T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK BİLİM DALI
YAYINCILIK YÖNETİMİ

TÜRK CUMHURİYETLERİNDE SSCB SONRASI MEDYASI VE İLETİŞİM SORUNLARI

Yüksek Lisans

UMIDA ACHILOVA

İSTANBUL, 2023

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK BİLİM DALI
YAYINCILIK YÖNETİMİ

TÜRK CUMHURİYETLERİNDE SSCB SONRASI MEDYASI VE İLETİŞİM SORUNLARI

Yüksek Lisans

UMIDA ACHILOVA

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi ESİN KARTOPU

İSTANBUL, 2023

ÖZET

TÜRK CUMHURİYETLERİNDE SSCB SONRASI MEDYASI VE İLETİŞİM SORUNLARI

Bu araştırmanın amacı SSCB sonrası dönemde orta Asya Türk cumhuriyetlerindeki medya anlayışını ve iletişim sorunlarını incelemektedir. Araştırmada incelenmek üzere örnekleme alınan dört ülke ise Azerbaycan, Kazakistan, Özbekistan ve Türkmenistan olarak belirlenmiştir. Orta Asya Türk cumhuriyetlerinde medyanın SSCB döneminde başladığı görülmektedir. Dolayısıyla SSCB sonrası dönemde de orta Asya Türk cumhuriyetlerinde Rus medyasının etkisi de görülmeye devam etmiştir. Bu etkiler hem teknik hem medya politika ilişkisi bağlamında olmuştur. Araştırmada yapılan medya ve iletişim sorunları incelemesi geleneksel medya ve yeni medya (diğer ve daha güncel kavramsallaştırmasıyla sosyal medya) üzerinden yürütülmüştür. Geleneksel medyanın kitle iletişim araçları (radyo, televizyon ve gazete gibi) incelendiğinde Azerbaycan ve Kazakistan'ın Türkmenistan ve Özbekistan'dan daha iyi durumda olduğunu göstermiştir. Ancak incelemeye alınan bu ülkeler genel olarak incelendiğinde dönemsel olarak iyileşmelerin olduğu da belirlenmiştir. Özellikle devletin medya üzerindeki baskı ve denetimlerinin keskin olduğu bu devletlerde özel medya kuruluşlarının da oldukça kısıtlı olduğu belirlenmiştir. Medyaya yönelik sansür endeksinde de yıllara göre dört ülke de olumlu anlamda mesafe almıştır. Ancak bu endeksteki sıralamaların çok daha geliştirilmesi gerekmektedir. İletişim sorunları ise sosyal medya ve internete erişim çerçevesinde incelenmiştir. İnternet erişiminde de Özbekistan ve Türkmenistan'ın Kazakistan ve Azerbaycan'ın gerisinde kaldığı belirlenmiştir. Bu ülkelerde internet erişimi oldukça kısıtlı olmakla birlikte internet hızları da düşüktür. İnternet erişimi kısıtlı olduğundan sosyal medya kullanımı da ülke nüfuslarına oranla düşük kalmaktadır. İnternet erişimi ve sosyal medya sadece medya değil bununla birlikte dünyayla olan iletişimi de küresel bir açıdan sağladığından orta Asya Türk cumhuriyetlerinde iletişim sorunlarının yaşanmasına neden olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Orta Asya, Medya, İletişim Sorunları, İnternet.

ABSTRACT

POST-USSR MEDIA AND COMMUNICATION PROBLEMS IN TURKISH REPUBLICS

The aim of this research is to examine the media understanding and communication problems in the Central Asian Turkic republics in the post-USSR period. The four countries sampled to be examined in the research were determined as Azerbaijan, Kazakhstan, Uzbekistan and Turkmenistan. It is seen that the media in the Central Asian Turkish republics started during the USSR period. Therefore, the influence of Russian media continued to be seen in the Central Asian Turkish republics in the post-USSR period. These effects have been in the context of both technical and media policy relations. The examination of media and communication problems in the research was carried out through traditional media and new media -social media with its other and more contemporary conceptualization. When the mass media of traditional media (such as radio, television and newspaper) are examined, it has been shown that Azerbaijan and Kazakhstan are in better condition than Turkmenistan and Uzbekistan. However, when the four countries included in the study were examined in general, it was determined that there were periodic improvements. It has been determined that private media organizations are also very limited, especially in these states, where the state's pressure and controls on the media are sharp, especially in Turkmenistan and Uzbekistan. All four countries have made positive progress in the media censorship index over the years. However, the rankings in this index need to be improved further. Communication problems were examined within the framework of social media and internet access. It has been determined that Uzbekistan and Turkmenistan lag behind Kazakhstan and Azerbaijan in internet access. In these countries, internet access is very limited and internet speeds are also low. Since internet access is limited, social media usage remains low compared to the country's population. Internet access and social media cause communication problems in Central Asian Turkic republics, since they provide not only media but also communication with the world from a global perspective.

Key Words: Central Asia, Media, Communication Problems, Internet.

ÖNSÖZ

Orta Asya Cumhuriyetlerindeki medyanın SSCB sonrasındaki durumunu bu ülkelerin yaşamakta olduğu medyanın yapısal sorunları, iletişim problemleri üzerinden incelemeyi hedefleyen bu araştırmada orta Asya ülkelerinin medya ve iletişim yapıları irdelenmiştir. Orta Asya Cumhuriyetlerinde medya SSCB döneminden de önce başlamakla birlikte çağdaş dönemde beklentilerin altında kalmıştır. İnternete bağlı bir teknoloji olarak sosyal medyanın ortaya çıkması medyanın aynı zamanda iletişim araçlardan birine dönüşmesine neden olmuştur. Küresel ölçekte iletişim sorunları olan Orta Asya Cumhuriyetlerinin bu çerçeveden incelenmesi önem arz etmektedir. Araştırmamın bu aşamaya gelmesinde değerli katkılarını esirgemeyen, her daim sorularıma detayla, sabırla cevap veren sayın hocam, danışmanım Esin Kartopu'ya çok teşekkür ederim. Ayrıca bu çalışmayı ortaya çıkarmamda destekçi olan tüm hocalarıma, amcam Mugaffer Erdoğan'a , kardeşim Azamat' a, ve eşime sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Umida Achilova

İstanbul, 2023

ÖZET ..... **ii**
ABSTRACT ..... **iii**
ÖNSÖZ ..... **iv**
İÇİNDEKİLER ..... **v**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **viii**
GRAFİK LİSTESİ ..... **ix**
GÖRSELLER LİSTESİ ..... **x**
KISALTMALAR ..... **xi**
GİRİŞ **1**
ARAŞTIRMA SORULARI VE HİPOTEZLER **3**

BİRİNCİ BÖLÜM:
TÜRK CUMHURİYETLERİ'NDE MEDYANIN TARİHSEL GELİŞİMİ

1.1.Medya Kavramının Değerlendirilmesi 5
1.2.Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Medyanın Tarihsel Kökenleri 6
1.2.1. Çarlık Döneminde Medya 7
1.2.2. SSCB Döneminde Türk Cumhuriyetlerinde Medyanın Durumu 10
1.2.2.1. Azerbaycan 11
1.2.2.2. Kazakistan 12
1.2.2.3. Özbekistan 14
1.2.2.4. Türkmenistan 15
1.2.2.5. Kırgızistan 16
1.2.2.6. Tacikistan 17

İKİNCİ BÖLÜM:
SSCB SONRASI DÖNEMDE TÜRK CUMHURİYETLERİ'NDE MEDYA

2.1. SSCB Sonrası Dönemde Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Siyasal-Sosyal Hayatın ve Medyanın İncelenmesi 19
2.1.1 Azerbaycan 20
2.1.2. Kazakistan 21
2.1.3. Özbekistan 23

2.1.4. Türkmenistan 25
2.1.5. Kırgızistan 26
2.1.6. Tacikistan 27
2.2. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Medyanın Değerlendirilmesi 28
2.2.1 Azerbaycan Medyası ve Kitle İletişim Araçları 28
2.2.2 Kazakistan Medyası ve Kitle İletişim Araçları 34
2.2.3 Özbekistan Medyası ve Kitle İletişim Araçları 36
2.2.4. Türkmenistan Medyası ve Kitle İletişim Araçları 38
2.3. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Medyanın Rolü 42
2.4. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Medyanın Ekonomik Açıdan İncelenmesi 44
2.5. Orta Asya Ülkelerinde Görsel ve İşitsel Medya Unsurlarının Değerlendirilmesi 45
2.6. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerindeki Medyanın Demokratikleştirilmesi Açısından Batı Desteklerinin İncelenmesi 47
2.7. Rus Medyasının Orta Asya Medyası Üzerindeki Etkileri 49
2.8. Orta Asya Ülkelerindeki Medyaya Dini Etkiler 50
2.9. Orta Asya Medyasında Azınlık Etkileri 52

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: TÜRK CUMHURİYETLERİNDE İNTERNET VE SOSYAL MEDYA BAĞLAMINDA İLETİŞİM SORUNLARI

3.1. Araştırmanın Yöntemi 55
3.2. Çalışma Grubu 55
3.2. Verilerin Analizi 56
3.3 Orta Asya Türk Cumhuriyetlerindeki Medyanın Genel Sorunlarının İletişim Sorunları Çerçevesinde İncelenmesi 56
3.4. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Medya Alanındaki Hukuki Düzenlemeler 58
3.5. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Medya Etiği 60
3.6. Türk Cumhuriyetleri'nde Basın Özgürlüğü 55
3.7. Medya Üzerinde Devlet Baskısı 63
3.8. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde İnternet Erişimi ve İletişim Sorunları 65
3.8.1. Azerbaycan 65
3.8.2. Özbekistan 67
3.8.3. Türkmenistan 69
3.8.4. Kazakistan 70

3.9. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Sosyal Medyanın Durumu 72
3.9.1. Azerbaycan 72
3.9.2. Özbekistan 75
3.9.3. Türkmenistan 77
3.9.4. Kazakistan 80
3.10 Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin İnternet Erişim ve Sosyal Medya Kullanımlarının İstatiksel Karşılaştırılması 81

SONUÇ 83
KAYNAKLAR 87

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo-1 Azerbaycan'da Yayınlanan Gazetelerin Güncel Listesi 31
Tablo-2 Azerbaycan'daki Televizyon Kanalları Güncel Listesi 33
Tablo-3. Bağımsızlık Sonrası Türkmenistan'da Gazete ve Dergiler (1990-2007 Yılları Arası) 39
Tablo-4. Bağımsızlık Sonrası Türkmenistan'da Mili Dönemdeki Gazete ve Dergiler (2007-Günümüze) 40
Tablo-5. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin Genel Medya İstatistikleri 42
Tablo-6. Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi'nde Orta Asya Türk Cumhuriyetleri 63
Tablo-7. Azerbaycan'da Öne Çıkan Aktif Haber Siteleri 74
Tablo-8 Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde İnternet Erişim Durumlarının Karşılaştırılması . 81
Tablo-9 Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin Sosyal Medya Kullanım Durumlarının Karşılaştırılması 82
Tablo-10 Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin Sosyal Medya Uygulamaları Kullanım Durumlarının Karşılaştırılması 82

GRAFİK LİSTESİ

Grafik-1. Kazakistan’da Yıllar Göre Medya Kuruluşlarının Sayısı 35
Grafik-2 Kazakistan'da Medya Organlarının Dağılımı 36

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel-1. Özbekistan Radyo Kanalları 37
Görsel-2. Özbekistan TV Kanalları 38

KISALTMALAR

ANS: Azerbaijan News Service (Azerbaycan Haber Ajansı)

SSCB: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği

TmKP: Türkmenistan Komünist Partisi

TRT: Türkiye Radyo Televizyonu

GİRİŞ

Orta Asya Türk devlerinin varlığı tarihsel olarak oldukça eski yıllara kadar gitmektedir. Nitekim Türk devlerine kaynaklık eden Göktürkler de bu bölgede yer almışlardır. Dolayısıyla orta Asya bölgesi bu dönemlerden beridir Türk nüfusunun yoğun bir şekilde yer aldığı bölgelerin başında gelmektedir. Anadolu'daki Türk devletlerinin kurulmasında da orta Asya bölgesinde göç eden Türklerin büyük bir rolü bulunmaktadır. Tarihsel olarak ifade edilen bu veriler orta Asya Türklerinin eski bir medeniyete ve kültüre sahip olduğunu da göstermesi açısından öne çıkmaktadır.

Orta Asya Türk cumhuriyetleri tarihsel süreç içinde kendi özgün taraflarını ortaya koymakla birlikte 1920'li yıllarla birlikte Sovyetlere katılmışlardır. Bu dönemle birlikte içinden geçtikleri politik ve kültürel ortamlar da karmaşıklaşmaya başlamıştır. Bu durum Orta Asya Cumhuriyetlerinin medya gibi alanlarının da değişmesine neden olmuştur. Sovyetler içinde kalan diğer milletler gibi Orta Asya Türkleri Rus kimliği altında hayatlarına devam etmişlerdir. Rus kimliği altında kalan Türkler kendi milli kimliklerini sergileme noktasında eksik kalmışlardır. Sovyetlerin dağılması ve bu bölgedeki Orta Asya Türk cumhuriyetlerinin bağımsızlıklarını ilan etmesi sonrasında hem kendi devletlerini kurmuşlar hem de birçok kültürel alanı yeniden biçimlendirmeye başlamışlardır. Bu alanlardan en önemli birisini de medya oluşturmaktadır. Orta Asya Türk cumhuriyetlerinde medya SSCB dağılmadan önce de vardı. Ancak bu dönemdeki medyanın SSCB tarafından yönetildiği ifade edilmektedir. SSCB sonrasında ise Orta Asya Türk Cumhuriyetleri kendi medya anlayışlarını tesis etmeye başlamışlardır. Medya anlayışlarını tesis eden Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medya bir yandan milli olarak oluşturulmaya çalışırken diğer yandan da bu alandaki hukuk düzeni tesis edilmeye başlanmıştır (Çakın, 2017: 79).

Sovyet sonrasının demokrasiye geçiş olarak nitelendirilmesinden Orta Asya Türk Cumhuriyetleri hem yönetim hem de medyanın özerkleşmesi anlamında etkilenmiştir. Nitekim bu dönem sonrasında basın ve yayın organlarının sayısı artmaya başlamıştır. Dolayısıyla Orta Asya Türk Cumhuriyetleri üzerinde etkili olmak isteyen batılı devletler de demokratikleşme adına bu bölgedeki devletlere yön vermeye başlamışlardır (Shafer, Freedman, 2009: 851).

Sovyet dönemindeki Orta Asya Cumhuriyetlerindeki medyanın genel olarak var olan sosyalist ideolojiyi temellendirmek ve rasyonalize etme üzerine kurulu olması bu temel medya yaklaşımının değiştirilmesini gerekli kılmıştır (Freedman, 2012: 51). Orta Asya Türk

Cumhuriyetlerindeki medyanın incelenmesinde Sovyet dönemindeki medya anlayışının incelenmesi önemli bir değişken olarak öne çıkmaktadır. Araştırmanın birinci bölümü bu yüzden Sovyet dönemindeki medya anlayışının incelenmesine ayrılmıştır.

SSCB sonrasında Orta Asya Türk devletlerinin medya anlayışlarını oluşturma süreçlerinin zor geçtiği söylenebilir. Alt yapısal olarak sorun yaşayan ülkelerin medya konusunda da etkili bir şekilde yayın politikaları üretmesi zor olmuştur. Bu zorlukların başında teknik ve hukuki ya da yasal sorunlar gelmektedir. 90'lı yılların başında bağımsız kalan Orta Asya Türk cumhuriyetleri yeni medya anlayışlarının da geliştiği bir döneme denk gelmiştir. Nitekim bu dönemde televizyon kanalları özelleşmeye ve çeşitlenmeye başladığı gibi 90'lı yılların sonunda da internet medyası harekete geçmeye başlamıştır. Yeni bağımsızlığını kazanan bu devletlerin de kendi içinde hareketli bir dönem yaşayan medyaya hem teknik hem de yasal alt yapı bakımından adapte olamaması anlaşılır bir problem olarak değerlendirilebilir (Budak, 2005: 110).

SSCB döneminde farklı bir yönetim şeklinde olan Orta Asya Türk Cumhuriyetleri bağımsızlıkları sonrasında demokratikleşme içine girmiş olsalar da yaşanan rejim değişikliğinin hızlı bir şekilde hem yönetim alanında hem de medya alanında kendisini göstermediği söylenebilir. Sovyet sömürgesi olan Kazakistan, Türkmenistan, Kırgızistan ve Özbekistan başka devletin itaatinden çıkarak kendi ayakları üzerinde bağımsız hayata geçiş yapmışlardır. Geçiş döneminde altyapısı zayıf olan bu bölgedeki ülkeler ciddi sıkıntılarla yüzleşmiştir. Birer post Sovyet ülkeleri olarak gelişen bu cumhuriyetlerde diktatörlüklerden sonra medya hem yoğunlaşma hem de ticarileşme özellikleri göstermiştir (Cengiz, 2016: 3).

Sovyet sonrası dönemde orta Asya Türk Cumhuriyetlerindeki medyanın ticari faaliyetlerin bir parçası olmaya başlaması bir yandan medyanın özelleşmesini sağlarken diğer yandan da medyanın daha bağımsız bir hal almasında etkili olmasının önünü açmıştır. Medyanın politize olup olmaması konusu medya etiği, sansür ve medya kanunu çerçevesinde oldukça önemli bir iletişim sorunu olarak öne çıkmaktadır (Bek, 2010: 105). Gelinen noktada SSCB sonrasında bağımsızlıklarını elde eden Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin kurulmasının üzerinden -SSCB'nin 1991 yılında dağıldığı düşünüldüğünde- 32 yıl geçtiği görülmektedir. Bu süre zarfında hem televizyonculuk hem de sosyal medya en önemli dönemlerini yaşadığından Orta Asya Türk cumhuriyetlerinde medyanın incelenmesi önemli bir konu olarak öne çıkmaktadır. Araştırma bu önem bağlamında Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin medya anlayışlarını ve iletişim sorunlarını incelemeyi amaçlamaktadır.

Üç ana bölümden oluşan çalışmanın birinci bölümünde Türk Cumhuriyetleri'nde medyanın tarihsel gelişimi incelenmektedir. Bu bölümde çarlık döneminde medya analiz edilmekle birlikte SSCB dönemindeki medya faaliyetleri de Azerbaycan, Kazakistan, Özbekistan, Türkmenistan örnekleminde incelenmiştir. Araştırma için bu dört ülkenin seçilmesinde bu ülkelerin Orta Asya Cumhuriyetlerinin önde gelen devletleri etkili olmuştur. Bununla birlikte bu ülkelerin verilerine (basın ve yayın organları istatistikleri gibi) ulaşmak araştırmacı tarafından daha kolay olduğundan dolayı bu ülkeler üzerine analizler gerçekleştirilmektedir.

İkinci bölümde ise SSCB sonrası dönemde Türk Cumhuriyetleri'nde medya irdelenmiştir. Bu bölümde ülkelerin medya anlayışlarına etkisi bakımından siyasal ve sosyal hayatları da incelenmektedir. Bununla birlikte bu bölümde örnekleme alınan dört ülkede ayrı ayrı analiz edilmektedir. İkinci bölümde; Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medyanın rolü, Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medyanın ekonomik açıdan incelenmesi, Orta Asya ülkelerinde görsel ve işitsel medya unsurlarının değerlendirilmesi, Orta Asya Türk Cumhuriyetlerindeki medyanın demokratikleştirilmesi açısından batı desteklerinin incelenmesi, Rus medyasının orta Asya medyası üzerindeki etkileri, orta Asya ülkelerindeki medyaya dini etkiler ve orta Asya medyasında azınlık etkileri de incelenmiştir.

Üçüncü bölümde ise Türk Cumhuriyetlerinde internet ve sosyal medya bağlamında iletişim sorunları irdelenmiştir. Bu bağlamda ilgili bölümde Orta Asya Türk Cumhuriyetlerindeki medyanın genel sorunlarının incelenmesi, medya alanındaki hukuki düzenlemeler, medya etiği, basın özgürlüğü, medya üzerinde devlet baskısı ve orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde sosyal medyanın durumu başlıklarına yer verilmiştir. Sosyal medya bağlamında internet erişim problemlerine değinilmektedir. Özellikle sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte öne çıkan yeni medya teknolojileri internete bağlı olarak değerlendirildiğinden internet erişimi önemli bir iletişim sorunu olarak öne çıkmaktadır.

ARAŞTIRMA SORULARI VE HİPOTEZLER

Araştırmanın temel sorusu Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin medya anlayışları ve iletişim sorunları ne durumdadır sorusu oluşturmaktadır. Araştırmanın alt soruları ise şöyledir:

- SSCB sonrası dönemde Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde sosyal medyanın durumu nasıldır?
- SSCB sonrası dönemde Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde iletişim ne durumdadır?

Araştırma içinde belirlenen hipotezler ise şöyledir:

- SSCB sonrasında orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medya yeterince gelişip yayılamamıştır.
- SSCB sonrasında orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medyanın iletişim sorunları bulunmaktadır.
- Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde basın özgürlüğü indekslerinde geride yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜRK CUMHURİYETLERİ'NDE MEDYANIN TARİHSEL GELİŞİMİ

1.1.Medya Kavramının Değerlendirilmesi

Medya kavramı, en genel anlamıyla haber alıp vermeye, iletişim işlevine yarayan her türlü araçları ifade etmektedir. Ses, görüntü ve yazı gibi birçok unsurla birlikte anılan medya kavramı günümüzde oldukça aktif bir şeklide kullanılmaktadır. Geçmişten bu güne kadar insanların birbirleriyle iletişimlerini sağlayan medya insan toplulukları için de önemli bir yere sahiptir. Bilgiye ulaşımı kolaylaştıran medya araçlarıyla kişiler birçok bilgiye oldukça kısa zamanlarda ulaşmaktadır. Ancak bu bilgiye ulaşma kolaylığı birçok bilgi kirliliğine de neden olmaktadır. Bu bağlamda da medyanın aldığı önlemler önemlidir. Medya kavramıyla ilgili yapılan literatür taramasında medya kavramının en genel tanımına ses, görsel ve yazılı kitle iletişim araçlarının kullanımı olarak ulaşılmıştır (Gülçay ve Balcı, 2018: 242).

Globalleşen dünya ve ilerleyen teknolojik gelişmelerle birlikte medya da kendi içinde büyük değişikler yaşamış ve yaşamaya da devam etmektedir. Günümüzde oldukça geniş bir ağı ifade eden medya birçok farklı kola ayrılarak, iletişimle ilgili gelişmeye devam etmektedir. Teknolojik gelişmelerin medyaya olan büyük etkisi medyanın işlevlerini artırmış ve ağını tüm dünyaya genişletmiştir. Medya akla gelebilecek her tülü bilgiye ulaşma kolaylığı sunarak insanların özgürlük alanlarını da genişletmektedir. Teknoloji, spor, sanat, bilim, haber, din ve edebiyat gibi birçok alanda ve konuda kişilere etkinlik, bilgi, araştırma sonuçları ve yenilikler gibi birçok farklı bilgi sağlayan medyadır.

Medya ayrıca bilginin oluşumundan tüm muhataplarına ulaşmasına kadar birçok evreyi de kapsamaktadır. Ayrıca medyanın insan toplulukları üzerindeki etkisi oldukça büyüktür. Toplulukları harekete geçiren medyanın kendi finansal yapısı, reklamları ve potansiyeli sayesinde birçok etkiyi yanı zamanda gösterebilmektedir. Bu bağlamda medyanın amaçlara uygun kullanımı gün geçtikçe artan ve tercih edilen bir konuma gelmiştir. Kişiler, topluluklar ve ülkeler medyayı amaçları doğrultusunda kullanarak başka kişi, topluluk ve ülkelere ideolojilerinin paylaşmakta ve taraftar oluşturabilmektedirler. Günümüzde büyük sektörler arasına giren medya ekonomik anlamda ülkelere ciddi getiriler sağlayan önemli sektörler arasında da yer almaktadır (Vardarlıer ve Zafer, 2019: 357).

Medya sektörününüm büyümesi ve etkililiğinin de artmasıyla çeşitlerinin oluşması ve bu bağlamda değerlendirilmesi ortaya çıkmıştır. Medyanın günümüzde de sıklıkla kullanılan ve oldukça büyük bir alana sahip olan çeşidi sosyal medyadır. Sosyal medya internet tabanlı oldukça hareketli bir medya çeşididir. Geleneksel medyaya karşı oluşan sosyal medya kullanımı artarak devam etmekte ve yeni birçok uygulamayla birlikte herkese hitap etmeye çalışmaktadır. Günümüzde medya çeşitleri arasında en fazla kullanılan sosyal medyadır ve en önemli özelliklerinden biri de kendini eleştirebilmesidir. Yine önemli özelliklerinden biri de haber alımı süresini en aza indirmesidir. Televizyon ya da gazeteye nazaran oldukça hızlı bilgi ve haber alımı sunan sosyal medya kullanımı giderek artmaktadır (Çelik, 2012: 273).

Medya çeşitleri arasında ayrıca ana akım ve dijital medya da bulunmaktadır. Dijital medya, mobil cihazlar, internet ve sanal gerçeklik araçlarıyla ortaya çıkan bir kavramdır. Gerçek ve tüzel kişilerin yer aldığı platformda, markalar, çeşitli Pazar ürünleri ve kişiler yer almaktadır. Burası aynı zamanda kişi ve kurumların kendirlerini de tanıttığı global bir pazaryeri olarak geçmektedir. Ana akım medya ise devletlerin ya da büyük şirketlerin kontrolünde tutulan medyalardır. Bu medya çeşidinin diğer çeşitlerden ayıran temel fark yönetiminin devlet ya da şirket bünyesinde olmasıdır. Bu medya çeşidine verilecek en iyi örnekleri ise televizyon kanalları, gazeteler, radyo ve çeşitli yazılı kaynaklardır (Uslu, 2007: 5).

Çalışmada medya kavramının Türk cumhuriyetlerinde gelişimi ve bu gelişimi etkileyen çeşitli dönemlerle ilgili bilgiler konu edinmiştir. Bu bağlamda yapılan araştırma sonuçları çeşitli başlıklar altında yer alacaktır.

1.2.Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Medyanın Tarihsel Kökenleri

Orta Asya Türk cumhuriyetlerinde medyanın kökeniyle ilgili literatür taramasında bu devletlerin egemenliği altında bulundukları Çarlık Rusya'sından başlayarak ilerleyen bir medya süreçleri olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda Orta Asya Türk cumhuriyetlerinde medyanın tarihsel kökeni için ilgili dönemlerin araştırılması ve dönemlerde uygulanan medya faaliyetlerinin öğrenilmesi gerekmektedir. Orta Asya Türk Cumhuriyetleri Çarlık Rusya'sından başlayarak, medyalarını farklı amaçlar ve işlevlerle kullanmışlardır. Bulundukları dönemleri Çarlık Rusya'sından başlayarak, SSCB ve bağımsızlık olmak üzere üç başlık altında incelemek yerinde olacaktır. Bu dönemler içinde Orta Asya Türk Devletlerinin medya kullanımlarına yer verilecektir (Temir, 2021:155).

Ayrıca değişen dönemlere göre ülkelerde de farklılık gösteren uygulamalar ve medya kullanımları olmuştur. Özellikle Çarlık Rusya'sı döneminde bu ülkelerin medyaların önemli gelişmeler yaşanmış ancak bu değişiklik ve gelişmeler çok uzun süreli olamamıştır. Orta Asya Türk Cumhuriyetleri için öncelikle iki ana dönemden bahsetmek de medyanın anlaşılması açısından önemli olacaktır. Bu dönemlerin ilki port- Sovyet dönemidir ve yaklaşık olarak on yıl sürmüştür. İkinci ve son dönemde 2000- 2020 yıllarını içine alan modern dönemdir. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medyanın gelişimim ve değişimiyle ilgili ülkelerin içinde bulundukları sosyal, siyasi ve ekonomik şartların medyayı nasıl etkilediğinin araştırılması gerekmektedir. Bu bağlamda devamında üç başlıkla birlikte orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medyanın tarihine yer verilecektir.

1.2.1. Çarlık Döneminde Medya

Çarlık dönemi öncelikle çarlık Rusya'sının Türkistan'ı işgaliyle başlamıştır. Bu işgal 18. ve 19. yüzyılı kapsamaktadır. Çarlık döneminde Rusya devleti Orta Asya Türk Cumhuriyetleri ile ekonomik ve siyasi ilişkiler kurmuş, sonrasında ise bu devletleri kendi bünyesinde toplamıştır. Bu bağlamda Azerbaycan devleti 'de 1828 tarihinde Çarlık Rusya'sı altına girmiştir. Orta Asya Türk Cumhuriyet'lerinin ilk medya tarihi de bu dönemde başlamıştır. Ancak dönemin bulundurduğu sansür yasakları dolayısıyla ilk medya aracının ortaya çıkarılması zaman almıştır. Bu bağlamda ilk örneği oluşturan Azerbaycan gazetesi Ekinci için başvuru tarihi dahi 1873 yılını bulmuştur (Çapraz, 2011: 73).

Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin ilk medya aracı olan Ekinci gazetesi uzun uğraşlar sonucunda çıkarılabilmiştir. Gazetenin isminin Ekinci olmasında birle sıkı yasakların etkisi büyük olmuştur. Sadece tarımsal faaliyetlerden bahsedilecek olan gazeteye bu imaj verilmesi için Ekinci denmiştir. Ancak gazete Azerbaycan Bakü de basılmasına rağmen Çarlık Dönem Rusya boyunduruğu altında bulunan tüm Türk Cumhuriyetleri tarafından okunmuştur. Bu ilk gazete ve Azerbaycan medyasının ilk aracının kurucusu ise Hasan Zerdabi'dir. Hasan Zerdabi daha sonraki konuşmalarında gazete yayın döneminde İstanbul'da bulunan Azerbaycanlılardan da destek aldığını söylemiştir.

Çarlık döneminde ilk olarak basılan Ekinci gazetesinin yayını 1918 yılına kadar sadece kırk sayı olmuştur. Bu durum dönemin medya bağımsızlığına etkisini de gözler önüne sermektedir. Toplam kırk yıl süren bu çarlık döneminde sadece kırk sayı basılabilen Ekinci

gazetesi Orta Asya Türk Cumhuriyetleri için önemli bir yere sahiptir. Bu durum Azerbaycan halk cumhuriyeti döneminde bu şekilde devam etmemiş, sadece 23 aylık bir dönemde 200'e yakın basım gerçekleştirilmiştir. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinden olan diğer bir ülke de Kırgızistan'dır. Kırgızistan'da medya ile ilgili ilk adım Rus aydın kesimi tarafından atılmıştır. Bu kesim 1913 yılında Prjevalsk Çiftçisi adında dergi basımı yaparak, Kırgızistan'da ilk medyatik basım örneğini çıkarmışlardır (Açıkkaya, 2010: 404).

Kırgızistan'da ayrıca 1914 yılında kurulan özel yayınevi de medya anlamında önemli adımlardan birini oluşturmuştur. Bu yayınevi Kırgızistan Bişkek'te kurulmuş ve Pişpek bültenini çıkarmaya başlamıştır. Bu bülten ayrıca, Çarlık Rusya' sının Orta Asya Türk Cumhuriyetlerine yönelik uyguladığı politikalar hakkında da habereler yapmıştır. Yine medyayla ilgili olarak bir diğer adım da Telgraf Bülteninin oluşturulmasıdır. Bu bülten Çuy Nehri İdaresi tarafından çıkarılmaya başlanmış ve yeni bir gazete olarak basıma başlamıştır. Medya anlamında önemli ilerlemeler olan bu yenilikler ise maddi sıkıntılar gibi birçok nedenden dolayı kısa süreli olmuşlardır.

Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde önemli medya adımlarından biri olan İlerleme yayınevi 1916 yılında Pişpek'te kurulmuştur. Bu yayınevi ilerleyen yıllarda isim ve el değiştirmiş olsa da uzun süre hizmet vermeye devam etmiştir. Ayrıca 1918 yılında Pişpek Milli Ekonomik Konseyine hediye edilmiştir. Gazete ismi kızıl bayrak olarak değiştirilmiş ve ilerleyen yıllarda da Komünist Parti'nin hizmetinde kullanılmıştır. Azerbaycan ve Kırgızistan örneğinden de anlaşılacağı üzere Çarlık Döneminde medya ilerlemesinin devam ettirememiş, kurulabilen yayınevleri de kısa süreli olmuştur. Özellikle Çarlık Rusya'sının Türkistan'ı işgaliyle birlikte yayın yasakları ve medya kısıtlamaları artmıştır. Bu işgal ile birlikte Çarlık Rusya bu kısıtlamalara ihtiyaç duymuştur (Aşirov ve Arıcan, 2020:41).

Çarlık Rusya'sının bu işgali sonrası Kırgızistan, Özbekistan, Kazakistan ve Türkmenistan'da Türkistan gazetesi çıkarılmaya başlanmıştır. Bu gazetenin çıkarılmasında bu ülkelerde yaşayan halkın Çarlık Rusya'sına bağımlılığını artırmak hedeflendi ise de bu amaçlar gerçekleşmemiş aksine bölge halkı kültürel, sosyal ve siyasi anlamda gazeteden olumlu etkilenmişlerdir. Türkistan gazetesi, Özbekistan ve Kazakistan da atılan ilk medya adımı olmuştur. Turkestanskiye Vedomosti olarak da geçen yayın Çarlık Rusya'sına bağlı olarak çalışmakta Türkistan genel hükümetine bağlı ancak Rusça yayın yapan bir medya olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Türkistan gazetesi Orta Asya Türk Cumhuriyetleri arasında yayın hayatına uzun süre devam eden bir yayın olmuştur. Taşkent'te basımı başlayan gazete 1870 yılından itibaren kır sekiz yıl boyunca basılmaya devam etmiştir. Bu uzun yıllar boyunca devam eden yayın medya anlamında önemli bir durumu da oluşturmuştur. Gazetenin bu kadar uzun zaman yayına devam etmesinde kuruluş amacı önemli bir rol oynamıştır. Çarlık Rusya tarafından basılmaya başlanan gazete Çarlık Rusya'nın devamını destekleyecek görüşleri savunarak, ideolojik olarak Rusya'nın hizmetini yapmıştır. Yine bu dönemde gazeteye ek olarak çıkartılan ve yerel dillerde basılan ekler olmuştur. Bu ek yayınlar a özellikle önem verilerek, halkın da anlayabileceği ve okuyabileceği Çarlık Rusya yanlısı haberlerin basılması desteklenmiştir. Bu örneklerden de anlaşılacağı üzere bu dönemde medya siyasi ideolojilerin halka dayatılması için bir araç olarak kullanılmış ve devlet tek elinden çıkmış, özelleştirilmemiştir (Avşar, 2022: 65).

Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medya tarihinde önemli bir yere sahip olan bir diğere gelişmede Kazakistan'da kurulan ve resmi olmayan yayınlardır. Bu yayınlarla bölge içerisinde komünist düşünceler de yayılmaya başlanmıştır. Siyasi olarak sürgün edilen kişilerin Kazakistan'da toplanmasıyla birlikte buradaki medya araçları da bu kişilerin kontrolüne geçmiş ve bu bağlamda yayınlar yapılmaya başlanmıştır. Bu dönemde Çarlık Rusya tarafından izni olmadan kaçak yayınlar yapılmıştır. Bu bağlamda ilk yasal gazete 1907 yılında Kazakistan'da basılmıştır. Ural isimli gazete tatar Türkçesiyle basılmıştır. Bu ilk yayının ardından ise birçok yerel dile ve resmi yayınlar yapılmaya başlanmıştır.

1917 yılında yaşanan şubat devrimindeyse Kazakistan'da bulunan Bolşevikler medya organlarını ideolojilerinin reklamı için kullanmışlardır. Medya kuruluşları devletin tek eline geçmiş ve yönetimleri için de çeşitli kişiler atanmıştır. Bu dönemde birçok farklı yayın ortaya çıkmıştır. Medya anlamında oldukça hareketli bir dönem de olmuştur. Yine hareketli devam eden dönemde geçici hükümet indirilmiş ve devamında Kazak Türkçesiyle yayın yapan Çalışkanlık gazetesi önem kazanmıştır. Ancak 1918 yılı Kazakistan'a bakıldığında yayınlanan gazetelerden çok azının yerel dille yayınlandığı görülmektedir. Medyanın neredeyse tamamı Çarlık Rusya diliyle basılmaya devam etmiştir (Çakın ve Baş, 2021: 66).

Çarlık Rusya'sının beklentileri ve hükümlerinden oluşan bildirilerin yayınlandığı bu medya araçları yayınlanmaya devam etmiş ve Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medyanın ilerlemesi ve özelleştirilmesine dair de çeşitli önlemler alınmıştır. Türkmenistan'da ise medyanın ortaya çıkışı ilk defa 1890'lı yıllara denk gelmektedir. Çarlık döneminde Türkmenistan'da iki yayın yapılmış, bu yayınlardan biri devlete ait olarak ilerlemiştir. Ancak

diğer yayın özel bir kuruluş olarak çalışmıştır. Dönem içerisinde Türkmenistan'da bazı yarı resmî gazetelerde basılmıştır. Özellikle çarlık dönemde Türkmenistan'da yapılacak yerli basımlar durdurulmaya çalışılmıştır. Bu basımların halkı Çarlığa karşı ayaklandırmasından korkulmuştur.

I. Dünya Savaşı'na kadar yerel basıma izin verilmeyen Türkmenistan'da I. Dünya savaşıyla birlikte kısmen izin verilmiştir. Bu izindeyse savaşın çarlık Rusya'sı lehine olduğunun haberlerinin yayılmasını sağlamak olmuştur (Yeniçeri, 2001:71).

1.2.2. SSCB Döneminde Türk Cumhuriyetlerinde Medyanın Durumu

SSCB dönemiyle ilgili yapılan literatür taramasına göre bu dönemde 6.680 gazete bulunmaktadır. Bu sayı 1930'lu yıllara denk gelmektedir. Bu gazetelerin dışında ayrıca sovhoz dergileri ve duvar gazeteleri de bulunmaktadır. Bunların sayısı ise 300.000 binleri bulmaktadır. Medya anlamında ciddi yükselişlerin olduğu bu dönemde Rusya'nın başkenti Moskova'da iki televizyon kanalı ve çeşitli radyo kuruluşları yayın yapmıştır. Medya tarihinde önemli gelişmelerden biri de farklı birçok dilde yayımlanan gazeteler olmuştur. Bu yayınların tirajlarıysa 170 milyona kadar ulaşmıştır. SSCB döneminde artık daha özgür bir medya platformuna kavuşan Türk Cumhuriyetlerinde medyanın gelişimi ve ilerlemesi hız kazanmıştır (Temir ve Yaldız, 2019: 175).

Bu dönemde yayınlanan medya araçlarının 3000 nüshası Rus olmayan bölge halkı diliyle basılmıştır. Rusçanın kullanılmadığı bu yayınlar tüm Sovyetlere dağıtılarak, birçok kişinin okuması amaçlanmıştır. Ayrıca bu dönemdeki gazeteci ve muhabirler çoğunlukla komünist parti bünyesinde bulunan gazeteciler birliğinin üyeleridir. Muhabir ve gazetecilerin atamasını da yapan birlik, medya anlamında önemli gelişmelere imza atmıştır. Yine dönem içinde görevli olan gazeteci ve muhabirlerin çoğunluğu komünist parti üyesi olarak da çalışmışlardır. SSCB döneminde yapılan medya yayınlarını özetlemek gerekirse, 1400 saatlik farklı dillerde program yayınları, 5.500 dergi basımı, 1400 aktarma tesisi ve sekiz farklı radyo kanalı kullanımı sayılabilir (Azizzade Jular, 2022:35).

SSCB döneminde komünist parti kontrolünde tutulan medya dönem lideri Lenin tarafından da etkin bir şekilde kullanılmıştır. Yine dönem içinde Stalin liderliğinde halkı

baskılamak ve infazları haklı göstermek için çeşitli yayınlar yapılmıştır. Sovyetler içerisinde yer alan Orta Asya Türk cumhuriyetlerinde medya ise her ülke için ayrı olarak incelenecektir.

1.2.2.1. Azerbaycan

Azerbaycan'da komünist parti rejimi döneminde medya ön planda tutulmaya çalışılmış ve bu bağlamda eğitimlere önem verilmiştir. Çeşitli gazeteciler desteklenmiş, üniversitelerde gazetecilik eğitimi verilmiş ve ülkenin medya anlamında yetersizlikleri giderilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda gerekli alt yapı çalışmaları yapılmış ve teknolojik yeniliklere önem verilmiştir. Ancak yapılan tüm ilerleme çalışmaları ve yenilikler ülke içerisinde komünist parti ve Sovyet ideolojisinin yayılmasında kullanılmıştır. Resmi olarak Sovyet Rusya'sının kurulmasıyla birlikte resmi Sovyet gazeteleri yayımlanmıştır. Bu resmî gazetelerden ilki komünist ve Bakü işçisi olmuştur (Kartal, 2022: 471).

Azerbaycan'da ayrıca SSCB döneminde birçok yerel gazete de yayımlanmıştır. Yine Azerbaycan'da gerçekleştirilen ilk radyo yayını da SSCB dönemi içerisinde geçmektedir. Bu radyo yayını öncesinde Azerbaycan Halk Cumhuriyeti tarafından da yapılmıştır. Azerbaycan'da radyo yayını Sovyetler dağılana kadar ki süreçte Azerbaycan devlet radyosu tarafından idare edilmiştir. Sovyetler dağılana kadar ise Azerbaycan Moskova yönetimi altında bulunmuştur. Kurulan bu radyo önemli ilerlemelere de ön ayak olmuştur. Geçen yıllarda daha çok yayın yapmaya başlayan radyo günlük bir saat yayından 13 saate kadar uzayan yayın sürelerine ulaşmıştır.

Azerbaycan'da medya anlamında yine önemli gelişmelerden biri de Moskova merkezli televizyon yayınının Orta Asya Türk Cumhuriyetleri içerisinde ilk defa Azerbaycan'da gerçekleşmesi olmuştur. Azerbaycan'da ilk defa gerçekleşen televizyon yayını ayrıca Kafkasya ülkeleri arasında da bir ilki oluşturmuştur. Bu ilk televizyon yayını ise 1931 yılında gerçekleşmiştir. Bu ilk yayının ardından ise Azerbaycan'ın başkenti Bakü'de 1954 yılında televizyon stüdyosu için çalışmalar başlatılmış, 1956 yılında ise ilk düzenli yayın hayatı başlamıştır (Enserov, 2011: 123).

1.2.2.2. Kazakistan

SSCB dönemi Kazakistan medyasının en öne çıkan medya organlarının başında gazeteler gelmektedir. Bu dönemde teknolojik kitle iletişim araçlarından olan televizyon ve radyo daha az kullanılabildiğinden gazete gibi basılı araçlar önemlidir. Bu bağlamda 1920 yılının ocak ayında eski Pravda'nın[1] seleflerinden birisi olarak ifade edilen İzvestiya[2]'nın ilk sayısı basılmıştır. Bu yayınlarla birlikte Kazakistan'da Markist düşünce de gazeteler yoluyla yayılmaya çalışılmıştır. Medyanın ideolojik bir aygıt olarak kullanılması gazetelerin ilk çıktıkları gündem bu yana devam etmektedir. SSCB'de sosyalist bir ekonomik düzeni benimsediğinden fikirlerinin gazeteler aracılığıyla benimsenmesini sağlamıştır (Temir, 2021 :167).

1920 yılında yayınlanan bir diğer gazete ise *Uşkın*'dır. Bu gazete Kazak Türkçesiyle yayınlanan ilk gazete olması bakımından öne çıkmaktadır. SSCB içindeki iç savaşa paralel olarak Türk Cumhuriyetlerindeki medyada farklılaşmaya başlamıştır. Bu bağlamda bölgesel parti komitesinin basın organları yayınlanmaya başlanmıştır. Bu doğrultuda 1921 yılına gelindiğinde Kırgız Bölgesi İzvestiya'sının yerine Bozkır Pravdası çıkarılmaya başlanmıştır. İşçi Kazak gazetesi de İşçi Bayrağı gazetesi yerine Kazakistan'da çıkmaya başlamıştır. Ayrıca bu dönemde ilk cumhuriyetçi dergilerden birisi olan Sovyetler Birliği Komünist Partisi Kırgız Bölge Komitesi dergisi de çıkarılmıştır. 1923 yılında ise Sovyet Kırgızistan dergisi yayınlanmıştır.

1923 yılına gelindiğinde Kazakistan'daki yerel basın organlarının da sayısı artmaya başlamıştır. Veriler incelendiğinde 1937 yılında Kazakistan'da 57 bin radyo istasyonu kurulmuş ve 307 radyo merkezi hizmet geçmiştir. Bununla birlikte aynı yılın rakamlarına göre 345 gazetenin de yayınlandığı aktarılmaktadır. SSCB'nin egemenliği altında bulunan her bölge gibi Kazakistan'daki medya da 2. Dünya Savaşında savaş propagandasına geçmiştir. Stalin'in etkili olduğu bu dönemde medya ciddi bir baskı altında kalarak sadece propaganda aracına dönüşmüştür. Partinin mesajlarını yayınlayan radyo ve gazeteler halkın parti lehine fikir geliştirmesine yorulmuştur (Han, 2019).

[1] Pravda, Eski Sovyetler Birliği'nde ve Rusya'da yayınlanan günlük gazete. Sovyetler Birliği döneminde Komünist Parti Merkez Komitesi'nin resmî yayın organıydı. 1991 yılında Komünist Parti'nin kapanmasından hemen sonra eski çalışanları tarafından aynı adla tekrar kuruldu.

[2] İzvestiya - Rusya'da günlük yayınlanan toplum, politika ve ekonomi gazetesi. 1917 yılında kurulmuş olan gazete, Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra özelleşmiştir.

İkinci dünya savaşı döneminde birçok ülkede görülen ekonomik sorunlar SSCB'de de görüldüğünden gazeteler için kâğıt bulma sorunlarına neden olmuştur. Kağıt sorunu Kazakistan medyasında da değişikliklerin yaşanmasının önünü açmıştır. Bu bağlamda gazeteler çok daha az sayfalı olacak şekilde basılmışlardır. Ancak bu durum savaş sürecinde gazete yayınlarının kesilmesine neden olmamıştır. Savaş sürecinde 10 cephe hattı gazetesi çıkmış olup bu gazetelerin ikisi de Kazak dilinde yayınlanmıştır. Aynı zamanda 10 farklı tümen gazetesi de çıkmıştır. Bu dönemde Kazak dilinde çıkan bir başka yayın ise SSCB'nin silahlı kuvvetleri tarafından yayınlanan Ajitatörün Not Defteri'dir. Savaş broşürlerini içeren bu belgeler Kazak halkının bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi adına basılmıştır. Savaş sonrasında ise Kazakistan'da 260'ın üzerinde gazete yayınlanmıştır (Temir, 2021 :167).

Kazakistan'daki ilk radyo faaliyetleri ise 1923 yılıyla birlikte başlamıştır. Bu dönemde SSCB'nin orta bölgelerinde birçok radyo araç gereci Kazakistan'a getirilmiş ve 1923 ilk radyo istasyonu tesis edilmiştir. Ancak Kazakistan'daki radyo istasyonları ve radyo merkezlerinin sayısı kısa sürede artmıştır. Aslında SSCB'de radyo istasyonları askeri amaçlarla da kullanıldığından sayısının artırılmasına çalışılmıştır. 1929 yılına gelindiğinde hükümet Kazakistan'ın Kızılorda şehrinden Alma-Ata (Almatı) şehrine taşınmıştır. Bu dönemde Almatı'da sadece bir adet radyo merkezi yer almaktaydı. Ancak hükümet merkezi bu şehre geldiğinden inşaatlara hız verilmiş ve aynı yıl Almatı'da 12 binden fazla radyo ve 84 radyo merkezi hazır hale getirilmiştir (Timothy and Gross, 2008: 516).

1960'lı yıllara gelindiğinde ise 6 dilde radyo yayınları yapılmaya başlanmıştır. Bu yıllarda Kazakistan televizyonu kurulmuştur. 1958 yılında ilk yayınını gerçekleştiren Kazak televizyonu on yıl gibi bir süre içinde 15 televizyon stüdyosuyla hizmet vermeye başlamıştır. Kazak televizyonu ilerleyen dönemlerde yapmış olduğu filmlerle SSCB'nin önemli merkezlerinden olan Moskova'dan ödüller almıştır. Ancak bu dönemde Kazakistan'daki medyanın SSCB kontrolünde olduğu da unutulmamalıdır. Kazak Türkleri medya alanında çalışmış olsalar da medya SSCB'nin isteklerine göre şekillenmekteydi. Prestroyka[3] dönemine kadar sansür ve baskı çok daha fazla olmasına rağmen Prestroyka dönemiyle birlikte azalmaya başlamıştır. Prestroyka dönemi Kazakistan'da Moskova gibi merkezlere çok daha geç gelmiş

[3] Perestroyka, SSCB'de 1980'li yıllardan itibaren gerçekleştirilen ekonomik ve siyasi sistemi yeniden yapılandırma ve reform hareketleri. İlk olarak 1979'da dönemin devlet başkanı Leonid Brejnev tarafından önerilmiş, daha sonra sonraki devlet başkanı Mihail Gorbaçov tarafından desteklenmiş ve teşvik edilmiştir.

olsa bile medyanın bağımsız bir kimlik kazanmasında son derece önemli dönem olarak öne çıkmaktadır (Temir ve Ayhan, 2019: 66).

1.2.2.3. Özbekistan

Özbekler, Türk Cumhuriyetlerinde gazetelerin gelişmesinde kritik bir ol üstelenmiştir. Aslında Türkistan bölgesindeki gazetecilik faaliyetlerinin 1867 yılında başladığı görülmektedir. 1917 yılıyla birlikte ise bu bölgede gazetecilik ikinci aşamasına geçmiştir. 1905 yılına kadar yerel dillerde yayın yapan tek bir gazete bulunmaktaydı. 1917 yılında ise Özbek dilinde bağımsız süreli yayınlar çıkmaya başlamıştır. Özbekistan'da SSCB döneminde yayınlanmaya başlanan ilk gazete *Naşa Gazeta (Bizim Gazeta)*'sı olmuştur. Bu gazetenin ardından *Doğunun Pravda'sı, Türkistan Pravdası* ve *İzvestiya* adlı gazeteler de yayınlanmıştır. Bu gazeteler Özbekistan'da yayınlanmasına rağmen Özbek dilinde yayınlanmamışlardır. Özbek Türkçesiyle yayınlanan ilk gazete ise *İştirakiyun* adlı gazete olmuştur. İştirakiyun gazetesi Kızıl Özbekistan ve Sovyet Özbekistan adlarıyla da yayınlanmıştır (Temir, 2021: 168).

1920 yılında Moskova radyosu Taşkent'te de ulaşmıştır. Bu radyoda önceleri sadece gazetelerin okunduğu bilinmektedir. İlerleyen dönemlerde ise radyo için özel içerikler üretilmeye başlanmıştır. Özbekistan'dan yapılan ilk radyo yayını ise 1927 yılında olmuştur. 1949 yılına gelindiğinde ise bölgenin önde gelen üniversitelerinden birisi olan Mirzo Ulugbek Üniversitesinde yayıncı yetiştirebilmek adına fakülte kurulmuştur. Gazetecilik bölümünün kurulmasıyla medya eğitimi ve akademisi de başlamış olmuştur (Budak, 2004: 39).

1935'li yıllarla birlikte Özbekistan bölgesinde farklı gazetelerin de çıktığı görülmektedir. Bu gazetelerin başında Kültür Devrimi, Lenin'in Kıvılcımı, İşçi ve Genç Leninist gazeteleri çıkmaya başlamıştır. Farklı kesimlere hitap eden bu gazeteler, gazete yayıncılığının da yayılmasını sağlamıştır. Ancak 1950'li yıllarla birlikte medya üzerindeki baskılar artmış ve sansür yaygınlaşmıştır. SCCB döneminde Moskova ilk kitlesel televizyon yayınları 1946 yılında başlamıştır. Özbekistan'da da televizyon yayıncılığı 1954 yılında Taşkent'teki televizyon merkezinin inşası sonrasında başlamıştır. Moskova ve Taşkent'teki yayın hayatlarının yakın tarihlerde başlamış olması Özbekistan'ın da medya açısından geri kalmadığını göstermektedir. Bu bağlamda Moskova renkli yayına 1967 yılında geçilirken 1971 yılında ise Taşkent'te geçilmiştir (Avşar, 2022: 63).

1975 yılına gelindiğinde Özbekistan'da 134 gazete ve 257 radyo kanalı bulunmaktaydı. Bu yayınların artmasında üniversite kurulmuş olan gazetecilik bölümünün de doğrudan bir etkisi bulunmaktadır. Mezun olan öğrenciler yeni gazeteler açtıkları gibi var olan gazetelerin de daha nitelikli çıkmasını sağlamışlardır. SSCB sonrasında ise Özbekistan medyasında özgürleşme ve bağımsızlık dönemi başlamıştır (Nazira, 2012 akt. Temir, 2021: 167).

1.2.2.4. Türkmenistan

Türkmenistan'ın 1919 yılında Kızıl Ordu tarafından işgal edilmiştir. Bu işgal onucu yoksulluğun sesi adında bir gazete çıkarılmaya başlanmıştır. Bu gazetenin devamında Türkmenistan'da çeşitli gazeteler yayınlanarak medya ilerlemesi sağlanmıştır. Yoksulluğun sesi gazetesinin dışında Türkmenistan'da yayımlanan gazeteler, Dayhan, Emek, Dan Yıldızı ve Türkmenistan'dır. 1920 yılında Aşkabat'ta kurulan Türkistan devlet yayınevi trans-hazar Türkmen diliyle yayınlar basmaya başlamıştır. Bu yılda kurulan bu yayınevi ve bastığı eserler Türkmenistan için önemli bir yere sahiptir. Türkmen diliyle basılan eserler halk tarafından daha çok tercih edilmiştir (Şahin, 2012: 293).

Türkmen dilinde yayımlanan ilk Sovyet gazetesi Türkmenistan, Sovyet sosyalist Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla birlikte günlük olarak yayımlanmaya başlamıştır. Türkmenistan'da basılmaya başlanan ve Türkmenistan gazetesiyle aynı yılları paylaşan bir diğer yayın da Türkmen Kıvılcım'ıdır. Ancak bu gazete Rusça olarak yayımlanmıştır. Bu gazetede ayrıca Lenin hakkında bazı bilgileri içeren yayınlarda yapılmıştır. 1924 yılında Türkmenistan Sovyet sosyalist Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla birlikte ilk defa Türkmen diliyle çeşitli yayımlar yapılmıştır. Bu yayımların arasında yine Lenin'in hayat hikâyesine de yer verilmiştir. Bu yayımların başlamasında ise kurulan Türkmen Devlet Yayınevinin etkisi büyük olmuştur.

Sovyet propagandasının devam ettiği Türkmenistan'da ilk olarak 1928 yılında başlayan alfabe değişikliği Sovyet propagandalarını desteklemiştir. Bu yıllarda Türkmenistan alfabesi Latin, Arap ve Kiril alfabelerine çevrilmiş ve halkın dil anlaşılırlığını düşürmüştür. Bununla birlikte Türkmenistan'ın başkenti Aşkabat'ta 1937 yılında büyük ölçekli bir matbaa kurulmuş ve basımlar için daha hızlı bir ortam sağlanmıştır. Ayrıca savaşın son bulmasıyla birlikte Türkmenistan sınırları içerisinde bulunan matbaalar yenilenmiş ve geliştirilmiştir.

Türkmenistan'da yüksek tirajlı yayınlar yapmaya başlayan bu matbaalar özellikle 1974 yılında artış göstermiştir (Jular, 2015: 5).

Türkmenistan'da 1975 yılında toplam 26 gazete basımı yapılmıştır. Bu basımların, 10'u bölgesel, 7'si merkezi, 6'sı düşük bütçeli 1 şehir ve 2 ilçe gazetesidir. Yayımlanan bu gazetelerin yıllık tirajı ise 152 milyonun üzerinde olmuştur. 1925 yılından itibaren Türkmen diliyle yayımlanan gazeteler; Mıdam Tayyar, Genç Komünist, Öğretmen Gazetesi ve Edebiyat ve Sanat Gazetesi olmuştur. Tüm bu gazeteler Türkmen diliyle yayımlanmıştır. Gazetelere ek olarak bu dönemde Türkmenistan'da birçok dergi de basılmıştır. Örneğin, Türkmenistan'da sağlık, Sovyet Türkmenistan kadınları, Aşkabat ve tokmak dergileri Türkmenistan'da yayımlanmıştır.

Türkmenistan'da yayımlanmaya başlanan bu dergiler, kısmen yüksek tirajlara ulaşmış ve medyanın gelişimine kilit roller üstlenmişlerdir. 1974 yılı verilerine göre Türkmenistan'da yayımlanan toplam 30 dergi olduğu bilinmektedir. Türkmenistan'da ilk düzenli radyo yayını ise 1927 yılında başlamıştır. Bu radyo yayını 1975 yılında Türkmen dili ve Rusça olmak üzere 15 saat yayın gerçekleştirmişlerdir. İlk televizyon yayını, 1959'da gerçekleşmiş, 1974 yılındaysa ilk renkli yayın yapılmıştır. 1975 yılında televizyon yayınları hacim ve yerel yayınlar toplam 73 saate ulaşmıştır. Son olarak Türkmenistan'da farklı üç yerde televizyon stüdyoları kurulmuş ve televizyon akımı daha düzenli bir hale getirilmiştir (Aşirov, 2021: 47).

1.2.2.7. Kırgızistan

Kırgızistan, SSCB döneminde medya bakımında 1900'lü yılların ortalarına kadar pek bir gelişme gösterememiştir. Nitekim 1924 yılına dek Kırgız Türkçesi ile yayım yapan bir gazete ortaya çıkmamıştır. 1924 yılıyla birlikte gazete basma çalışmaları başlamıştır. Farklı dillerde (Rusça, Kırgızca ve Tacikçe) basılmaya başlanan gazetelerin ilkini Özgür Dağ *(Erkin-Too)* gazetesi oluşturmaktadır. İlerleyen yıllarda Rusça yayımlanan Batratsk Pravdası (1925) ve Kırgız Türkçesiyle yayımlanan bir gençlik gazetesi olan Leninist gençlik (*Leninçil Jaş*, 1926) gibi birçok yerel ve bölgesel gazete ve dergi ortaya çıkmıştır. Bu gazete daha sonra *Kızıl Kırgızistan* olarak değişmiştir. Günümüzde ise *Kırgız Bayrağı* olarak yayın hayatına devam etmektedir (Altımışova, 2013: 74).

Kırgızistan'da ilk radyonun kuruluşu ise 1931 yılında gerçekleşmiştir. Radyo Yayıncılığı Komitesi Merkez Yürütme Kurulunun 19 Aralık 1931 tarihli kararına uygun olarak Kırgız Radyosu kurulmuştur. 1932 yılının sonuna doğru radyo yayınlarının kalitesi ve özellikle radyo gazetelerine olan ilgi giderek artmıştır. Ancak bu dönemde yapılan yayınları genellikle Rus dili üzerinden yapılmıştır. 1932 yılına gelindiğinde radyo üzerine yeni bir reform yapılmıştır. Bu reformla birlikte radyo yayınlarında işçilerin eğitimi amaçlanmaya başlanmıştır.

1940 yılına gelindiğinde ise radyo faaliyetleri ikinci dünya savaşına ayrılmaya başlanmıştır. Savaş genel itibariyle radyo yayıncılığının propaganda aracına dönüşmesine neden olmuştur. Dolayısıyla radyodaki eğitim programları da son bulmuştur. Ancak buna rağmen 1940'tan 1949'a kadar Kırgızistan'daki radyo noktalarının sayısı on bin artmıştır. 1954 yılına gelindiğinde ise Kırgızistan'da 60 binin üzerinde radyo noktası oluşmuştur. Bununla birlikte 140 radyo merkezi ve 30 binden fazla radyo alıcısı tesis edilmiştir. Televizyon yayıncılığı ise 1958 yılında başlamıştır. Frunzenskaya Televizyon Stüdyosu'nun Ekim 1958 tarihli kararnamesi ile ilk deneme yayınları başlamıştır. 1966 yılına gelindiğinde Kırgızistan'da televizyon tüm Kırgızistan'ın %80'ni kapsar duruma gelmiştir (Temir, 2021: 164).

1.2.2.8. Tacikistan

Tacikistan gerek SSCB döneminde gerekse de SSCB sonrası dönemde diğer orta Asya devletlerinin gerisinde bir pozisyonda kalmıştır. Bu bağlamda Tacikistan medyası da diğer devletlerin gerisinde kalmıştır. Aynı durumun modern dönemde de devam ettiği gözlemlenmektedir. SSCB döneminde diğer orta Asya devletlerinde olduğu gibi Tacikistan'da da Rus merkezli yayınlar öne çıkmaktadır. Bu bağlamda Tacikistan'daki ilk gazetelerin yayınlanmaya başlanması 1930'lu yıllara kalmıştır. Bu dönemde çıkan ilk gazeteler Rusça ve Tacikistan dilinden yayınlanmaya başlamıştır.

Tacikistan SSCB döneminde radyo ve gazete yayıncılığı sosyalist bir çizgide sürmüştür. Bu bağlamda işçilerin estetik ve akademik eğitimine yönelik Tacik dilinde ve Rus dilinde radyo yayınları yapılmıştır. Tacikistan'da ilk radyo yayınının tesis edilmesi ise 1934 yılında olmuştur. Ancak Tacikistan'da em radyo hem de basılı yayınlar hem de televizyon yayıncılığı diğer ülkelerdeki kadar hızlı bir gelişme göstermemiştir. SSCB döneminde bu bölgeye diğer orta Asya devletlerinde daha az yatırım yapılması da medyanın geride kalmasına neden olmaktadır. Bölgedeki nüfusun az olması bölgeye medya yatırımlarının daha az gitmesine neden olmuştur.

Televizyon yayıncılığına diğer ülkeler nazaran daha geç geçebilen Tacikistan'ında televizyon 1980'li yıllara kadar yayılamamıştır. 1980 yılında Tacikistan'ın tümünde televizyon yayıncılığı %60 oranında yayılmıştır (Temir, 2021: 203).

Sovyetler Birliği döneminde, Tacikistan medyası merkezi olarak Merkezi Komünist Parti tarafından kontrol ediliyordu ve merkezi yönetim politikalarına uygun olarak çalışmalar yürütmekteydi. Bu dönemde medya hem Rusça hem de Tacik dillerinde etkinlik gösteriyordu. Ancak 1980'lerin sonlarına doğru ve 1990'ların başlarında medya ortamı önemli ölçüde değişmeye başladı. "Perestroyka" döneminde, medya merkezi yönetime bağlı olmayan, komünizm sistemini desteklemeyen ve özgür düşünceye sahip olan yeni medya organları ortaya çıkmaya başladı. Tacikistan'da da benzer bir değişim yaşandı. Ancak Tacikistan medyasının özgünlüğü, daha fazla milli ve dini değerlere vurgu yapan medyanın (çoğunlukla basın) ortaya çıkmasıyla kendini gösterdi. Mirzo Salimpur'a göre, medya özgürlüğü 1990 yılında "Rastohez" broşürünün yayımlanmasıyla birlikte ivme kazandı. Bu dönemde Tacikistan medyası, daha önceki merkezi kontrolün dışına çıkarak çeşitli görüşleri ve değerleri ifade etme fırsatı buldu. Bu, Tacikistan toplumunun daha çeşitli seslere ve düşüncelere erişimine olanak tanıdı ve medya üzerindeki etkileyici bir değişimi simgeliyor (Raisov, 2018: 63).

İKİNCİ BÖLÜM: SSCB SONRASI DÖNEMDE TÜRK CUMHURİYETLERİ'NDE MEDYA

2.1. SSCB Sonrası Dönemde Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Siyasal-Sosyal Hayatın ve Medyanın İncelenmesi

Sovyetler birliğinin dağılması sonrasında soğuk savaş sona ermiş ve iki kutuplu dünya düzeni de son bulmuştur. Sovyetler birliğinin soğuk savaşın kaybeden tarafı olması sadece askeri ya da siyasi bir yenilgi değil bununla birlikte politik ve ideolojik bir yenilgi olarak değerlendirilmektedir. Çünkü soğuk savaş döneminde iki kutuplu olan -Amerika ve SSCB ekseninde- dünya aynı zamanda bu ülkelerin kapitalist ekonomik sistemi ve sosyalist ekonomi sistemi savunmasıyla da ayrışmıştı. Dolayısıyla soğuk savaş aynı zamanda başta SSCB olmak üzere sosyalist ülkelerin de güç kaybetmesiyle neticelenmiştir. Orta Asya'daki Türk Cumhuriyetleri ise SSCB'nin dağılması sonrasında bağımsızlıklarını elde ederek soğuk savaşın kazananı olan devletler arasında öne çıkmışlardır (Gayypov, 2022: 32).

SSCB'nin dağılması sonrasında bağımsızlıklarına kavuşan Türk Cumhuriyetleri uzun bir süre SSCB yönetimi altında kaldıklarından SSCB'nin etkilerini taşımaları oldukça normaldir. Nitekim araştırmanın bir önceki bölümünde de görüldüğü Türki Cumhuriyetlerde medya SSCB ve tarihsel olarak daha kökenlerine inildiğinde Çarlık dönemine gitmektedir. Ancak modern medya dönemi 20. Yüzyılla birlikte başladığından Türk Cumhuriyetleri SSCB döneminde gazeteciliği, radyoculuğu ve televizyonculuğu öğrenmişlerdir.

Türk Cumhuriyetlerinin SSCB dönemi sonrasında -SSCB'nin 1991 yılında dağıldığı düşünüldüğünde- uzun bir dönem geçirmedikleri söylenebilir. Bu süre devletlerin kendi yapılarını sosyal, kültürel, siyasi ve ekonomik olarak kurabilmeleri için oldukça kısa bir süredir. Dolayısıyla Türk Cumhuriyetlerinin medya yapılarının anlaşılmasında, medyadaki gelişimlerinin izlenmesinde, medyadaki iletişim sorunlarının analiz edilmesinde siyasi ve sosyal yapılarının irdelenmesi önem arz etmektedir.

SSCB etkilerinin birçok açıdan -kültürel, toplumsal ve siyasal açılardan- kısa vadede silinmesi mümkün değildir. Yönetim süreçlerinde halkın her yönden temsilinin sağlanabilmesi, iktidar ve muhalefet ilişkilerinin rasyonel ve sağlıklı bir çerçeveye oturtulması, ekonomik ve sosyal yapılanmaların dengeli bir gelişim çizgisi tutturabilmesi, düşünce ve ifade özgürlüğünü de içeren temel hak ve özgürlüklerin tümüyle sağlanıp geliştirilebilmesi gibi birçok konu daha yıllarca sürecek bir geçiş döneminin olduğunu göstermektedir (Budak, 2005: 121).

Tük Cumhuriyetlerinin SSCB'nin dağılmasına kadarki süreçte Batı dünyasıyla da iletişimlerinin oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. SSCB'nin dağılması sonrasında da Vatı dünyasıyla ilişkiler hemen gelişmemiştir. Batıyla olan ilişkilerin gelişmesi bu ülkelerden sosyo-ekonomik ve kültürel etkilenmeyi getireceğinden dolayı medyanın gelişimi açısından da

önemlidir. Nitekim dünyanın önde gelen medya gruplarının Amerika ve Avrupa ülkelerinde olduğu düşünüldüğünde bu ülkelerle kurulacak olan temaslarda medyanın geliştirilmesine dair de girişimler yapılabilirdi. Orta Asya Cumhuriyetleri yer altı kaynakları bakımından zengin olduğundan jeopolitik açıdan da önemlidir. Dolayısıyla batılı devletlerin ilgisi orta vadede başlamıştır (Toepfl, 2013: 251).

SSCB sonrasında orta Asya Türk cumhuriyetlerindeki medya alanında da yeni bir döneme girmiştir. Bu dönemde demokratikleşme çabaları başlamış olduğundan daha önce çok fazla gündeme gelmeyen sansür, baskı, medyanın bağımsızlığı ve medyaya dair yasaların yapılması da gündeme gelmeye başlamıştır (Cengiz, 2016: 68).

