T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

GENEL GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ASEAN'IN TÜRK MEDYASINDAKİ IMAJI: 2015 YILINDAN 2017 YILINA KADAR TÜRK GAZETELERİNDE ÇIKAN HABERLER

NURUL ASHİQİN ARIFFIN

2501151216

TEZ DANIŞMANI

PROF. DR. ASLI YAPAR GÖNENÇ

İSTANBUL – 2019

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı	:	NURUL ASHIQIN ARIFFIN	**Numarası**	:	2501151216
Anabilim Dalı / Anasanat Dalı / Programı	:	GENEL GAZETECİLİK	**Danışmanı**	:	PROF.DR.ASLI YAPAR GÖNENÇ
Tez Savunma Tarihi	:	23.07.2019	**Saati**	:	12.00
Tez Başlığı	:	ASEAN'IN TÜRK MEDYASINDAKİ İMAJI: 2015 YILINDAN 2017 YILINA KADAR TÜRK GAZETELERİNDE ÇIKAN HABERLER.			

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin **36. Maddesi** uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **KABULÜNE** OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTM□)
PROF.DR.ASLI YAPAR GÖNENÇ		kabul
DOÇ.DR.CEYDA ILGAZ BÜYÜKBAYKAL		Kabul
DR.ÖĞR.ÜYESİ ZAFER ÖZDEMİT		Kabul

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
DR.ÖĞR.ÜYESİ ERSİN TURAN		
DR.ÖĞR.CİHAN OĞUZ		

ÖZ

ASEAN'IN TÜRK MEDYASINDAKİ IMAJI: 2015 YILINDAN 2017 YILINA KADAR TÜRK GAZETELERİNDE ÇIKAN HABERLER

Nurul Ashiqin, ARİFFİN

Bu araştırma içerik analizi yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Içerik analizi, metin içindeki belirli kelimelerin veya kavramların varlığını belirlemek için kullanılan bir araştırma aracıdır.

Araştırma, Türkçe ve İngilizce olan gazetenin diline göre iki kategoriye ayrılabilen toplam 5 Türk gazetesinde içerik analizi metodolojisi kullanılarak gerçekleştirilecektir. Hürriyet, Sabah ve Cumhuriyet gazeteleri örneklem olarak seçilmiştir. Öte yandan, İngiliz yapan Daily Sabah ve Hürriyet Daily gazeteleri de ele alınmıştır. Gazeteler Ocak 2015 ile Aralık 2017 yılları arasında taranmıştır.

Bu araştırmanın sonucunda, Türkiye Cumhuriyeti'nin, Güneydoğu Asya ülkelerine yönelik uluslararası politikası da belirlenmeye çalışılmıştır. . Bu araştırmanın verilerinin gelecekteki araştırmalarada ışık tutması umulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Analizi İçerik, ASEAN, Güneydoğu Asya, Türk gazeteler, Cumhuriyet, Hürriyet, Sabah, Daily Sabah, Hurriyet Daily News

ABSTRACT

THE IMAGES OF ASEAN IN TURKISH MEDIA : ASEAN'S IMAGES IN TURKISH MEDIA FROM THE YEAR 2015 TO 2017

Nurul Ashiqin, ARIFFIN

The geographical location between Turkey and the countries in the South East Asia region may be far, nonetheless this cannot explain the diplomatic relationship between the two country that had thrive on. Through out history, when it comes to the land of far east, the Turkish foreign policy seems to seamlessly weaved the relationship between the countries that are geographically out of the proximity of the area of neither the middle east nor the European region.

This far east Asia region was seen to have grown significantly and in other words, rapidly since their establishment. Like European Union, the Southeast Asian region have their own of coalition of membership between the countries located in the proximity of that region, called ASEAN. From the perspective of International Relations, the relationship between Turkey and the Association of Southeast Asian Nations has show an inclination towards a positive outcome judging by the frequency of involvement of Turkey in the association as the year passes by. On that note, naturally every event and decision made by both parties, the media counterparts in each party would have done their job in reporting the news. This research aimed to discover the pattern, frequency and the inclination of stand of Turkish media in regards of ASEAN and its relation with Turkey. This research also focuses on the relationship that Turkey have with the association from the year 2015 to 2017. The starting point of the year was chosen due to the newly elected president of Turkey at the point of time and 2017 was chosen as the end point of the research to monitor the recent progression of the diplomatic relationship.

To achieve the aim of this research, a methodology called content analysis was identified to be the most suitable method to elicit information that is sufficient and would be able to fulfil the aim that was initially laid down as the pillars of this

research. To be able to identify or recognize the tone of each of the newspaper involved in this research, the content analysis would be the best to indicate this aim specifically. Content analysis is a research tool used to determine the presence of certain words or concepts within texts or sets of texts. A set of questions will be identified to be listed in a manner that would assist the researcher to identify certain keywords in the newspaper. The research will be carried out using the methodology of content analysis in total of 5 Turkish newspaper that can be divided into two categories based on the language of the newspaper, which is Turkish and English. The Turkish newspapers comprised of Hurriyet, Sabah, and Sozcu. On the other hand, the English language newspaper are Daily Sabah and Hurriyet Daily. The period of time that was chosen will be from January 2015 to December 2017 that is equivalent to two years. The newspaper and data can be retrieved from the Press Museum and the archive in Istanbul.

Keywords: : ASEAN, Content Analysis, Turkish Newspapers, Southeast Asia, Cumhuriyet, Hurriyet, Sabah, Daily Sabah, Hurriyet Daily News

ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında, Türk medyası hareketlerinde ve Güneydoğu Asya Ülkeler Birliği çerçeveleme ve sıklık araştırması incelemek istenmiştir. Bu noktada, umarım, bu çalışma daha iyi bir dünya oluşturmak için tüm bu ülkeleri birbirine bağlamaya yardımcı olur..

Öncellikle, bu yüksek lisans tez çalışmasının hazırlanması için, bana her zaman destek olan ve tavsiyeleri veren danışmanım Sayın Prof. Dr. Aslı Yapar GÖNENÇ'e çok teşekkür ederim.

Ayrıca, kaynak aramak için yardım talep ettiğim Turkuaz Medya Grubu'nun Arşiv Yönetmeni ve departmanı, Bayram ÖZ ve tüm Türkiye eğitim hayatım boyunca destek veren, Türkiye Bursları, çok teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak da, bu tezin tamamlanmasında çok büyük rolü olan, her zaman yanımda ve her ihtiyacım olduğunda destek olan sevgili aileme teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Nurul Ashiqin ARIFFIN

İSTANBUL, 2019

İÇİNDEKİLER

ÖZ..... iii
ABSTRACT..... iv
ÖNSÖZ..... vi
TABLO LİSTESİ..... ix
ŞEKİLLER LİSTESİ..... x
KISALTMALAR LİSTESİ..... xii
GİRİŞ..... 1

BİRİNCİ BÖLÜM

ASEAN

1.1 Ekonomik İşbirliği olarak ASEAN..... 16
1.2 Türkiye ve Güneydoğu Asya'da Dostluk ve İşbirliği..... 18
1.3 Türkiye ve ASEAN..... 21

İKİNCİ BÖLÜM

ASEAN ÜYESİ ÜLKELER İLE TÜRKİYE İLİŞKİLERİ

2.1 Türkiye ve Brunei..... 24
2.2 Türkiye ve Endonezya 24
2.3 Türkiye ve Filipinler..... 25
2.4 Türkiye ve Kamboçya..... 25
2.5 Türkiye ve Laos..... 26
2.6 Türkiye ve Malezya..... 26
2.7 Türkiye ve Myanmar..... 27
2.8 Türkiye ve Singapur..... 28
2.9 Türkiye ve Tayland..... 28
2.10.Türkiye ve Vietnam..... 29

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRK MEDYASINDA ASEAN

3.1. Haberin Özellikleri..... 30
3.2. Eşlik eden ek: Resimler, fotoğraflar ve görseller..... 37
3.3. Sınıflandırma ve Yazar..... 45
3.4. Haberin Özgeçmiş..... 52

3.5. İçerik konumu..... 63
SONUÇ..... 71
BİBLİOGRAFYA/ KAYNAKÇA..... 80
EKLER..... 85

TABLO LİSTESİ

Tablo 3.1: Bütün gazetelerde ASEAN makalelerinin uzunluğu.....43

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1.1 : Örneklenen gazetelerde ASEAN ile ilgili yayınlanan toplam makale sayısı..……32
Şekil 3.1.2 :İngilizce ve Türkçe gazetelerinin .....……....…….....33
Şekil 3.1.3: ASEAN makalelerinin 2015 yılı ile 2017 arasında dağılımı.....34
Şekil 3.1.4: ASEAN makalelerinin aylara göre dağılımı.....35
Şekil 3.1.5: Raporlanan yerine göre makalelerin dağılımı.....36
Şekil 3.1.6: Bütün gazetelerde ASEAN ile ilgili haberlerin uzunluğu.....38
Şekil 3.2.1: Haber makalesi ile birlikte verilen ek türü.....40
Şekil 3.2.2: Her gazete için habere eşlik eden fotoğraf veya resim sayısı.....41
Şekil 3.2.3: Tüm gazetelerdeki resimlerin peleti.....42
Şekil 3.2.4: Örneklenen gazetelerde insan fotoğraflarının gösterilmesi.....43
Şekil 3.2.5: Fotoğrafların gazetedeki yerleri.....44
Şekil 3.2.7: Tüm gazetelerde yer alan görüntülerin fotoğraf kaynağı.....45
Şekil 3.3.1: Haber türünün yüzdesi.....46
Şekil 3.3.2: Örneklenen tüm gazetelerden ASEAN makalelerinin kategorize edilme yüzdesi.....48
Şekil 3.3.3: ASEAN makalelerinin bölümlerinin sıklığının tüm gazetelerde dağılımı.....49
Şekil 3.3.4: Gazetecinin imzasını taşıyan makalelerin yüzdesi.....50
Şekil 3.3.5: Tüm örneklenen gazeteler arasında imzaların dağılımı.....51
Şekil 3.3.6: Örneklenmiş gazetedeki makalelerin yazarlarının yüzdesi.....52
Şekil 3.4.1 Örneklenen gazete makalelerinde belirtilen kaynak sayısı.....53
Şekil 3.4.2: Tüm örneklenmiş gazeteler arasındaki kaynakların sıklık dağılımı.....54

Şekil 3.4.3: Kaynak olarak belirtilen Uluslararası Haber Ajansının yüzdesi.....55

Şekil 3.4.4.: ASEAN ile ilgili makalelerdeki ana kaynağın yüzde dağılımı.....56

Şekil 3.4.5: Örneklenmiş gazetenin ikincil kaynağının yüzdelik olarak dağılımı.....57

Şekil 3.4.6: Alıntılanan toplam kaynak sayısının.....59

Şekil 3.4.7: Örneklenen makalelerde yapılan alıntıların dağılımı.....61

Şekil 3.4.8: ASEAN'ın haberlerden en çok alıntı yapılan için frekans dağılımı.....62

Şekil 3.4.9 Haber raporunun sebep yüzdeleri.....63

Şekil 3.5.1: Türkçe yazılı basında ASEAN makalesinin ton oranı.....64

Şekil 3.5.2: ASEAN ile ilgili makalelerdeki haber görüşünün yüzdesi.....65

Şekil 3.5.3: ASEAN'ın raporda belirtilme seviyesine ilişkin yüzde.....66

Şekil 3.5.4: Tüm makalelerden koalisyondan bahsedilme yüzdesi.....67

Şekil 3.5.5: Makalelerin çerçevesi yüzdesi.....68

Şekil 3.5.6: Jargons Yüzdesi.....69

Şekil 3.5.7: ASEAN'ın alıntılandığı parçaların yüzdesi.....74

KISALTMALAR LİSTESİ

AB : Avrupa Birliği
ABD : Amerika Birleşik Devletler
AEC : ASEAN Ekonomik Topluluğu
AFP : Agence France Presse
AKP : Adalet ve Kalkınma Partisi
AP : Associate Press
ASA : Güneydoğu Asya Birliği
ASEAN : Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği
BM : Birleşik Milletler
DEİK : Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu
GSYIH : Gayrı Safı Yurtiçi Hasıla
KADIN : Endonezya Ticaret ve Sanayı Odası
MAPHİLİNDO : Malezya Filipinler Endonezya
MİLF : Moro İslami Özgürlük Cephesi
SEAFET : Güneydoğu Asya Dostluk ve Ekonomik Anlaşma
STA : Serbest Ticaret Anlaşması
TAC : Dostluk ve İşbirliği Anlaşması
TEV : Türk Eğitim Vakfı
TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu
TİKA : Türk Uluslararası İşbirliği ve Kalkınma

GİRİŞ

Türkiye'nin dış politikası, özellikle Uzak Doğu veya Asya-Pasifik ülkelerinde, son 10 yıldır inanılmaz bir atılım göstermiştir. Anlaşılan, Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı web sitesine göre, Türkiye'nin dış politikalarının çoğu, dünyanın her köşesinde yerel olarak düşünen ve yerel olarak küresel diplomasi fikrini yaydıkları girişimci ve insani bir yöntem olarak belirtilmektedir.[1]

Ayrıca Türkiye Dış Politikası, Türkiye Cumhuriyeti'nde ekonomiden kültüre kadar pek çok alanda iyileşmelere sebep olmuştur. Serbest Ticaret Anlaşmalarının (STA) imzalanması ve yürürlüğe girmesi, seyahat eden Türk vatandaşlarına vize gerekliliklerinde kolaylık sağlanması ve Türkçe'nin her kıtaya yayılması bu gelişmeler arasında sayılabilir. Özellikle ASEAN ülke üyeleri arasında Brunei Sultanlığı, Endonezya, Filipinler, Malezya, Tayland, Singapur gibi çoğu ülke Türk vatandaşlarının 30 ila 90 güne kadar ülkeye vizesiz giriş yapmasına izin verirken Kamboçya, Myanmar ve Laos'a girişte e-vize ve vize gerekmektedir. Sadece Vietnam'a giriş yapabilmek için Türk vatandaşlarının vize için başvurmaları gerekliliği bulunmaktadır.[2]

Türkiye'nin uluslararası desteği aynı zamanda havayollarına ve havacılık stratejisine de fayda sağlamıştır. Türk Havayolları Güneydoğu Asya bölgesindeki ülkelerin büyük çoğunluğuna seferler düzenlemektedir. Türk Hava Yolları'nın "Dünya daha büyük, keşfet" sloganı, Türkiye Cumhuriyeti'nin dış politikasını tanımlar niteliktedir. Uçuş rotalarının artması, Türkiye'ye uğrayan uluslararası varışları artırmada olumlu etkiler meydana getirmiştir. Doğrudan uçuşlar sadece

[1] (Turkey's enterprising and humanitarian foreign policy, retrieved from : http://www.mfa.gov.tr/synopsis-of-the-turkish-foreign-policy.en.mfa)

[2] (Visa free countries for Turkish Citizens, retrieved from : https://www.flypgs.com/en/visa-free-countries)

şirketin gelirini artırmakla kalmamış, aynı zamanda uluslararası uçuşlarla Türkiye'ye gelen kişi sayısını artırma konusunda da harikalar yaratmıştır.[3]

Her bir ASEAN üye ülkesindeki Türk dış politikası örneğinden, ülkenin ikili ilişkilerinin çoğunun gerçekten Türkiye lehine sonuçlandığı açıkça görülmektedir. Son 10 yıldır uzak doğu ülkeleriyle bağlantı kurma yönünde görülen ilerlemenin cumhuriyetin sadece yumuşak gücüne fayda sağlamadığı, aynı zamanda Türkiye'nin iktisadi mallarının yayılmasına da yardımcı olduğu açıktır. Örneğin bir Malezyalı, Kuala Lumpur'un göbeğinde bulunan DeFacto mağazasından giysi alabilmektedir, LC Waikiki özellikle 2014 yılında Türkiye ve Malezya arasında imzalanan ve 2015'te yürürlüğe giren Serbest Ticaret Anlaşması sayesinde büyümüştür. [4]

Devlet ziyareti genellikle iki ülke arasındaki diplomatik ilişkiyi güçlendirmek için yapılır. Son zamanlarda 17 yıl öncesiyle kıyaslandığında ASEAN ülke üyelerinin çoğunun bakanlıklarına Türk liderleri tarafından ziyaretler düzenlenmesi dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, devlet ziyareti bir yana, Türkiye'nin bölgede yasal yetkisi olmadan, düzen sağlamaya çalıştığı da yaygın olarak bilinmektedir, özellikle Myanmar'da yaşanan mezhep çatışması için bir yardım eli uzatılması bağlamında yapılan eylem ve müzakereler bunu desteklemektedir. Türkiye'nin, hükümetle Moro İslami Kurtuluş Cephesi arasındaki müzakereleri kolaylaştıran BM'nin Filipinler Uluslararası Temas Grubu'nda yer aldığını da unutmamak gerekir. [5]

Örneğin, Kore-pop trendi ve bazı tarihsel ilişkiler nedeniyle Japonya ve Kore Türkler arasında bilinirliği fazla olan ülkeler arasındadır. Malezya, Endonezya,

---

[3] Cetin, Gurel & Akova, Orhan & Gürsoy, Doğan & Kaya, Fazıl. (2016). Impact of Direct Flights on Tourist Volume: Case of Turkish Airlines. Journal of Tourismology. 2. 36-50. 10.26650/jot.2016.2.2.0003.

[4] "Export compass" focused on the free trade agreement between Malaysia and Turkey, retrived from https://www.tim.org.tr/en/press-room-news-export-compass-focused-on-the-free-trade-agreement-between-malaysia-and-turkey.html

[5] Briefing: International Contact Group for the Southern Philippines Peace Process, (2014), Democratic Press İnstitute.

Singapur, Laos ve birkaç Güneydoğu Asya ülkesi Türk halkı tarafından fazla bilinmemektedir, sokakta rastgele bir Türk vatandaşını çevirip sorduğunuzda, bu ülkeler onlara tanıdık gelmediği için insanların aklında bir fikir oluşmayabilir. Ayrıca ülkelerin coğrafi açıdan çok uzakta olması da bilinirliğin düşük olmasının sebeplerindendir. Buna rağmen, aslında Türkiye dış politikasında dünyanın farklı kıtalarından farklı ülkelerle bağ kurulmasına önem verilmektedir.

Bu Uzak Doğu Asya Bölgesinin oluşturulmasından bu yana önemli ölçüde bir başka deyişle, hızla büyüdüğü görülmüştür. Bahsedilen bölge Güneydoğu Asya Bölgesidir. Avrupa Birliği gibi, Güneydoğu Asya Bölgesi de o bölgeye yakın olan ülkelerden oluşan, ASEAN olarak adlandırılan bir ittifaka sahiptir. ASEAN, Güneydoğu Asya bölgesinde 10 ülkeden oluşan; ekonomik büyüme, sosyal gelişme ve kültürel gelişme konusunda birbirlerine yardım eden bir örgüttür. İttifakta yer alan ülkeler birbirlerinin bağımsızlığını kabul eder ve yönetimlerine müdahale etmeden bölgede meydana gelen anlaşmazlıkların çözümüyle ilgili bir araya gelirler. [6]

ASEAN ve Türkiye ile ilgili olarak ilginç bir bilgi de, ASEAN'ın Türk halkı arasında bilinirliğinin fazla olmayışıdır. Bunun sebebi Türk medyasının dünyanın diğer tarafındaki ülkelere çok fazla ilgi göstermemesi ve özellikle Türkiye'nin Avrupa Birliği'nin bir parçası olma sürecidir. Türk halkı ne Avrupa'ya da Orta Doğu'ya da yakın hissetmektedir ayrıca başka herhangi bir bölgedeki birliklere katılmaya da ilgi duymamaktadır. Gerçek şu ki, ülke ilerlemek istemektedir ancak insanlar hâlâ dış dünyaya kapalılar. Türk halkı geçmişte çok başarılı olarak dünyanın dikkatini üzerine çekse de, halkın kabuğunu kırması ve ilerlemesi zor olabilir. Koç Üniversitesi'nden Prof. Ali Çarkoğlu ile yapılan bir gazete röportajında, Çarkoğlu hükümetin dünyadaki diğer ülkelerle etkileşimi titizlikle yürütmesine rağmen, Türkiye'nin yerellik üzerine odaklanan ve küreselliğe gelindiğinde dar bir bakış açısını benimseyen bir millet olduğunu ortaya koymuştur. [7]

---

[6] ASEAN Secretariat, 2010, ASEAN Association of Southeast Asian Nations, retrieved from http://www2.asetuc.org/media/ASEAN%20OVERVIEW_160210%20(2).pdf

[7] Yinanc, B.(2014), Turkish people are naively proud of themselves, survey shows, Hurriyet Daily News, retrieved from http://www.hurriyetdailynews.com/turkish-people-are-naively-proud-of-themselves-survey-shows-69912

Öte yandan, medya, Türkiye Cumhuriyeti dışındaki diğer ülkelerde neler olup bittiği hakkında halkın en son bilgileri almalarını sağlamada önemli bir rol oynamaktadır. McLuhan, bu noktada gazeteyle ilgili ilginç bir konuya değinmiştir. McLuhan'a göre gazete bir okunuşta farklı konuları sunan bir iletişim biçimidir ve aynı zamanda günden güne sürekli değişen bir iletişim aracıdır. Bazı görsellerle beraber haberleri sunması mesajı okuyucuya iletmek için yeterlidir. [8]

Herhangi bir kuruluşun dördüncü gücü olan medya kitlelere bilgi aktarılmasından sorumludur. Gazetecilik veya medyanın temeli budur. Medya ve dışişlerinin yakın çalışması gerekir. Medya doğru bilgileri iletip ülkenin yönetiminin kontrolü ve dengesi için hükümetin dış politikasını takip etmekten sorumlu olmalıdır. Medya içeriği, yalnızca belirli bir hedef kitle tarafından tüketilen bir şey değildir. Politika belirleyiciler ve ülkenin diğer ülkeyle olan ilişkilerine ilgisi olan insanlar içeriği takip ederler. Politika belirleyiciler genellikle ülkenin ilerleyişini analiz edip belirli yasaları veya önerilerini sunan bir grup insandan oluşur. [9]

Medya ve dış politikanın, politika ya da ekonomi hakkında bilgi vermekle yükümlü olduklarından, işleri yakın yürütmeleri gerekmektedir. Her hükümet kararı, kendi kamuoyunu şekillendirmek için ülke vatandaşlarına bildirilmelidir. Eichenberg'e (2016) göre vatandaşlar çok gördükleri bazı işaretleri ya da bilgi edindikleri yerleri hatırlamakta ve aynı zamanda konular hakkında kendi fikirlerini oluşturmaktadırlar.[10]

Medya ve hükümetten bahsetmişken, 2019 tarihi Reuters Dijital Haber Raporu'nun Türkiye'deki medya kuruluşlarının çoğunun hükümet yanlısı olduğunu ortaya koymasını da dile getirmekte fayda vardır. Bu kuruluşlar kanunen devlete ait

[8] McLuhan, M. (1959). Myth and Mass Media. *Daedalus, 88*(2), 339-348. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/20026500

[9] Mueller, Bernardo & Alston, Lee & Pereira, Carlos & Melo, Marcus. (2008). The Choices Governors Make: The Roles of Checks and Balances and Political Competition.

[10] Oberauer, Klaus & Eichenberger, Simon. (2013). Visual working memory declines when more features must be remembered for each object. Memory & cognition. 41. 10.3758/s13421-013-0333-6.

değillerdir, ancak Türkiye'deki sahiplik kavramının gazeteleri hükümete destek olmak üzere yönlendirmesi oldukça muhtemeldir. Büyük gazete şirketleri veya medya kuruluşları olan Doğan Grubu ve Turkuaz Medya Grubu aynı yayıncılık şirketinin altında bulunan birkaç gazeteye sahiptir. Doğan Grubu, Hürriyet ve İngilizce gazetesi Hürriyet Daily News gibi hükümet yanlısı bir gazeteye sahipken, Turkuaz Medya, Sabah ve diğer günlük ana İngilizce gazeteyi Daily Sabah'ı yayınlamaktadır. Finansal kısıtlama ve ekonomik gerileme nedeniyle yıllar içinde sahipleri değişmiştir. [11]

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yayımlanan istatistiksel verilere göre, gazeteler o kadar iyi yapmıyor, istatistikler yerel, bölgesel ve ulusal yayıncılar tarafından yayınlanan sürekli sayıda gazetede düşüş olduğunu ortaya koydu. 2013 yılında basılan gazete 3.100'dü sayısı 2017'de 2.474 olan her yıl aşağı inenmektedir. Bu, daha önce kurulmuş olan basılı gazetelerin devamı niteliğinde olan dijital haber çıkışlarının ortaya çıkmasından kaynaklanıyor olabilir. Medyanın ilerlemesi, insanların basılmış gazetelerin bir kısmının sahip olduğu uygulamayı tam anlamıyla indirebilmeleri ve en son haberleri telefonlarından alabilmeleri için hızla gelişti. Çoğu zaman, gazetede yayınlanan tüm haberler çevrimiçi olarak da mevcuttur. [12]

Türk vatandaşlarının sorunu, hükümeti işaret eden mülkiyete ve hükümetin küresel bir yapıyı destekleyen politikaları uygulamaya çalışmasına rağmen, milliyetçilik kavramının vatandaşın dış dünyayı tanımasını engellemesidir. Belki de bu nedenle, medya ve haber raporlama kavramı, büyük gazetelerdeki uluslararası haberlerin özellikleriyle ilgili büyük soruyu, çerçeveyi ve gazetenin kitlelere ulaştırmaya çalıştığı ince mesaja açıklık getirebilir.

---

[11] Yanatma, S. (2019) Media in Turkey, Digital News Report, Reuters Institute for the Study of Journalism, erişim adresi https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_1.pdf

[12] Tükiye Cumhuriyeti, Turkiye İstastikal Kurumu (2017),
Gazetelerin ve dergilerin yayın bölgesine göre sayısı, 2005-2017, erişim adresi :
http://www.tuik.gov.tr/Start.do;jsessionid=TNv8dTTNTws14QJ3flLDkhyR4vWn5DKkgTD8lyQjj28ywMYYJL7N!-2026099555

Kitle iletişim araçları iletişim sürecinin bir parçasını oluşturur ve şüphesiz ki medya, herhangi bir yönetim organı için değerlidir, çünkü bilginin bir kanaldan geniş bir hedef kitleye yayılmasına olanak tanır. Bu nedenle, medya herhangi bir ülkenin vatandaşının beslendiği bilgileri analiz etmek için en iyi platform olacaktır. Bilginin içeriği, her bir haber raporunun tartışmaya sunduğu bakış açısı; tamamen yayın kuruluna, gazetenin yazı tarzına, en küçük parçadan en büyüğe ve haberin açık şekilde gösterilmesine bağlıdır. Bunların hepsi medyanın okuyucunun zihninde izlenim oluşturmak için oynadığı oyundur. Haberleri sunarken psikolojik unsurlarla oynamak gazeteciliğin doğasında vardır.

Ayrıca, her ülkenin medyası birbirinden farklıdır. Tipik olarak, gelişmiş ülkeler ifade özgürlüğü ve liberal bir medya uygulamasına sahip olduklarından, iyi medya yönetişimine sahip olurlar ve bu da iyi bir etki yaratır. Aynı şey medyanın gelişmesine kıyasla medyanın hâlâ sınırlı teknoloji ve yönetişim ile içeriklerini şekillendirmekte zorlandığı gelişmekte olan ülkeler için de söylenebilir. Pek çok gelişmiş ülkeye yöneltilen haberler olmuştur ve bunlar genellikle günümüz haberlerinin tek odak noktasıdır; çünkü haberler, bu gelişmiş ülkelerde kurulan ve çoğunlukla batıdan gelen uluslararası haber ajanslarından daha kolay elde edilir. Bu, bize uluslararası haber ajanslarının anlatılarının, herhangi bir ülkenin yerel haber ajansı ile aynı olmadığını gösterdiğinden, haberin kaynağını da analiz etmemizi sağlar. [13]

Genelde, ASEAN haberleri Türk medyasında çok yer almaz, geçmişte ASEAN'ın medyadaki yerini veya nasıl temsil edildiğini araştıran hiçbir Yükseköğretim kurumu çalışması yoktur. Ulusal Tez Merkezi'ne göre, veritabanında ASEAN hakkında sadece 11 makale bulunmaktadır, hepsi Siyaset Bilimi, Uluslararası İlişkiler ve Ekonomi perspektifinden yazılmış tezlerdir. Medya ve iletişim alanında hiçbir çalışma yoktur. Bu nedenle, bu çalışma, Türk medyasında ASEAN haberlerinin raporlamasını analiz eden ilk çalışma olacaktır.

[13] Kali, G. (2012), Uluslararasi haberlerde guvenilirlik sorunlari, Uluslararasi tarih ve sosyal arastirmalar dergisi, 8, 168-177

Bu çalışma, Türk medyasında ASEAN ile ilgili çalışmaların devam etmesine öncülük edebilecek niteliktedir, aynı zamanda ASEAN'ın diğer ülkelerin (medya) merceğinden nasıl ifade edildiğiyle ilgili farkındalık yaratma konusunda da fayda sağlayabilir. Bu konuyla ilgili daha önce araştırma yapılmamıştır. Dikkate alınması gereken bir diğer husus da, ASEAN ülkeleri hakkındaki içerik ve görseller sadece gazeteler tarafından sağlandığından ASEAN'ın okuyucuların zihninde nasıl bir imaj bıraktığını anlamak olacaktır.

Kayda değer bir diğer önemli unsur ise gazetenin dilidir. Bu araştırma, dilin her bir gazetenin haber sunuşunda nasıl farklılık yaratabileceğini keşfetmeye teşvik etmektedir. Buzdağının sadece tepesini gösterme eğiliminde olan Türk gazeteleriyle İngilizce dilinde çıkan gazetelerin büyük kısmı karşılaştırıldığında, İngilizce çıkan gazetelerin Türkiye dışında neler olup bittiği konusunda daha eleştirel yaklaştığı ortak bir teori olarak verilebilir. Bu nedenle, Türk gazeteleri ve ASEAN, yukarıda belirtilen argümana dayanarak medyanın kitlelere ulaştırdığı mesajı analiz etmenin önemli olduğunu düşünerek yapılan bir vaka çalışması olacaktır. Ayrıca medyanın doğru mesajları rapor edip etmediğini belirleyen bir kontrol ve denge süreci olabileceği gibi, nispeten de olsa Türkiye dışında dünyada neler olup bittiğine açıklık getirecektir. Bu araştırma aşağıdaki soruların yanıtlarını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır:

i) 2015'ten 2017'ye kadar olan haberlerde Türk medyasının duruşunu ve ASEAN'dan söz edilirken kullanılan dili analiz etmek.
ii) Türkiye'nin ana akım gazetelerinin haber sunarken kullandıkları iki farklı dil arasındaki anlatım tarzını ve farklılığını keşfetmek.
iii) Türk basınında ASEAN ile ilgili ne sıklıkta haber yayınlandığını araştırmak.

Bu araştırma, temelinde ASEAN ile ilgili yazıların Türk haberlerinde belli bir zaman dilimi boyunca ne sıklıkta yayınlandığını ve ASEAN hakkında yazılanların kitlelere ulaştırılması ve iletilmesinde Türk medyasının duruşunu gözlemlemeyi

amaçlamıştır. Bu nedenle, araştırmanın amacına ulaşması için uygun görünen en iyi metodoloji, gazete kupürlerini analiz etmek ve tüm gazetelerin içeriklerini gözden geçirip analiz etmek uygun görülmüştür.

İçerik Analizi, araştırmacıların bir dizi kural koyarak ve veri kodlama yeteneğiyle analiz alanında sistematik bir şekilde derinlemesine dalabilmelerine olanak tanıdığı için araştırmanın yapısına ve amacına uygundur. Böylelikle araştırmacının aynı verileri tekrar gözden geçirmesine ve istatistiksel programlamayı içeren bir süreç mekanizmasına koymasına ve bunun sınıflandırılmasına da imkân yaratmaktadır. [14]

Aynı zamanda, bu araştırmalarla benzer özellikleri olan araştırmaların aynı metodolojiyi kullandıkları bilinmektedir. İçerik analizi kesinlikle farklı özelliklere sahip verilerin özümsenmesine yardımcı olmaktadır ve aynı verilerden yalnızca belirli bilgiler çıkarılacaktır. Dolayısıyla, içerik analizi mevcut diğer araştırma metodolojilerinden farklı amaçlar çerçevesinde doğru, başka bir deyişle daha sistematik verilerin elde edilmesine yardımcı olacaktır.

Stemler (2001) ayrıca, bu araştırma yönteminin farklı kalıp ve trendlerle verileri araştırmak ve incelemek için en iyi seçenek olacağını ve ayrıca araştırmacıların farklı zaman damgasındaki verileri karşılaştırmasını sağlayacak araştırma metodolojisinde uygulamak için doğru bir yaklaşım olacağını belirlemiştir. Bu araştırmada da veri analizi doğru metodolojidir.

Toplamda, analiz edilmek üzere beş gazete seçilmiştir. Gazetelerden üçü Türkçe gazetelerdendir ve tüm Türk dilindeki gazeteler yüksek tiraj ve satışa sahip olmakla beraber Türkiye'de en büyük gazeteler olarak sıralanmıştır: Cumhuriyet, Hürriyet ve Sabah. Gazetelerin üçü de farklı yayıncılara aittir ve Türkiye'de farklı yerlerde kurulmuşlardır. Diğer iki gazete İngilizce dilindeki gazeteler olup, Türkçe gazetelerle adları aynı olan Daily Sabah ve Hürriyet Daily News adıyla farklı medya ve yayın kuruluşlarına aittir. Beş gazetenin tamamı, araştırmacının her bir gazetede farklı olan kalıpları ve trendleri gözlemleyebilmesini sağlayacağı için seçilmiştir. Aynı

[14] Stemler, Steve (2001). An overview of content analysis. Practical Assessment, Research & Evaluation, 7(17). Erişim adresi ://PAREonline.net/getvn.asp?v=7&n=17 .

zamanda, beş gazete de verilerin erişilebilirliği ve kolayca bulunabilmesine dayanarak belirlenmiştir.

Ocak 2015 ile Aralık 2017 arasındaki üç yıllık süre, yapılan araştırmanın zaman çerçevesi olarak tanımlanmıştır. Üç yıllık çerçeve süre Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı'nın 2015 yılında ASEAN'a katılması ve 2017 yılında Türkiye'nin ASEAN'ın sektörel diyalog ortağı olmasıyla belirlenmiştir. Beş gazetenin her birinin eğilim ve raporlama modelindeki farklılığı gözlemlemek için zaman diliminin analiz edilmesinin zorunlu olduğu tespit edilmiştir.

Beş gazetenin verileri, İngilizce'den Türkçe'ye birçok Türk gazetesini barındıran dijital bir arşivden alınmıştır. Tüm gazetelerin verileri, Turkuaz Medya Grubu tarafından kullanılan Read Journal arşivinden alınmış ve araştırmacıya Turkuaz Medya Grubu arşiv bölümünün yöneticisi tarafından erişim izni verilmiş ve sadece Turkuaz tarafından yayınlanan gazetenin verilerini değil, diğer yayınevlerinin gazetelerinin verilerini de almasına izin verilmiştir. Tüm örneklenmiş gazetelerden Daily Sabah ve Sabah gazeteleri aynı yayınevinin bir parçasıdır: Turkuaz Medya Grubu.[15]

Read Journal'a yalnızca belirli ve erişim izni verilen bir kullanıcı adı ve şifre ile erişilebilmektedir. Web sitesine girişte, gazete kupürlerini aramak ve filtrelemek için "ASEAN" ve "Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği" gibi istenen sonuçlara ulaşmak için bazı anahtar kelimeler kullanılmıştır. Haber bültenleri bilgisayara indirilebilmekte ve daha sonra bir dizi kodlama sayfası kullanılarak analiz edilmek üzere çevrimiçi bir sürücüye yüklenerek ayrı bir klasöre kaydedilebilmektedir. Anahtar kelimeleri kullandıktan ve ASEAN hakkında beş gazetenin hepsinden çıkan gazete makalelerini taradıktan sonra toplam 116 haber bülteni tespit edilmiştir.

Verilerin toplanmasından sonra, onları bileşenine göre analiz etmek için bir dizi kodlama kâğıdı oluşturulmuştur. 116 bültenin tamamı inceledikten sonra, beş kategori tanımlanmıştır, bunlar: i) ASEAN haberlerinin Türk medyasında temel

[15] Read Journal, http://www.readjournal.com/

özellikleri, ii) eklere eşlik eden unsurlar: resimler, fotoğraflar ve görseller, iii) sınıflandırma ve yazar, iv) haber bülteninin arka planı ve v) bültenin duruşu ve tonu. Veri analizi kapsamında kodlama kâğıdının bir parçası olarak toplam 40 soru toplanmıştır.

