

Azerbaycan'da Televizyon Yayıncılığının Yapısal Dinamikleri ve Mevcut Sorunlar

Television Broadcasting in Azerbaijan: Structural Dynamics and Contemporary Challenges

Sevil HASANOVA

Prof. Dr., Bakü Devlet Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Multimedya ve Elektronik İletişim Bölümü, csevilqiyasqizi@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0005-3353-5620>

Makale Başvuru Tarihi: 22.05.2025

Makale Kabul Tarihi: 29.06.2025

Makale Türü: Araştırma Makalesi

ÖZET

Bu çalışma, Azerbaycan'da televizyon yayıncılığının tarihsel gelişimini, yapısal dinamiklerini ve karşı karşıya olduğu güncel sorunları medya sistemleri kuramı çerçevesinde analiz etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında, televizyon yayıncılığı yalnızca teknik bir iletim aracı olarak değil, aynı zamanda tarihsel olarak şekillenmiş, kültürel ve kurumsal bağlamlarda anlam kazanan bir kamusal iletişim alanı olarak ele alınmıştır. Çalışmanın kuramsal temeli, medya sistemleri kuramı doğrultusunda yapılandırılmış, bu bağlamda farklı yayıncılık modelleri ile post-Sovyet coğrafyada medyanın geçirdiği dönüşüm süreçleri karşılaştırmalı biçimde değerlendirilmiştir. Tarihsel süreklilikler, düzenleyici mekanizmaların evrimi ve sahiplik yapıları bağlamında televizyon yayıncılığının yapısal nitelikleri analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, Azerbaycan'daki televizyon yayıncılığının büyük ölçüde tarihsel mirasın, kurumsal devamlılıkların ve sınırlı profesyonel dönüşümün etkisi altında şekillendiğini ortaya koymaktadır. Özellikle kurumsallaşma düzeyindeki yetersizlikler, teknik altyapının modernizasyonunda yaşanan gecikmeler, içerik üretimindeki tekdüzelik ve mesleki standartlara ilişkin belirsizlikler, yayıncılık kalitesini ve toplumsal etki kapasitesini sınırlandıran temel etmenler olarak öne çıkmaktadır. Çalışmanın sonunda, daha katılımcı, yaratıcı ve sürdürülebilir bir televizyon yayıncılığı yapısının inşasına yönelik çözüm önerileri sunulurken, Azerbaycan'daki medya sisteminin dönüşüm potansiyeline dair bütüncül bir perspektif geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler:

Azerbaycan Medyası,
Televizyon Yayıncılığı,
Yayın Modelleri,
Yapısal Dinamikler,

ABSTRACT

This study aims to analyze the historical development, structural dynamics, and current challenges of television broadcasting in Azerbaijan within the framework of media systems theory. In this context, television broadcasting is considered not merely a technical medium but a form of public communication shaped by historical trajectories and embedded in cultural and institutional contexts. The study builds on media systems theory to comparatively evaluate various broadcasting models and the transformation of media systems in the post-Soviet context. Structural characteristics of television broadcasting have been examined in relation to historical continuities, the evolution of regulatory mechanisms, and ownership structures. The findings reveal that television broadcasting in Azerbaijan has largely been shaped by historical legacies, institutional continuities, and limited professional transformation. Key challenges include weak institutionalization, delayed modernization of technical infrastructure, uniform content production, and unclear professional standards, all of which limit the quality of broadcasting and its impact on society. The study concludes with policy recommendations aimed at building a more participatory, innovative, and sustainable television broadcasting system, offering a holistic perspective on the transformation potential of Azerbaijan's media landscape.

Keywords:

Azerbaijan Media,
Television Broadcasting,
Broadcasting Models,
Structural Dynamics,

Önerilen Alıntı (Suggested Citation): HASANOVA, Sevil (2025), "Azerbaycan'da Televizyon Yayıncılığının Yapısal Dinamikleri ve Mevcut Sorunlar", *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, S.8(2), ss.257-267, Doi: <https://doi.org/10.33712/mana.1704349>

1. GİRİŞ

Televizyon, 20. yüzyılın ortalarından itibaren kitle iletişim araçları arasında en etkili mecralardan biri haline gelmiş, hem bilgilendirme hem de eğlendirme işleviyle geniş halk kitlelerine ulaşmıştır. Radyo ve basılı medyadan farklı olarak görsel-işitsel yapısıyla izleyici üzerinde daha güçlü bir etki yaratabilen televizyon, kamuoyunun yönlendirilmesinde, ideolojik inşa süreçlerinde ve kültürel kodların yaygınlaştırılmasında merkezi bir rol oynamıştır. Modern dönemlerde ise dijitalleşme ve medya teknolojilerindeki dönüşüm, televizyonun işlevsel yapısını yeniden şekillendirmiştir. Uydu ve kablolu yayıncılığın yaygınlaşması, çok kanallı sistemlerin oluşması ve daha yakın dönemde dijital platformların etkisi, televizyonun klasik anlamdaki yayıncılık sınırlarını aşmasına neden olmuştur. Buna rağmen televizyon, özellikle gelişmekte olan toplumlarda şimdi de en erişilebilir ve etkili medya aracı olma özelliğini sürdürmektedir. Bu nedenle televizyon yayıncılığı, medya sistemlerinin analizinde yalnızca teknik bir araç olarak değil, siyasal, ekonomik ve kültürel güç ilişkilerinin yansıdığı bir alan olarak ele alınmalıdır.

Azerbaycan özelinde ise televizyon yayıncılığı, tarihsel olarak Sovyetlerin dağılmasından sonraki dönemin mirasını taşıyan bir yapıya sahiptir; bu yapı, hem merkezîyetçi geleneklerle hem de küresel medya dönüşümleriyle eşzamanlı olarak etkileşime girmektedir. Dolayısıyla Azerbaycan'daki televizyon sisteminin sorunlarını anlamak, yalnızca medya özgürlüğü gibi sınırlı perspektiflerle değil, medya sistemlerinin içsel işleyiş mantığını, tarihsel bağlamını ve düzenleyici mekanizmalarını birlikte değerlendiren bütüncül bir yaklaşımı zorunlu kılmaktadır.

Bu çalışma, Azerbaycan'daki televizyon yayıncılığının yapısal dinamiklerini analiz etmeyi, karşı karşıya kalınan temel sorun alanlarını belirlemeyi ve bu sorunların medya sistemine etkilerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın önemi, ülkede medya sektörünün sürdürülebilir bir kurumsal yapıya kavuşmasına yönelik yapısal reform tartışmalarına katkı sunmasında yatmaktadır. Aynı zamanda medya sistemleri kuramı bağlamında Azerbaycan örneğinin özgün niteliklerini inceleyerek literatürdeki kuramsal çeşitliliğe katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Çalışmada tarama yöntemi esas alınarak akademik literatür, medya politikalarına ilişkin resmi açıklamalar, medya içerikleri ve sektörel analizler incelenmiştir. Veriler, yorumlayıcı bir analiz çerçevesinde değerlendirilmiş, elde edilen bulgular yapısal sorunların neden-sonuç ilişkileri bağlamında tartışılmıştır. Kuramsal temelde medya sistemleri kuramı araştırmanın teorik çerçevesini oluşturmaktadır. Özellikle Hallin ve Mancini'nin geliştirdiği medya modelleri (2004), devlet-medya ilişkileri, düzenleyici yapıların rolü ve editöryal özerklik gibi başat kavramlar, Azerbaycan'daki televizyon sisteminin analizinde referans noktası olarak kullanılmıştır. Ayrıca post-Sovyet medya yapılarının dönüşümüne dair bölgesel yaklaşımlardan ve karşılaştırmalı medya sistemleri literatüründen de yararlanılmıştır.

