

MEDYA İÇERİKLERİNDE İDEOLOJİNİN ETKİSİ: TÜRK BASININDA AZERBAYCAN SÖYLEMİ

Neziha KARTAL*

Öz

Medyanın yalnızca verdiği haberlerle değil haberi veriş şeklinde de ideolojik bir üretim söz konusudur. Medyanın söylemini sahiplik yapısı ve iktidar gibi dış etkenlerin yanında muhabirin ideolojisi, kültürü, cinsiyeti gibi birçok faktör etkilemektedir. Bu sebeple hangi konuların haber olduğu kadar nasıl sunulduğu da oldukça önemlidir. Türk Dünyası'nın parçası olan Türkiye ve Azerbaycan ilişkileri hem devlet politikası hem de halk nezdinde kardeşlik düzeyinde devam etmektedir. 2020 yılında gerçekleşen II. Karabağ Savaşı, Türk basınında büyük yankı uyandırmıştır. Hem ana akım hem de muhalif basın savaş boyunca olayı takip etmiştir. Bu çalışmanın amacı Türkiye ve Azerbaycan ilişkilerinin medya söylemine nasıl yansındığını araştırmaktır. Bu kapsamda medyanın ve iktidarın söylemi, içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. 27 Eylül 2020-10 Aralık 2020 aralığında farklı yayın politikaları bulunan Türkgün, Sözcü ve Sabah gazetelerinin sitelerindeki haberler ve iktidar söylemini yansıtmaması amacıyla Cumhurbaşkanı'nun, Dışişleri Bakanı'nun ve Milli Savunma Bakanı'nu temsilen Milli Savunma Bakanlığı'nun twitter içerikleri incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda iktidarın ortak bir söyleme sahip olduğu ancak medyanın iktidarın söylemine tam bir uyum göstermediği sonucu çıkmıştır. Ayrıca medya kuruluşlarının yayın politikasının da haberde kullandıkları ifadeleri etkilediği ve farklılıklara yol açtığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelime: Azerbaycan, Medya, Söylem, İdeoloji.

The Effect Of Ideology In Media Content: Azerbaijani Discourse In The Turkish Press

Abstract

There is an ideological production not only in the news given by the media, but also in the way of reporting. For this reason, how the news is presented is as important as the content of the news. The aim of this study is to investigate

Geliş Tarihi: 20 Nisan 2022 - Kabul Tarihi: 15 Ağustos 2022.

Atf Bilgisi: Neziha Kartal "Medya İçeriklerinde İdeolojinin Etkisi: Türk Basınında Azerbaycan Söylemi" *Türk Dünyası Araştırmaları*, Cilt: 131, Sayı: 259, İstanbul 2022, s. 461-478, doi: 10.55773/tda.1104021.

* YÖK 100 /2000 Doktora Bursiyeri, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik ve Medya Çalışmaları Anabilim Dalı. nzhkartal@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2687-1042.

how Türkiye - Azerbaijan relations are reflected in the media discourse. In this context, the news of the 2nd Karabakh War and the tweets of the government were analyzed by content analysis method. In 2020 between September 27th - December 10th, the news on the web sites of Türkgün, Sözcü and Sabah newspapers and the twitter contents of the President, Minister of Foreign Affairs and the Ministry of National Defense were examined. As a result of the study, it was concluded that the government has a common discourse, but the media does not fully overlap with the government's discourse. In addition, it has been concluded that the broadcasting policy of media organizations affects the expressions they use in the news and causes differences.

Keywords: Azerbaijan, Media, Discourse, Ideology.

Giriş

Medya, insanlara birçok yolla ulaşarak enformasyon aktarmaktadır. Bu aktarımlar her ne kadar başlangıçta tarafsız olarak ifade edilse de iletişim biliminde yapılan birçok araştırma ve kuram, medya mesajlarının tarafsız olmadığı ve çoğunlukla seçilmiş bir ideolojinin ürünü olduklarını ortaya koymaktadır. Bu sebeple medyanın mesajları uzun zamandır iletişim çalışmalarında önemli bir yer tutmaktadır. Medya, insanların günlük hayatlarına ve dünyaya dair bilgi alma araçları olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak haberlerin seçilmelerinden haberde kullanılan kelimelere kadar birçok farklı nokta haberin sadece olayın değil ideolojinin de taşıyıcısı olmasına sebep olmaktadır. Aynı haberin farklı bir dille yazılmasında muhabirin ve editörün olaya yaklaşımı ve medya kuruluşunun duruşu önemli birer etkidir. Özellikle medya kurumuyla iktidarın ilişkisi, haberin dilinde önemli bir etken olmaktadır. Haber söyleminde de uylaşım çoğunlukla iktidar tarafından kabul gören bir yapıdadır. Bunun aksi ifadeler muhalif olarak ifade edilmektedir.

1. Medyanın Oluşturduğu Uylaşım

Medya, dünyayı sınıflandırarak alıcıya sunar. Bunu yaparken kendi egemen ideolojisinin süzgecinden geçirerek gerçeklikleri yeniden üretir. Gramsci'nin ortak duyu olarak ifade ettiği, toplumsal genel görüş ve kabulü Hall, 'uylaşım' terimiyle açıklamaktadır. Ona göre "İktidar ve rıza arasındaki zorunlu aynı hizaya getirmenin (ya da eşitlemenin) başarılı olduğu ortam ya da düzenleyici, uylaşım"dır".¹ İktidarın uygulamaları ve halkın düşüncelerinin ortak sınırları içerisinde yer aldığı bölge, uylaşım olarak adlandırılabilir. Medya, mesajlarını bu uylaşım doğrultusunda belirlemektedir. Burada bir topluluğun genel kanısı mevcuttur. İktidar, yalnızca güç kullanarak egemenliğini devam ettiremez. İktidarı elinde bulunduran egemen grupların toplumun ortak rızasını elinde bulundurmaya devam ettirmesi gerekir. Bunun için Althusser'in ideolojik aygıtlar olarak bahsettiği kurumlara ihtiyaç duyulmaktadır. Medya, söylemleri geniş bir alana yayılabilen iktidarın doğrudan halka seslenebileceği araçlardır. Diğer taraftan iktidar grupları toplumdaki rızayı medya yoluyla kendi

¹ Stuart Hall, "İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü", *Medya İktidar, Ideoloji*, Ed. Mehmet Küçük, Ark Yayınevi, Ankara, 1994, s.99.

ideolojileri ve çıkarları doğrultusunda şekillendirerek hegemonik bir iktidar meydana getirirler. Gramsci, her toplumsal tabakanın, kendi ortak duygusu ve sağduyusu olduğundan bahseder. Ortak duyu, katı ve hareketsiz bir şey değildir, sürekli dönüşmektedir. Ayrıca ortak duyu, geleceğin folklorunu yaratır.² Ortak duyu olarak medyada yer alan konuların gelecek nesillere aktararak devam etmesi sağlanır. Van Dijk ise iktidarı, toplumsal gruplar veya sınıflar arasındaki ya da toplumun bir parçası olan bireyler arasındaki ilişkinin bir özelliği olarak açıklar. Ona göre toplumsal iktidar, etkileşimden meydana gelmektedir. Toplumsal iktidar dolaylıdır. İnsanların kanaatlerini kontrol altında tutarak onların, egemen grubun çıkarlarına göre hareket etmeyi istemeleri amaçlanır. İktidar sahiplerinin egemenliği sadece siyaset, ekonomi, eğitim gibi toplumsal alanlarla sınırlı kalmayıp özgül toplumsal alanlarda da etkili olabilir. Toplumsal olarak bir grubun ve üyelerinin ideolojik çerçevesi iletişim ve söylem yoluyla elde edilir, kabul edilir ya da değiştirilir.³