Veriler daha sonra SPSS adlı istatistiksel bir yazılım tarafından kodlanıp analiz edilmiştir ve basit çapraz tablolamalar kullanılarak veri üretilmiştir. Veriler iç genelleme için, yüzde veya sıklık ile gösterilecektir. [16]

Araştırmaların hipotezleri aşağıdaki gibidir:

i. İngilizce gazetelerin, Türkçe gazetelerden daha çok ASEAN haberleri yayınlanması,
ii. Hem İngilizce hem de Türkçe gazetelerde ASEAN haberlerine çok kısa olarak yer verilmesi,
iii. Örneklenen gazetelerde, görsellerin ASEAN politikacılarını değil Türk politikacılarını içermesi,
iv. Bu haberlerdeki alıntıların ASEAN ülkelerinin kamu personelinden değil, Türkiye Cumhuriyeti kamu personelinden yapılması, Türk medyasındaki Asya ülkelerinin temsiline yönelik bu araştırmanın hipotezini oluşturmaktadır.

Gündem belirleme teorisi ve haber inşası, gazetede ve günümüz dijital haberlerinde sunulan kelimelerin ardında her bir haberin nasıl gündemde olacağını açıklamak için doğru teori olacaktır. Okuyuculara gazetenin yayıncısının kalbinden geçenlerden başka hiçbir ince mesaj iletilmez. Ayrıca gündem belirleme teorisi,

[16] Hüseyin Polat & Ali Ünişen | Mark Boylan (Reviewing Editor) (2016) An analysis of teacher news in Turkish printed media within the context of teachers' image, Cogent Education, 3:1, DOI: 10.1080/2331186X.2016.1179614

medyanın kamuoyunu şekillendiren platformu tanımada ve aynı zamanda insanların karar alma sürecini etkilemedeki önemini belirlemeye yardımcı olacaktır.[17]

Halloran (1998), gündem belirleme sürecinin halkı iki aşamada etkilediğini belirtmektedir. İlki, medyanın toplumsal düzeyde "düşünce iklimi" oluşturup gündemini belirlemesidir. Böylelikle medyada belirli konulara verilen yer, onun okuyucu kitlesi için taşıdığı önemi etkileyebilecektir. Haberlerde çerçeveleme, her bir haber bülteninin hikâyeyi sunma konusunda farklı bir yaklaşıma sahip olması ve yazarın amaçladığı yorumu içeren bir yapı görevi görmesiyle gündem belirleme teorisinin ele aldığı en önemli unsurlardan biridir. Farklı çerçeveler, tahmin edilebileceği üzere haberi okuyan farklı kişilerce farklı yorumlanacak ve anlaşılacaktır. [18]

Gündem belirleme teorisi, makalenin bazı genel özelliklerinde kendini gösterilebilir, bazen okuyucular haberin biçimini ve eğilimini fark etmez, ancak haber bülteninde sık görülenler ve küçük ayrıntılar aslında gazetenin veya medya evinin oluşturmak istediği gündemi ortaya çıkarır. Gündem belirleme teorisinde; makalenin boyutundan, başlık boyutuna, makalenin uzunluğuna, makalenin yayınlandığı bölüme kadar olabilecek en küçük detay önem teşkil eder. Teoriyi test etmek için, çalışmalar birçok farklı konudaki vaka çalışmasının içeriklerini analiz eder, burada söz konusu vaka çalışması gazetelerdir. Ardından, örnek herhangi bir araştırmadaki konuların karşılaştırılmasının yanı sıra analiz yoluyla da bir modelleme dizisi belirlenebilir. Aynı zamanda, gündem belirleme teorisi, neredeyse tüm gazeteler tarafından okuyuculara belli yeni konuları yavaşça tanıtmak için uygulanır. Bu nedenle, okurların ortaya çıkmakta olan konuya ne kadar ısındığına bağlı olarak konunun işlenme sıklığı değişebilir. [19]

---

[17] McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *The Agenda-Setting Function of Mass Media. Public Opinion Quarterly, 36(2), 176.* doi:10.1086/267990

[18] Halloran, J. (1998). Mass communication research: Asking the right questions, in A. Hansen, S. Cottle, R. Negrine and C. Newbold (Eds.), *Mass Communication Research Methods*, London: Macmillan Press, 9 – 34

[19] Overholser, G., & Jamieson, K,H.,(2005), The Institutions of American Democracy, *Oxford University Press,* 156-160

Bunun dışında, gündem belirleme teorisini açıklamanın daha bilimsel yolu, teorinin herhangi bir haber bültenine uyguladığı psikolojik dayatmalar ve haberin okumaya değip değmeyeceğini belirleyen okuyucunun tercihleridir. Her gazete, okuyucunun maruz kalma alışkanlığını inceler ve gelecek haberleri yazabilmek için okuyucunun ilgisini çeken belirli konuları beslemektedir. Gündem belirleme teorisi ayrıca, zaman zaman gazete veya basının neden aynı haberleri yayınlamaya devam ettiğini de açıklamaktadır. Bunun nedeni okuyucunun sürekli daha fazlasını isteyen bir okuma psikolojisi içerisinde olmasıdır. Bu belirli konu hakkında daha fazla habere veya güncellemeye duyulan ihtiyaç, sürekli haber kapsamının bilgilerin güçlendirilmesi olacağı anlamına da gelebilmektedir. Bu, okuyucuların karar vermeleri veya bir şey hakkında görüş bildirmeleri açısından oldukça önemlidir. [20]

Kitle iletişim araçlarının gündemini belirleme, bir grup hedef kitlenin bütünü veya bir başka deyişle bir sosyal sistemi takip etmeye odaklanmakta da en uygunudur. Kitle iletişim araçlarının bir hükümetin dördüncü gücü olarak nitelenmesinin bir sebebi vardır: bir hükümet açıkça belli etmeden kamuoyu fikrini kendi lehine çevirebilmektedir. Zaman zaman aynı konunun farklı başlıklar altında gündeme gelmesi, halkın dikkatini çekme ve okuyucularla izleyicilerin ilgisini korumak konusunda oldukça güçlü bir araçtır. [21]

[20] Shaw, E. F. (1979). *Agenda-Setting and Mass Communication Theory. International Communication Gazette, 25(2), 96–105.*doi:10.1177/001654927902500203

[21] Shaw, D. L., & Martin, S. E. (1992). *The Function of Mass Media Agenda Setting. Journalism Quarterly, 69(4), 902–920.*doi:10.1177/107769909206900410

BİRİNCİ BÖLÜM

ASEAN

ASEAN veya başka bir deyişle Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği, Güneydoğu Asya bölgesindeki ülkeler arasındaki bölgeciliğin veya koalisyonun tanınmasıdır. ASEAN genellikle Güneydoğu Asya ile ilgili herhangi konuya dair referans noktası olarak kullanılmaktadır. ASEAN; Malezya, Endonezya, Singapur, Filipinler, Brunei, Vietnam, Kamboçya, Myanmar, Tayland ve Laos olmak üzere bölgede bulunan 10 ülkeden oluşmaktadır. Bu koalisyona atıfta bulunan kavram bölgeselliğin bölgesidir.

Katzenstein (2000), bölgeselciliğin homojen bir nüfusa sahip, farklı bir bölge bilincini ve sadakati ifade ettiğini ifade etmiştir. Ayrıca, bu tür bir veya daha fazla alana dayanan politik veya sosyal bir sistemin geliştirilmesi anlamına da gelebilir. Başka bir deyişle, bölgeselcilik, bir coğrafi bölgenin karakteristik özelliğine de atıfta bulunabilir. Bölgeselcilik kavramı, bölgeselliğin tanımına gerçekten uyan on ASEAN ülkelerini bir araya getirmiştir. Ayrıca, ASEAN ülke üyeleri coğrafi ortamda değil, kültürleri açısından da oldukça birbirine yakındır. Fiziksel benzerlikten de bahsedersek, o bölgede yaşayan insanlar hemen hemen aynı görünüme sahiptirler, büyük bir etiket grubu olarak tanımlanmaları ve onlara bu şekilde atıfta bulunmak daha kolay olabilirdi.[22]

Mohd Faisol Keling, Mohd Faisal Keling, Hishamudin Md Som, Mohamad Nasir Saludin, Md Shukri Shuib, Mohd Na'eim Ajis (2011) 'e göre, ASEAN, 8 Ağustos 1967'de kurulduğunda 5 üyesi vardı: Malezya, Filipinler, Tayland, Singapur ve Endonezya. Kurucu üye ülkeler Batı ülkelerinin sömürgeleştirmelerinden yeni kurtulduğu için (Malezya ve Singapur İngiltere'den; Endonezya Hollanda'dan ve Filipinler İspanya ve Amerika'dan bağımsızlıklarını kazanmıştır) ASEAN'ın kurulmasının gerekli olduğu düşünülmüştür. Beşerî gelişime kıyasla bu ülkeler, ilk kez bir bölge olarak bir araya geldiklerinde kelimenin tam anlamıyla yeni yürümeye

[22] Peter J. Katzenstein (2000) Regionalism and Asia, New Political Economy, 5:3, 353-368, DOI: 10.1080/713687777

başlayan çocuklar gibiydi. Diğer 5 ülke 1980'lerde ve 1990'larda bloğa katıldı. Bu ülkeler: Brunei Sultanlığı, Vietnam, Kamboçya, Laos ve Myanmar'dır. Brunei hariç, daha sonra çoğunluğa katılan ülkeler Soğuk Savaş'taki Çinhindi ülkelerinin üyelikleri iç savaş ve iç çatışmalar gibi sebeplerden dolayı ertelenmişti. [23]

Anlayışlı olmak, kültür benzerliklerinden daha önce de belirtildiği gibi tüm ülkeleri bir araya getiren ve bunun ülkelerin bir araya gelmesini gerçekten kolaylaştıran psikolojik faktördü. Anlaşılan, ASEAN kurulmadan önce, 1959'da Malezya ve Filipinler tarafından yapılan Güneydoğu Asya Dostluk ve Ekonomik Antlaşma (SEAFET) gibi birkaç başka işbirliği ve bölgeselleşme girişimleri vardı, daha sonra 1961'de Malezya ve Filipinler tarafından Malezya, Tayland ve Filipinler'i kapsayan Güneydoğu Asya Birliği (ASA) kuruldu. Ardından Malezya, Filipinler ve Endonezya'dan oluşan MAPHILINDO geldi. Daha önce tüm girişimlerin başarısız olmasının sebebi ulusal çıkar çatışması ve bazı ülkelerin diğer üye ülkelere yönelik kararlarına itirazlarıdır. [24]

Bölgeselciliğin oturması için ortak bir zemin oluşturma girişimlerinden sonra nihayet ASEAN, her ülkenin egemenliğine ve fikir birliği yapısına karşılıklı saygı ile yönlendirilen Güneydoğu Asya kimliğini teşvik eden ve destekleyen güçlü temeller oluşturma amacıyla kuruldu. ASEAN, egemenliği korumak ve aynı zamanda ülkelerin birbirlerinin ekonomik kalkınmasını teşvik etmek ve güçlendirmek amacıyla oluşturulmuştur. ASEAN ülkelerinin tarihine bakıldığında, ASEAN'ın askeri bir antlaşma veya başka bir ülkenin diğer üye ülkelerin idaresine veya iç işlerine müdahale etmesine izin veren herhangi bir işbirliğinin olmadığı açıkça görülmektedir [25], ASEAN ayrıca, ASEAN üye ülkelerinin herhangi birine diğer

---

[23] Mohd Faisal Keling, Hishamudin Md Som, Mohamad Nasir Saludin, Md Shukri Shuib, Mohd Na'eim Ajis. (2011). The Development of ASEAN from historical approach. Asian Social Science. 7. 169-189. doi: 10.5539/ass.V7N7P169

[24] . Irvine R. (1982) The Formative Years of ASEAN: 1967–1975. In: Broinowski A. (eds) Understanding ASEAN. Palgrave, London

[25] MOELLER, J., & Meoller, J. (2007). ASEAN's Relations with the European Union: Obstacles and Opportunities. *Contemporary Southeast Asia, 29*(3), 465-482. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/25798848

güçlü ülkelerden, özellikle İngiltere, Amerika Birleşik Devletleri, Çin ve Rusya'dan gelebilecek müdahalenin önlenmesi için kurulmuştur. Diğer batılı ülkeler tarafından sömürgeleştirilme deneyimleri, bugün bir araya gelme kararlarını şekillendirmiştir. [26]

ASEAN deklarasyonu, ASEAN'ın belirli hedef ve amaçlarla oluşturlmasını belirli şartlara bağlamıştır. ASEAN'ın her ülkenin ekonomik kalkınmasının vurgulanmasına büyük önem verdiği görülmüştür. ASEAN'ın kuruluş amacı, ilk olarak bölgedeki ekonomik büyümeyi, sosyal ilerlemeyi ve kültürel gelişmeyi, Güneydoğu Asya Ülkelerinin müreffeh ve barışçıl bir topluluğunun temelini güçlendirmek için eşitlik ve ortaklık ruhu içinde ortak çabalarla hızlandırmak ve teşvik etmektir. İkincisi, bölge ülkeleri arasındaki ilişkilerde adalete saygı ve hukukun üstünlüğünü koruyarak bölgesel barış ve istikrarı teşvik etmek, Birleşmiş Milletler Sözleşmesi ilkelerine bağlı kalmak ve aynı zamanda ekonomik, sosyal, kültürel, teknik, bilimsel ve idari alanlarda ortak ilgi alanları üzerinde aktif işbirliği ve karşılıklı yardımı teşvik etmektir. [27]

Daha önce belirtildiği gibi, ASEAN, ülke üyelerini güçlendirmek ve onlara yardım sunmak için kurulmuştur ve kuruluşlarının bir kısmının amacı; eğitim, profesyonel, teknik ve idari alanlarda eğitim ve araştırma olanakları sunarak birbirlerine yardım sağlamaktır. Tarım ve sanayilerinin daha fazla kullanılması, uluslararası emtia ticareti ile ilgili sorunların incelenmesi, ulaşım ve iletişim tesislerinin iyileştirilmesi ve halklarının yaşam standartlarının yükseltilmesi dâhil olmak üzere ticaretlerinin genişlemesi için daha etkin bir işbirliği yapmak söz konusudur. Ayrıca, Güneydoğu Asya çalışmalarını teşvik etmekle benzer hedef ve amaçlarla mevcut uluslararası ve bölgesel kuruluşlarla yakın ve faydalı işbirliğini

---

[26] Van Jackson, Power, trust, and network complexity: three logics of hedging in Asian security, *International Relations of the Asia-Pacific*, Volume 14, Issue 3, September 2014, Pages 331–356, https://doi.org/10.1093/irap/lcu005

[27] Caballero-Anthony, M. (2008). THE ASEAN CHARTER: An Opportunity Missed or One that Cannot Be Missed? *Southeast Asian Affairs,* 71-85. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/27913353

sürdürmek ve kendi aralarında daha da yakın işbirliği yolları keşfetmek de unutulmamalıdır. [28]

ASEAN, Güneydoğu Asya'daki ülkelerin her birini bir araya getiren bir blok olsa da, bazı benzerliklere rağmen, ele alınıp çözülmesi gereken birçok sorun vardır. Bu nedenle, ASEAN'ın temeli, bağımsızlık, egemenlik, eşitlik, toprak bütünlüğü ve tüm ulusların ulusal kimliğine karşılıklı saygı olan bu altı ilkeye, aynı zamanda da her devletin, ulusal varlığını dış müdahale, tahrip veya dayatma olmadan devam ettirme hakkına sahip olmasına dayanır. Daha önce belirtildiği gibi, ASEAN üyeleri hiçbir üye ülkenin idaresine müdahale etmeyecektir, çünkü ASEAN üyelerin birbirlerinin iç işlerine karışmamalarını, farklılıkların veya anlaşmazlıkların barışçıl bir şekilde çözülmesini, tehdidin ihlali veya güç kullanımının olmayışını ve kendi aralarında etkin işbirliği sağlanmasını desteklemektedir.

1.1 Ekonomik işbirliği olarak ASEAN

ASEAN, ekonomik bütünleşmeyi güçlendirmek açısından uzun bir yol kat etmiştir. Kuruluşlarından itibaren ekonomik ilerlemede doğru mekanizmayı bulmuşlar ve uygulamaya koymuşlardır. Daha önce belirtildiği üzere, ASEAN askeri bir antlaşma değil, yalnızca üye ülkelerin her birine yardım etmesini amaçlayan bir işbirliğidir. Kuruluşunun erken dönemlerinden bu yana, ASEAN'ın başarıların çoğu ekonominin durgunluğundan kaynaklanmaktadır. Buna göre, ASEAN'a katılan ülkeler daha önce üçüncü dünya ülkeleri iken ASEAN'ın günümüzde elde ettiği başarılarla bu ülkelerde ilerici bir büyüme yaşandığı şüphe götürmemektedir.

Asya Kalkınma Bankası Bölgesel Ekonomik Bütünleşmeye İlişkin Çalışma Raporu Serisi'ne (2010) göre, yeni gelişmekte olan ve halen gelişmekte olan bir ülke olarak, ASEAN üye ülkeleri son 25 yılın en hızlı ekonomik gelişmesini sağlamıştır. Bunların çoğu ASEAN'ın kurucu üyeleri: Endonezya, Malezya, Singapur ve

[28] Association of Southeast Asian Nations: Declaration on Formation of the Association. (1967). *International Legal Materials, 6*(6), 1233-1236. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/20690295

Tayland'dır. Dünya bankası, onlar için bir kategori oluşturmuş ve onları "mucize" ekonomileri ortaya çıkaran ülkeler olarak nitelendirmiştir. Öte yandan, ASEAN'ın Laos ve Vietnam gibi komünist üyeleri ve Kamboçya yoksulluktan çıkarak hızla yükselişe geçmiş ve dünya bu ülkelerin, yıllar içinde büyüme oranlarını göstermelerine ve planlı ekonomiden pazar ekonomisine geçişine tanıklık etmiştir. [29]

Buna ek olarak, dünya iletişim forumunun web sitesine göre, ASEAN ekonomisi dünyanın en hızlı büyüyen ekonomisidir. Ekonomistler, ASEAN'ın bir nesilde Avrupa Birliği'ni ele geçirebileceğini bile tahmin ettikleri bir model ortaya koymuştur. ASEAN, aynı zamanda sadece Avrupa Birliği, Kuzey Amerika ve Çin veya Hong Kong'u takiben dünyanın en büyük dördüncü ihracat bölgesi olarak sınıflandırılmıştır. ASEAN tek bir ülke olsaydı, muhtemelen dünyadaki yedinci en büyük ekonomiye sahip olacağı belirtilmiştir. Toplam Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'nın 2,6 trilyon ABD Doları olduğu göz önüne alındığında, Hindistan'ı geçerek Asya bölgesindeki en yüksek GSYİH'ye ulaştı. [30]

ASEAN, dış yatırım ve ticaret anlaşmalarını hareketlendirerek gelecek beklentilerini geliştirmiş gibi görünmektedir. 600 milyondan fazla insana ev sahipliği yapan ASEAN, aynı zamanda Çin ve Hindistan'ın ardından dünyanın üçüncü büyük işgücüne sahiptir. Sadece 2015 yılında, ASEAN ayrıca ASEAN Ekonomik Topluluğu'nu (AEC) kurmuştur. Genel olarak, AEC bölge genelinde ekonomik, politik, sosyal ve kültürel işbirliğini teşvik etmek ve hareket getirmek amacıyla kabul edilmiş ve oluşturulmuştur. Buradaki düşünce, Güneydoğu Asya'yı 10 üye ülkedeki malların, hizmetin, iş gücünün, yatırımın ve sermayenin serbest akışıyla birlikte küresel rekabet gücüne sahip tek bir piyasaya ve üretim üssü haline getirmekti. AEC misyonunun bir parçası olarak belirlenen özelliklerin yanı sıra, ASEAN'ın dış

[29] Asian Development Bank, ADB working paper series on regional economic integration.(2010) *Asean Eeconomic integration: features, fulfillments, failures and the future.* Retrieved 4 December 2016 from https://aric.adb.org/pdf/workingpaper/WP69_Hill_Menon_ASEAN_Economic_Integration.pdf

[30] Breene,K. (2016). 7 surprising things you probably dont know about ASEAN. Retrieved December 4, 2016, from https://www.weforum.org/agenda/2016/05/7-surprising-things-about-asean

ekonomik ilişkilerde tutarlı bir yaklaşım sergileyerek ve küresel tedarik ağlarına daha fazla katılım sağlaması ve takip edilebilecek küresel ekonomiye tam entegrasyonunu yönlendirmektedir.[31]

Son yıllarda Türkiye'nin bazı ASEAN üye ülkeleriyle ticari ve ekonomik ilişkiler kurduğu görülmüştür. Tarihe bakıldığında, Osmanlı İmparatorluğu'nun temsilcisi kesinlikle Güneydoğu Asya bölgesindeki limanlardan birini ziyaret etmiş olmalıdır. Bu kısım hakkında daha fazla bilgi daha sonra detaylı olarak açıklanacaktır.

1.2 Türkiye ve Güneydoğu Asya'da Dostluk ve İşbirliği Anlaşması

Mehmet Özkan'ın yazısında (2011), Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) iktidara geldiğinde, Türk dış politikası bazı değişimlere uğradığı belirtilmektedir. Kendisi ayrıca, Türkiye'nin dış politikalarındaki göze çarpan değişimin daha entelektüel yönde olduğu da kabul etmektedir. Türk dış politika yapıcıları, uluslararası politika anlayışını yeni bir çerçevede anlama kavramını benimsemiştir. Özkan, Türkiye'nin dış politikasında gidilen değişimin, Türkiye'nin siyasi dinamikleri sonucu ortaya çıktığını söylemiştir. [32]

Türkiye, Afrika ve Asya gibi uzak doğu ülkelerine yönelik algısını değiştirmekte gibidir. Türk dış politikalarındaki değişikliklere bakıldığında, daha kapalı bir dış ilişkiler politikasından küreselleşmeye doğru nasıl geliştiğini, ülkelerle iyi diplomatik ilişkilerin kurulmasının yanı sıra özellikle Afrika ve Asya ülkelerine destek ulaştırarak normal şartlarda iyi ilişkiler kurmakta zorlanacakları ülkelerle bağ kurmasından görebiliriz. Özkan bunu kendi sözleriyle şu şekilde ifade etmektedir:

---

[31] Asean Economic Community(AEC). (2016). *Fact-sheet.* Retrieved from http://asean.org/storage/2012/05/11c.-April-2016-Fact-Sheet-of-AEC.pdf

[32] Özkan, Mehmet. (2011).Turkey's 'New' Engagements in Africa and Asia: Scope, Content and Implications.*Perceptions.* 3. 115-137

"*Bu yeni bakış açısına göre Afrika ve Asya uzak ve sorunlu bölgeler olarak değil, siyasi ve ekonomik alanlarda ilişkilerin kurulması ve geliştirilmesi gereken ve gerektiğinde eylem birliğinin üstlenilmesi gereken ortaklıklar olarak kabul edilmektedir*."

Dünyaya açılma ve küresel ekonomiye katılım çabası 1980'lerde Turgut Özal yönetiminde gösterilmiştir ve dünyaya ilerici büyüme fırsatı olarak bakma hedefi AKP ile benzer bir bakış açısı yansıtıyordu. Ancak görünen o ki, AK Parti'nin stratejisini yenilediği ve icra tezahürlerinin Özal'a göre daha sistematik olduğu görülmektedir. 2000'li yıllarda Ankara, Asya bölgesine çok daha fazla ilgi gösteriyor gibiydi.

Anlaşılan, Asya bölgesi ile ilişkileri güçlendirmenin yolu, Türkiye'nin o bölgedeki varlığını artırarak bölgesel kurumlarla ilişkiler geliştirmesinden geçmiştir. Bu bağlamda, bölgesel kuruluşlar ASEAN'ı işaret etmektedir. Türkiye, ASEAN ile ilişkilerini geliştirmeye göz dikmiş; önce ASEAN'da gözlemci statüsüne başvurmuş, daha sonra 2010'da kabul edilmiş ve onaylanmıştır. Dışişleri Bakanı Ahmet Davutoğlu, 43. ASEAN Dışişleri Bakanları toplantısında 23-24 Temmuz 2010 tarihlerinde Vietnam'ın başkenti Hanoi'de ASEAN katılım sertifikası imzalamıştır. Kurumsal ilişkilerin kurulması, bölgedeki politik, ekonomik ve kültürel ilişkilerini daha da derinleştirme misyonuna katkıda bulunacaktır.[33]

Ahmet Davutoğlu'nun Türkiye dışişleri bakanı olduğu zamanlarda Türkiye, Güneydoğu Asya'daki TAC Anlaşma ve İşbirliği Anlaşması'na katılmıştır. Güneydoğu Asya'da Dostluk ve İşbirliği Anlaşması resmi olarak Endonezya'nın Bali kentinde imzalanan bir barış antlaşmasıdır. Bu antlaşmanın 1. maddesine göre antlaşmanın amacı; birbirlerine güç katan, dayanışma ve yakın ilişleri olan ülkelerin halkları arasında sürekli barışı, sürekli dostluğu ve işbirliğini teşvik etmektir.[34]

---

[33] Rumeli, B. (2007). Constructing regional community and order in Europe and Southeast Asia. Palgrave , Macmillan: London. 1st edition

[34] Davutoğlu ASEAN/TAC belgesini imzaladı, (2010,Temmuz 23) Sabah, erişim adresi : https://www.sabah.com.tr/dunya/2010/07/23/davutoglu_aseantac_belgesini_imzaladi

Antlaşmanın temelleri, insanları birbirine bağlayan mevcut tarih, coğrafya ve kültür bağları hakkında bilinçli ve gerçekçi olmaktır. Adalet ve kural veya yasaya saygı göstererek ve ilişkilerinde bölgesel esnekliği artırarak bölgesel barış ve istikrarı teşvik etme konusunda endişeli ve tutkulu olmaktır. Güneydoğu Asya'yı etkileyen konularda Birleşmiş Milletler Sözleşmesi'nin ruhu ve 25 Nisan 1955 tarihinde Bandung'daki Asya-Afrika Konferansı tarafından kabul edilen On İlke, Güneydoğu Asya Milletleri Birliği 8 Ağustos 1967'de Bangkok'ta imzalanmıştır. 27 Kasım 1971'de Kuala Lumpur'da imzalanan Deklarasyon ilkeleri ile uyumlu, Güneydoğu Asya'yı etkileyen konularda barış, dostluk ve karşılıklı işbirliğini geliştirme arzusu olmak, ülkeleri arasındaki farklılıkların veya anlaşmazlıkların çözümünün işbirliğini tehlikeye sokabilecek veya engelleyebilecek olumsuz tutumlardan kaçınarak rasyonel, etkili ve yeterince esnek prosedürlerle sağlanmasına ikna olmak, Güneydoğu Asya'nın içindeki ve dışındaki tüm barışsever ülkelerle işbirliği yapılması gerektiğine, dünya barışı, istikrarı ve uyumu sağlama konusunda inanmak demektir.[35]

Aynı bağlamda, ASEAN, antlaşmanın bir parçası olma yolundaki ilkeleri ve bunun belirli bir kısmını oluşturan; bütün ulusların bağımsızlığına, egemenliğine, eşitliğine, toprak bütünlüğüne ve ulusal kimliğine karşılıklı saygı ilkelerinin ana hatlarını çizmiştir. ASEAN, ideolojik açıdan ülkelerin yönetimine ve iç meselelerine müdahale etmemeyi benimseyerek kurulmuştur. Bu sebeple her devletin, ulusal varlığını dış müdahaleden, tahripten veya dayatmalardan kurtarmak için yöneltmeye hakkı vardır. Daha önce de belirtildiği gibi, birbirinin iç işlerine karışmak söz konusu değildir. Herhangi bir krizin gerçekleşmesi durumunda, barışçıl yollarla farklılıkların veya anlaşmazlıkların çözümü sağlanmalıdır. Tehdidin veya güç kullanımının reddi öne çıkmalı ve son olarak, kendi aralarında etkin bir işbirliğinin kurulmasına çözüm getirilmelidir.

[35] Esenbel, S & Alti,A. (2013). Turkey's changing foreign policy stance: Getting closer to Asia?. Retrieved December 3, 2016, from https://www.mei.edu/content/turkey's-changing-foreign-policy-stance-getting-closer-to-asia

1.3 Türkiye ve ASEAN

Türkiye 2010'da Dostluk ve İşbirliği Anlaşması'na katılmasının ardından, son zamanlarda ASEAN'e katılmaya ilgili olduğunu göstermiştir. Cumhurbaşkanı, 2015 yılında yaptığı 3 günlük Asya gezisi sırasında Endonezya'nın Jakarta kentindeyken bu konu hakkındaki düşüncesini paylaşmıştır. Bununla ilgili çeşitli medya raporları bulunmaktadır ve konu hem yerel hem de uluslararası haber ajansları tarafından ele alınmıştır. Başlangıç olarak, Türkiye haber ajansı, bu haberi hem Türkçe hem de İngilizce gazetesi olan meslektaşı Anadolu Post'ta yayınlayarak raporu bildirmiş ve onaylamıştır. Haberde Erdoğan'ın Endonezya'ya ASEAN üyesi olarak katılma niyetini dile getirdiği bildirilmiştir. Türkiye'nin Asya Pasifik bölgesinin dünya ekonomisine katkısı gibi, çok önemli bir şekilde büyüdüğünü ve iki bölge arasındaki işbirliğini artırma fikri olarak Türkiye'nin ASEAN'ın bir parçası olmasını istediğini söylediği şeklinde alıntı yapılmıştır.

Aynı haber bülteninde ayrıca, Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'nun liderlik ettiği Türkiye Dışişleri Bakanlığı heyetlerinin gideceği bir yer daha olduğu ve onun 48. ASEAN Dışişleri Bakanları Toplantısının yapıldığı Kuala Lumpur olduğu da bildirilmiştir. Resmi geziye Erdoğan katılmamış, ancak heyetten Türkiye İş Liderleri Ekonomi Bakanı, Nihat Zeybekçi; Enerji Bakanı, Taner Yıldız; Sağlık Bakanı, Mehmet Müezzinoğlu ve Ulaştırma Bakanı Feridun Bilgin katılım sağlamışlardır. ASEAN ile ilişki kurma çabalarına ek olarak, haber bülteni ayrıca Türkiye ile işbirliği arasındaki ilişkilere önemli bir konu da aktarılmaktadır: Cakarta'daki Türk Büyükelçiliği, birliğe büyükelçi atanması çabasıyla ASEAN'a akredite edilmiştir.[36]

Haberin sonuna doğru, Türkiye'nin neden doğrudan ASEAN'ın bir parçası olamadığı da açıklanıyordu. Anadolu Post, ASEAN'a kabul edilmesine ilişkin kriterleri, ASEAN Tüzüğü 6. maddesinin 2. fıkrasında belirtilen şekilde, yeni üyeliğin kabul edilmesinin yalnızca Güneydoğu Asya bölgesine yakın olan ülkeler

[36] Romah,A. (2015). Erdogan wants Turkey in ASEAN. Retrieved December 3, 2016, from https://www.aa.com.tr/en/turkey/erdogan-wants-turkey-in-asean/20877

için açık olduğunu belirtmiştir. Haberde ayrıca, Türkiye'nin en yakın ASEAN üye ülkesi Myanmar'dan yaklaşık 6.000 kilometre uzakta olduğuna da dikkat çekilmiştir.

Açıkçası, Türk dış politikasında bir değişim paradigması vardı, Türkiye'nin diğer ülkelerle karşılaştırıldığında, özellikle Asya ülkelerine farklı bir yaklaşım benimsediği görülmüştür. Bu stratejiye Türkiye'nin küresel erişimi denilebilir. Anadolu Post tarafından yayınlanan bazı haberlerde, uluslararası ilişkiler stratejisinin uygulanması olarak bahsedilmiştir. Politika yapıcılar daha fazla seyahat edip, küresel erişim alanını genişletmek için fazladan yol kat ediyordu. Bilim adamları ve akademisyenler, bu defa seyahatlerin sadece memurlardan, politikacılardan ve bürokratlardan ibaret olmadığının farkındalardı. Türk delegasyonları hem akademisyenler tarafından hem de şirket yöneticileri tarafından takip ediliyordu.

Türk idaresi tarafından dünyaya önemli bir etki bıraktığı tespit edilen diğer girişimler, dünya genelinde yeni diplomatik hedefler oluşturmaktadır: vize şartının diğer ülkelerle karşılıklı olarak ücretsiz seyahati sağlamak için kaldırılması, farklı coğrafyalarda Türk kültürünü ve dilini destekleyerek faaliyet gösteren kültür merkezleri açmak. Bunun dışında, Türkiye, Asya ülkeleri arasındaki diyalog ve anlayışın arttırılması için girişimlerde bulunmuştur.

Görünen o ki, aydın kişiler ve akademisyenler, Erdoğan'ın yurtdışı gezileri hakkında da konuşmuşlardır. Erdoğan'ın selefi Bülent Ecevit, yalnızca bir Asya ülkesini ziyaret ederken, Erdoğan 14 ülkenin hepsini ziyaret etmiştir. Küresel erişim yoluyla yalnızca Türkiye'den seyahat eden siyasi liderin değil, aynı zamanda sıradan Türk vatandaşlarının da Türkiye ile diğer ülkeler arasındaki vize kaldırma anlaşmaları sayesinde farklı ülkelere seyahat ettikleri ve hareketliliğin arttığı fark edilmiştir

Bununla birlikte, Türklerin 2013 yılında vize başvurusu yapmaksızın 69 ülkeye seyahat edebileceği ve bunların 14'ünün Asya ülkesini de içerdiği belirtilmiştir. Bugün itibariyle, bu noktadan üç yıl sonra, pasaport endeksine göre, Türk vatandaşları 102 ülkeye seyahat edebilmektedir. Bu sonuç, kaydedilen

ilerlemenin hızla sonuçlandığını ve Türk vatandaşlarının gidebileceği ülke listesinin iki katından daha fazla uzadığını göstermektedir.

İKİNCİ BÖLÜM
ASEAN ÜYESI ÜLKELER ILE TÜRKIYE ILIŞKILERI

Türkiye, ASEAN üyeliğinin bir parçası olarak veya sadece bire bir diplomatik ilişkiler nedeniyle sırasıyla ASEAN ülkelerine ulaşmıştır. Bununla birlikte, bu yazının Türkiye ile üye ülkeleri arasındaki ilişkileri farklı yönlerden; ekonomik açıdan kültürel ve sosyal sorumluluk perspektifinden toplaması ve belirlemesi amaçlanmıştır.

2.1 Türkiye ve Brunei

Türkiye, 1984'te Brunei Sultanlığı ile diplomatik ilişkiler kurmuş ve 15 Ekim 2013'te Brunei Sultanlığı Büyükelçiliğini açmıştır. Ankara'daki Brunei Elçiliği 8 Ocak 2014 tarihinde açıldı. Brunei Sultanı Hacı Hassanal Bolkiah, 12-15 Ekim 2012 tarihlerinde Türkiye'yi ziyaret etmiştir. Bu ziyaret, iki ülke arasında yapılan ilk Devlet Başkanı ziyaretiydi. Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, 9-10 Kasım 2012 tarihlerinde Brunei'yi ziyaret etmiştir. İki ülke arasındaki ilk Başbakan ziyaretiydi

2.2 Türkiye ve Endonezya

Türkiye ile Endonezya arasındaki ilişki 2004 yılında kurulmuştur. Tıpkı Malezya ile olduğu gibi, Türkiye ve Endonezya, Nisan 2011'de, 11'inci Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, Endonezya'yı ziyaret ettiğinde Endonezya Başkanı Susilo Bambang Yudhoyono ile tanışıp stratejik ortaklıkla ilişkilerini geliştirmiştir. Abdullah Gül, Endonezya'yı ziyaret etmeden önce, şu ana kadarki güçlü ikili ilişkilerin hâlâ temel değerleri olan "Türkiye ve Endonezya: Yeni Bir Dünya Düzeninde Gelişmiş Bir Ortaklığa Doğru" adlı ortak bir bildiri imzalamıştır.

İki millet arasındaki ilişki daha sonra Türkiye'nin mevcut cumhurbaşkanı olan Erdoğan aracılığıyla güçlendirilmiş ve derinleştirilmiştir. Erdoğan, Türkiye'yi ASEAN'ın bir parçası yaptığını açıkladığı yer olan Endonezya'ya üç günlük bir

ziyaret düzenlemiştir. Diğer Türk heyetleriyle yapılan üç günlük ziyaret, her iki ülkenin de, Türkiye Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) ile Endonezya Ticaret ve Sanayi Odası (KADIN) arasındaki ticaret, yatırım, teknoloji ilişkilerini güçlendirmek için bir mutabakat zaptı imzalaması nedeniyle çok ilerleme göstermiştir.