Azerbaycan'da televizyon yayıncılığı üzerine yapılan mevcut çalışmalar, medya sahipliği yapıları, finansman modelleri ve düzenleyici kurumların işlevselliği gibi başlıklara değinse de, bu unsurları bir arada ele alan bütüncül bir yapısal çözümleme eksiktir. Bu çalışma, söz konusu boşluğu doldurmayı ve televizyon yayıncılığını sadece siyasal bir müdahale sorunu değil, aynı zamanda kurumsal, ekonomik ve teknolojik bir sistem olarak anlamaya yönelik katkı sunmayı amaçlamaktadır.

2. TELEVİZYON YAYINCILIĞININ KURAMSAL ARKA PLANI

Televizyon yayıncılığı, modern kitle iletişim sistemlerinin en merkezi ve etkili bileşenlerinden biri olarak yalnızca teknik bir bilgi iletim aracı değil, aynı zamanda siyasal erk, ekonomik yapı ve kültürel üretim süreçlerinin kesişim noktasında konumlanan çok boyutlu bir kurumlar bütünüdür. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, televizyonun erişim gücü ve kamuoyunu şekillendirme kapasitesi, onu medya sistemleri içerisindeki en stratejik alanlardan biri haline getirmiştir. Bu nedenle televizyon yayıncılığına dair yapılacak analizlerin yalnızca içerik ya da izleyici tercihleri düzeyinde değil, aynı zamanda yapısal, tarihsel ve kurumsal düzeyde yürütülmesi gereklidir.

Medya sistemlerinin kavranmasında kuramsal çerçeve olarak en yaygın kullanılan yaklaşımlardan biri, medya sistemleri kuramıdır. Bu kuram, medya yapılarının sadece normatif yönlerini değil, aynı zamanda medya ile siyaset, ekonomi ve hukuk arasında kurulan ilişki biçimlerini de dikkate alarak sistematik bir çözümleme modeli sunmaktadır. Özellikle medya sistemlerinin tarihsel olarak nasıl şekillendiğini, hangi aktörler tarafından yönlendirildiğini ve bu süreçlerin hangi kurumsal sonuçları doğurduğunu ortaya koymaktadır. Televizyon yayıncılığı ise bu kuramsal zemin üzerinde en belirgin örneklerden biridir. Çünkü devlet politikaları,

düzenleyici çerçeveler, sermaye yapıları ve profesyonel gazetecilik normları gibi çok sayıda parametre televizyon yayıncılığının şekillenmesinde doğrudan rol oynamaktadır (Alver, 2006).

Bu çerçevede, televizyon sistemlerinin çözümlenmesinde sadece teknik altyapı ya da içerik üretim biçimleri değil, aynı zamanda medya sahipliği yapıları, yayın politikalarının belirlenme süreçleri, reklam ve finansman mekanizmaları, düzenleyici kurumların rolü ve denetim kapasiteleri gibi yapısal unsurlar da dikkate alınmalıdır. Bu yaklaşım, televizyonu yalnızca mesaj taşıyıcısı olarak değil, aynı zamanda siyasal iktidarın yeniden üretildiği, ekonomik çıkarların dağıtıldığı ve kültürel hegemonya araçlarının inşa edildiği bir alan olarak görmeyi mümkün kılmaktadır. Özellikle post-otoriter ve geçiş sürecindeki medya sistemlerinde, televizyon yayıncılığı daha da merkezi bir konuma sahiptir. Bu bağlamda Azerbaycan örneğinde olduğu gibi Sovyetlerin dağılmasından sonra bağımsızlığını kazanan ülkelerde televizyon yalnızca kamuoyunu bilgilendirme işlevi değil, aynı zamanda toplumsal rıza üretme, siyasal meşruiyeti pekiştirme ve ulusal kimlik inşasında da işlevsel bir araç haline gelmiştir (Gadimov, 2014). Bu durum, televizyonun sadece teknolojik dönüşümlerle değil, aynı zamanda tarihsel miras, siyasal yapı ve kurumsal kültürle iç içe geçmiş bir medya alanı olarak ele alınmasını gerektirir.

2.1. Medya Sistemleri Kuramı ve Yayıncılık Modelleri

Medya sistemlerinin yapısal özelliklerini, tarihsel gelişimini ve siyasal-ekonomik bağlamdaki konumunu anlamaya yönelik kuramsal çabalar, iletişim bilimlerinde 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yoğunlaşmış ve sistem odaklı yaklaşımlar, medya çalışmalarında önemli bir paradigma halini almıştır. Bu yaklaşımlar içinde en etkili olanlardan biri, Daniel C. Hallin ve Paolo Mancini tarafından geliştirilen medya sistemleri kuramıdır. Kuram, medya ile siyasal sistem arasındaki ilişkileri ideal-tip modeller üzerinden çözümleyerek medya sistemlerinin işleyiş mantığını açıklamayı amaçlar. Bu çerçevede geliştirilen üç ana model, “*Liberal*”, “*Demokratik-Korporatist*” ve “*Polarize-Çoğulcu*” modelleri farklı tarihsel koşullarda ve siyasal yapılarda şekillenen medya ortamlarını karşılaştırmalı olarak değerlendirme olanağı sunmaktadır (Hallin, ve Mancini, 2004). Hallin ve Mancini (2004), medya sistemlerini dört temel değişkene dayanarak sınıflandırmıştır;

1. Medya piyasasının gelişim düzeyi,
2. Siyasal paralellik (medya kuruluşlarının siyasal aktörlerle olan yapısal ve içeriksel yakınlığı),
3. Devletin müdahale derecesi,
4. Gazetecilik normlarının kurumsallaşma seviyesi.

Bu dört değişkenin farklı kombinasyonları, yukarıda belirtilen üç modeli ortaya çıkarmaktadır. Bu modeller şunlardır;

- ***Liberal Model (ABD, Birleşik Krallık):*** Rekabete dayalı medya piyasası, düşük siyasal paralellik, sınırlı devlet müdahalesi ve yüksek düzeyde profesyonel gazetecilik normlarıyla tanımlanır.
- ***Demokratik-Korporatist Model (Almanya, İsveç):*** Güçlü kamu hizmeti yayıncılığı, gelişmiş profesyonel normlar, orta düzeyde siyasal paralellik ve düzenleyici devlet müdahalesiyle karakterizedir.
- ***Polarize-Çoğulcu Model (İtalya, İspanya, Yunanistan):*** Yüksek siyasal paralellik, düşük profesyonellik düzeyi ve medya organlarının siyasal elitlerin uzantısı olarak işlev gördüğü bir yapı öne çıkmaktadır. Bu modeller ideal-tip niteliği taşımakta olup, tüm medya sistemleri birebir bu kalıplara uymamaktadır. Ancak bu sınıflama, medya sistemlerinin siyasal, ekonomik ve kültürel koşullara göre nasıl biçimlendiğini anlamada işlevsel bir analitik çerçeve sunmaktadır.

Her ne kadar Hallin ve Mancini'nin (2004) çalışması medya sistemleri kuramı açısından çığır açıcı bir nitelik taşısa da, kuramın temel sınırlılıkları da literatürde çeşitli eleştirilerle gündeme getirilmiştir. İlk olarak, bu modeller Batı Avrupa ve Kuzey Amerika bağlamında geliştirilmiş ve esas olarak bu bölgelerin tarihsel deneyimlerine dayanmıştır. Dolayısıyla post-Sovyet ülkeler, Asya, Afrika ya da Latin Amerika gibi farklı siyasal tarih ve medya kültürlerine sahip bölgeler için bu modellerin doğrudan uygulanabilirliği sınırlıdır (Hallin ve Mancini, 2004). Özellikle otoriterleşme eğilimlerinin, hibrit rejimlerin ve denetimsiz piyasa koşullarının yaygın olduğu ülkelerde, medya sistemlerinin daha karmaşık ve çok katmanlı yapılar taşıdığı görülmektedir. İkinci olarak, medya sistemlerinin dönüşen teknolojik altyapılar (*dijitalleşme, sosyal medya, OTT platformlar vb.*) ile birlikte geçirdiği yapısal değişimler, kuramın sabit modellerle sınırlı kalmasını sorunlu hale getirmiştir. Günümüzde medyanın dijitalleşme yoluyla hem üretim biçimlerinde hem de denetim mekanizmalarında yaşadığı değişim, klasik yayıncılık modellerini büyük ölçüde aşındırmıştır. Örneğin Netflix

gibi platformlar devletin düzenleyici etkisinden daha bağımsız bir medya ekosistemi yaratırken, Rusya'daki RT gibi devlet destekli medya organları dijital medya üzerinden küresel propaganda araçlarına dönüşmüştür (Mamatkulova, 2024).