2.1.1. Azerbaycan

Uzunca bir dönem SSCB içindeki ülkelerden birisi olarak kalan Azerbaycan parlamentosu 1991 yılında bağımsızlığını ilan etmiştir. 1992 yılında ise komünist parti lideri Muttaliboz görevinden uzaklaştırılarak yerine Ebulfez Elçibey geçmiştir. Bu şekilde Azerbaycan'ın yönetim sistemi de ekonomi-politik anlayışı da değişmeye başlamıştır (Khudayi, 2020: 12).

SSCB sonrasında cumhuriyet rejimine geçen Azerbaycan'da yönetim idari olarak rayonlara[4] ayrılmıştır. Rayon tipi yönetimin SSCB'den kalma siyasi yönetimlerden birisi olduğu düşünüldüğünde SSCB etkisinin de hemen kalkmadığı görülmektedir. Bu etkiler sadece siyasi alanda değil sosyal ve kültürel alanda da devam etmiştir. Yer altı kaynakları bakımından diğer orta Asya cumhuriyetleri gibi zengin olan Azerbaycan bu kaynaklarını ekonomik olarak kazanca çevirmeye de SSCB sonrasında dönemde başlamıştır. Bu bağlamda Azerbaycan bir yandan kendi çevresindeki devletlerle ancak ondan çok daha önemlisi Batılı devletlerle ilişkisini geliştirmiştir. Batılı devletlerle ilişkisini geliştiren Azerbaycan bir yandan yer altı kaynakları için uygun pazarlar bulmuş diğer yandan da kültürel etkileşime girmiştir. Bu doğrultuda ekonomik yapısını da değiştiren Azerbaycan, özel mülkiyeti tanımaya başlamıştır (Pirizade, 2019).

[4] Rayon, Sovyetler Birliği'nden kalma bir yönetim birimidir: Bir rayon genellikle ulusal seviyenin iki seviyesi altında bir idarî birimdir.

Diğer Türki Cumhuriyetlere göre batı dünyasına daha yakın bir coğrafi bir konumda bulunan Azerbaycan; SSCB sonrasında bu avantajını da iyi kullanmıştır. Özellikle modernleşme çabaları bakımından diğer Asya devletlerinin önüne geçen Azerbaycan; medya konusunda da bu devletlerin arasından olumlu anlamda sıyrılmaktadır. Bu bağlamda gerek geleneksel medya araçları (televizyon, radyo ve gazete gibi) bakımından gerekse de yeni medya olarak bilinen sosyal medya araçları bakımından çok daha etkin bir politika gütmüştür. İnternet erişim problemlerinin de diğer Orta Asya Türk devletlerine göre daha az sorunlu olduğu söylenebilir (Hüseynov, 2005: 54).

Azerbaycan, SSCB sonrasında öze dönüş politikası güden bir devlet de olduğundan bu politikalarını da halka anlatmak ve benimsetmek amacıyla medyayı etkin bir şekilde kullanmıştır. Bu doğrultuda özellikle AZERTAC öne çıkmaktadır. Azerbaycan'da en eski haber ajansı olan AZERTAC'ın Sovyet dönemi ve sonrasında da faaliyetleri devam etmiştir. Kurulduğu günden itibaren AZERTA, AZERİNFORM gibi adlarla 70 senelik Sovyetler Birliği'nde merkezi yönetimin direktifinde SİTA'nın bir kolu olarak çalışan, günümüzde ise bağımsız Azerbaycan'ın resmi haber ajansı olarak habercilik hizmetini sürdüren ülkenin en köklü haber ajansı AZERTAC'ın ve yeni dönemde ortaya çıkan Turan ve APA gibi özel haber ajanslarının kuruluş ve faaliyetleri de SSCB sonrası Azerbaycan adına önemlidir (Enseroy, 2010: 273).

2.1.2. Kazakistan

Kazakistan Sovyet ve yerel yöneticiler arasında sıkı ittifakın olmadığı ve Orta Asya Türk Cumhuriyetleri arasında Sovyet yöneticilerle ittifakını bozan ilk ülke olmuştur. Kazakistan'ın coğrafi özellikleri ve Sovyetlerin bu ülkede uyguladıkları yönetim bu durma neden oluşturmuştur. Ayrıca Kazakistan halkının sosyoekonomik durumunun da Sovyet yönetimiyle aşırı bir fark taşımaması Kazakistan'ın Sovyet birliğinden ayrılması kolaylaştıran bir diğer etken olmuştur. Kazakistan'da özellikle imparatorluk rejiminin yıkılması ciddi değişikliklere neden olmuştur. Sovyetler birliği döneminde de koloni olarak kullanılan Kazakistan Sovyetlerden ayrılması ve imparatorluğun yıkılışı gibi süreçlerden sonra değişime uğramıştır (Oliver, 2000: 100).

Sovyetlerin Kazakistan'da yürüttüğü politikaların halkı için büyük değişiklikler oluşturmaması da buradaki halkın yeni düzene alışmasını kolaylaştırmıştır. Ayrıca

Kazakistan'ın Rusya'ya yakın olarak görülmesi de çarlık ve SSCB dönemlerine Kazakistan'ı etkilemiştir. Ayrıca Kazakistan'ın sahip olduğu Sovyet enternasyonalizmi Sovyetler Birliği'nde yaşanan etnik kargaşaların Dünya gündeminde yer almasını sağlamıştır. Ayrıca Sovyetler Birliğinin son yıllarında ülkede ekonomik sorunların giderilmesi için uygulanan politika olan glastnostun da Kazakistan'daki hükmü olayların çok fazla medya önü olmasına ve tüm orta Asya Türk Cumhuriyetleri tarafından takibine neden olmuştur.

Dolayısıyla Kazakistan genel olarak Sovyetler birliği içerisinde yaşanan etnik çatışmaların dünyaya yansıtıldığı ülke olmuştur. Kazakistan'da uygulanan bir başka yönetim şekli de delegasyoncu demokrasi post Sovyet Kazakistan rejimi olmuştur. Bu yaklaşım da demokrasinin çıktılarından birdir. Ayrıca siyasi gelişimde demokrasi ilkelerinin uygulanması söz konusudur. Delegasyoncu demokrasi, demokratik yönetimim nerdeyse tüm özelliklerini kapsamaktadır. Ancak uygulamalarda otoriter bir devlet rejimi de söz konusudur. Kazakistan'da yaşanan birçok olay ve siyasi değişimler bu uygulamanın kullanılmasına zemin hazırlamıştır (Alkan, 2011:23).

Siyasi anlamda da birçok yeni uygulama kullanılan Kazakistan devleti kültürel, sosyal, medyatik ve siyasi bakımdan çok yönlü stratejilerin ortaya konduğu ve denendiği bir ülke olmuştur. Özellikle demokrasi uygulamalarında yetersiz olunması Kazakistan'ın demokratik yönetim şeklinin uygulaması ve kabul etmesinde zorlanmasına neden olmuştur. Bu bağlamda siyasi şekillenmeyle ilgili Kazakistan'ın içinde bulunduğu dönemlerin iyi okunması ve değerlendirilmesi gerekmektedir. Özellikle Kazakistan'daki siyasi rejimin sağlamlaşmasında önemli rol oynayan bazı siyasi dinamikler bulunmaktadır. Bu dinamiklerin Kazakistan tarihindeki yeri ve önemi de siyasi tarihin önemli bir çıktısıdır.

Kazakistan'ın bağımsızlık öncesi durumu ekonomik ve sosyal olarak ülkeyi oldukça zorlamıştır. Ekonomisinin yeterli olmadığı ve düştüğü ülkede ayrıca birçok etnik çatışmalarda yaşanmaya başlamıştır. Kazak toplumu olarak bilinen ve Kazakistan içerisinde azınlık durumunda ulunan bu grup ülke içinde sosyal ve siyasi zorlukların yaşanmasına neden oluşturmuştur. Kazakistan'da nüfuz Kazak ve Slav kökenli insanlardan oluşmakta idi. Bu iki topluluk arasında Slav kökenli kişilerini ise çoğunluklu olduğu ileri sürülmektedir. Bu iki topluluktan oluşan Kazakistan'da demokrasinin uygulanmasına yönelik Slav kökenli kişilerin ikircikli düşünceleri ülkede demokrasi uygulamalarının da gecikmesine neden olmuştur (Kubicek, 2011: 24).

Kazakistan devlet başkanlarında Nazarbayev, ülkede öncelik verilmesi gereken konuların vatanseverlik ve ülke bütünlüğünün korunması olduğunu ileri sürmektedir. Kazakistan yöneticilerinin toplum hakkındaki görüşlerinin ve siyasi ideolojilerini belirleyen birçok neden olmuştur. Bunlardan ibre diğeri de kazak halkın değişen sosyo kültürel yapısı olmuştur. Uzun süre Rus kültürü altında yaşayan halk Rus kültürüne yönelik birçok ideolojiyi de benimsemiş duruma gelmiştir. Bu bağlamda Rus kültürü ve dili halk ve yönetici kişiler arasında sıklıkla kullanılan ve tercih edilen bir durum haline gelmiştir. Bu bağlamda tam bağımsızlığın gerçekleşmesi de yine ertelenmek zorunda kalınmıştır.

Kazakistan'ın bağımsızlığıyla ilgili yaşadığı birçok sorun olmuştur. Özellikle bağımsız bir devlette olması gereken bağımsız ekonomik Kazakistan için oldukça zor bir durumu ifade etmiştir. Neredeyse ekonomisinin tamamı Rusya tarafından belirlenen Kazakistan'ın Rusya'ya bağımlı bir devlet olma durumundan çıkması da oldukça zor olmuştur. Tüm bu olumsuzluklarla birlikte Kazakistan'ın süreç içerisindeki ilerleyişi yavaş da olsa devam etmiş ve 2010 yılında Avrupa Güvenlik ve İş Birliği Teşkilatına kabulü gerçekleşmiştir. Siyasi olarak otoriter rejime alışık olan Kazakistan halkı ve yöneticileri demokrasi fikrini kabullenmekte de zorlanmışlardır (Schatz, 2000: 284).

Kazakistan'ın siyasi anlamda demokrasisi gerçekleşmese de ekonomik anlamda daha liberal bir ekonomiye dönüşmüştür. Bu bağlamda ülke kaynaklarının kullanımıyla birlikte ülke geneli milli gelir artmış ve hayat kalitesi yükselmiştir. Bağımsızlığını ilan eden Kazakistan'ın yaşadığı süreçler genel olarak anlatıldığı şekilde ilerlemiştir. Son olarak yakın coğrafyalardaki ülkelerde yaşanan siyasi ayaklanmaların zaman zaman Kazakistan'ı da etkileyeceği ön görülmüştür.

2.1.3. Özbekistan

Özbekistan'da da siyasi rejimin oluşması süreci birçok unsurdan etkilenmiştir. Bu unsurların başında Özbekistan devletinin kültürel, siyasi ve ekonomik yapısı olmuştur. Ayrıca mevcut ülke yöneticileri ve muhaliflerin çatışmaları da bu süreci yönlendiren ve etkileyen temel olaylardandır. Kültürel ve dini farklılıklar, ülke ekonomisinin özellikle pamuk üretimine bağımlı hali gibi birçok neden Özbekistan devletinin rejiminin oluşmasını zaman ve süreç yönünden etkilemiştir. Özbekistan halkının çoğunluğunu oluşturan Özbekler devlet yönetim

kadrolarında da aktif olarak bulunmuşlardır. Özbekler siyasi ve sosyal hayatta kendilerinin belli eden bir konumdadırlar (Yerekesheva, 2007:13).

Özbekistan'da ayrıca aktif olan Özbekler sayesinde yönetim genel olarak Özbekler tarafından sağlanmıştır. Ayrıca genç nüfusun fazla olması da Özbekistan'ın sosyal hayatını etkileyen unsurlardan biridir. Bağımsızlıkla birlikte Özbekistan'ı etkileyen birçok durum olmuştur. Bunların başında ülkede rejim karşıtı hareketlerin yaşanması ve ekonomi gelmektedir. Özellikle SSCB'nin Özbekistan'da çıkan dinin çatışmaları kullanması da bu bağlamda rejim karşıtlığını desteklemiştir. Bu durumun en iyi örneklerinden biri dönem içerisinde çıkarılan tek dini yayının Özbekistan'da basılması olmuştur. Siyasi olarak otorite kurmakla zorlanan Özbekistan hükümeti bu bağlamda birçok kısıtlamalar getirmiştir.

Orta Asya Türk Cumhuriyetleri arasında en baskıcı siyasi otoriteye sahip olan Özbekistan siyasi rejime karşı olabilecek her türlü tehdide karşı da ciddi önlemler alan bir ülkedir. Özbekistan'da kabul edilen anayasa yine Sovyet dönemine ait parlamento tarafından yürürlüğe girmiştir. Bu durum Özbekistan için iç işlerinde hala etkili olmaya devam eden Sovyet rejimini ortaya koymaktadır. Özbekistan'ın sosyal ve siyasi hayatıyla ilgili yapılan literatür taramalarında Özbekistan yöneticisi Kerimov'un etkisinin büyük olduğu anlaşılmaktadır. Kerimov Özbekistan'ın hiyerarşik düzeninin oluşturmuş ve halkı yukarıdan aşağıya doğru olmak üzere sınıflandırmıştır (Macit, 2012: 33).

Özbekistan'da 1992- 1997 Kerimov dönemi olarak bilinmektedir. Bu dönem içerisinde siyasi anlamda birçok yenilik ve ilkenin yeni düzene alışması sağlanmaya çalışılmıştır. Yerel örgütlenmeler, muhalefet partileri ve meclis ile birlikte var olan siyasi hayat Kerimov yönetimiyle birlikte Özbekistan'da kısmen de olsa pekiştirilmiştir. Bu bağlamda Kerimov yönetiminde ekonomik anlamda da devlet stratejisi belirlenmiş ve çeşitli adımlar atılmıştır. Özellikle komünist yönetimin Özbekistan'da aktif olamaması için ekonomik anlamda da Sovyetlerden ayrılmaya çalışılmıştır. Özbekistan'ı diğer Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinden ayıran önemli özellikler, kurumsallaşmış bir yönetime, ticarileşmiş bir topluma ve geleneksel ulusal bilince sahip olmaları olmuştur.

Ancak Özbekistan'da tarihi süreç sonucunda demokratik bir yönetimden çok otoriter bir rejim ortaya çıkmıştır. Muhalefet ile ilgili yapılan uygulamalarla ülke içinde muhalif gruplar tamamen bitirilmiştir. Son olarak Özbekistan halkının dinamiklerinin etkisizleştirmek adına

hükümetin yürüttüğü politikalarla birlikte Özbekistan otoriter rejim ve bu rejime boyun eğen bir toplulukla yönetilen bir hale gelmiştir (Çaman ve Dağcı, 2014).

2.1.4. Türkmenistan

Türkmenistan'ın siyasi ve sosyal idaresinde bir yandan SSCB etkileri varken diğer yandan da bu coğrafya da yaşamış olan eski Türk devletlerinin rolü bulunmaktadır. Türk dünyasının önemli bir parçasını ifade eden Türki Cumhuriyetleri Orta Asya Türk kültürünü de devam ettirirken egemenliği altında kalmış oldukları SSCB'nin etkisi de öne çıkmaktadır. Nitekim mevut Türkmenistan'da da Sovyet döneminde var olan bölge yöneticileri mensubu oldukları kabilelere göre, yerleşik olunan bölgelere atanmaktadırlar. Bu bağlamda Türkmenistan eski tip kabile gruplarının da etkisi bulunmaktadır. Günümüzde ise Türkmenistan merkezi yönetiminde en büyük kabilelerden birisi olan Tekeler[5] öne çıkmaktadır (Alkan, 2011: 319).

Türkmenistan'da siyasi liderler Türkmen başı olarak ifade edilmektedir. Niyazov (1940-2006) Orta Asya'da Türki Cumhuriyetler arasında en uzun süre başta kalan liderlerdir. Bu doğrultuda Niyazov 1985 yılından ölümüne kadar ülkenin başında kalmıştır. Niyazov 1985 yılında TmKP Birinci Sekreterliği ve Hükümet Başkanlığı görevine atamasından sonra görevine devam etmiştir. Niyazov dönemi Türkmenistan'ın SSCB egemenliği dönemini de SSCB sonrasını da kapsamaktadır. Söz konusu dönem medya açısından incelendiğinde pek parlak bir dönem olmadığı görülmektedir. Özellikle medyanın çeşitliliği ve medya teknolojilerine ulaşım açısından diğer ülkelerin gerisinde kalmıştır (Anaorazov, 2012).

SSCB sonrasında Türkmenistan'da diğer orta Asya cumhuriyetleri gibi yer altı kaynaklarını ekonomik olarak kullanmaya başlamıştır. Bu dönemde Türkmenistan yer altı kaynaklarını kendi kurmuş olduğu kanallar üzerinden dünyayı ulaştırıp tanıtma imkânı olmadığından Rusya'yla iş birliklerini devam ettirmiştir. Bu bağlamda Türkmenistan'daki doğal gaz üretiminde Rus uzmanların etkisi öne çıkmaktadır. Sosya-kültürel ve ekonomik gelişimini devam ettiren Türkmenistan SSCB sonrası dönemde gazete, dergi ve TV yayıncılığına hız vermeye başlamıştır (Allaberdiyeva, 2015).

[5] Tekeler, Türkmenistan'daki Türkmen aşiretlerinden biridir.

2.1.5. Kırgızistan

Kırgızistan, 1924 yılında Rusya Federasyonu sınırları içinde özerk bir cumhuriyet olarak kuruldu ve o dönem "Kırgızya" olarak adlandırıldı. Ancak 5 Aralık 1936'da Kırgızistan'a Kırgız Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti statüsü verildi. Bu tarihlerden sonra, Kırgızistan 31 Ağustos 1991'de Sovyetler Birliği'nden bağımsızlığını ilan etti. Kırgızistan'ın toprakları, ok ucu şeklinde olup Kazakistan'ın güney sınırları boyunca uzanır ve Çin'in batı sınırına kadar uzanır. Ülkenin coğrafi konumu Orta Asya'nın güneydoğusundadır ve dağlık bir yapıya sahiptir. Kırgızistan'ın toplam yüzölçümü 199.000 km²'dir ve yaklaşık 6 milyon insanı barındırır. Bu yüzölçümü, Portekiz, Belçika, Hollanda ve İsviçre'nin toplam yüzölçümüne eşittir. Nüfusu homojen değildir ve üç ana etnik grup baskındır: Kırgızlar, Ruslar ve Özbekler. Diğer etnik gruplar ise nüfusun yaklaşık %10'unu oluşturur ve bunlar arasında Ukraynalılar, Almanlar, Kazaklar, Dunganlar, Uygurlar, Koreliler ve Ahıska Türkleri gibi 80'e yakın etnik grup bulunmaktadır (Tutar, 2017:174).

Kırgızistan, 1924 yılında Sovyetler Birliği'nin bir parçası olarak özerk bir cumhuriyet olarak kuruldu. Daha sonra, 1936 yılında Sovyetler Birliği'nin bir cumhuriyeti haline geldi ve nihayet 1991 yılında bağımsızlığını ilan etti. Ancak bağımsızlık sonrası, ülkenin küçük olması ve yer altı kaynaklarına sahip olmaması gibi nedenlerle ekonomisi zorlu bir döneme girdi. Ekonomik zorluklar, sosyal yapıda mafya benzeri örgütlenmelere, rüşvet ve yolsuzluğa yol açtı. Ayrıca, ülkedeki Özbek nüfusu ile kuzey-güney ayrımı gibi faktörler, istikrarsızlığı artıran diğer etkenler arasında yer aldı. Kırgızistan'ın Rusya ve Amerika'nın bölgesel politikalarından da etkilendiği bu dönemde, ilk cumhurbaşkanı olan Askar Akayev, 2005 Lale Devrimi'ne kadar görevde kaldı (Ateş, 2012).

Bağımsızlık sonrası dönemde, diğer Orta Asya ülkeleri gibi Kırgızistan da başkanlık sistemini benimsemişti. Ancak Lale Devrimi sonrasında göreve gelen Kurmanbek Bakiyev, 2010 yılında halk hareketleriyle görevden alındı ve muhalif lider Roza Otunbayeva liderliğinde yeni bir anayasa hazırlanarak parlamenter sisteme geçiş süreci başlatıldı. 7 Haziran 2010'da kabul edilen yeni anayasa ile Kırgızistan, parlamenter sisteme geçti. Bu anayasa ile Kırgızistan, temsili demokrasi ile yönetilen çok partili bir cumhuriyet olarak tanımlandı. Ülke, bağımsız, demokratik ve laik bir hukuk devleti olarak kabul edilmektedir (DİB, 2019). Kırgızistan diğer orta asya ülkelerine kıyasla gerek medya gerekse de ekonomik olarak daha iyi durumda bir ülke olarak Kazakistan'la birlikte öne çıkmaktadır.

Kırgızistan'ın siyasi sistemi, 27 Haziran 2010 tarihli Kırgızistan Cumhuriyeti Anayasası'nda tanımlanmıştır ve Orta Asya'da parlamenter sistemle yönetilen tek devlettir. Anayasaya göre, parlamento ve başbakan, başkandan daha fazla yetkiye sahiptir. Medya'da başkanlık sistemine bağlı olarak önceleri tek bir merkezde gelişmiştir. Ancak zaman içinde çoklu bir yapıya da dönüşmüştür. Kırgızistan'ın hükümet yapısı, Cumhurbaşkanı, parlamento (Jogorku Kenesh), hükümet, devlet komiteleri, alt düzey bakanlıklar, yerel yönetimler, idari birimler, yerel ve yüksek mahkemeleri içerir. Başlangıçta başkanlık sistemine benzer özellikler taşıyan rejim, yarı başkanlık sistemine evrildi ve hukuki reformlarla parlamentonun güçlendirilmesi sağlandı (İba, 2009:48).

2.1.6. Tacikistan

Tacikistan, Orta Asya'da bulunan bir ülke olup sınırları Özbekistan, Kırgızistan, Afganistan ve Çin ile komşudur. Ülke nüfusu, Tacikler dışında Ruslar, Özbekler, Kırgızlar, Tatarlar gibi farklı etnik grupları barındırmaktadır. Toprak bakımından, Orta Asya ülkeleri arasında en küçüğüdür ve 143,000 km²'lik bir yüzölçümüne sahiptir. Tacikistan'ın %93'ü dağlık alanlardan oluşur ve dört bölge ile 63 ilçeden oluşur. Tacikistan, genellikle ekonomik ve siyasi açıdan Rusya, Çin, Kazakistan, İran, Türkiye, Suudi Arabistan, Hindistan ve Pakistan gibi ülkelerle olumlu ilişkiler içindedir. Aynı zamanda tarih ve edebiyat açısından zengin bir geçmişe sahiptir. Ülkenin resmi dili Tacikçe olup, Farsça kökenlidir. Tacikistan'ın nüfusu yaklaşık olarak 9 milyondur. XIX. yüzyılda Orta Asya, Rus İmparatorluğu tarafından fethedildiğinde, Tacikler de diğer Orta Asya milletleriyle birlikte Rus etkisi altına girmişlerdir. 1920'lerde, o dönemin Rus hükümeti Orta Asya'yı kendi planlarına göre farklı ülkelere bölmüştür. Bu nedenle, 1924 yılında Tacikistan Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti (TSSC) özerk bir bölge olarak Özbekistan Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti içinde yer almıştır. Ancak 1929 yılında, Tacik bilim insanlarının çabaları sonucunda, Sovyetler Birliği'nin bir üyesi olarak Tacikistan Sovyet Sosyalist Cumhuriyeti, bugünkü sınırları içinde bağımsız bir devlet olarak kurulmuştur (Raisov, 2018: 74).

2.2. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Medyanın Değerlendirilmesi

2.2.1 Azerbaycan Medyası ve Kitle İletişim Araçları

SSCB'nin dağılmasıyla birlikte farklı bir döneme giren Azerbaycan'da 1989 yılında Azerbaycan gazetesi yayımlanmaya başlamıştır. Sovyet yönetimden çıkan ve özgürleşen Azerbaycan yayımlanmaya başlayan bu gazeteyle siyasi ve sosyal hayatta değişmeye başlamıştır. Yine Azerbaycan medyası için önemli gazetelerden olan Özgürlük gazetesi 24 Aralık 1989'da Necef Necefov'un önderliğinde yayımlanmaya başlamıştır. Özgürlük gazetesi ayrıca bağımsız basın güvercini olarak da bilinmektedir. Bu gazeteleri takip edeni birçok yeni gazete yayımlanmasıyla birlikte Azerbaycan medyası bağımsızlığını ele almıştır. Bu gazetelerin yanında 1990'lı yıllarla birlikte yayımlanmaya başlanan diğer gazeteler; Zerkalo, Yeni Azerbaycan, Ses, İki Sahil ve Yeni Müsavat gazeteleridir (Yılmaz, 2021: 286).

Azerbaycan'da 2002 yılında kabul edilen Radyo ve Televizyon Yasası 'da medyanın ülke içerisindeki yerinin belirlenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Ülke içerisinde bağımsızlık sonrası yayımlanmaya başlanan gazete ve dergiler 2002 yılına kadar yasal düzenlemelerden bağımsız olmuş, ancak 2002 yılıyla birlikte resmi olarak bu yasa çerçevesinde hizmet vermişlerdir. Azerbaycan medyasıyla ilgili olarak yine ilk önemli adımlardan biri de ilk yayının yapılmasıdır. Azerbaycan'da ilk yayın 1993 yılında gerçekleştirilmiştir. Bu yayın ise Bilim Maarif Tahsil ve İnkişaf televizyonu tarafından yapılmıştır.

Azerbaycan'da 1991 yılından itibaren yayın yapan özel televizyon ise ANS'dir. Ancak bu televizyon sadece haber kanlı olarak kullanılmasıyla haber televizyonu olarak görülmüştür. İlerleyen yıllarla birlikte haber ajansı statüsünden çıkan ANS bir televizyon kanalına dönüşmüştür. ANS ' nin de bir kanal olmasıyla birlikte 1998 yılıyla ilgili yapılan araştırma sonuçlarına göre Azerbaycan'da toplam 558 medya kuruluşu olduğu ortaya çıkmıştır. Yine 1998 yılı araştırmalarına göre Azerbaycan'da 31 haber ajansı, 96 dergi, 40 televizyon ve 366 gazete bulunmaktadır (Özdaşlı, 2021: 342).

Azerbaycan'da medya ile ilgili olarak ilerlemeler devam ederken çeşitli yasalar ve kararnamelerde uygulanmaya başlamıştır. Bu bağlamda 6 Ağustos 1998 yılından başlanarak, 2008 ve 2009 yıllarında çeşitli yasalarla medya korunmuştur. Azerbaycan ile ilgili yapılan son araştırmalara göreyse ülke genelinde yaklaşık 4500 medya kuruluşu bulunmaktadır. Ülke genelinde yayın yapan iki televizyon bulunmaktadır. Bunlar AZ TV-1 ve AZ TV-2 ' dir. TV-1 haber kanalıyken TV-2 ise eğlence kanalı olarak hizmet vermektedir. Kurulan bu televizyonlar

Sovyet döneminden klan bazı kaynakların da kullanılması ve geliştirilmesiyle oluşturulmuştur. Azerbaycan'da yayın yapan televizyon kuruluşları, yerel dilde, Rusça ve Türkçe olmak üzere yayın yapmaktadırlar.

TRT Azerbaycan'da Türkçe yayın yapmaktadır. Bununla birlikte Rusça ve Azerbaycan Türkçesiyle de yayın yapan televizyonlarda bulunmaktadır. Ayrıca birçok yerel ve uluslararası radyo yayını da Azerbaycan'da hizmet vermektedir. Bakinski Raboçi, Yeni Azerbaycan devlet gazetesi olarak Hürriyet, Ayna ve 7 Gün gazeteleri de özel gazeteler olarak basım yapmaktadırlar. Bunlarla birlikte yaklaşık üç haber ajansı ve on ikiye yakın dergi Azerbaycan medyasında hizmetlerini sürdürmeye devam etmektedirler (İnce, 2020: 100).

Azerbaycan basının SSCB'den ayrı bağımsız bir kimlik kazanmasında ülkenin vermiş olduğu bağımsızlık mücadelesi doğrudan etkili olmuştur. Bu bağlamda Azerbaycan'daki SSCB etkisinden kurtulmuş yazılı basının oluşması için Azerbaycan'ın tam olarak bağımsızlığı ilan etti yıllar beklenmemiştir.

Bu dönemde (1980'li yılların sonları) çıkan önemli gazete ve dergiler şöyle sıralanmaktadır:

Gençlik Dergisi	SSCB'nin Azerilerin kendi köklerini unutturmak istediğini vurgulayan dergi; dönemin Azeri gençliğini tarihi ve milli yönlerden bilinçlendirmeyi hedeflemiştir (Aşırlı, 2010: 184).
Azerbaycan Gazetesi:	Yarım milyon baskıya ulaşan Azerbaycan gazetesi en çok satılan basın organlarından birisi olmuştur. Azerbaycan'a dair birçok güncel haberin yer verildiği bu gazetenin temel amacı da Azerbaycan halkının haklarının savunusunu yapmaktadır (Aşırlı, 2010: 188).
Azatlık Gazetesi	Özgürlük (Azatlık) adını taşıyan bu gazetede de dönemin siyasi ve askeri koşullarının etkisi öne çıkmaktadır. Günümüzde de yayınlarına devam eden gazete Azerbaycan hükümetine muhalif bir kanatta yer almaktadır (Pirizade, 2019 :115).
Yeni Müsavat Gazetesi	Müsavat partisinin Türkü düşüncesi üzerine yayın yapan gazete günümüzde de yayın hayatına devam etmektedir (Pirizade, 2019: 115).
Seher Gazetesi	20 Ocak olayları[6] ardından basın hayatına giren gazetesi bu dönemdeki olayları da basına çıkaran ilk gazetedir. 22 Ocak 1990'da 2 milyon adet gazeteyi bedava dağıtmışlardır. Gazete Azerbaycan dilinden ziyade İngilizce ve Rusça yayın yaparak bu olayın tüm dünyaya duyurulmasını istemiştir (Süleymanzade, 2010: 17-19)

[6] Sovyet birlikleri, 20 Ocak 1990'da Ermenileri korumak iddiası ile Bakü'ye giderek 143 kişiyi öldürdü. Sovyet Ordusunun sert müdahelesi Azerbaycan halkında büyük tepkilere sebep oldu.

Ayna Gazetesi	Batılı tarzda yayınlanan ilk gazete olan Ayna gazetesi Rus dilinde de basılmıştır. Yabancı ülkelerdeki haberlerin çevrilerek yayınlanması da bu gazetede görülmektedir. Gazete Azerbaycan basınında birçok yeniliğe imza atmıştır. Bunlardan biri ilk defa olarak bir gazetede ticari ilanların ücretsiz olarak yayınlanmasıydı. İnternetin buralara tam olarak gelmediği dönemlerde bu tarz gazete ilanları okuyucular ve ticaretçiler için en verimli iletişim vasıtasıydı. Bunun yanı sıra Ayna gazetesi Azerbaycan'da süreli yayınlar arasında ilk defa olarak bilgisayar yardımıyla basılan gazete olarak tarihe geçmiştir. 2009 yılında basın hayatına son vermiştir (Aşırlı, 2009: 118).
İki Sahil Gazetesi	1990 yılında Fabrika Hayatı adıyla çıkan gazete 1991 yılında iki sahil adını almıştır. Basın hayatına devam eden gazete işçi tutumlu yayınlardan uzaklaşmıştır (Pirizade, 2019:119).
525'ci Gazete	Hiçbir siyasi parti ve düşünceyle ilişkisinin olmadı sloganıyla ortaya çıkan gazete, birçok genç gazetecinin de yetişmesini sağlamıştır (Pirizade, 2019: 119).
Şark Gazetesi	Günümüzde de yayın hayatına devam eden gazete de bağımsız gazetelerden birisi olarak öne çıkmaktadır.
Ses Gazetesi	Yeni Azerbaycan partisinin yayın organı olarak çıkan gazete günümüzde de yayın hayatına devam etmektedir.
Yeni Azerbaycan Gazetesi	1993 yılında yayın hayatına başlayan gazete, Azerbaycan devletinin resmî gazetesi olarak yayınlanmaya devam etmektedir (Aşırlı, 2009: 54).