Bu yönüyle kültürel açıdan, Jakarta'nın merkezinde Türk kültür, tarih, dil ve edebiyat öğretiminin yayılmasından ve desteklenmesinden sorumlu Yunus Emre Kültür Enstitüleri açılmıştır. Sosyal sorumluluk açısından bakıldığında, 2004'te Güneydoğu Asya'da yaşanan feci trajedilerden biri tsunamiydi ve Endonezya'da bir şehir olan Acheh tsunamiden en çok etkilenen şehir olmuştu. Bu süre zarfında, Türk liderler ve STK'lar bölgeyi ziyaret etmişlerdir. Yapılan yardım çalışmalarının yanı sıra, orada gerçekleşen yardımlara da katkıda bulunmuşlardır.

2.3 Türkiye ve Filipinler

2014 yılında Türkiye Başbakanı Ahmet Davutoğlu, iki ülke arasındaki diplomatik ilişkilerin kurulmasından bu yana Türkiye liderinin ilk ziyaretini yapmıştır. Türkiye Kalkınma Ajansı, TİKA, sosyo-ekonomik kalkınma işbirliği alanında iki ülke arasında önemli bir bağlantı sağlamıştır. Nisan 2015'te TİKA, Filipinler'in tamamını kapsamakla görevli Manila ofisini açmıştır.

Türkiye, hükümetle Moro İslami Kurtuluş Cephesi arasındaki müzakereleri kolaylaştıran BM Uluslararası Filipinler Temas Grubu'nda yer almıştır. Bu müzakereler, ülkede yıllarca süren militan isyanını sona erdirmenin yolunu açması muhtemel bir anlaşma getirilmesine yardımcı olmuştur.

2.4 Türkiye ve Kamboçya

İki ülke arasındaki ekonomik ve politik ilişkiler, coğrafi uzaklık nedeniyle sınırlı kalmıştır. Dışişleri Bakanı Çavuşoğlu, Mart 2015'te Kamboçya'yı ziyaret etmiştir. Bu ziyaret ilk Dışişleri Bakanı ziyareti oldu. İki ülke arasındaki ticaret hacmi 2014 yılında yaklaşık 124 milyon dolardı; Türkiye'nin Kamboçya'ya ihracatı

12 milyon dolara, ithalat ise 113 milyon dolara ulaştı. Türk Uluslararası İşbirliği ve Kalkınma Ajansı (TİKA) tarafından desteklenen "Kamboçya-Türkiye Dostluk Yolu Projesi" iki ülke arasındaki dostluğa katkıda bulunmuştur.

2.5 Türkiye ve Laos

İki ülke arasındaki ilişkiler, coğrafi uzaklık nedeniyle oldukça sınırlı kalmıştır. Laos Başbakan Yardımcısı ve Dışişleri Bakanı Bay Sisoulit Thongloun, daha sonra Dışişleri Bakanı Sayın Bay Ali Babacan tarafından düzenlenen resmi davetle 6-7 Nisan 2008 tarihlerinde Türkiye'yi ziyaret etmiştir.

İki ülke arasındaki ticaret hacmi 2014 yılında yaklaşık 7,2 milyon dolardı; Türkiye'nin Kamboçya'ya ihracatı 4,8 milyon dolara, ithalat ise 2,4 milyon dolara ulaşmıştır

2.6 Türkiye ve Malezya

Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı'na göre, Türkiye ve Malezya'nın ilişkileri, 1964'ten bu yana uzun zamandır yakın ikili ilişkilere dayanan geniş tabanlı ortaklığın temelinde kurulmuştur. İşler, Şubat 2011'de Başbakan Recep Tayyip Erdoğan ve Malezya Başbakanı Datuk Seri Najib Razak'ın Türkiye-Malezya'nın stratejik ortaklık veya resmi adıyla "Stratejik Çerçeve" ile yükseltilmesi veya ilerletilmesi üzerinde anlaşmaya vardığı Şubat ayında bir başka seviyeye gelmiştir. Bu, iki ülkenin siyasi, ekonomik ve kültürel bağlar açısından daha derin bir bağ kurmalarını ve geliştirmelerini sağlamaktadır.

Malezya medyasından Borneo Post'ta yayınlanan başka habere göre, 2011'de her iki ülkeye giriş için vize şartı kaldırılmış ve Malezya Başbakanı vize şartının kaldırılmasının, iki ülke arasındaki seyahatlerin iyileştirilip teşvik edilmesi ve "insandan insana" etkileşiminin hareketlendirilmesi için olduğunu söylemiştir.

Bunun dışında, son zamanlarda, Türkiye ve Malezya, 2014 yılında gerçekleşen bir Serbest Ticaret Anlaşması (FTA) imzalamış ve anlaşma 1 Ağustos 2015 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu anlaşmanın tartışmaları 2010 yılında Ankara'da başlamıştır. Ardından, dokuz tur müzakere yapılmış ve daha sonra Nisan ayında Uluslararası Ekonomi ve Sanayi Bakanı Datuk Seri Mustapa Mohamed ile Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi arasında Ocak 2014'te Ankara'da anlaşma imzalanmıştır. [37]

2015 G20 Liderler Zirvesi tarafından Malezya, 15-16 Kasım 2015 tarihlerinde Antalya'da düzenlenen G-20 Zirvesi'ne ASEAN başkanı olarak davet edilmiştir. Malezya Başbakanı Dato Sri Najib Razak, Zirve çerçevesinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile bir araya gelmiştir.

2.7 Türkiye ve Myanmar

1958 yılında Türkiye ile Myanmar arasındaki diplomatik ilişkiler kurulmuştur. Bangkok'taki Türk Elçiliği, Myanmar'daki Elçilik 9 Mart 2012'de faaliyete geçene kadar Myanmar'a akredite edilmiştir. Myanmar'ın, Türkiye'de yerleşik bir elçiliği bulunmamaktadır. Kahire'deki Myanmar Büyükelçiliği Türkiye'ye akredite edilmiştir.

Birinci Dünya Savaşı sırasında İngilizler tarafından ele geçirilen Türk askerlerinin iki savaş mezarlığı vardır. Bu askerler Myanmar'a getirilmiş ve bir zamanlar İngiliz kolonisi olan bu ülkede hayatlarını kaybetmişlerdir. Bunlardan biri (Thayet'te) yeniden inşa edilmiştir ve diğerinin (Meikhtila) restorasyon sürecinin yakın gelecekte başlaması beklenmektedir.

[37] Malezya Uluslararası Ticaret ve Sanayi Bakanı Dato' Sri Mustapa Mohamed ile Toplantı İstanbul'da gerçekleşti,Retrieved 4 December 2016, from https://www.deik.org.tr/malezya-uluslararasi-ticaret- ve-sanayi-bakani-dato-sri-mustapa-mohamed-ile-toplanti-istanbul-da-gerceklesti

2.8 Türkiye ve Singapur

Bir haber bülteni, Ankara'daki Singapur Büyükelçiliği başkanına göre *Chargé d'Affaires* Lorling Lee'nin, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın Ocak 2014'te yaptığı ziyaret üzerine Singapur ve Türkiye arasındaki ilişkinin güçlendiğini belirttiğini söylemektedir.

Erdoğan'ın Singapur ziyareti sırasında iki lider, ekonomi bakanlarına Serbest Ticaret Anlaşması ile ilgili müzakereleri düzenlemeleri ve başlatmaları için talimat vermiştir. Türkiye ile Singapur arasındaki Serbest Ticaret Anlaşması (FTA), Kasım 2015'de Başbakan Lee'nin G-20 Liderler Zirvesi vesilesiyle Türkiye'ye yaptığı ziyaret sırasında imzalanmıştır. Bu anlaşma, ticaret ve yatırımın yanı sıra kamu alımlarını ve hizmet sektörlerini içerdiğinden, Türkiye'nin imzaladığı en kapsamlı Serbest Ticaret Anlaşması'dır.

Türkiye ve Singapur, "Gelir Vergilerine İlişkin Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi ve Mali Kaçakların Önlenmesi" ve "Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması" konusunda da anlaşmalar yapmıştır. Buna ek olarak, 2009 yılında Türkiye-Singapur İş Konseyi kurulmuştur.

Singapur Bilim, Teknoloji ve Araştırma Ajansı (A * Star) ve Türkiye Eğitim Vakfı (TEV) arasında yapılan anlaşma ile 2011 yılından beri her yıl 15 Türk öğrencisi Singapur'da TEV Bursu altında eğitim görmektedir.. [38]

2.9 Türkiye ve Tayland

Tayland, tarih boyunca güçlü krallıklarıyla güçlü bir şekilde yönetiliyordu. Bu nedenle Tayland ile Türkiye arasındaki ilişkinin, Tayland'ın ASEAN'ın bir parçası olmadığı günlere kadar uzandığı konusu şüphe götürmez.

[38] Unal,A. (2014). Singapore and Turkey rediscovering each other. Retrieved December 4, 2016 from https://dailysabah.com/politics/2014/05/02/singapore-and-Turkey-resdiscovering-each-other

Bununla birlikte, Mart 2015 dolaylarında, Türkiye Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu, ekonomiden güvenlik, akademik işbirliği ve uluslararası işbirliğine kadar çeşitli ikili konularda görüşmelerde bulunduğu Başbakan Yardımcısı ve Dışişleri Bakanı Tanasak Patimapagorn ile bir araya gelmiştir. Aynı zamanda bu ikili, iki ülkenin ilişkilerini stratejik bir ortaklığa taşımayı kabul etmiştir.

Tayland'da 32 Türk şirketi, Türkiye'de 15 Tayland şirketi faaliyet göstermektedir. İş Konseyi ve Ortak Ekonomik Komisyon (JEC) kuruluşlarından bu yana sırasıyla üç ve dört kez toplanmıştır. Türkiye ve Tayland arasındaki Serbest Ticaret Anlaşması (FTA) müzakerelerinin yakın gelecekte başlaması beklenmektedir.

2.10 Türkiye ve Vietnam

Türkiye'nin Vietnam ile ikili ilişkileri, özellikle ekonomik ve ticari alışverişler açısından her alanda gelişmektedir. Dışişleri Bakanı Çavuşoğlu'nun Mart 2015'teki ziyareti, 17 yıllık bir aradan sonra Vietnam'a yapılan ilk Dışişleri Bakanı ziyaretiydi.

Türkiye ile Vietnam arasında her alandaki işbirliğinin yasal yolunun tamamlanması yönünde yapılan çalışmalar çerçevesinde 2014 yılında Yatırımların Karşılıklı Teşvik ve Korunması ve Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması ve 2015 yılında Sivil Havacılık ve Denizcilik Anlaşması İşbirliği Anlaşmaları imzalanmıştır.

Türkiye ve Vietnam arasında altı tur Ortak Ekonomik ve Ticaret Komitesi toplantısı yapılmıştır. Ankara ve Hanoi 2011 yılında kardeş şehir olmuşlardır, İstanbul ve Ho Chi Minh City, Antalya ve Nha Trang de kardeş şehir olma yolunda ilerlemektedir.

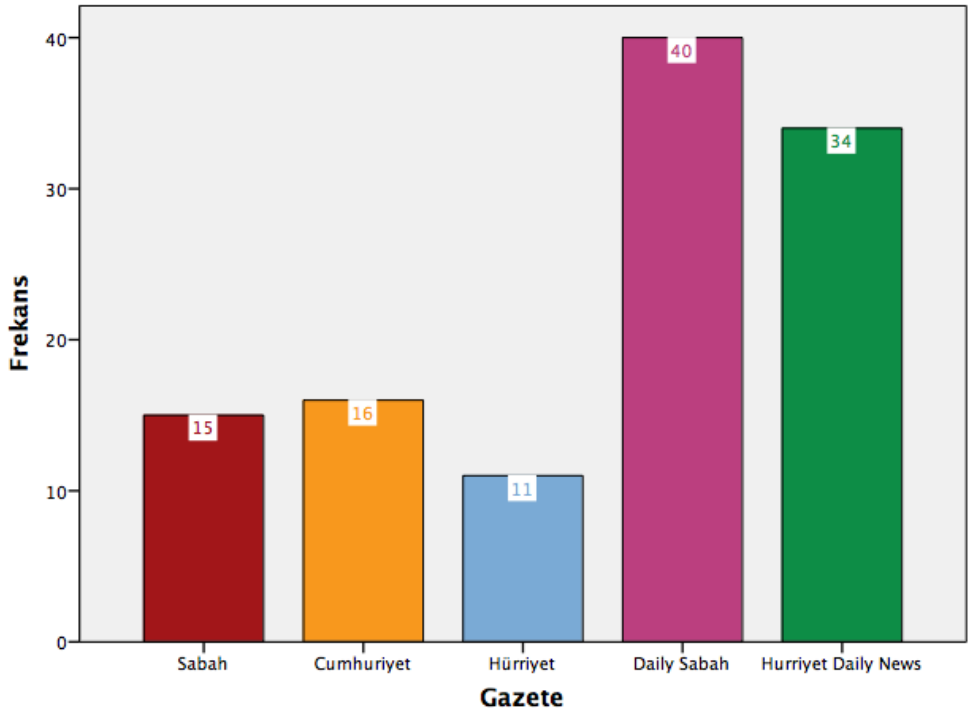
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRK MEDYASINDA ASEAN

Araştırmanın bu bölümünde ASEAN'ın Türk medyasında, Daily Sabah ve Hürriyet Daily News'den oluşan İngilizce gazete ile Sabah, Hürriyet ve Cumhuriyet'ten oluşan Türkçe gazeteler arasında ne sıklıkla yer aldığı anlatılmaktadır. Tüm haber bülten örneklemeleri Ocak 2015 - Aralık 2017 tarihleri arasında alınmıştır. Veri analizi aşağıdakiler gibi beş (5) ayrı kategoriye ayrılabilir: (i) Haberlerin özellikleri, (ii) sınıflandırma ve yazar, (iii) ek, (iv) haber kaynakları ve alıntılar (v) yazıların görüşü ve tonu.

3.1 Haberlerin özellikleri

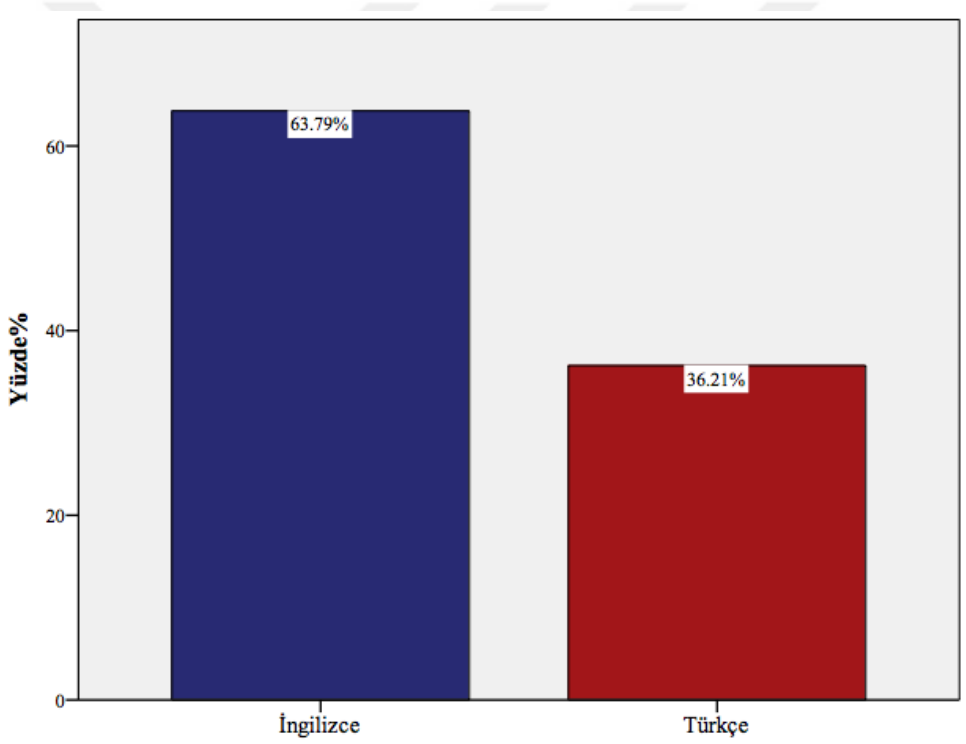
İki (2) İngilizce ana akım gazeteden ve üç (3) Türkçe ana akım gazeteden toplam 116 haber toplanmıştır



Şekil 3.1.1 Örneklenen gazetelerde ASEAN ile ilgili yayınlanan toplam makale sayısı.

Şekil 3.1.1, 2015 - 2017 yılları arasında ASEAN ile ilgili toplam makale

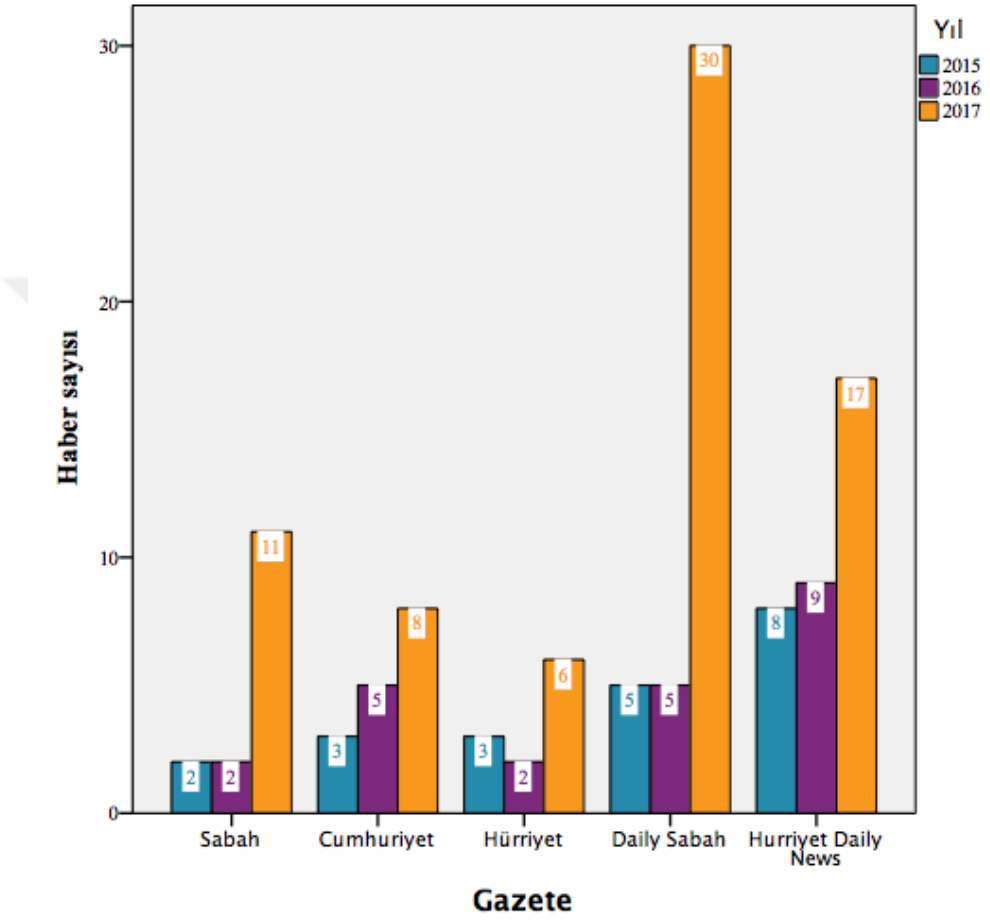
sayısını göstermektedir. Hepsi içinde, ASEAN hakkında en çok makale yayınlayan gazete Daily Sabah, onu takiben Hürriyet Daily News olmuştur. Ardından, Cumhuriyet gazetesiyle bu sayı oldukça düşmüştür, onu takiben Sabah ve son olarak Hürriyet gazetesi yer almaktadır. Dil açısından bakıldığında, ASEAN ile ilgili makalelerin çoğu İngilizce düzey gazetelerde bulunabilir, bu durumda hem Daily Sabah hem de Hürriyet Daily News. Öte yandan, Türkçe gazetelerin sayımları birbirine yakın olmakla birlikte, başı Cumhuriyet çekmiş, ardından Sabah ve Hürriyet sonuncu olmuştur.



Şekil 3.1.2 İngilizce ve Türkçe gazetelerinin

Şekil 3.1.2, dil kategorisine bölünebilecek toplam gazete yüzdesinin toplam yüzdesini gösterir; bu durumda, iki dil ortamı vardır: Türkçe ve İngilizce. Şekil 3.1.2'de ayrıca İngilizce gazetelerin Türkçe gazetelerden ağır bastığını göstermektedir. Üç yıllık süre zarfında, toplam 116 makalenin % 63,8'i İngilizce gazetede,% 36,2'lik geri kalanı Türkçe gazetede bulunur. Şekil 3.1.2, her bir gazetenin, gazetenin diline bağlı olan hedef kitlesine göre öngörülebilir bir sonuç ortaya koydu. İngilizce haber yayınlamak, okurların sadece Türk değil, aynı zamanda

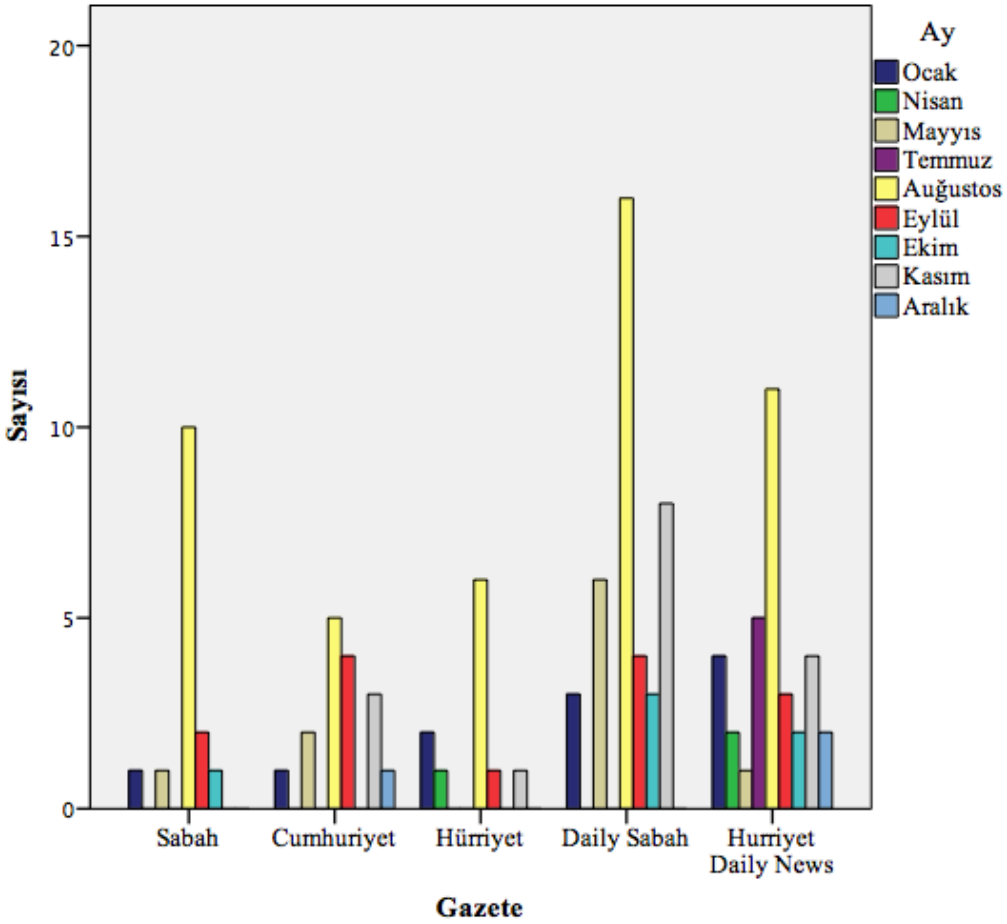
dünyanın her yerinden gelen, Türkiye'yi ziyaret eden veya burada yaşan kişiler olduğu anlamına gelir.



Şekil 3.1.3 ASEAN makalelerinin 2015 yılı ile 2017 arasında dağılımı

Şekil 3.1.3, ASEAN makalelerinin üç yıl boyunca gazetedeki dağılımını göstermektedir. Görünüşe göre, kümelenmiş çubuk grafik tüm gazetelerin 2015 ve 2016 yıllarına göre 2017'de ASEAN ile ilgili daha fazla makale yayınladığını göstermektedir. 2017 yılının geri kalanını zirveye çıkaran gazete, 30 makale ile Daily Sabah, 17 makale ile Hürriyet Daily News, 11 makale ile Sabah, 11 makale ile Cumhuriyet 8 ve 6 makale ile Hürriyet olmuştur. Şekil 3.1.2, 2016 ve 2016 yıllarının yalnızca bir (1) veya iki (2) makale farklılığına sahip olan aynı makale sayısına sahip olduğunu kanıtlamaktadır. Şekil 3.3'teki sayıların dağılımıyla görülmektedir ki, İngilizce gazete, ASEAN hakkında haberler veya uzak doğudan haberler hakkında

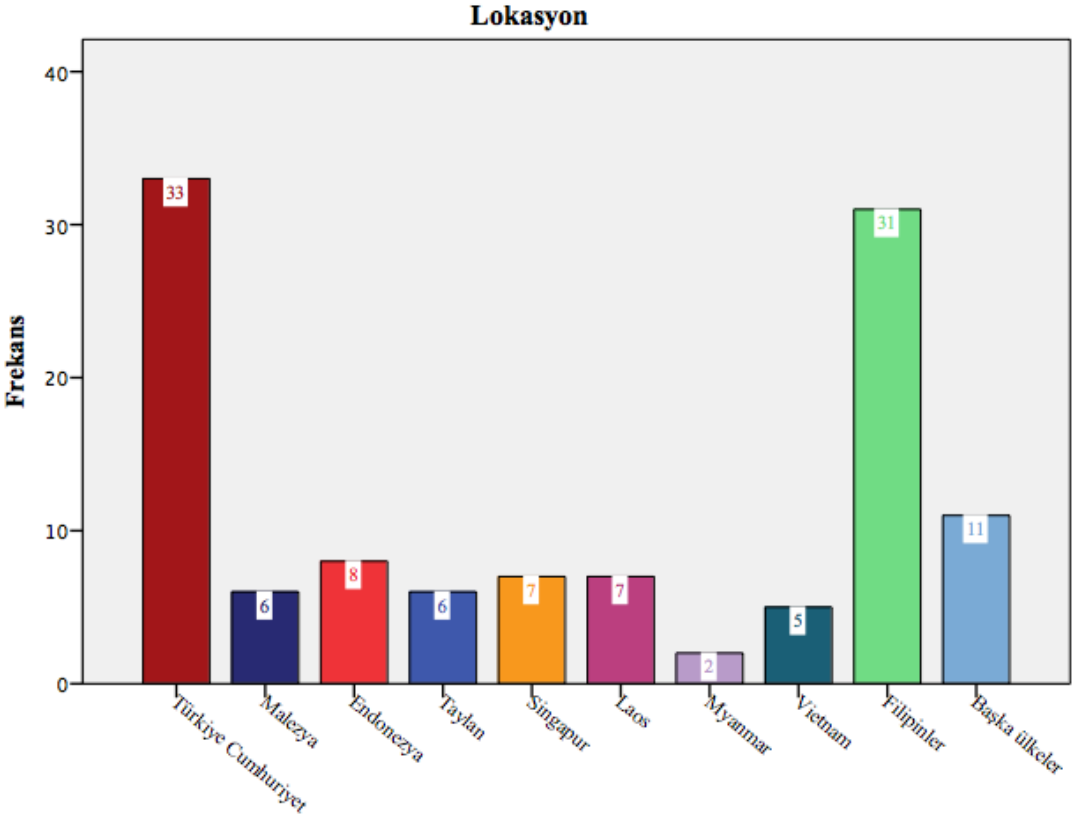
daha fazla bülten yayınlamış; açık bir nedenle, İngilizce gazetenin İngilizce okuyabilen okuyucuları hedef almıştır ve bu İngilizce gazetelerin her ikisinin de hedef kitlesinin bir kısmı İstanbul'da yaşayan yabancılardır.



Şekil 3.1.4 ASEAN makalelerinin aylara göre dağılımı

Yılın tüm ayları içinde, ASEAN ile ilgili makalelerin çoğunun Ağustos ayında yayınlandığı Şekil 3.1.4'ten anlaşılmaktadır. Öte yandan, örneklenen tüm gazeteler tarafından yayınlanan ASEAN haberlerinin zaman kalıbı değişmektedir. Sabah gazetesi için Ağustos ayı, diğer aylara oranla en fazla haber yayınlanan aydır, diğer aylar sayı nispeten düşükken, aynı kalıp Hürriyet gazetesinin sonucunda da görülebilir. Cumhuriyet, sonuçlarında, yayınlanan ASEAN ile ilgili makalelerin sayısının tüm aylar boyunca birbirine nispeten yakın olduğu, yine de Ağustos ayının en çok haber yayınlanan ay olduğu, bir sabit eğri modeli ortaya koymuştur. Daily Sabah, Ağustos ayında diğer gazetelere göre en fazla sayıda makaleye yayınlarken,

Hürriyet Daily News'te tutarlı sayıda makale yayınlandığını, diğer aylara göre kıyaslandığında aylarca boş kümelerin bulunmadığını görülür. Ağustos ayı makalelerin ana başlıklarının ve içeriklerin, eski Başbakan Binali Yıldırım ve Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'nun 2017'deki 50. ASEAN Dışişleri Bakanları Toplantısı'na katılmak gibi farklı durumlar için Vietnam, Singapur ve Manila gibi tek bir yolculukta birçok ASEAN ye ülkesine yaptığı ziyaretler dolayısıyla uzak doğuya yöneldiği görülmektedir. Bunun da ötesinde, Türkiye ASEAN tarafından resmi olarak ASEAN sektörel diyalog ortağı olarak ilan edildi, bu nedenle Ağustos ayında ASEAN ile ilgili makalelerin sayısı artmıştır.



Şekil 3.1.5 Raporlanma yerine göre makalelerin dağılımı

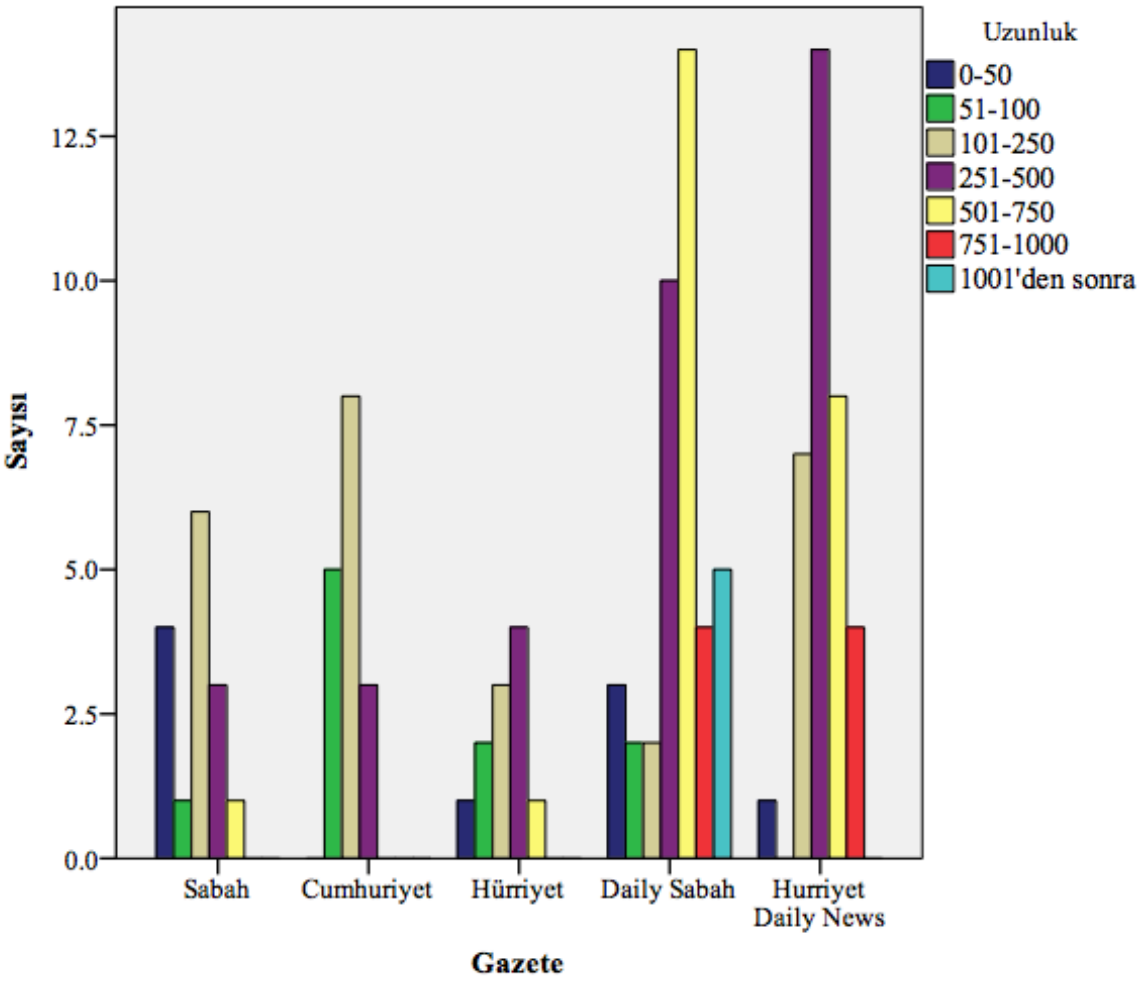
Şekil 3.1.5'e dayanarak, her haber makale basılabileceği bir yer bulacaktır, çoğu makale bizi diğer ülkelere kıyasla Türkiye Cumhuriyeti'ne götürmektedir. Sırada Filipinler bulunmaktadır ve bunu Türkiye ve ASEAN dışındaki ülkeler takip etmektedir. Ülkenin başkenti Ankara'daki açıklamaları ve takip öyküleri, ASEAN büyükelçilerinin hareketi ve kayda değer kutlamaları gibi bu vakada listelerde en üst sıralarda yer alması şaşırtıcı değildir. Filipinler 2017'de ASEAN'ın başkanı olduğu

için, tüm gazetelerdeki haberlerin çoğunda bu ülkeden bahsedilmesi dikkate değerdir; 2017 yılında Filipinler'de yapılan 50. Dışişleri Bakanları Toplantısı'nda Türkiye'nin ASEAN'ın sektörel diyalog ortağı olmasının resmi açıklamasıyla Türkiye ile ASEAN arasındaki ilişkinin zirve yaptığı sene hakkındaki ve 50. Dışişleri Bakanları Toplantısında diğer ülkeden meslektaşlarla görüşülmesi ve tartışılmasıyla ilgili diğer makaleler mevcuttur.

Uzunluk

		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli yüzde
Valid	0-50	9	7.8	7.8	7.8
	51-100	10	8.6	8.6	16.4
	101-250	26	22.4	22.4	38.8
	251-500	34	29.3	29.3	68.1
	501-750	24	20.7	20.7	88.8
	751-1000	8	6.9	6.9	95.7
	1001’den uzundur	5	4.3	4.3	100.0
	Toplam	116	100.0	100.0	

Tablo 3.1 Bütün gazetelerde ASEAN makalelerinin uzunluğu



Şekil 3.1.6 Bütün gazetelerde ASEAN ile ilgili makalelerin uzunluğu

Tablo 3.1 ve Şekil 3.1.6, tüm gazetelerdeki makalelerin uzunluğunu tartışmaya açmakta uygundur. Tablo 3.1'e göre, tüm gazetelerdeki çoğu makalenin uzunluğu 251 ila 500 kelime arasındadır ve 1001 kelimeden daha fazla olan makaleler tüm gazetelerde en az sayılan makalelerdir. Daha yakından bakıldığında, Şekil 3.1.6, Tablo 3.1'e dayanan daha fazla bilgi sunar ve ASEAN ile ilgili makalelerin çoğunun 251 ila 500 kelimelik belirli bir aralıkta yayınlandığı görülmektedir. Ancak Daily Sabah, en uzun makalesi 501 ile 750 kelime arasında olduğu için işleri değiştirmiştir ve bu İngilizce dilindeki gazete, aynı zamanda 1001'den daha uzun, genellikle makale özelliğine sahip uzun yazılar da taşımaktadır.