Bu eleştiriler doğrultusunda medya sistemleri kuramı, farklı bölgelerdeki medya yapılarını analiz etmek için genişletilmiş ve yerel bağlamlara uyarlanmış versiyonlara dönüştürülmüştür. Özellikle post-Sovyet medya sistemleri, bu çabanın öne çıkan örneklerindendir. Örneğin Voltmer, geçiş dönemi toplumlarında medya sistemlerinin “*melezleşmiş*” biçimlerde ortaya çıktığını ve bu sistemlerin klasik liberal normlarla otoriter pratikleri aynı anda barındırabildiğini belirtmiştir. Aynı şekilde, Perusko ve Popovic, Doğu Avrupa ülkelerinde “*geçici medya düzenleri*”nden söz ederek, medya yapılarının istikrarsız ve siyasal değişimlere son derece duyarlı olduğunu savunmuştur.

Televizyon, medya sistemleri kuramı içinde özel bir önem taşımaktadır. Çünkü devlet politikalarının, düzenleyici yapıların ve siyasal müdahalelerin en yoğun yaşandığı alanlardan biridir (Ak ve Yalın, 2019). Özellikle kamu hizmeti yayıncılığı modelleri ile ticarileşmiş özel televizyon sistemleri arasındaki ayrım, medya sistemlerinin siyasal-ideolojik yönelimleri hakkında da önemli ipuçları sunmaktadır. Örneğin BBC gibi kamu hizmeti yayıncıları, liberal-demokratik gelenekte kamusal çıkarı önceleyen, editoryal özerkliği yüksek yapılar olarak modellenirken, Rusya'daki VGTRK gibi kamu yayıncıları, doğrudan devlet kontrolü altındaki yapıların temsilcileri olarak değerlendirilmektedir (Mamatkulova, 2024). Bu ikili yapı, televizyonun yalnızca bir içerik üretim aracı değil, aynı zamanda hegemonik söylem üretimi, toplumsal normların yeniden üretimi ve kamusal alanın şekillendirilmesi bağlamında işlevsel olduğu göstermektedir.

2.2. Yapısal Sorunlar: Kavramsal Bir Yaklaşım

Televizyon yayıncılığı sistemlerinde “*yapısal sorunlar*” kavramı, sadece içerik üretiminde görülen aksaklıkları değil, medya sisteminin temel işleyişini belirleyen kurumsal, hukuksal ve ekonomik düzenlemelerdeki eksiklikleri kapsamaktadır. Bu sorunlar, çoğunlukla görünür sansür mekanizmalarının ötesinde, sistemin genetik kodunda yer alan yapısal çarpıklıklardan kaynaklanır. Kavramsal olarak bu bağlamda yapısal sorunlar; mülkiyet yoğunlaşması, editoryal özerklik eksikliği, finansal sürdürülemezlik, düzenleyici bağımsızlık zayıflığı ve profesyonel normların kurumsallaşamaması gibi başlıklarla tanımlanır (Şirvanlı ve Dağtaş, 2022). Örneğin, medya sahipliğinin dar bir oligark çevresinde toplandığı sistemlerde televizyon, kamusal çıkarı değil, özel sermaye ya da siyasal iktidar ilişkilerini yansıtmaya eğilimindedir. Bu durum, post-Sovyet ülkelerde görülebilen bir olgudur. Yayın kuruluşlarının çoğunun doğrudan ya da dolaylı olarak siyasal otoriteye bağlı olması, haber içeriklerinin homojenleşmesine ve eleştirel gazeteciliğin zayıflamasına yol açabilir. Bir diğer yapısal sorun alanı, düzenleyici kurumların özerklik düzeyidir. Bu durum, lisanslama süreçlerinden yayın ilkelerine kadar geniş bir alanda keyfiliğe ve siyasi müdahaleye açık bir ortam yaratabilir. Ayrıca televizyon sektöründe reklam gelirlerine bağımlı ticari modellerin, kamu yararına yayıncılığı gölgede bırakması da sık karşılaşılan bir sorundur. Bu durum, “*piyasa merkezli yayıncılık*” eleştirilerini beraberinde getirmektedir (Yıldırım, 2023). Yapısal sorunların çözümü, sadece teknik reformlarla değil, aynı zamanda medya sistemini şekillendiren sosyo-politik bağlamın dönüşümüyle mümkündür. Bu nedenle yapısal sorunlara dair kavramsal yaklaşımlar, medya sistemini yalnızca bir iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda güç ilişkilerinin yeniden üretildiği bir toplumsal kurum olarak ele alan kuramsal perspektiflere yaslanmalıdır.

2.3. Post-Sovyet Coğrafyada Medya Dönüşümleri

Sovyetler Birliği (1922–1991), merkezîyetçi ideolojik yapısı ve otoriter yönetim modeliyle medya sistemini mutlak devlet kontrolü altında yapılandırmış bir siyasal rejim olmuştur. Leninist iletişim anlayışına dayanan bu yapı, medyayı bir “*parti aygıtı*” olarak konumlandırmış, basın ve yayın organlarını devletin ideolojik hedeflerini kitlelere aktaran araçlar olarak görmüştür. Sovyet döneminde medya, ifade özgürlüğünün değil, propaganda, ideolojik eğitim ve toplumsal yönlendirme işlevlerinin bir uzantısı olmuştur. Tüm medya organları devlet mülkiyetinde olup, haber üretimi Parti'nin denetiminden geçmekte; editoryal özerklik, profesyonel gazetecilik normları ve eleştirel habercilik gibi kavramlar sistem dışı unsurlar olarak görülmekteydi (Ensarov, 2011).

Bu bağlamda Sovyet medya sistemi, Hallin ve Mancini'nin sınıflandırmasında yer almayan, ancak Jakubowicz gibi araştırmacılar tarafından “*komünist medya modeli*” olarak tanımlanan ayrıksı bir yapıya işaret etmiştir. Bu modelin temel özellikleri arasında tek seslilik, propagandaya dayalı içerik üretimi, devlet tekeli ve yurttaş yerine kitle hedeflemesi gibi unsurlar yer almaktadır (Jakubowicz, 2010).

1991’de Sovyetler Birliği’nin dağılmasıyla birlikte bağımsızlıklarını kazanan ülkeler (*Rusya, Beyaz Rusya, Ukrayna, Moldova, Estonya, Letonya, Litvanya, Gürcistan, Ermenistan, Azerbaycan, Türkmenistan, Özbekistan, Kırgızistan, Kazakistan, Tacikistan*), sadece siyasal ve ekonomik sistemlerini değil, aynı zamanda medya yapılarının işleyişini de köklü bir biçimde dönüştürmek zorunda kalmışlardır. Ancak bu dönüşüm süreci, beklenenin aksine homojen bir “*liberalleşme*” yönünde ilerlememiş, post-Sovyet medya sistemleri çok sayıda çelişki, kopukluk ve melezleşme barındıran hibrit yapılar halinde ortaya çıkmıştır (Yağcı, 2017). Post-Sovyet coğrafyada medya sistemlerinin evrimi ve yapısal dönüşüm, ne tamamen bir liberal demokratik modelin yerleşmesine ne de bütünüyle eski rejimin sürekliliğine işaret etmektedir. Bunun yerine, bu iki kutup arasında dalgalanan, çelişkili eğilimlerin bir aradalığını içeren bilimeyen bir yapının oluştuğu gözlemlenmektedir. Sovyet sonrası dönemde birçok ülkede medya özgürlüğü yönünde yasal reformlar yapılmış, anayasal düzeyde basın özgürlüğü teminat altına alınmıştır. Ancak bu reformlar, çoğu durumda yalnızca normatif düzeyde kalmış, kurumsal yapılanma, denetim mekanizmaları ve siyasal kültürle desteklenmediği için pratikte etkisizleşmiştir.