Tablo-1 Azerbaycan'da Yayınlanan Gazetelerin Güncel Listesi

Günlük Gazeteler	Haftalık ve Aylık (Ayda 2-3) Gazeteler	Bölge Yayınları
1. 525-ci gazete 2. «Azerbaycan» gazetesi 3. «Azad Azerbaycan» gazetesi 4. «Azadlıg» gazetesi 5. «Ayna-Zerkalo» gazetesi 6. «Bakı heber» gazetesi 7. «Bizim yol» gazetesi 8. «Eho» gazetesi 9. «Ekspress» gazetesi 10. «Edalet» gazetesi 11. «Futbol+gol» gazetesi 12. «Hefte içi» gazetesi	1. «168 saat» gazetesi 2. «Azernyus» gazetesi 3. «Azerheber» gazetesi 4. «Azerbaycan yolları» gazetesi 5. «Azerbaycan demiryolçusu» gazetesi 6. «Azerbaycan müellimi» gazetesi 7. «Azerbaycan işıgları» gazetesi 8. «Addım» gazetesi 9. «Arena» gazetesi	1. «Kür» gazetesi (Yevlah) 2. «Yeni Terter» gazetesi (Terter) 3. «Mingeçevir işıgları» gazetesi (Mingeçevir) 4. «Mübariz» gazetesi (Goranboy) 5. «Gelebe» gazetesi (Salyan) 6. «Difai» gazetesi (Gence) 7. «Zagatala» gazetesi (Zagatala)

13. «Halg gazetesi» gazetesi 14. «Halg cebhesi» gazetesi 15. «İki sahil» gazetesi 16. «Kaspi» gazetesi 17. «Mövge» gazetesi 18. «Merkez» gazetesi 19. «Olaylar» gazetesi 20. «Olimpiya dünyası» gazetesi 21. «Ohu meni» gazetesi 22. «Palitra» gazetesi 23. «Paritet» gazetesi 24. «Paralel» gazetesi 25. «Respublika» gazetesi 26. «Ses» gazetesi 27. «Yeni Azerbaycan» gazetesi 28. «Yeni zaman» - «Novoye vremya» gazetesi 29. «Yeni Müsavat» gazetesi 30. «Şerg» gazetesi 31. «Üç nögte» gazetesi 32. «Zaman Azerbaycan» gazetesi 33. «Hürriyyet» gazetesi	10. «Azeritayms» gazetesi 11. «And» gazetesi 12. «Bakı-Baku» gazetesi 13. «Bakinski izvestiya» gazetesi 14. «Birlik» gazetesi 15. «Bakı universiteti» gazetesi 16. «Bütöv Azerbaycan» gazetesi 17. «Bakı tehsili» gazetesi 18. «Cemiyyet ve din» gazetesi 19. «Demokratiya» gazetesi 20. «Dünya press» gazetesi 21. «Euro heber» gazetesi 22. «Elçi» gazetesi 23. «Ekspert» gazetesi 24. «Edebiyyat» gazetesi 25. «Hefte»-«Nedelya» gazetesi 26. «İmpuls» gazetesi 27. «İnterpolis» gazetesi 28. «İdman» gazetesi 29. «İnsan ve ganun» gazetesi 30. «Super market» gazetesi 31. «Sabah» gazetesi 32. «Seher» gazetesi 33. «Sahil» gazetesi 34. «Sabaha inamla» gazetesi 35. «Şergin sesi» gazetesi 36. «Garabağ» gazetesi 37. «Gerbin sesi» gazetesi 38. «Meridian» gazetesi 39. «Mülkiyyet» gazetesi 40. «Mühalifet» gazetesi 41. «Medeniyyet» gazetesi 42. «Mübariz keşikde» gazetesi 43. «Neftayıran» gazetesi 44. «Nebz» gazetesi 45. «Polis» gazetesi	8. «Kelbecer harayı» gazetesi (Kelbecer) 9. «Dönüş» gazetesi (İmişli) 10. «Halg sözü» gazetesi (İmişli) 11. «Lerik» gazetesi (Lerik) 12. «İsmayıllı heberleri» gazetesi (İsmayıllı) 13. «Cenub heberleri» gazetesi (Masallı) 14. «Masallı» gazetesi (Masallı) 15. «Göy göl» gazetesi (Göy göl) 16. «Gırhçırag» gazetesi (Şirvan) 17. «Yeni gün» gazetesi (Celilabad) 18. «Göyezen» gazetesi (Gazah) 19. «Sumgayıt» gazetesi (Sumgayıt) 20. «Sugovuşan» gazetesi (Sabirabad) 21. «Şefeg» gazetesi (Guba) 22. Birlik-Yedinstvo gazetesi (Guba)

	46. «Prognoz» gazetesi 47. «Poliglot» gazetesi 48. «Rabite dünyası» gazetesi 49. «Reyting» gazetesi 50. «Tibb gazetesi» 51. «Tehsil gündemi» gazetesi 52. «Tehsil ve zaman» gazetesi 53. «Tehsil problemleri» gazetesi 54. «Türküstan» gazetesi 55. «Eliller dünyası» gazetesi 56. «Üzbeüz» gazetesi 57. «Ülfet» gazetesi 58. «Vışka» gazetesi 59. «Veten sesi» gazetesi 60. «Veten uğrunda» gazetesi 61. «Vaht» gazetesi 62. «Femida 007» gazetesi 63. «Genc müellim» gazetesi 64. «Futbol+» gazetesi 65. «Futbol dünyası» gazetesi 66. «Yaddaş» gazetesi 67. «Yeni Avrasiya» gazetesi 68. «Ölke gazetesi»	

(Kaynak: azerbaijans.com).

Tablo-1 incelendiğinde günlük yayınlanan 33 gazete olduğu görülmektedir. Haftalık ve aylık yayınlanan gazetelerin sayısı ise 68'dir. Bölge yayınları ise 22 olarak kayda geçmiştir. Bu yayınlarının az olmasında kapanan -sosyal medyanın ortaya çıkması tüm dünyada yazılı basına olan ilginin azalmasına neden olmuştur- gazeteler de etkili olmakla birlikte yine de bu rakamları OECD, Avrupa'nın önde gelen ülkeleri ve Japonya gibi ülkelerin gerisindedir.

Tablo-2 Azerbaycan'daki Televizyon Kanalları Güncel Listesi

Devlet	Özel
	Space TV
	Lider TV
	ATV
	Hazar TV
	ARB
	CBC Sport
Az Tv	Real TV
İTV	ARB TV
İdman TV	Alvin Channel TV
Medeniyet TV	Kepez TV
Nahcivan TV	Mingeçevir TV
Kanal 35	Kafkas TV
	Dünya TV
	ARB Şimal
	ARB Cenup
	ARB Şeki
	EL TV
	ARB Güneş
	Kepez TV

(Kaynak: azerbaijans.com (a)).

Tablo-2 de Azerbaycan'ın önde gelen televizyon kanalları gösterilmektedir. Ancak Azerbaycan yeni medya teknolojilerine eklemlenen bir ülke olduğundan ülke genelinde internete erişim büyük bir problem değildir. Dolayısıyla Azerbaycan'da internet üzerinden birçok farklı televizyon kanalına ve radyo kanallarına da ulaşmak mümkündür. İnternet üzerinden sadece Azerbaycan kanallarına değil diğer ülke kanallarına da ulaşılabilmektedir.

2.2.2 Kazakistan Medyası ve Kitle İletişim Araçları

Kazakistan'da ilk defa bağımsız medya kuruluşlarının oluşması ve yayınlarının başlaması 1990 yılıyla birlikte gerçekleşmiştir. 1990 yılında kabul edilen Kazakistan devlet egemenliği bildirgesi Kazakistan'ın medya anlamında bağımsız bir şekilde ilerlemesinde kilit rol oynamıştır. 1990 yılıyla birlikte komünist parti faaliyetlerinin de son bulması Kazakistan medyasını rahatlatmıştır. Medyanın özel sektör ve kamuya dönük önlerinin olmasıyla özellikle Kazakistan'da kamu kültürünün oluşmasında ve kamulaşmada medya önemli bir rol oynamıştır. Gazete, televizyon kaynakları ve radyolarda 1990'lı yıllarla birlikte önemli gelişmeler görülmüştür (Begtimur, 2021: 32).

Kazakistan'da bağımsız medyanın oluşumuysa 1992 yılına kadar uzamıştır. 1991 yılında toplam 17 radyo ve 118 yeni yayın bulunan ilke de Sovyet etkileri medyada da devam etmiştir. 1991 yılıyla birlikte önemli gelişmelerin yaşandığı ve 992 yılı sonrası tam bağımsızlaşan medyanın bulunduğu Kazakistan'da 1990'lı yıllarda oluşmuş bir medya etiğinden bahsetmek de mümkün değildir. 1992 yılı ve 1996 yılları Kazakistan'da medyanın özelleştiği ve bağımsızlaştığı yıllardır. Bu dönemde devlet medya üzerindeki baskısını azaltmış, yeni medya kuruluşlarının önü açılmıştır. Özgür medya oluşumu da özellikle 1996 ve 1997 yılları arsındaki değişimlerle kendini belli etmeye başlamıştır.

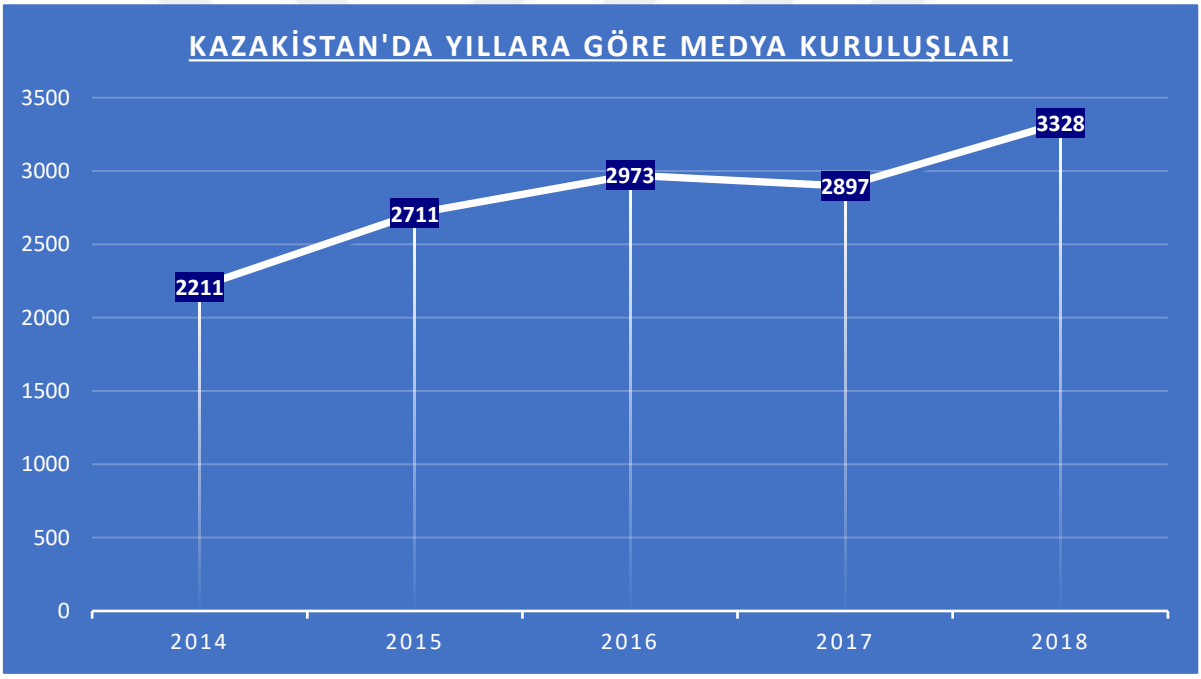
1996- 1997 yılları medya için nitelik ve nicelik değişikliklerine gidildiği ve yıllar sonrasında daha aktif ve özgür bir medya için basamak oluşturulduğu yıllardır. İlk olarak 1996 yılında ülke içinde gerçekleştirilen ihaleyle 38 radyo ve televizyon kanalı kapatılmak zorunda kalmıştır. 1996 yılında imzalanan TV ve Radyo ihalesi özel kuruluş bazı televizyon ve radyoların kapatılasına neden olmuştur. Yine Kazakistan'da medyayı etkileyen bir değere olay ekonomik kriz olmuştur. 1990 yılında gerçekleşen kriz medyanın da ilerleyememesine sebebiyet oluşturmuştur. 2000'li yıllarla birlikte siyasi ve sosyal anlamda çeşitlenen Kazakistan için medya da oldukça hareketlenmiş, farklı sosyal ve siyasi olayları konu alarak gelişme göstermiştir (Budak, 2010: 59).

2007 yılında ise Kazakistan'da siyasi rekabetin azalmasıyla birlikte medya da siyasetten uzaklaşmaya başlamıştır. Metanın ilgi odağı ise sürekli olarak değişmiş, sosyal hayat, ekonomik hareketlilik gibi dönemin önde gelen konuları medya aracılığıyla insanlara aktarılmıştır. 2000 - 2010 yılları arasında Kazakistan medyası internet kullanımı ve sanal programcılıkta ilerlemeye başlamıştır. 2015 yılındaki devalüasyon medyayı etkilemiş ve ülke içerisindeki pazar payını

düşürmüştür. Günümüzde internet kullanımının yaygın olmasıyla birlikte Kazakistan'da en çok tercih edilen medya iletişim aracı televizyondur. Ayrıca 5000 medya kuruluşunun bulunduğu Kazakistan da toplam 80 özel medya kuruluşu da bulunmaktadır.

SSCB döneminde Kazakistan'da da medya gelişmeye başlamış olsa da 1990 yılına kadarki dönemde 21 televizyon kanalı bulunmaktadır. Bununla birlikte devlet basını yayın organları ise sadece 10 tanedir (Berdikul Han, 2019: 48). Ancak aşağıdaki grafikte de görüldüğü üzere bu veriler geçen yıllar içinde artmıştır. Kazakistan'da bulunan medya kuruluşlarına dair veriler aşağıdaki grafikte gösterilmektedir (Kazakistan Cumhuriyeti Bilgi ve İletişim Bakanlığı, 2020).

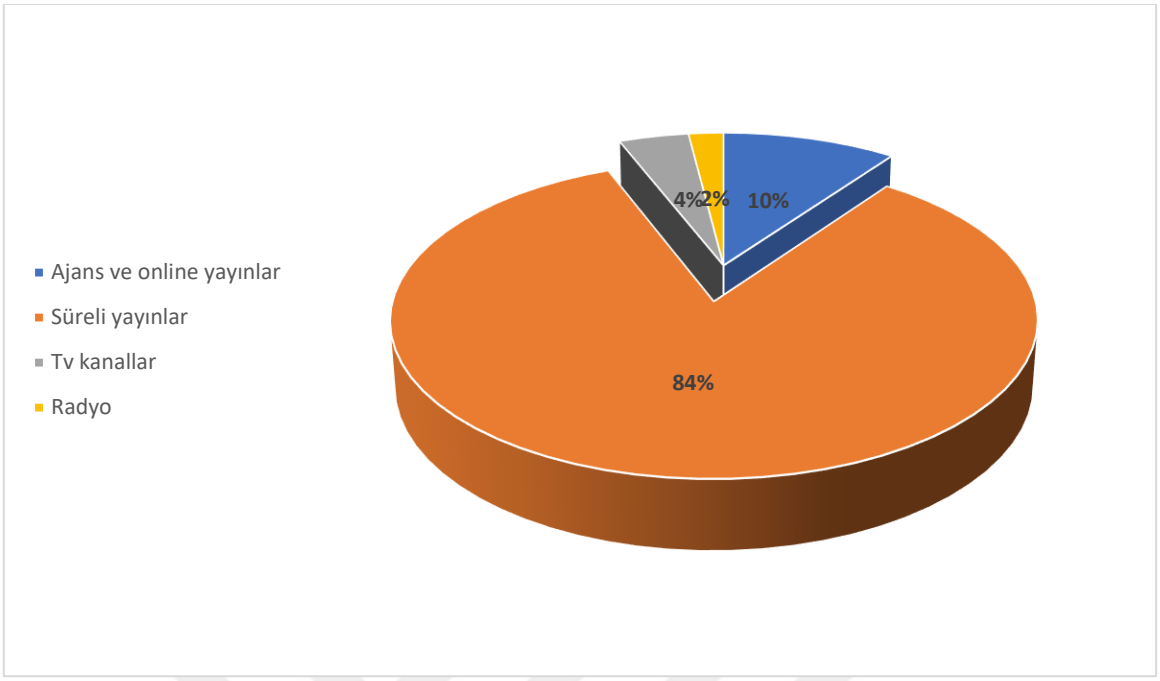
Grafik-1. Kazakistan'da Yıllar Göre Medya Kuruluşlarının Sayısı



(Kaynak: Kazakistan Cumhuriyeti Bilgi ve İletişim Bakanlığı, 2020)

2018 yılı sonrası veriler de artarak devam etmiştir. Bu bağlamda 2020 yılında medya kuruluşlarının sayısı 3396 olmuştur. 2022 yılına gelindiğinde ise 4012'ye yükselmiştir. Medya organlarının dağılımı ise şöyledir:

Grafik-2 Kazakistan'da Medya Organlarının Dağılımı



(Kaynak: Kazakistan Cumhuriyeti Bilgi ve İletişim Bakanlığı, 2020)

Grafik incelendiğinde süreli yayınların öne çıktığı görülmektedir. Kazak medyasındaki dağıtım dili ise Rusça ve Kazakçadır. 2022 yılı itibariyleyse Kazakistan'da 990 özel gazete ve 418 özel dergi vardır. 116 özel televizyon kanalının bulunduğu Kazakistan'da devletin kendi kanalları da bulunmaktadır. Bu kanallardaki yayınların önemli ölçüde gündelik siyasi haberleri verdiği görülmektedir.

2.2.3 Özbekistan Medyası ve Kitle İletişim Araçları

Özbekistan medyası ve kitle iletişim araçlarıyla ilgili yapılan literatür taramasında ülkenin bağımsızlığıyla birlikte medya bağımsızlığının sağlanmasında da belirli yasalara ve zamana ihtiyaç duyulduğu görülmüştür. Bu bağlamda 1997 yılında kabul edilen medya yasası ülke içerisinde kurulacak medya kuruluşlarının da önünün açılmasını sağlamıştır. Bu yasayla tüzel ya da gerçek kişiler medya kuruluşlarında bulunabilecek duruma gelmişlerdir. Dolayısıyla Mülk'ün Sahibi, Milli Uyanış ve Halk Sözü gibi özel kaynaklı yayınlar basılmıştır. İletişim araçlarının kullanımının yaygınlaşması Özbekistan'da medyanın gelişimini olumlu yönde etkileyen adımlardan biri olmuştur. Kurulan haber ajansları Özbekistan medyasında önemli bir yere sahiptir (Açık, 2002: 136).

1992 ve 1995 yıllarından itibaren ülkede faaliyet gösteren çeşitli haber ajansları bulunmaktadır. 1998 yılında ise ilk özel haber ajansı kurulmuştur. 1998 yılında kurulan bu özel haber ajansıyla birlikte Özbekistan medyası liberalleşmeye yönelik adımlarda bulunabilmiştir. Turkiston-press Özbekistan'da kurulan ilk özel ajanstır. Özbekistan medyasına yönelik yapılan araştırmalara göre 1.472 medya kuruluşunun olduğu ülkede bu sayı 1991 yılında 395'tir. Bu medya kuruluşlarının ise yarıda fazlası özel sektör kuruluşlarından oluşmaktadır. 2007 yılında Özbekistan'da kabul edilen medya yasası 2018 yılında değiştirilse de ülke içinde medyaya yönelik atılan bu adımlar dikkat çekmektedir (Yavuz, 2015: 28).

2018 yılında yürürlüğe giren yeni medya yasasıyla birlikte medya kuruluşları ve iletişim araçları için daha açık ve kolay bir ilerleme sağlanmıştır. Özbekistan'da medyanın önümüzdeki yıllarda daha çok gelişme göstermesi de durumun olası sonuçlarından olacaktır.

Özbekistan'da devlete ait olan ve her kategoride kanalları bulunan medya grubu bulunmaktadır. Özbekistan Ulusal TV ve Radyo Şirketi (Özbekistan Milli Teleradiokompanyası) 2023 yılı itibariyle aşağıdaki yayınları sunmaktadır.

- 12 adet Ulusal TV kanalı bulunmaktadır: haber, spor, çocuk, kültür, seyahat, eğlence, müzik, tarih ve buna benzer kategorilerden oluşuyor.
- 12 ili için 12 adet de il ismiyle yerel-bölgesel TV kanalı bulunmaktadır.
- 4 adet de radyo kanalı bulunmaktadır (https://mtrk.uz/uz/)

Özbekistan Ulusal TV ve radyo şirketinden alınan güncel radyo ve televizyon kanalları aşağıda gösterilmektedir[7].

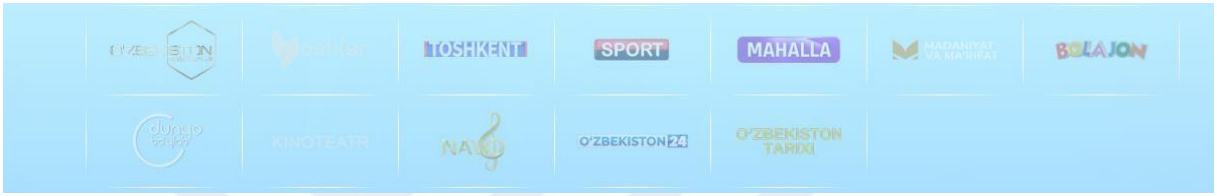
[7] https://mtrk.uz/uz/ sitesindeki veriler kopyalanamadığı için ekran alıntısı olarak alınmıştır. Bölgesel kanallara ise fon ve renklerden dolayı çok silik göründüğü için yer verilmemiştir. Ancak https://mtrk.uz/uz/ sitesinden görülebilmektedir.

Görsel-1. Özbekistan Radyo Kanalları



(Kaynak: mtrk.uz/uz)

Görsel-2. Özbekistan TV Kanalları



(Kaynak: mtrk.uz/uz)

Özbekistan'daki medya ve iletişimle ilgili veriler bunlarla da sınırlı değildir. Medya konusunda kendisini geliştirmeye devam eden Özbekistan'da 2020 yılında Özbekistan tarihinde ilk defa gazetecilik hakkında 10 ciltlik bir kitap (kılavuz/ ansiklopedi) serisi yayınlandı. Kılavuzun her cildinde "Gazetecilik Teorisi, Tarihi ve Gelişimi", "Gazetecilik Hukuku ve Etiği", "Medya Dilbilimi ve Editörlük", "Medya Pazarlama ve Yönetimi", "Basılı Medyada Türler ve Beceri Sorunları", "Görsel-İşitsel Gazetecilik" yer alıyor. ", "İnternet gazeteciliğinde ve medyada yeni eğilimler", "Modern medya ortamında halkla ilişkiler hizmetleri", "İhtisas gazeteciliği", "Gazetecilik sosyolojisi ve psikolojisi" konuları işlenmektedir (qalampir.uz/uz). Bununla birlikte Özbekistan'da medyacıların yetiştirilmesi adına üniversitenin de kurulduğu görülmektedir (uchildiz.uz).

2.2.4. Türkmenistan Medyası ve Kitle İletişim Araçları

Türkmenistan medyası ve kitle iletişim araçlarıyla ilgili yapılan literatür taramasında göze çarpan ilk medya yayını yüksek ölüm oranlarından bahsedildiği Pravda gazetesi makalesi olmuştur. 1990 yılında gazetede yayımlanan bu makale geniş okuyucu kitlesi ve kamuoyu tepkilerine neden olmuştur. Gazeteciler sendikası bu makaleyi kınamış ve yazarı suçlamıştır.

Bu bağlamda ülke içerisinde makaleye yönelik çeşitli tepkiler ortaya çıkmıştır. 1990 yılında komünist Parti'nin ülke içerisinde geri çekilmesiyle birlikte Türkmenistan Cumhuriyeti medya kuruluşlarının başına geçmiştir. Medyayla ilgili bu dönemler kısıtlamaların devam ettiği yıllar olarak bilinmektedir. Öyle ki fotokopi makineleri dahi belirli yasaklarla her yerde kullanılamayacak makineler olarak kullanılmakta idi (Budak, 2018: 101).

Türkmenistan'da 1991 yılından 2013 yılına kadar medyayla ilgili herhangi bir değişiklik yapılmamıştır. Bu bağlamda Türkmenistan Orta Asya Türk Cumhuriyetleri içerisinde medya anlamında en geç yenilik, değişiklik yapan ülke olmuştur. Türkmenistan'da bağımsızlık sonrası medyayla ilgili değişiklikler yapılmaya çalışılsa da başarılı olunamamıştır. Özellikle bu dönemlerde bazı gazetelerde kapanarak, hizmet vermeyi bitirmişlerdir. Türkmenistan'da halen medya sıkı bir şekilde devlet kontrolünde tutulmakta, iletişim araçları ve internet kullanımı oldukça fazla şekilde sınırlandırılmaktadır. 1990 ve 2000 yılları arasında 40 yayın devlet genelinde devam etmiştir. Bunları 5 tanesi ise ülke içerisinde bölgesel hizmet veren yayın kuruluşlardır.

Zhunusky, Veçernyi Aşkabat, Aşkabat Golos Türkenbaşı ve Zakmetkeşler Sesi gibi yayınlar Türkmenistan'da devam eden yayın örneklerindendir. Türkmenistan devletinde gazete okuma sayıları özellikle 1990 ve 2000'li yıllarda düşüş göstermiştir. Bu okuma sayısındaki azalmayı etkileyen birçok etken olmuştur. Bunlardan bazıları; devletin tek elinde olan gazetelerin benzer haberler yapması ve internet kullanımının artmasıdır. Türkmenistan medyasıyla ilgili 2009 yılında yapılan araştırmalara göre bölgesel ve ulusal olmak üzere 15 dergi ve 24 gazete yayının olduğu ortaya çıkmıştır. Ülkedeki tüm radyo ve televizyonlar devlet kontrolü altında hizmet vermektedirler (Güngörmez, 2002: 5).

Türkmenistan haber ajansı ise Türkmenistan Devlet Haber Ajansı' dır. Tüm medya kurumlarının devlet kontrolünde olduğu ülkede 1990- 1994 yılları arasında kurulan birkaç özel sektör girişimi de uzun sürememiştir. 2015 yılına kadar Türkmenistan'da bazı Rus kanallar ve Türkiye bazlı kanallar yayımlanmıştır. Ancak 2015 yılı itibariyle uydulara da kısıtlamalar getirilerek bu yayınların da izlenmesi durdurulmuştur. Altın Asır, Türkmenistan Spor Türkmenistan, Türkmen Owazi ve Miras gibi çeşitli devlete ait yayınlar ülke içerisinde bulunmaktadır.

Bağımsızlık sonrasında Türkmenistan'da yayınlanan gazete ve dergiler aşağıda gösterilmektedir:

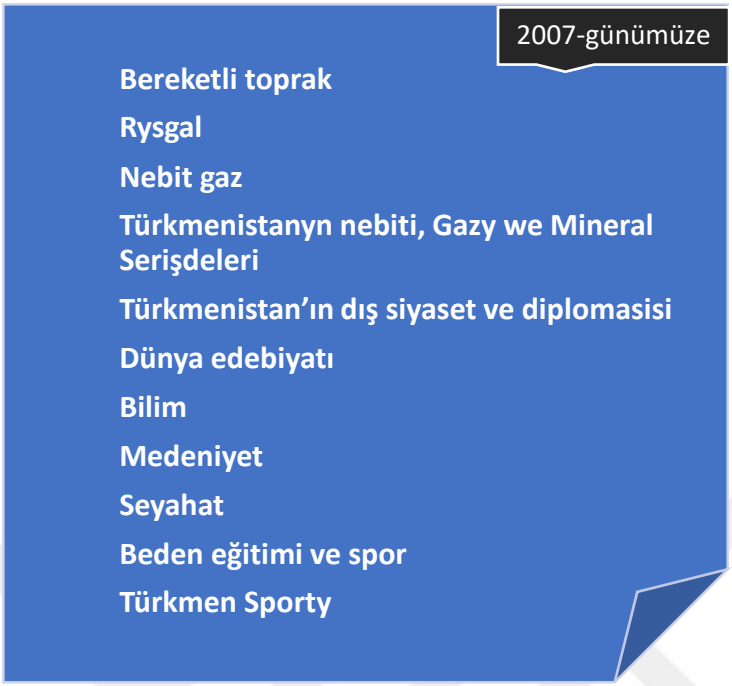
Tablo-3. Bağımsızlık Sonrası Türkmenistan'da Gazete ve Dergiler (1990-2007 Yılları Arası)

Gazeteler	Dergiler
•Türkmenistan gazetesi •Neytralnıy Turkmenistan •Turkmenitanyn Prezidentinin •Türkmen Sporty •Ene Mahri •Watan •Nesil •Edebiyat ve Sungat •Galkynyş •Adalat •Mugallymlar Gazeti •Esger •Türkmen Dünyasi •Türkmenin Yupek Yoly •Aşgabat •Zaman •Türkmen dili	•Diyar •Garagum •Owadan •Güneş •Saglyk •Türkmenistanyn Oba Hojalygy •Türkmenistanda Ylym we Tehnika •Türkmen Arhiwi •Standart, Hil we Howpsuzlyk •Tebigat •Demokratiya we hukuk •Miras •Altyn Asyryn Ykdysadyyeti •Milli Goşun

(Kaynak: Allaberdiyeva, 2015)

Türkmenistan'da 2007 sonrasında medyada millileşme dönemi olarak ifade edilmektedir. Bu dönemde çıkan yayınların temel amacı Türkmenistan Devletine yönelik vatandaşlarda milli bir benlik ve bağlılığın gelişmesini sağlamaktır. Bu dönem yapılan yayınlar (dergi ve gazeteler) farklı zaman aralıklarıyla çıkmışlardır. Bununla birlikte burada belirtilen yayın organlarının bir kısmı Türkmenistan'ın resmî kurumlarının yayın organlı olarak halkı bilgilendirmek amacıyla çıkarılmaktadır.

Tablo-4. Bağımsızlık Sonrası Türkmenistan'da Mili Dönemdeki Gazete ve Dergiler (2007-Günümüze)



(Kaynak: Allaberdiyeva, 2015).

Türkmenistan'ın öne çıkan radyo kanalı ise *Avaz* adlı resmi radyo kanalı oluşturmaktadır. Bu radyo kanalında Türkmence başta olmak üzere Rusça ve İngilizce de de yayınlar yapılmaktadır. Yayın konularını ise halk müziği ve gündelik haberler oluşturmaktadır. Avaz kanalı bağımsızlık sonrasında kurulmuş bir radyo kanalıdır. Ancak Türkmenistan'da 1990 yılı öncesinde de radyo kanallarının olduğu bilinmektedir. Avaz'ın dışında *Vatan, Miras, Çar Tarapdan* adlı radyo kanalları da bulunmaktadır.

Türkmenistan'daki televizyon kanaları ise aşağıda sıralanmaktadır:

- Altyn Asır TV: Gündelik haberlerin yayınlandığı kanalda aynı zamanda Vatan radyosunun da programları yayınlanmaktadır
- Yaşlyk: gençle nesle hitap eden kanal, nasihat ve pedagoji içerikli yayınlar yapmaktadır
- Miras: halkın geleneklerini ve Türkmen mirasını tanıtmaktadır.

- Türkmenistan TV: 2004 yılından yayın hayatına başlayan bu kanal 7 yedi dilde yayın yapmasıyla diğer kanallardan ayrılmaktadır.
- Türkmen: Owazy: 2009 yılında kurulmuştur.
- Aşgabat: 2011 yılında kurulmuştur. Aşgabat'a dair haberlere yer vermektedir.
- Sport: 2012 yılından yayına başlayan kanal farklı spor dallarından tanıtıcı bant yayınları yapmaktadır (Allaberdiyeva, 2015).

Türkmenistan Devlet Başkanı Gurbanguli Berdimuhamedov, pazar günü düzenlediği çalışma toplantısında, Türkmenistan Devlet Televizyon, Radyo Yayıncılığı ve Sinematografi Komitesi'ne aşamalı olarak otofinansman sistemine geçme talimatı verdi. Türkmen Lider, televizyon ve radyo yayıncılığında Türkmen dilinin edebi normlarına ve sözlü kültürüne uyulmasının sıkı gözetim altında tutulması ve yayınlanan programları denetleyen editörlerin sorumluluklarının arttırılması talimatını verdi (business.com.tm).

Devlet Başkanı, "Günümüzde, uluslararası medya organları dijital teknolojilerin ve internet yayıncılığının geliştirilmesine büyük önem veriyorlar. Bu, önemli haberlerin uluslararası haber sistemlerine anlık sunumu açısından önem arz etmektedir" diye belirtti. Türkmen Lider, yüksek eğitimli uzmanların hazırlanmasının, televizyon ve radyo yayıncılığında uluslararası deneyimlerin incelenmesinin önemine dikkat çekti. Türkmenistan Devlet Televizyon, Radyo Yayıncılığı ve Sinematografi Komitesi, 17 Ekim 2017 tarihinde oluşturuldu. Komite, bünyesinde 7 televizyon kanalını ve 4 radyo istasyonunu barındırmaktadır (business.com.tm).

Gelinen noktada diğer orta Asya ülkeleri de kabataslak incelendiğinde medya istatistikleri aşağıdaki gibidir:

Tablo-5. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin Genel Medya İstatistikleri

	Kırgızistan	Kazakistan	Azerbaycan	Tacikistan	Türkmenistan	Gürcistan	Özbekistan
Ajans	2	17	13	4	3	14	0
Blog	3	13	9	0	3	1	25
E-Dergi	2	3	0	0	0	1	0
Dergi	7	42	2	1	8	28	2
Gazete	31	158	32	14	17	43	2
Haber Portalı	37	177	113	6	11	41	14
Radyo	12	23	5	6	0	19	1
Televizyon	14	45	18	3	0	20	1
Web TV	1	4	8	0	0	2	0

(Kaynak: Faselis Medya, 2023)

Tablo-5 incelendiğinde ülkelerin genel olarak web kaynaklı medya istatistiklerinde yetersiz olduğu görülmektedir. İnternet medyasına dair incelemeler araştırmanın üçüncü bölümünde detaylı bir şekilde incelenmektedir. Diğer medya kanallarındaki istatistikleri kısmen daha iyi olsa da yine de OECD ülkelerinin gerisinde kaldığı gözlemlenmektedir. İstatistiklerde Kazakistan ve Azerbaycan medyaları öne çıkarken diğer ülkelerin medyası ise geride kaldığı görülmektedir.

2.3. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Medyanın Rolü

Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde bağımsızlık sonrası SSCB etkileri görülmeye devam etmiştir. Özellikle baskıcı ve otoriter rejim değişikliğine kolay gidilememiş ve ülke yönetiminde eskiden benimsenen düşünceler hâkimiyetinin korumuştur. Ancak buna rağmen Kırgızistan ve Kazakistan bağımsızlık sonrası diğer Orta Asya Türk Cumhuriyetlerine nazaran daha demokratik bir tutum sergileyebilmişlerdir. Bu bağlamda ülkelerdeki medyanın rolü de değişiklikler göstermiştir. Medyanın rolüyle ilgili üç çeşit sınıflandırma yapmak yerinde olacaktır. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medya eğitim, eğlenme ve propaganda yapmak üzere üç farklı rolde kullanılmıştır (Musaoğlu, 2009: 268).

Medyanın eğitici rolü, Türk Cumhuriyetlerinde eğitim amaçlı kullanılan medyada da SSCB dönemi etkileri bulunmaktadır. Çünkü bu dönemde SSCB medyayı kendi ideolojilerini Türk halkına öğretmek ve dikte etmek amaçlı kullanmıştır. Bu bağlamda dönem içerisinde yayım yapan birçok televizyon ve radyoda eğitim amaçlı yayınlara rastlamak mümkündür. Bağımsızlıkla birlikte Türk Cumhuriyetlerinde medyanın eğitici rolü terk edilmemiş ve yine

medya halka öğretilmek istenen çeşitli ideolojilerin, yasaların ya da yönetimin öğretilmesinde kullanılmıştır. Bu bağlamda günümüzde de devlete ait yayınlar yapan Türkmenistan'da eğitim amaçlı yayınlar devam etmektedir.

Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medyanın bir diğer rolü de eğlencedir. Eğlendirici bir işlev yüklenen medyanın bu işlevi de Türk Cumhuriyetlerinde kullanılmaktadır. Medyanın bu rolü üstlenmesinde de yine SSCB döneminin etkileri büyük olmuştur. Öyle ki SSCB dönemi medyasında eğlendirici birçok içerik bulunmakta ve televizyon, radyolarda yayınlanmaktadır. Bağımsızlığını kazanan tüm Orta Asya Türk Cumhuriyetlerin 'de de medyanın eğlendirici rolü sıklıkla kullanılmaya devam etmiştir. Ancak medyanın bu işlevde kullanılmasında ülke genelinde gerçekleşen sorunlardan ve devlet idaresi hatalarından halkın uzaklaşmasını sağlamak da amaçlanmaktadır (Yılmaz, 2019: 19).

Dolayısıyla medyanın eğlendirici rolü hükümetler tarafından özellikle kullanılmakta ve halkın devlet meselelerine karşı ilgisiz davranması amaçlanmaktadır. Medyanın kullanıldığı alanlardan ya da üstlendiği rollerden sonuncusu ise propagandadır. Bu rolde de aslında hükümetin ideolojisinin propagandasının yapıldığı görülmektedir. Çeşitli medya kuruluşları ve kitle iletişim araçları halkın devlete olan bağlılığını artırmaya çalışılmakta ve hükümet propagandası yapmaktadır. Bu rolde diğer rollerde olduğu gibi SSCB döneminde miras kalmıştır. Hükümetlerin açık bir şekilde propagandasının yapıldığı Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medyanın özgürleşemediği de görülmektedir.

2.4. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Medyanın Ekonomik Açıdan İncelenmesi

Medyanın araştırılması, sınıflandırılması ve değerlendirilmesinde ekonominin önemli bir yeri bulunmaktadır. Medyanın ekonomik açıdan incelenmesinde Lowenstein modeli öne çıkmaktadır. Lowenstein modeline göre medyanın mülkiyet kazanmasında ekonomik gelişmelerin takip edilmesi önemlidir. Medyanın ekonomik açıdan incelenmesinde gelişen teknolojiler, medyanın tüketim şekli ve mülkiyetlerin çeşitlenmesi de rol oynamaktadır. Ekonomi ayrıca medya üzerinde siyasi ve sosyal unsurlardan da daha fazla etkiye sahiptir. Dolayısıyla ekonomi medyanın değerlendirilmesinde oldukça geniş etkilere sahip bir durum olarak geçmektedir (Karanfil, 2011: 43).

Ekonominin medya üzerindeki etkilerinden bir diğeri de mevcut hükümet tarafından medya ekonomisinin kontrol altında tutulmasıdır. Özellikle komünist rejimlerde medya ekonomiyle elde tutulmaya çalışılmış ve aksi propagandalara yer verilmiştir. Medyanın ekonomiye olan bağımlılığı dolaysıyla mevcut hükümete de bağımlılık oluşturmaktadır. Ekonominin hükümet tek elinde olduğu Orta Asya ülkeleri içinde medya da ekonomiye bağlı olarak ancak kısıtlı ilerleme gösterebilmiştir. Medyanın ülke içerisindeki konumunda ve kullanılabilirliğinin artırılmasında ekonomi oldukça önemlidir. Ekonomik olarak zaten zor durumda olan ülkeler medyayı ikinci plana atabilmektedir.

Birçok konuda olduğu gibi medya ekonomisi ve mülkiyeti konusunda da Orta Asya Türk Cumhuriyetleri SSCB etkisinden kolaylıkla kurtulamamışlardır. Bağımsızlığın ilan edilmesiyle birlikte de Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medya mülkiyeti çoğunlukla devlet elinde ve devlet ekonomisine bağlı olarak gelişme göstermiştir. Medyanın ekonomik açıdan incelenmesiyle ilgili olarak da dört farklı başlıktan bahsetmek gerekmektedir. Coğrafi faktörler, küresel medya enstitüsü, yerel medya enstitüsü ve tarihi medya mülkiyetleridir. Tarihi medya mülkiyetinde medyanın sahip olduğu ekonomik ayrıcalıklar ve ülkeye sağlayacağı ekonomik yararlar tamamen devlet tek elinde toplanmasıdır (Bal, 2000: 6).

Medyanın ekonomik olarak bulunduğu coğrafyadan da etkilenmesi olası sonuçlardandır. Coğrafyada bulunan medya büyüklüğü, sektör genişliği ve çeşitliliği gibi unsurlar medyanın ekonomik olarak desteklenmesinde önemlidir. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde oluşan medya pazarı bağımsızlıktan sonra dahi Rusya ve Sovyet yönetiminin etkilerinden kurtulamamış ve buradaki medya pazarlarından farklılık gösterememiştir. Yine medya ekonomisiyle ilgili olarak batı ülkelerinde olduğu gibi küresel medya enstitülerini etkileyen faktörler Orta Asya Türk Cumhuriyetlerini de etkilemektedir. Bunlar stratejik yönetim ilkelerinin değişimi, hedef kitlenin değişmesi ve teknolojik alt yapının gelişimiyle bire bir ilgili olmaktadır.

Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde hala çevrimiçi medyanın gerektiği kadar ilgi görmemesi medya ekonomisini de kötü bir şekilde etkilemektedir. Medyanın hala kâğıt basımı gibi materyal kullanımlarıyla ilerlemesi işletmelerin de ekonomik anlamda zorlanmalarına neden olmaktadır. Bu durum medya ekonomisinin küresel standartlarının altında kalmasını da sağlamaktadır. Yerel yönetimlerin medya ekonomisi üzerindeki etkileriyse, Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde yerel yönetimler medya üzerindeki hâkimiyet kurmuşlar ve medya ekonomisini şekillendirmişlerdir (Adaklı, 2006: 282).

2.5. Orta Asya Ülkelerinde Görsel ve İşitsel Medya Unsurlarının Değerlendirilmesi

Orta Asya ülkelerinde görsel medya unsurlarının başında televizyon gelmektedir. Bu ülkelerdeki televizyon kanallarının genel olarak herhangi bir yarışa girmemeleri, bir rekabet ortamının oluşmaması kanalların çoğunluğunun devlet tek elinde bulunmasından kaynaklanmaktadır. Görsel medya unsurlarının ülkeler içerisindeki dağılımını etkileyen en önemli unsur ise internettir. İnternet kullanımıysa bu ülkelerde oldukça azdır. Aslında internet kullanımının az olmasında da birçok neden bulunmaktadır. Bunlar internet alt yapı hizmetlerinin yetersiz olması, devletin internete kısıtlamalar getirmesi ve ekonomik anlamda medyanın internet giderlerini karşılayamamasıdır (Dursun, 2017: 102).

İnternet kullanımının az olduğu bu ülkelerdeyse görsel ve işitsel medya unsurlarının dağılımı ve çoğalması oldukça zor olmaktadır. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde ekstra olarak görülen bu hizmetlere için personel destekleri de yeteri kadar sağlanamamaktadır. Görsel medya unsurlarının en eskisi ve köklüsü olarak bilinen gazete basımı bu ülkelerde devam etmektedir. Ancak bu görsel medya ürünü de çoğunlukla yerel haberler yapmakta, ulusal haberlerle ilgili basım yapan gazeteler ise halk için pahalı sayılmaktadır. Dolayısıyla bu Cumhuriyetlerde yaşayan halkın çoğunluğu için gazete satın almak ya da abonelik yaptırmak oldukça geri planda kalan bir eylemdir.

Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde ayrıca uydu televizyonları da çok yaygın kullanılamamaktadır. Daha çok halkın gelir düzeyi kısmen yüksek kişileri tercih etmektedirler. Görsel medya aracı olarak en çok tercih edilen televizyon, televizyon içerisinde de en çok tercih edilen programlar eğlence ve magazin programlarıdır. Halkın çoğunluğunun bu programları tercih etmesindeki ana nedenlerden biri de kamu haberlerinin güvenilirliğini kaybetmesidir. Görsel medya aracı olarak televizyon haber kanalları hükümet yanlısı programlarla izleyici kitlesini azaltmaktadır. Ayrıca Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde görsel ve işitsel medya unsurlarıyla ilgili en çok eleştirilen konu bu yayın kuruluşlarının kamu kuruluşu gibi hareket etmesidir (Kejanlıoğlu, 2004: 13).

Bu ülkelerde özellikle kamu yayıncılığı bağımsız bir sisteme sahip değildir. Bu bağlamda Orta Asya Türk Cumhuriyetleri arasında ayrılan tek ülke Kırgızistan olmuştur. Kırgızistan diğer ülkelere nazaran kamu yayın kuruluşlarını ve devlet yayın kuruluşlarını ayrı şekilde kurmuş ve ilerletebilmiştir. Özellikle görsel medya unsurlarında televizyonun yayın kuruluşlarıyla ilgili atamalarda da etkili olan siyasi liderler ve devlet yöneticileri bu yayın

kuruluşlarının hükümetten bağımsız, özel kurumlar olamamasında etkili olmaktadır. Bu durum ayrıca gerçekleştirilen yayına ve içeriğine de müdahale olarak yaşanmaktadır. Dolayısıyla bağımsızlık sonrası Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde görsel ve işitsel medya unsurları devletleştirme politikalarıyla yürütülmüş ve yürütülmeye de devam etmektedir.

Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde görsel medya unsurlarından olan televizyona ciddi yayın sınırlandırılmaları yapılmakta ve birçok medya unsuru devlet kontrolünden geçmektedir. Bu ülkelerde özellikle gelişen hükümet ve muhalefet ortaklıkları da devletin halk üzerindeki baskılarını ve kayıtlandırmalarını artırmaktadır. Bu durum dolayısıyla medya unsurlarına da aynı şekilde yansıtılmakta, medya bu bağlamda kullanılmaktadır. Ülkelerde siyasi otoriteler zaman içinde değişiklik gösterse bile korunmaya çalışılan rejim ve düzen her hükümette desteklenmektedir. Bu bağlamda özellikle kamu yayıncılığı siyasi otoriteler her değişiklik gösterdiğinde bir diğerine aynı şekilde aktarılmaktadır (Kelkitli, 2018).

Orta Asya ülkelerinde görsel ve işitsel medya unsurlarının değerlendirilmesiyle ilgili yapılan literatür taramasında bu ülkelerin hepsinde kamu yayınlarının devlet tekelinde olduğu ve bağımsızlaşamadıkları ortaya çıkmıştır. Görsel ve işitsel medya unsurlarının tümü ülke içerisinde hükümette hükümete el değiştiren ancak içerik olarak hep aynı seyreden ürünler olarak devam edegelmektedir. Halkın da bu durma binaen bu yayınları tercih etmediği görülmektedir. Bu bağlamda kamu hizmeti yayıncılarıyla ilgili olarak sadece siyasi liderler tarafından atanan ve denilenleri yapan göstermelik kişiler denmektedir (Tokgöz, 2003: 21).

2.6. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerindeki Medyanın Demokratikleştirilmesi Açısından Batı Desteklerinin İncelenmesi

SSCB döneminde etkili olan temel yönetim ilkelerinin başında ekonomi, politik açıdan ise sosyalist ilkeler gelmektedir. Bu ilkelere ters gelen yaklaşımlar reddedildiği gibi ülke yönetimde de sosyalist değerler öne çıkmıştır. Bu ilkelerin benimsenmesi süreç içinde farklı yaklaşımların engellenmesine söz konusu medya olduğunda ise sansürlenmesine neden olmuştur. Orta Asya Türk cumhuriyetlerinde de SSCB'den ayrılan devletler olduğundan sansür problemi yer almaktadır. Ancak burada vurgulanması gereken çok önemli bir konu daha vardır. Söz konusu Türk Cumhuriyetleri olduğunda sansür kavramı çok daha öne çıkarılsa da aslında dünyanın her ülkesinde medyaya yönelik sansürlerin uygulandığı görülmektedir. Bu sansürlerin bir kısmı yasalardan kaynaklı sansürlerdir. Ancak gerek Amerika gerekse de Avrupa'nın önde

gelen ülkelerinde de yer yer sansürlerin uygulandığı gözlemlenmektedir. Dolayısıyla Orta Asya Türk Cumhuriyetlerindeki sansürün başka bir anlam taşıdığı görülmelidir (Karaoğlu, 2023: 139).

Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde sansürün başlıca anlamını demokratikleşme çabaları ve farklı siyasi düşüncelere esneklik tanınması oluşturmaktadır. SSCB döneminde sosyalist eğilimlerin dışındaki yaklaşımlar sansüre maruz kaldığından değişmesi istenen sansür bu tür sansürlerdir. SSCB sonrasında bağımsız kalan Orta Asya Türk Cumhuriyetlerine batılı devletlerin büyük bir ilgisi olmuştur. Bu ilginin altında politik çıkar ve beklentiler yer almaktadır. Bu bölgede kendilerine yakın bir siyasi oluşum görmek isteyen batılı devletler sosyalist yaklaşıma alternatif idare ve ekonomik biçimleri sunmakla birlikte ekonomik destekler de vermişlerdir. Bu bağlamda Orta Asya'nın demokratikleşmesi adı altında bu ülkelere başta Amerika olmak üzere bazı devletlerin yönelimleri olmuştur. Open Society (Açık Cemiyet) adlı kuruluş 2005 yılında hazırlamış olduğu raporda Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde sansürün büyümesinden duyulan kuşkular ve demokratikleşme konusu irdelenmiştir (Open Society Justice Initiative, 2005).

Batılı devletler kendi medyalarına benzeyen bir medya oluşturabilmek için Orta Asya Devletlerine yönelik ekonomik ve siyasi yönden girişimlerde bulunarak bu bölgede kendilerine müttefik devletler edinmeyi hedeflemişlerdir. Bu bağlamda literatür incelendiğinde ABD'nin ve USAID'ın bölgeye harcamış olduğu paranın 760 milyon doları geçtiği ifade edilmektedir (Kenny and Gross, 2008: 516).

Özelikle ABD'nin yatırımlar yaptığı Orta Asya Cumhuriyetlerinde bu desteklerin yapılmasında SSCB sonrasında Rusya'nın bölgede tek hâkim olmasının engellenmek istenmesi de yer almaktadır. Bununla birlikte ABD yatırımlarının diğer nedenleri şöyle sıralanabilir:

- **Siyasi**: ABD, kendi lehlerine bir Orta Asya medyası yaratarak buradaki halkı Rus etkisinden kurtararak kendisine yaklaştırmayı hedeflemiştir. Bu bağlamda ABD cumhuriyetlerde faaliyet gösteren "İnternews", "Radio Liberty" ve s. gibi yayın organlarında Batı propagandası yapılmakta ve Batı yönelimli medya sisteminin demokrasi açısından önemi sık sık dile getirilmektedir. Bu medyanın siyasi olarak etkilerinin olduğu gözlemlenmektedir. Nitekim Kırgızistan'da meydana gelen Lale Devrimi girişiminde batıcı söylemlerde bulunan medyanın rolü olduğu

vurgulanmaktadır. Bununla birlikte Özbekistan'daki ayaklanmalarda da batıcı medyanın rolü bulunmaktadır (Nogayeva, 2009: 51).

- **Ekonomik**: Orta Asya ülkeleri yer alt kaynakları bakımından zengin olduğundan bu kaynakları işleyebilmek için medya yoluyla burada güç devşirmek amaçlanmaktadır

- **Demografik**: Orta Asya Cumhuriyetlerinde Türk nüfusu fazla olmakla birlikte Rus nüfusunun da yer aldığı görülmektedir. Buradaki Rus nüfusunda batıcı medya tarafından etkilenmek istenmesi ve fikirlerinin ABD tarafından yönlendirilmek istenmesi etkili olmaktadır.

- **Sosyal**: Sosyal nedenler birçok farklı faktörü içermektedir. Bu faktörlerin başında eğitim gelmektedir. Nitekim batı tarzında yayın yapan yayın organlarından batı tarzında eğitim veren yerler olumlanmaktadır. Kültürel bir anlatı içine de giren buradaki medya organları batı kültürünü aşılamak istemektedirler. Ayrıca dil bağlamında da Rusçanın değil İngilizcenin hâkim olmasını istemektedirler (Cengiz, 2016: 68).

İnternational Media Support (2008)'a raporuna göre SSCB sonrasında da Rus etkisi Orta Asya Cumhuriyetleri üzerinde devam etmektedir. Bu etkiler kendisini medyada da göstermektedir. Nitekim önceki başlıklarda da görüldüğü üzere birçok yayın organı Rus dilinde de yayınlar yapmaktadırlar. Bununla birlikte Orta Asya Türk cumhuriyetlerindeki yayın organlarında ABD'nin de Rusya kadar olmasa da etkileri bulunmaktadır. Bu etkilerin başında ABD tipi eğlence programları gelmektedir. Türk dizilerinin yer aldığı Orta Asya yayın organlarına Çin programları girmektedir (İnternational Media Support, 2008: 14).

Batılı devletler bu bölgedeki medyayı bölgenin yer altı zenginlikleriyle birlikte jeopolitik konumu için de konsolide etmek istemektedir. Medyaya yatırım yapan ABD bu bölgede radikal Rusçu ya da İslamcı bir oluşumun şekillenmesini istememektedir. Dolayısıyla medyayı kendi siyasi hedefleri bağlamında tesis etmek istemektedir (Kenny and Gross, 2008; 516- 517).

2.7. Rus Medyasının Orta Asya Medyası Üzerindeki Etkileri

Orta Asya devletleri ve medya ilişkisi düşünüldüğünde bu devletlerin medya üzerinden aşırı kontrolcü ve denetleyici olduğuna dair birçok haberin öne çıktığı görülmektedir. Ancak

bu ülkelerde Rus etkisi de baskın bir şekilde devam ettiğinden ülkeler kendi medyalarının kontrollerini aslında doğrudan bir şekilde kendileri de sağlayamamaktadır. Özellikle Kazakistan ve Özbekistan'da Rus medyasının bu ülkelerin medyasına doğrudan etkileri söz konusudur. Rusya, medya yoluyla bu ülkelerdeki halkı kendi yanına çekmek istemektedir. Bölgede siyasi olarak eskiden beri hâkim olan Rusya bu bölgeyi hem siyasi hem de ekonomik nedenlerle önemsediğinden medyasını da kendi hedeflerine göre şekillendirmektedir (Nogayeva, 2009).

Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin demografik yapısı incelendiğinde orta yaş ve üzerindeki insanların önemli bir kısmı Rus kanallarını izlemektedir. Günümüzde yerel dillere göre yayın yapılmakla birlikte Rusça yayınlarda devam etmektedir. Yerel diller her ne kadar teşvik edilse de Rus dili ortak olarak yaygın olarak kullanılmaktadır. Rus dilinin medya kanallarının hepsinde birden yoğun bir şekilde kullanılması Orta Asya halklarının hem bu dili öğrenmesinde hem de Rus kültürünün beğenilmesinde etkili olmaktadır. Orta Asya Cumhuriyetlerindeki toplumlarla Rus toplumu uzun süre birlikte yaşadığından kültür bağlarının kurulması zor olmamaktadır (Peter and Marlene, 2015: 228).

Orta Asya Cumhuriyetleri Rusya'yla coğrafi olarak da yakın olduklarından ekonomilerini birlikte yürütmektedirler. Dolayısıyla orta Asya'daki devletler Rus medyasını kendi devletlerinden doğrudan bir şekilde çıkaramamaktadır. Bu bölgede SSCB sonrasında etkisini artırmak isteyen ABD demokratikleşme adı altında orta Asya devletlerine müdahale etmeye çalıştığından Rusya'daki hali hazırda etkili olduğu bu bölgede etkin olmaya devam etmek istemiştir. Özellikle medyanın kullanılması halkın istenilen düşünceye çekilmesinde son derece etkili bir metottur. Bölge halkının Rusça biliyor olması da Rusların orta Asya medyasına olan etkisinin kolaylaşmasını sağlamaktadır (Soydan, 2022: 63).

Rus etkisi SSCB kalan eğitim ve kültür dolayımında da devam etmektedir. Araştırmanın birinci bölümünde de görüldüğü üzere Orta Asya'daki medya SSCB döneminde başlamıştır. Dolayısıyla medyanın nasıl yönetileceği gibi hususlar da Rus etkisi devam etmektedir. Medyanın ticarileşmesi, reklamların alınması ya da izlenen yapımlardan para kazanılmasına rağmen bu ülkelerde özel medyanın çok fazla geliştiği söylenemez. Medyanın özelleştirilmesinde yaşanan aksamaların temel nedenini ise bu ülkelerin dışarıya açılmalarının diğer ülkeler olmaması oluşturmaktadır. Yabancı sermayenin oldukça sınırlı olduğu bu ülkelerde Rusya, medyada da kendisinin istemediği grupların bu coğrafyada etkin olmasını istememektedir. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerindeki medyada Rusya'ya dair eleştiri ya da

sorgulamaların da sınırlı olduğu söylenebilir. Her ne kadar SSCB dağılmış olsa da Orta Asya'daki Türk devletlerinin önemli müttefiklerinden birisini hem siyasi hem de ekonomik açıdan Rusya oluşturmaktadır (Somuncuoğlu, 2016).

Medya halkı etkileyen bir silah gibi görüldüğünden bu alanı hiçbir süper güç ülke boş bırakmamaktadır. Orta Asya'da hedefleri olan ülkeler için de bu ülkelerin medyalarının kullanılması önemlidir. Rusya'nın bu bölgenin en güçlü devletlerinden birisi olarak bölgeyi boş bırakmak istememesi medya üzerinde de kendisini göstermektedir. Özellikle Ukrayna savaşıyla birlikte birçok ülkenin Rusya'yla olan ilişkileri zayıflamıştır. Medya üzerinden kitlelerin etkilenmesini kendi lehine çevirmek isteyen Rusya Orta Asya topluluklarını da kaybetmek istemediğinden bu bölgenin medyasında etkili olmaya devam etmektedir.

2.8. Orta Asya Ülkelerindeki Medyaya Dini Etkiler

SSCB döneminde Orta Asya ülkeleri dinlerini yaşamakta zorlanmışlar, düşüncelerinin komünizm merkezli ilerlemesinde de dikte edilmişlerdir. Orta Asya Türk devletleri SSCB yönetimim öncesinde İslam dinini kabul etmişlerdir. Ancak dinlerine ait ibadetleri SSCB döneminde gerçekleştirememişler ve kısmen de olsa dinlerinden uzaklaştırılmışlardır. Bu bağlamda uzun yıllar dinlerinin serbestçe yaşayamayan halk bağımsızlık sonrası İslam dinini açıkça yaşamaya başlamıştır. Her ülke bağımsızlık sonrası dini yaşantılarını açıkça yaşamaya başlamış, ancak ülkeler arasında bu konuda da farklılıklar yaşanmıştır. Özellikle Özbekistan'da halkın dini duyguları daha baskın yaşanmıştır (Bedirhan, 2011: 448).

Özbekistan'da yaşanan aşırı dini söylemler karşıt dini söylemleri de beraberinde getirmiştir. Buna karşılık, Kırgızistan ve Kazakistan'da ise dine karşı daha çoğulcu bir anlayış ve anlatış benimsenmiştir. Ancak Özbekistan'daki Müslüman halk daha tutucu bir şekilde dini yaşantılarını sürdürmeye başlamışlardır. Bu ülkeler arasında Türkmenistan'da ise dini yaşantı iki faklı şekilde görülmektedir. Ülke içerisinde daha çoğulcu bakış açısıyla dini yaşayanlar olsa da tutucu bir İslam dini yaşayanlar da bulunmaktadır. Orta Asya ülkelerinde dini araştırmalarda Özbekistan önemli bir yerde bulunmaktadır. Çünkü ülke içinde din ve dini birlik oldukça ön planda tutulmaktadır. Etnik kökenin de üstünde bir birliktelik getiren İslami birlik Özbekistan halkı için oldukça önemli bir yere sahiptir.

Özbekistan'da baskın dini söylemler ise belirli bir muhalefet oluşturmuş ve ülke yönetimine karşı tehdit oluşturmuştur. Buna karşın Kırgızistan ve Kazakistan'da dini söylemler siyasetle karışmamakta ve dini yayılım gibi ülke içerisinde kendini ifade eden topluluklarda yapılmaktadır. Bu ülkelerde İslamiyet'in yanında Hristiyan misyonerler de aktif olarak bulunmaktadır. İslam diniyle ilgili Orta Asya ülkelerinin tutumlarına yönelik bilgilerin ardından bu ülkelerdeki medyanın dinden etkilenmesiyle ilgili olarak yapılan araştırma sonuçlarına göre ülkelerde İslam dini medyanın oluşturduğu haber başlık ve içeriklerini etkilemektedir (Avcı, 2020: 522).

Orta Asya Türk devletlerinde gazeteciler de halkın dini hassasiyetini ön planda tutarak dini konularda haber yaparken hassas davranmaktadırlar. Dini anlamda ülke içinde hassas davranan medya çalışanları ve kuruluşlar olsa da bu ülkelerin uzun süren SSCB baskılarıyla birlikte dini hassasiyetlerini eskisi kadar koruyamamışlardır. Bu durumun en iyi örneklerinden biri 2005 yılında Danimarka gazetesinde yayınlanan Hz. Muhammed portresi olmuştur. Bu portreye genel olarak ilam dinin benimseyen kişiler ve devletlerden tepkiler gelirken, Orta Asya Türk Cumhuriyet yönetim ve halkı tarafından herhangi bir tepki verilmemiştir. Uzun süren SSCB yönetimi sonrası halkın da dini bağlılıkları şekillenmiş ve değişmiştir.

Orta Asya ülkelerinde dinin birçok unsura etkisinin olduğu gibi medyaya da büyük bir etkisi vardır. Özellikle hükümetlerin tek elinde olan medya yönetiminde başlık ve içerik hazırlıklarında din önemli bir belirleyicidir. Demokratikleşme çalışmalarında da İslam kritik bir öneme sahiptir. Medyanın her durumla ilgili topluluk bilinci oluşturma özelliği onu dini söylemlerde de dikkatli olmaya itmiştir. Özellikle Orta Asya ülkeleri gibi dini değerlerini çok uzun zaman sonra tekrar yaşama imkânı bulan halkın dini konularda hassas davranması da ön görülebilmektedir. Ancak bu durum ülkelere ve kişilere göre de farklılık gösterebilmekte ve dinin medya üzerindeki baskısını belirlemektedir (Demir, 2016: 62).

Medya din ve siyasetin birlikte hareket ettiği Orta Asya Türk devletlerinde bu üç unsurda birbirini etkilemekte ve birbirlerinden etkilenmektedir. Dinin özellikle muhalefet tarafından kullanılması hükümetin de karşıt propagandalarına neden olmaktadır. Hükümetin dine karşı aşırı laikliği savunması da medyanın da bu şekilde ilerlemesine neden olmaktadır. Dinin medya üzerindeki etkisi görsel ve işitsel olmak üzere çeşitli medya araçlarında görülmektedir. Dini yönetimde kalabilmek için kullanan hükümetler ve dinin aşırı laiklikle değiştirilmesini destekleyen haberlerle din Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medyanın önemli bir belirleyicisi olarak devam etmektedir.

2.9. Orta Asya Medyasında Azınlık Etkileri

SSCB döneminde dil halka komünizmi aşılamak için, bağımsızlıkla beraber ise yeni kurulan Türk Cumhuriyetleri için bilinç oluşturmak amaçlı kullanılmıştır. Dilin halkta kullanılan özellikleriyle birlikte farklı azınlıklara ve etnik kökenlere ev sahipliği yapan Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medya da bunlardan etkilenmiştir. Etnik köken olarak birçok bölünme yaşayan Orta Asya Türk devletleri kültürel bütünlüğü korumak için de çaba göstermektedirler. Farklı etnik gruplar ve azınlıkların her birinin medyadan beklentilerinin farklı olmasıyla Orta Asya medyası bu bağlamda farklılıklara ev sahipliği yapmıştır. Etnik kökeni oluşturan temel unsur hiç şüphesiz ki dildir. Dolayısıyla Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde birçok azınlığın kullandığı farklı dil ağızları etnik köken farkını da ortaya koymaktadır (Birdişli, 2018: 132).

İlke, şehir ve çeşitli yerleşim bölgelerinde kullanılan farklı dil kalıpları medyanın da bu farklılıklarla birlikte yayın yapmasını doğurmuştur. Okuyucu kitlesine ulaşmaya çalışan medya kullanılan farklı dillerle yayım yaparak, kişilere ulaşmayı hedeflemiştir. Dolayısıyla Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medya dili bölgesel olarak değişim göstermiştir. Azınlıklara göre ve öğretilmek istenen öğretiye göre medya da şekillendirilmiştir. Azınlıkların dilleriyle ilgili yapılan literatür taramasına göre dilin azınlık toplum içerisinde önemli bir birleştirici yönünün olduğu görülmüştür. Azınlıkların kendi dilleriyle oluşturmuş oldukları medya kültürlerinin korunmasında ve geleceğe aktarılmasında da önemli bir yere sahiptir.

Azınlık dillerinin medyada kullanılması medyanın gelişimine katkı sağlamakla birlikte medyanın kullandığı her dil kültürel mirasın aktarılması ve taşınmasında kritiktir. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde genel olarak azınlıkların ifade edildiği medya işlevleri bulunmaktadır. Azınlık medyalarını iki başlık altında toplamak yerinde olacaktır; bunlar, özel ve devlete bağlı medyalardır. Devlete bağlı medya kullanımında farklı diller kullanan halkın aynı kültürde buluşması daha kolay sağlanabilmektedir. Ancak azınlık halk devlet medyasına karşı mesafeli yaklaşmaktadır. Devlet medyasıyla ilgili olarak ayrıca azınlık grupların bulunduğu yerlerde medyanın farklı dillerde yayım yapması sağlanmaktadır. Özbekistan bu konuda yaygın örneklerin bulunduğu bir Orta Asya ülkesidir. Türkmence, Korece, Rusça ve Özbekçe gibi birçok dilde farklı yayınlar yapılmaktadır (Alkan, 2011).

Orta Asya Türk devletlerinde oldukça kısır olan özel medya kuruluşları Özbekistan'da kısmen fazla bulunmaktadır. İlk azınlık medyası da Özbekistan'da oluşturulmuştur. Tacik adlı gazete Semerkant merkezli olarak yayın hayatına başlamıştır. Ayrıca Ayna isimli gazete yayını azınlıklar tarafından oluşturulmuş ve bu bağlamda toplumsal bazı faaliyetler, araştırmalar da başlamıştır. Başta Özbekistan'da kurulmaya başlanan azınlık medyası ekonomik ve siyasi anlamda birçok kez yetersiz kalmıştır. Ülke içi siyasette ve ekonomiye bağlı ilerleyen azınlık medyasının sürdürülebilirliği de kısmen yavaş olmaktadır. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde kamu medyalarında olduğu gibi azınlık medyalarında da ciddi bir yönlendirme bulunmaktadır.

Azınlık medyasının yaşadığı önemli zorluklardan biri de kendi dil, düşünce ve kültürleriyle ilgili yayım yaparken zorlanmaları ve baskı altında hissetmeleridir. Ayrıca çoğunluğu kendi etnik kökenleriyle birlikte aynı derneklerde çalışarak yayınlar yapmaktadırlar. Azınlıkların medya özgürlüklerine ulaşabilmeleri için uyguladıkları azı yöntemleri bulunmaktadır. Bunların başında kendi etnik gruplarını güçlendirerek, daha rahat bir şekilde medya yayını yapmayı hedeflemektedirler. Ülke içerisindeki özel medyalarda bu güçlendirmelere çeşitli destekler sağlamaktadırlar. Bu bağlamda Tacikistan'da yayın yapan Oina gazete göze çarpmaktadır. Gazete üç binden fazla baskısıyla ülke içerisinde ciddi okur kitlesine sahipken, 2002 yılında hükümet tarafından kapatılmıştır (Saraçlı, 2022: 651).

Kırgızistan'da 1990 yılında yaşanan Özbek halk ve Kırgızlar arasındaki çatışmalarda azınlık medyalar azınlıkları kışkırtmış bu durunda Kırgızistan devrim sonrası bu gazetelerin dilinde değişikliğe gitmiştir. Mezon gazetesi olarak bilinen bu medya yayını Rusça ve Kırgızca yayım yapmaya devam etmiştir. Son olarak Orta Asya medyasında azınlık etkileriyle ilgili bu etnik farklılık grupları ülke genelinde ve özellikle medya özürlüğünde ciddi ilerlemelere ön ayak olmuşlardır (Nogayeva, 2011).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: TÜRK CUMHURİYETLERİNDE İNTERNET VE SOSYAL MEDYA BAĞLAMINDA İLETİŞİM SORUNLARI

Araştırmanın bu bölümünde Türk Cumhuriyetlerindeki iletişim sorunları incelenmektedir. Günümüzde medya yeni bir forma bürünmüştür. Literatürde geleneksel ve yeni medya olarak ayrılan medyanın temel amacını iletişimdir. Bu bağlamda medya gerek ülke içinde gerekse de uluslararası alanda insanların birbirlerinden haberdar olmasını sağlamaktadır. Medya, insanların bilgi aldığı ve iletişime geçtiği bir alandır.

Geleneksel ve yeni medya olarak ayrılarak incelenen medyada geleneksel medya gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının öne çıktığı dönemi ifade etmektedir. Yeni medya ise literatürde doğrudan bir şekilde sosyal medya olarak karşılanmaktadır. Sosyal medya ve yeni medya kavramları birbirlerinin yerine kullanılan kavramlar olmakla birlikte sosyal medya kavramının daha çok kullanıldığı görülmektedir. Sosyal medyanın temelinde ise internet teknolojisi yer almaktadır. Sosyal medya ise birçok uygulamayla hem medya işlevini gerçekleştirmekte hem de bilgi edinme ve eğlenme gibi işlevleri yerine getirmektedir (Kılıç, 2019: 229).

Küresel bir hal alan dünyanın küreselleşme hızının internet teknolojileri ve sosyal medya birlikte arttığı görülmektedir. Bu bağlama internet en temel iletişim araçlardan birisini dönüşmüştür. İnternet ve sosyal medya sadece ülke içinde değil dünya geneliyle iletişim kurmayı sağlamaktadır (Varol, 2017: 402).