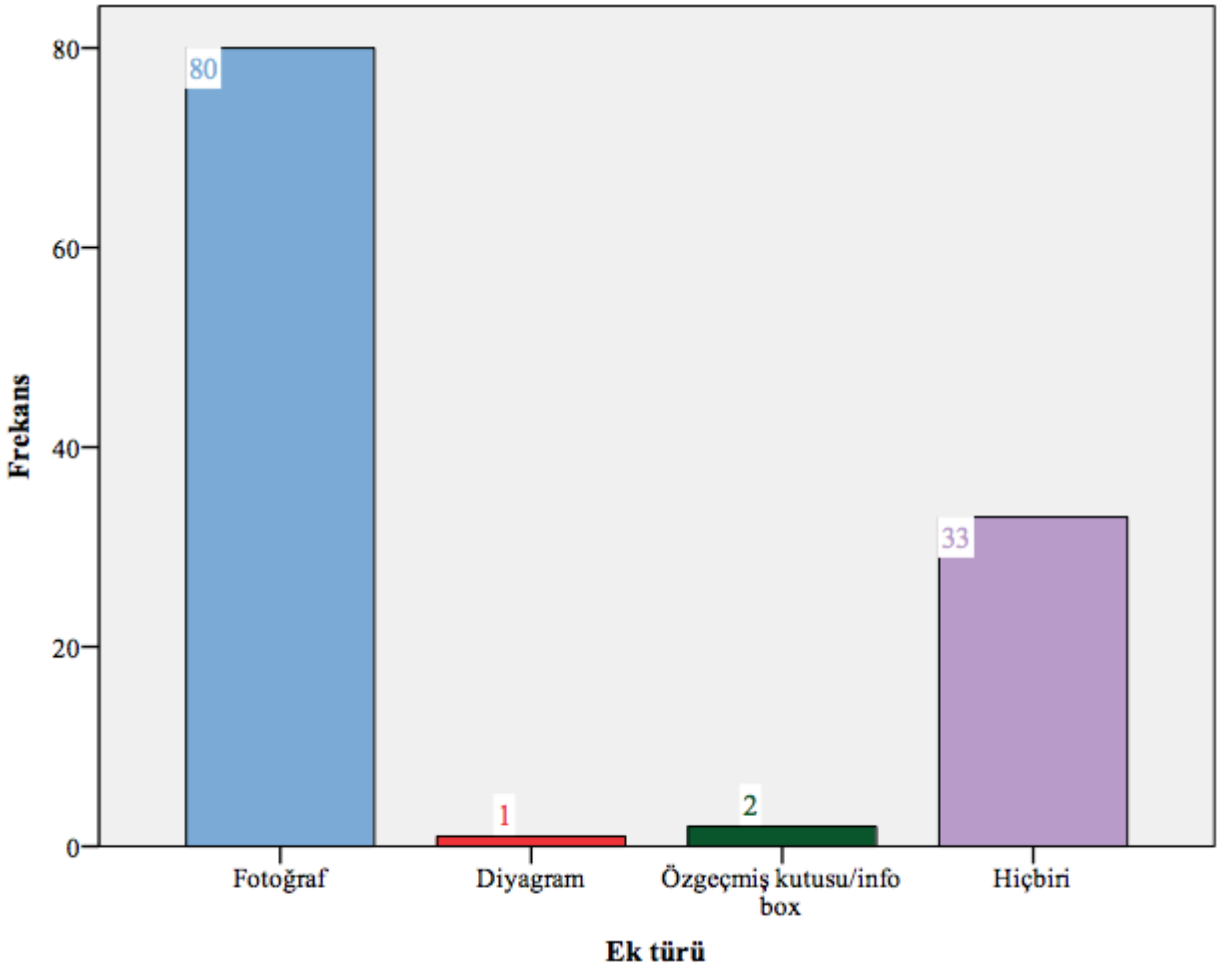
Açıkçası, Daily Sabah gazetesinde yayınlanan uzun makalelerin çoğu röportajdan oluşmaktadır, Daily Sabah örneğinde, Türkiye'nin başkenti Ankara'da ASEAN ülkesi Büyükelçisi ile röportaj yapılmaktadır. ASEAN ile ilgili makaleleri

en az olan Cumhuriyet gazetesinin ortalama makale uzunluğu 51-100 ila 251-500 kelime arasındadır.

3.2 Eşlik eden ek: Resimler, fotoğraflar ve görseller

Resimler, fotoğraflar ve görseller gazetelerin en iyi eşlikçileridir. Tek bir makalede verilen bilgilere resim koyma konusunda yardım sağlamanın yanı sıra okuyucuların dikkatini çekerler. Bu araştırmada, fotoğraflar, görüntüler ve resimler, gazetenin haber ve bilgilerini vermede ciddi olduğunu gösteren parçalardır. Geleneksel medyanın alan konusunda tutumlu olduğu iyi bilinmektedir, dolayısıyla haber bülteninde yer alan fotoğrafın varlığı bu haberin önemini göstermektedir. Fotoğraf, bir makalenin ortak ekidir, ancak haber bülteninde yan bilgi sağlayan bir çizim ile gelen bazı makaleler vardır.

Bu araştırmada, örneklenen tüm gazetelerin ek olarak fotoğraf içermesi ve haber makalesiyle birlikte gelmesi için muhtemelen bilgi kutusu gibi nadir sayıda illüstrasyon olması beklenmektedir. Örneklenen gazetelerden toplanan haber raporlarının ekleri konusunda bakılması gereken birkaç şey vardır, veri analizinin bu bölümü, çoğu gazetenin haber bültenine eşlik eden bir fotoğraf eklemeyi seçip seçmediğini öğrenmek için ayrılmıştır ve hatta tek bir haber bülteninde birden fazla eki olan örnekler de vardır. Bunun dışında, bu veri analizine yardımcı olmak için kullanılan kodlama sayfası ayrıca, haber bülteninin yanında fotoğrafı olan kişinin çoğunlukla Türkiye'den, ASEAN ülkelerinden veya Türkiye ve ASEAN dışındaki ülkelerden gelen liderler olup olmadığını belirleyen kodlama sağlamaktadır.

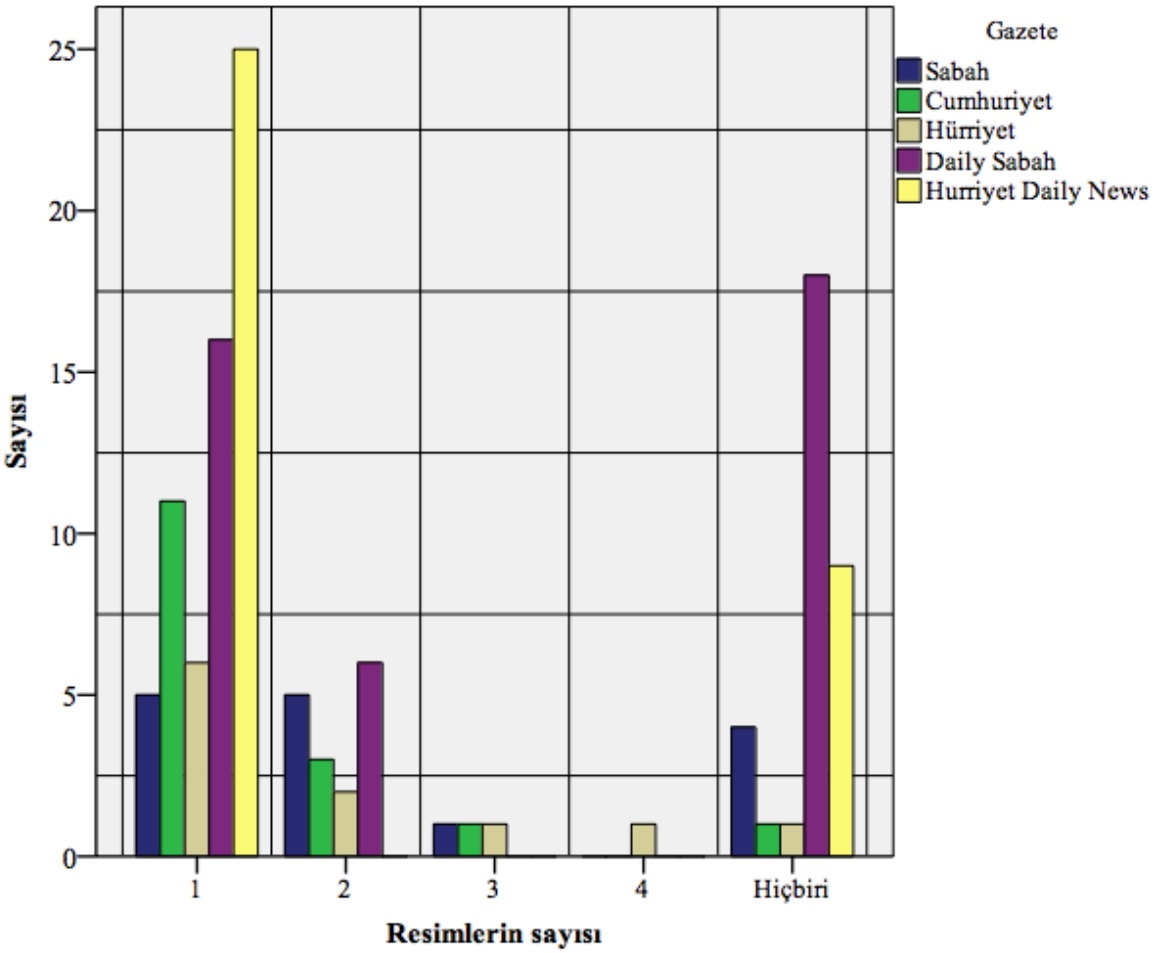


Şekil 3.2.1 Haber makalesi ile birlikte verilen ek türü

Tahmin edildiği gibi, Şekil 3.2.1, Türk gazetelerinin fotoğrafı, haberlerine en iyi ek bilgi olarak gördüklerini göstermektedir. 116 makaleden yaklaşık 80'inde, makaleyle birlikte bir veya daha fazla fotoğraf eklenmiştir. Oysa arka plan kutusuyla, sadece şema veya düzen kutusuyla yalnızca 2 makale yayınlanmıştır. Bununla birlikte, istatistiklerin geri kalanında hiçbir ek yoktur, tek başlarına birer haber makaleleridir. Fotoğraf bir gazetecinin haber bültenine ekleyebileceği en kolay ektir, neredeyse tüm gazetelerinin abone olduğu, tüm dünyadan haberleri alabilmelerini sağlayan haber ağı tarafından sağlanan dijital fotoğraf kaynağından fotoğraf aktarmak oldukça kolaydır.

ASEAN haberlerinin Türkiye'nin ulusal basında yer almasının önemini daha da ispatlamak için, Şekil 3.2.2, her bir gazetenin ASEAN ile ilgili haber bülteniyle birlikte yayınladığı fotoğraf sayısını göstermeye devam edecektir. Daha önce de

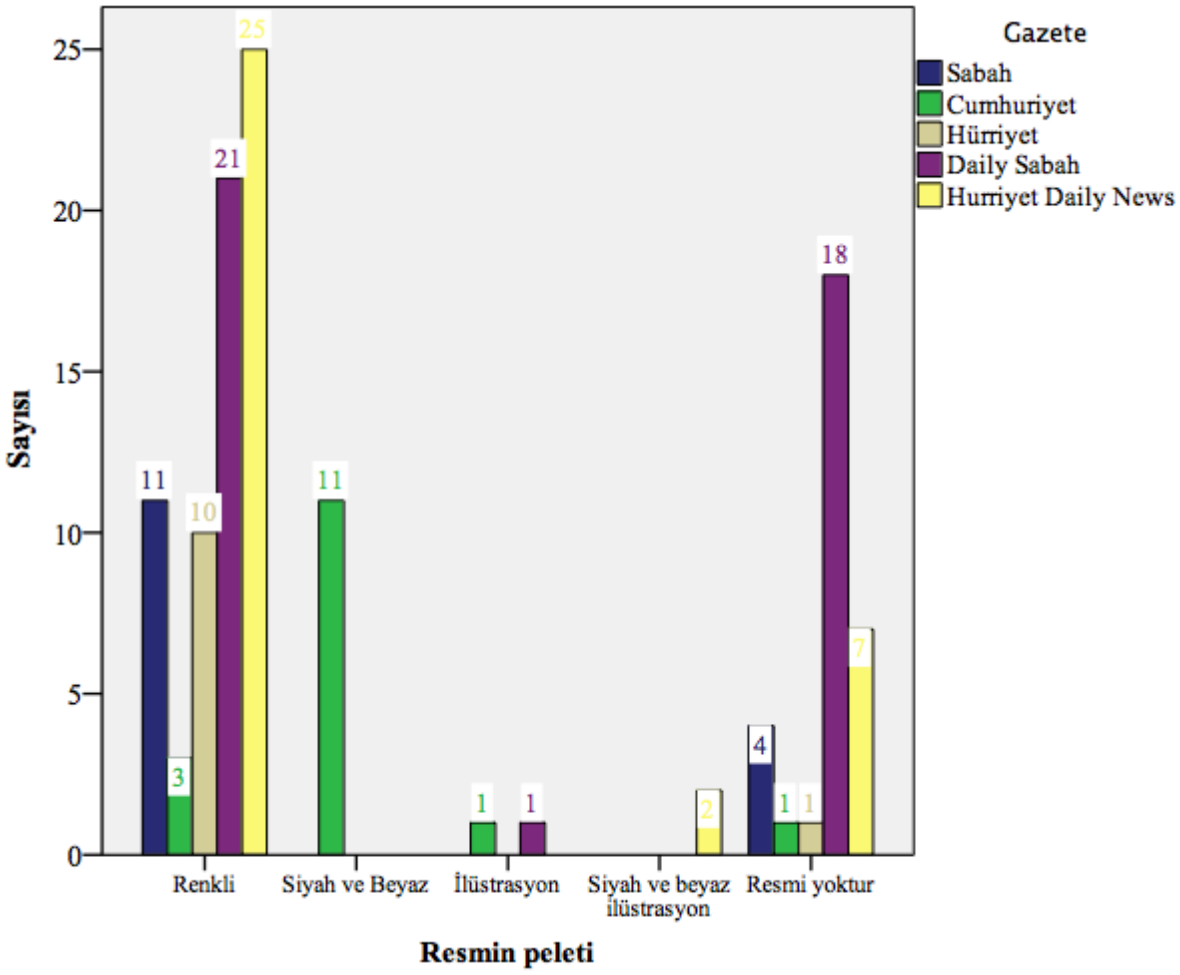
belirtildiği gibi, geleneksel basılı gazeteler alan söz konusu olduğunda tutumlu ve çok hesaplıdır, bu nedenle habere eşlik eden fotoğraf sayısı, gazetenin haberin kendisini yayınlama konusundaki taahhüdünü göstermektedir. Bununla birlikte, tüm ürk gazetelerinin görsel odaklı olduğu herkes tarafından çok iyi bilinmektedir.



Şekil 3.2.2 Her gazete için habere eşlik eden fotoğraf veya resim sayısı

Şekil 3.2.2'e göre, genellikle tüm gazeteler haberlerinde bir tane fotoğraf, resim veya çizim kullanırlar. Görünüşe göre, Hürriyet Daily News'in ekleri yalnızca bir fotoğraf ekinin ilk yuvasında ve eki olmayan makaleler için son yuvada bulunabildiğinden ya bir eki vardır ya da hiç yoktur. Şaşırtıcı bir nokta, ASEAN ile ilgili en az makaleyi yayınlayan gazete, ASEAN ile ilgili makaleleri ile birlikte en fazla eki taşıyan tek gazete olarak Şekil 3.2.3'te tanımlanmıştır. Hürriyet gazetesi, gazetede yayınlanan bir makale için dört (4) eke sahiptir. Bu sırada, Türkçe

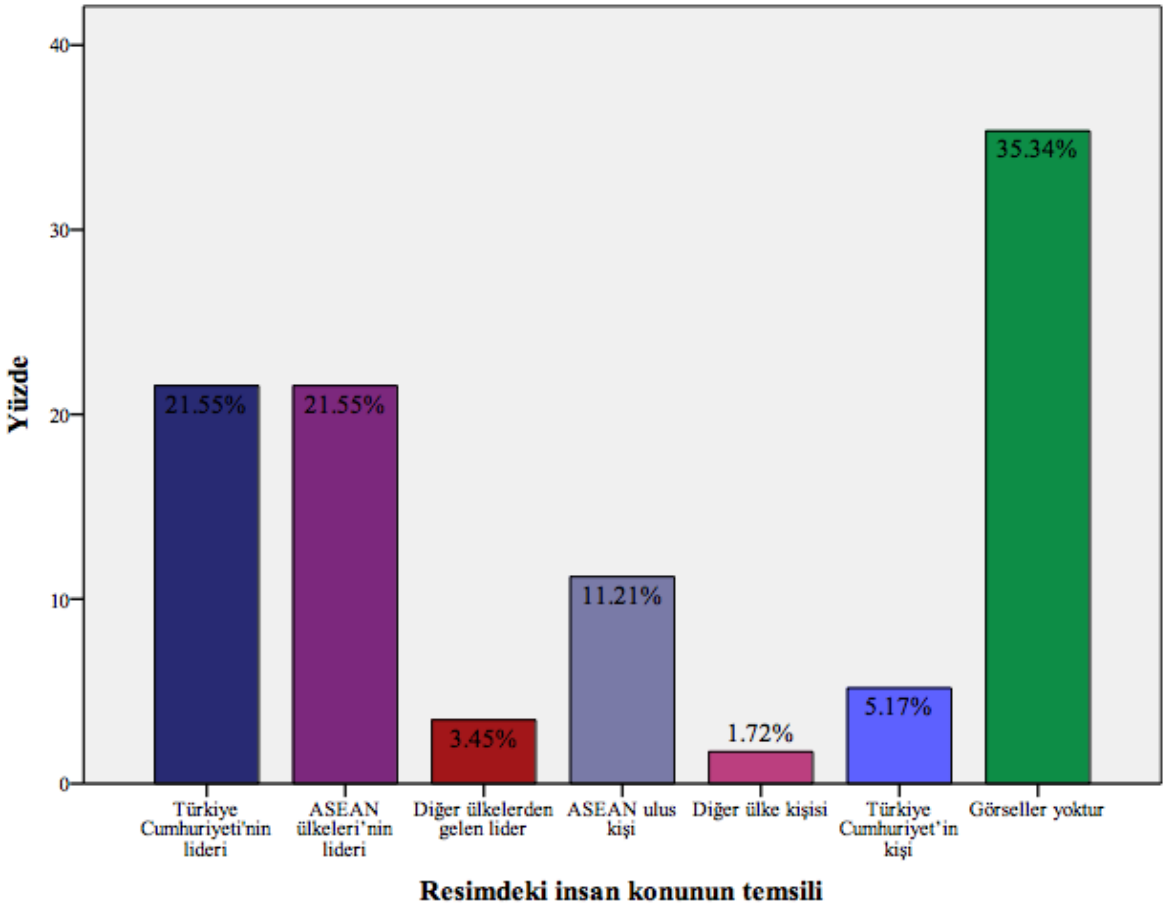
gazetelerin geri kalanı, yalnızca Türkçe gazetelerin 3 sayılık eki ve 4 sayılık ek yuvasını işgal ettiğinden, söz konusu alan olduğunda cömert görünüyor. Bununla birlikte, 3 veya 4 eke sahip makalelerin sayısı bunaltıcı miktarda değildir, bu, söz konusu gazetelerin, belli başlı haberlere odaklandığı anlamına gelebilir; örneğin, en dikkat çeken haber başlığı, Türkiye Cumhuriyeti'nin resmi olarak ASEAN sektörel diyalog ortağı ilan edildiği ve Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan veya eski Başbakan Binali Yıldırım'ın, tıpkı kendilerinden önce gelenler gibi Endonezya, Vietnam ve Laos gibi ülkelere yapmış oldukları ziyaretlerdir. Bunlar, birden fazla görüntü veya fotoğraf içermeyi haber olarak kabul ettikleri haberlerdir.



Şekil 3.2.3 Tüm gazetelerdeki resimlerin peleti

Şekil 3.2.3, tüm gazetelerde bulunan ASEAN ile ilgili tüm makaleler için eklerin peletini göstermektedir. Genel olarak bakıldığında, tüm gazeteler, her gazete eki için

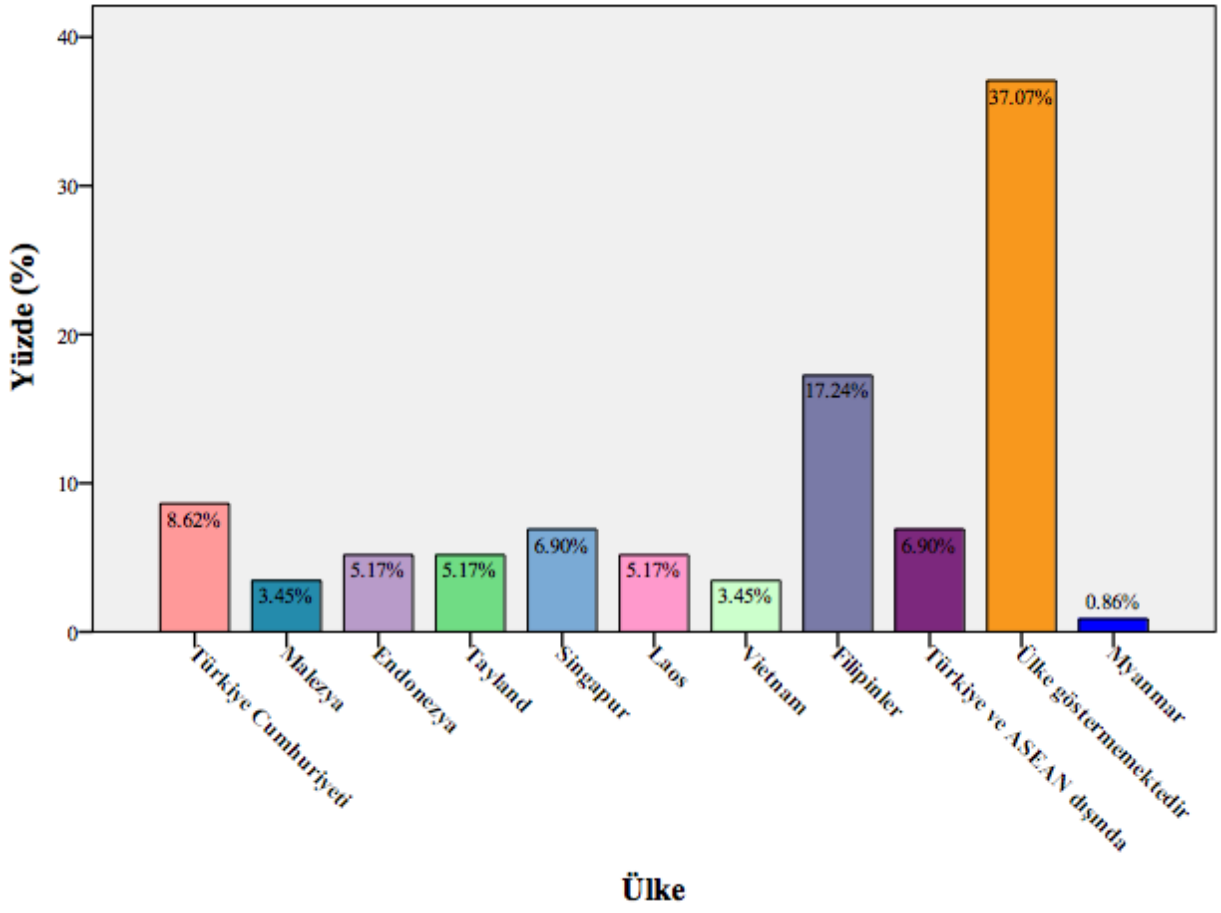
bir renkli pelet kullanmaktadır. Ancak, siyah-beyaz slotta, yalnızca Cumhuriyet gazetesi, ekleri için siyah ve beyaz peletlerine sahiptir. Ayrıca şunu belirtmek gerekir ki Cumhuriyet gazetesi eklerinin hepsinde siyah beyaz resim peletini kullanmamaktadır, sınırlı sayıda renkli ekleri vardır. İlüstrasyon açısından, Cumhuriyet gazetesi ve Daily Sabah için tek renkli bir örnek, Hürriyet Daily News için 2 adet siyah-beyaz örnek var gibi görünmektedir. Sonuç olarak, Cumhuriyet gazetesinde renkli fotoğraflardan, siyah beyaz fotoğraflara ve renkli çizimlerden tutun ek peletlerinin neredeyse tümünü içeren çeşitli eklerin bulunduğu görülmektedir.



Şekil 3.2.4 Örneklenen gazetelerde insan fotoğraflarının gösterilmesi

Şekil 3.2.4'e göre, çubuk grafik, hem Türkiye Cumhuriyeti hem de ASEAN ülkelerinden gelen lider yüzdesinin aynı olduğunu, fakat fotoğrafların yer almasının en yüksek yüzdeyi almadığını göstermiştir. Liderler açısından her iki taraf da eşittir; bu, Türk gazetelerinin yanlı olmadığını ve haberleri olaylara göre yan tutup aktarmadığını gösterir. Sıradan vatandaşlar tarafında ise, ASEAN ülkelerinden

insanların temsil edilmesinde Türkiye Cumhuriyeti'ne oranla bir artış olduğu görülmektedir. Grafikte sonuncusu, Türkiye ve ASEAN dışındaki ülkelerin liderleri veya vatandaşlarıdır. Bu, genel olarak dünyanın dört bir yanından liderleri davet eden ASEAN Zirvesi'ni kapsayan bir haber makalesi olabilir. Bu nedenle, başka bir haber öyküsü, Türkiye, ASEAN ülkeleri ve genellikle Amerika Birleşik Devletleri, Rusya, Çin, Hong Kong, Kuzey Kore ve Bangladeş gibi diğer ülkelerin liderlerini arasında gerçekleşen tartışmaların sonuçlarını yüzeysel bir şekilde bildirilmesini içermektedir.

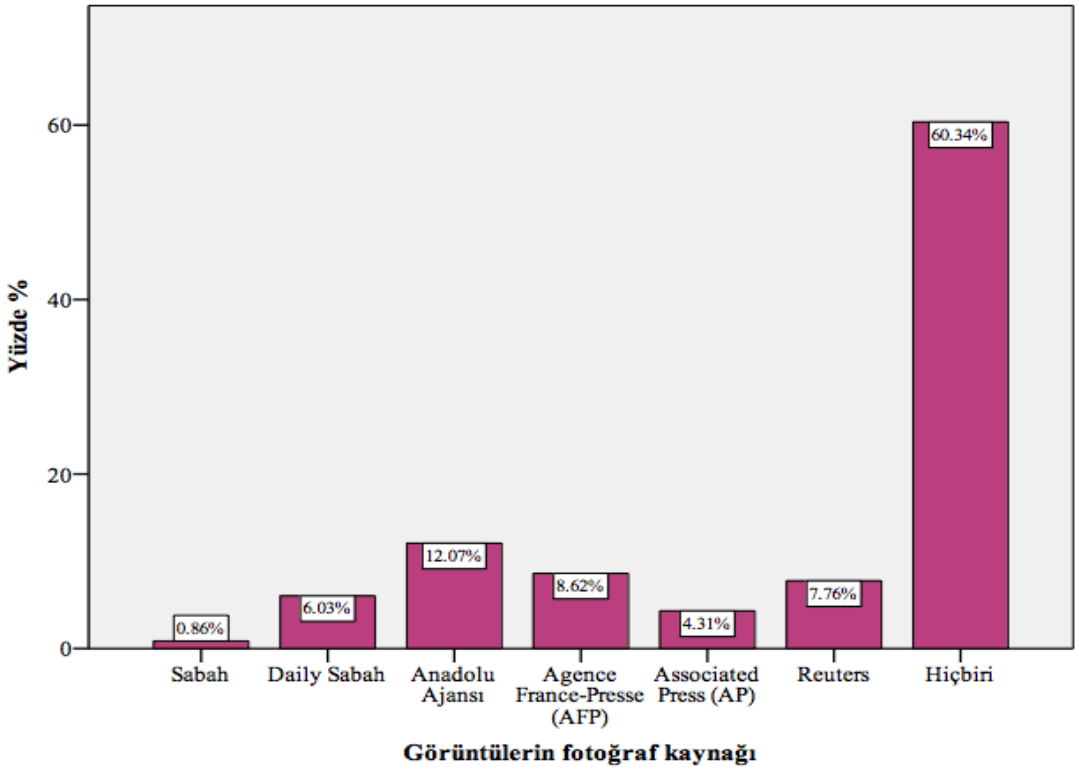


Şekil 3.2.5 Fotoğrafların gazetedeki yerleri

Şekil 3.2.5, örneklenen tüm gazetelerdeki ASEAN ile ilgili makalelerdeki fotoğrafların çoğu, %17,2 oranında coğrafik açıdan Filipinler'i işaret eden bir etiketlemedir (20 makale). Ardından, Türkiye Cumhuriyeti yüzde 8,6 (10 makale), ardından Singapur ve Türkiye ile ASEAN dışındaki ülkeler yüzde 6,9 (8 makale),

ardından Tayland, Endonezya ve Laos yüzde 5,2 (6 makale), Malezya ve Vietnam yüzde 3,4 (4 makale) ve son olarak Myanmar yüzde 0,8 (1 makale). 2017 Nisan ve Kasım aylarında Filipinler başkenti Mila'da 30. ve 31. ASEAN Zirvesi gerçekleştiği için en çok oradan bahsedilmiştir. Zirvelerden önce, Filipinler devlet başkanının, 2017'de ASEAN başkanı olmasıyla medyayı ateşlendiren tartışmaya yol açacak hareketlerde bulunduğunu ve sözler söylediğini, bir de Amerikan Başkanı Donald Trump'ın zirveye kısa bir süre katıldığında selefinin ikisi de birbirlerine arkadaşça davranmalarının medyada tartışmalara sebep verdiğini unutmamak gerekir.

Bunu takip eden Türkiye Cumhuriyeti, bu durumda, ASEAN ve Daily Sabah ile ilgisi olan herhangi bir haber hakkında yorum yapan bakanların açıklamalarının, özellikle ASEAN ülkelerinin Türkiye'nin başkenti Ankara'daki Ankara Büyükelçilerini dâhil etmeye daha eğilimli olduğu görülmektedir. Türkiye'nin ASEAN'a katılımı ve Türkiye'nin güneydoğu Asya ülkelerindeki iş potansiyeline dahil olması hakkında tartışan Singapur Büyükelçisi ile çeşitli görüşmeler yapılmıştır.

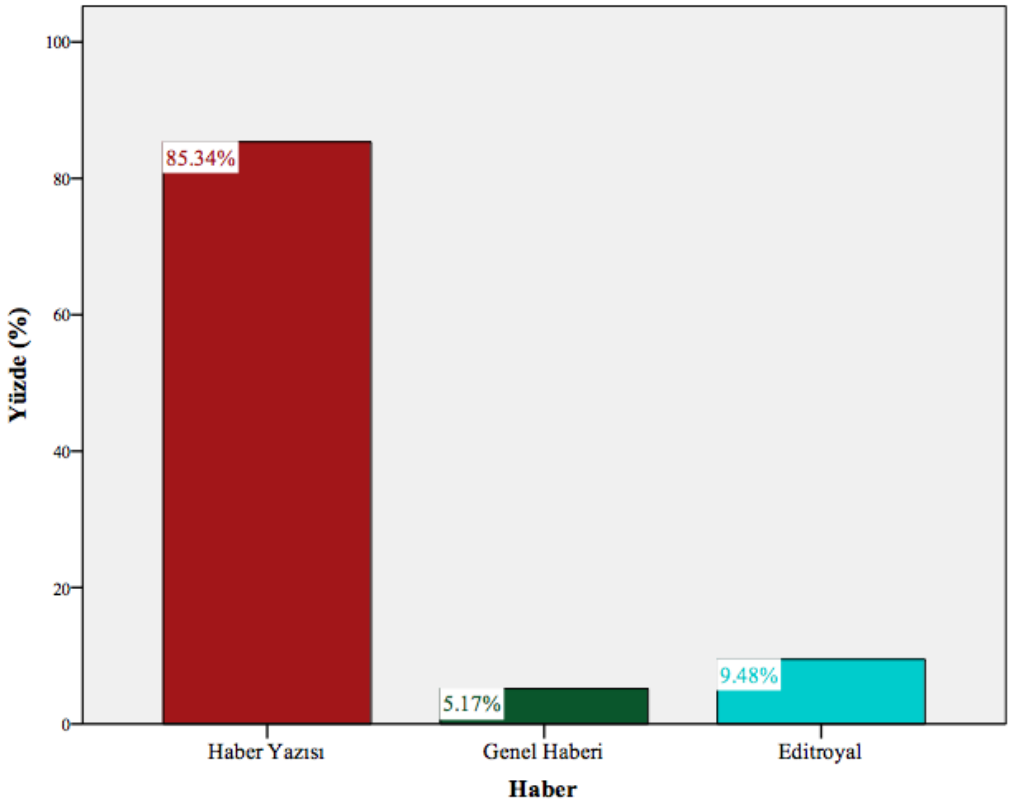


Şekil 3.2.6 Tüm gazetelerde yer alan görüntülerin fotoğraf kaynağı

Şekil 3.2.6, tüm gazetelerden toplanan verilerden elde edilen fotoğraf kaynağının yüzdesini göstermektedir. Gazetelerin yaklaşık yüzde 60,3'ü (70 makale) haber makalesinin bir parçası olarak eklenen resimlerin kaynağından bahsetmemiş veya alıntı yapmamıştır. Görüntülerin kaynağı, çoğu uluslararası haber ajansının ve özellikle yerel haber ajansının veya haber ağlarının bulunduğu dijital görüntü arşivinden elde edilebilir. Bu bağlamda, Anadolu Ajansı, görüntülerin kaynağını gösterme kategorisinde tabloda lider konumundadır. Yüzde 12'lik oranı (14 makale) olmasının sebebi muhtemelen Anadolu Ajansı'nın haber kapsamıyla birlikte editörün veya gazetecinin belirli haberler için seçtiği nitelikleri karşılayan resimlerdir.

Ardından uluslararası gazeteler gelmektedir: Agence France Presse (AFP) 8,6 (10 makale), Reuters yüzde 7,7 (9 makale). Her ne kadar diğer kaynak kaynaklarının yüzdesi kadar olmasa da, Daily Sabah ve Sabah gazetesi, kendi fotoğraflarını kullanan tek gazetedir, bu da kendi fotoğrafçılarını çalıştırdıkları ve fotoğrafı haberin bir parçası olarak kullandıkları anlamına gelir.