Yeni kurulan cumhuriyetlerde medyanın serbestleşmesi, büyük ölçüde liberal piyasa ekonomisinin retoriğiyle eş zamanlı gelişmiş olsa da, bu serbestleşme süreci oldukça yüzeysel bir karakter taşımıştır. Hukuki zeminin değişmesine karşın, medya kurumlarının örgütsel refleksleri ve profesyonel pratikleri, büyük ölçüde Sovyet döneminden taşınan kalıpları sürdürmüştür. Bu durum, eski bürokratik denetim alışkanlıklarının medya alanında yeniden üretimine yol açmış; medya organları, bağımsız bir kamusal alan inşa etmekten ziyade, mevcut iktidar yapılarını yeniden üretmeye yönelik araçlara dönüşmüştür. Öte yandan, post-Sovyet medyanın geçirdiği dönüşüm yalnızca siyasal müdahalelerle sınırlı kalmamış, aynı zamanda ekonomik yeniden yapılanma süreçleriyle de şekillenmiştir. Medya mülkiyeti kısa sürede sermaye gruplarının, özellikle de siyasi iktidarla yakın ilişkiler içinde olan ekonomik elitlerin elinde yoğunlaşmış; bu durum, haber üretiminin piyasa mantığı ile siyasal sadakat arasında sıkışmasına neden olmuştur. Medyanın kamusal bir bilgi alanı olmaktan çıkarak, hem ekonomik çıkarların hem de siyasal ajandaların uzantısı haline gelmesi, post-Sovyet coğrafyada medya sistemlerinin özgül karakterini belirleyen temel unsurlardan biri olmuştur. Bu yapının somut örneği olarak Rusya, 1990’ların başında kısa süreli bir medya çoğulculuğu deneyimlemiş, ancak bu dönem, devletin medyayı yeniden merkezi kontrol altına alma politikalarıyla sona ermiştir. Özellikle 2000’li yıllardan itibaren medyanın Kremlin çevresindeki sermaye grupları aracılığıyla yeniden yapılandırılması, post-Sovyet geçişin yalnızca bir özgürlük arayışı değil, aynı zamanda kontrol, yönlendirme ve yeniden tahakküm kurma süreci olduğunu göstermektedir. Bu örnek, medya sistemlerinin yalnızca yasal düzenlemelerle değil, aynı zamanda siyasal kültür, ekonomik çıkar yapıları ve ideolojik yönelimler gibi daha derin yapılarla iç içe geçmiş olduğunu kanıtlamaktadır.

3. AZERBAIJAN’DA TELEVİZYON YAYINCILIĞININ GELİŞİMİ

Azerbaycan’da televizyon yayıncılığının gelişimi, yalnızca teknolojik ilerlemelerle değil, aynı zamanda siyasal rejim değişiklikleri, ideolojik dönüşümler ve toplumsal yapının evrimiyle birlikte şekillenmiştir. 1956 yılında Sovyetler Birliği döneminde ilk yayınlarına başlayan Azerbaycan televizyonu, başlangıçta Moskova merkezli ideolojik yönlendirme doğrultusunda faaliyet göstermiştir. Bu dönemde televizyon, kitlesel eğitim ve propaganda aracı olarak devletin mutlak denetiminde kalmıştır. 1991’de Sovyetler Birliği’nin dağılmasıyla birlikte Azerbaycan bağımsızlığını kazanmış; bu siyasal kırılma, televizyon yayıncılığı için hem bir özgürleşme fırsatı hem de ciddi bir yapısal belirsizlik dönemi yaratmıştır (Muharremov, 1996:102). Geçiş sürecinde ekonomik zorluklar, düzenleyici çerçevenin eksikliği ve siyasi müdahaleler, televizyon sektörünün kurumsallaşmasını zorlaştırmıştır. 2000’li yıllardan itibaren ise özel televizyon kanallarının yaygınlaşması, dijital teknolojilerin etkisi ve uluslararası medya normlarının etkisiyle görece daha çeşitlenmiş ve karmaşık bir yayıncılık ortamı ortaya çıkmıştır.

Azerbaycan’da televizyon yayıncılığı, Sovyetler Birliği’nin ideolojik, merkeziyetçi ve denetimci medya politikalarının bir uzantısı olarak 14 Şubat 1956’da başlamıştır. “*Azerbaycan Devlet Televizyonu*” adıyla faaliyet gösteren ilk yayın kuruluşu, Sovyetler Birliği’nin “*kardeş cumhuriyetler*”de tek merkezli propaganda ağı kurma stratejisinin yerel bir ayağı olarak işlev görmüştür (Alizade ve Muharremli, 2006:68). Yayınların içeriği, Moskova’dan belirlenen ideolojik çizgiye sıkı sıkıya bağlıydı. Üretim pratikleri ise hem teknik hem de içerik bakımından merkezden gelen yönergelerle şekillenmiştir. Televizyon, bu dönemde yalnızca bir eğlence ya da haber aracı değil, aynı zamanda sosyalist rejimin ideolojik aygıtlarından biri olarak kurgulanmıştır (Alizade ve Muharremli, 2006:88-90). Antonio Gramsci’nin tanımıyla “*hegemonik aygıt*” işlevi gören televizyon, halkın zihinsel rızasını oluşturmak amacıyla yoğun şekilde kullanılmıştır (Gramsci, 2008). Azerbaycan’da yayımlanan haber bültenleri, belgeseller, kültürel programlar ve çocuk yayınları bile Komünist Parti’nin politik çizgisine uygun bir çerçevede hazırlanmıştır. 1960’lı ve 70’li yıllarda teknolojik gelişmelere paralel olarak yayın süresi

artırılmış, renkli yayına geçiş ve daha geniş kitlelere ulaşma hedeflenmiştir. Ancak içerik çeşitliliği sınırlı kalmış, eleştirel seslere veya alternatif düşünceye yer verilmemiştir.

Ekonomik olarak televizyon bütçeleri doğrudan merkezi devlet tarafından karşılandığı için, reklamcılık gibi piyasa mekanizmaları işlevsizdi. Bu yapı, televizyonu halktan ziyade partiye hesap veren bir kurum haline getirmiştir. Hukuki düzlemde ise yayıncılık tamamen sosyalist anayasal düzen içinde tanımlanmış; ifade özgürlüğü kavramsal olarak var olsa da, pratiğe yansımamıştır. Sovyetler Birliği Anayasası'nda ifade edilen "*ifade özgürlüğü*", Parti'nin çizdiği sınırları aşmayan bir çerçevede geçerli olmuştur.

1991 yılında Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin dağılmasıyla birlikte Azerbaycan, yalnızca siyasal bağımsızlığını değil, medya sisteminin kontrolünü de ilk kez doğrudan kendi ulusal mekanizmalarıyla yürütmeye başlamıştır. Ancak bu geçiş dönemi, sadece bir bağımsızlaşma değil, aynı zamanda kurumsal, ekonomik ve hukuki kırılmaların yoğunlaştığı çalkantılı bir süreci ifade etmektedir. Bağımsızlık sonrası televizyon yayıncılığı, ilk başlarda hukuki altyapıdan yoksun, teknik olarak dağınık ve ekonomik açıdan kırılgan bir yapı içinde gelişmiştir. 1990'ların başında devlet televizyonu AzTV, tek resmi yayıncı olarak yayınlarına devam ederken, kısa sürede özel televizyon kanalları da ortaya çıkmaya başlamıştır (Ahmadova, 2017:17). ANS (1991), Sara TV (1995), Space TV (1997) ve Lider TV (2000) gibi özel kanallar, medya alanında yeni bir rekabetin habercisi olmuş, ancak bu rekabet, Batılı anlamda bir medya çoğulculuğu üretmekten ziyade, farklı ekonomik çıkar gruplarının etkisine açık bir medya düzeni doğurmuştur. Yasal olarak önemli bir adım 2002 yılında atılmış; Milli Televizyon ve Radyo Şurası (*şimdiki adıyla "Azerbaycan Respublikası Audiovizual Şurası"*) kurulmuş ve medya düzenlemesi kurumsal bir yapıya kavuşturulmuştur. Ancak bu kurumun gerçek anlamda bağımsızlığı sıkça tartışma konusu olmuş; lisanslama süreçleri ve denetim mekanizmaları devletin medya siyaseti doğrultusunda işletilmiştir.

