otorite Algısı Üzerine Bir Araştırma* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Peltekoğlu, B.F.(2001). *Halkla İlişkiler Nedir*, ikinci Baskı, İstanbul: Beta Basım.
- Poggi, G. (2002). *Modern Devletin Gelişimi; Sosyolojik Bir Yaklaşım*, Şule Kut ve Binnaz Toprak (çev),İkinci Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniv. Yayınları
- Polat, C. ve Külter. B. (2008).“*Genç Seçmenler Gözüyle Siyasal Ürün (Siyasi Lider) Özellikleri: Ankara’daki Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma*”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-31.
- Polat, N. (1997). *Siyasal Partiler ve Siyasal Reklamcılık (1991 Erken Genel Seçimlerinde Uygulanan Siyasal Reklamlar* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, X1-X11.
- Postman, N. (2012). *Televizyon Öldüren Eğlence*.(O. Akınhay, Çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Riaz, A., ve Haider, M. H. (2010). “Role Of Transformational And Transactional Leadership On Job Satisfaction And Career Satisfaction”, *Business And Economic Horizons*, 1 (1), 29-38.

- Robert, R. (1964). İlkel Hukuk. (H. B. Gemalmaz, Çev). University Of Cincinnati Law Review, Vol: 33, Pp.1-22.
- Robins, K. (1999). *İmaj: Görmenin Kültür Ve Politikası*. (N. Türkoğlu, Çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sampson, E. (1995). *İmaj Faktörü* (H. İlgün, Çev). İstanbul: Rota Yayınevi.
- Schonker-Schreck, D. (2004). "Political Marketing And The Media: Women In the 1996 Israeli Elections – A Case Study", *Israel Affairs*, 10 (3), 159-177.
- Sennett, R. (1996). *Kamusal İnsanın Çöküşü*. (S. Durak, ve A. Yılmaz, Çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Serarslan, H. (2006). "Türk Hitabet Sanatı", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16, 559-562.
- Seydi, S.(2014). "Türkiye’de Siyaset:1946-1950", *İç Ve Dış Gelişmelerle Türkiye’nin Demokrasi Tarihi:1946-2012*,. (T. Ünlü Bilgiç, ve C. Göktepe, Eds.) Ufuk Y.
- Sillars, S. (1995). *İletişim*. (N. Akın, Çev). Ankara: Özgün Yayınevi
- Tabak, A.(2005). *Lider Ve Takipçileri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım
- Tengilimoğlu, D. (2005). "Kamu Ve Özel Sektör Örgütlerinde Liderlik Davranışı Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Çalışması", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(14), 6-8.
- Tokgöz, O. (2008). *Siyasal İletişimi Anlamak*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Toksöz, S.(2010). 21. Yüzyılın Liderlik Anlayışı Olarak Okul Yöneticilerinin Dönüşümcü Liderlik Özelliklerinin Öğretmenlerin Algılarına Göre Değerlendirilmesi [Yüksek Lisans Tezi]. Yeditepe Üniversitesi Eğitim Yönetimi ve Denetimi Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Tolungüç, A. (1992). "Tanıtım ve İmaj", *Anatolia Dergisi*, 11(12), 27-28.
- Tolungüç, A. (1999). *Turizmde Tanıtım Ve Reklam*. Ankara: Mediacat Yayınları.
- Turner, B. (2000). *Dictionary Of Sociology*, England: Penguin Books
- Turner. S. B.(2014). *Klasik Sosyoloji*. (İ. Çetin, Çev). İstanbul: İletişim Yayınları
- Tutar, H., ve Erdönmez, C. (2004). *Genel ve Teknik İletişim* (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Türkkahraman, M. (2004). "Günümüzün Büyüsü İmaj Ve Gerçek Hayat", *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 30, 5-7.
- Türkkkan, O.R.(2004). *İkna ve Uzlaşma Sanatı*. İstanbul: Altın Kitaplar
- Uztuğ, F.(2004). *Siyasal İletişim Yönetimi*. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Ünal Erzen, M. (2012). "Siyasi Lider İmajlarının Seçimlerde Etkisi", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 31, 65-80.
- Vergin, N. (2011). *Siyasetin Sosyolojisi: Kavramlar, Tanımlar, Yaklaşımlar* (4.Baskı). İstanbul: Doğan Kitap Yayınları.
- Weber, M. (2005). *Bürokrasi Ve Otorite*. (H. B. Akın, Çev). İstanbul: Adres Yayınları
- Weber, M. (2017). *Meslek Olarak Siyaset*. (L. Özşar, Çev). Bursa: Biblos Kitabevi Yayınları
- Yavuz, E. ve Tokmak, C. (2009). "İş görenlerin Etkileşimci Liderlik Ve Örgütsel Bağlılık İle İlgili Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma", *International Journal Of Economic And Administrative Studies*, 1(2), 17-35.
- Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları
- Yazıcı, E. İ. (2003). *Kitle İletişiminde İmaj*. İstanbul: İm Yayınları.
- Yazıcı, İ. (1997). *Kitle İletişiminde İmaj: Kuramsal Bir Yaklaşım*. İstanbul: Bilim
- Yıldırım, B. H. (2012). *Liderlik Özellikleri Ve Liderlik Tarzlarının Duygusal Zeka Perspektifinden İncelenmesi* [Yüksek Lisans Tezi]. Kocaeli Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı, Kocaeli.