3.3 Sınıflandırma ve Yazar



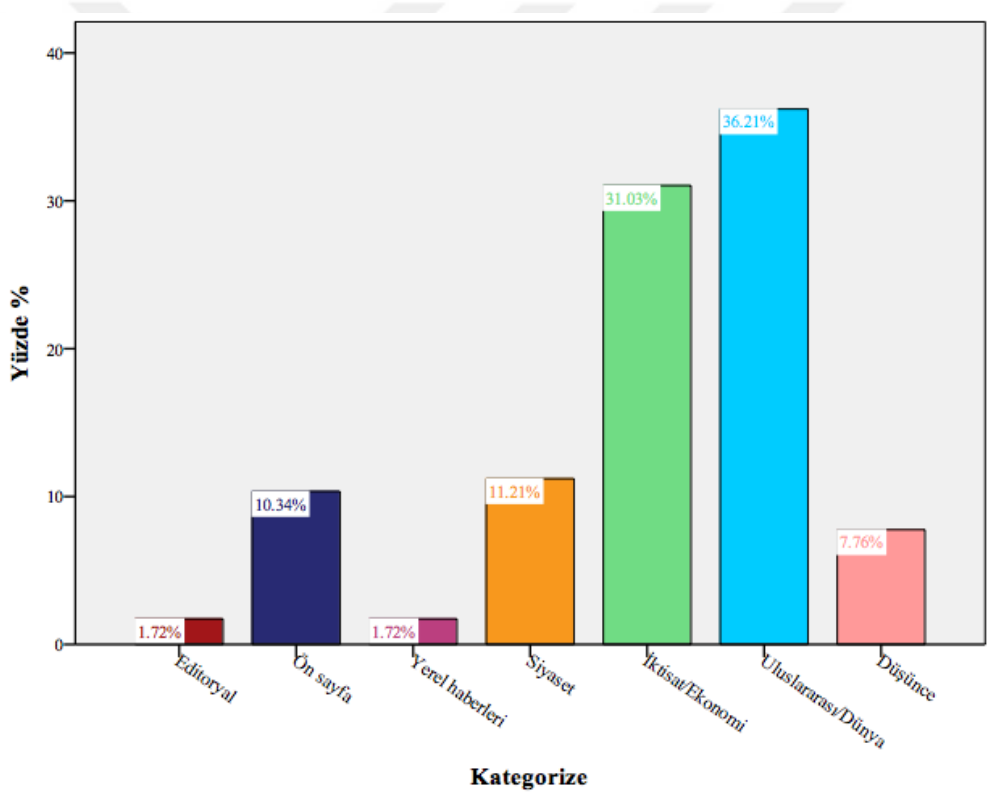
Şekil 3.3.1 Haber türünün yüzdesi

Gazeteye dahil olan haber türlerini tanımak için birkaç yaklaşım vardır. Lehman-Wilzig ve Seletzky'ye göre, (2010), [39] gündemdeki olayları anlatan haberler (hard news) yerel ve uluslararası düzeyde dikkat gerektiren önemli bir yapıya sahip olan haber türünü ifade eden bir etikettir. Pöttker'e (2003) [40] gündemdeki olayları anlatan haberin kendisinin nesnelliğini vurgulayan raporlama kategorisindedir ve zor haberler makalesinin yapısı, en önemli olayları haberin en üstüne ya da başlangıcına yerleştirilmesi gereken ters piramide benzer. Lehman-Wilzig ve Seletzky, (2010), gündemdeki olayları anlatan haberlerin karşıtı olan eğlence amaçlı haberleri de sınıflandırmaktadır. Bu tarz haberler, içinde kişisel dokunuşlar barındırabilen haberlerdir ve yayınlanmaları için acele edilmemelidir, herhangi bir yayın süresi için bir ambargo olabilir. Türk medyasında ASEAN makaleleri söz konusu olduğunda,

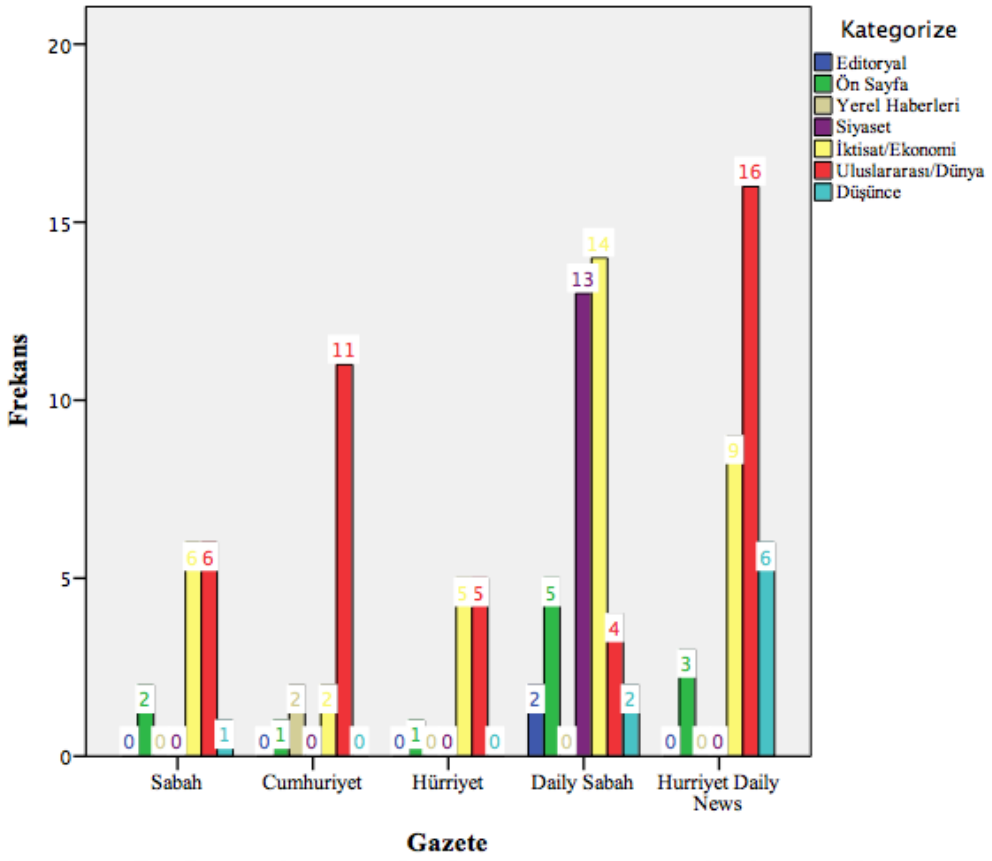
[39] Lehman-Wilzig, S. N., & Seletzky, M. (2010). Hard news, soft news, 'general' news: The necessity and utility of an intermediate classification. Journalism, 11(1), 37–56. https://doi.org/10.1177/1464884909350642

[40] Horst Po¨ttker (2003) News and its communicative quality: the inverted pyramid—when and why did it appear?, Journalism Studies, 4:4, 501-511, DOI: 10.1080/1461670032000136596

makalelerin çoğunun, Türk medyasının ASEAN hakkındaki haberleri okurlarına zamanında sağlaması gerçeği ile açıklanabilecek, yüzde 85,3'lük (99 makale) dilimde yer alan, gündemdeki olayları anlatan makaleler olduğu anlaşılabilir. Bununla birlikte, eğlence amaçlı haberler yalnızca siyaset bilimi veya iktisat uzmanı olan editoryal ve konuk yazarların açıklamalarını ve görüşleri içeren makaleler haberlerin yüzde 9,5'ini oluşturmakta olup (11 makale), ardından genelde bir ASEAN ülkelerinin devlet görevlileriyle yapılan görüşmeleri içeren genel haberler yüzde 5,2 (6 makale) olarak takip etmektedir.



Şekil 3.3.2 Örneklenen tüm gazetelerden ASEAN makalelerinin kategorize edilme yüzdesi



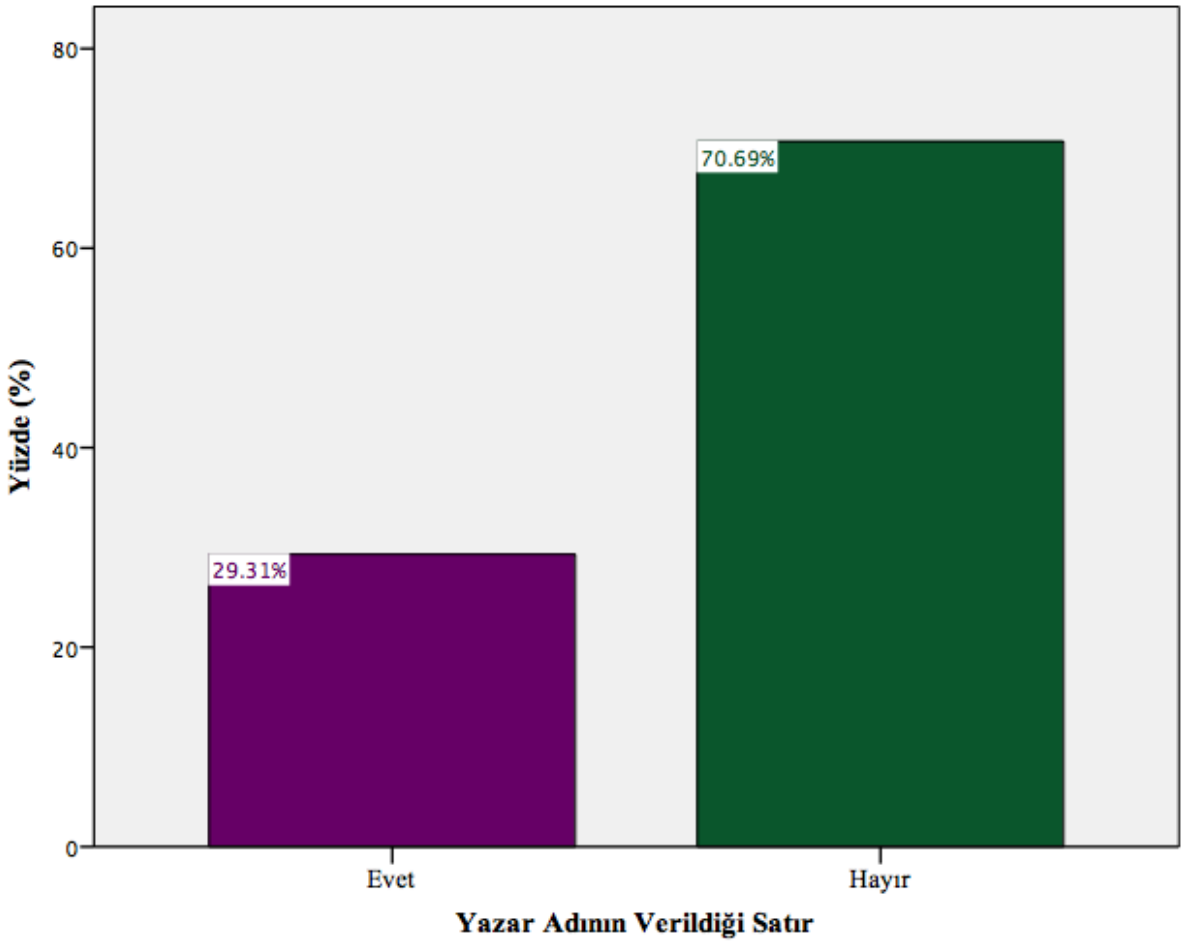
Şekil 3.3.3 ASEAN makalelerinin bölümlerinin sıklığının tüm gazetelerde dağılımı

Şekil 3.3.2 ve Şekil 3.3.3, örneklenen tüm gazetelerden kategorilere ayrılan ASEAN makalelerinin yüzdesini ve örneklenen her gazetede ASEAN'ın yayınlandığı bölümlerin sıklığının dağılımını göstermektedir. Kısımlar halinde söze aktarılma veya başka bir gazete olarak aynı kategoride bulunma konusunda kesin bir kural yoktur. Bununla birlikte, örneklenen tüm gazetelerin hemen hemen aynı bölüm kategorisine sahip olduğunu söylemek güvenlidir. Bölümün kategorize edilmesi benzer olsa da, bölümlerin kategorize edilme şekli kesinlikle değildir.

Görünürde, şekil 3.3.2, ASEAN makalelerinin çoğunun gazetenin Uluslararası haber bölümünde bulunabileceğini gösteriyor, makalelerin yüzde 36,2'si (42 makale) yayın kurulu tarafından Uluslararası veya dünya haberleri bölümünün bir parçası olarak kabul edilmiştir ki bu haberlerin Türkiye dışındaki ASEAN'dan geldiğini düşününce şaşırılacak bir durum değildir. Haberler iş veya ilgili bir konuda olmadıkça Uluslararası veya dünya haberleri kategorisinde olmalıdır. Ardından İşletme veya Ekonomik bölümlerin yüzde 31'i (36 madde) takip etmiştir. Türkiye

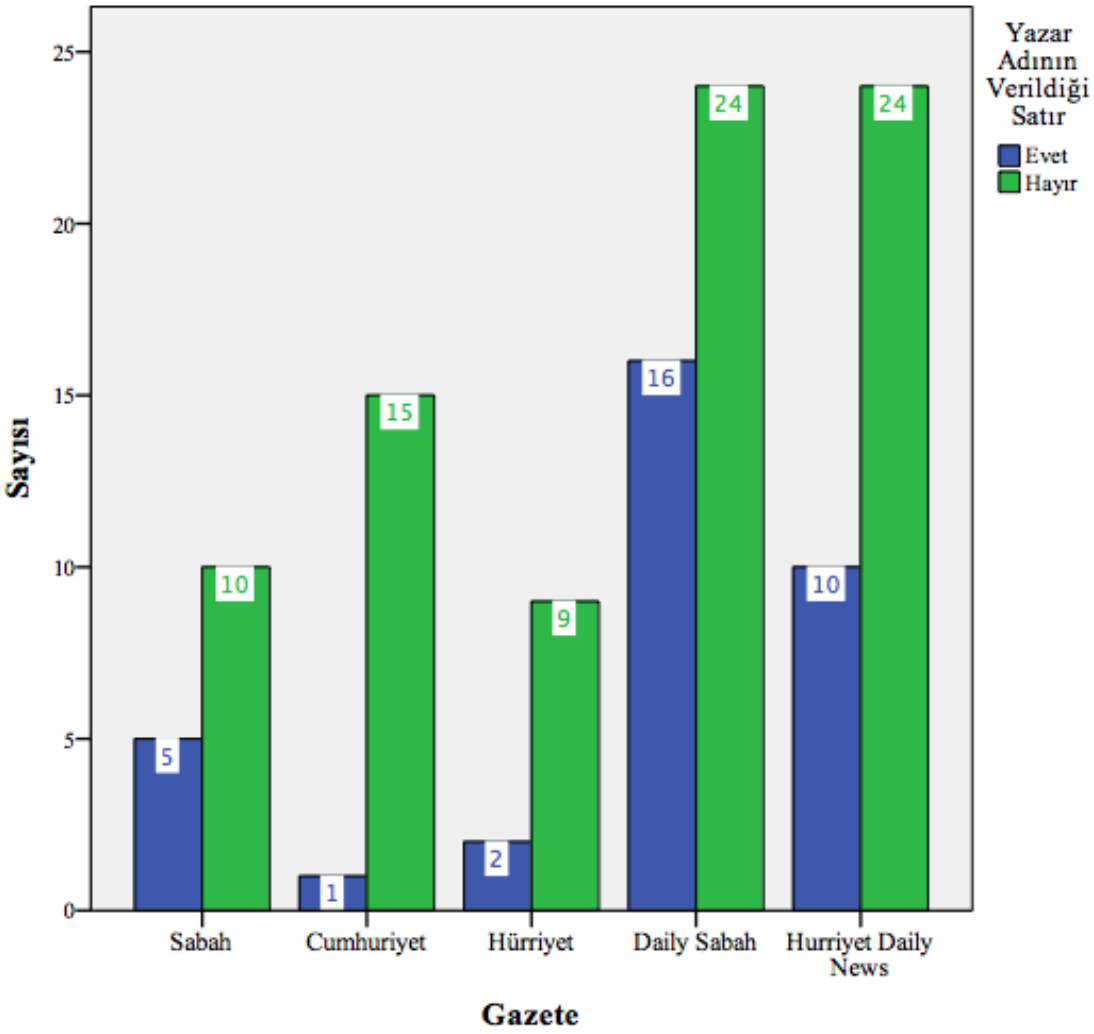
Cumhuriyeti'nin ASEAN'a sektörel diyalog ortağı olarak katılmaya çalıştığı yılların, ASEAN milletlerinin ilk kez sosyo-ekonomisini artırabilecek potansiyel ticari anlaşmalarını içeren ASEAN Ekonomik Bloğu başlattığı zamanlar olduğu en iyi şekilde anlaşılmaktadır. Tüm bunlar, neden iş dünyası ve ekonomi haber bölümlerinde çok miktarda makale olduğunu açıklamaktadır. Politika, bu konuda bir istisna değildir, çünkü bazı haberler uluslararası ölçekte oldukça politiktir; bunlar çoğunlukla Türkiye ve diğer ülkeler (bu ülkelerin ASEAN ülkesi olmasına gerek yok) üzerinde yoğun tartışmalara konu olmuştur.

Büyütülmüş bir ölçekte, Şekil 3.3.2, her gazetenin yayınlanan makalelerin sıklık dağılımını göstermektedir. Elde edilen sonuçlar her gazete arasında farklı bir dizi (pattern) göstermektedir. İngilizce gazetelerin çoğu Uluslararası ya da Dünya haberlerinin ASEAN ile ilgili makalenin en çok bulunduğu bölüm olarak görse de, Daily Sabah gazetesi farklılık göstermektedir. Daily Sabah, ASEAN ile ilgili makaleleri yerleştirdikleri bölümleri çeşitlendirmektedir. Görünüşe göre, genellikle iş dünyası veya ekonomi kategorileri ASEAN makalelerini bünyesinde barındırır ki bu diğer gazetelerde görülen bir yaklaşım değildir. Daily Sabah, ASEAN ile ilgili makalelerin birinci sayfada en çok çıktığı gazetedir. Uluslararası veya Dünya haberleri bölümlerinin kapsamı açısından, Hürriyet Daily News, söz konusu bölümde toplam 16 makale ile başı çeker, ardından Cumhuriyet gazetesi, Sabah gazetesi, Hürriyet gazetesi ve Daily Sabah gelir. Ticaret ve Ekonomi bölümleri, tüm gazetelerde Uluslararası veya Dünya haberleri kategorileriyle aynı düzende seyretmektedir. Hürriyet Daily News, misafir yazar veya yazı kadrosu tarafından yazılan köşe yazıları bölümünde ASEAN ile ilgili fikri en çok barındıran gazete olmuştur.



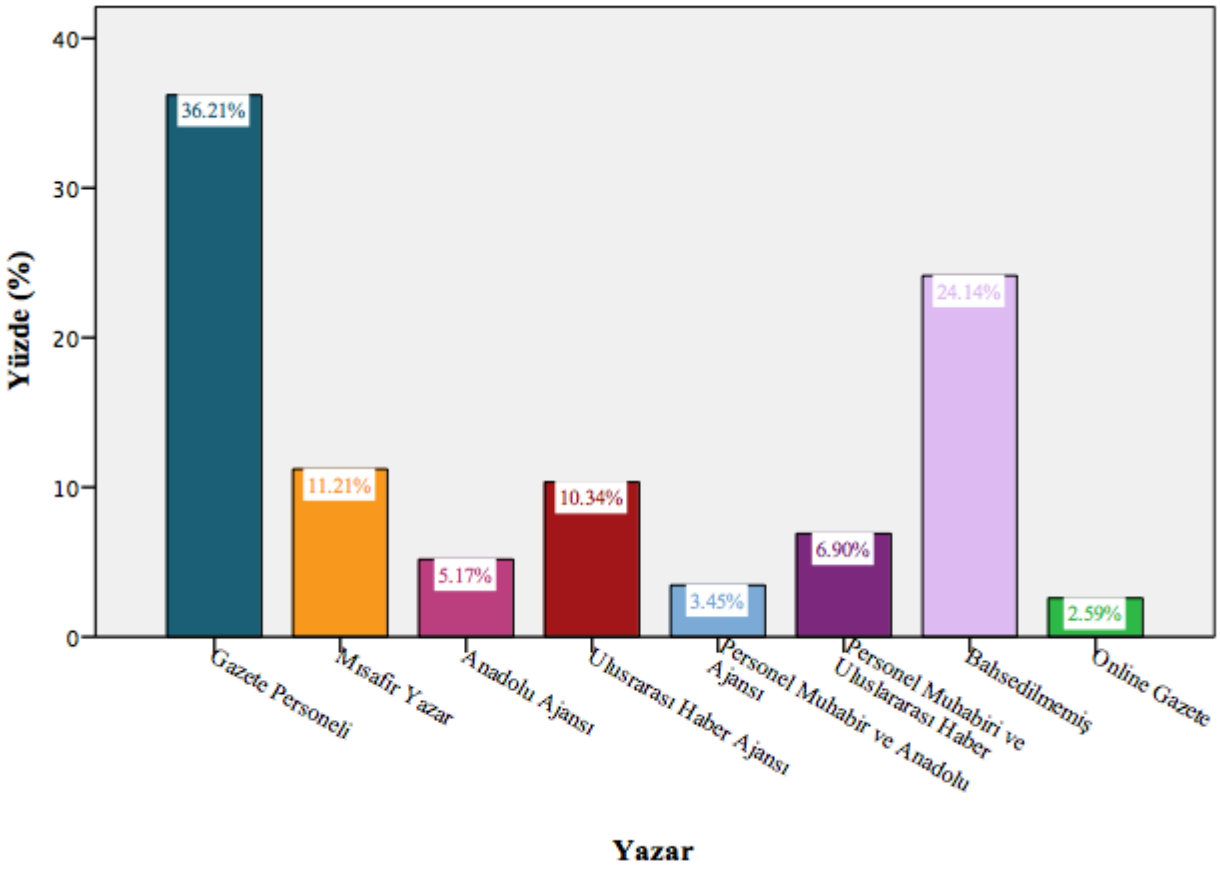
Şekil 3.3.4 Gazetecinin imzasını taşıyan makalelerin yüzdesi

Şekil 3.3.4, ASEAN ile ilgili makalelerin toplam yüzdesini göstermektedir; bu şekil çoğu makalenin gazetecinin imzasını taşımadığını yansıtmaktadır. Makalelerin yaklaşık yüzde 70'inde imza yoktur. Bu da örneklenen makalelerin sadece yüzde 29,3'ü imza taşıdığı anlamına gelmektedir. Genelde, imza taşıyan haberler, makalenin belirli bir gazeteci veya gazete personeli veya misafir yazar tarafından yazıldığını gösterir. Bunun dışında, imza taşımayan haber makaleleri ya Anadolu Ajansı gibi yerel haber ağlarını ya da uluslararası haber ağlarını alıntılar.



Şekil 3.3.5. Tüm örneklenen gazeteler arasında imzaların dağılımı

Şekil 3.3.5'teki kümelenmiş çubuk grafik, tüm örneklenmiş gazeteler arasındaki imza sıklığının dağılımını göstermektedir. Bahsedilen rakamlara dayanarak, İngilizce dilindeki gazetelerin, Türkiye medyasındaki gazetelere kıyasla daha fazla imza taşıyan makalelere sahip olduğu açıktır. En az imza taşıyan gazete Cumhuriyet olmakla birlikte, imza taşıyan yalnızca bir (1) makalesi bulunmaktadır.

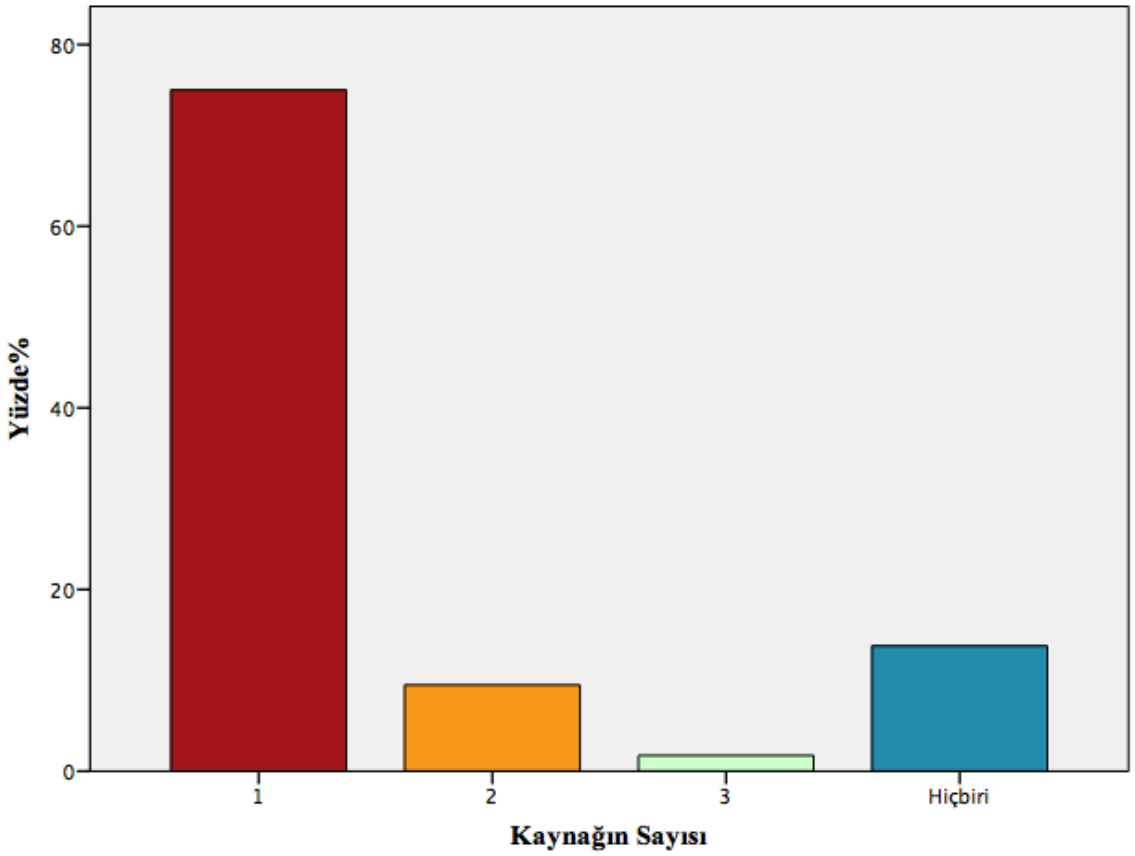


Şekil 3.3.6 Örneklenmiş gazetedeki makalelerin yazarlarının yüzdesi

Makaleye eşlik eden imzanın belirtilmesi, hikâyenin kaynağını açıklamak için yeterli olmasa da, makale yazarının tanımlanması, makalelerin karakteri yoluyla ayrıntıları elekten geçirmenin başka bir yolu olabilir. Her gazetenin makalelerinde kullandığı kaynakları belirtme yöntemleri farklı olmakla birlikte, makale gündemdeki olaylar kategorisinin bir parçasıysa hiç kaynak göstermeyen gazeteler de vardır. Ancak, haberin kaynağını tanımlayanların verileri Şekil 3.3.6'daki gibi sunulabilir. Makalelerin yaklaşık yüzde 36'sı gazetelerin yazı kadrosu tarafından yazılmıştır. Haber manşetlerinin yüzde 24,1'i ne yazarın ne de makalenin düzeninde kendi başına haber kaynağını tanımlamamıştır. Yüzde 11.2'si çoğunlukla gazetenin köşe yazısı bölümünde emeği geçen misafir yazarlardandır. Haber ağı bağlamında, uluslararası haber ajansı yüzde 10,4 oranında alıntılanmış makaleler içerirken, yerel haber ajansı olan Anadolu Ajansı'nda bu oran yüze 5,4'tür. Ayrıca, gazete ve haber ajansının personel muhabirleri arasında iş birliği vardır, personel muhabir ve

uluslararası haber ajansı için yüzde 6,9 ve personel muhabir ve Anadolu Ajansı'nın işbirliği için yüzde 3,5 arasında bir işbirliği görüşü bulunmaktadır. Son olarak, haber ağlarında oran yüzde 2,6'dır.

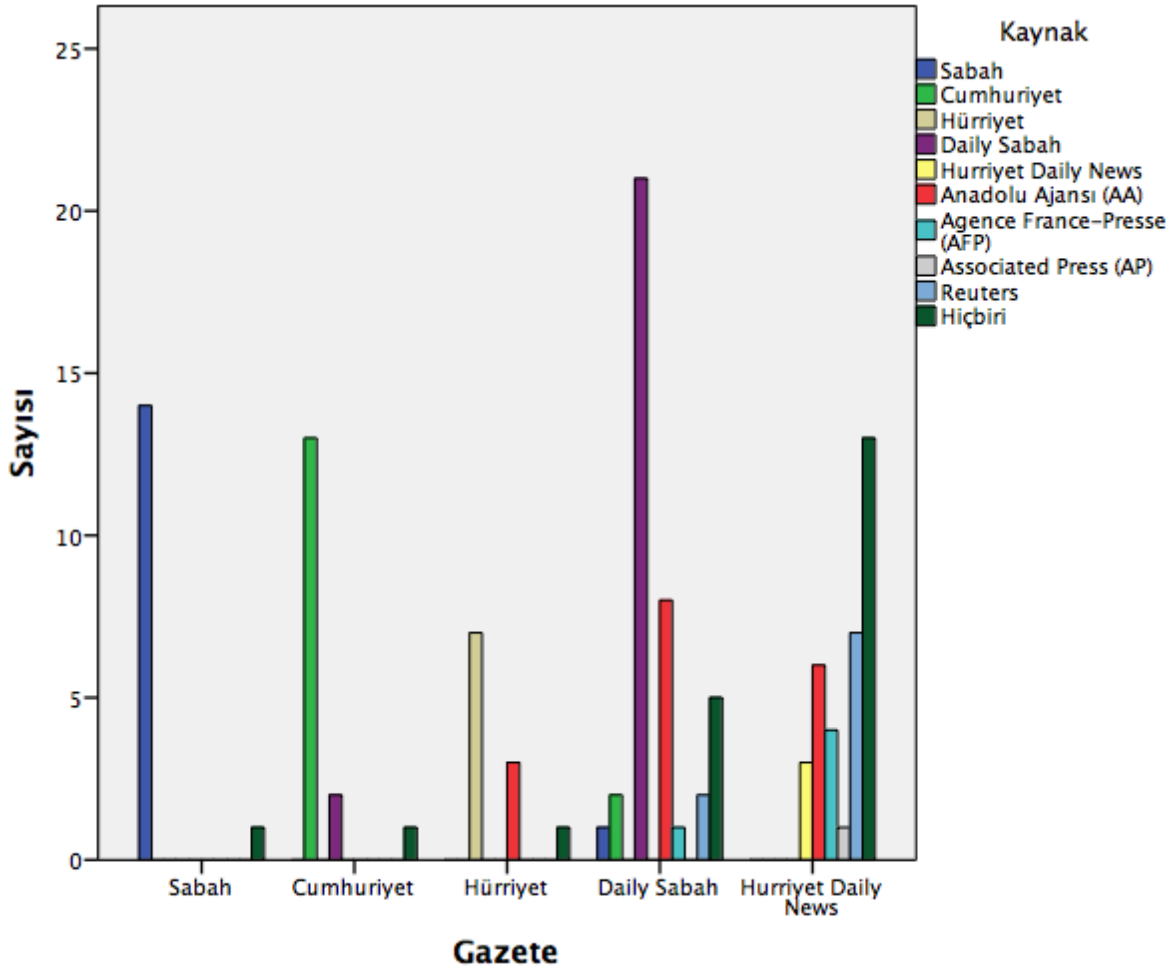
3.4 Haberin özgeçmiş



Şekil 3.4.1 Örneklenen gazete makalelerinde belirtilen kaynak sayısı

Makalenin kaynakları, haberin kendisinin ciddiyetine bağlı olarak değişebilir. Basılı gazeteciliğin genel kuralı, haberin kaynağından bahsedilmesi gerektiğidir ve haklı olarak, çoğu gazete ya makalenin sonunda ya da makalenin bulunduğu yerin yanında, kaynaklarını belirtir. Temel olarak, tek bir makalede, haber kaynağı alınabilecek olan makale sayısı 1'dir ve bir makalede birden fazla alıntı yapılabilse de, bu araştırmada kodlama kâğıdı maksimum sayı olarak üçü (3) ve alıntının yapılmadığı durumlar makalenin kaynağı olarak çözümlenememiştir. Bu durumda, Şekil 3.4.1, örneklenen tüm gazetelerden toplanan ASEAN ile ilgili makalelerin çoğunun, gazetede yayınladıkları haberler için atıfta bulunulan bir kaynağa sahip

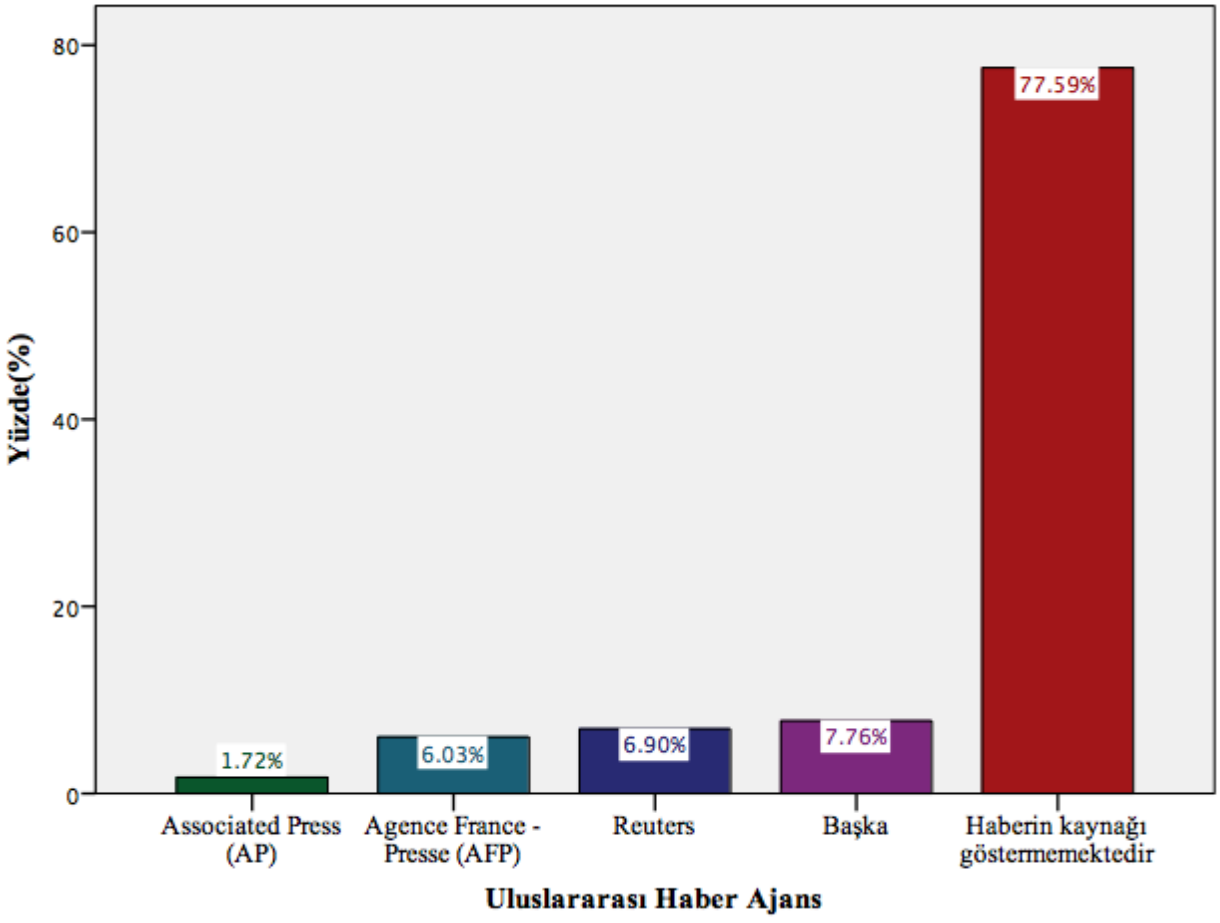
olduğunu değerlendirmiştir. Yüzde 75 kadarı (87 makale) makalelerinin toplam kaynak sayısı olarak 1'i göstermiştir. Çubuk grafik, en az sayıda kaynaktan en çok sayıda kaynağa kadar kademeli bir düşüş göstermektedir ve örneklenen gazeteler arasında kaynak göstermeyenlerin sayısının çokluğunu ifade eden 'hiçbiri' çubuğuna inmektedir.



Şekil 3.4.2 Tüm örneklenmiş gazeteler arasındaki kaynakların sıklık dağılımı

Şekil 3.4.2, örneklenen tüm gazetelerdeki kaynakların sıklık dağılımını değerlendirmektedir. Her gazete ASEAN ile ilgili makaleler için kendi kaynaklarından alıntı yapıyor gibi görünmektedir. Sabah gazetesi, ASEAN ile ilgili gazetede yayınladıkları makalelerde kendi bünyelerindeki kaynaklardan açık bir şekilde alıntı yaptıklarını göstermişlerdir. Cumhuriyet ve Hürriyet gazeteleri, Sabah

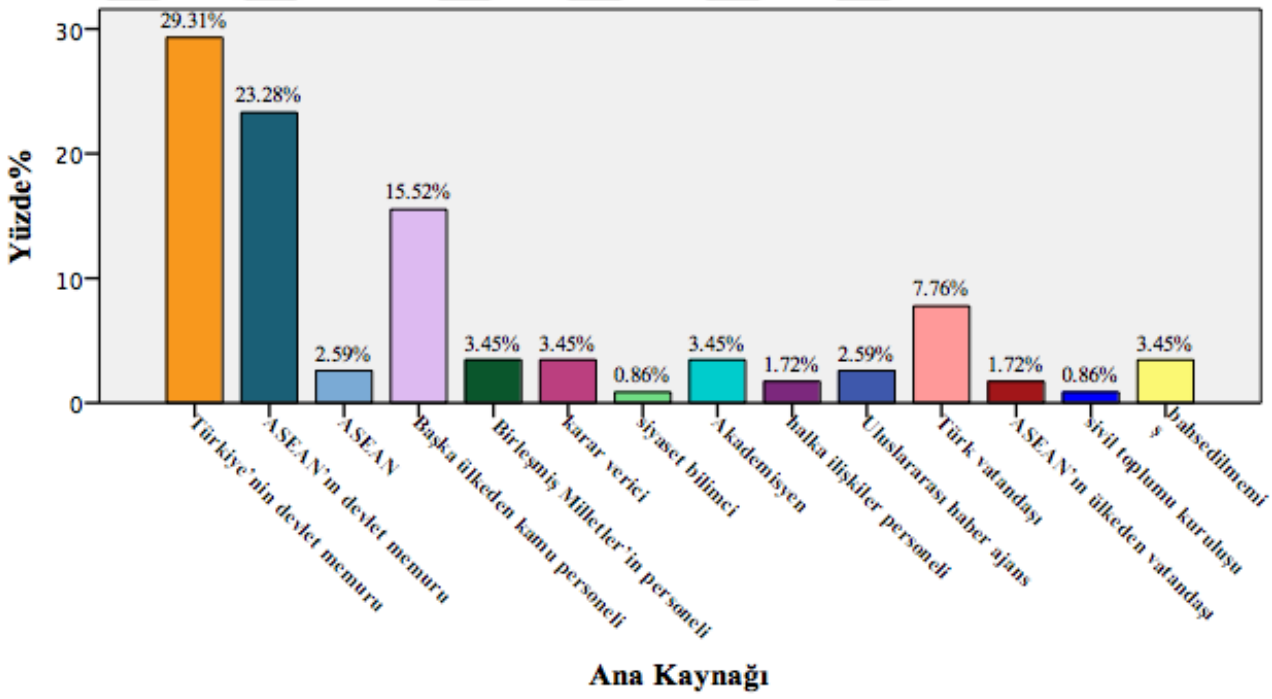
gazetesinden biraz farklı sonuç vermiştir. Çoğunlukla kendi kaynaklarına atıfta bulunmaktadırlar ve yerel haber ajansı olan Anadolu Ajansı'nı (AA) alıntılayan oldukça az makale vardır. Özetle, Türkçe gazeteler söz konusu haberin kaynağı olduğunda, çok çeşitli sonuçlara sahip değildir. Bu arada, İngilizce gazetelerin sonuçları oldukça renkli ve çeşitlilik göstermektedir. Daily Sabah için çoğu makale kendi kaynaklarından aktarılmakla beraber, Anadolu Ajansından bazı haberler ve uluslararası haber ajansından az sayıda makale almıştır. Hürriyet Daily News, en çok Reuters'i, ardından Anadolu Ajansı (AA), daha sonra Agence France Presse (AFP) ve Associated Press'i (AP) alıntılamıştır.