Medyanın büyük ölçüde var olan bir uyulaşım temelinde yayınlar yaptığı, toplumun değerlerini ve normlarını pekiştirdiği iddiası başlarda hakimdi. Buna göre medyanın görevi toplumda zaten var olan uyulaşımı yaymak ve yeniden inşa etmektir. Bu görüş iki noktada eleştirilmiştir. Birincisi, var olan anlayışta uyulaşım belirli grupları dışarıda bırakır. Bu gruplar sapkınlar olarak adlandırılmaktadır. Ancak bu sapkınlar aslında toplumda var olan alt kültürleri oluşturmaktadır. Bu gruplar toplumsal bir söylemde yer almayan ve kendi seslerini duyurabilmeleri için daha az fırsat tanınan grupları oluşturmaktadır. Sonrasında uyulaşım içinde yer alan oluşumlarla sapkın oluşumlar arasındaki bu farklılıkların doğal olmayıp, toplumsal olarak tanımlandıkları anlaşıldı. Bunun sonucunda medyanın zaten var olan uyulaşımı yansıtmaktan ziyade şeyleri meşrulaştırma ve yeniden üretme eğiliminde olduğu kabul edildi. Çoğulcu medya anlayışından ikinci kopuş ise durum tanımlarından doğmuştur. Medya, başlangıçtaki iddiadaki gibi gerçekliği yalnızca sunmuyor, tanımlıyordu.⁴ Medyanın yansıttığı uyulaşımın, seçkinlerce belirlenmiş yeniden üretim olduğu ortaya çıktı. Bu da medyanın sunduğu kamuoyu söylemlerinin belirlenmiş bir ideoloji taşıdığına göstergesidir. Medyanın toplumda var olan ortak bir uyulaşımı yansıtmaktan ziyade topluma belirli bir uyulaşımı yansıttığı görüşü kabul edilmiştir.

Medya, toplumda var olan gerçekliği alıp kendi ideolojik ve sahiplik bağları doğrultusunda yeniden üretmektedir. Yeniden üretim kavramı genel anlamda ideolojilerin devam etmesi anlamına gelir.⁵ Glasgow Üniversitesi Medya Grubu, haberlerin tutarlı bir ideolojiiyi yeniden ürettiğini yaptığı çalışmalarda savunmuştur. Bu bağlamda haberlerin tarafsız, nesnel, yansız haberciliğin ürünleri olmadığını, belirli sınıfsal ön varsayımlara dayanan bir ürün

² A.e., s. 80.

³ Teun A. Van Dijk, "Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları", *Medya İktidar, İdeoloji*, Ed. Mehmet Küçük, Ark Yayınevi, Ankara, 1994, s. 272-274.

⁴ Stuart Hall, "İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü", *Medya İktidar, İdeoloji*, Ed. Mehmet Küçük, Ark Yayınevi, Ankara, 1994, s.64-67.

⁵ Teun A. Van Dijk, *İdeoloji-Multidisipliner Bir Yaklaşım*, Çev. A. Demir, Hece Yayınları, Ankara, 2019, s.341.

olduğunu söylemek mümkündür.⁶ Dijk, kitle iletişimin insanların üzerindeki etkisini “insanlara ne düşünecekleri üzerinde değil ne hakkında düşüneceklerini belirleme konusunda etkiye sahiptir”⁷ diyerek aktarır. Medyanın ideolojiye diğer önemli bir katkısı ise meşrulaştırmadır. Meşrulaştırma, başlangıçta yukarıdan aşağı yönde gerçekleşmektedir. Daha sonra kitlelerin var olan düzeni kabullenmesiyle aşağıdan yukarıya doğru bir meşrulaştırma gerçekleşir.⁸ Burada Hall’ün bahsettiği, geleceğin inşası söz konusudur. Yukarıdan aşağıya doğru oluşturulan meşrulaştırıcı söylemler medya aracılığıyla topluma ulaşmaktadır. Medya, var olan toplum içinde kamuoyu oluştururken diğer taraftan ise geleceğin toplumuna da şekil vermektedir.

2. İdeolojinin Medya Söylemi ile Aktarılması

“Söylem, ideolojilerin yeniden üretiminde ve günlük ifadelerde vazgeçilmez bir rol oynar”.⁹ Söylem, sosyal, psikolojik ve kültürel bir terimdir. Disiplinler arası bir özelliğe sahip olan ve yapısalcı gelenek içerisinde ortaya çıkmıştır.¹⁰ Söylemin taşıdığı anlam ve onun anlamlandırılmasının ideolojik bir işlevi vardır. Hall, anlamlandırma araçlarına erişimin de bir mücadele olduğunu belirtir. Bir tarafta bu araçlara ulaşabilen ve toplumsal söylemin temsilciliğini yapanlar ve diğer tarafta da bu araçlara ulaşmak için mücadele etmek zorunda olanlar mevcuttur. Burada egemen söylemin karşısında kalan grup için işler daha da zordur. Bir karşı argüman, karşıt bir durumu dile getirir, bununla beraber tartışmanın egemen söylemini de yeniden üretir. Karşıt argüman geliştirmek kolaydır. Ancak karşıt görüş ortaya koymak aynı zamanda karşıt durulan söylemin yeniden inşasına sebep olmaktadır.¹¹ Medya, neyin açıklanacağı ve nasıl anlam yükleneceğine karar vermektedir. Konuyla ilgili ortaya atılan ve medyada hâkim olan söylemler, hâkim söylemlerdir. Karşıt bir söylem üretmek ve bunu medyada yaygınlaştırmak ekonomik ve politik bir gücü gerektirmektedir. Azınlıkta kalan söylemler medyada daha az yer almaktadır. Muhafif medya, kurumları eleştirirken, hâkim söylemi yeniden dile getirmekte ve bazen olaylara dair eleştirel söylemler, hâkim söylem terimleriyle yapılmaktadır. Gerçeklik, dil aracılığıyla ve dil üzerinden üretilir. Söylemde iktidarı oluşturan ve/veya pekiştiren şey yan anlamlardır. Düz anlam, göstergenin temel anlamıyla özdeştir, yan anlam durumdan duruma değişir. Böylelikle değişebilir, çağrışımsal anlamlara gönderme yapan bir işleyişe sahiptir.¹² Bir

⁶ İbrahim Toruk ve Rengim Sine, “Haber Söylem Üretimindeki İdeolojik Etki: Wikileaks Haberleri”, *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırma Dergisi*, 2012, Sayı: 31, s. 352-378.

⁷ Van Dijk, *a.g.e.*, s. 362.

⁸ A.e., s. 382.

⁹ Teun A. Van Dijk, “Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım”, *Söylem ve İdeoloji*, Ed. Barış Çoban ve Zeynep Özarslan, Su Yayınları, İstanbul, 2003, s. 13.

¹⁰ Nazife Güngör, *İletişim Kuramları ve Yaklaşımları*, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2013, s. 242.

¹¹ Stuart Hall, “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü”, *Medya İktidar, İdeoloji*, Ed. Mehmet Küçük, Ark Yayınevi, Ankara, 1994, s. 91.