Ekonomik alanda ise reklam gelirleri ve devlet teşvikleri, televizyon kuruluşlarının temel finansman kaynakları haline gelmiş ve bu durum yayın politikalarında ticarileşme ile siyasi bağımlılık arasında bir gerilim yaratmıştır. Reklam piyasasının darlığı, özel televizyonların bağımsız kalmasını zorlaştırmış; birçok kanal ya doğrudan ya da dolaylı olarak siyasi aktörlere veya iş çevrelerine bağlanmıştır. İçerik açısından 2000'li yıllarla birlikte yayın çeşitliliği artmış, eğlence, dizi, yarışma ve reality programları öne çıkmıştır. Bu dönemde televizyon yayıncılığı, halk nezdinde en yaygın medya aracı olmaya devam etmiştir.

4. AZERBAIJAN TELEVİZYONUNDA YAPISAL DİNAMİKLER VE SORUNLAR

Azerbaycan televizyon sistemi, bağımsızlık sonrası dönemde biçimsel olarak çeşitlenmiş olsa da, yapısal düzeyde ciddi kurumsal, hukuksal ve siyasal sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Bu sorunlar, televizyon yayıncılığını sadece bir medya alanı olarak değil, aynı zamanda devlet-toplum ilişkilerinin, ekonomik bağımlılık ağlarının ve teknoloji politikalarının da bir yansıması haline getirmektedir. Bu bölümde Azerbaycan'daki televizyon sisteminin temel yapısal dinamikleri ve bu alanlarda karşılaşılan sorunlar çok boyutlu bir yaklaşımla ele alınmaktadır.

Azerbaycan'da televizyon kurumlarının teşkilatı yapısı, büyük ölçüde merkeziyetçi ve hiyerarşik bir modele dayanmaktadır. Gerek kamuya ait yayın kuruluşları, gerekse özel televizyon kanalları, karar alma süreçlerinde kurumsal ve ekonomik güç merkezlerine bağlı bir yönetim anlayışıyla faaliyet göstermektedir. Kurumsallaşmanın zayıf olması, stratejik planlama, içerik geliştirme, insan kaynağı yönetimi gibi temel işlevlerin kurumsal niteliğini sınırlamakta ve televizyonları kısa vadeli, reaktif yapılar haline getirmektedir. Televizyon yayıncılığı ciddi bir ekonomik altyapı gerektirmekte olup, Azerbaycan'da bu alanda sürdürülebilir ve şeffaf bir finansman modeli henüz oluşturulamamıştır. Devlet televizyonlarının bütçesi doğrudan kamu kaynaklarından karşılanmakta, özel televizyonlar ise büyük ölçüde reklam gelirlerine, sponsorlu içeriklere bağımlı durumdadır. Bu durum, medya kuruluşlarının ekonomik özerkliğini zayıflatmakta ve yayıncılığı piyasa rekabetinden çok siyasal ve ekonomik patronaj ilişkileriyle şekillenen bir alana dönüştürmektedir. Finansal bağımlılık, dolaylı sansür mekanizmalarının da en temel dayanaklarından biridir. Zira reklam verenler veya yatırımcılar üzerinden uygulanan baskılar, yayın politikalarının sınırlarını belirlemektedir (Kutvan, 2014:21-36).

Azerbaycan televizyon sistemi, teknik altyapı açısından son yıllarda dijitalleşme yönünde çeşitli adımlar atsa da, bu süreçte ciddi eşitsizlikler ve koordinasyon eksiklikleri göze çarpmaktadır. Sayısal karasal yayın sistemine geçiş büyük oranda tamamlanmış olsa da, altyapı hizmetlerinin bölgesel dağılımı dengesizdir. Büyük şehirlerde HD yayınlar ve dijital platformlarla entegrasyon sağlanırken, kırsal bölgelerde şimdi de analog sistemler ağırlıktadır (Azerbaycan Cumhuriyeti Görsel-İşitsel Konseyi, 2022). Ayrıca kamu yayıncılığı, dijital içerik üretiminde ve platformlar arası senkronizasyonda özel yayıncılara kıyasla geri kalmaktadır. Teknolojik

dönüşüm, aynı zamanda içerik üretim sürecinde de niteliksel değişiklikler gerektirmekte, ancak personel eğitimi ve dijital becerilerin geliştirilmesi alanlarında yetersizlikler sürmektedir.

Azerbaycan televizyon yayıncılığı, yalnızca iç dinamiklerle değil, aynı zamanda bölgesel medya rekabetiyle de şekillenmektedir. Ülke nüfusunun büyük çoğunluğunun Türkiye Türkçesini, önemli bir kısmının da Rusçayı anlayabilmesi, Azerbaycan'daki televizyon kuruluşlarını ciddi bir dışsal rekabet baskısıyla karşı karşıya bırakmaktadır. Türkiye ve Rusya gibi kültürel olarak yakın, medya sektörü açısından ise çok daha gelişmiş ülkelerin televizyon kanalları, teknik kalite, içerik çeşitliliği ve görsel estetik açısından Azerbaycan televizyonlarıyla kıyaslandıkta ileride olduğu bilinmektedir. Bu durum, izleyici tercihlerini doğrudan etkileyerek yerli kanalları izlenme oranları, reklam geliri ve kültürel etki alanı açısından zayıflatmaktadır. Bu bağlamda televizyon yayıncılığının yapısal gücü, büyük ölçüde iki temel faktöre bağlıdır: profesyonel insan kaynağı ve ekonomik yatırım kapasitesi. Azerbaycan'da televizyon kanallarında reklamla Türkiye ve Rusya'daki reklam değeri arasındaki fark, yalnızca reklam piyasasındaki büyüklüğü değil; aynı zamanda medya sektörüne yapılan toplam yatırımın büyüklüğünü de yansıtmaktadır. Bu çerçevede Azerbaycan televizyonları, finansal güçsüzlük nedeniyle hem içerik üretiminde hem de teknik donanımda alt düzeyde kalmakta, bu da izleyici sadakatinin zayıflamasına neden olmaktadır. Diğer taraftan, Türkiye ve Rusya'da medya çalışanlarının mesleki gelişimini destekleyen bağımsız eğitim ve proje geliştirme kurumları mevcuttur. Bu kurumlar, nitelikli içerik üretimini teşvik etmekte, medya profesyonellerini sektörel dönüşüme uygun şekilde yetiştirmektedir (Elibeyli, 2015). Azerbaycan'da ise medya eğitimi hala sınırlı düzeydedir ve sektörel profesyonelleşme düşük bir seviyede kalmaktadır. Sonuç olarak görsel zenginlik, program çeşitliliği ve yüksek prodüksiyon kalitesi, izleyicinin Azerbaycan televizyonları yerine Türkiye ya da Rusya kanallarını tercih etmesine neden olmaktadır. Bu durum, yapısal bir rekabet eşitsizliği doğurmaktadır (Şahverdi, 2024). Azerbaycan televizyonları, hem kendi iç pazarında hem de sınır ötesi yayınlarla rekabet etmek zorunda oldukları güçlü medya aktörleri karşısında korumasız kalmaktadır. Azerbaycanın komşusu Gürcistan örneği bu açıdan çarpıcıdır. Gürcistan'da Türkiye kadar güçlü bir dilsel-kültürel ortaklık taşıyan komşu bulunmaması ve Rusçanın toplumsal etkisinin daha sınırlı olması, bu ülkeyi benzer dışsal baskılardan korumaktadır. Bu nedenle Gürcistan'ın ekonomik olarak Azerbaycan'dan daha zayıf olmasına rağmen, reklam piyasasında benzer seviyelerde kalması şaşırtıcı değildir.