Şekil 3.4.3 Kaynak olarak belirtilen Uluslararası Haber Ajansının yüzdesi

Şekil 3.4.3, ASEAN ile ilgili tüm makaleler arasında Uluslararası Haber Ajansı'ndan kaynak gösterilmesinin fazla olmadığını göstermektedir. Ancak, kodlama sayfası Associated Press (AP), Agence France Presse (AFP), Reuters ve diğer haber ajanslarını gösteren diğerleri gibi üst düzey uluslararası haber ajanslarını

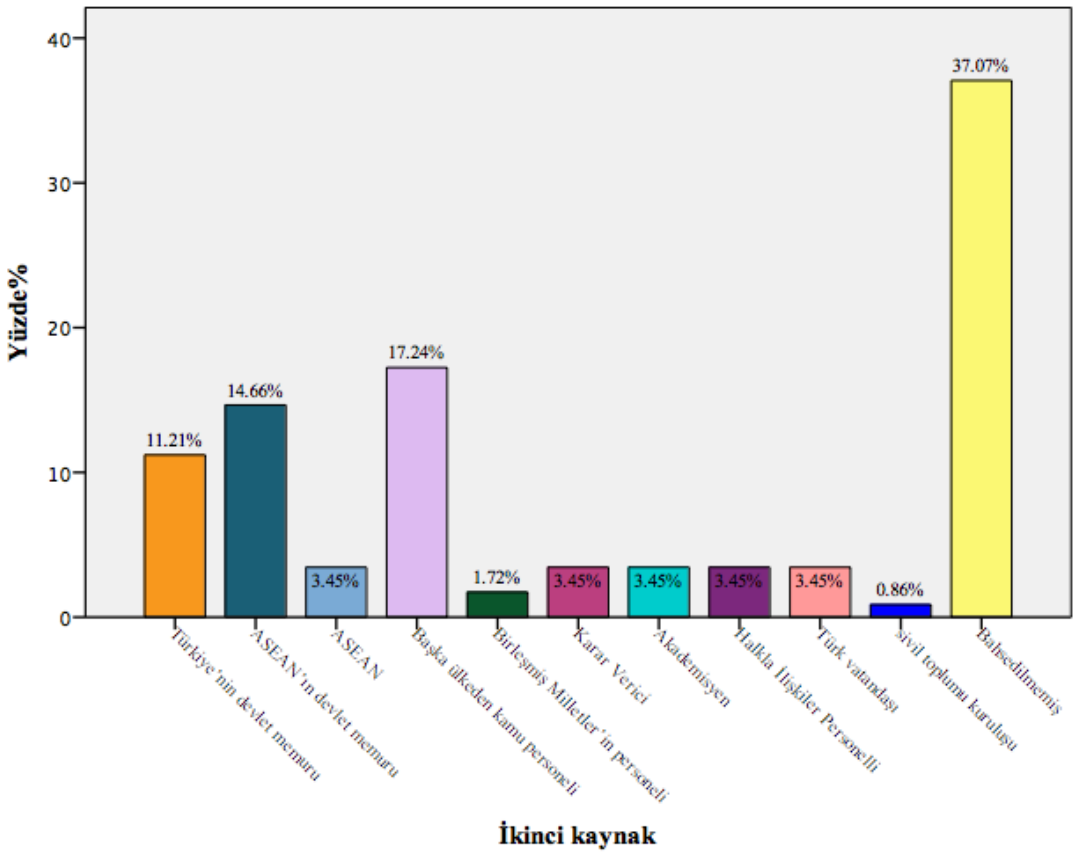
içeren bir konfigürasyona sahipti, yani araştırmacı, tüm makalelere dayanarak yapılan araştırmanın izlenmesinden çok, Çin haber ajansı, Xinhua Haber Ajansı veya başka bir iyi bilinen haber ajansı gibi diğer ülkelere ait haber ajanslarından oluşabilmektedir. Sonuçlar, uluslararası haber ajansıyla hiçbir ilişkisi olmayan makalelerin büyük bir yüzdesini göstermektedir. Makalelerin yaklaşık yüzde 7,8'i diğerleri olarak gösterildi, ardından Reuters'in yüzde 6,9'u, Agence France Presse'nin (AFP) yüzde 6,9'u ve son olarak Associated Press'ten (AP). Uluslararası haber ajansının atıfı, ne yerel gazetenin ne de haber ajansının olayı kapsamayı başaramadığı ve Anadolu Ajansının, uzak doğu ülkesinde etkileyici bir haber kapsamına sahip olmadığı anlamına da gelebilir.



Şekil 3.4.4. ASEAN ile ilgili makalelerdeki ana kaynağın yüzde dağılımı

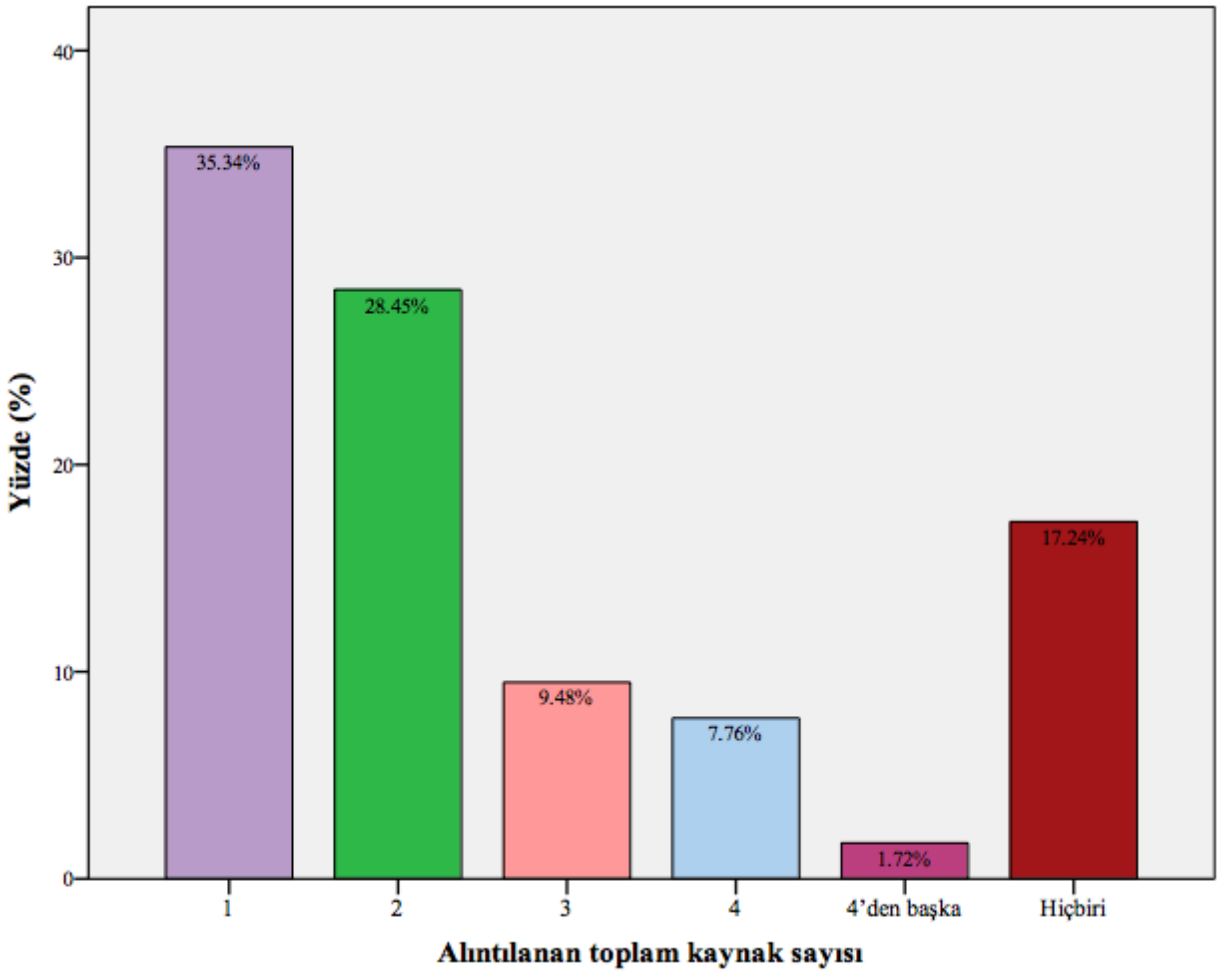
Haber odası ortamında, gazetecinin rapor ettiği konu hakkında kendisinden daha fazla bilgi sağlayabilecek birini tanıyabilmesi doğaldır. Kang, Bae, Zhang ve Sundar'a (2011) göre, geleneksel medya haberlerin güvenilirliğini en çok sağlayan platformlardan biridir ve bunu yapmanın bir yolu, alıntı yapmak için güvenilir bir kaynak bulmaktır. Başta ASEAN haberleriyle bağlantılı olduğu ve ayrıca araştırmanın metodolojisine göre içerik analizini kullanan önceki araştırmanın kodlama kâğıdını temel alan birçok ortak kişi vardır. Örneklenen gazetedeki ASEAN

makalelerinin yaklaşık yüzde 29,3'ünü (39 makale), Türkiye Cumhuriyeti devlet görevlisi makalenin ana kaynağını oluşturmaktadır. Bu kaynak; devlet yetkilisi, cumhurbaşkanı, başbakan veya ülkenin kamu yararına hizmet eden herhangi bir devlet görevlisi anlamına gelebilir. Ardından, herhangi bir ASEAN ülkesinden hükümet yetkilisi, daha sonra diğer ülkenin hükümet yetkilisi tarafından etiketlenmiştir. Haberlerin çoğu, her yıl iki kez gerçekleşen ASEAN zirvesini kapsadığı için, bu beklenen bir sonuç modelidir, dolayısıyla sadece bir ASEAN zirvesinde bile devam eden çok şey vardır. Türkiye ve ASEAN ülkelerinden farklı bir ülkenin hükümet yetkilisinin olması, büyük olasılıkla, yıllık ASEAN Zirvesi'ne katıldıklarında ön plana çıkmış olduklarını ifade etmektedir. Hükümet dışı görevliler açısından, Türk kamuoyunun geri kalanından yüzde 7,7 ile üst sıralarda yer alması, Türk medyasında yer alan haberlerin kapsamının Türk vatandaşının yurtdışındaki başarılarını içermesinden yana olduğu anlamına gelmektedir. Bu durumdaysa ASEAN ülkelerindeki başarılarını.



Şekil 3.4.5 Örneklenmiş gazetenin ikincil kaynağının yüzdelik olarak dağılımı

Şekil 3.4.5, örneklenen gazetelerden ASEAN'a bağlı makalelerden çıkarılan ikincil kaynağın yüzdesini göstermektedir. İkincil kaynak, ana kaynak sayısı kadar olmaz, çünkü çoğu makale, haber makalesi hakkında daha fazla bilgi vermek için bir kişiye odaklanmakta olduğundan, ikincil kaynak muhtemelen diğer taraftan gelen ilave bir yorum olacaktır. Açıkçası, makalelerin çoğu herhangi bir ikincil kaynaktan bahsetmemektedir, Şekil 3.4.5 yüzdeliğin 37 olduğunu göstermektedir (43 makale). Türk medyasındaki uluslararası haberler hâlâ ülkenin başlıca kişilerini kapsadığından, bu durum genellikle Türkiye Cumhuriyeti liderlerinin diğer ülkelerden meslektaşlarıyla yapacağı görüşme, etkileşim ve toplantılarla ilgilidir. Bu nedenle, çubuk grafiğin, diğer ülkeden resmi olmayan, 'belirtilmemiş' seçeneklerinin arasında, makalelerde belirtilenin yüzde 17,2lik bir oranla ikincil kaynak olması şaşırtıcı değildir. Bunun dışında, Türk medyasında, Hong Kong ile ASEAN arasında imzalanan anlaşma ve Çin ile ASEAN arasındaki deniz anlaşmazlığının tartışılması gibi Türkiye Cumhuriyeti ile bağlantısı olmayan, dünyada yaşanan gelişmeleri de rapor ettiği görülmektedir. Ardından, listede yüzde 14,6 ile ASEAN ülkelerinden hükümet yetkilisi gelmektedir (17 makale). Bu kategorinin ikinci kaynak olarak gösterilmesi kesinlikle normaldir, haber makalesi iki tarafın, Türkiye Cumhuriyeti'nin ve ASEAN'dan ülkenin bilgi kaynağını alarak önyargının önüne geçmektedir. Yüzde 11,2'si (13 makale), devlet memurunu Türkiye Cumhuriyeti'nden ikincil kaynak olarak göstermektedir bu, bazı ziyaret, toplantı ve tartışmalara, Başbakana Dışişleri Bakanının eşlik ettiği bir durumla açıklanabilir, makalede ikisinden de alıntı yapılmıştır.



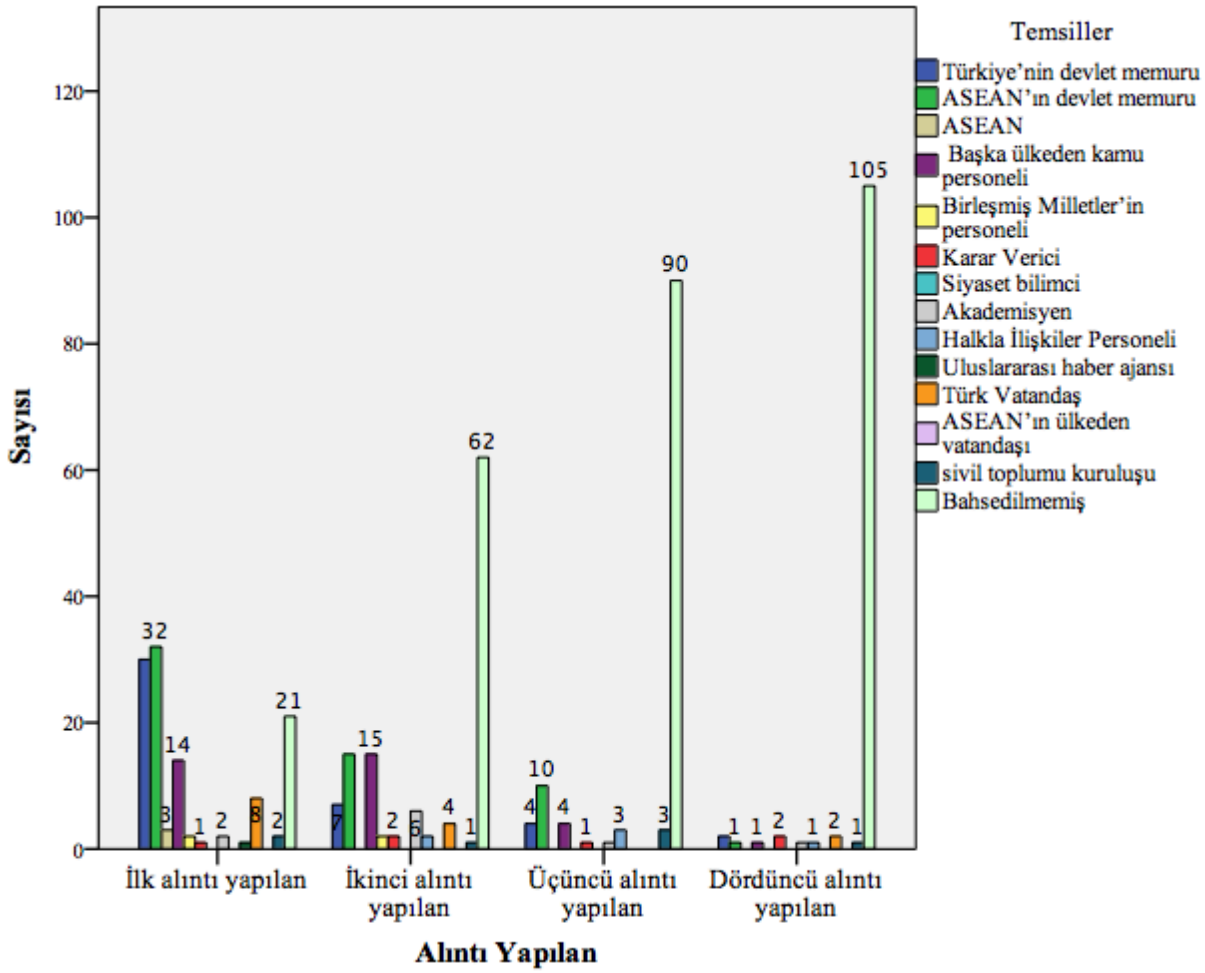
Şekil 3.4.6 Alıntılanan toplam kaynak veya kişi sayısının yüzdesi

Gerçeklik, güvenilirlik, doğruluk ve amaç gazetecilikte ahlakın bir parçasıdır. Gazetecinin etik gazetecilik pratiğine uymasını sağlamak için, bir haberin yayınlanmasında gazeteci gerçeklik ilkesine uymak için kaynağın cümlelerini mealen aktarmalıdır. thenewsmanual.com'a göre bir alıntı, röportaj, basın toplantısı, basın bülteni, konuşma metni veya web sitesinden kaynaklanabilecek birinin sözcüklerinin yazılı halidir. Lehrer (1989)[41] araştırmasında, kaynağın söylediği her bir kelimeyi yakalayıp tekrar etmelerinin gazetecilerin doğasında olduğunu belirtti. Ayrıca, yanlış yönlendirmenin, ülkeden bağımsız olarak herhangi bir haber odasında bilinen ciddi bir hata olduğunu ve alıntının gerçek olması ve sadece küfürlerin çıkarılması gerektiğini de sözlerine eklemiştir.

[41] Lehrer, Adrienne. (1989). Remembering and Representing Prose: Quoted Speech as a Data Source. Discourse Processes - DISCOURSE PROCESS. 12. 105-125. 10.1080/01638538909544721

Bir gazetecinin haber makalesinde ne kadar alıntı yapabileceğine dair bir sınırlama yoktur, bununla birlikte, bu araştırmada, toplanan örneklenmiş makalelerin genel gözlemine dayanarak, bir, iki, üç, dört, dörtten fazla alıntı yapma veya hiç alıntı yapmama seçeneğine karar vermenin adil olacağı görülmektedir. Ayrıca, kaynağın konuşması veya yazılı metni ile ilgili hiçbir alıntı veya söylem içermeyen birkaç makale vardır. Şekil 3.4.6 alıntı yapılan kişi sayısının 1'den giderek 4'ten fazla kişiye kadar çıktığını, daha sonra hiç alıntı yapılmadığını gösterir. Makalelerin sadece yüzde 35'i (41 makale)bir kişiyi alıntılamış, yüzde 28,4'ü (33 makale) 2 kişi, ardından 3 kişiden alıntı yapılan yazılarda yüzde 9,5 'e (11 makale) düşmüştür. 4 kişiden yine ona yakın olarak yüzde 7,7 (9 makale) ve dört veya daha fazla kişiden alıntı yapan makalelerin yüzdesi sadece yüzde 1,7 (2 makale) şeklinde olmuştur. Durum böyleyken, hiç alıntı yapmayan makaleler yüzde 17,2'ye ulaşmaktadır (20 makale).

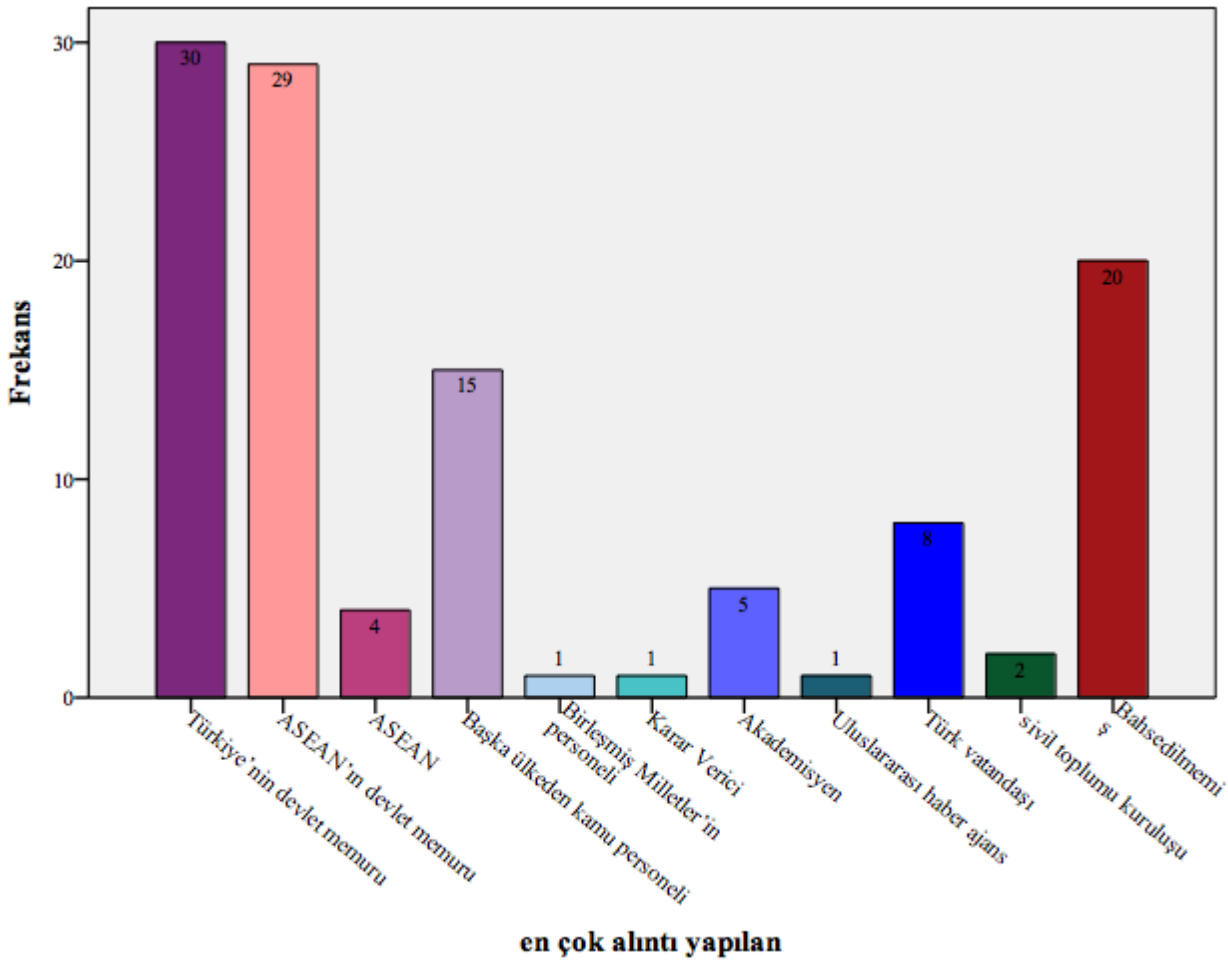
Her makalede alıntılanan kişinin sayısı çeşitli temsillere sahiptir, bu nedenle kodlama kâğıdında alıntı yapılan kişinin temsili üzerine sorulacak birkaç soru vardır. Bir sonraki şekil, makalede bir bütün olarak ilk kişiden diğerine yapılan alıntının açıklamasının bir uzantısı olarak işlev gördüğü için önceki şekille doğrudan ilişkilidir ve daha sonra Türk medyasını uzak doğuya haberlerini yaklaşımlarının daha iyi anlaşılması için farklı bir bakış açısı sunmaktadır.



Şekil 3.4.7 Örneklenen makalelerde yapılan alıntıların dağılımı

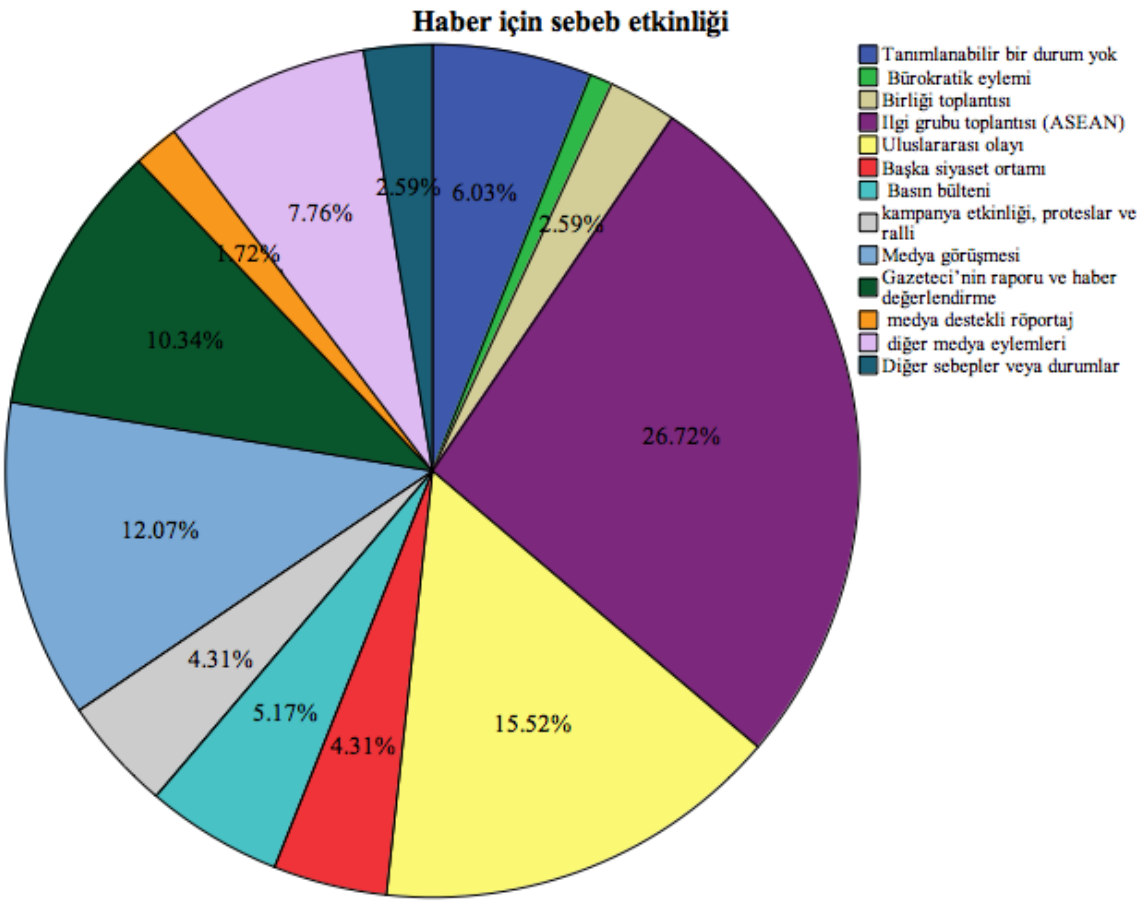
Kodlama kâğıdının bir parçası olan her dört sorunun verileri, bir kümelenme çizelgesinde birleştirilmiştir; bu, bütün gösterimleri karşılaştırabilmek için daha iyi bir yol olacaktır. Dört alıntı grubu vardır, her alıntı bir küme tarafından temsil edilir ve her küme, örneklenen gazetelerdeki toplam makalenin veri dağılımını gösterir. Grafiğin daha önceki desenine dayanarak yavaş yavaş azalma olduğu gözlense de, Şekil 3.4.7 için bunun tam tersini ifade etmektedir. En dikkat çeken çubuk, 'belirtilmemiş'i temsil eden yeşil renkli çubuktur, çizelgede kademeli olarak ilk alıntıdan dördüncü sıraya kadar artar. İlk alıntı; en çok yapılan alıntıların ilk 3'ünün ASEAN ülkelerinin devlet görevlerini içerdiğini, ardından Türkiye Cumhuriyeti devlet görevlileri ve Türkiye ile ASEAN ülkelerinin dışında kalan diğer ülkelerin devlet görevlilerini içerdiğini gösterir. İkinci alıntı; neredeyse ilk alıntıyla aynı kalıba uymaktadır, ancak yalnızca ASEAN hükümet görevlilerinden yapılan alıntı sayısının

diğer ülkedeki yetkililerle aynı olması sonucunda, Türkiye'deki görevlilerin alıntılarının 3. sıraya indiğini göstermektedir. Üçüncü alıntı, yani en çok yapılan alıntı, ASEAN ülkelerinin hükümet yetkilileridir. Son olarak, dördüncü alıntı, belirtilen çubuk hariç, düşük olan tüm çubukları gösterir, yani çoğu makalede dördüncü kişi için yapılan alıntı oldukça azdır.



Şekil 3.4.8 ASEAN'ın haberlerden en çok alıntı yapılan için frekans dağılımı

Şekil 3.4.8'e göre, beş gazetenin hepsinden ASEAN ile ilgili örneklenen makalelerde en çok alıntı yapılanlar Türkiye Cumhuriyeti devlet yetkilisi olup sıklığı 30 makaleye kadar yükselmektedir, onu takiben ASEAN ülkelerinin devlet yetkilileri ve diğer ülkeler toplam 29 makalede yer alıyor. "Belirtilmemiş" çubuğu, 20 makaleyle üstteki üç çubuk kadar yüksek bir seviyededir. ASEAN, gazeteler tarafından hak ettiği kadar 4 makalede alıntılanmıştır.

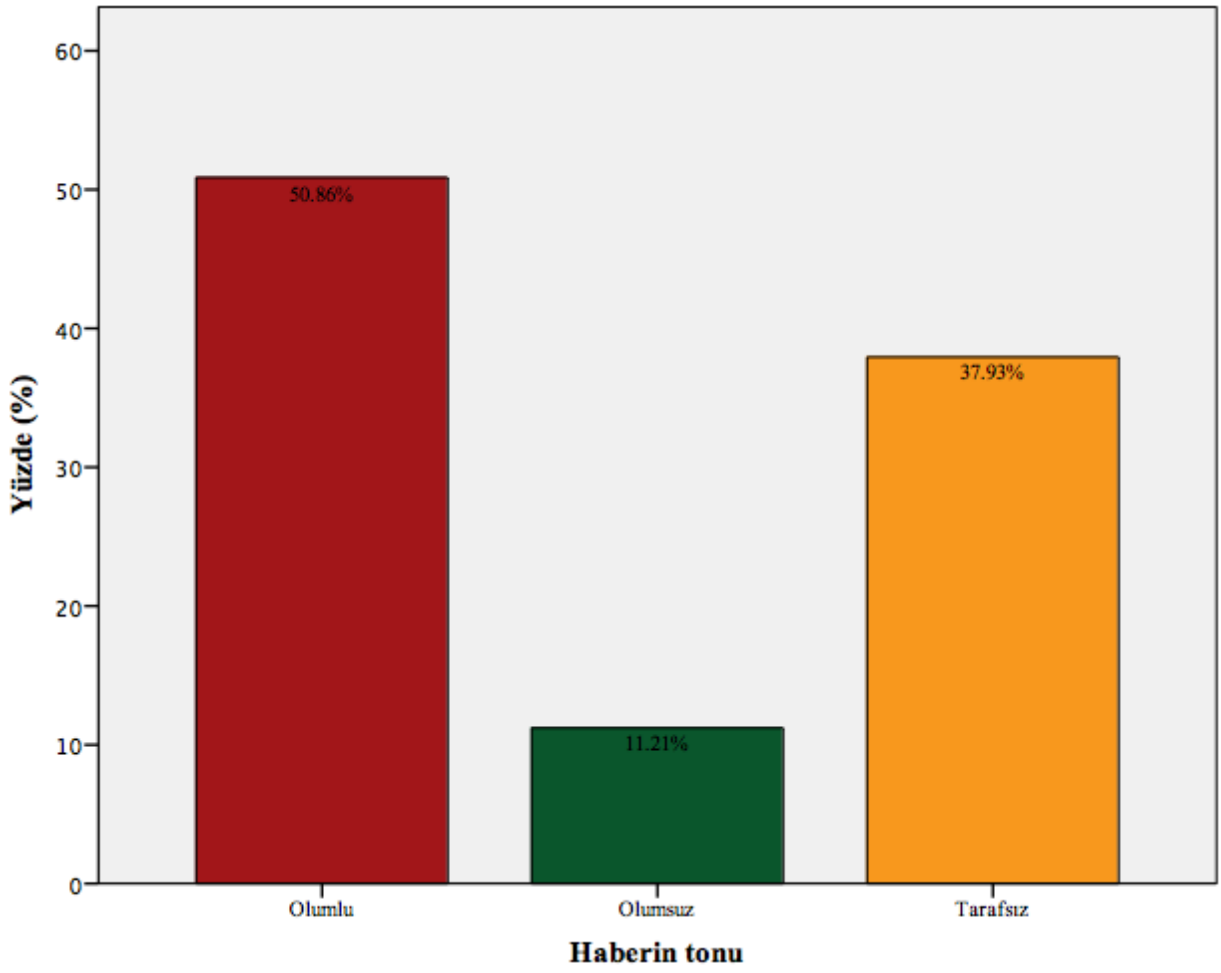


Şekil 3.4.9 Haber raporunun sebep yüzdeleri

Şekil 3.4.9, haber raporunun sebepleriyle ilgili verilerin bir araya getirildiği pasta grafiği gösterilmektedir. Haber raporunun sebebi, haberin nerede gerçekleştiğini, her yıl meydana gelen ASEAN Zirvesi ile bağlantılı bir olay olup olmadığını veya gazetecinin veya bir ürünün ya da uluslararası bir ürünün lansmanı veya bir başlattığı röportajları içeren bir olay olup olmadığını belirten kodlama sayfasının bir parçasıdır. Bu durumda, pasta grafiğine dayanarak, ASEAN ile ilgili makalelerin yayınlanmasını isteme sıklığının en fazla yüzde 26,7'si (31 madde) çıkar grubu toplantısıdır ve çıkar grubu toplantısı kesinlikle ASEAN Zirvesi veya ASEAN Dışişleri Bakanlarının toplantısı anlamına gelir. Dünyanın dört bir yanından liderlerin toplanmasını isteyen Bakanlar Toplantısı yalnızca ASEAN ile ilgili meseleler hakkında değil, aynı zamanda uluslararası ya da diğer ülkelerin meseleleri hakkında da tartışmak için dışişleri bakanları yuvarlak masa toplantısı yapar. Uluslararası etkinlik pastanın bir kısmını, yüzde 15,5 (18 makale), ardından medya röportajları yüzde 12'si (14 makale), daha sonra yüzde 10'u (12 makale) gazetecinin

rapor ya da değerlendirmesini almıştır. Kesirlerin geri kalanı yüzde 7 ile yüzde 1 arasında değişen yüzde oranıyla minimum düzeydedir ve bu da haber raporunun sebebinin beklenmedik çeşitli ve rastgele bir durum olduğunu temsil etmektedir.