¹² Stuart Hall, “Kodlama ve Kodaçımı”, *Söylem ve İdeoloji*, Ed. Barış Çoban ve Zeynep Özarslan, Su Yayınları, İstanbul, 2003, s. 315-317.

şey, söylemde düz anlamıyla kullanılabilceği gibi yan anlamlarıyla da yer alabilirler. Özellikle medya söylemlerinde yan anlamlarına bakılmaksızın bir değerlendirme yapmak mümkün olmamaktadır.

Medyanın söylemi, iktidarın etkisinde ve çoğu zaman güdümünde olmuştur. İktidar kendini maddi yapılardan ziyade söylemlerin, mesajların alt metinlerinde oluşturmayı amaçlamaktadır. “Anlam, temsil sistemi tarafından inşa edilir”.¹³ Anlamlandırma, toplumsal bir pratiktir. Medya kuruluşlarının örgütlenme tarzı, anlamın inşasını etkilemektedir.¹⁴ Bir söylemin üretimi ve denetimi, söz konusu toplumun denetimi için önemli bir zorunluluktur. İktidar, farklı söylem türlerine ulaşabilir, onların içeriklerini ve söylem yapılarını etkileyerek dışa vurur.¹⁵ Seçmecî yatırımlar, bütçe denetimi, eleman seçimi ve yazı işlerinin tesir ya da emirleri yoluyla içerikler ya da en azından kamusal söylem denetlenebilir. Bu denetlemeyi gerçekleştiren sembolik seçkinler, uzman oldukları alanlarda söylemleri oluştururken kısmi bir özgürlüğe sahiptirler. Bu da onlara kendi alanlarında göreceli bir iktidar sağlamaktadır. Bu seçkinler, söylemin başlıklarını, stilini ya da sunumunu belirler. Kamusal gündemi oluşturabilir, hangi konunun öne çıkacağına karar verebilir, enformasyon miktarına ve tipine özellikle de kimin kamusal olarak nasıl sunulacağını belirleyebilirler. Sembolik seçkinler; toplumsal bilginin, inançların, tutumların, kalıpların, değerlerin, ahlakın ve ideolojilerin imalatçılarıdır. Siyasal, askeri ve ekonomik seçkinlerin yanı sıra sembolik seçkinler de iktidarın uygulanması ve sürdürülmesinde ideolojik destek çerçevesinde önemli bir rol oynamaktadırlar. Seçkinlerin sesi anonimdir ancak çoğunlukla iktidarın kabul gördüğü ideolojinin sesidir. Seçkinlerin çıkarları ve ideolojileri onların ücretlerini ödeyenlerden ya da finansal destek olanlardan farklı değildir. Sadece bazı gruplar karşı iktidar tarafındadırlar. Bu gruplar da yaptıkları yayınlarda kısıtlamalarla karşılaşır.¹⁶ Medya ve medya seçkinlerinin iktidarla bu ilişkisi medya mesajlarının çoğunlukla iktidarın ideolojisiyle paralel gitmesine sebep olmaktadır. Medya, iktidarın sesi olmaktadır.

İktidar, sadece resmi söylem ve kurumlarda açıktan kendini göstermez. Bununla beraber birçok yoldan hayatın içindedir. Eylemin dolaysız denetimi, reklamlar ve propaganda, uzman iktidarı ve son olarak romanlar ve sinemalar aracılığıyla iktidar, toplumun her alanına söylem aracılığıyla müdahale etmektedir.¹⁷ Dolayısıyla söylem ister kamusal alanda geçsin ister özel alanda geçsin bir hiyerarşi söz konusudur. Bu hiyerarşi, toplumun başat ideolojilerinden kaynaklanmaktadır. Kamusal ve özel alanda günlük rutinin bir parçası olan konuşma, söylem türlerinin bir grubunu oluşturmaktadır. Ko-

¹³ Teun A. Van Dijk, *İdeoloji-Multidisipliner Bir Yaklaşım*, Çev. A. Demir, Hece Yayınları, Ankara, 2019, s.31.

¹⁴ Stuart Hall, “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü”, *Medya İktidar, İdeoloji*, Ed. Mehmet Küçük, Ark Yayınevi, Ankara, 1994, s. 73.

¹⁵ Teun A. Van Dijk, “Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları”, *Medya İktidar, İdeoloji*, Ed. Mehmet Küçük, Ark Yayınevi, Ankara, 1994, s.275.

¹⁶ A.e., s. 276-277.

¹⁷ A.e., s. 283-284.

nuşmalar, içeriklerinden bağımsız bir şekilde hiyerarşik bir söylemi barındırmaktadır. Söylem türleri içerisinde siyasal söylemin önemli bir yeri vardır. Çünkü diğer söylemlerden ayrılarak, siyasal söylem vatandaşların tamamı için bir anlam ifade eder. Siyasal söylemin gücü hem buradan hem de çeşitli meşruluk derecelerinden kaynaklanır.¹⁸ Siyasal söylem, temel kabul gören bir bilgi kaynağını oluşturmaktadır. Ülke liderlerinin açıklamalarını, muhalif medya eleştirmek için bile olsa kitlelerine ulaştırmaktadır. Ayrıca medya ve iktidar ilişkileri göz önünde bulduğunda medyanın söyleminde iktidarın kullandığı siyasi söylemin de etkilerini doğrudan veya dolaylı yoldan görmek mümkündür. Ana akım, iktidar yanlısı veya muhalif basın kendi ideolojik bakışlarından da olsa iktidarın söylemine yer vermektedir. Özellikle gazetecilik söz konusu olduğunda iktidarın söylemleri çoğunlukla en önemli haber olarak gündemdeki yerini almaktadır.

Medya iktidarı, toplumsal iktidarın üretiminde ve yeniden üretiminde kendi içinde bağımsız bir yere sahiptir. Kaynak seçimi, tekdüze haber temposu ve haber başlığının seçimi gibi yöntemlerle medya, kitleye kimin, nasıl sunulacağına ve ne söyleneceğine karar verir. Haber değeri temelde yapısal yanlılığı içermektedir. Bu yolla uyuşmaya uygun olan seçkinler, örgütler ve gruplar medyada daha fazla yer alır.¹⁹ Medya, siyasal veya kamusal konularda tek bir partinin görüşünü benimserse partizanlıkla suçlanır. Medyanın yansızlığı, devletin çıkarlarının toplumun geneline, halkın rızası olarak sunulmasıdır.²⁰ Althusser'in ideolojik aygıt olarak, Gramsci'nin rıza üretim araçları olarak tanımladığı medyaya karşı Hall daha yumuşak bir ifadeye bulunmaktadır. Medyanın devlet ideolojisinin taşıyıcısı olması, salt bir bağımlılıktan kaynaklanmamaktadır. Ona göre buradaki sebeplerden biri de devlet söyleminin var olan haber pratikleri açısından birincil kaynak olmasıdır. Devletin işleyişi ya da uluslararası sorunlar söz konusu olduğunda resmi söylem birincil kaynak olarak aktarılır. Bu da resmi söylemin yayılmasını sağlar.