Araştırmanın bu bölümünde öncelikle araştırmanın yöntemi tanıtılmakla birlikte Orta Asya Türk Cumhuriyetlerindeki iletişim sorunları medyaya erişim çerçevesinde hem geleneksel medya hem de sosyal medya bağlamında irdelenmektedir. Bu bağlamda iletişim sorunları çerçevesinde internet ve sosyal medya üzerinden değerlendirileceği gibi geleneksel ve sosyal medyaya erişimde etkili olarak iletişim sorunlarının ortaya çıkmasına neden olan medya alanındaki hukuki düzenlemeler, medya etiği, basın özgürlüğü ve devlet baskısı gibi konular da incelenmektedir.

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada SSCB sonrasında Orta Asya Türk Cumhuriyetlerindeki medya ve iletişim sorunları irdelendiğinden derinlemesine analiz imkânı veren nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitekim nitel araştırma yönteminde araştırma sorusuna dair derinlemesine bilgi edinilirken nasıl ve niçin sorularının cevapları da analiz edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Nitel araştırma yaklaşımının birçok farklı deseni bulunmaktadır. Bu araştırmada, nitel araştırma desenlerinden doküman analizi ve betimsel yöntem kullanılmıştır.

Doküman analizi, yazılı belgelerin içeriğini titizlikle ve sistematik bir şekilde incelemek için kullanılan bir nitel araştırma yöntemidir. Bu yöntem hem basılı hem de elektronik materyaller gibi tüm belgeleri sistematik bir şekilde gözden geçirip değerlendirmek için kullanılır. Doküman analizi, diğer nitel araştırma yöntemleri gibi verilerin incelenmesi ve yorumlanması sürecini içerir. Amaç, dokümanlardan anlam çıkarmak, ilgili konu hakkında bir anlayış geliştirmek ve ampirik bilgi oluşturmaktır. (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu araştırmada da SSCB sonrasında Orta Asya ülkelerinin medya ve iletişim sorunlarının incelenmesi adına güncel sosyal medya verileri, bu alanda yayınlanmış raporlar ve akademik araştırmalar incelenmiştir.

3.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinden olan dört ülke oluşturmaktadır: Azerbaycan, Özbekistan, Türkmenistan ve Kazakistan. Araştırmanın çalışma grubu ve dört ülkeyle sınırlı tutulmuş olup Kırgızistan ve Tacikistan araştırma örneklemine dahil edilmemiştir. Tacikistan ve Kırgızistan'ın araştırma örneklemine alınmamasında çalışma verilerinin daraltılması etkili olmuştur. Bununla birlikte medya ve iletişim sorunları bağlamında Kırgızistan olumlu anlamda Tacikistan ise olumsuz anlamda yer aldığından araştırma verileri bu dört ülke arasında sınırlandırılmıştır. Tacikistan'a dair medya verilerinin yeterli olmaması da araştırmanın çalışma grubuna alınmamasında etkili olmuştur.

3.3. Verilerin Analizi

Nitel araştırma yöntemlerinde veriler dokümanlar üzerinden elde edildiğinden içerik ve betimsel analiz yöntemleri kullanılmaktadır. Bu araştırmada ise betimsel yöntemi tercih edilmiştir. Betimsel analiz, derinlemesine analiz gerektirmeyen verilerin işlenmesinde kullanılırken, içerik analizi elde edilen verilerin daha yakından incelenmesini ve bu verileri açıklayan kavram ve temalara ulaşılmasını gerektirir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 89). Betimsel analizle toplanan doküman verileri karşılaştırmalı bir şekilde incelerek araştırma sorusu çözümlenmeye çalışılır.

3.3 Orta Asya Türk Cumhuriyetlerindeki Medyanın Genel Sorunlarının İletişim Sorunları Çerçevesinde İncelenmesi

Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medyanın genel sorunlarının iletişim sorunları çerçevesinde incelenmesiyle ilgili yapılan literatür tarama sonuçlarına göre bu bağlamda karşılaşılan en önemli sorun medyanın bağımsız bir ekonomiye sahip olamamasından kaynaklanmaktadır. Medyanın gelişimi ve dolayısıyla iletişimin herkese eşit imkânlarla sağlanabilmesinin temel ihtiyacı maddi kaynaklardır. Maddi yatırımın güçlü olduğu bir medyayla iletişim çok daha güncel ve rahat yollarla sağlanacaktır. Ancak bu ülkelerde medya ekonomisi bağımsız değildir. Devlete bağlı olarak ilerleyen medyaya ayrılan ödenekler sınırlı tutulmuştur (Macit, 2012: 43).

Karşılanan medya kaynaklarıyla ise genel olarak hükümet merkezli yayınlar yapılmakta ve ülke içi, uluslararası iletişim sekteye uğramaktadır. Medyanın iletişim bağlamında incelenmesinde ayrıca ülke hükümetlerinin halkın uluslararası iletişim ağlarına erişimini engelleyerek, ülke içi düzeni de korumaya çalıştıkları ortaya çıkmaktadır. Medyanın iletişim temelli ayılma göstermesi en basitinden halkın dahi birbiriyle ilgili haber alma özgürlüğünün sağlanması medya aracılığıyla olmaktadır. Ancak kısıtlanan kaynaklarla halk medyadan uzaklaştırılmakta ve haber alma özgürlüğü sınırlandırılmaktadır. Bu bağlamda medya haberlerinin de sınırlı tutulması önemli bir yer tutmaktadır.

Sadece hükümetin yayınlamak istediği haberlerin yayınlanması halkın ülke içi ve uluslararası haberlerden ve dolayısıyla iletişiminden uzaklaşmasına neden olmaktadır. Orta

Asya ülkelerinden özellikle Kazakistan, Özbekistan ve Kırgızistan medyalarında maddi sıkıntılar daha fazla yaşanmakta ve iletişimi daha çok etkilemektedir. Yine iletişimi etkileyen temel sorunlardan biri de internet alt yapı çalışmalarının yetersizliğidir. İnternet alt yapısıyla ilgili gerekli maddi kaynakların sağlanamaması halkın da iletişim problemleri yaşamasına iletişimde çok fazla sınırlanmalara neden olmaktadır. Orta Asya ülkelerinden medya sektörünün en rahat çalıştığı ülke Türkmenistan'dır (Budak, 2005).

Türkmenistan'da maddi kaynakların devlet tarafından sağlandığı medya maddi kaynak sorunu yaşamamaktadır. İletişimin temel unsurlarında haber almayla ilgili direkt olarak etkili bir medya aracı olan gazete de bu ülkelerde medya sorunlarından biridir. Gazeteyle ilgili önde gelen eksiklik kâğıt üretimi azlığıdır. Kâğıdı Rusya'dan ithal eden bu ülkeler oldukça pahalıya mal etmekte, bu durum ise gazetelerin halkın ulaşamayacağı rakamlarda satılmasına neden olarak, iletişim ve haber alma hakkını sınırlandırmaktadır. Ayrıca matbaa sayılarının azlığı da yazılı kaynakların daha pahalı ve sınırlı basılmasına neden olmaktadır. İletişim özgürlüğüyle ilgili ciddi medya sınırlandırılmalarından biri de vergi yükümlükleridir.

Özel medya kuruluşlarına uygulanan yüksek vergi oranları bu ülkelerde bağımsız iletişim alma hakkını azaltmakta ve özel medya kuruluşlarının sürdürülebilirliğini olumsuz etkilemektedir. Genel olarak medyanın iletişim sorunları aşağıdaki gibi özetlenebilmektedir. Bu sorunlar; sansür ve resmi kontrol, yasalar ve uygulamada yaşanan sorunlar, teknik alt yapı eksiklikleri, finansal ve meslek etiğindeki eksiklikler, gazetecilik örgütleri ve mesleki eğitim yetersizlikleri, haber ajansları ve yazılı basımlar, bağımsız yargı organlarıdır. Teknik alt yapı yetersizliği, iletişimi etkileyen en önde gelen sorunlardan biridir. Globalleşen dünya ve gelişen teknolojiyle birlikte artık günümüzde insanların haber alma özgürlükleri oldukça genişlemiş ve kolaylaşmıştır (Alankuş, 2007).

Orta Asya ülkelerinin genelinde sağlanamayan alt yapı ise kişilerin uluslararası alanlarda kuracakları iletişimleri etkilemektedir. Bu ülkelerdeki internet kullanımının az olması bu durumun en önemli çıktılarındandır. Yazılı kaynakların basımından dağıtılmasına kadar birçok aşamada eksik olan alt yapı bu aşamaların eski yöntemlerle ilerlemesine neden olmakta bu durum ise ülkelerin iletişimde çığır açan dünyanın gerisinde kalmasına neden almaktadır. Ekonomik alt yapının sağlanması özellikle görsel ve işitsel medya kaynaklarında da önemli bir yer tutmaktadır. Televizyon gibi iletişim için önemli bir yere sahip olan medya unsurunun ekonomik kaynaklarla geliştirilmesi ve iyileştirilmesi iletişimi artıracaktır.

Ayrıca iletişimde önemli bir yeri olan telefon da teknik alt yapı sorunlarından etkilenmektedir. Telekomünikasyon şirketlerinin yeterli alt yapıya sahip olmaları, halkın da iletişimde daha özgür bir konuma ulaştırılmasını sağlayacaktır. Bu ülkelerde telekomünikasyon alt yapılarının yetersizliği ülke içi ve uluslararası telefon görüşmelerinin pahalı ve ulaşılamaz kılmaktadır. İletişimi etkileyen önemli unsurlardan biri de ülkelerdeki finansal kaynaklar ve etik sorunlardır. Ülke içerisinde yazılı basımların satışının artırılabilmesi için haber olarak, dalgalandırıcı başlıkların seçilmesi, eğlence ve magazin ağırlıklı haberlerin yapılması kişilerin her habere ulaşabilme ve çeşitli kaynaklarla farklı iletişimler kurma sorunları oluşturmaktadır (Cengiz, 2016: 100).

Bağımsız yargı organlarının oluşturulmaması ise kişilerin yanlı haberler okumalarına ve dolayısıyla iletişim sorunlarına neden olmaktadır. Yine özel medya kuruluşlarının hükümet karşıt haberlere yer vermemesi bu bağlamda uluslararası gelişmeler ve değişikliklere yazılı ve görsel basında bulundurmaması da önemli bir iletişim engelini oluşturmaktadır. Önemli iletişim engellerinden biri de ortak kültür dışında kalan davranış, düşünce ve değişikliklerin medya da oldukça kötü bir şekilde haber yapılmasıdır. Ayrıca profesyonel gazeteciliğin ve mesleki etiğin yeterince gelişmediği bu ülkelerde medyayla ilgili olarak yeterli ve gerekli çalışmalar yapılamamakta ve medya kültürü oluşturulmamaktadır.

3.4. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Medya Alanındaki Hukuki Düzenlemeler

Orta Asya Türk cumhuriyetleri içerisinde medya ve basın özgürlüğüne dayalı olarak ilk özgürlükçü yasa Kırgızistan'da kabul edilmiştir. Kırgızistan anayasası 16. Maddesine göre, 'Kırgızistan'da yaşayan tüm vatandaşlar düşüncelerini, görüşlerini serbestçe yayabilmek hakkına ve ifade özgürlüğüne sahiptir. Aynı zamanda edebi, sanatsal, bilimsel ve teknik yaratıcılık konusunda serbest faaliyete sahip insanlar özgür medya kuruluşu kurabilmekte, özgür bir şekilde bilgiye erişmekte ve yayabilmektedirler. Kırgızistan'da kabul edilen bu yasa Orta Asya ülkeleri içerisinde medyayla ilgili gerçekleştirilen en önemli adımdır. Buna karşın medyayla ilgili en belirsiz ve kısıtlayıcı yasalar Özbekistan'da bulunmaktadır (Allison, 2006: 48).

Ayrıca Orta Asya Tük Cumhuriyetlerinde meydana gelen siyasi ve sosyal değişiklikler bu ülkelerin her birinin kendine özgü bir medya hukuku düzenlemesi getirmesine neden olmuştur. Her ülke içinde bulunduğu duruma uygun medya yasa ve düzenlemeleriyle medyaya yön vermektedirler. Ancak Orta Asya ülkeleriyle ilgili genel medya yargısı olumsuz olmaktadır.

Bu ülkelerde medya yasalarla ve düzenlemelerle sınırlandırılmakta ve bağımsızlaşamamaktadır. Dolayısıyla Orta Asya Tük Cumhuriyetlerinde medya alanındaki hukuki düzenlemelerin incelenmesinde belli bazı başlıklar öne çıkmaktadır. Bunlar, bilgiye erişim, frekans lisansları, yayın yoluyla iftira ya da hakaret, medyanın tescili, sansür ve vergilerdir.

Medyanın tescili, Orta Asya ülkelerinde kurulan medya kuruluşlarının tescillenmesi oldukça zorlu bir sürece sahiptir. Kayıtsız kesinlikle yasak olan kitle iletişim araçlarının üretimi yasal birçok engelle karşılaşmaktadır. Frekans lisansı, televizyon ve radyo yayınları için gereklidir. Orta Asya ülkelerinde zorlaştırılan frekans lisansı alma işlemiyle özel şirketlerin medya kuruluşlarını zorlaştırmaktadır. Kazakistan'da bağımsız yayın organlarını kısmen fazla olması bu lisansın alımını daha da zorlaştırmaktayken, Türkmenistan'da frekans lisansı alma işlemi daha kolaydır. Çünkü Türkmenistan'da tüm medya yayınları devlete bağlıdır (Özgişi, 2012: 95).

Sansür, tüm orta aya ülkeleri tarafından yasaklanmıştır. Bu bağlamda kanunlarını oluşturan devletlerden sadece Özbekistan'da 10 yıl üreyle resmi sansür yasağı uygulanmış ve bu yasak sonra kaldırılmıştır. Orta Asya ülkelerinde sansür yasakları olsa da bu ülkelerde gayri resmi olmak üzere uygulanan birden fazla sansür yasağı bulunmaktadır. Bunları şu şekilde sıralamak mümkündür. İlk olarak hükümet karşıtı gazeteciler, medya işletmecileri birçok şiddete, tehdide maruz kalmaktadır. Hükümetler tarafından muhalif görüşlü medya kuruluşları çeşitli zorluklar yaşamaktadırlar. Örneğin elektrik kesintileri gibi kısıtlamalara maruz bırakılmaktadırlar. Zorlayıcı vergi denetlemeleri ve enformasyon uygulamaları da gayri resmi sansür uygulamaları arasındadır. Yine yayınlanacak olan haberin dikkatle incelenmesi de uygulanan sansür yasaklarındandır. Bu ülkelerde medya sektöründe çalışan kişiler hayati tehlikelerinden dolayı oldukça dikkatli davranan kişilerdir. Yapacakları, yayınlayacakları haberleri ince süzgeçlerden geçirerek yayımlamaktadırlar. Aslında hu durum da sansürün ülkeler içerisinde ne kadar etkili uygulandığının en önemli göstergesidir.

Orta Asya Türk cumhuriyetleriyle ilgili gazetecilerin oto kontrollerinden oluşan denetimli haberler bu gazetecilerin yaşadıkları korkunun doğal bir sonucudur. Bu bağlamda Sınır Tanımayan Gazeteciler Birliğinin yaptığı bir çalışmaya göre 169 ülke içerisinde Türkmenistan 167, Kazakistan 125 Özbekistan 160 ve Kırgızistan 110. sırada çıkmıştır. Bu çalışma sonuçlarından da anlaşılacağı üzere, Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medya sektöründe çalışan kişiler için oldukça baskıcı bir tutum uygulamaktadır. Ayrıca özel medya

kuruluşları bünyelerinde birçok avukatla çalışarak, yayımladıkları haberlerde devlete yönelik herhangi bir olumsuzluk olmamasına özen göstermektedirler. Bu ve bu gibi birçok örnekten de anlaşılacağı üzere sansür Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde gayri resmi olarak oldukça sıkı bir şekilde uygulanmakta ve iletişimi, haber alma özgürlüğünü kısıtlamaktadır (Kazımlı, 2006: 200).

Azerbaycan, anayasası Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesine bağlı insan hak ve özgürlüklerine genişçe yer veren bir yasadır. Anayasaya göre, 'bilgiye ulaşma, enformasyon edinme ve yayma özgürlüğü korunmuş, kişi ve kurumların hak ve özgürlüklerinin anayasal garanti altında' olduğuna yer verilmiştir. Bununla birlikte Azerbaycan'da medya alanındaki hukuki düzenlemeler, 1998 yılında imzalanan kararnameyle basında sansür kaldırılmış, 2008 yılında medya kuruluşlarına devlet yardımı konsepti kabul edilmiştir. Yine 2005 yılında kurulan kamu televizyonunun hükümet denetiminden muaf tutulması da ön görülerek, medya alanındaki değişiklikler içinde yerinin almıştır.

Kazakistan anayasasında çeşitli hüküm ve maddelerde kişilerin özgürlükleri ve ifade özgürlükleri koruma altına alınmıştır. Bununla birlikte medya özgürlüğüne yönelik de Kazakistan anayasasında kanunlar bulunmaktadır. 1999 yılında imzalanan kitle iletişim yasasıyla birlikte sansür yasaklanmış, ifade ve basın özgürlüğünün yasal haklarla korunması amaçlanmıştır. Kazakistan ayrıca diğer Orta Asya Türk Cumhuriyetlerine nazaran medya bağlamında daha özgürlükçü bir ortam oluşturmuş, ülkedeki medya çalışanlarının diğer Orta Asya ülkelerindekilerine nazaran ifade özgürlüklerinin sağlanması amaçlanmıştır. Kırgızistan, anayasasında medyanın özgürlüğü sağlanmış ve kitle iletişim araçları için devletin destek vermesi kanunlaştırılmıştır. 2010 yılında yapılan referandumla birlikte Kırgızistan'da yeni bir anayasa yürürlüğe girmiş, bu anayasayla da medya da sansür yasaklanmıştır. Özbekistan'da kitle iletişim araçları çeşitli yasalar ve Özbekistan anayasasıyla düzenlenmektedir. Anayasanın 67. Maddesi kitle iletişim araçlarıyla ilgili oluşturulmuş, sansür yasaklanmış ve medyanın özgürlüğü kanunlaştırılmıştır. Özbekistan'da son olarak ise 2007 yılında kitle iletişim yasasının son hali düzenlenmiş, medyanın bağımsızlığı ve sansür yasağı yinelenmiştir (Enserov, 2010).

3.5. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Medya Etiği

Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medyanın bağımsız olamaması medya etiğini de doğrudan etkilemektedir. Medya etiğiyle ilgili yapılan literatür taramasına göre bu ülkelerde oluşan veya oluşturulmaya çalışılan medya etiğinin birçok neden etkilendiği ortaya çıkmıştır.

Özellikle Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde siyasi ve sosyal hayatın hareketliliği, yönetimin oturtulamaması ve çeşitli siyasi olumsuzlukların yaşanması medya etiğini de şekillendirmektedir. Yine medya etiğini etkileyen bir diğer önemli unsur da halkın medyaya bakış açısıdır. Halkın medyayı cesaretlendirmesi ve belli medya değerlerine sahip çıkması mevcut hükümetin de medyaya olan baskısını azaltmasına neden olacaktır (Kenny, Gross, 2008; 517).

Halkın medya etiği üzenindeki etkileri medya ve halk arasındaki güvenin zedelenmesiyle doğrudan bağlantılıdır. Medyanın hükümet tarafından yönlendirildiğini bilen halk medyanın yaptığı siyasi, ticari ve sosyal haberlere olan güvenini kaybetmiştir. Bu ülkelerde oluşturulamamış olan medya etiği halkın medya organlarına olan güvenini azaltmıştır. Medya etiği, profesyonel medyacılık ve gazetecilik ahlakı gibi kavramlardan uzak olan medyatik kuruluşlar halkın nazarında da sadece hükümet destekleyici kuruluşlar olarak yer edinmiştir. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde oluşturulamamış medya etiğiyle ilgili en önde örneklerden biri de haber yapan kişilerin özellikle halk içerisinde kendilerini mevcut düzen koruyucu olarak addetmeleridir.

Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medya etiğinin eksikliğiyle ilgili önde gelen sebeplerden biri de gazetecilerin, medya kuruluşlarının hükümetlerin onlara yüklediği konumdan ayrılmak istememeleri oluşturmaktadır. Bu bağlamda verilecek en iyi örneklerden biri bu ülkelerdeki bazı gazetecilerin ve medya kuruluşlarının seçim zamanları rüşvet karşılığı makaleler kaleme almaları ve karşıt görüşlü adaylar için propagandalar yapmaları verilebilir. Yine bu ülkelerde medya etiğinin oluşamamasında yasal mevzuat eksikliğinden çok eylemsel eksiklikler ve hatalar bulunmaktadır. Hükümetlerin medyayı kendi istekleri doğrultusunda kullanması, gazetecilerin ise kendilerinin siyasi bir savunucu olarak görmeleri medya etiğinin oluşamamasındaki önde gelen nedenlerdendir (Budak, 2010: 6).

Bu ülkelerde medya etiğini engelleyen en önemli kavram rüşvettir. Rüşvet gazetecilikte oldukça yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Medya etiğiyle ilgili önde gelen gazetecilik kavramı bu ülkelerde Sovyet dönemi ve sonrası gazetecilerinin siyasi kimlikleri kabul etmesiyle medyanın siyasi uzantı olarak görülmesine neden oluşturmuştur. Orta Asya ülkelerinde medya çalışanları halka yoruma açık ya da doğruluğu kanıtlanmayan bilgileri rahatlıkla yaymakta ve haberin kaynak doğruluğunu araştırmamaktadırlar. Demokratik yönetimin ve ülke ortamının oluşmasında önemli bir yeri olan medya etiğini ayrıca halk içi gelenekler ve kültürel değerler

de etkilemekte, gazeteciler halkın hassasiyetlerine uygun haberler yapmaktadırlar (Budak, 2005: 12).

3.7. Türk Cumhuriyetleri'nde Basın Özgürlüğü

Kitle iletişim araçlarının medyayla birlikte var olması demokratik bir yönetimin önemli saç ayaklarından birisi olarak öne çıkmaktadır. Medya, sadece haber veren ve iletişim sağlayan bir organ değil bununla birlikte siyaset için de denetim organı olarak ele alınmaktadır. Orta Asya Türk cumhuriyetlerindeki basın özgürlüğünün birçok farklı açıdan genel olarak problemli olduğu gözlemlenmektedir. SSCB medyasının temel özellikleri arasından öne çıkan medyanın devletten bağımsız bir yapı sergilememesi, devlet tarafından sürekli denetlenmesi, yapılan haber içeriklerine sınırlamalar getirilmesi gibi geleneksel tutumlar orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde de devam etmektedir.

Medyanın devlet tarafından sürekli denetlenmesinde batılı devletlerin medya üzerinden halkı etkileme politikalarının da etkili olduğu düşünülmektedir. SSCB döneminden beri istenmeyen bu durum devletin medyayı sansürlemesine neden olmaktadır. Orta Asya cumhuriyetleri üzerinde Rusların olduğu gibi Amerikalılarında demokratikleşme adı altında baskıları bulunmaktadır. Batı ve ABD kaynaklı Soros Vakfı, Uluslararası Araştırma ve Değişim Merkezi *(IREX)*, *Freedom House* (Özgürlük Evi), *Internews*, Gazetecileri Koruma Komitesi *(CPJ)*, Uluslararası Af Örgütü ve Sınır Tanımayan Gazeteciler *(Reporters Without Borders)* gibi kuruluşlar orta asya cumhuriyetlerini medya yoluyla etkilemeye çalışmaktadır. Bununla birlikte Rus medyası da orta Türk cumhuriyetlerinde en çok izlenen medya gruplarının başında gelmektedir. İşte orta Asya Türk cumhuriyetleri bu etkileri de minimize edebilmek adına medyayı sansürlemekle birlikte özel medya kuruluşlarını da sınırlı hale getirmektedir (Kenny and Gross, 2008: 515).

Rus medyasının bölgede etkin olması ve propaganda vari haberler yapması sonucu bölge halkının Kırım'ın Rusya'ya ait olduğuna dair düşünce belirtmesine olmuştur (iamcr.org). Bu durumların ortaya çıkması da medyadaki haberlere istenilen özgürlüklerin sağlanamamasına neden olmaktadır. Orta Asya Türk cumhuriyetlerinde haberlerin sansür edilmesindeki tek etmen dış güçlerin (ABD ve Rusya) buradaki medyaya etki etme çabaları oluşturmamaktadır. Nitekim orta Asya Türk cumhuriyetlerinde medya alanındaki kanunların yetersiz olması, çok partili bir demokrasi kültürünün benimsememiş olması, aşırı devletçi tutum da basın

özgürlüklerinin gelişmesinin önündeki engellerden birisidir. SSCB döneminde ekonomi ve politik açıdan belirlenen toplumcu ve devletçi tutumun geleneksel yapısını devam ettiren orta Asya Türk cumhuriyetleri medyanın denetlenmesini devletin bir politikası olarak görmektedir. Dolayısıyla eleştirel haberlerin neredeyse hiç yapılamadığı söylenebilir (Freedman and Shafer, 2011: 1).

Orta Asya Türk cumhuriyetlerinde basın özgürlüğünün problemli bir yapıya bürünmesinde etnik gruplar arasındaki farklılıkların vurgulanması da etkili olmuştur. Devlet, medya üzerindeki baskısını bu yüzden de artmıştır. Orta Asya Türk cumhuriyetlerinde de Ruslarla birlikte farklı milletten insanlar yaşadıkları gibi farklı dine mensup insanlar da yaşamaktadır. Devlet basın özgürlüğüne bu farklılıkların demokrasi adına da kaşınmamasını istediğinden sansürler uygulamaktadır (Brown, 1995: 251).

Orta Asya Türk cumhuriyetleri genel olarak incelendiğinde basın özgürlüğü adına iyi durumda olmadıkları gözlemlenmektedir. Özellikle Türkmenistan ve Kazakistan'da son yıllarda bu alanda mesafe alınsa da diğer ülkelerin basın özgürlüğü konusunda geri kaldığı görülmektedir. Kırgızistan bu araştırmanın örnekleminde olmasa da basın özgürlüğü konusunda diğer orta Asya cumhuriyetlerinin önündedir. Basın özgürlüğüne veriler Reporters sans frontières (Sınır Tanımayan Gazetecilik) adlı kuruluştan alınmıştır. Aşağıdaki tabloda orta Asya Türk cumhuriyetlerinin basın özgürlüğü endeksleri verilmektedir.

Tablo-6. Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi'nde Orta Asya Türk Cumhuriyetleri

	2015	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
Özbekistan	166	166	169	165	160	156	157	133
Kazakistan	160	160	157	158	158	157	155	122
Azerbaycan	162	163	162	163	166	168	167	154
Türkmenistan	178	178	178	178	180	179	178	177

(Kaynak: rsf.org).

RSF'deb alınan basın özgürlüğü endeksinin 180 ülke örnekleminde gerçekleştirildiği düşünüldüğünde orta Asya Türk cumhuriyetlerinin sıralamalarının iç açıcı bir konum olmadıkları görülmektedir. Bu verilere göre Kazakistan basın özgürlüğü konusunda daha iyi bir konumdadır. Türkmenistan'ın sıralaması diğer ülkelerin gerisinde kalsa da son yıllarda yapılan girişimlerle birkaç basamak öne geçmiştir.

3.7. Medya Üzerinde Devlet Baskısı

Medya üzerindeki devlet baskısını etkileyen farklı yönetim tutumları bulunmaktadır. Bunlar demokratik, otokratik ve yarı demokratik devlet tutumlarıdır. Devlet özellikle medyayı siyasetten uzaklaştırarak, ona mülkiyet tanımaktadır. Medyanın üzerinde baskın olan devlet, medya atamalarını, kanunlarını ve işleyişinin tamamen kendisi belirleyerek, medyayı yönetimi altında tutmaya çalışmaktadır. Medyanın siyasetin altında kalması ve demokratik tutumlarda devletle karşı karşıya gelmesi devletin medyaya olan baskısını artırmaktadır. Medya üzerindeki devlet baskısıyla ilgili yapılan literatür taramasında devlet yönetim şekillerinin medya üzerindeki baskıyla doğrudan ilişkili olduğu görülmüştür (Çaycı, 2016: 87).

Dolayısıyla Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde değişen yönetim düzenleri de medya üzerindeki devlet baskısını artırmıştır. Bu bağlamda ülkelerde kurulan farklı yönetim sistemleri medyanın da farklı baskılara maruz kalmasına neden olmuştur. Örneğin, partitokratik sistemlerde medya siyasi yöneticilerle desteklenmiş ya da yönetilmiştir. Siyasi elitler medyayı daha iyi kontrol edebilmek için çeşitli çalışmalar yaparak, medya üzerindeki baskılarını artırmaya ve devam ettirmeye çalışmaktadırlar. Orta Asya Devletlerinde bu baskının sağlanabilmesi için siyasi otoritelerin yaptıklarına bakmak gerekirse; ilk olarak devlet gayri resmi bir şekilde medyayı yönlendirmektedir.

Medya üzerinde devlet baskısıyla ilgili olarak ayıca, medyaya uygulanan baskılarla medya kuruluşları muhalif liderlerle iş yapmayı reddetmekte ve iktidarın söylevlerini yapmaktadır. Bu ülkelerde matbaaların iktidar elinde bulunması ve kiralarının yüksek olması da medyaya uygulanan devlet baskılarındandır. Devlet ülke içerisinde medya kuruluşlarını ikiye bölerek, kendisine yakın olmayan medya kuruluşlarına reklam ve haber kısıtlamaları yapmaktadır. Uygulanan kurum içi sansürler, verilmeyen lisans programları ve gazetecilere uygulan ciddi tehditler devletin medya üzerindeki baskılarını oluşturmaktadır. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde medyaya yönelik bu baskıların çoğunluğu uygulanmaktadır (Işık, 2005:117).

Devletin medya üzerindeki ciddi baskılarından biri de internet kullanımına getirdiği sınırlılıklardır. İnternetle birlikte birçok haberin hızla yayılmasını engellemek adına bu ülkeler ciddi kısıtlamalar uygulamaktadır. Siyasa muhalefet, ülke içerisinde baskının önemli

kaynaklarından biridir. Bu durumun en önemli sebebi ise Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin yaşamış oldukları geçiş süreci olmuştur. Medya baskısının bir diğer önemli sebebi ise yargıdır. Yargının siyasi elitler egemenliğinde yönetilmesi medyaya olan baskıların da daha rahat bir şekilde gerçekleştirilmesine neden olmaktadır. Bu bağlamda en çok yapılan gazetecilerin davalarının kovuşturulması ve ertelenmesi olmaktadır (Yılmaz ve Kılınçoğlu, 2018: 162).

3.8. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde İnternet Erişim Sorunları

İnternetle birlikte gelişmeye başlayan yeni medya (sosyal medya) internete bağlı olarak gelişen bir medya olmakla birlikte aynı zamanda iletişim aracı olarak da öne çıkmaktadır. Nitekim günümüzde birçok insan internet üzerinden iletişim kurmaktadır. İnternet üzerinden hizmet veren birçok arama, görüntülü arama ve mesajlaşma uygulaması bulunmaktadır. Bu uygulamalar sadece ülke içindeki insanların değil uluslararası alanda da iletişimin kurulmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla internet hem medyaya erişimi sağlamakta hem de gündelik iletişimi sağlaması bakımından önemlidir. Özellikle internetin gelişmesiyle sosyal medyanın artması ve geleneksel medya araçlarının da (gazete, dergi, radyo vs.) internet formlarının ortaya çıkmasıyla -örneğin artık gazeteler, radyolar ve dergiler internet üzerinden de hizmet vermektedir- internet ve sosyal medya çok daha önemli bir hale gelmiştir (Canöz, 2016: 36).

3.8.1. Azerbaycan

Orta Asya ülkeleri arasında internet erişimi en iyi durumda olan ülke olan Azerbaycan'ın 2023'teki nüfusu toplam nüfusu Ocak 2023'te 10,39 milyondur. Veriler, Azerbaycan'ın nüfusunun 2022-2023 yılları arasında 57 bin (+yüzde 0,6) arttığını göstermektedir. Azerbaycan nüfusunun yüzde 50,7'si kadın, yüzde 49,3'ü ise erkektir. 2023 yılı başında Azerbaycan nüfusunun yüzde 57,4'ü kent merkezlerinde, yüzde 42,6'sı ise kırsal kesimde yaşamaktadır. İnternet erişiminin daha çok kent merkezlerinde yoğunlaşması açısından bu veriler de önemlidir. Azerbaycan nüfusunun ortalaması ise 32,3'tür. İnternet erişimini ve sosyal medyayı daha çok gençlerin kullandığı gözlemlendiğinden dolayı genç ve çocuk nüfus oranları da önemlidir (datareportal.com). Bu doğrultuda Azerbaycan nüfusunun;

- Yüzde 6,4'ü ise 0 ile 4 yaş arasındadır.
- Yüzde 13,6'sı ise 5 ile 12 yaş arasındadır.

- Yüzde 7,7'si ise 13 ile 17 yaş arasındadır.
- Yüzde 8,9'u ise 18 ile 24 yaş arasındadır.
- Yüzde 16,7'si 25-34 yaş aralığındadır.
- Yüzde 15,9'u 35-44 yaş aralığındadır.
- Yüzde 12,0'ı ise 45 ile 54 yaş arasındadır.
- Yüzde 11,4'ü 55-64 yaş aralığındadır.
- Yüzde 7,4'ü 65 yaş ve üzeridir (datareportal.com).

Bu nüfus aralıkları arasında interneti daha çok 5 yaşından 44 yaşına kadar olan kimseler kullanmaktadır. Bu da nüfusun yarısından fazlasına denk gelmektedir. Azerbaycan'ın internet verileri şöyle özetlenebilir (2023 yılı verileri):

- İnternet penetrasyonunun yüzde 86,0 olduğu 2023 yılı başında Azerbaycan'da 8,93 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır
- Azerbaycan'da 2023'ün başlarında toplam 11,92 milyon hücresel mobil bağlantı aktifti ve bu rakam toplam nüfusun yüzde 114,8'ine denk gelmektedir.
- Ocak 2023'te Azerbaycan'da 8,93 milyon internet kullanıcısı kaydedilmiştir.
- Azerbaycan'ın internet penetrasyon oranı 2023 yılı başında toplam nüfusun yüzde 86,0'ı olarak gerçekleşmiştir.
- Azerbaycan'daki internet kullanıcılarının 2022 ile 2023 yılları arasında 49 bin (+yüzde 0,6) arttığını görülmektedir.
- Bu kullanıcı rakamları incelendiğinde Azerbaycan'da 2023 yılı başında 1,45 milyon kişinin internet kullanmadığını ortaya koyuyor; bu da yılın başında nüfusun yüzde 14,0'ının çevrimdışı kaldığını göstermektedir.
- Azerbaycan'daki internet kullanıcılarının 2023'ün başında aşağıdaki internet bağlantı hızları; hücresel ağlar üzerinden ortalama mobil internet bağlantı hızı: 34,60 Mbps. Ortalama sabit internet bağlantı hızı: 26,95 Mbps'tir.
- Azerbaycan'daki ortalama mobil internet bağlantı hızı 2023'ün başına kadar geçen on iki ayda 6,37 Mbps (+yüzde 22,6) artmıştır.