Azerbaycan televizyon yayıncılığı yalnızca teknik ve kurumsal alanlarda değil, aynı zamanda içerik üretimi ve yayın stratejileri açısından da yapısal zorluklarla karşı karşıyadır. Özellikle yeni nesil izleyici kitlesinin beklentilerine karşılık verecek yenilikçi, nitelikli ve hedeflenmiş içeriklerin eksikliği, televizyonların genç kuşakla bağ kurmasını zorlaştırmaktadır (Üstündağ, 2019). Dijital çağın izleyicisi bilgiye hızlı erişim, içerikte çeşitlilik ve görsel anlatımda kalite talep ederken, Azerbaycan televizyonlarının program çizelgeleri geleneksel formatların tekrarına dayalıdır. Eğlence programlarının ağırlıklı olması, bilgilendirme işlevinin geri plana itilmesine; haber ve kültürel içeriklerde ise sıklık ve yüzeyselliğe yol açmaktadır. Bu bağlamda dikkat çeken önemli bir yapısal sorun, habercilikte uzmanlaşma eksikliğidir. Ekonomi, kültür, çevre, sağlık ve dış politika gibi tematik alanlarda uzman muhabir veya editör kadrolarının yokluğu, haberlerin yüzeysel kalmasına ve derinlikten yoksun olmasına neden olmaktadır. Haberlerde kullanılan dil bazen genellemeci ve yorumdan yoksun bir yapıya sahip olabilir; karmaşık sosyo-ekonomik süreçler, teknik analizlerden uzak bir biçimde sunulmaktadır. Bu durum, sadece izleyiciye verilen bilginin niteliğini düşürmekle kalmaz, aynı zamanda medya okuryazarlığının gelişimini de engellemektedir. Bununla birlikte çağdaş medya sistemlerinin vazgeçilmez bir unsuru haline gelen veri gazeteciliği, Azerbaycan televizyonları açısından oldukça sınırlı düzeyde uygulanmaktadır (İsayeva, 2025). Sayısal verilerin analizine dayalı, grafik destekli ve araştırmaya dayalı haber biçimlerinin eksikliği, izleyiciyi bilgilendirme işlevinin yeterince yerine getirilmediğinin göstergesidir. Oysa veri gazeteciliği, özellikle kamusal denetim işlevi açısından büyük önem taşımakta, ancak bu alanda uzman insan kaynağı eksikliği ve teknik altyapı yetersizlikleri süreci sınırlamaktadır.

Dil kullanımı da içerik kalitesiyle doğrudan ilişkilidir. Sunucuların konuşma diliyle ilgili sorunlar, aksan farklılıkları, telaffuz hataları, yer yer yanlışlıkla da olsa kullanılan argo veya vulger ifadeler, hem yayın kalitesini düşürmekte hem de izleyicinin kurumsal güven algısını zedelemektedir (Ayna.az, 2021). Azerbaycan dilini standartları konusunda yayıncı kuruluşlar nezdinde bir birlik ve denetim olmaması, bu durumu daha da kronik hale getirmektedir. Dikkat edilmesi gereken husus, kamu yayıncılığının temel işlevlerinden biri de dilsel standardizasyon ve toplumsal iletişim kalitesinin artırılmasıdır.

Bilgilendirme ve eğlendirme işlevleri arasındaki dengesizlik, Azerbaycan televizyonlarının içerik planlamasında stratejik bir sorun olarak öne çıkmaktadır. Kamu hizmeti yayıncılığının temel ilkelerinden biri olan bilgi ve eğlence fonksiyonlarının dengeli sunumu, ne yazık ki ticari baskılar ve izlenme oranı kaygıları nedeniyle bozulmuş durumdadır. Eğlenceye odaklanan programlar prime time saatlerini işgal ederken, eğitim, kültür ve kamusal bilgilendirme içerikleri marjinal saatlere itilmekte veya tamamen ihmal edilmektedir (Report.az, 2023).

Bu durum, televizyonun kamusal sorumluluk bilincinden uzaklaşmasına neden olmakta; izleyici üzerinde yaratması beklenen bilinçlendirici etkiyi sınırlandırmaktadır. Azerbaycan televizyon yayıncılığı, yalnızca siyasal ve ekonomik baskılarla değil, aynı zamanda yeni medya paradigmasına uyum sağlayamayan içerik stratejileri ve nitelikli yayın üretimindeki eksikliklerle de mücadele etmektedir (Orujov ve Gulmammadov, 2025). Yeni nesil izleyiciyle bağ kuramayan, uzmanlaşmayı desteklemeyen ve yüksek yayın kalitesine ulaşamayan bir medya sisteminin, hem izleyici kaybı yaşaması hem de kamusal etkisini yitirmesi kaçınılmazdır. Bu nedenle medya politikalarının yalnızca yapısal reformlara değil, aynı zamanda içerik üretiminde kalite, uzmanlaşma ve fonksiyon dengesine dayalı dönüşümlere de odaklanması gerekmektedir.

Azerbaycan televizyonculuğunda karşılaşılan yapısal sorunların önemli bir bölümü, teknolojik altyapı eksikliği, içerik politikasının yenilenememesi, inovatif üretim kültürünün kurumsallaşamaması ve izleyici analizine dayalı yayın stratejilerinin yokluğu ile doğrudan ilişkilidir. Bu faktörler, yalnızca televizyonun teknik ya da estetik boyutlarını değil, aynı zamanda kurumların işleyiş mantığını, üretim süreçlerini ve toplumsal etkileşim biçimlerini de derinden etkilemektedir. Öncelikle, teknolojik altyapının yetersizliği meselesi, Azerbaycan televizyonculuğunun dijital çağın gereklerine uyum sağlamakta ne denli zorlandığını ortaya koymaktadır (Şahverdi, 2024). Birçok televizyon kuruluşu, 1990'lı yıllardan kalma ekipmanlarla çalışmakta ve yayın süreçlerini günümüzün dijital gerekliliklerine uygun şekilde güncelleyememektedir. Bu durum yalnızca görüntü ve ses kalitesinde düşüşe neden olmakla kalmamakta, aynı zamanda dijital yayıncılığın sunduğu çok kanallı dağıtım, veri temelli izleyici ölçümü, etkileşimli içerik üretimi gibi olanaklardan da mahrum bırakmaktadır. Medya teknolojisinin durağan kalması, aynı zamanda sektöre yeni yeteneklerin katılımını engellemekte, yaratıcı üretim için gerekli teknik zemini ortadan kaldırmaktadır.

Yaygın biçimde gözlemlenen bir diğer yapısal problem ise inovasyon kültürünün medya kurumları bünyesinde kurumsallaşamamış olmasıdır. Yeni formatlar, deneysel program türleri veya çok platformlu içerik stratejileri sınırlı sayıda uygulanmaktadır. Bu durum, televizyonun yalnızca geleneksel yayınla sınırlı kalmasına neden olmakta, internet, sosyal medya ya da dijital medya servisleriyle entegre içerik üretimi konusunda ciddi eksiklikler doğurmaktadır. Çağdaş medya ortamı, hızla değişen izleyici alışkanlıklarına yanıt verebilmek için sürekli inovasyon gerektirmektedir (Kısaoğlu, 2024:411-427). Bu inovasyon yalnızca teknolojiyle sınırlı kalmamakta, anlatı yapıları, sunum teknikleri, izleyici ile kurulan ilişki biçimleri gibi birçok alanı da kapsamaktadır. Azerbaycan televizyonlarında ise bu yönde kurumsal destek, eğitim olanakları ve yaratıcı ekiplerin teşviki büyük oranda eksiktir.