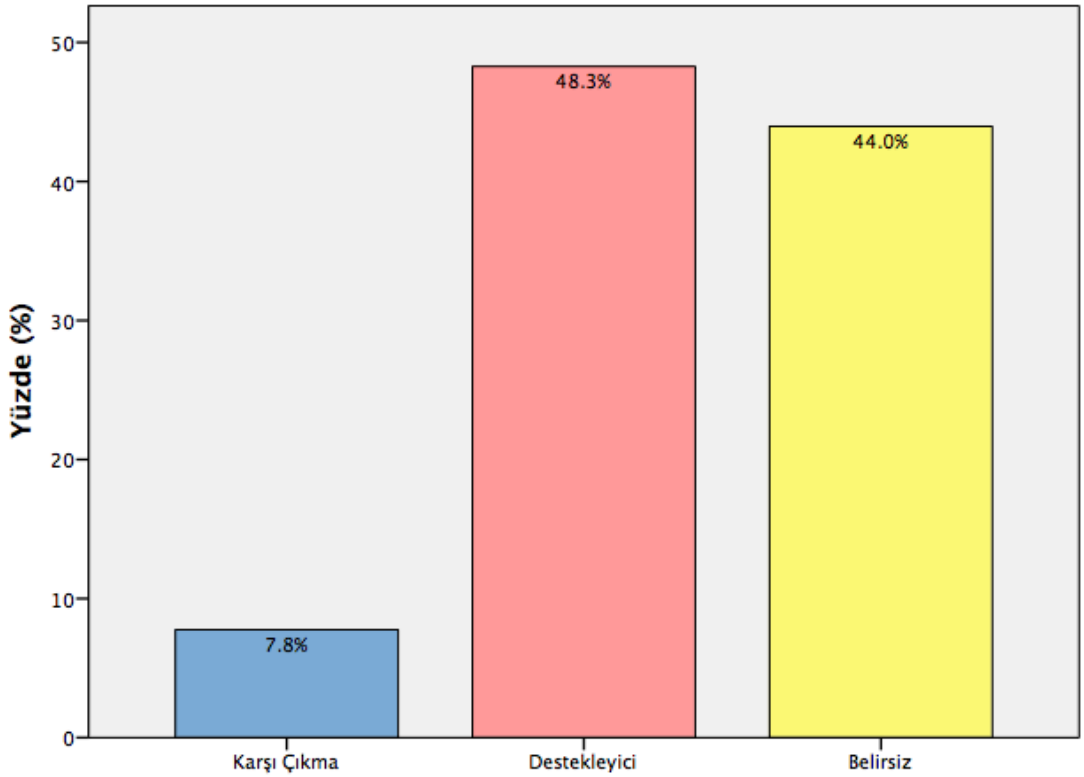
3.5 **Içerik konumu**



Şekil 3.5.1 Türkçe yazılı basında ASEAN makalesinin ton oranı

Şekil 3.5.1, ASEAN'ın Türk gazetesinden çıkarılan makalelerinde gösterilen ton oranını göstermektedir. Medya geniş bir izleyici kitlesine veya bu durumda okurlara ulaştığında, medya gücünü toplumun ırk, ülke ve küresel konularında nelerin beklediğine fikirleriyle karar veren kişilerin, yani okurların fikirlerini şekillendirip yönetmek için kullanır. Bu nedenle, belirli konulara ve bu durumda ASEAN hakkında algılanan medyanın duruşunu anlamak için haberin tonunu belirlemek oldukça önemlidir. Yukarıdaki çubuk grafiğe dayanarak, sunulan verilerden yararlanarak Türk medyasının uzak doğu hakkında yani bu durumda

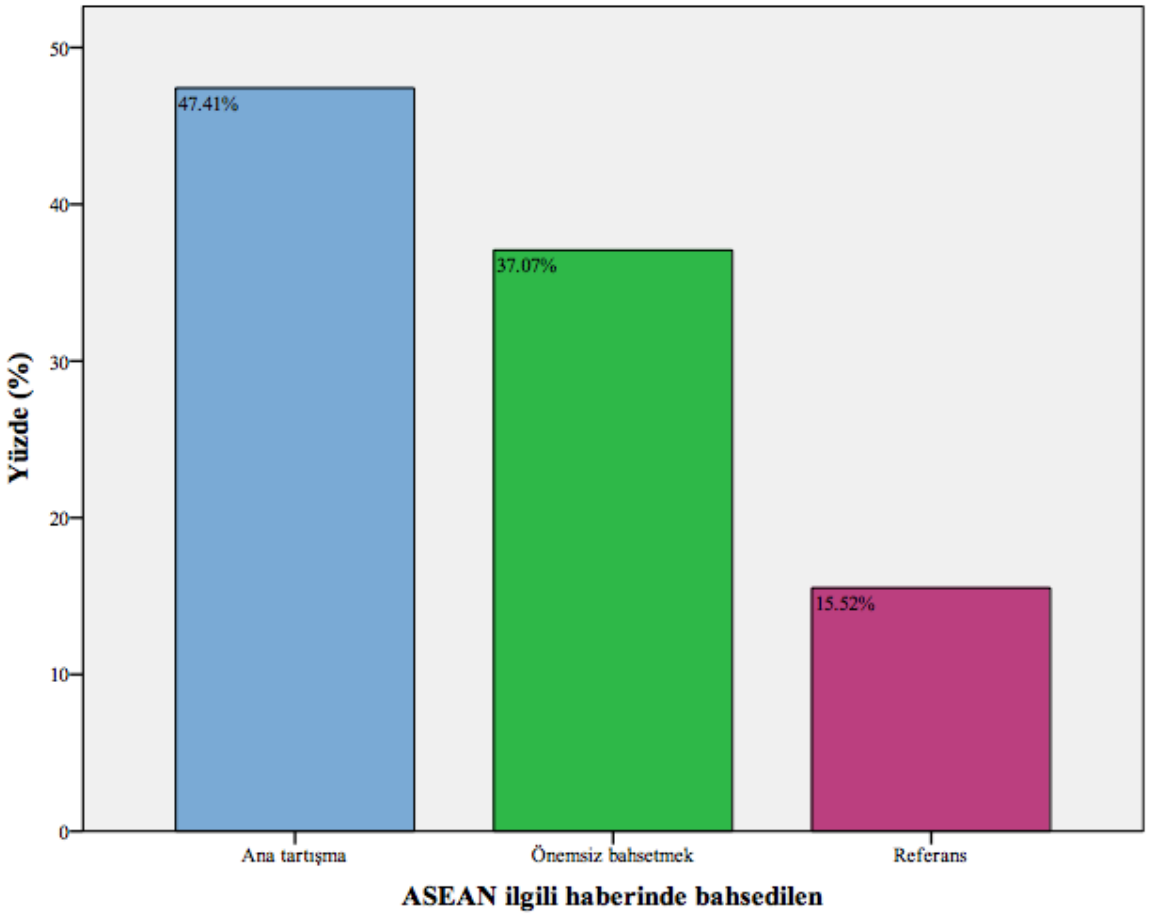
özellikle ASEAN hakkında raporlama söz konusu olduğunda olumlu ya da tarafsız olduğu sonucuna varılabilir. Toplanan makalelere dayanarak, makalelerin yaklaşık yüzde 50'sinin (59 makale) olumlu bir yaklaşımı vardır ve yüzde değerinin biraz altında, ASEAN makaleleri hakkında yüzde 38 oranında nötr yaklaşım vardır (44 makale) ve örneklenmiş beş ana gazetenin tüm makalelerinde sadece yüzde 11,2'si (13 makale) oranında ASEAN'a olumsuz yaklaşan olmuştur.



Şekil 3.5.2 ASEAN ile ilgili makalelerdeki haber görüşünün yüzdesi

Şekil 3.5.2 ASEAN ile ilgili makalelerdeki haber görüşünün yüzdesi Şekil 3.5.2 örneklenen gazetelerden ASEAN ile ilgili makalelerin haber görüşünün yüzdesini göstermektedir. Yazılanların yaklaşık yüzde 48,3'ünün yarısına yakını destekleyici bir haber bakış açısı olarak tanımlanmıştır ve bu oranın neredeyse yarısı tarafsız bir haber görüşüne sahip makalelerdi. Bunu takiben yüzde 44% oranında belirsiz bir haber görüşü tanımlanmıştır. Son olarak, yüzde 7,8 oranında muhalif haber duruşu tanımlanmıştır. Haberlerin oldukça pozitif bir tona sahip olmasının,

destekleyici haber sonuçlarını da artırması üzerinde durulması gereken bir konu değildir.

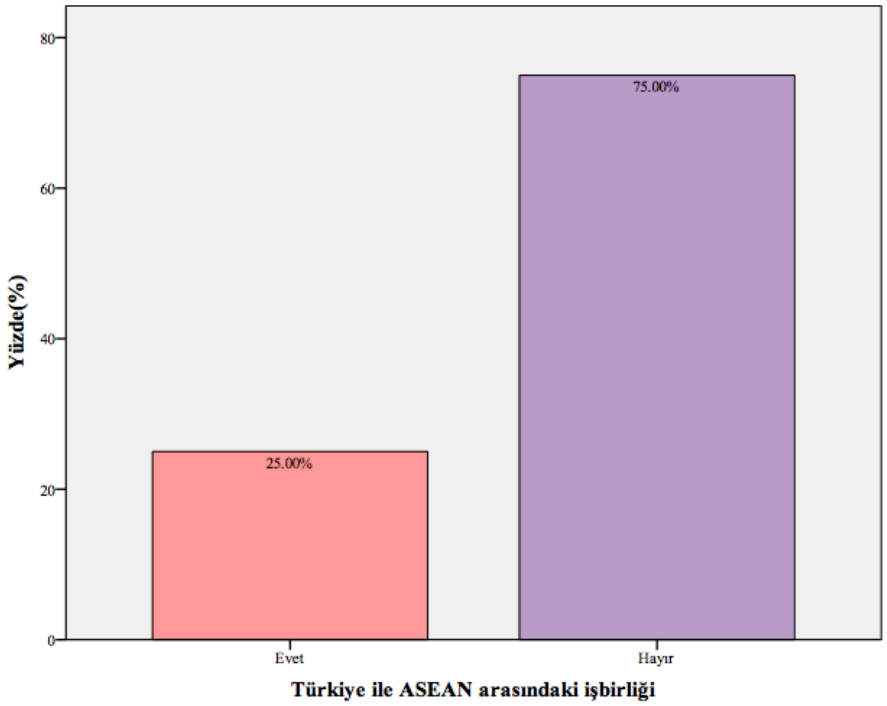


3.5.3 ASEAN'ın raporda belirtilme seviyesine ilişkin yüzde

Gazetelerde ASEAN'ın nasıl ifade edildiğine ilişkin birkaç farklı seviye vardır ve gazetelerin haber raporunun aktarılmasındaki ciddiyetini belirlemek ve aynı zamanda Türkiye Cumhuriyeti'nin dış politikasının bir parçası olma yolunda ASEAN'ın rolünü değerlendirebilmek için bunu bilmek oldukça önemlidir. Farklı bir notta, Şekil 3.5.3, haber raporunda ASEAN'dan bahsetme düzeyini önermektedir. Ayrıca, tüm makalelerin, "ASEAN" , "Güney Doğu Asya Birliği", "Association of South East Asian Nations" veya "Güney Doğu Asya Birliği" anahtar kelimesiyle filtrelendiğini ve her makalenin araştırmanın amacı için kullanılması gerekip gerekmediğini belirleyen kodlama sayfasından 40 soruluk bir diziden geçtiği hatırlamak da önemlidir.

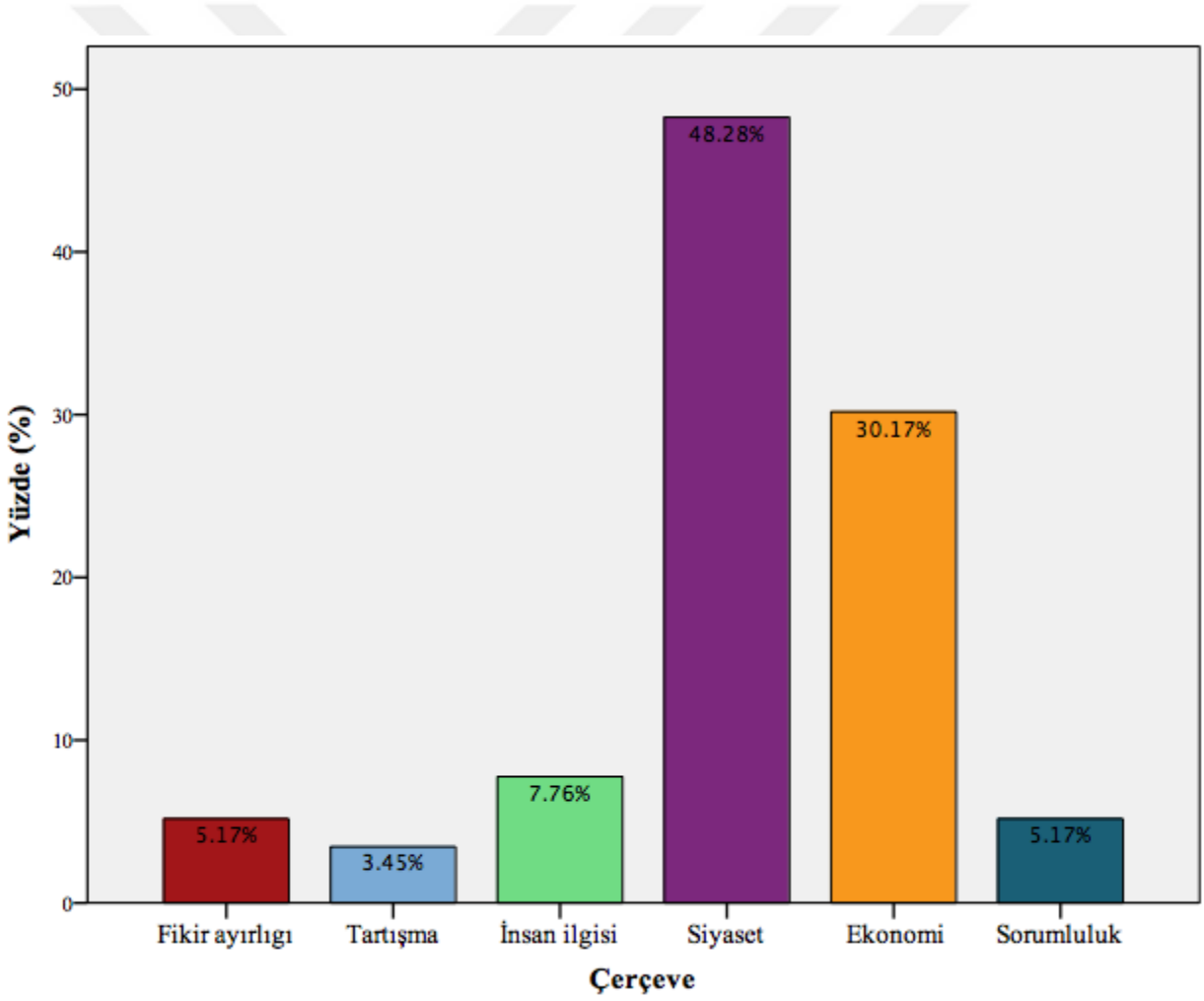
Makalelerin yaklaşık yüzde 47,4'ü (55 makale) ASEAN'dan bahsetmiş ve makalenin ana tartışması olarak bu konuyu gündeme getirmiştir; bu, yazılacak haber ne olursa olsun, ASEAN'ın makalenin ana teması olduğu anlamına gelmektedir. Makalelerin yüzde 37'si (43 makale) yazılarında ASEAN'dan nadiren bahsetmektedir. Ana tartışmadan farklı olarak, ASEAN makalenin başlığından, ilk paragraftan son paragrafa kadar "ana karakter" idi. 'Sadece bahsi geçen', muhtemelen bir veya iki paragraftan oluşurken, 116 makalenin analizinden sonra, yalnızca ASEAN'dan bahseden makalelerin çoğunun, genellikle Türkiye Cumhuriyeti'nin diğer ülkeler veya ASEAN hakkındaki dış politika eylemini veya rapor ettiğini veya iş insanları ve girişimcilerin ASEAN pazarına girebilmek için attıkları adımları tartıştığını ortaya koyulmaktadır.

Toplam makalelerin yüzde 15,5'i (18 makale) referans olarak sadece ASEAN hakkında konuşmaktadır. ASEAN'dan referans olarak bahseden makaleler genellikle ASEAN Zirvesi'ne başka ülkelerden katılan liderler veya görevliler veya tamamen ASEAN ile ilgili olmayan bir haber üzerine ASEAN'ı harekete geçmeye çağıran liderler veya görevliler hakkında yazılan makalelerdir.



Şekil 3.5.4 Tüm makalelerde koalisyondan bahsedilme yüzdesi

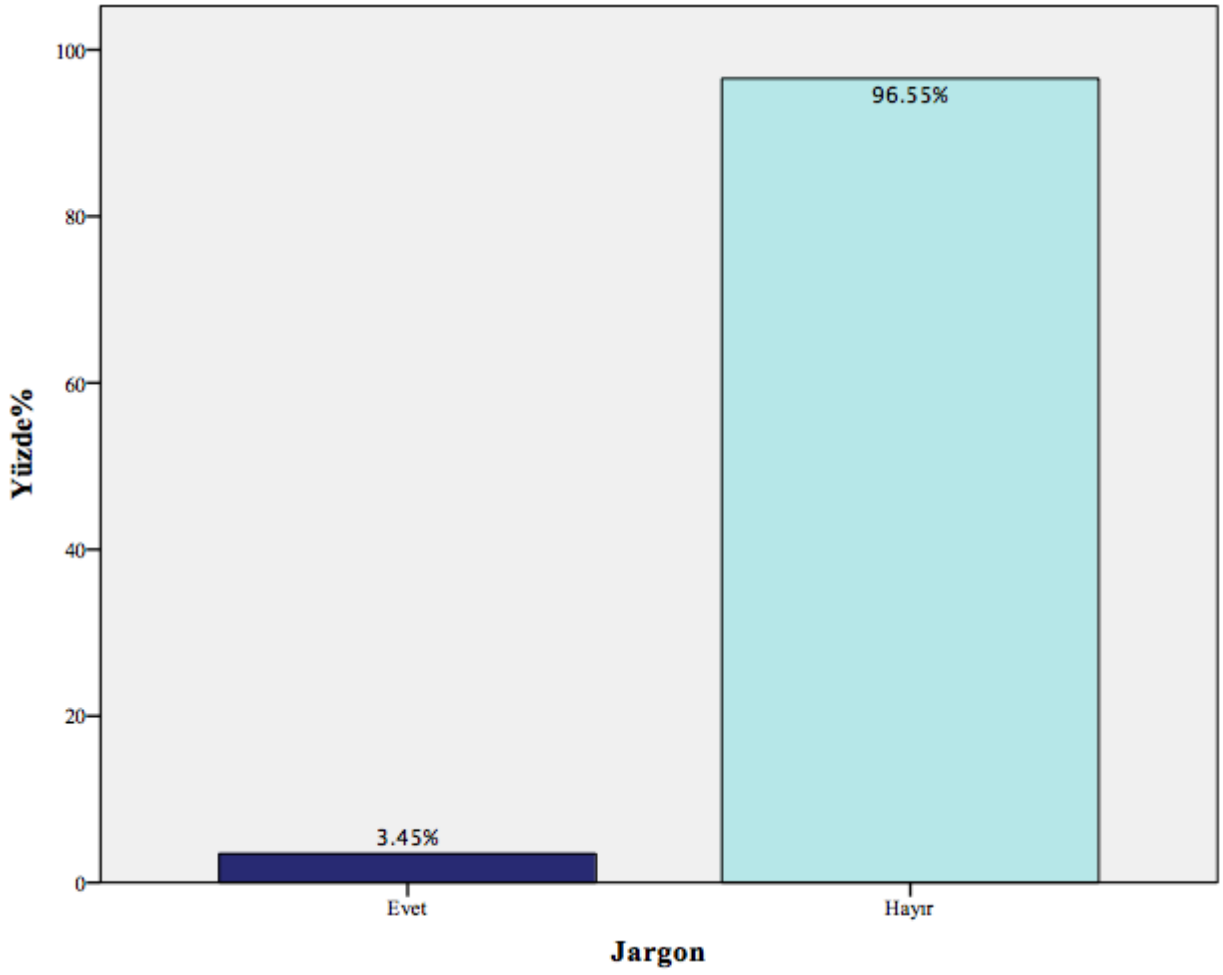
Şekil 3.5.4, Türkiye Cumhuriyeti hükümeti ile ASEAN arasındaki koalisyondan bahseden makalelerin yüzdesini göstermektedir. Önceki şekle dayanarak ASEAN'dan 'ana tartışma' olarak bahsedilmesindeki yüksek yüzdeye rağmen, bu şekil ASEAN ile Türkiye Cumhuriyeti arasındaki koalisyon tartışma veya söz oranının çok düşük olduğunu öne sürmektedir. Türk hükümetinin ASEAN ile ortaklığa girme niyetini belirten toplam makale sayısı tüm makalelerin sadece dörtte biri, yani yüzde 25'idir (29 madde). Bununla birlikte, toplam makalelerin yüzde 75'i (87 madde) iki taraf arasındaki koalisyondan hiç söz etmemektedir.



Şekil 3.5.5 Makalelerin çerçevesi yüzdesi

Şekil 3.5.5, makaleler çerçevesinin yüzdesini göstermektedir ve bu şekli temel alarak, politikanın kodlama kâğıdının ve analizinin bir parçası olan diğer bütün

çerçevelerden daha yüksek bir artış gösterdiği açıkça görülmektedir. Grafik, sırasıyla yüzde 10'dan daha az olan çatışma, tartışma ve insan çıkarlarından oluşan ilk üç çizelgeden çıkan tutarsız akışla başlamıştır. Ardından politika çubuğu keskin bir artış göstermiş, böylece insanî ilgi ve politika çubuklarında dört kat artış gözlenmiştir. Politika, makalelerin yüzde 48,2 (56 makale) yani yaklaşık yarısına kadar yükselmiş, ardından ekonomi çubuğu makalelerini yüzde 30,1'e (35 makale) yükseltmiştir. Bir sonraki çubuk, sorumluluğu çerçeveleyen makaleleri gösterir. Çubuk grafik ASEAN ile ilgili makalelerin çoğunun, diğer çerçevelere kıyasla politik ve ekonomik

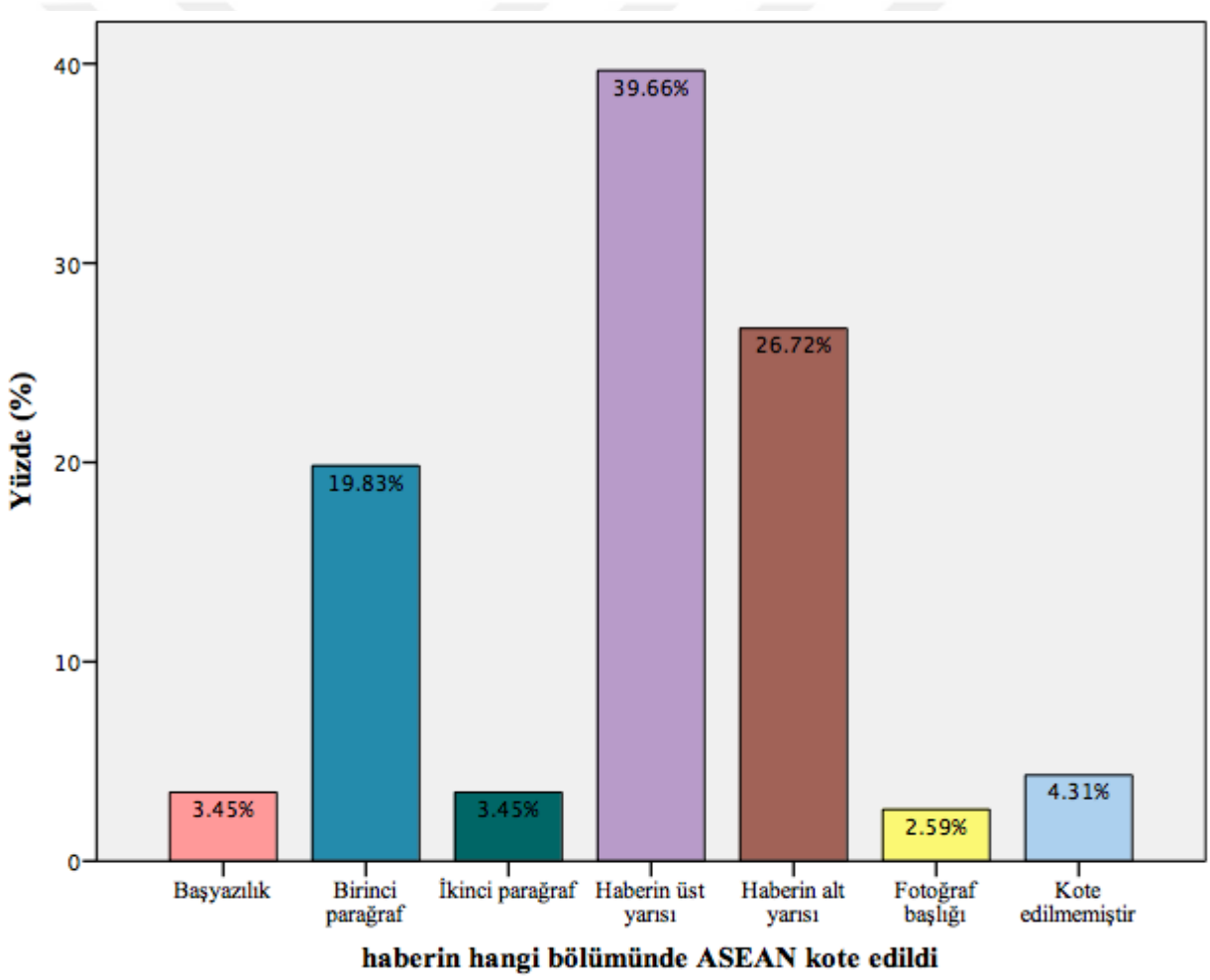


çerçeveye sahip olduğunu açıkça göstermektedir.

Şekil 3.5.6 Jargons Yüzdesi

Şekil 3.5.6, toplanan ASEAN ile ilgili tüm makalelerin jargonlarının

yüzdesini göstermektedir. Neredeyse hiçbir makalede bir jargon içeriği veya ilave yoktur, bu da makalelerin çok teknik olmadığını, kolay anlaşılabilir olduğunu ve böylece konunun uzmanı olmayan kişilerce de anlaşılabileceklerini gösterir. Bu aynı zamanda, örneklenen tüm gazetelerde ASEAN ile ilgili makalelerin raporlanmasına dâhil olan gazeteci veya muhabirin, okurların makalelerde yazılmış olan bilgileri kolayca kavramalarını sağlamak için jargonları açıklamak veya her ne pahasına olursa olsun jargon kullanmaktan kaçındıklarını da ifade eder. Toplam 116 makalenin içinde sadece yüzde 3,4 (4 makale) oranında makale jargon içermektedir.



Şekil 3.5.7 ASEAN'ın alıntılandığı parçaların yüzdesi

Şekil 3.5.7'ye dayanarak, grafikler ASEAN'ın en fazla bahsedildiği ve ASEAN'dan bahseden en belirgin paragraftaki makale içindeki parçaların yüzdesini göstermektedir. Grafiğin sonuna doğru ilerlerken grafiğin tutarsız bir şekilde artması

ve azaldığı görülebilir. En çok bahsedilen ilk üç bölüm, içinde ASEAN'dan alıntı veya alıntı yapan makalelerin yüzde 39,6'sına sahip olan raporun üst yarısı olacaktır. En çok bahsedilen ilk üç bölüm, ASEAN'dan alıntı yapılan veya alıntı yapılan makalelerin yüzde 39,6'sını içeren raporun ilk yarısı olacaktır. Bunların arasında en az fotoğraf başlığı olur. Görünüşe göre, asıl raporda yer almayan fotoğraf başlığında yüzde 2,6 sadece ASEAN'a rastlandı.

SONUÇ

Bu çalışma, 2015 - 2017 yılları arasında üç yıllık bir süre boyunca ASEAN'ın Türk medyasındaki İngilizce ve Türkçe dilindeki yansımasını açıklamayı hedeflemiştir. Bu çalışma, Türk medyasının, özellikle yazılı medyanın eğilimini ve bunun, Türkiye ile tam olarak aynı bölgede olmayan ya da farklı bölgelerde olan yurtdışındaki ülkelere ilişkin konulara bakış açısını belirlemeye odaklanmaktadır. Bu araştırmanın amaçları aşağıdaki gibidir:

1) Türk basınında ASEAN ile ilgili ne sıklıkta haber yayınlandığını araştırmak.
2) Türkçe ve İngilizce ana akım gazetelerinin haber raporlamada tarzının; aynı zamanda uzunluk, kaynaklar, çerçeve ve haber içeriği gibi karakteristik özelliklerinin benzerlik ve farklılıklarını keşfetmek.
3) 2015'ten 2017'ye kadar olan haberlerde Türk medyasının duruşunu ve ASEAN'dan bahsederken kullanılan dili analiz etmek.

Ülkenin yönetim organları, özellikle Ticaret Bakanlığı, Güneydoğu Asya bölgesindeki ülkelere daha fazla önem verdiğinden, medyanın, özellikle yılda en az 100.000 okuyucu kitlesine sahip ana akım medyanın bu ülkeleri fark etmesi beklenmektedir. Halkın ülkenin yeni dost ülkeler edinmek ve diğer ülkelerle bağlantı kurma konusundaki dış politikası hakkında bilgilendirilmesi beklenmektedir.

Medya ve dış politikanın, politika ya da ekonomi hakkında bilgi vermekle yükümlü olduklarından, işleri yakın yürütmeleri gerekmektedir. Her hükümet kararı, kendi kamuoyunu şekillendirmek için ülke vatandaşlarına bildirilmelidir. Eichenberg'e (2016) göre vatandaşlar çok gördükleri bazı işaretleri ya da bilgi edindikleri yerleri hatırlamakta ve aynı zamanda konular hakkında kendi fikirlerini oluşturmaktadırlar.

Buna ek olarak, bu araştırma, özellikle ASEAN ve Türk medyası perspektifinden Türkiye Cumhuriyeti'nin ne de tam olarak ASEAN'ın ya da ASEAN'ın 10 üye ülkesinden birinin iletişim sistemi hakkındaki tek bir çalışma ya da araştırma

olmadığından, bu niş medya ve iletişim alanındaki çalışmalar için yol çizeceği umuduyla başlatılmıştır. ASEAN hakkında Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezi veri tabanında bulunabilecek toplam 11 tez bulunmakla birlikte, hiçbirinin iletişim ya da medya ile ilgisi yoktur ve çoğunlukla Siyaset Bilimi, Uluslararası ilişkiler ve Ekonomi alanlarında yapılan araştırmalardır.

Geçtiğimiz 5 yıl boyunca, cumhuriyet ticaret ağlarını titizlikle genişletmekte ve dış yatırımlara kapı açmaktadır. Ayrıca Türk vatandaşlarının devletlerinin ilerleyişine ve diğer ülkelerle etkileşimine ayak uydurmaları beklenmektedir. Sadece ASEAN bağlamında değil, aynı zamanda dünyanın geri kalanı için de geçerli olmak üzere on yıl öncesine kıyasla artık daha fazla devlet ziyareti yapılmaktadır. Her ne kadar Türkiye vatandaşları, diğer ülkelerin varlığını Türkiye'nin dış politikası kadar tanımasalar da, Türk medyasının haberlerinde ASEAN'dan bahsetmesine ilişkin analiz, Türkiye'de medyanın ASEAN'ı kitlelere nasıl aktardığını daha iyi açıklamaktadır.

Araştırma ayrıca, özellikle Singapur ve Malezya'da ASEAN ülkelerinde ortaya çıkan pek çok Türkçe ürün, Türkçe drama, Türkçe dersleri, Türk iş dünyası ve şirketlerinin varlığından ilham almıştır. Singapur, Türkiye ile uzun bir geçmişe sahiptir, çünkü Singapur'da görev yapan ilk Türk büyükelçisinin görev süresi Osmanlı İmparatorluğu'na dayanmaktadır. Ancak geri kalan ASEAN ülkelerinin Türk kültürünün ülkede yayıldığına tanıklık ettikleri görülmektedir. Bu araştırmada, belirli bir zaman dilimi içerisinde Cumhurbaşkanı, Başbakan ve Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanı'ndan ASEAN'a yapılan devlet ziyaretlerinde bir artış olduğuna tanıklık ediyoruz. Araştırmacılar için Türk medyasının, Güneydoğu Asya'ya Türk kültürünün hızlı bir şekilde yayılmasının karşılığı olarak aynı yöntemi kullanıp kullanmayacağını keşfetmek için bir fırsat penceresi açılmıştır.

Bu araştırma, ASEAN haber raporunun, Türkiye ana yayın gazetesinde yayınlanma sıklığını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle, bu araştırmanın amacını ortaya çıkarmak için birkaç gazete seçilmiştir. Daha önce de belirtildiği üzere, bu araştırma için örnek olarak İngilizce ve Türkçe gazeteler seçilmiştir.

ASEAN hakkındaki makalelerin yazımını ve yayınlanmasını incelemek üzerine farklı yayıncıların bünyesinde bulunan Cumhuriyet, Hürriyet ve Sabah gibi Türkçe dilinde 3 gazete bulunmaktadır. Görünüşe göre Hürriyet ve Sabah gazetelerinin hükümeti destekleyen medya kuruluşlarına ait iken, Cumhuriyet gazetesi hükümeti eleştiren bir yapıya sahiptir. Öte yandan, İngilizce dilindeki gazeteleri oluşturan Hürriyet Daily News ve Sabah aynı yayın evininin bünyesi altındadırlar, tıpkı Hürriyet Daily News'in Hürriyet'le ve Sabah Gazetesi'nin Daily Sabah ile aynı medya evinin bünyesinde bulunması gibi.

Vaka çalışmasının zaman çizelgesinin bir parçası olarak 3 yıl boyunca, 2015 - 2017 yılları arasında, iki dildeki gazeteler arasındaki ASEAN haber raporunun sıklığı, İngilizce gazetelerde yazılan makalelerde Türkçe gazetelere oranla daha fazladır. Türkiye'deki İngilizce gazeteler, ASEAN hakkında Türk gazetesine göre daha fazla dikkat edip yer veriyor gibi görünmektedir. Bu, gazetenin hedef kitlesinin farklı insanlara hitap edecek şekilde ayarlanmasıyla açıklanabilir. Daha açık olmak gerekirse, Daily Sabah, ASEAN veya birlik ile ilgili en fazla haberi yayınlamıştır.

Üç yıl boyunca toplanan toplam haber sayısı, örneklenen tüm gazetelerden toplam 116 makale çıktığını göstermektedir. Makalelerin 3 yıl boyunca toplam 5 gazeteden toplandığını göz önünde bulundurduğumuzda bu sayı oldukça azdır. Toplam makalelerin yarısı Daily Sabah ve Hürriyet Daily News'de yayınlanan İngilizce yazılmış makalelerin toplamı kadardır. "ASEAN" veya "Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği" anahtar kelimesiyle filtrelenen toplanan haber raporlarının sayısı kesinlikle iç açıcı değildir.

Bununla birlikte marka güvenilirliği için farklı bir veri kümesi ortaya koymaktadır ve örneklenen üç gazete arasında Cumhuriyet'in en güvenilir gazete ardından Hürriyet ve en son da Sabah gazetesi olarak yer aldığını göstermektedir. Bu veri dizisinin, bu araştırmanın Cumhuriyet verileri ile aynı doğrultuda olduğu ve ASEAN ile ilgili yayınlanan en fazla makaleye sahip olduğu tespit edilmiştir. Güvenilirlik ilişkisi, gazetenin içeriğiyle ilgili olabilir. Cumhuriyet'in Uluslararası

bölümünün, aynı manşete veya habere farklı bakış açısı sunan diğer gazetelerin Uluslararası bölümünden daha çeşitli olduğunu da belirtmekte fayda vardır.

Kayda değer birkaç farklılık, tüm gazetelerin karakteristik özelliklerinin ayrılmaz bir parçası olan; anlayış, ciddi duruş ve objektif yaklaşımı hangi gazetelerin ASEAN hakkında yazarken bu özellikleri taşıdığını belirlemede fark yaratmıştır. Uzunluk veya makaleler, ek, yazar ve imzası, bölümler, kaynaklar, haber kaynakları, fotoğraf kaynakları ve doğrudan ve dolaylı alıntılar vardır. Haberin özelliklerinin tüm bileşenlerinden, Türk medyasının raporlama tarzını bulmak için İngilizce ve Türkçe gazetelerin karşılaştırılması gerekir.