Medyada diğerleri yani dış gruplar; ana akım medyada daha az yer bulması, itibarlı haber kaynakları olarak görülmemesi, çoğunlukla ya olumsuz ya da klişeleştirilerek yer alması, uyuşmanın kabul ettiği "biz" in kaynaklarına bir yük ve bir sorun olarak tanımlanması, medyanın normaliyetle karşılaştırıldığında birçok konuda yetersiz ya da geri olduklarının varsayılması ve bu sebeple yardıma ihtiyaç duyduklarının varsayılması şeklinde sunulmaktadır. Basın söyleminin önemi, onun yaydığı bilgilerin geniş bir bölgede yayılıyor olmasıdır. Hükümetler, alternatif söylemlerin yayılmasını denetleyebilir. Hatta radikal olarak tanımladığı medyayı yasaklayarak, baskı uygulayarak veya marjinal hale getirerek yurttaşların haber alma özgürlüğünü sınırlandırır. Bundan dolayı üçüncü dünya haberlerinin hepsi olumsuz tipik ön yargı içermektedir. Aynı durum göçmenler ve azınlıklar için de geçerlidir. Bir grup

¹⁸ A.e., s. 301.

¹⁹ A.e., s. 303.

²⁰ Stuart Hall, "İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü", *Medya İktidar, İdeoloji*, Ed. Mehmet Küçük, Ark Yayınevi, Ankara, 1994, s. 100.

akademisyenin İngiliz medyasında haberleri incelediği çalışmada, İngiliz yöneticilerin olumsuz bir olayda aktör haline getirilmediği, haberin edilgen bir dille verildiği ancak azınlık bir grup veya gruba mensup kişinin yaptığı olumsuzluklarda, azınlıkların haberde birinci özne olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Medya söylemindeki bu yanlılığın sebeplerinden biri de çoğunlukla erkek ve beyaz olan profesyonel gazetecilerin bu yazıları kaleme alıyor olmasıdır. Gazetecilerin toplumdaki konumu, onların olayları algılayış biçimini ve yorumlayış biçimini de etkilemektedir.²¹

Bugün geleneksel medyanın yanında birçok alternatif medya türünün ortaya çıktığını, dijitalleşmenin medya alanına girişi kolaylaştırdığını ve daha küçük grupların kendi medyasını oluşturabildiği dolayısıyla farklı söylemelerin daha görünür olduğunu söylemek mümkündür. Ancak hâlâ en çok ziyaret edilen haber sitelerinin, geleneksel medyanın web siteleri olması, haber tüketiminde halen geleneksel medyanın varlığını devam ettirginin bir göstergesidir. Farklı seslerin varlığı, demokratik bir söylem ortamının varlığı açısından son derece önemlidir. Geleneksel medyanın söylem gücünü etkileyen bir diğer etken ise sosyal medya araçları olmuştur. Eskiden bilgi almanın tek yolu medyadan geçerken bugün kitle ve iktidar temsilcileri arasında dolaysız bir yol ortaya çıkmıştır. Türkiye’de özellikle twitter bu anlamda siyasi söylemin doğrudan ulaşılabilir olduğu bir mecradır.

3. Türk Basınında Azerbaycan Söylemleri Üzerine Bir İnceleme

1991 yılında bağımsızlığını kazanan Azerbaycan, Türkiye ile her dönem iyilişkiler içinde olmuştur. Azerbaycan’ın bağımsızlığını tanıyan ilk ülke olan Türkiye, Birinci Karabağ savaşında Ermenistan’ı işgalci kabul ederek sınırlarını kapatan tek ülkedir. Türkiye ve Azerbaycan arasındaki ilişki “*Bir millet iki devlet*” sözüyle sloganlaştırılmış ve iki devletin iktidarları tarafından da benimsenmiştir. Bu sebeple Azerbaycan’ın savaşı Türkiye’de de gündem olmuştur. Geçmişten gelen iyi ilişkiler, iki ülke arasında siyasi, askeri ve ticari birçok anlaşmayı da beraberinde getirmiştir. Coğrafi konumu itibarıyla Azerbaycan, Türkiye’nin Türk Dünyası’na açılan kapısı olmuştur. Öte yandan Türkiye ise Azerbaycan için batıya açılan bir kapı görevi görmektedir.

Günümüzde yaşanan Azerbaycan-Ermenistan gerilimi tarihi bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Sovyetler Birliği’nin dağılmasıyla bağımsızlığına kavuşan Azerbaycan ve Ermenistan arasındaki Karabağ mücadelesi bağımsızlıktan önce ortaya çıkmıştır. Karabağ, Kür ve Aras Irmakları ile Göyçe Gölü arasındaki bölgedir. Bölge özellikle konumu itibarıyla Ermenistan ve Azerbaycan’ın yanı sıra İran içinde önemli bir noktadadır. Rusya, 18. yüzyıldan başlayarak Kafkasya politikasında Ermeni milliyetçiliğini kullanmaya başlamıştır. Rus Çarı I. Petro’nun imzaladığı fermanla başlayan, Rusya’nın Ermeni halkını himaye etme siyaseti I. Yekaterina ve II. Yekaterina’nın devrinde de devam ettirilmiştir. Rusya’nın Kafkasya’yı işgaliyle birlikte Ermeni toplumu,

²¹ Teun A. Van Dijk, “Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları”, *Medya İktidar, İdeoloji*, Ed. Mehmet Küçük, Ark Yayınevi, Ankara, 1994, s. 305-310.

Azerbaycan topraklarına göç ettirilerek bölgede Ermeni yerleşimleri başlamıştır. Rusya'nın iskân politikası iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Birincisi 1805-1828 yılları arası, ikincisi ise 1828'den sonra yapılmıştır. 1826'da İran-Rusya savaşının ardından imzalanan Türkmençay Mukavelesi'yle Azerbaycan ikiye ayrılarak, kuzey kısmı Rusya'ya, güney kısmı ise İran'a bırakılmıştır.²²

1918 yılında Mehmet Emin Resulzade'nin başkanlığında kurulan Azerbaycan Halk Cumhuriyeti (AHC) topraklarının ilk sınırları, istiklal bildirisinde ilan edilmiştir. Buna karşılık Ermenilerde bölgede hak iddiasında bulunmuştur. 23 ay yaşayan Azerbaycan Halk Cumhuriyeti, 28 Nisan 1920'de Rusya tarafından işgal edilerek yerini Azerbaycan Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti'ne bırakmıştır. Azerbaycan'la birlikte Gürcistan ve Ermenistan Sovyet Sosyalist Cumhuriyetleri de kurulmuştur.²³

Rusya'nın Kafkaslardaki geleneksel politikası Sovyet yönetiminde devam etmiş ve Karabağ meselesinde Ermenilere destek vermiştir. 7 Temmuz 1923'te Azerbaycan Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti dâhilinde Dağlık Karabağ Özerk Bölgesi resmen kurulmuştur. Karabağ'ın Ermenilerce işgal edilmesi 1988 yılında başlamıştır. 12 Temmuz 1988'de Karabağ Ermenileri, "Özerk Bölge" olarak resmen Ermenistan'a bağlandıklarını ilan etmişlerdir. Bağımsızlıktan sonra da Ermeni ilerleyişi devam etmiş ve 1991-93 yılları arasında Ermeniler, Dağlık Karabağ ve çevresindeki yedi rayonu işgal etmiştir. Mayıs 1992'de Laçin'i ele geçirmiş ve bu sayede Dağlık Karabağ ile Ermenistan arasındaki kara bağlantısını sağlamışlardır. 1988-1994 Birinci Karabağ Savaşı'nda 32 binden fazla sivil ve 16 bin civarında ise Azerbaycan askeri Ermeniler tarafından öldürülmüştür.²⁴