- Yıldız, N. (2002). *Türkiye’de Siyasetin Yeni Biçimi Lider, İmajlar Ve Medya*. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Yılmaz, A. ve Ceylan, Ç. B. (2011), “İlköğretim Okul Yöneticilerinin Liderlik Davranış Düzeyleri İle Öğretmenlerin İş Doyumu İlişkisi”, *Educational Administration: Theory And Practice (Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi)*, 17(2), 277-294.
- Yılmaz, H. (2010). *Toplumdan Medyaya: Bir Gündem Araştırması*. İstanbul: Literatürk Yayınevi.
- Yukl, G. (2002). *Leadership In Organizations* (5.Baskı).New Jersey: Prentice Hall.
- Zel, U. (2011). *Kişilik ve Liderlik* (3. Basım). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.





EKLER

EK-1. Haber Analiz Formu

Haberin Yer Aldığı Sayfalar	Haberde Yer Alan Fotoğraf	Sunulan Lider Özelliği

EK-2. Tansu Çiller'in Lider İmajına İlişkin Kategoriler

OLUMLU TEMA İÇERİSİNDE YER ALAN KATEGORİLER	
Aileden biri	Tansu Çiller'in mitinglerinde ve il gezilerinde yakınlık bildiren söylemler ve eylemler neticesinde oluşturulan kategori
Başarılı	İç ve dış politikada yaşanan olumlu gelişmeler çerçevesinde oluşturulan kategori
Desteklenen	Tansu Çiller'in Seçim mitingleri için gittiği illerde halkın kendisine gösterdiği desteğin ve sevgi gösterilerinin vurgulandığı haberlerin incelenmesi neticesinde oluşturulmuştur.
Dini hassasiyeti olan	Tansu Çiller'in dini günlerde yaptığı konuşmalar ve ziyaret haberleri çerçevesinde oluşturulan kategoridir.
Entelektüel	Tansu Çiller'in eğitim durumunun ele alındığı haberlerin incelenmesi neticesinde oluşturulmuştur.
Güçlü	Tansu Çiller'in parti içerisinde veya koalisyon içerisinde söylediğini yaptırdığı veya şartlar ortaya koyduğunu belirten haberler neticesinde oluşturulmuştur.
Güler yüzlü	Tansu Çiller'in lider imajının yer aldığı haberlerin görsellerinin incelenmesi neticesinde oluşturulmuştur.
Güzel Şık Kısa boylu	Tansu Çiller'in lider imajının fiziksel yönünün yer aldığı haberlerin incelenmesi neticesinde oluşturulmuştur.
Halkçı	Tansu Çiller'in halkın içinde, sıkıntılarını dinlerken veya bu tür söylemlerde bulunurken oluşturulan haberler çerçevesinde ortaya çıkan kategoridir.
İlgi Gören	Tansu Çiller'in yaptığı mitinglere halkın yoğun katılım sağladığını yazılı veya görsel olarak belirten haberlerin incelenmesi neticesinde oluşturulmuştur.
Kadın	Tansu Çiller'in cinsiyetinin değişimi ve yeniliği sembolize edecek biçimde ön plana çıkarıldığı haberlerin incelenmesi neticesinde oluşturulmuştur.
Milli	Tansu Çiller'in vatandaşlık meselesinin konu olduğu haberler çerçevesinde oluşturulan kategoridir.
Uzlaşmacı	Bu kategori Tansu Çiller'in parti içindeki ve koalisyon görüşmeleri esnasında yer verilen ılımlı yaklaşımının incelenmesi çerçevesinde oluşturulmuştur.
Yenilikçi	Tansu Çiller'in ekonomide ve sosyal hayatta yaptığı veya yapmayı vaat ettiği yenilikleri veren haberler sebebiyle oluşturulan kategori

EK-2. (devam) Tansu Çiller'in Lider İmajına İlişkin Kategoriler

OLUMSUZ TEMA İÇERİSİNDE YER ALAN KATEGORİLER	
Anti-demokrat	Tansu Çiller'in medyaya yönelik sansür uygulamaları olduğunu belirten haberler neticesinde oluşturulmuştur.
Başarısız	Seçim sonuçlarının yer aldığı haberlerin incelenmesi neticesinde oluşturulmuştur.
Gaf yapan	Tansu Çiller'in konuşmalarında yer alan söylem veya bilgi hatalarının olduğu haberlerin incelenmesi neticesinde oluşturulmuştur.
Güç Kaybeden	Tansu Çiller'in parti içerisinde veya seçimler neticesinde halkın desteğini kaybettiğini belirten haberler neticesinde oluşturulmuştur.
Güvenilmez	Diğer parti liderlerinin Tansu Çiller'e yönelik söylemlerinin verildiği haberler neticesinde oluşturulmuştur.
Hakimiyet Sahibi Olmayan	Parti içerisinde birliği sağlayamadığı veya önerilerini kabul ettiremediği haberler neticesinde oluşturulmuştur.
İlgi Görmeyen	Tansu Çiller'in yaptığı mitinglere halkın katılım sağlamadığı, miting alanının boş kaldığının yazılı veya görsel olarak belirten haberlerin incelenmesi neticesinde oluşturulmuştur.
İnatçı	Tüm uyarılara rağmen Tansu Çiller'in bazı konularda tutum değiştirmedini belirten haberler neticesinde oluşmuştur.
Laik olmayan	Tansu Çiller'in falcısı olduğu iddia edilen kişi ile katıldığı mitingler ile bir tarıkata mensup danışmanının konu olduğu haberler çerçevesinde oluşturulan kategoridir.
Makyavelist	Diğer liderlerin söylemleri ve Hürriyet gazetesinin bu yönde haberleri neticesinde oluşturulmuştur.
Şaibeli	Tansu Çiller'in malvarlığı ile ilgili haberlerin incelenmesi neticesinde oluşturulmuştur.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : ŞENER, Yasin

Uyruğu : T.C.

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek lisans	AHBV Lisansüstü Eğitim Enstitüsü	2022
Lisans	Gazi Üniversitesi /İletişim Fakültesi	
Lise	Kanuni Lisesi	