- Azerbaycan'da sabit internet bağlantı hızlarının aynı dönemde 10,48 Mbps (+yüzde 63,6) arttığını görülmektedir (datareportal.com).

Azerbaycan'da internet erişimi diğer Orta Asya ülkelerinden iyi durumda olduğundan gazete ve dergilerin de internet alanına kaymıştır (Pirizade, 2019: 118).

GSMA Intelligence'ın verileri, 2023'ün başında Azerbaycan'da 11,92 milyon hücresel mobil bağlantının bulunduğunu göstermektedir. GSMA rakamları, Azerbaycan'daki mobil bağlantıların Ocak 2023'teki toplam nüfusun yüzde 114,8'ine eşdeğer olduğunu göstermektedir. Azerbaycan'da mobil bağlantı sayısı 2022-2023 yılları arasında 187 bin (+yüzde 1,6) artmıştır (datareportal.com).

Azerbaycan'da internet kullanımıyla ilgili, dünya ülkeleriyle olan iletişimin artması, iletişimin çok yönlü olarak geliştirilmesi, medya sektöründe uluslararası standartlara ulaşılması ve iletişim sektöründe ulusal anlamda ön sıralara yerleşebilmenin önemine yönelik birçok görüş bulunmakta ve bu görüşler desteklenmektedir. Bu bağlamda Azerbaycan'da birden fazla yasa ve yönetmelik uygulanmış, 'Rabıta ve Enformasyon Teknolojileri Bakanlığı 'kurulmuştur. Yine internet kullanımıyla ilgili yürürlüğe konan kanunlardan bazıları şunlardır; Bilgi Özgür Akışı Hakkında Kanun ve Telekomünikasyon Hakkında Kanun' dur. Kanunlarla birlikte ayrıca Azerbaycan internet kullanım oranıyla yüksek ve alt yapı çalışmalarıyla da hızla gelişmektedir (Penahlı, 2009: 149).

3.8.2. Özbekistan

Özbekistan'da 2011 yılında internet kullanımıyla ilgili yapılan araştırma sonucu nüfusun yaklaşık 7,5 milyonunun aktif internet kullanıcısı olduğu ortaya çıkmıştır. İnternet kullanımıyla ilgili bazı dönemlerde sansürler çevrimiçi uygulanmıştır. Uygulanan bu çevrimiçi sansürler genellikle haberler ve muhalefet siteleri için kullanılmıştır. Özbekistan nüfusunun internet kullanımıyla ilgili yapılan araştırma sonuçlarına göre nüfusun sadece 5 milyonu aktif internet kullanıcısıdır. Ayrıca internete yönelik uygulanan çeşitli sansürler ülkenin 2010 yılında Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü tarafından ifade ve basın özgürlüğünü kısıtlayan bir ülke olarak tanımlanması neden olmuştur (Budak, 2004).

Özbekistan'ın toplam nüfusu Ocak 2023'te 34,90 milyon olarak hesaplanmıştır. Veriler, Özbekistan'ın nüfusunun 2022 ile 2023 yılları arasında 549 bin (yüzde +1,6) arttığını

göstermektedir. 2023 yılı başında Özbekistan nüfusunun yüzde 50,6'sı kent merkezlerinde, yüzde 49,4'ü ise kırsal kesimde yaşamaktadır. Özbekistan nüfusunun yaş ortalaması 27,0'dır (datareportal.com (a)).

Özbekistan'ın toplam nüfusunun yaş gruplarına göre dağılımı şöyle:

- Yüzde 11,2'si 0-4 yaş arasındadır.
- Yüzde 15,4'ü ise 5 ile 12 yaş arasındadır.
- Yüzde 8,3'ü ise 13 ile 17 yaş arasındadır.
- Yüzde 10,3'ü ise 18 ile 24 yaş arasındadır.
- Yüzde 17,2'si 25-34 yaş aralığındadır.
- Yüzde 14,4'ü 35-44 yaş aralığındadır.
- Yüzde 10,3'ü ise 45-54 yaş aralığındadır.
- Yüzde 7,8'i 55-64 yaş aralığındadır.
- Yüzde 5,2'si 65 yaş ve üzeridir (datareportal.com (a)).

Genç nüfusun fazla olması internet kullanımın yaygın olması fikrini doğursa da veriler bu fikri desteklememektedir. Bu çerçevede Özbekistan'ın internet verileri şöyle özetlenebilir (2023 yılı verileri):

- Ocak 2023'te Özbekistan'da 26,74 milyon internet kullanıcısı vardır.
- Özbekistan'ın internet penetrasyon oranı 2023 yılı başında toplam nüfusun yüzde 76,6'sıdır.
- Özbekistan'daki internet kullanıcılarının 2022 ile 2023 yılları arasında 421 bin (+yüzde 1,6) arttığı gözlemlenmektedir.
- Bu kullanıcı rakamları Özbekistan'da 2023'ün başında 8,17 milyon kişinin internet kullanmadığını ortaya koymaktadır; bu da yılın başında nüfusun yüzde 23,4'ünün çevrimdışı kaldığını göstermektedir.
- Hücresel ağlar üzerinden ortalama mobil internet bağlantı hızı: 14,55 Mbps, ortalama sabit internet bağlantı hızı: 45,17 Mbps'tir. Özbekistan'daki ortalama mobil internet bağlantı hızının 2023'ün başına kadar geçen on iki ayda 0,88 Mbps (+yüzde 6,4) arttığı görülmektedir. Özbekistan'da sabit internet bağlantı hızlarının aynı dönemde 8,94 Mbps (+yüzde 24,7) arttığını göstermektedir.

- GSMA Intelligence'ın verileri, 2023'ün başında Özbekistan'da 31,84 milyon hücresel mobil bağlantının bulunduğunu göstermektedir.
- GSMA Intelligence'ın rakamlarına göre Özbekistan'daki mobil bağlantıların Ocak 2023'teki toplam nüfusun yüzde 91,2'sine eşdeğerdir.
- Özbekistan'daki mobil bağlantı sayısı 2022 ile 2023 yılları arasında 2,7 milyon (yüzde +9,2) artmıştır (datareportal.com (a)).

3.8.3. Türkmenistan

Türkmenistan son yıllarda internet erişimine yatırım yapmakla birlikte yine de bu yatırımlar henüz geniş bir alana ulaşabilmiş değildir. Türkmenistan'ın toplam nüfusu Ocak 2023'te 6,47 milyon olarak hesaplanmıştır. Veriler, Türkmenistan'ın nüfusunun 2022-2023 yılları arasında 87 bin (+yüzde 1,4) arttığını göstermektedir. 2023 yılı başında Türkmenistan nüfusunun yüzde 53,8'i kent merkezlerinde, yüzde 46,2'si ise kırsal kesimde yaşamaktadır. Türkmenistan nüfusunun ortalaması 26,3'tür (datareportal.com (b). Türkmenistan'ın toplam nüfusunun yaş gruplarına göre dağılımı şöyle:

- Yüzde 10,3'ü ise 0 ile 4 yaş arasındadır.
- Yüzde 17,1'i ise 5 ile 12 yaş arasındadır.
- Yüzde 8,5'i ise 13 ile 17 yaş arasındadır.
- Yüzde 10,6'sı 18-24 yaş arasındadır.
- Yüzde 16,8'i 25-34 yaş aralığındadır.
- Yüzde 13,6'sı 35-44 yaş aralığındadır.
- Yüzde 9,9'u 45-54 yaş aralığındadır.
- Yüzde 7,9'u 55-64 yaş aralığındadır.
- Yüzde 5,3'ü 65 yaş ve üzeridir (datareportal.com (b).

Türkmenistan'da nüfus, genç nüfus aralığında toplanmış olsa da internet erişimi beklentilerin altında seyretmektedir. İnternet penetrasyonunun yüzde 38,2 olduğu 2023 yılı başında Türkmenistan'da 2,47 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır. Türkmenistan'da

2023'ün başlarında toplam 4,98 milyon hücresel mobil bağlantı aktifti ve bu rakam toplam nüfusun yüzde 77,0'ına denk gelmektedir (datareportal.com (b).

Türkmenistan'daki internete dair diğer öne çıkan veriler ise şöyledir:

- Ocak 2023'te Türkmenistan'da 2,47 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır.
- Türkmenistan'ın internet penetrasyon oranı 2023 yılı başında toplam nüfusun yüzde 38,2'sine ulaşmış durumdadır.
- Türkmenistan'daki internet kullanıcılarının 2022 ile 2023 yılları arasında 91 bin (yüzde +3,8) arttığını göstermektedir.
- Türkmenistan'da 2023 yılı başında 4,00 milyon kişinin internet kullanmadığını ortaya koyuyor; bu da yılın başında nüfusun yüzde 61,8'inin çevrimdışı kaldığını göstermektedir.
- Türkmenistan'daki ortalama sabit internet bağlantı hızı: 2,45 Mbps'tir. Ookla'nın verileri, Türkmenistan'daki sabit internet bağlantı hızlarının 2023'ün başına kadar geçen on iki ayda 0,47 Mbps (+yüzde +23,7) arttığını göstermektedir.
- GSMA Intelligence'ın verileri, 2023'ün başında Türkmenistan'da 4,98 milyon hücresel mobil bağlantının bulunduğunu göstermektedir.
- GSMA rakamları, Türkmenistan'daki mobil bağlantıların Ocak 2023'teki toplam nüfusun yüzde 77,0'ına eşdeğer olduğunu göstermektedir.
- Türkmenistan'daki mobil bağlantı sayısı 2022-2023 yılları arasında 71 bin (yüzde +1,4) artmıştır (datareportal.com (b).

GSMA Intelligence'ın verileri, 2023'ün başında Türkmenistan'da 4,98 milyon hücresel mobil bağlantının bulunduğunu göstermektedir. GSMA rakamları, Türkmenistan'daki mobil bağlantıların Ocak 2023'teki toplam nüfusun yüzde 77,0'ına eşdeğer olduğunu göstermektedir. Türkmenistan'daki mobil bağlantı sayısı 2022-2023 yılları arasında 71 bin (yüzde +1,4) artmıştır. İnternetin oldukça kısıtlı olarak kullanıldığı Türkmenistan'da internetin hızı da düşüktür. Birçok siteye giriş de devlet tarafından denetlenmekte ve yasaklanmaktadır (datareportal.com (b).

3.8.4. Kazakistan

Kazakistan’da internet kullanımı haber alma ve bilgi edinme kaynağı olarak özellikle son yıllarda büyük bir artış göstermiştir. Ülkede internet kullanımıyla ilgili düzenlenen herhangi bir yasa ya da yönetmelik ise bulunmamaktadır. İnternet kullanımıyla ilgili yapılan araştırma sonuçlarına göre Kazakistan’da 2009 yılında toplumun sadece % 27’sinin internet erişimi olduğu ortaya çıkmıştır. Ülkede özel olarak internet kullanımına yönelik yasa olmaması nedeniyle medya yasaları internet için de kullanılmaktadır. Kazakistan toplumuyla yapılan araştırmalarda kişilerin internet kullanımlarının günlük bir ihtiyacı karşılamadığı ve internet yayılımının henüz ikinci evresinde olunduğu ortaya çıkan sonuçlardandır. Kazakistan’da daha çok ekonomi ve iş sitelerinde internet kullanılmakla birlikte ülke genelinde 14 haber ajansı bulunmaktadır. *Kaz TAG* ve *Interfaõ Kazakhstan* önemli haber ajansları arasındadır (Kurubaş, 2006).

Kazakistan'ın toplam nüfusu Ocak 2023'te 19,50 milyondur. Veriler, Kazakistan'ın nüfusunun 2022 ile 2023 yılları arasında 205 bin (+yüzde 1,1) arttığını göstermektedir. 2023 yılı başında Kazakistan nüfusunun yüzde 58,1'i kent merkezlerinde, yüzde 41,9'u ise kırsal alanlarda yaşamaktadır. Kazakistan nüfusunun ortalama yaşı 29,5'tir (datareportal.com (c)).

Kazakistan'ın toplam nüfusunun yaş gruplarına göre dağılımı şöyledir:

- Yüzde 10,4'ü ise 0 ile 4 yaş arasındadır.
- Yüzde 15,7'si ise 5 ile 12 yaş arasındadır.
- Yüzde 8,3'ü ise 13 ile 17 yaş arasındadır.
- Yüzde 8,5'i ise 18 ile 24 yaş arasındadır.
- Yüzde 14,2'si 25-34 yaş aralığındadır.
- Yüzde 14,2'si 35-44 yaş aralığındadır.
- Yüzde 11,1'i ise 45-54 yaş aralığındadır.
- Yüzde 9,6'sı 55-64 yaş aralığındadır.

Yüzde 8,1'i 65 yaş ve üzeridir (datareportal.com (c)).

Kazakistan'da 2023'ün başlarında internete dair temel temel başlıklar şunlardır:

- İnternet penetrasyonunun yüzde 90,9 olduğu 2023 yılı başında Kazakistan'da 17,73 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır.

- Kazakistan, Ocak 2023'te 11,85 milyon sosyal medya kullanıcısına ev sahipliği yapıyordu, bu da toplam nüfusun yüzde 60,8'ine denk gelmektedir.
- 2023'ün başlarında Kazakistan'da toplam 25,44 milyon hücresel mobil bağlantı aktifti ve bu rakam toplam nüfusun yüzde 130,5'ine denk gelmektedir.
- Ocak 2023 itibariyle Kazakistan'da 17,73 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır.
- Kazakistan'ın internet penetrasyon oranı 2023 yılı başında toplam nüfusun yüzde 90,9'u seviyesindedir.
- Kazakistan'daki internet kullanıcılarının 2022 ile 2023 yılları arasında 186 bin (yüzde +1,1) arttığını göstermektedir.
- Bu kullanıcı rakamları Kazakistan'da 2023'ün başında 1,77 milyon kişinin internet kullanmadığını ortaya koymaktadır; bu da yılın başında nüfusun yüzde 9,1'inin çevrimdışı kaldığını göstermektedir.
- Kazakistan'daki internet kullanıcılarının 2023'ün başında aşağıdaki internet bağlantı hızları hücresel ağlar üzerinden ortalama mobil internet bağlantı hızı: 21,05 Mbps, ortalama sabit internet bağlantı hızı: 45,27 Mbps'tir.
- Kazakistan'daki ortalama mobil internet bağlantı hızının 2023'ün başına kadar geçen on iki ayda 2,24 Mbps (+yüzde11,9) arttığını ortaya koymaktadır. veriler, Kazakistan'daki sabit internet bağlantı hızlarının aynı dönemde 10,01 Mbps (+yüzde 28,4) arttığını göstermektedir.
- GSMAdan elde edilen veriler, 2023'ün başında Kazakistan'da 25,44 milyon hücresel mobil bağlantı olduğunu göstermektedir.
- GSMA Intelligence'ın rakamları, Kazakistan'daki mobil bağlantıların Ocak 2023'te toplam nüfusun yüzde 130,5'ine eşdeğer olduğunu göstermektedir. Kazakistan'daki mobil bağlantıların sayısı 2022 ile 2023 arasında 876 bin (yüzde 3,6) artmıştır (datareportal.com (c)).

3.9. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Sosyal Medyanın Durumu

3.9.1. Azerbaycan

Azerbaycan’da internet erişimine paralel olarak diğer Orta Asya ülkeleriyle kıyaslandığında sosyal medya kullanımı da yüksektir. Bu bağlamda Azerbaycan, Ocak 2023'te 4,15 milyon sosyal medya kullanıcısına ev sahipliği yapıyordu, bu da toplam nüfusun yüzde 40,0'ına denk gelmektedir (datareportal.com).

Veriler, 2023 yılı başında Azerbaycan'da sosyal medyayı kullanan 18 yaş ve üzeri 3,90 milyon kullanıcının bulunduğunu gösterilmektedir. Bu da 18 yaş ve üzeri toplam nüfusun yüzde 51,9'una denk gelmektedir. Daha genel anlamda, Ocak 2023'te Azerbaycan'ın toplam internet kullanıcı tabanının yüzde 46,5'i (yaşlarına bakılmaksızın) en az bir sosyal medya platformu kullanmıştır. Bu dönemde Azerbaycan'daki sosyal medya kullanıcılarının yüzde 37,3'ü kadın, yüzde 62,7'si ise erkektir (datareportal.com).

Azerbaycan’daki sosyal medya uygulamalarının kullanımına dair verilerse şöyle özetlenebilir:

Facebook Kullanımı:

2023'te Azerbaycan'da 1,50 milyon facebook kullanıcısına sahip olduğu görülmektedir. Meta'nın kendi araçlarında yayınlanan rakamlar, Facebook'un Azerbaycan'daki potansiyel reklam erişiminin 2022-2023 yılları arasında 100 bin (yüzde -6,3) azaldığını göstermektedir. Daha güncel bir bağlamda, aynı veriler, pazarlamacıların Azerbaycan'da Facebook'ta reklam vererek ulaşabilecekleri kullanıcı sayısının Ekim 2022 ile Ocak 2023 arasında 50 bin (yüzde -3,2) azaldığını göstermektedir. Facebook'un Azerbaycan'daki reklam erişimi, 2023 yılı başında toplam nüfusun yüzde 14,4'üne eşdeğerdi. Ancak Facebook, platformunun kullanımını 13 yaş ve üzeri kişilerle sınırlandırıyor; bu nedenle, 2023'te Azerbaycan'daki "uygun" hedef kitlenin yüzde 18,0'ının Facebook kullandığını vurgulanmalıdır. 2023 yılı başında Facebook'un

Azerbaycan'daki reklam kitlesinin yüzde 32,9'u kadın, yüzde 67,1'i ise erkektir (datareportal.com).

Instagram Kullanımı:

Meta'nın reklam araçlarında yayınlanan rakamlar, Instagram'ın 2023'ün başlarında Azerbaycan'da 3,25 milyon kullanıcıya sahip olduğunu göstermektedir. Şirketin yakın zamanda revize edilen rakamları, Instagram'ın Azerbaycan'daki bu yılın başında toplam nüfusun yüzde 31,3'üne eşdeğer olduğunu göstermektedir. Ancak Instagram, platformunun kullanımını 13 yaş ve üzeri kişilerle sınırlandırmaktadır. Bu nedenle, 2023'te Azerbaycan'daki "uygun" hedef kitlenin yüzde 39,1'inin Instagram kullandığı vurgulanmalıdır. Instagram'ın 2023 yılı başında Azerbaycan'daki reklam erişiminin (yaştan bağımsız olarak) yerel internet kullanıcı tabanının yüzde 36,4'üne eşdeğerdir. 2023'ün başlarında Azerbaycan'daki Instagram reklam kitlesinin yüzde 40,0'ı kadın, yüzde 60,0'ı ise erkektir (datareportal.com).

Meta'nın planlama araçlarında yayınlanan veriler, Instagram'ın Azerbaycan'daki potansiyel reklam erişiminin 2022 ile 2023 yılları arasında 800 bin (yüzde -19,8) azaldığını göstermektedir. Üç aylık bazda şirketin verileri, Instagram'ın Azerbaycan'daki reklam kitlesinin büyüklüğünün Ekim 2022 ile Ocak 2023 arasında 350 bin (yüzde -9,7) azaldığını da ortaya koymaktadır (datareportal.com).

Twitter Kullanımı:

Twitter'ın reklam kaynaklarında yayınlanan rakamlar, Twitter'ın 2023 yılı başında Azerbaycan'da 304,5 bin kullanıcıya sahip olduğunu göstermektedir. Bu rakam, Twitter'ın Azerbaycan'daki reklam erişiminin o dönemde toplam nüfusun yüzde 2,9'una eşdeğer olduğunu göstermektedir. Twitter'ın platformunun kullanımını 13 yaş ve üzeri kişilerle sınırlandırdığı da göz önünde bulundurulmalıdır. Dolayısıyla bu rakamlar, 2023'te Azerbaycan'daki "uygun" hedef kitlenin yüzde 3,7'sinin Twitter kullandığını göstermektedir. 2013 yılı başında Twitter'ın Azerbaycan'daki reklam erişimi yerel internet kullanıcı tabanının (yaştan bağımsız olarak) yüzde 3,4'üne eşdeğerdi. 2023'ün başlarında şirketin kendi verileri, Twitter'ın Azerbaycan'daki

reklam kitlesinin yüzde 33,4'ünün kadın, yüzde 66,6'sının ise erkek olduğunu göstermektedir. Twitter'ın kendi reklam planlama araçlarında yayınlanan veriler, Twitter'ın Azerbaycan'daki potansiyel reklam erişiminin 2022 başı ile 2023 başı arasında 92 bin (+yüzde +43,6) arttığını göstermektedir. Öte yandan aynı veriler, Azerbaycan'da pazarlamacıların Twitter'da reklam vererek ulaşabilecekleri kullanıcı sayısının Ekim 2022 ile Ocak 2023 arasında 11 bin (+yüzde +3,7) arttığını da ortaya koymaktadır (datareportal.com).

Sosyal medyanın bir parçası olan haber sitelerine dair veriler ise şöyledir:

Tablo-7. Azerbaycan'da Öne Çıkan Aktif Haber Siteleri

www.day.az
www.mediaforum.az
www.today.az
www.lent.az
www.news.az
www.milli.az
www.vesti.az
www.qafqazinfo.az
www.www.publika.az
www.www.veteninfo.az
www.www.milaz.info
www.news.qaynar.info
www.azxeber.com
www.yenixeber.com
www.www.teleqraf.az
www.merkez.az
www.ann.az
www.gun.az
www.yenilik.az
www.gunxeber.com
www.modern.az
www.sia.az
www.xeberle.com
www.avropa.info
www.ictnews.az
www.1news.az
www.azertac.com

(Kaynak: azerbaijans.com (b)).

Buraya kadarki verilerle Tablo-7 birlikte incelendiğinde Azerbaycan'da sosyal medya kullanımının toplam nüfusa oranla ortalama bir konumda olduğu görülmektedir. Ancak Azerbaycan'daki internet kullanımının artmasına paralel olarak sosyal medya kullanımının da arttığı söylenebilir. İnternetin ve sosyal medyanın yayılmasına paralel iletişim problemleri de azalmaktadır.

3.9.2. Özbekistan

Özbekistan'da Ocak 2023'te 5,35 milyon sosyal medya kullanıcısı vardır. Özbekistan'daki sosyal medya kullanıcılarının sayısı 2023'ün başında toplam nüfusun yüzde 15,3'üne denk gelmektedir. Önde gelen sosyal medya platformlarının reklam planlama araçlarında yayınlanan veriler, Özbekistan'da 2023 yılı başında sosyal medyayı kullanan 18 yaş ve üzeri 4,80 milyon kullanıcının olduğunu göstermektedir; bu da 18 yaş ve üzeri toplam nüfusun yüzde 21,1'ine denk gelmektedir.

Verilere göre Ocak 2023'te Özbekistan'ın toplam internet kullanıcı tabanının yüzde 20,0'ı (yaşlarına bakılmaksızın) en az bir sosyal medya platformu kullandığı gözlemlenmektedir. Bu dönemde Özbekistan'daki sosyal medya kullanıcılarının yüzde 32,7'si kadın, yüzde 67,3'ü ise erkektir (datareportal.com (a)).

Facebook Kullanımı:

Meta'nın reklam kaynaklarında yayınlanan veriler, Facebook'un 2023'ün başlarında Özbekistan'da 1,65 milyon kullanıcıya sahip olduğunu göstermektedir. Meta'nın kendi araçlarında yayınlanan rakamlar, Facebook'un Özbekistan'daki potansiyel reklam erişiminin 2022-2023 yılları arasında 100 bin (+yüzde +6,5) arttığını göstermektedir. Facebook'un Özbekistan'daki reklam erişimi, 2023 yılı başında toplam nüfusun yüzde 4,7'sine eşdeğerdir. Ancak Facebook, platformunun kullanımını 13 yaş ve üzeri kişilerle sınırlandırmaktadır; bu nedenle, 2023'te Özbekistan'daki "uygun" hedef kitlenin yüzde 6,4'ünün Facebook'u kullandığını vurgulanmalıdır. Ocak 2023'te Facebook'un Özbekistan'daki reklam erişimi yerel internet kullanıcı tabanının (yaştan bağımsız olarak) yüzde 6,2'sine eşdeğerdir. 2023'ün başında Facebook'un Özbekistan'daki reklam kitlesinin yüzde 32,5'i kadın, yüzde 67,5'i ise erkektir (datareportal.com (a)).

Instagram Kullanımı:

Meta'nın reklam araçlarında yayınlanan rakamlar, Instagram'ın 2023'ün başlarında Özbekistan'da 4,20 milyon kullanıcıya sahip olduğunu göstermektedir. Şirketin yakın zamanda revize edilen rakamları, Instagram'ın Özbekistan'daki reklam erişiminin bu yılın başında toplam nüfusun yüzde 12,0'ına eşdeğer olduğunu göstermektedir. Ancak Instagram, platformunun kullanımını 13 yaş ve üzeri kişilerle sınırlandırdığından dolayı 2023'te Özbekistan'daki "uygun" hedef kitlenin yüzde 16,4'ünün Instagram kullandığı vurgulanmalıdır. Instagram'ın 2023 yılı başında Özbekistan'daki reklam erişiminin (yaştan bağımsız olarak) yerel internet kullanıcı tabanının yüzde 15,7'sine eşdeğer olduğunu görülmektedir. 2023'ün başlarında Instagram'ın Özbekistan'daki reklam kitlesinin yüzde 32,5'i kadın , yüzde 67,5'i ise erkektir. Meta'nın planlama araçlarında yayınlanan veriler, Instagram'ın Özbekistan'daki potansiyel reklam erişiminin 2022 ile 2023 yılları arasında 600 bin (yüzde -12,5) azaldığını gösteriyor. Üç aylık bazda şirketin verileri, Instagram'ın Özbekistan'daki reklam kitlesinin büyüklüğünün Ekim 2022 ile Ocak 2023 arasında 600 bin (yüzde -12,5) azaldığını da ortaya koymaktadır (datareportal.com (a)).

Twitter Kullanımı:

Twitter'ın reklam kaynaklarında yayınlanan rakamlar, Twitter'ın 2023 yılı başında Özbekistan'da 148,7 bin kullanıcıya sahip olduğunu göstermektedir. Bu rakam, Twitter'ın Özbekistan'daki reklam erişiminin o dönemde toplam nüfusun yüzde 0,4'üne eşdeğer olduğu anlamına gelmektedir. Twitter'ın platformunun kullanımını 13 yaş ve üzeri kişilerle sınırlandırdığını da belirtilmelidir. Dolayısıyla bu rakamlar, 2023'te Özbekistan'daki "uygun" hedef kitlenin yüzde 0,6'sının Twitter kullandığını göstermektedir. Twitter'ın Özbekistan'daki reklam erişimi yılın başında yerel internet kullanıcı tabanının (yaşı ne olursa olsun) yüzde 0,6'sına eşdeğerdir. 2023'ün başlarında şirketin kendi verileri, Twitter'ın Özbekistan'daki reklam kitlesinin yüzde 17,8'inin kadın, yüzde 82,2'sinin ise erkek olduğunu göstermektedir. Twitter'ın kendi reklam planlama araçlarında yayınlanan veriler, Twitter'ın Özbekistan'daki potansiyel reklam erişiminin 2022 başı ile 2023 başı arasında 120 bin (yüzde +413) arttığını göstermektedir (datareportal.com (a)).

Özbekistan'ın internet üzerinden yapan sitelerden en önemlisi ise "Daryo"dur. Daryo, internet yayını Ocak 2013'ten bu yana faaliyet göstermektedir."Daryo", dünyada ve

Özbekistan'da meydana gelen en son haberleri okuyuculara basit, anlaşılır bir dille ve hızlı bir şekilde sunmak için tasarlanmış bir internet yayınıdır. Yayının haberini 1 ayda 2 milyondan fazla kişi okumakta ve sitenin izlenme sayısı 1 ayda 27 milyonu geçmektedir (daryo.uz).

3.9.3. Türkmenistan

Türkmenistan, Ocak 2023'te 180,4 bin sosyal medya kullanıcısına ev sahipliği yapmakta, bu da toplam nüfusun yüzde 2,8'ine denk gelmektedir. Önde gelen sosyal medya platformlarının reklam planlama araçlarında yayınlanan veriler, 2023 yılı başında Türkmenistan'da sosyal medyayı kullanan 18 yaş ve üzeri 155,4 bin kullanıcının olduğunu göstermektedir bu da 18 yaş ve üzeri toplam nüfusun yüzde 3,7'sine denk gelmektedir. Ocak 2023'te Türkmenistan'ın toplam internet kullanıcı tabanının yüzde 7,3'ü (yaşlarına bakılmaksızın) en az bir sosyal medya platformu kullanmıştır. Bu dönemde Türkmenistan'daki sosyal medya kullanıcılarının yüzde 47,2'si kadın, yüzde 52,8'i ise erkektir (datareportal.com (b).

Facebook Kullanımı:

Meta'nın reklam kaynaklarında yayınlanan veriler, Facebook'un 2023 yılı başlarında Türkmenistan'da 15,9 bin kullanıcıya sahip olduğunu göstermektedir. Meta'nın kendi araçlarında yayınlanan rakamlar, Facebook'un Türkmenistan'daki potansiyel reklam erişiminin 2022 ile 2023 yılları arasında 4.600 (yüzde -22,4) azaldığını göstermektedir. Facebook'un Türkmenistan'daki reklam erişimi, 2023 yılı başında toplam nüfusun yüzde 0,2'sine eşdeğerdir. Ancak Facebook, platformunun kullanımını 13 yaş ve üzeri kişilerle sınırlandırmaktadır. Bu nedenle, 2023'te Türkmenistan'daki "uygun" hedef kitlenin yüzde 0,3'ünün Facebook'u kullandığını vurgulanmalıdır. 2023 yılı başında Facebook'un Türkmenistan'daki reklam kitlesinin yüzde 47,0'ı kadın, yüzde 53,0'ı ise erkektir (datareportal.com (b).

Instragram Kullanımı:

Meta'nın reklam araçlarında yayınlanan rakamlar, Instagram'ın 2023 yılı başında Türkmenistan'da 163,6 bin kullanıcıya sahip olduğunu göstermektedir. Şirketin yakın zamanda revize edilen rakamları, Instagram'ın Türkmenistan'daki reklam erişiminin bu yılın başında toplam nüfusun yüzde 2,5'ine eşdeğer olduğunu göstermektedir. Ancak Instagram,

platformunun kullanımını 13 yaş ve üzeri kişilerle sınırlandırdığından dolayı 2023'te Türkmenistan'daki "uygun" hedef kitlenin yüzde 3,5'inin Instagram kullandığını vurgulanmalıdır. Meta'nın planlama araçlarında yayınlanan veriler, Instagram'ın Türkmenistan'daki potansiyel reklam erişiminin 2022 ile 2023 yılları arasında 145 bin (yüzde -47,0) azaldığını gösteriyor. Üç aylık bazda şirketin verileri, Instagram'ın Türkmenistan'daki reklam kitlesinin büyüklüğünün Ekim 2022 ile Ocak 2023 arasında 71 bin (yüzde -30,3) azaldığını da ortaya koyuyor (datareportal.com (b).

Twitter Kullanımı:

Twitter'ın reklam kaynaklarında yayınlanan rakamlar, Twitter'ın 2023'ün başlarında Türkmenistan'da 2.650 kullanıcıya sahip olduğunu göstermektedir. Bu rakam, Twitter'ın Türkmenistan'daki reklam erişiminin o dönemde toplam nüfusun yüzde 0,04'üne eşdeğer olduğu anlamına gelmektedir. Twitter'ın platformunun kullanımını 13 yaş ve üzeri kişilerle sınırlandırdığı göz önüne alındığında bu rakamlar, 2023'te Türkmenistan'daki "uygun" hedef kitlenin yüzde 0,06'sının Twitter kullandığını göstermektedir. Yılın başında Twitter'ın Türkmenistan'daki reklam erişimi yerel internet kullanıcı tabanının (yaşı ne olursa olsun) yüzde 0,1'ine eşdeğerdir. 2023'ün başlarında şirketin kendi verileri, Twitter'ın Türkmenistan'daki reklam kitlesinin yüzde 28,3'ünün kadın, yüzde 71,7'sinin ise erkek olduğunu göstermektedir (datareportal.com (b).

Sosyal medya uygulamalarının kullanılması oldukça kısıtlı olsa da -ki burada belirtilen uygulamaların bir kısmı da VPN'le kullanılmaktadır- Türkmenistan kendi mesajlaşma servislerini de geliştirmektedir. Türkmenaragatnaşık Ajansı, çevrimiçi iletişime yönelik Tmchat milli mesajlaşma programının (messenger) ve Sanly.tm milli e-posta geliştirmiştir. Milli mesajlaşma uygulaması Android ve iOS platformları için Türkmence, Rusça ve İngilizce olmak üzere üç dilde mevcuttur ve kullanıcılar tarafından Play Market ve Appstore'dan kolayca indirilebilmektedir Tmchat programı yardımıyla metin mesajları ve resimler gönderilebilir, sesli, görüntülü ve grup görüşmeleri yapılabilinir. Yeni uygulamanın kullanılabilmesi için kullanıcının bir telefon numarası üzerinden kayıt olması gerekmektedir (business.com.tm (a)). Türkmenistan'da hükümet tek internet sağlayıcısı konumunda bulunmaktadır. Bununla birlikte Türkmenistan interneti en çok yasaklayan ülkeler arasında değerlendirilmektedir (Congar, 2018).