Son olarak, izleyici analizine dayalı yayın stratejilerinin yokluğu, yayın politikalarının nitelik ve etkinliğini doğrudan etkileyen bir diğer kritik sorundur. Gelişmiş medya sistemlerinde izleyici davranışlarının detaylı biçimde analiz edilmesi, yalnızca reyting ölçümleriyle değil, veri temelli modellemeler, anketler ve dijital geri bildirim araçlarıyla desteklenmektedir. Ancak Azerbaycan televizyonculuğunda bu tür bir izleyici analiz mekanizması büyük ölçüde ihmal edilmiştir. Bu nedenle programların hedef kitleyle olan uyumu değerlendirilememekte, izleyici talepleri dikkate alınmadan içerik üretimi sürdürülmektedir. Böyle bir ortamda televizyon kanallarının izleyiciyle bağ kurması güçleşmekte ve medya kurumları toplumun dinamiklerinden kopuk bir üretim pratiği içinde hareket etmektedir.

Sonuç olarak, teknolojik modernleşmenin gecikmesi, içerik çeşitliliğindeki durağanlık, inovatif üretim eksikliği ve izleyici analizinin sistematik olarak yürütülememesi, Azerbaycan televizyonculuğunun güncel medya ekosisteminde rekabet edebilirliğini ciddi biçimde zayıflatmaktadır. Bu sorunlar yapısal dönüşüm gerektiren alanlar olup, yalnızca teknik yatırımlarla değil; aynı zamanda kurumsal zihniyet değişimi, eğitim politikaları ve bağımsızlık ilkelerine dayalı medya reformları ile çözülebilecek niteliktedir.

5. SONUÇ

Azerbaycan'da televizyon yayıncılığı, tarihsel miras, kurumsal yapılanma ve teknolojik dönüşüm dinamiklerinin kesişiminde şekillenmiş, bu çok katmanlı yapı, günümüzde yeniden değerlendirilmesi gereken bir alan haline gelmiştir. Özellikle post-Sovyet geçiş sürecinin ardından medya sektöründe yaşanan dönüşümler, televizyon yayıncılığını yalnızca teknik bir faaliyet olmaktan çıkararak, toplumsal bilgi üretimi ve kültürel temsilin temel araçlarından biri haline getirmiştir. Ancak küresel yayıncılık standartları dikkate alındığında, Azerbaycan'daki mevcut yapı ile bu normlar arasında hala sınırlı bir uyumun olduğu görülmektedir.

Uluslararası yayıncılık modelleriyle karşılaştırıldığında, Azerbaycan televizyon yayıncılığının içerik üretimi, mesleki standartlar ve izleyici ile etkileşim düzeyi açısından yapısal eksiklikler taşıdığı söylenebilir. Özellikle Avrupa'daki kamu hizmeti yayıncılığı modellerinde görülen tarafsızlık, çeşitlilik ve katılımcılık gibi ilkeler,

yalnızca düzenleyici çerçevelerle değil, aynı zamanda yayın politikalarının merkezine toplumsal sorumluluğun yerleştirilmesiyle sağlanmaktadır. BBC, ARD ve NHK gibi kurumlar, yalnızca haber aktaran değil, aynı zamanda yurttaşlık bilinci inşa eden ve kültürel çeşitliliği yansıtan yapılar olarak öne çıkarken, Azerbaycan televizyonlarında ise yaratıcı ve yenilikçi içerik üretiminin sınırlı olduğu, program yapılarının benzer kalıplar içinde tekrarlandığı gözlemlenmektedir. Bu durum, izleyici ilgisinin dijital platformlara kaymasına neden olmakta, geleneksel televizyonun etki gücünü giderek azaltmaktadır.

Teknik düzlemde dijitalleşme süreci, uluslararası normlarla bütünleşme açısından önemli fırsatlar sunsa da, bu dönüşümün içerik üretim süreçlerine entegre edilmesi henüz yeterli düzeye ulaşmamıştır. Televizyon yayıncılığı, büyük ölçüde geleneksel yayın pratikleriyle sürdürülmekte; çoklu platformlar arası entegrasyon, izleyiciyle çift yönlü etkileşim ve veri temelli yayın stratejileri gibi güncel eğilimler yeterince benimsenememektedir. Dolayısıyla dijital dönüşümün yalnızca teknik altyapıya değil, aynı zamanda içerik formatı ve sunum biçimlerine de yansması, yayıncılığın geleceği açısından kritik önemdedir. Kurumsal düzeyde ise medya meslek standartlarının açık biçimde tanımlanması ve medya profesyonellerinin bu standartlar doğrultusunda sürekli eğitime tabi tutulması gerekmektedir. Üniversiteler, medya kuruluşları ve meslek birlikleri arasında geliştirilecek iş birlikleri, nitelikli insan kaynağının yetişmesine katkı sağlayabilir. Bu çerçevede, televizyon kurumlarında sürekli eğitim birimlerinin oluşturulması ve bu birimlerin hem teknik hem de içerik üretimi alanlarında hizmet içi eğitimler sunması, yayıncılık kalitesinin artırılmasına olanak sağlayacaktır.

Geleceğe yönelik olarak, televizyon yayıncılığına dair stratejik perspektifin yalnızca mevcut sorunları gidermeye değil, aynı zamanda uzun vadeli bir vizyon geliştirmeye odaklanması gereklidir. Yapay zekâ destekli içerik analizi, izleyici profillemesi, interaktif yayıncılık gibi yeni medya teknolojilerinin yayıncılıkla bütünleşmesi, sistemi daha esnek, izleyici merkezli ve yenilikçi hale getirebilir. Ancak bu dönüşüm, yalnızca teknolojik bir uyarılma değil; aynı zamanda yayıncılık anlayışında köklü bir paradigma değişimini gerektirmektedir. Televizyonun, toplumu bilgilendiren, eğiten ve kültürel çeşitliliği yansıtan bir araç olarak işlev görmesi, kurumsal yapılarla birlikte yayın politikalarının da dönüşümünü zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda çalışma, Azerbaycan'da televizyon yayıncılığının tarihsel, yapısal ve kuramsal boyutlarını çok yönlü bir yaklaşımla ele alarak ülkenin medya sistemi üzerine hem yerel hem de evrensel bağlamda düşünmeye olanak tanımıştır. Medya sistemleri kuramı çerçevesinde yapılan değerlendirmeler, Azerbaycan'daki televizyon yayıncılığının hangi tarihsel kodlarla biçimlendiğini, günümüzde hangi yapısal sınırlarla karşı karşıya olduğunu ve bu sistemin nasıl bir dönüşüm sürecine ihtiyaç duyduğunu kapsamlı biçimde ortaya koymuştur.

Televizyon yayıncılığının Azerbaycan'daki gelişimi, Sovyet sonrası dönemin kurumsal belirsizlikleriyle birlikte bir yön arayışına girmiş, ancak bu süreçte sürdürülebilir, çoğulcu ve yaratıcı bir medya düzeni tam anlamıyla tesis edilememiştir. Teknik modernleşmeye karşın içeriksel anlamda tekrara dayalı, sınırlı çeşitlilik sunan bir yapı gözlemlenmiş, bu da televizyonun toplumsal etki gücünü zayıflatmış ve dijital medyayla rekabet edebilmesini güçleştirmiştir. Bulgular, yalnızca teknik altyapının değil, yayıncılık normlarının, kurumsal işleyişin ve mesleki yeterliliklerin de yeniden yapılandırılması gerektiğini göstermektedir.

Sonuç olarak, Azerbaycan'da televizyon yayıncılığı tarihsel birikime sahip olmakla birlikte, çağın gerekleri doğrultusunda yeniden yapılandırılması gereken çok sayıda yapısal ve işlevsel unsur barındırmaktadır. Bu yeniden yapılanma, yalnızca teknik düzeyde bir güncelleme değil, aynı zamanda toplumsal sorumluluk bilinciyle şekillenen, kültürel çoğullukla beslenen ve evrensel yayıncılık değerlerini benimseyen bir medya anlayışını zorunlu kılmaktadır. Böyle bir dönüşüm ancak kuramsal bilgiyle beslenen, uluslararası deneyimlerden ilham alan ve yerel gerçeklikleri dikkate alan uzun vadeli bir vizyonla mümkün olabilir. Bu yaklaşımla televizyon yayıncılığı, yalnızca geçmişin izlerini değil, aynı zamanda geleceğin yönelimlerini de yansıtan bir alan olarak toplumsal yaşamda hak ettiği merkezi konumu yeniden kazanabilecektir.