SSCB dağılma eşiğine geldiğinde Ermenistan durumdan istifade ederek Azerbaycan Cumhuriyeti'nin %20'sini işgal etmiştir. Çatışmayı durdurmaya yönelik barış süreci 1992 yılında Avrupa Güvenlik ve İş Birliği Konferansı (AGİK-1994'te Avrupa Güvenlik ve İş Birliği Teşkilatı AGİT) çerçevesinde başlamış, 1994 yılında ateşkes imzalanmıştır. Günümüze kadar devam eden çatışmalarda çeşitli anlaşma ve görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ateşkesin ardından AGİT Minsk Grubu, üç barış planı önerisi sunmuş ancak ilk ikisi Ermenistan, üçüncüsü ise Azerbaycan tarafından reddedilmiştir.²⁵ Uzun süre çatışma bölgesi olarak kalan Karabağ, 2020 yılında II. Karabağ Savaşıyla gündeme gelmiştir. 27 Eylül'de Ermenistan'ın Azerbaycan'a düzenlediği saldırıyla başlayan savaş, 10 Kasım'da yapılan ateşkes ile Azerbaycan'ın zaferiyle sonuçlandı. Azerbaycan ordusu 44 günde 5 şehir, 4 kasaba ve 286 köyü işgalden kurtarmış, imzalanan bildiri gereği Ermenistan ordusu Ağdam, Kelbe-

²² Bilal Dedeyev, "Dağlık Karabağ Sorununun Tarihi Arka Planına Bakış", Ed. Osman Nuri Aras, *Dağlık Karabağ Savaşı: Siyasi, Hukuki, Ekonomik Analiz*, Qafqaz Üniversitesi Kafkasya Araştırmaları Enstitüsü Yayınları, Bakü, 2008, s. 21-22.

²³ A.e., s. 28.

²⁴ Esmâ Özdaşlı, "Bağımsızlığını Yeniden Kazanışının 30. Yılında Azerbaycan", *Türk Dünyası Araştırmaları*, Cilt: 129, Sayı: 255, İstanbul, 2021, s. 350.

²⁵ Kamil Süleymanov, "Türk Kamuoyunda Dağlık Karabağ Sorunu ve Türkiye Cumhuriyeti'nin Dağlık Karabağ Politikası", *Marmara Üniversitesi SBE, Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul, 2013, s. 123.

cer ve Laçın'dan çekilmek zorunda kalmıştır. Bu zafer, yalnızca Azerbaycan Türkleri için değil Türkiye Türkleri içinde gurur verici bir olay olarak medyada büyük yankı uyandırdı.

3.1. Araştırmanın Amacı, Yöntemi ve Örneklemi

II. Karabağ Savaşı Türk medyasında da yankı uyandırmış ve savaş boyunca Türkiye'de önemli bir gündem haline gelmiştir. Azerbaycan'la olan yakın ilişkilerden dolayı medyada birçok kez Azerbaycan'a dair söylemler yer alsa da bu söylemlerle savaş döneminde daha sık karşılaşmıştır. Bu çalışmanın amacı, medyanın Azerbaycan'a dair nasıl bir söylem ürettiğini ortaya koymaktır. Özellikle resmi söylem ile iktidara farklı mesafelerde duran ve farklı ideolojik yapılara sahip medyanın nasıl bir söylem ilişkisi içinde olduğunun betimlenmesi önem arz etmektedir.

Çalışmada incelenen haberlere yönelik olarak nitel ve nicel içerik analizi gerçekleştirilmiştir. İçerik analizinde, metinlerdeki içeriğin nesnel, nicel ve sistematik olarak betimlenmesi amaçlanmaktadır.²⁰ yüzyılın başlarında Columbia Gazetecilik okulu tarafından gazetelerin nicel analizlerinin yapılmasıyla ortaya çıktığı kabul edilen²⁶ içerik analizi günümüzde geleneksel medyanın yanında yeni medya metinlerinin analizi için de kullanılmaktadır.²⁷

Medya metinleri incelenerek iki kategori oluşturulmuştur. İki kategori için belirli kelimeler seçilerek bunlar frekans analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. İlk kategori "tanımlama" olarak belirlenmiş ve "Azerbaycan halkı", "Azerbaycan Türkü", "Azeri", "Azerbaycanlı" ifadeleri incelenmiştir.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nin 12 Kasım 1995'tekabul edilen ve 24 Ağustos 2002referandumuyla son şeklini alan anayasasında Azerbaycan'da yaşayan bireyler için Azerbaycan halkı²⁸ ifadesi kullanılmıştır. Resmi olarak Azerbaycan halkı kullanılırken, Azeri, Azerbaycanlı ve Azerbaycan Türkü ifadeleri de yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre "Azeri: Azerbaycan Türkü. Azerbaycanlı: Azerbaycan halkından veya bu halkın soyundan olan kimse. Azerbaycan Türkü: Azerbaycan Cumhuriyeti'nde ve Güney Azerbaycan'da (İran'da) yaşayan Türk soylu halk veya bu halktan olan kimse, Azeri" olarak tanımlanmaktadır.²⁹ Temel anlamların yanında bu tanımlamaların ideolojik yan anlamları da mevcuttur. Azerbaycan Türkü ifadesi milliyetçi literatürde çok fazla yer verilen, soy birliğini vurgulayan bir ifadedir. Azeri ifadesi, siyasi ifade olarak ayrı bir millet olmasını ima etmektedir. Azerbaycanlı ifadesi ise coğrafi bir ifade olarak kullanılmaktadır. Medyada kullanılan bu ifadeler, o haberin ideolojik tarafılığını göstermesi açısından önemlidir.

Çalışmada bakılacak ikinci kategori "yakınlık" ise birincinin devamı niteliğindedir. Ülkeler arası ilişkiler için kullanılan *kardeş, soydaş, dost ve komşu*

²⁶ Nuri Bilgin, *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar*, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2014, s. 3-4.

²⁷ L. A. Baxter ve E. R. Babbie, (2004). *The Basics of Communication Research*, Thompson and Wadsworth, 2004, s. 314.

²⁸ <https://www.anayasa.gen.tr/azerbaycan-aleskerli.htm> 21 Aralık 2021.

²⁹ <https://sozluk.gov.tr/> 21 Aralık 2021.

ifadeleri de haberin ideolojisini ortaya çıkarıcı ifadeler olarak belirlenmiştir. TDK'ye göre “*Kardeş: Aynı anne babadan doğmuş veya anne babalarından biri aynı olan çocukların birbirine göre adı. Dost: Sevilen, güvenilen, yakın arkadaşı, gönüldaş, iyi anlaşılabilir kimse, düşman karşıtı. Komşu: Sınır ortaklığı bulunan, mücavir. Soydaş: Soyları bir olan bireylerden her biri*” şeklinde tanımlanmaktadır.³⁰

Bu ifadeler iki ülke arasındaki yakınlık ilişkisini ortaya koymaktadır. Kardeş, daha yakın ilişkilerin kurulduğu ve temelde bir birliğin olduğu ülkeler için kullanılmaktadır. Dost, farklılıkların olduğu ancak sıcak ilişkilerin var olduğu ülkeler için kullanılmaktadır. Komşu, daha mesafeli olunan ülkeler için kullanılan bir ifade olarak karşımıza çıkmaktadır. Soydaş ifadesi ise kardeşle benzer bir anlamı bulunmakla birlikte genellikle milliyetçi bir ifade olarak çağrışımsal bir anlam içermektedir.