Türkmenistan'ın resmi haber ajansı olan TSNS Türkmen Hükümet Devlet Haber Ajansıdır. Bu haber ajansı Türkmenistan için oldukça önemli bir yere sahiptir. Ülke içi ve dışı haber alımı ve yayılmasında kilit bir role sahiptir. Türkmenistan'da bulunan diğer haber ajanslarının haberlere buradan ulaşıyor olması haberlerin benzerlik göstermesine neden olmaktadır. Bu durumda Türkmenistan halkı haberlere çok fazla ilgi gösterememektedir. Haber ajanslarıyla birlikte ülke genelinde internet kullanımı artmış da olsa hala seyrek şekilde kullanılmaya devam etmektedir. Yine Türkmenistan'da şehir merkezlerinde bulunan internet kafelerde internet sınırlandırılarak kullanılmaktadır (Genberli, 2001).

3.9.4. Kazakistan

Ocak 2023'te Kazakistan'da 11,85 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. 2023'ün başında Kazakistan'daki sosyal medya kullanıcılarının sayısı toplam nüfusun yüzde 60,8'ine denk gelmektedir. Önde gelen sosyal medya platformlarının reklam planlama araçlarında yayınlanan veriler, 2023 yılı başında Kazakistan'da sosyal medyayı kullanan 18 yaş ve üzeri 11,05 milyon kullanıcının olduğunu göstermektedir; bu, 18 yaş ve üzeri toplam nüfusun yüzde 86,3'üne denk gelmektedir. Daha genel anlamda, Ocak 2023'te Kazakistan'ın toplam internet kullanıcı tabanının yüzde 66,8'i (yaşlarına bakılmaksızın) en az bir sosyal medya platformu kullanmıştır (datareportal.com (c)).

Facebook Kullanımı:

Meta'nın reklam kaynaklarında yayınlanan veriler, Facebook'un 2023'ün başlarında Kazakistan'da 2,20 milyon kullanıcıya sahip olduğunu göstermektedir. Meta'nın kendi araçlarında yayınlanan rakamlar, Facebook'un Kazakistan'daki potansiyel reklam erişiminin 2022-2023 yılları arasında 100 bin (yüzde -4,3) azaldığını göstermektedir. Facebook'un Kazakistan'daki reklam erişimi, 2023 yılı başında toplam nüfusun yüzde 11,3'üne eşdeğerdir. Ancak Facebook, platformunun kullanımını 13 yaş ve üzeri kişilerle sınırlandırdığından dolayı; 2023'te Kazakistan'daki "uygun" hedef kitlenin yüzde 15,3'ünün Facebook kullandığını vurgulanmalıdır. Facebook'un Kazakistan'daki reklam erişimi Ocak

2023'te yerel internet kullanıcı tabanının (yaştan bağımsız olarak) yüzde 12,4'üne eşdeğerdir (datareportal.com (c)).

Instagram Kullanımı:

Meta'nın reklam araçlarında yayınlanan rakamlar, Instagram'ın 2023'ün başlarında Kazakistan'da 10,45 milyon kullanıcıya sahip olduğunu göstermektedir. Şirketin yakın zamanda revize edilen rakamları, Instagram'ın Kazakistan'daki reklam erişiminin yılın başında toplam nüfusun yüzde 53,6'sına eşdeğer olduğunu göstermektedir. Ancak Instagram, platformunun kullanımını 13 yaş ve üzeri kişilerle sınırlandırmaktadır. Bu nedenle, 2023'te Kazakistan'daki "uygun" hedef kitlenin yüzde 72,5'inin Instagram kullandığını vurgulanmalıdır. Instagram'ın 2023 yılı başında Kazakistan'daki reklam erişiminin (yaştan bağımsız olarak) yerel internet kullanıcı tabanının yüzde 58,9'una eşdeğer olduğunu görülmektedir. Meta'nın planlama araçlarında yayınlanan veriler, Instagram'ın Kazakistan'daki potansiyel reklam erişiminin 2022 ile 2023 yılları arasında 1,3 milyon (yüzde -11,1) azaldığını göstermektedir (datareportal.com (c)).

Twitter Kullanımı

Twitter'ın reklam kaynaklarında yayınlanan rakamlar, Twitter'ın 2023 yılı başında Kazakistan'da 384,9 bin kullanıcıya sahip olduğunu göstermektedir. Bu rakam, Twitter'ın Kazakistan'daki reklam erişiminin o dönemde toplam nüfusun yüzde 2,0'ına eşdeğer olduğu anlamına gelmektedir. Twitter'ın platformunun kullanımını 13 yaş ve üzeri kişilerle sınırlandırdığını düşünüldüğünde bu rakamlar, 2023'te Kazakistan'daki "uygun" hedef kitlenin yüzde 2,7'sinin Twitter kullandığını göstermektedir. Ek olarak belirtmek gerekirse, yılın başında Twitter'ın Kazakistan'daki reklam erişimi yerel internet kullanıcı tabanının (yaştan bağımsız olarak) yüzde 2,2'sine eşdeğer olduğu gözlemlenmektedir. 2023'ün başlarında şirketin kendi verileri, Twitter'ın Kazakistan'daki reklam kitlesinin yüzde 33,5'inin kadın, yüzde 66,5'inin ise erkek olduğunu göstermektedir. Twitter'ın kendi reklam planlama araçlarında yayınlanan veriler, Twitter'ın Kazakistan'daki potansiyel reklam erişiminin 2022 başı ile 2023 başı arasında 182 bin (+yüzde 89,7) arttığını göstermektedir (datareportal.com (c)).

3.10 Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin İnternet Erişim ve Sosyal Medya Kullanımlarının İstatiksel Karşılaştırılması

Tablo-8 Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde İnternet Erişim Durumlarının Karşılaştırılması

Ülkeler	İnternet Kullanıcı Sayısı	İnternet Kullanımının Toplam nüfusa oranı	Çevrim dışı kalan nüfus oranı	Ortalama sabit internet bağlantı hızı	Nüfus
Azerbaycan	8,93 milyon	% 86	%14	26,95 Mbps	10,14 milyon
Özbekistan	26,74 milyon	%77	%23	45,17 Mbps	35 Milyon
Türkmenistan	2,47 milyon	%38	%62	2,45 Mbps	6,3 milyon
Kazakistan	17.73 milyon	%90	%10	45,27 Mbps	19 milyon

Tablo-9 Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin Sosyal Medya Kullanım Durumlarının Karşılaştırılması

Ülkeler	Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı	Sosyal Medya Kullanımının Toplam nüfusa oranı
Azerbaycan	4,15 milyon	% 40
Özbekistan	5,35 milyon	%15,3
Türkmenistan	180,4 bin	%2,8
Kazakistan	11,85 milyon	%60,8

Tablo-10 Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin Sosyal Medya Uygulamaları Kullanım Durumlarının Karşılaştırılması

Ülkeler	Facebook Kullanıcı Sayısı	Instagram Kullanıcı Sayısı	Twitter Kullanıcı Sayısı
Azerbaycan	1,5 milyon	3,25 milyon	304,5 bin

Özbekistan	1,65 milyon	4,20 milyon	148,7 bin
Türkmenistan	15,9 bin	163,6 bin	2.650
Kazakistan	2,20 milyon	10,45 milyon	384,9 bin

SONUÇ

Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde SSCB sonrasında medyayı ve iletişim sorunlarını inceleyen bu çalışmada Türk Cumhuriyetleri Azerbaycan, Kazakistan, Türkmenistan ve Özbekistan örnekleri üzerinden analiz edilmiştir. Yapılan incelemeler medyanın iki temel dönemi üzerinden yürütülmüştür. Geleneksel medya ve yeni medya olarak iki farklı kategoride medya ve iletişim sorunları irdelenmiştir. Geleneksel medya bağlamındaki kitle iletişim araçları; gazete, radyo ve televizyon kanalları üzerinden değerlendirilmiştir. Yapılan incelemelerde örnekleme alınan dört ülkenin ikişer ikişer araştırma sonuçlarına göre kendi içinde birbirlerine yakınlaştığı belirlenmiştir.

Radyo, gazete ve televizyon kanalları bakımından dört ülke incelendiğinde Azerbaycan ve Kazakistan'ın Türkmenistan ve Özbekistan'a göre daha iyi durumda oldukları tespit edilmiştir. Medyanın gelişmemesinde ülkeler için birçok ortak etmenin rol oynadığı belirlenmiştir. Bu nedenlerin başında devletin medya üzerindeki etkisi ve baskısı gelmektedir. Özel medya kuruluşlarının ve haber ajanlarının az olması -özellikle Türkmenistan ve Özbekistan özelinde bu durum öne çıkmaktadır- medyanın çeşitlenememesinin ve gelişememesinin temel problemlerinden birisidir.

Medyanın gerek geleneksel gerekse de yeni medya (sosyal medya) bağlamında gelişememesinin ve iletişim sorunlarının ortaya çıkmasındaki bir diğer etmeni ise bu ülkelerin medya üzerine çıkarmış olduğu yasalar oluşturmaktadır. Yasa ve mevzuatların birçok farklı haberin yapılmasına engel teşkil ettiği gözlemlenmekle birlikte dış ülkelerin yapmış olduğu haberlerin de engellendiği görülmektedir. Örneğin farklı dış kaynaklı haber sitelerinin vermiş olduğu Özbekistan'daki yolsuzluk iddiaları Özbek siteler tarafından bloke edilmiştir. Dolayısıyla halkın ilgili haberlere erişimi de engellenmiştir. Benzeri durumların diğer ülkelerde de olduğu gözlemlenmiştir. Nitekim Kazakistan; Türkmenistan ve Özbekistan'ın bazı parametreler bakımından (basın özgürlük endeksindeki konumu ve sosyal medya, internet

erişimi bakımından) önünde olsa da Kazakistan hükümetinin eleştirildiği haberlerin Kazakistan medyasında değiştirilerek yer verildiği görülmektedir.

Medyanın genel olarak katı bir şekilde devlet denetiminde olması birçok medya ve erişim özgürlüğünün kazanılmasına ket vurmaktadır. İletişim sorunlarının temelinde de bu durum yer almaktadır. Bilişim ve internet teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla birlikte gelişen sosyal medya tüm dünyada hızla gelişmektedir. Sosyal medya; geleneksel medyadan farklı olarak sadece haber alma özelliğini içermemekte bununla birlikte iletişimin kurulmasını da sağlamaktadır. Bu araştırmada da incelenen facebook, Instagram ve Twitter gibi öne çıkan sosyal medya uygulamalarıyla bir yandan haberler takip edilmekte diğer yandan da iletişim kurulmaktadır. Bu sosyal medya uygulamalarının tamamında arama ve mesajlaşma gibi özellikler de bulunmaktadır. Aynı zamanda uluslararası alandaki insanlara da erişimi sağlaması bakımından öne çıkmaktadır. Bu bakımdan gelinen noktada sosyal medya demek sadece haberlere ulaşmak açısından medya demek değil aynı zamanda iletişim de demektir.

Orta Asya ülkeleri medyanın internet alanına kaydığını fark etmekle birlikte interneti ülkenin tamamına ve kaliteli bir şekilde ulaştıramamışlardır. Bu noktada Azerbaycan ve Kazakistan olumlu anlamda Özbekistan ve Türkmenistan'dan ayrıldığı belirlenmiştir. İnternet erişiminin sınırlı olması sosyal medyanın da gelişmesini ve yayılmasını engellemektedir. İnternet hızları bakımından da Türkmenistan ve Özbekistan'ın oldukça geride kaldığı görülmektedir.

Bilişim teknolojilerinin yayılmasına paralel olarak genç nüfusun da bu teknolojileri öğrenmesi orta Asya ülkeleri için pozitif değişimlerin yaşanmasının önünü açmıştır. Bu bağlamda Özbekistan, Kazakistan, Türkmenistan ve Azerbaycan'ın dünyayla olan medya ve iletişim bağlarının çok daha güçlü olduğu görülmektedir. Araştırmanın örneklemindeki dört ülke de internetin çok önemli bir medya ve iletişim kaynağı olduğunu kabul etmiş durumdadır. Bu bağlamda orta Asya cumhuriyetlerinde e-devlet fikri de gelişmeye başlamıştır.

Her ne kadar burada belirtilen dört ülkenin de kendi içinde internet erişimlerini geliştirmeye çalıştırdığı görülse de bu girişimlerin yetersiz olduğu gözlemlenmektedir. İletişim sorunlarının temelinde medyaya gereken zemininin hazırlanmamasının etkili olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda Orta Asya Cumhuriyetleri öncelikle medya üzerindeki devlet baskısını azaltmalıdır. Medya üzerinde baskı ve denetimlerin yoğun olmasında ise birçok farklı alt nedenin olduğu belirlenmiştir. Bu nedenler; dış güçlerin (özellikle Rusya ve Amerika) bölge

ülkeleri üzerindeki hedefleri, dünyanın bazı bölgelerinde medya üzerinden başlayan kaoslu girişimler (Arap baharı ya da devrimler gibi) olarak sıralanabilir. Bu nedenler Orta Asya Cumhuriyetlerinin medya üzerindeki denetimlerinin baskın olmasına neden olmaktadır. Ancak bu tür baskı ve sınırlamalar da halkın, kitlesel olarak tepki vermesine zemin hazırlayabilir. Dolayısıyla dünyaya entegre olma yolunda internet teknolojilerinin yapılanmasını sağlamak da önemli bir siyasi tercih olarak görülmektedir. Bu doğrultuda araştırma sonuçlarından elde edilen verilere göre öneriler şöyle sıralanmaktadır:

- Medyanın geleneksel ve sosyal medya olarak devletler tarafından baskılanması halkın kitlesel olarak tepkilerine neden olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır
- Medyanın yapısal sorunlarının giderilmeli ve ifade özgürlüğü ön plana alınmalı.
- Özellikle yurt dışıyla halkın iletişim kurabilmesi için internet ağının yaygınlaştırılması gerekmektedir.
- İnternet alt yapı problemlerinin daha hızlı giderilebilmesi için özel şirketlerden destek almaktan çekinilmemelidir. Nitekim gerektiğinde devlet bu şirketleri de denetleyebilmektedir.
- Medyanın daha demokratik bir yapıya kavuşabilmesi için özel medya organlarının da ortaya çıkabileceği bir hukuki zemin planlanmalıdır.
- Dış güçlerin (Rusya ve Amerika) orta Asya ülkeleri üzerinde etkili olduğu düşünülüyorsa bu ülkeler kendi medyalarını tesis etmeli ve kendi medyalarını yaratmalıdır.
- Özellikle genç nüfusun internete erişmesi eğitim sebebiyle çok önemli olduğundan internete erişim akademik alanlarda çok daha hızlı yayılması ise çalışmalar yapılmalıdır.

KAYNAKLAR

Açık, F. (2002). Özbekistan'da 1990-2000 Yılları Arasında Özbek Türkçesinin Durumu. *Avrasya Etüdleri (23),* 127-148.

Açıkkaya, S. (2010). "Çarlık Rusya'sı Hâkimiyetindeki Azerbaycan Türklerinde Ulus Bilincinin Gelişmesinin Temel Dinamikleri", *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 1, 28, 404-405.

Adaklı, G. (2006). *Türkiye'de Medya Endüstrisi: Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri*. Ütopya. Ankara.

Alankuş, S. (2007). *İnsan Hakları Haberciliği*. IPS İletişim Vakfı Yayınları. İstanbul.

Alkan, H. (2011). *Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Siyasal Hayat ve Kurumlar*. Ankara: USAK Yayınları.

Allaberdiyeva, S. (2015). *Türkmenistan Medyası (Gelişimi ve Sorunları)*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Allison, O. (2006). Selective Enforcement And İrresponsibility: Central Asia's Shrinking Space For İndependent Media. *Central Asian Survey*, 25, 1-2, 93-114.

Altımışova, Z. (2013). "Kırgızistan'da İlk Milli Gazetenin Tarihçesi (1924-1940)", *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29.

Anaorazov, J. (2012). "Turkmenistan During the Second World War", *Journal of Slavic Military Studies*, 25, 53-64.

Aşırlı, A. (2009). *Azerbaycan Basın Tarihi (1875-1920)*. Bakü: Elm ve Tehsil

Aşırlı, A. (2010). *Azerbayca Basın Tarihi*. II. bölüm. Bakü: Elm ve Tehsil.

Aşirov, T. ve Arıcan, O. (2020). "Yakup Nasırlı'ya (1899-1958) göre Türkmenistan'da Milli Matbuat", Asya *Araştırmaları Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi,* 4, 1, 43-48.

Aşirov, T. (2021). "Cuma Halmiradov'a (1901-1938) Göre Türkmenistan'da Millî Matbuat". *Asya Araştırmaları Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*. 5 (1), 45-52.

Ateş, A. (2012). Kırgızistan, http://www.tuicakademi.org/kirgizistan/ Erişim tarihi: 3/10/2023.

Avcı, M. (2020). İslamiyet'in Orta Asya Tarihi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (1), 517-528.

Avşar, Z. (2022). Özbekistan'da Medya Tarihine Bir Bakış. *İletişim ve Diplomasi*, (8), 59-74.

azerbaijans.com Azerbaycan'da Gazeteler. https://www.azerbaijans.com/content_748_tr.html Erişim 28.8.2023.

azerbaijans.com (a). Azerbaycan'da yayın yapan televizyon kanalları. https://www.azerbaijans.com/content_750_tr.html Erişim 28.8.2023.

azerbaijans.com (b). İnternet medya ve haber portalları. https://www.azerbaijans.com/content_745_tr.html Erişim 12.9.2023.

Azizzade Jular, N. (2022). Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nde Kültürel Mekân ve İktidar İlişkisi. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 4 (2), 31-49.

Bal, İ. (2000). Uluslararası Politikada Türk Modelinin Yükselişi ve Düşüşü. *Bilig*, (14), 1-15.

Bedirhan, Y. (2011). Değişen Orta Asya ve Kafkaslarda Radikal Unsurların Yükselişi. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (2), 439-456.

Begtimur, M. E. (2021). Uygur Diasporasında Kullanılan Kitle İletişim Araçları Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Uygur Araştırmaları Dergisi*, (18), 27-41.

Bek, M. G. (2010). Karşılaştırmalı Perspektiften Türkiye'de Medya Sistemi. *Mülkiye Dergisi*, Cilt: 34, Sayı: 269.

Berdikul Han, A. (2019). *Toplumsal Hareketler ve Sosyal Medya: Kazakistan'da #Topraksatılmasın Örneği.* Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Birdişli, F. (2018). Orta Asya Bölgesel Güvenlik Kompleksi Bağlamında Kırgızistan-Özbekistan İhtilafı. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 15 (30), 123-143.

Brown, J. L. (1995). "Mass media in transition in Central Asia", Gazette (Leiden, Netherlands), 54, 3.

Budak, L. (2004). Sovyetler Birliği Döneminden Sonra Özbekistan'da Medya. *Akademik Araştırmalar Dergisi*. (19), 33-42.

Budak, L. (2005). Türk Cumhuriyetlerinde Kitle İletişim Sistemleri Bağımsızlık sonrası Gelişmeler, Genel Sorunlar ve İşbirliği Faaliyetleri. *Akademik Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 25, Mayıs-Temmuz.

Budak, L. (2010). Kazakistan'da Medya: 2000'li Yıllar, Gelişmeler ve Temel Sorunlar. *Uluslararası Türkbilim Dergisi*, Sayı: 3, 47-61.

Budak, K. L. (2018). Türk Cumhuriyetleri'nde Medya İletişim Politikaları ve Sinema Çalışmaları Bağımsızlık Sonrası Dönem, *Gece Akademi,* Ankara.

business.com.tm Türkmenistan'da televizyon ve radyo yayıncılığı kendi kendini finanse edecek. https://business.com.tm/tr/post/6645/turkmenistanda-televizyon-ve-radyo-yay%C4%B1nc%C4%B1l%C4%B1%C4%9F%C4%B1-kendi-kendini-finanse-edecek Erişim 12.8.2023.

business.com.tm (a)). Türkmenistan'da milli mesajlaşma programı ve e-posta faaliyete geçirildi. https://business.com.tm/tr/post/6373/turkmenistanda-milli-mesajlashma-program%C4%B1-ve-eposta-faaliyete-gechirildi Erişim 12.9.2023.

Canöz, N. (2016). Modern İletişimde İnternet ve Sosyal Medyanın Yeri: Türkiye'deki Kullanıcılara Yönelik Bir Araştırma. *Humanities Sciences*, 11 (2), 33-54.

Cengiz, G. (2016). *Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Karşılaştırmalı Medya Sistemleri (Televizyon Yayıncılığı Bağlamında)*. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Congar, K. (2018). İnternetin en çok yasaklandığı ülkeler hangileri?. https://tr.euronews.com/2018/08/30/internet-en-cok-hangi-ulkelerde-yasaklaniyor- Erişim 12.9.2023.

Çakın, Ö. (2017). Post Sovyet Kırgızistan'da Yerel Gazeteler ve Sorunları. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (1), 76-87.

Çakın, Ö. Baş, M. (2021). Rusya'da Çarlık Döneminde Reklam ve Reklam Araçları. *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*, 6 (2), 64-71.

Çaman, E. Dağcı, K. (2014). "Özbekistan'da İslam, Siyasi Sistem ve Radikalizm". *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi 4.*

Çelik, Y. (2012). Yeni Medya Üzerine: Kavramlar, Yaklaşımlar, Uygulamalar. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 15 (28), 271-276.

Çapraz, H. (2011). "Çarlık Rusya'sının Türkistan'da Hâkimiyet Kurması", *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 24.

Çaycı, B. (2016). Medyada Gerçekliğin İnşası ve Toplumsal Denetim. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,* (25), 84-96.

daryo.uz https://daryo.uz/uz/p/internet-nashr Erişim 8.9.2023.

datareportal.com. Dijital 2023: Azerbaycan. https://datareportal.com/reports/digital-2023-azerbaijan Erişim 12.9.2023.

datareportal.com (a). Dijital 2023: Özbekistan https://datareportal.com/reports/digital-2023-uzbekistan Erişim 12.9. 2023.

datareportal.com (b). Dijital 2023: Türkmenistan https://datareportal.com/reports/digital-2023-turkmenistan Erişim 12.9.2023.

datareportal.com (c). Dijital 2023: Kazakistan. https://datareportal.com/reports/digital-2023-kazakhstan Erişim 12.9.2023.

Demir, T. (2016). Yakın Çevre Doktrini ve Orta Asya Cumhuriyetlerindeki Rus Azınlıklar. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (10), 55-72.

DİB (T.C. Dış İşleri Bakanlığı), (2019). http://www.mfa.gov.tr/dis-politika-genel.tr.mfa Erişim tarihi: 3/10/2023

Dursun, D. (2017). Türkiye'nin Görsel-İşitsel Medya Politikası. *Liberal Düşünce Dergisi,* (86), 97-125.

Enserov, V. (2010). "Sovyetler Birliği Dönemi ve Sonrasında Azerbaycan'da Haber Ajansları", *Selçuk İletişim Dergisi*, 6, 2.

Freedman, E. (2012). Deepening shadows: The eclipse of press rights in Kyrgyzstan. *Global Media and Communication* (8)1, 47-64.

Freedman, E. and Shafer, R. (2011). (Eds.), After the Czars and Commissars: Journalism in Authoritarian Post-Soviet Central Asia, MSU Press.

Genberli, R. (2001), "Azerbaycan'da Bitmeyen Geçiş Süreci ve Medya Çıkmazı", *Avrasya Dosyası,* Azerbaycan Özel Sayısı, 1.

Gülçay, H. Balcı, E. V. (2018). Medya ve Gelişim: Yakın Geleceği Üzerine Öngörüsel Değerlendirmeler. *Kurgu,* 26 (3), 238-247.

Güngörmez, B. (2002). Kitle İletişim Araçları, Siyaset ve Propaganda. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 3 (3), 1-12.

Han, A. B. (2019). *Toplumsal Hareketler ve Sosyal Medya: Kazakistan'da #Topraksatılmasın Örneğ*i. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Işık, M. (2005). Medya ve Demokrasi Paradoksu: Medya Yoluyla Demokrasinin Tehdit Edilmesi. *Selçuk İletişim,* 3 (4), 114-121.

Enseroy, V. (2010). Sovyetler Birliği Dönemi ve Sonrasında Azerbaycan'da Haber Ajansları. *Selçuk İletişim*, 6 (2), 270-277.

Ensarov, V. (2011). "Sovyetler Birliği Döneminde Azerbaycan'da Görsel-İşitsel Yayıncılık ve Habercilik Anlayışı", *Atatürk İletişim Dergisi,* 1.

Gayypov, T. (2022). *SSCB Sonrası Türkmenistan'da Sosyal Değişme Süreci*. Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Hüseynov, E. (2005). *Azerbaycan Basınında Haber Kaynakları*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İba, Ş. (2009). "Kırgızistan'da Anayasa Serüveni ve Jogorku Keneş", *Avrasya Etüdleri*, 36, 2, 47-62.

İnce, M. (2020). Basının Propaganda Amaçlı Kullanılması; Azerbaycan Millî Mücadelesi ve Muhaceret Basını. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (1), 92-103.

International Media Support. (2008). The examples of Kazakhstan and Kyrgyzstan: Political extremism, terrorism, and media in Central Asia. Report.

Jular, A.N. (2015), *Sovyet Dönem Konutlarında Mekânsal Dönüşüm Süreci: Moskova Örneği,* Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Karanfil, G. (2011). Medya ve Diyaspora Türkiye'de Ulusaşırı Yayıncılığın Dinamikleri. *Kültür ve İletişim,* 14 (1) (27), 37-68.

Karaoğlu, O. (2023). Orta Asya'da ABD-Çin-Rusya Rekabeti ve Türk Dünyasına Yansımaları. *Selçuk Üniversitesi Selçuklu Araştırmaları Dergisi*, (17), 135-158

Kartal, N. (2022). "Medya İçeriklerinde İdeolojinin Etkisi: Türk Basınında Azerbaycan Söylemi". *Türk Dünyası Araştırmaları* 131 461-478.

Kazakistan Cumhuriyeti Bilgi ve İletişim Bakanlığı. (2020). http://mic.gov.kz/ru/pages/kolichestvo-zaregistrirovannyhsmi-v-kazahstane Erişim 12.8.2023.

Kazımlı, E, (2006), "Azerbaycan Anayasası'nda Temel Hak ve Özgürlükler", *Avrasya Etüdleri*, 29-30.

Kejanlıoğlu, D. Beybin (2004). Türkiye'de Medyanın Dönüşümü. İmge Kitabevi. Ankara.

Kelkitli, F. A. (2018). Rusya'nın Egemen Demokrasi Modelinin Orta Asya Devletleri Üzerindeki Etkisinin Analizi. *International Journal of Political Science and Urban Studies*, 6 (2).

Kenny, T. ve Gross, P. (2008). Journalism in Central Asia: A Victim of Politics, Economics and Widespread Self-censorship. *Press/Politics* 13(4), 515-525.

Khudayi, A. (2020). *Azerbaycan Tarihinde Ebülfez Elçibey`İn Yeri*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kılıç, N. (2019). Geleneksel Medya İle Yeni Medyanın Karşılaştırılması. *Journal of Social Sciences*. 36, 227-239.

Kubicek, P. (1998). Authoritarianism in Central Asia: curse or cure? *Third World Quarterly*, 19, 1, 29-43.

Kurubaş, E. (2006). "SSCB Sonrası Türk Cumhuriyetlerinde Yeni Uluslaşma Süreçleri Üzerine Bir Değerlendirme", *Uluslararası Hukuk ve Politika Dergisi*, 2, 5.

Macit, N. (2012). Orta Asya Türk Cumhuriyetleri Demokrasi Kuşağı Oluşturma Planının / Arap Baharının Neresinde? *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi, XII/1*, 21-68.

mtrk.uz/uz https://mtrk.uz/uz/ Erişim 16.8.2023.

Musaoğlu, N. (2009). Orta Asya Cumhuriyetlerinde Dil, Ulusal Kimlik ve Demokrasi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 11 (1), 261-273.

Nogayeva, A. (2009). *Yeni Dünya Düzeninde Orta Asya Bölgesinde Rusya, ABD ve Çin Arasında Stratejik Denge Arayışları*. Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Nogayeva, A. (2011). *Orta Asya'da ABD, Rusya ve Çin: Stratejik Denge Arayışları*. USAK Yayınları. Ankara.

Oliver, R. (2000). *Yeni Orta Asya Ya da Ulusların İmal Edilişi*. (Çev: Mehmet Moralı). Metis. İstanbul.

Open Society Justice Initiative. (2005). "The Growing Threat of Soft Censorship: A Paper on Indirect Restrictions on Freedom of Expression Worldwide". http://www.justiceinitiative.org/db/resource2/fs/?file_id=16599. Erişim: 13.08.2015.

Özdaşlı, E. (2021). "Bağımsızlığını Yeniden Kazanışının 30. Yılında Azerbaycan". *Türk Dünyası Araştırmaları 129.* 335-362.

Özgişi, T. (2012). Orta Asya Türk Cumhuriyetleri ve Azerbaycan'ın Parlamento Yapılarının Karşılaştırmalı Analizi. *Journal of Turkology*, 22 (2), 83-102.

Penahlı, N, (2009). "Bilgi Toplumu ve Azerbaycan", TURANSAM, *Turan Stratejik Araştırmaları Merkezi Dergisi,* 1,3.

Pirizade, N. (2019). *On Dokuzuncu Yüzyıldan Günümüze Azerbaycan Basını: Öncüller Ardıllar ve Önemli Dönüm Noktaları*. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

qalampir.uz/uz https://qalampir.uz/uz/news/uzbekiston-tarikhida-ilk-bor-zhurnalistika-so%D2%B3asida-10-zhildlik-kitob-chop-etildi-13904 Erişim 12.8.2023.

Raisov, B. (2018). İç Savaşların Barış İle Sonuçlanmasında Medyanın Rolü: Tacikistan Örneğinin Barış İletişimi Açısından İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

rsf.org https://rsf.org/en/index Erişim 1.9.2023.

Saraçlı, M. (2022). Azınlık-Çoğunluk Denklemi Bağlamında Avrupa'nın Ötekisi Göçmenlerin Ev Sahibi Devletler ve Toplumlarla İlişkileri. *Bölgesel Araştırmalar Dergisi*, 6 (2) , 631-669.

Schatz, E. (2000). The Politics of Multiple İdentities: Lineage and Ethnicity in Kazakhstan. *Europe-Asia Studies*, Cilt: 52, Sayı: 3, 489-506.

Shafer, R. ve E. Freedman, (2009). Press constraints as obstacles to establishing civil societies in Central Asia. *Journalism Studies*, 10(6), 851–886.

Somuncuoğlu, A. (2016). Kazakistan-Rusya İlişkilerinde Coğrafi Tahayyüller. *Gazi Türkiyat*, 1(19), 95- 121.

Soydan, M. Z. (2022). *Kazakistan'da Yaşanan Hükümet Karşıtı Ayaklanma Olaylarının Rus Medyasındaki Yansımaları*. Sakarya Üniversitesi: Türkmer.

Şahin, H. İ. (2012). Türkmenistan da Kültürel Kimlik ve Folklor. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 12 (1), 285-306.

Temir, E. Yaldız, F. (2019). "Büyük Terör Döneminde Hakas Türkü Aydınlara Uygulanan Zulüm ve Bölgesel Sovyet Gazetelerinin Rolü", *Türkiyat Mecmuası*, 29, 1, 175.

Temir, E. & Ayhan, B. (2019). Rus Medyasının Sahiplik Yapısı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (42.1), 63-74.

Temir, E. (2021). Türk Cumhuriyetleri'nde Medya. (İçinde). 30. Yılında Türk Cumhuriyetleri Ulusal Politika (Editör: Fırat Yaldız). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Toepfl, F. (2013). Why Do Pluralistic Media Systems Emerge? Comparing Media Change İn The Czech Republic And İn Russia After The Collapse Of Communism. *Global Media and Communication*, 9 (3), 239-256.

Tokgöz, O. (2003). *Temel Gazetecilik*. İmge Kitabevi. Ankara.

Timothy, K. and Gross, P. (2008). "Journalism in Central Asia: A Victim of Politics, Economics, and Widespread Self-Censorship", *The International Journal of Press/Politics*, 13, 4, 515-525.

Tutar, H. (2017). "Kırgızistan'daki Son Gelişmeler Üzerine Bir Değerlendirme", *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları (HÜTAD)*, 3, 169-182.

uchildiz.uz. http://uchildiz.uz/jahon-jurnalistikasi-tarixi-9/ Erişim 1.8.2023.

Uslu, Z. K. (2007). Yeni İletişim Araçları ve Toplumsal Etkileri. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 10-1.

Vardarlıer, P. Zafer, C. (2019). Medya ve Toplum. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22 (2), 355-361.

Varol, S. F. (2017). Medyanın Küreselleşmesi: Neden-Sonuç Ekseninde Bir Değerlendirme. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 5 (1), 399-424.

Yavuz, Ş. (2015). Kitle İletişim Araştırmalarında Anadamar/Çoğulcu ve Eleştirel/Radikal Kuram Arasında Yöndeşme Tartışmaları. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi,* 5 (1), 25-39.

Yeniçeri, Ö. (2001). Kafkasya ve Orta Asya'daki Türk Cumhuriyetlerini Bekleyen Sorunlar. *Türk Yurdu*, Ekim (170).

Yerekesheva, L. (2007). Religion-Politics İnterplay: The Case of Kazakhstan and Uzbekistan. *Orta Asya ve Kafkasya Araştırmaları Dergisi*-OAKA, 2, 3.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (9.baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, A. N, Kılıçoğlu, G. (2018). Türkiye'nin Orta Asya'daki Yumuşak Gücü ve Kamu Diplomasisi Uygulamalarının Analizi". *Türk Dünyası Araştırmaları* 119: 141-184.

Yılmaz, B. A. (2019). Soğuk Savaş Sonrası Türk-Orta Asya İlişkilerinde Türk Keneşi'nin Rolü: Dönemler ve Değişim Dinamikleri. *Barış Araştırmaları ve Çatışma Çözümleri Dergisi*, 7 (1), 1-25.

Yılmaz, A. N. (2021). "Bağımsızlıklarının 30. Yılında Türkistan Coğrafyasındaki Türk Cumhuriyetlerinin Durumu ve Değerlendirilmesi". *Türk Dünyası Araştırmaları 129*. 253-314.