YAZAR BEYANI / AUTHORS' DECLARATION:

Bu makale Araştırma ve Yayın Etiğine uygundur. Beyan edilecek herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Araştırmanın ortaya konulmasında herhangi bir mali destek alınmamıştır. Makale yazım ve intihal/benzerlik açısından kontrol edilmiştir. Makale, “*en az iki dış hakem*” ve “*çift taraflı körleme*” yöntemi ile değerlendirilmiştir. Yazar, dergiye imzalı “*Telif Devir Formu*” belgesi göndermişlerdir. Mevcut çalışma için mevzuat gereği etik izni alınmaya ihtiyaç yoktur. Bu konuda yazarlar tarafından dergiye “*Etik İznine Gerek Olmadığına Dair Beyan Formu*” gönderilmiştir. Yazar, çalışmanın tüm bölümlerine ve aşamalarına tek başına katkıda bulunmuştur. / *This paper complies with Research and Publication Ethics, has no conflict of interest to declare, and has received no financial support. The article has been checked for spelling and plagiarism/similarity. The article was evaluated by "at least two external referees" and "double blinding" method. The author sent a signed "Copyright Transfer Form" to the journal. There is no need to obtain ethical permission for the current study as per the legislation. The "Declaration Form Regarding No Ethics Permission Required" was sent to the journal by the authors on this subject. The author contributed to all sections and stages of the study alone.*

KAYNAKÇA

- AHMADOVA, Arzu (2017), **Azerbaycan Televizyon Alanı Oluşumu ve Gelişim Süreci (Telesistemin Evrimsel Yoluna Bir Bakış)**, Bakü Devlet Üniversitesi Yayını, Bakü.
- AK, Sibel Mert ve YALIN, Bahar (2019), “*Siyasal İletişim Kampanyalarında Televizyonun Kullanımı: 2018 Yılı Başkanlık Seçiminde Televizyonda Yayınlanan Reklamların İncelenmesi*”, **TRT Akademi Dergisi**, S.4(7), ss.62-85.
- ALİZADE, Yalçın ve MUHARREMLİ, Gulu (2006), **Azerbaycan Efiri (Yayını)**, **Tarih ve Çağdaşlık**, Nurlan Yayınları, Bakü.
- ALVER, Füsün (2006), “*Medya Yetkinliğinin Kuramsal Temelleri*”, **Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi**, S.7, ss.10-27.
- AYNA.AZ (2021), “*Radio və Televiziya Əməkdaşları Üslublarla Orfoepik Normaları Qarışdırırlar*”, **Ayna Kurumsal Web Sayfası** (E-Repörtaj), <https://www.ayna.az/radio-ve-televiziya-emeqdaslari-ustlublarla-orfoepik-normalari-qarisdirirlar> (Erişim Tarihi: 28.04.2025).
- AZERBAIJAN CUMHURİYETİ GÖRSEL-İŞİTSEL KONSEYİ (2022), “*Azerbaycan Televizyon Kanalları HD Formatında Yayına Başlayacak*”, **Azerbaycan Cumhuriyeti Görsel-İşitsel Konseyi Kurumsal Web Sayfası** (E-Haber), <https://acra.gov.az/az/xeberler/826> (Erişim Tarihi: 23.04.2025).
- ELBİLEYLİ, Elçin (2015), “*Azərbaycan Televiziyasının Tamaşacı Problemi Televiziya Tədqiqatının Əsas İstiqaməti Kimi*”, **Senet Kurumsal Web Sayfası** (E-Köşe Yazısı), <https://senet.az/bloq/azerbaycan-televiziyasinin-tamasaci-problemi-televiziya-tedqiqatının-esas-istiqameti-kimi-370> (Erişim Tarihi: 23.04.2025).
- ENSAROV, Vefalı (2011), “*Sovyetler Birliği Dönemi'nde Azerbaycan'da Görsel - İşitsel Yayıncılık ve Habercilik Anlayışı*”, **Atatürk İletişim Dergisi**, S.1, ss.131-147.
- GADİMOV, Javanshir (2014), “*Sovyetler Birliği'nin Çöküşünden Sonra Rusya ve Türk Cumhuriyetlerinde Haber Ajansları*”, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- GRAMSCI, Antonio (2008), **Hapishane Defterleri**, Aşina Kitaplar Yayını, İstanbul.
- HALLIN, Daniel C. ve MANCINI, Paolo (2004), **Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics**, Cambridge University Press, New York.
- HALLIN, Daniel C. ve PAPATHANASSOPOLOS, Stylianos (2002), “*Political Clientelism and the Media: Southern Europe and Latin America in Comparative Perspective*”, **Media, Culture and Society**, S.24, ss.175-195.

- İSAYEVA, Arzu (2025), “*Televizyonda Veri Gazeteciliği: Yeni Bilgi Sunum Yöntem ve Uygulamaları*”, **ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi**, S.26, ss.1-11.
- JAKUBOWICZ, Karol (2010), “*Community Media: "Flavour of the Decade" Worldwide*”, **Telematics and Informatics**, S.27(2), ss.119-121.
- KISAOĞLU, Ömer (2024), “*Yeni Medya Olanaklarıyla Değişen Yayıncılık Biçimleri ve Youtube’da Spor Yayıncılığı*”, **Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi**, S.25(46), ss.411-427.
- KUTVAN, Ali, Bülent (2014), “*A Research on Managerial Ethics in Azerbaijan Media Organizations*”, **AJIT-E: Academic Journal of Information Technology**, S.5(16), ss.21-36.
- MAMATKULOVA, Nargiza (2024), “*Rusya Federasyonu’nda Medya Özgürlüğünün Dinamikleri (2021-2022)*”, **Erciyes Akademi Dergisi**, S.38(1), ss.330-348.
- ORUJOV, Umud ve GULMAMMADOV, Rovshan (2025), “*Dijital Dönemde Haberciliğin Yeniden Yapılandırılması: Sosyal Medya Platformları Üzerine İnceleme*”, **ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi**, S.26, ss.12-28.
- REPORT.AZ (2023), “*Deputatlar Televiziyaları Sərt Tənqid Edib: ‘Milli Əxlaqı, Dəyərləri Sıradan Çıxarırlar’*”, **Report Kurumsal Web Sayfası** (E-Haber), <https://report.az/milli-meclis/deputat-televiziyalari-tenqid-edib/> (Erişim Tarihi: 23.04.2025).
- ŞAHVERDİ, Kamil (2024), “*TV-ləri Səviyyəsizlikdən Necə Xilas Edək? – Təklif*”, **Axar.az Kurumsal Web Sayfası** (E-Haber), <https://axar.az/news/kult/872391.html> (Erişim Tarihi: 23.04.2025).
- ŞİRVANLI, Turancan ve DAĞTAŞ, Erdal (2022), “*Yeni Medya Ekseninde Gelişen Alternatif Medya Yayıncılığı: “Medyascope Kanalı” Üzerine Bir Çözümleme*”, **Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi**, S.4(1), ss.13-32.
- ÜSTÜNDAĞ, Alev (2019), “*Gençlerin Model Aldıkları Televizyon Karakterleri*”, **Akademik İncelemeler Dergisi**, S.14(1), ss.27-50.
- YAĞCI AKSEL, Sevgi Can (2017), “*Orta ve Doğu Avrupa’da Siyasal Rejim Değişimi ve Medyanın Dönüşümü*”, **Ankara Üniversitesi İlef Dergisi**, S.4(1), ss.9-28.
- YILDIRIM, Nevriyye (2023), “*Küresel Medya Planlama ve Satın Alma Şirketlerinin Ulusal Piyasalar Üzerine Yansıyan Etkileri ve Türkiye Örneği*”, **Yeni Yüzyıl’da İletişim Çalışmaları**, S.2(7), ss.61-81.