Araştırmanın evrenini Türkiye’de haber medyası ve haberlerdeki söylem seçkinleri olarak iktidar temsilcileri oluşturmaktadır. Çalışmada amaçlı örneklem yöntemi kullanılarak örneklem belirlenmiştir. Olasılık temelli olmayan bu yöntem, araştırmacının amaçlarına bağlı olarak tercih edilmektedir. İncelenen konunun değişkenleri arasında bağ kurma, olay ve olguları anlamlandırma amacıyla yapılan çalışmalarda sıklıkla kullanılmaktadır.³¹ Çalışmanın örneklemine haber kuruluşlarından üç farklı ideolojiye sahip gazetelerin internet siteleri seçilmiştir. İktidara yakın olan Sabah, muhalif bir çizgiyle birlikte sol ideolojiye yakın olan Sözcü ve milliyetçi ideolojiye yakın yayın politikası olan Türkgün gazetelerinin internet siteleri incelenmiştir. İktidarın söylemini temsilen Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu’nun resmi twitter hesapları ile Savunma Bakanı Hulusi Akar’ı temsilen Milli Savunma Bakanlığı’nın resmi twitter hesabı incelenmiştir. Akar’ın şahsi hesabının olmaması ve bakanlık sayfasından Akar’ın bütün açıklamalarına erişilmesinden dolayı bu hesap, örnekleme dahil edilmiştir. Araştırma verileri 27 Eylül 2020’de Ermenistan’ın Azerbaycan’a saldırısı ile başlayıp 10 Aralık 2020 tarihinde Azerbaycan’ın zafer töreni aralığında yayınlanan haber ve tweet’leri kapsamaktadır. Araştırma amacı doğrultusunda çalışmanın temel araştırma soruları şu şekilde oluşturulmuştur:

Medya ve resmi söylemde hangi tanımlayıcı ifadeler kullanılmaktadır?

Medya ve resmi söylemde hangi yakınlık ifadeleri kullanılmaktadır?

Azerbaycan’a yönelik resmi söylem ve medya söylemi arasında nasıl bir ilişki mevcuttur?

3.2. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bu bölümünde 27 Eylül 2020-10 Aralık 2020 tarihleri arasında yayınlanan içeriklerin nicel ve nitel analizi yapılmaktadır.

³⁰ <https://sozluk.gov.tr/> 21 Aralık 2021.

³¹ Şener Büyükoztürk, Özcan Aygün; Ebru Kılıç Çakmak, *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Pegem Akademi, Ankara, 2018, s. 92-93; Ali Yıldırım ve Hasan Şimşek, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 2008, Seçkin Yayıncılık, Ankara, s. 107.

Tablo 1: İktidarın Paylaştığı Tweet Dağılımı

Kişi	Tweet Sayısı	%
Recep Tayyip Erdoğan	12	9,5
Mevlüt Çavuşoğlu	28	22,2
Hulusi Akar	86	68,3
Toplam	126	

Üç twitter hesabının tweet'lerinin dağılımına bakıldığında toplamda 126 tweet atılmıştır. Tweet'lerin %68,3'ü Hulusi Akar (86) tarafından yayınlanmıştır. Mevlüt Çavuşoğlu (28) tweet'lerin %22,2'sini, Recep Tayyip Erdoğan (12) ise %9,5'ini yayınlamıştır.

Tablo 2: Tweet'lerdeki Tanımlama İfadelerinin Niceliksel Dağılımı

Kişi	Azerbaycan Halkı	%	Azerbaycan Türkü	%	Azeri	Azerbaycanlı	%	İfadesiz	%
R. T. Erdoğan	0		0		0	3	20,0	9	9,5
M. Çavuşoğlu	0		0		0	5	33,3	23	24,2
H. Akar	1	100	15	100	0	7	46,7	63	66,3
Toplam	1		15		0	15		95	

Atılan tweet'lerde en fazla kullanılan tanımlama ifadeleri "Azerbaycan Türkü" (15) ve "Azerbaycanlı" (15) ifadeleri olmuştur. Bir kez "Azerbaycan Halkı", ifadesi kullanılmış ve "Azeri" ifadesi hiç kullanılmamıştır. "Azerbaycan Türkü" ifadesinin tamamı Akar'ın tweet'lerinde geçmektedir "Azerbaycan" ifadesini ise üç isimde kullandığı görülmektedir. Atılan 95 tweette ise hiçbir ifadenin bulunmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 3: Tweet'lerdeki Yakınlık İfadelerinin Niceliksel Dağılımı

Kişi	Kardeş	%	Soydaş	Dost	Komşu	İfadesiz	%
R. T. Erdoğan	4	8,9	0	0	0	8	9,9
M. Çavuşoğlu	13	28,9	0	0	0	15	18,5
H. Akar	28	62,2	0	0	0	58	71,6
Toplam	45		0	0	0	81	

Üç hesaptan atılan tweet'lerde soydaş, dost ve komşu ifadelerinin hiç kullanılmadığı görülmüştür. Tek kullanılan yakınlık ifadesi "kardeş" 45 kez kullanılmıştır. Bunun %62,2'sini Akar (28), %28,9'unu Çavuşoğlu (13) ve %8,9'unu Erdoğan'ın (4) ifadeleri oluşturmuştur. 81 tweet'te hiçbir ifadenin bulunmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 4: Haber Dağılımı

Haber Sitesi	Haber Sayısı	%
Türkgün	457	33,7
Sözcü	260	19,2
Sabah	638	47,1
Toplam	1355	

Örnekleme yer alan üç haber sitesinin toplamda Karabağ Savaşı ile ilgili 1355 haber yayınlandığı belirlenmiştir. En fazla haber, Sabah (638) Gazetesi'nin sitesinde yayınlanarak neredeyse haberin yarısı Sabah Gazetesi tarafından üretilmiştir. Onu, 457 haber ile Türkgün Gazetesi takip etmiştir. En az içeriği ise Sözcü (260) Gazetesi'nin ürettiği görülmektedir.

Tablo 5: Haberlerdeki Tanımlama İfadelerinin Niceliksel Dağılımı

Haber Sitesi	Azerbaycan Halkı	%	Azerbaycan Türkü	%	Azeri	%	Azerbaycanlı	%	İfadesiz	%
Türkgün	44	29,9	17	22,7	3	4,3	69	30,5	314	34,0
Sözcü	25	17,0	9	12,0	25	36,2	34	15,0	183	19,8
Sabah	78	53,1	49	65,3	41	59,4	123	54,3	427	46,2
Toplam	147		75		69		226		924	

Ele alınan üç haber sitesinde II. Karabağ Savaşı'na ilişkin yayınlanan haberlerde en fazla "Azerbaycanlı" (226) ifadesi kullanılmıştır. Bunun %54,3'ünü Sabah (123), %30,5'ini Türkgün (69) ve %15'ini Sözcü (34) oluşturmaktadır. En sık ikinci ifade ise 147 kez kullanılan "Azerbaycan Halkı" olmuştur. Bu ifadenin de yine yarısından fazlası Sabah'ta yer almış. Daha sonra "Azerbaycan Türkü" (75) ve "Azeri" (69) ifadeleri gelmektedir. Bunlardaki dağılımda bir öncekilerin aynısı şeklinde devam etmiştir. 924 haberde ise ifade yer almamaktadır.

Tablo 6: Haberlerdeki Yakınlık İfadelerinin Niceliksel Dağılımı

Haber Sitesi	Kardeş	%	Soydaş	%	Dost	%	Komşu	%	İfadesiz	%
Türkgün	75	29,6	5	45,5	14	32,6	0		349	35,0
Sözcü	42	16,6	1	9,1	3	7,0	1	100	196	18,6
Sabah	136	53,8	5	45,5	26	60,5	0		488	46,3
Toplam	253		11		43		1		1053	

Yayınlanan haberlerdeki yakınlık ifadelerine bakıldığında en sık kullanılan "Kardeş" (253) ifadesi olmuştur. Bununda yarısı Sabah'ın (136) haberlerinde geçmiştir. İkinci sırada "Dost" (43) ifadesi gelmektedir. Onun da %60 Sabah'ın

(26) haberinde yer almaktadır. 11 kez kullanılan “*Soydaş*” ifadesi ise 5 kez Sabah ve 5 kez Türkgün’de geçmiş bir kez de (Devlet Bahçeli’nin açıklamasında) Sözcü’nün haberinde yer almıştır. Yalnızca bir kere kullanılan “*Komşu*” ifadesi ise Sözcü’de yer almıştır. 1053 haberde ise hiçbir ifade yer almadığı tespit edilmiştir.

Sonuç

Medya ve iktidar ilişkisi sosyal bilimlerin pek çok alanında ilgi konusu olmuştur. Bu çalışmada iktidarın temsil ettiği resmi söylem ile medya söylemi arasındaki ilişki, Azerbaycan üzerinden ele alınmıştır. Resmi söylem, iktidarın uyuşum olarak kabul ettiği bir yapıdır. Medyanın da buna belirli ölçülerde uyması beklenir. Uymayanlar ötekileştirilerek ana akımdan uzaklaştırılmaktadır. Muhalif basın olarak adlandırılan yayın kuruluşlarının bile bir noktaya kadar bu uyuşumdan etkilenmesi beklenir. Bu çalışmada temel olarak literatürde varsayılan bu yaklaşımların alanda nasıl karşılık bulduğu incelenmiştir.

İçerik analiz sonucunda elde edilenler ışığında resmi söylemin tanımlama ifadesi olarak baskın bir biçimde “Azerbaycanlı” ifadesini kullandığını söylemek mümkündür. Her ne kadar “*Azerbaycan Türkü*”de aynı sayıda kullanılmış olsa da bunun sadece Savunma Bakanı Hulusi Akar tarafından kullanılması bu ifadeyi ikinci plana itmektedir. Öte yandan Azerbaycanlı ifadesi üç ismin tweet’lerinde de yer almaktadır. Medyada da benzer şekilde “*Azerbaycanlı*” ifadesinin en sık kullanılan tanımlama ifadesi olduğu görülmektedir. Burada ise onu “*Azerbaycan Halkı*” takip etmekte ve “*Azerbaycan Türkü*” ifadesi üçüncü sırada yer almaktadır. “*Azerbaycanlı*” ifadesi üç gazetenin de haberlerinde en sık kullandığı ifade olmuştur. Özellikle milliyetçi bir duruş sergileyen Türkgün’de milliyetçi söylemi temsil eden Azerbaycan Türkü ifadesinin üçüncü sırada yer alması sitedeki haberlerin milliyetçi bir ideolojiden ziyade resmi söyleme daha yakın oluşunu göstermesi açısından son derece önemlidir. Sabah Gazetesi’nin dağılımı toplam dağılımla benzerlik göstermektedir. Ancak Sözcü ve Türkgün gazetelerinin siteleri arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır. Türkgün Gazetesi’nde en az kullanılan ifade “*Azeri*” (3) olurken Sözcü Gazetesi’nin en az kullandığı ifade “*Azerbaycan Türkü*” (9) olmuştur. İdeolojik zıtlık yaşayan bu iki site arasındaki bu farklı tanımlama ifadesinin seçiminde ideolojilerinin etkili olduğunun bir göstergesi olmaktadır. Ayrıca Sabah Gazetesi’nde bir kez “*Azeri Türkü*” ifadesi kullanılmıştır.

Resmi söylemde geçen yakınlık ifadelerine bakıldığında soydaş, dost ve komşu ifadelerinin hiç kullanılmadığı yalnızca “*Kardeş*” ifadesinin kullanıldığı görülmüştür. Azerbaycan’a yönelik, iktidarın ortak bir söylem oluşturduğu ve “*Azerbaycanlı Kardeş*” ifadesinin resmî söylemde yer aldığı sonucuna ulaşılmaktadır. Medya söylemine bakıldığında ise en sık kullanılan ifade “*Kardeş*” (253) olmuştur. Yakınlık ifadelerinde Türkgün ve Sabah’ın ortak bir söylem kullandıkları görülmektedir. “*Soydaş*” ifadesi ikisinde 5kez geçmekte ve

“Komşu” ifadesi ikisinde de kullanılmamaktadır. Öte yandan Sözcü, “Soydaş” ifadesine bir kez yer vermekte o da MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli’nin cümlesinde geçmektedir. Resmi söylemde yer almayan bu ifadenin milliyetçi bir söylem olması dolayısıyla Sözcü’de sık kullanılmaması beklenen bir durumken milliyetçi bir yayın politikası güden Türkgün’ün, Sabah’la aynı sayıda kullanması dikkat çekicidir. Resmi söylemde yer almayan “Dost” ifadesinin Türkgün’de de “Soydaş”tan daha fazla kullanılması yine önemli bir detaydır. “Komşu” ifadesinin ise yalnızca Sözcü’de kullanılması Sözcü’nün söyleminde farklılığı artırmaktadır.

Literatürde incelendiği üzere resmî ideoloji, medyayı birçok noktada etkilemekte ve yönlendirmektedir. Özellikle medyanın yapısal yanlılığı bağlamında resmi söylemin haber değeri taşıması muhalefet için bile olsa bu söylemlerin medyada yer alışı sıklığını artırmaktadır. Bu çalışmadaki önemli sorularından bir tanesi resmi söylem ve medya söylemi arasında nasıl bir ilişki olduğu üzerinedir. Sabah ve Türkgün gazeteleri iktidara daha yakın bir politika izlemekte dolayısıyla söylemlerinde de benzerlikler bulunmaktadır. Ancak Sözcü Gazetesi hem iktidara muhalif olması hem de ideolojik duruşu sebebiyle bazı konularda resmi söylemden ayrışmaktadır. Resmi söylemde kullanılmayan tanımlama ve yakınlık ifadelerinin medyada yer bulması oldukça dikkat çekicidir. Resmi söylemle en az benzerlik Sözcü Gazetesi’nde görülmüştür. Sabah ve Türkgün gazetelerinin söylemleri ise iktidar söylemine benzer mesafede bulunmaktadır. Sabah’ın iktidara yakın bir politika izlemesi bu benzerliği anlamlı kılmaktadır. Öte yandan Türkgün’ün milliyetçi bir söylemden çok resmi söyleme yakın bir yayın politikasının olduğunu söylemek mümkündür.

Kaynakça

- ALTHUSSER, Louis: *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aytıları* (Çev. Y. Alp; M. Özışık), İletişim Yayınları, İstanbul, 2002.
- BAXTER, L. A.; BABBIE, E. R.: *The Basics of Communication Research*, Thompson and Wadsworth 2004.
- BİLGİN, Nuri: *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar*, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2014.
- DEDEYEV, Bilal: “Dağlık Karabağ Sorununun Tarihi Arka Planına Bakış”, Ed. Osman Nuri Aras, *Dağlık Karabağ Savaşı: Siyasi, Hukuki, Ekonomik Analiz*, Qafqaz Üniversitesi Kafkasya Araştırmaları Enstitüsü Yayınları, Bakü, 2008.
- GÜNGÖR, Nazife: *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2013.
- HALL, Stuart: “Kodlama ve Kodaçım”, Ed. Barış Çoban; Zeynep Özarslan, *Söylem ve İdeoloji*. Su Yayınları, İstanbul, 2003.
- HALL, Stuart: “İdeolojinin Yeniden Keşfi; Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü”, Ed. Mehmet Küçük, *Medya İktidar, İdeoloji*, Ark Yayınevi, Ankara, 1994.

- ÖZDAŞLI, Esmâ: “Bağımsızlığını Yeniden Kazanışının 30. Yılında Azerbaycan”, *Türk Dünyası Araştırmaları*, Cilt: 129, Sayı: 255, Aralık, 2021.
- SÜLEYMANOV, Kamil: “*Türk Kamuoyunda Dağlık Karabağ Sorunu ve Türkiye Cumhuriyeti’nin Dağlık Karabağ Politikası*”, Marmara Üniversitesi SBE, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2013.
- TORUK, İ.; SİNE, R.: “Haber Söylem Üretimindeki İdeolojik Etki: Wikileaks Haberleri”, *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırma Dergisi*, Cilt: 31, Sayı: 362, Aralık, 2012.
- VAN DIJK, Teun A.: “Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları”, Ed. Mehmet Küçük, *Medya İktidar, İdeoloji*, Ark Yayınevi, Ankara, 1994.
- VAN DIJK, Teun A.: “Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım”, Ed. Barış Çoban; Zeynep Özarıslan, *Söylem ve İdeoloji*, Su Yayınları, İstanbul, 2003.
- VAN DIJK, Teun A.: *İdeoloji-Multidisipliner Bir Yaklaşım*. (Çev. A. Demir) Hece Yayınları, Ankara, 2019.
- YILDIRIM, Ali; ŞİMŞEK, Hasan: *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2008.

Extended Abstract

The Effect Of Ideology In Media Content: Azerbaijani Discourse In The Turkish Press

The relationship between Türkiye and Azerbaijan has been turned into a slogan with the phrase “One nation, two states” and has been adopted by the governments of the two states. Historical ties and geographical proximity have caused the developments in Azerbaijan to come to the fore in Türkiye as well. The tension between Azerbaijan and Armenia, which has a long history, came to the fore with the 2nd Karabakh War in 2020. The Karabakh War was also followed with great interest in Türkiye and took place in the Turkish press.

The aim of this study is to reveal what kind of discourse the media produces about Azerbaijan. Qualitative and quantitative content analysis was carried out for the news analyzed in the study. Two categories were created by examining the media texts. Certain words were selected for the two categories and evaluated by frequency analysis method. The first category was determined as “definition” and the expressions “Azerbaijan People”, “Azerbaijani Turk”, “Azerbaijani” and “Azeri” were examined. The second category of the study was determined as “closeness”. The expressions of sibling, cognate, friend and neighbor used for relations between countries were examined.

The universe of the research consists of the power representatives as the news media and discourse elites in Türkiye. In the study, the sample was determined by using the purposeful sampling method. In the sample of the study, Sabah, which is close to the government, Sözcü, which has an opposition left ideology, and Türkgün, which has a nationalist publishing policy, took place. The official twitter accounts of President Recep Tayyip Erdoğan and Foreign Minister Mevlüt Çavuşoğlu, representing the discourse of the government, and the official twitter account of the Ministry of National Defense, representing the Minister of Defense Hulusi Akar, were examined. Since Akar does not have a personal account and all statements of Akar are shared on the ministry page, this account is included in the sample. The research data includes the news and tweets that started with the attack of Armenia on Azerbaijan on September 27th, 2020 and published between the victory ceremony of Azerbaijan on December 10th, 2020.

In line with the research purpose, the main research questions of the study were formed as follows: “Which descriptive expressions are used in the media and official discourse?”, “Which affinity expressions are used in the media and official discourse?”, “What kind of relationship is there between the official discourse and media discourse?”

126 tweets were sent in the selected date range. The most used identification expressions were “Azerbaijani Turk” (15) and “Azerbaijani” (15). The expression “People of Azerbaijan” was used once and the expression “Azeri” was never used. The expressions cognate, friend and neighbor were not used in the tweets from three accounts. The only expression of affinity used was sibling (45).

A total of 1355 news about the Karabakh War II were published by the three news sites in the sample. The phrase “Azerbaijani” (226) was used the most in the news “People of Azerbaijan” was used 147 times, “Azerbaijani Turk” 75 times and “Azeri” 69 times. The most frequently used expression of closeness was “sibling” (253). The phrase “friend” (43) comes in second place. The cognate, which is used 11 times, was mentioned in Sabah 5 times and Türkgün 5 times and was once in Sözcü’s news. The word “neighbor” has appeared once in Sözcü only.

In this study, the relationship between the official discourse represented by the government and the media discourse is discussed through Azerbaijan. In official discourse, the expression “Azerbaijani” is used as a dominant descriptive expression. The expression “Azerbaijan Turk” is used the same number of times, but this expression is used only by Hulusi Akar. On the other hand, the phrase “Azeri” was not included in the tweets of the three names. The most frequently used describing expression in the media is the Azerbaijani expression. It is followed by the people of Azerbaijan, and the expression “Azerbaijan Turk” is in the third place. The term “Azerbaijani” was mostly used in the news of all three newspapers. The fact that the expression “Azerbaijani Turk”, which represents the nationalist discourse, is in the third place in Türkgün, who has a nationalist stance, shows that the news on the site is closer to an official discourse than a nationalist ideology. There is a serious difference between Sözcü and Türkgün websites. While the least used expression in Türkgün was “Azeri” (3), Sözcü’s least used expression was “Azerbaijani Turk” (9).

In the official discourse, only the expression of brother was used. It was concluded that the government formed a common discourse towards Azerbaijan. Similarly, the most frequently used expression in the media is brother. It is seen that Türkgün and Sabah use a common discourse in their expressions of intimacy. In both sites, the word “cognate” was used 5 times and the word “neighbor” was not used in any of them. On the other hand, Sözcü used the expression “cognate” once, which represents a nationalist discourse. It is noteworthy that Türkgün, who has a nationalist editorial policy, used the same issue as Sabah. The use of the word neighbor only in Sözcü increases the difference in Sözcü’s discourse.

One of the important questions in this study is about the relationship between official discourse and media discourse. Sabah and Türkgün newspapers follow a policy closer to the government, so there are similarities in their discourses. However, Sözcü differs from the official discourse. Sabah and Türkgün newspapers, on the other hand, are at a similar distance from the discourse of power. The fact that Sabah follows a policy close to the government makes this similarity meaningful. On the other hand, it is possible to say that Türkgün has a publishing policy that is closer to the official discourse than to a nationalist discourse.