Her şeyden önce, makalelerin uzunluğu, en kısası 0 ila 50 kelimeden oluşan makalelerden uzunluğu 1000 kelimeden fazla makalelere kadar değişmektedir. Tüm örneklenmiş gazetelerden Daily Sabah, en kısa kelime aralığından en uzununa kadar tüm makale uzunlukları sütununu doldurduğundan tablonun en üstünde yer almaktadır. Diğer rakipleri arasında ASEAN ile ilgili en fazla sayıda makale üreten gazete, aynı zamanda, özellikle bu durumda, ASEAN ile ilgili makaleler söz konusu olduğunda farklı uzunlukları içeren makaleleriyle en çok çeşitliliği sağlayan gazete olmuştur. Makale ne kadar uzun olursa, o kadar detaylı olur ve haberlerin tarafsız olmasına olanak tanır. Gazeteciliğin ilkeleri nesnelliği temel alır. Ayrıca makale ne kadar uzun olursa, içine bir konu hakkında o kadar fazla bilgi sıkıştırılabilir.

Bu, bu araştırma için elde edilen ve analiz edilen verilerle aynı şeyi yansıtıyor gibi gözükmektedir. Daily Sabah'ın 1.000'den fazla kelimeden oluşan bir makale sunan tek gazete olduğunu ve bu makalelerin yaratıcı/serbest olarak kabul edildiğini ve ters piramit tarzına karşı yazılmış gibi olan eğlence amaçlı haberler kategorisine girdiğini göstermektedir. Daily Sabah, Ankara'nın başkentinde konuşlanmış ASEAN ülkelerinin büyükelçileriyle yapılan röportajların yayınlandığı birçok özelliğe de sahiptir, fakat ona yakın olan Hürriyet Daily News de dâhil olmak üzere diğer gazeteler Daily Sabah gibi içerik üretmemektedir.

Öte yandan, Türkçe gazeteler ortalama 251 ila 500 kelime uzunluğunda makalelere sahiptir. 3 yıl boyunca hiçbir gazetede 750 kelimeden uzun haber bulunmamaktadır. Cumhuriyet, çalışmalarını 51 ila 500 kelime arasında değişen sadece üç makale uzunluğunda bir kategoride yayınladı. Türkçe gazeteler, çoğunlukla ASEAN haber makalelerinin gazetede nasıl sunulduğuna dair genel bir davranış sergilemektedir. Bu, muhtemelen uluslararası haber ajansı sağlayıcısı ya da yerel haber ajansı Anadolu Ajansı tarafından seçilmiş olabilir. Bu nedenle, gazetelerde makale çeşitliliği çok değildir.

Ek; fotoğraflar, diyagramlar ve arka plan veya bilgi kutusundan oluşur. Çoğu gazetede makale düzenli bir şekilde ek ile birlikte yer alır. Açıkçası, ekler veya görüntüler, haberin nesnelliğini daha da artıracak olan ve en önemlisi okurlar veya izleyiciler, doğruları makalenin bahsettiği gerçekliklerden ve sağlanan fotoğraftan yapılandıran yazılı haberin görsel bir uzantısını sunmaktadır. Ayrıca, ASEAN uluslararası bir haber bölümüne girdiğinden, haberin yanlış yorumlanmasını önlemek amacıyla, makaleye dayanarak çizilen doğru bir resmi sunmak için, ekin bir parçası olarak doğru bir dizi temsilin gerekli olduğu görülmüştür.

Tüm gazetelerden analiz edilen eklerin çoğu fotoğraf ve şema, arka plan veya bilgi kutusu gibi az sayıdaki ek türlerinden oluşur. Çoğu gazetede, habere eşlik eden tek bir fotoğraf vardır. Bu durumda, hem Türkçe hem de İngilizce gazeteler, daha önce yayınlanan makalelerin uzunluğunun tam tersi olan farklı bir veri sergilemektedir. Türkçe dilindeki gazeteler tek bir haber makalesiyle birlikte 4 fotoğraf da sunan gazeteler oldukları için, alan konusunda oldukça cömert oldukları söylenebilir. Türkçe gazetelerin çoğunda en fazla 3 fotoğraf varken, İngilizce gazeteler alan konusunda oldukça cimri olduklarından Daily Sabah'ta sadece 2 fotoğraf yer almaktadır. Hürriyet Daily News ise ya 1 ek bulundurur ya da hiç bulundurmaz.

Veri analizi, beraberindeki ekin çoğunun renkli bastırıldığını da göstermektedir. Ancak Cumhuriyet'in eklerinin renk paletine farklı bir yaklaşımı olduğu fark edilmiştir. Cumhuriyet gazetesinde, fotoğrafların çoğu siyah beyaz olmaktadır ve

sadece az sayıda seçilmiş fotoğraf renkli olarak basılmaktadır. Cumhuriyet'in, haberin kendisinin önemine bağlı olarak hangi fotoğrafların renkli olarak basılmayı hak ettiğine karar verip seçtiği anlaşılmaktadır.

Fotoğraflarda insanların yer alması konusunda, Türkiye Cumhuriyeti liderinin ve ASEAN ülkelerinin liderleri arasında bir denge olduğu görülmekte ve bu da hiçbir haber makalesinin fotoğraf ve ek seçimlerinde yanlılık olmadığını göstermektedir. Diğer taraftan fotoğrafın konumu, fotoğrafların çoğu Filipinler'i etiketleyen bir yere sahip olduğundan, farklı bir sonuç göstermiştir. Bu oldukça mantıklıdır, çünkü bu 3 yıl süren vaka çalışması boyunca, Filipinler, 2017'de her iki ASEAN Zirvesi'nin de başkanlığını yapmıştır.

Toplanan haberlerin çoğu, ASEAN ile ilgili makalelerini Uluslararası Haberler bölümüne yerleştirmiştir. Bununla birlikte, Daily Sabah'ın ASEAN ile ilgili makalelerin yerleştirilmesinde farklı bir yaklaşım benimsediği, makalelerin çoğunun iş dünyası ve ekonomi bölümüne girdiği ve ardından politikayı takip ettiği görülmüştür. Daily Sabah gazetesi makaleleri diğer gazetelerden, hatta İngilizce gazetelerden de farklı olarak uluslararası haberler olarak sınıflandırmak yerine farklı bir yaklaşım benimsemiştir. Türkçe gazeteler ayrıca, makalelerini Uluslararası ya da İş Dünyası ya da Ekonomi haberleri bölümünde sınıflandırmıştır.

Gazeteci imzası açısından, gazete makalelerinin çoğu, yazılanlara herhangi bir imza eklenmeden yayınlandı. Mikro düzeyde, İngilizce gazetelerde Türkçe gazetelere oranla gazetecilerin isminin verildiği daha çok makale yer almaktadır. Bu, ASEAN ile ilgili haberlerin çoğunun, Türk Ajansı, Anadolu Ajansı, Reuters, Agence France Presse ve benzeri yerel ve uluslararası haber ajanslarından alındığı anlamına da gelebilir. Newhagen ve Nass (1989) makalelerinde, geleneksel medyada gazeteci imzasının okuyuculara güvence vermenin yanı sıra birisinin gerçekten haberleri kendileri bildirme özgürlüğüne sahip olduğunu bilmenin de güvenilirliğinden bahsetmiştir.

Haber kaynaklarına gelince, Türkçe gazeteler haberleri nereden aldıklarına dair hiçbir kaynak göstermiyor gibi görünmektedir ve bir eli geçmeyen sayıdaki haber makalelerinin dışında gazeteci imzası taşıyan da yoktur. Haberin kaynağından bahsettikleri ve kaynak belirttikleri de olmuştur, bu durumda kaynak AA olarak gösterilmiştir. Sabah gazetesi, AA'yı bile kaynak olarak göstermemiş, hiçbir makalesinde kaynaklara yer vermemiştir. Öte yandan, İngilizce gazeteler, AA'dan gelen haberleri nereden alabileceklerine dair çeşitli alıntılar ve kaynaklar göstermektedir. Gazetenin bir bütün olarak güvenilirliğini belirlemede, haber kaynağının alıntılarını ve kaynaklarını belirtmek şarttır.

Doğrudan ve dolaylı alıntılar şeklinde belirtilen kaynaklar, çoğu gazetenin en çok Türkiye Cumhuriyeti devlet görevlilerinin sözlerini alıntıladığını ve ardından ASEAN ülkelerinden hükümet yetkilileri ve diğer ilgili ülkelerden gelen resmi görevlilerden alıntı yaptığını gösterir. Ayrıca çoğu gazetede 1 kişi doğrudan alıntılanmaktadır; bu da birçok gazetenin konu tamamen ASEAN ile ilgili olduğunda Türkiye'deki memurları alıntılama konusunda, diğer ülkelerdeki veya ASEAN ülkelerinin memurlarını alıntılamaya kıyasla daha rahat olduklarını gösterir. Çoğu gazeteci, Türk devlet adamlarının bakış açılarını diğer haber kaynaklarıyla karşılaştırıldığında daha çok takdir ediyor gibi görünmektedir.

Kaynaktan bahsedersek, gazetelerin çoğunun sırasıyla AA'dan, onu takiben AFP, Reuters ve Daily Sabah'tan çıkan habere eşlik eden kaynağı belirtilmiş fotoğrafı olduğu sonucuna varılmıştır. Daily Sabah, haberleri daha fazla açıklayan ve haberin güvenilirliğini artıran en iyi fotoğrafları sağlama konusunda ekstra çaba sarfetmiş görünmektedir, bunu Türkiye Cumhuriyeti'nde gerçekleşen olaylara kendi fotoğrafçılarını göndermelerinden anlayabiliriz. Örneklenen Türkçe gazetelerin tümü, fotoğrafın kaynağını sunmamıştır. Öte yandan İngilizce gazeteler haberin ekinde yer alan her fotoğrafa fotoğrafın kaynağını eklemiştir.

Temel gazetecilik prensibi gereği, bahsi geçen ya da sağlanan her şeyin bir kaynağı olması gerekir. Aynı durum görseller için de geçerlidir. Türkçe gazetelerin ekli fotoğrafı için kaynak üretememesi araştırmacılar ve en önemlisi okuyucular için

büyük bir tutarsızlık göstermiştir. Ayrıca, haberlerin kapsamı belirtilen veya bahsi geçen şeyler hakkında bilgiye dayalı karara ulaşmak, fotoğrafın varlığına ve fotoğrafın kaynağına bağlıdır

Örneklenen tüm gazetelerden çıkan haber makalelerinin derlenmesiyle görüntülenen ve analiz edilen tonun çoğunlukla olumlu veya nötr olduğu sonucuna varılabilir. Bu, tartışmalı olmayan kelimeler kullanılarak sunulan haberlerin tarafsızlığı ile görülebilir ve gazetelerden herhangi birinin diğer ülkelerde, bu durumda ASEAN ülkelerinde neler olup bittiğini göstermek için kendi anlatılarını kullanıp kullanmadıklarına bakmak kullanılan tonu belirlemek açısından oldukça önemlidir. Genel olarak, tüm gazeteler olumlu veya nötr bir yaklaşıma sahiptir. Bu da gazetelerin haberleri haber ajanslarından veya ağlarından ya da hikâyeyi yazmaktan ve geliştirmekten sorumlu olan gazeteci de dâhil olmak üzere yayın kurulundan yazılar topladığı anlamına gelir.

Aynı şey, ASEAN ile ilgili haber makalelerinin çoğunun destekleyici haber duruşuna sahip olduğu, örneklenen gazetelerin makalelerinin tezahür ettiği haber duruşuyla aynı şekilde söylenebilir. Haberin duruşu farklı yönleri, haberleri yazan gazetecinin duygularının bir yansımasıdır. Araştırmalarında, yazar çalışmalarını ve makalelerini ve aynı zamanda sözcük ve dilbilim yönünü kullandığından duruşun yazarın ifadesi olarak tanımlanabileceğine işaret etmiştir. Haberin duruşunun gazetecinin olayları algılamasından nasıl etkilenebileceğini anlatmıştır. Herhangi bir ülkenin medyası, özellikle de ana akım medyası makalenin sadece gazetecisini ya da yazarını yansıtmayacağı düşünüldüğünde, medya kurumu ne kadar büyükse her türlü haberin yayınlanmasındaki tutumlarını eleştiriyorlar.

Bunların ardından medya çerçevelemesi gelmektedir; örneklenen haber raporlarının ASEAN hakkında olanlarının çoğu siyasi ve ekonomik olarak çerçevelenmiştir. Analiz edilen haberlerin neredeyse yarısı siyasi bir çerçeveye sahiptir. Bu haber makalelerinin çoğu, ASEAN etkinlik ve toplantılarında Türkiye ve diğer ülkeler veya ASEAN ülkeleri ve diğer ülkeler arasında gerçekleşen olaylardan

oluştuğu için, makalelerin siyasi olması hiç şaşırtıcı değildir. Bu haber makalesi için medya çerçevesinin kökeni, muhtemelen haberleri taşıyan ve diğer gazete kuruluşları tarafından alınmadan önce kendi haber çerçevelerini teşvik eden diğer haber ajanslarından gelebilir.

Bu araştırma, medyada ASEAN ve Türkiye ile ilgili gelecekteki çalışmalara katkıda bulunmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. ASEAN ve Türkiye konusu söz konusu olduğunda, bu konuda çeşitlilik gösterebilecek, farklı sonuçlar ortaya koymak için bu konuya başka metodolojik araştırma teknikleri uygulanabilir. Bu araştırma, sonuçları ASEAN ülkelerinden herhangi birinin Türkiye Cumhuriyeti medyası sonuçlarını keşfetmeleri için çoğaltılabilir.

Bu çalışmanın sınırlamaları çoğunlukla dışsal faktörlerdir; bu nedenle, verilerin sonuçları farklı gazetelerden daha fazla kaynakla daha renkli olabilirdi, ancak kaynak ve dokümantasyon eksikliği ve belirli bir haber kaynağından cevap alamamak analiz edilecek daha fazla veriyi araştırmayı sınırlandırmıştır. Bu araştırma, ASEAN'ın bir organizasyon olarak, ASEAN'ı merak eden Türk araştırmacıların ve diğer ülkelerin haberlerini aktarırken Türk medyası hakkında çalışmak isteyen medya öğrencilerinin yararına olması amacıyla başlatılmıştır.

KAYNAKÇA

Asean Economic Community(AEC). (2016). Fact-sheet. Retrieved from http://asean.org/storage/ 2012/05/11c.-April-2016-Fact-Sheet-of-AEC.pdf

ASEAN Secretariat, 2010, ASEAN Association of Southeast Asian Nations, retrieved from http://www2.asetuc.org/media/ASEAN%20OVERVIEW_160210%20(2).pdf

Asian Development Bank, ADB working paper series on regional economic integration.(2010) Asean Eeconomic integration: features, fulfillments, failures and the future. Retrieved 4 December 2016 from https://aric.adb.org/pdf/workingpaper/WP69_Hill_Menon_ASEAN_Economic_Integration.pdf

Association of Southeast Asian Nations: Declaration on Formation of the Association. (1967). International Legal Materials, 6(6), 1233-1236. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/20690295

Breene,K. (2016). 7 surprising things you probably dont know about ASEAN. Retrieved December 4, 2016, from https://www.weforum.org/agenda/2016/05/7-surprising-things-about-asean

Briefing: International Contact Group for the Southern Philippines Peace Process, (2014), Democratic Press İnstitute.

Caballero-Anthony, M. (2008). THE ASEAN CHARTER: An Opportunity Missed or One that Cannot Be Missed? Southeast Asian Affairs, 71-85. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/27913353

Cetin, Gurel & Akova, Orhan & Gürsoy, Doğan & Kaya, Fazıl. (2016). Impact of Direct Flights on Tourist Volume: Case of Turkish Airlines. Journal of Tourismology. 2. 36-50. 10.26650/jot.2016.2.2.0003.

Davutoğlu ASEAN/TAC belgesini imzaladı, (2010,Temmuz 23) Sabah, erişim adresi :

https://www.sabah.com.tr/dunya/2010/07/23/davutoglu_aseantac_belgesini_imzaladi

Esenbel, S & Alti,A. (2013). Turkey's changing foreign policy stance: Getting closer to Asia?. Retrieved December 3, 2016, from https://www.mei.edu/content/turkey's-changing-foreign-policy-stance-getting-closer-to-asia

Export compass" focused on the free trade agreement between Malaysia and Turkey, retrived from https://www.tim.org.tr/en/press-room-news-export-compass-focused-on-the-free-trade-agreement-between-malaysia-and-turkey.html

Gazetelerin ve dergilerin yayın bölgesine göre sayısı, 2005-2017, erişim adresi : http://www.tuik.gov.tr/Start.do;jsessionid=TNv8dTTNTws14QJ3flLDkhyR4vWn5DKkgTD8lyQjj28ywMYYJL7N!-2026099555

Goh, G. (2000), The ASEAN Way: Non-intervention and ASEAN's role in conflict management, Stanford Journal of East Asian Study,3:1, 113-118

Halloran, J. (1998). Mass communication research: Asking the right questions, in A. Hansen, S. Cottle, R. Negrine and C. Newbold (Eds.), Mass Communication Research Methods, London: Macmillan Press, 9 – 34

Horst Po¨ttker (2003) News and its communicative quality: the inverted pyramid—when and why did it appear?, Journalism Studies, 4:4, 501-511, DOI: 10.1080/1461670032000136596

Hüseyin Polat & Ali Ünişen | Mark Boylan (Reviewing Editor) (2016) An analysis of teacher news in Turkish printed media within the context of teachers' image, Cogent Education, 3:1, DOI: 10.1080/2331186X.2016.1179614

Irvine R. (1982) The Formative Years of ASEAN: 1967–1975. In: Broinowski A. (eds) Understanding ASEAN. Palgrave, London

Kali, G. (2012), Uluslararasi haberlerde guvenilirlik sorunlari, Uluslararasi tarih ve sosyal arastirmalar dergisi, 8, 168-177

Lehman-Wilzig, S. N., & Seletzky, M. (2010). Hard news, soft news, 'general' news: The necessity and utility of an intermediate classification. Journalism, 11(1), 37–56. https://doi.org/10.1177/1464884909350642

Lehrer, Adrienne. (1989). Remembering and Representing Prose: Quoted Speech as a Data Source. Discourse Processes - DISCOURSE PROCESS. 12. 105-125. 10.1080/01638538909544721

Malezya Uluslararası Ticaret ve Sanayi Bakanı Dato' Sri Mustapa Mohamed ile Toplantı İstanbul'da gerçekleşti,Retrieved 4 December 2016, from https://www.deik.org.tr/malezya-uluslararasi-ticaret

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. Public Opinion Quarterly, 36(2), 176. doi:10.1086/267990

McLuhan, M. (1959). Myth and Mass Media. Daedalus, 88(2), 339-348. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/20026500

MOELLER, J., & Meoller, J. (2007). ASEAN's Relations with the European Union: Obstacles and Opportunities. Contemporary Southeast Asia, 29(3), 465-482. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/25798848

Mohd Faisal Keling, Hishamudin Md Som, Mohamad Nasir Saludin, Md Shukri Shuib, Mohd Na'eim Ajis. (2011). The Development of ASEAN from historical approach. Asian Social Science. 7. 169-189. doi: 10.5539/ass.V7N7P169

Mueller, Bernardo & Alston, Lee & Pereira, Carlos & Melo, Marcus. (2008). The Choices Governors Make: The Roles of Checks and Balances and Political Competition.

Oberauer, Klaus & Eichenberger, Simon. (2013). Visual working memory declines when more features must be remembered for each object. Memory & cognition. 41. 10.3758/s13421-013-0333-6.

Overholser, G., & Jamieson, K,H.,(2005), The Institutions of American Democracy,

Oxford University Press, 156-160

Özkan, Mehmet. (2011).Turkey's 'New' Engagements in Africa and Asia: Scope, Content and Implications.Perceptions. 3. 115-137

Peter J. Katzenstein (2000) Regionalism and Asia, New Political Economy, 5:3, 353-368, DOI: 10.1080/713687777

Read Journal, http://www.readjournal.com/

Romah,A. (2015). Erdogan wants Turkey in ASEAN. Retrieved December 3, 2016, from https://www.aa.com.tr/en/turkey/erdogan-wants-turkey-in-asean/20877

Rumeli, B. (2007). Constructing regional community and order in Europe and Southeast Asia. Palgrave , Macmillan: London. 1st edition

Shaw, D. L., & Martin, S. E. (1992). The Function of Mass Media Agenda Setting. Journalism Quarterly, 69(4), 902–920.doi:10.1177/107769909206900410

Shaw, E. F. (1979). Agenda-Setting and Mass Communication Theory. International Communication Gazette, 25(2), 96–105.doi:10.1177/001654927902500203

Stemler, Steve (2001). An overview of content analysis. Practical Assessment, Research & Evaluation, 7(17). Erişim adresi ://PAREonline.net/getvn.asp?v=7&n=17 .

Tükiye Cumhuriyeti, Turkiye İstastikal Kurumu (2017),

Turkey's enterprising and humanitarian foreign policy, retrieved from : http://www.mfa.gov.tr/synopsis-of-the-turkish-foreign-policy.en.mfa) ve-sanayi-bakani-dato-sri-mustapa-mohamed-ile-toplanti-istanbul-da-gerceklesti

Unal,A. (2014). Singapore and Turkey rediscovering each other. Retrieved December 4, 2016 from https://dailysabah.com/politics/2014/05/02/singapore-and-Turkey-resdiscovering-each-other

Van Jackson, Power, trust, and network complexity: three logics of hedging in Asian security, International Relations of the Asia-Pacific, Volume 14, Issue 3, September 2014, Pages 331–356, https://doi.org/10.1093/irap/lcu005

Visa free countries for Turkish Citizens, retrieved from : https://www.flypgs.com/en/visa-free-countries)

Yanatma, S. (2019) Media in Turkey, Digital News Report, Reuters Institute for the Study of Journalism, erişim adresi https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_1.pdf

Yinanc, B.(2014), Turkish people are naively proud of themselves, survey shows, Hurriyet Daily News, retrieved from http://www.hurriyetdailynews.com/turkish-people-are-naively-proud-of-themselves-survey-shows-69912

EKLER

KODLAMA SAYFASI

ASEAN'IN TÜRK MEDYASINDAKİ IMAJİ : 2015 YILINDAN 2017 YILINA KADAR TÜRK GAZETESİNDE ÇIKAN HABERLER

GİRİŞ VE TEMEL BİLGİ TOPLAMA

1. Gazete
    1. Sabah
    2. Cumhuriyet
    3. Hürriyet
    4. Daily Sabah
    5. Hurriyet Daily News

2. Yıl
    1. 2015
    2. 2016
    3. 2017

3. Haber türü
    1. Hard news (News report that uses inverted pyramid) Haber yazısı
    2. Features (Interviews, etc) Roportaj yazısı
    3. Editorial (Argumentative news reports/Journalist possessed power to sway public opinion) Fıkra

4. Ayı
    1. Ocak
    2. Şubat
    3. Mart
    4. Nisan
    5. Mayıs
    6. Haziran
    7. Temmuz
    8. Ağustos
    9. Eylül
    10. Ekim
    11. Kasım
    12. Aralık

5. Location / Ülke/ Lokasyon
    1. Türkiye
    2. Malezya
    3. Endonezya
    4. Tayland
    5. Singapur
    6. Laos
    7. Brunei Darüsselam sultanlığı
    8. Myanmar
    9. Kamboçya
    10. Vietnam
    11. Filipin
    12. ASEAN ve Türkiye dışında

TECHNICAL SIDE OF THE DATA

6. Bölüm / Section
    1. Editorial / Başyazı
    2. Front page / Ön sayfa
    3. Local News / Yerel Haberleri
    4. Feature / Özellik haber
    5. Politics / Siyaset
    6. Business/ Economy / İktisad ve Ekonomik
    7. International/ World / Ulusrarası ve dünya
    8. Letters to Editor / Editör mektuplar
    9. Sports / Spor
    10. Opinions/ Perspective / Düşünce

7. Biçim
    1. News report / Haber yazısı
    2. Editorial / başyazısı
    3. Column / Makale
    4. Feature / Özellik haber
    5. Cartoon/ Illustration / Karikatür
    6. Letter / Mektup
    7. Weekly News Summary / Haftalız Özet
    8. Review / Gözden Geçirmek
    9. 'News in brief' / Kısaca Haberler

8. By-line / Yazar Adının Verildiği Satır
    1. Yes / Evet

2. No / Hayır

9. Author / Yazar
    1. Staff reporter / Personel Muhabiri
    2. Guest Author / Mısafir Yazar
    3. Anadolu Agency / Anadolu Ajansı
    4. International News Agency / Ulusrarası Haber Ajansı
    5. Staff Reporter and Anadolu Agency / Personel Muhabir ve Anadolu Ajansı
    6. Staff Reporter and International News Agency / Personel Muhabiri ve Uluslararası Haber Ajansı
    7. Individual / Kişisel
    8. Not Mentioned / Bahsedilmemiş
    9. News Wires / Onlıne Gazete

ACCOMPANYING IMAGES,VISUALS AND PHOTOS /GÖRÜNTÜLER, GÖRSEL VE FOTOĞRAFLAR

10. Ek Türleri
    1. Photograph / Fotoğraf
    2. Diagram/ Layout / Şema ve plan
    3. Background /Info box / Özgeçmiş
    4. Cartoon /
    5. Caricature / karikatür
    6. Combination of above / yukarıdakilerin kombinasyonu
    7. None / Hiçbiri

11. Color (Are there any specific color graphics or headlines used to highlight the article beyond the normal black-white print?) Haber başlığın renkli mi?

1. Yes / Evet
2. No / Hayır

12. Number of accompanying pictures / Fotoğraf sayısı
    1. 1
    2. 2
    3. 3
    4. 4
    5. 4'den başka
    6. Hiçbiri

13. Human subject in picture / resimdeki insanlar
    1. Tek kişi
    2. Group of 2-5 / 2 ila 5 kişilik grup
    3. Group 6-10 / 6 ila ön kişilik grup
    4. Group 11 and more / 11 kişilik ve daha fazlası
    5. Not related / alakasız

14. Representation of human subject in picture / Resimdeki insan konunun temsili
    1. Leader from the Republic of Turkey / Türkiye Cumhuriyeti'nin lideri
    2. Leader from the ASEAN nation / ASEAN ülkeleri'nin lideri
    3. Leader from other countries / Diğer ülkelerden gelen lider
    4. People of ASEAN nations / ASEAN ulus kişi
    5. People of other country / Diğer ülke kişisi
    6. Celebrity / ünlü kimse
    7. Not related / alakasız

15. Location in picture / Resimdeki yeri

1. Türkiye
2. Malezya
3. Endonezya
4. Tayland
5. Singapur
6. Laos
7. Brunei Darüsselam sultanlığı
8. Myanmar
9. Kamboçya
10. Vietnam
11. Filipin
12. ASEAN ve Türkiye dışında
13. Alakasız

16. Accompanying photo source
    1. Sabah
    2. Cumhuriyet
    3. Hürriyet
    4. Daily Sabah
    5. Hurriyet Daily News
    6. Anadolu Ajans (AA)
    7. Agence France-Presse (AFP)
    8. Associated Press (AP)
    9. Press Association
    10. Reuters
    11. United Press International
    12. Hiçbiri

17. Pellet of the picture / Renk paleti
    1. Color / Renkli
    2. Black/ White / Kara beyaz
    3. Color cartoon/ illustration / renkli resim ve karikatür
    4. Black and white illustration / kara beyaz resmi
    5. Not related / alakasız

BACKGROUND OF THE NEWS REPORT / HABERİN ÖZGEŞMİŞ

18. Number of sources / Kaynağın sayısı
    1. 1
    2. 2
    3. 3
    4. None/ Hiçbiri

19. Kaynak
    1. Sabah
    2. Cumhuriyet
    3. Hürriyet
    4. Daily Sabah
    5. Hürriyet Daily News
    6. Anadolu Ajans (AA)
    7. Agence France-Presse
    8. Associated Press
    9. Press Association
    10. Reuters
    11. United Press International
    12. None/ hiçbiri

20. International News Agency / Uluslararası Haber Ajans

    1. Associated Press
    2. Agence France - Presse
    3. Reuters
    4. Times
    5. Other/ başka
    6. Not related / alakasız

21. Main Source / Ana kaynak

    1. Government official from Turkey / Türkiye'nin Kamu personeli/ Türkiye'nin devlet memuru
    2. Government official from ASEAN country/ ASEAN'ın kamu personeli/ ASEAN'ın devlet memuru
    3. ASEAN
    4. Official from other respective country / Başka ülkeden kamu personeli
    5. Official from the United Nations' agency/ Birleşmiş Milletler'in personeli
    6. Policy Maker / politika belirleyici/ karar verici
    7. Political Scientist/ siyaset bilimci
    8. Academicians/ akademisyen
    9. Public Relations Officers / halka ilişkiler personeli
    10. International News Agency / Uluslararası haber ajans
    11. Turkish public/ Türk vatandaşı
    12. ASEAN citizen / ASEAN'ın ülkeden vatandaşı
    13. Non-Governmental Agency/ sivil toplumu kuruluşu
    14. Not mentioned/ bahsedilmemiş

22. Secondary source/ İkinci kaynak :

    1. Government official from Turkey / Türkiye'nin Kamu personeli/ Türkiye'nin devlet memuru
    2. Government official from ASEAN country/ ASEAN'ın kamu personeli/ ASEAN'ın devlet memuru
    3. ASEAN
    4. Official from other respective country / Başka ülkeden kamu personeli
    5. Official from the United Nations' agency/ Birleşmiş Milletler'in personeli
    6. Policy Maker / politika belirleyici/ karar verici
    7. Political Scientist/ siyaset bilimci
    8. Academicians/ akademisyen
    9. Public Relations Officers / halka ilişkiler personeli
    10. International News Agency / Uluslararası haber ajans
    11. Turkish public/ Türk vatandaşı
    12. ASEAN citizen / ASEAN'ın ülkeden vatandaşı
    13. Non-Governmental Agency/ sivil toplumu kuruluşu
    14. Not mentioned/ bahsedilmemiş

23. Number of quoted person/sources / alıntı kaynakların sayısı ya da alıntı yapılan kişi sayısı

    1. 1
    2. 2
    3. 3
    4. 4
    5. More than 4 / 4'den başka
    6. None / hiçbiri

24. First quotation by? ilk alıntı yapılan kişi

1. Government official from Turkey / Türkiye'nin Kamu personeli/ Türkiye'nin devlet memuru
2. Government official from ASEAN country/ ASEAN'ın kamu personeli/ ASEAN'ın devlet memuru
3. ASEAN
4. Official from other respective country / Başka ülkeden kamu personeli
5. Official from the United Nations' agency/ Birleşmiş Milletler'in personeli
6. Policy Maker / politika belirleyici/ karar verici
7. Political Scientist/ siyaset bilimci
8. Academicians/ akademisyen
9. Public Relations Officers / halka ilişkiler personeli
10. International News Agency / Uluslararası haber ajans
11. Turkish public/ Türk vatandaşı
12. ASEAN citizen / ASEAN'ın ülkeden vatandaşı
13. Non-Governmental Agency/ sivil toplumu kuruluşu
14. Not mentioned/ bahsedilmemiş

25. Second quotation by?/ İkinci alıntı yapılan kişi
    1. Government official from Turkey / Türkiye'nin Kamu personeli/ Türkiye'nin devlet memuru
    2. Government official from ASEAN country/ ASEAN'ın kamu personeli/ ASEAN'ın devlet memuru
    3. ASEAN
    4. Official from other respective country / Başka ülkeden kamu personeli
    5. Official from the United Nations' agency/ Birleşmiş Milletler'in personeli
    6. Policy Maker / politika belirleyici/ karar verici
    7. Political Scientist/ siyaset bilimci
    8. Academicians/ akademisyen
    9. Public Relations Officers / halka ilişkiler personeli

10. International News Agency / Uluslararası haber ajans
11. Turkish public/ Türk vatandaşı
12. ASEAN citizen / ASEAN'ın ülkeden vatandaşı
13. Non-Governmental Agency/ sivil toplumu kuruluşu
14. Not mentioned/ bahsedilmemiş

26. Third quotation by? / Üçüncü alıntı yapılan kişi
    1. Government official from Turkey / Türkiye'nin Kamu personeli/ Türkiye'nin devlet memuru
    2. Government official from ASEAN country/ ASEAN'ın kamu personeli/ ASEAN'ın devlet memuru
    3. ASEAN
    4. Official from other respective country / Başka ülkeden kamu personeli
    5. Official from the United Nations' agency/ Birleşmiş Milletler'in personeli
    6. Policy Maker / politika belirleyici/ karar verici
    7. Political Scientist/ siyaset bilimci
    8. Academicians/ akademisyen
    9. Public Relations Officers / halka ilişkiler personeli
    10. International News Agency / Uluslararası haber ajans
    11. Turkish public/ Türk vatandaşı
    12. ASEAN citizen / ASEAN'ın ülkeden vatandaşı
    13. Non-Governmental Agency/ sivil toplumu kuruluşu
    14. Not mentioned/ bahsedilmemiş

27. Fourth quotation by? / Dördüncü alıntı yapılan kişi
    1. Government official from Turkey / Türkiye'nin Kamu personeli/ Türkiye'nin devlet memuru

2. Government official from ASEAN country/ ASEAN'ın kamu personeli/ ASEAN'ın devlet memuru
3. ASEAN
4. Official from other respective country / Başka ülkeden kamu personeli
5. Official from the United Nations' agency/ Birleşmiş Milletler'in personeli
6. Policy Maker / politika belirleyici/ karar verici
7. Political Scientist/ siyaset bilimci
8. Academicians/ akademisyen
9. Public Relations Officers / halka ilişkiler personeli
10. International News Agency / Uluslararası haber ajans
11. Turkish public/ Türk vatandaşı
12. ASEAN citizen / ASEAN'ın ülkeden vatandaşı
13. Non-Governmental Agency/ sivil toplumu kuruluşu
14. Not mentioned/ bahsedilmemiş

28. Most quoted / En çok alıntı yapılan
    1. Government official from Turkey / Türkiye'nin Kamu personeli/ Türkiye'nin devlet memuru
    2. Government official from ASEAN country/ ASEAN'ın kamu personeli/ ASEAN'ın devlet memuru
    3. ASEAN
    4. Official from other respective country / Başka ülkeden kamu personeli
    5. Official from the United Nations' agency/ Birleşmiş Milletler'in personeli
    6. Policy Maker / politika belirleyici/ karar verici
    7. Political Scientist/ siyaset bilimci
    8. Academicians/ akademisyen
    9. Public Relations Officers / halka ilişkiler personeli
    10. International News Agency / Uluslararası haber ajans
    11. Turkish public/ Türk vatandaşı

12. ASEAN citizen / ASEAN'ın ülkeden vatandaşı
13. Non-Governmental Agency/ sivil toplumu kuruluşu
14. Not mentioned/ bahsedilmemiş

29. Occasion for report/ haber için sebeb etkinliği
    1. No Identifiable setting / tanımlanabilir ayar yok / tanımlanabilir bir durum yok
    2. Legislative actions (Congress) / yasama eylemi (kongre)
    3. Government/Bureucratic action) / Kanu/ devlet/ bürokratik eylemi
    4. Association meeting / Birliği toplantısı
    5. Interest group meeting (ASEAN, etc) / ilgi grubu toplantısı
    6. International event / Uluslararası olayı
    7. Other political setting / Başka siyaset ortamı
    8. Press release/ Basın bülteni
    9. Campaign event, rally, photo op / kampanya etkinliği, proteslar ve ralli
    10. Other campaigns actions/ başka kampanya aksiyon
    11. Media-initiated Interviews / Medya görüşmesi
    12. Journalists report/evaluation: news analysis / Gazeteci'nin raporu ve haber değerlendirme
    13. Media sponsored public / medya destekli röportaj
    14. Other media actions/ diğer medya eylemleri
    15. Other causes or occasions / Diğer sebepler veya durumlar

30. Length / Uzunluk
    1. 50-100
    2. 101-500
    3. 501-1000

4. More than 1000 / 1000'den fazla kelime

31. Tone of article / Makalenin tonu
    1. Positive / olumlu
    2. Negative / olumsuz
    3. Neutral / Tarafsız

32. News stance / Haber görüş açışı
    1. Opposing / Karşı çıkma
    2. Supportive / Destekleyici
    3. Neutral / Tarafsız
    4. Unclear / Bellisiz

33. Mention of ASEAN in the news report?/ ASEAN ilgili raporunda bahsedilen
    1. Main discussion / Ana tartışma
    2. Mere mention / Hafif söz
    3. Reference / Referans
    4. No mention / Bahsedilmemiş

34. Mention of coalition, collaborating of Turkey and ASEAN? / Türkiye ile ASEAN arasındaki işbirliğinden söz etmek mi?
    1. Yes / Evet
    2. No / Hayır

35. Frame / Medya çerçeveleme
    1. Conflict/ Fikir ayırlıgı
    2. Controversy / Tartışma
    3. Human Interest / İnsan ilgisi

4. Politics / Siyaset
5. Economy / İktisat / Ekonomi
6. Responsibility / Sorumluluk
7. Morality / ahlaklılık
8. Other / Değer

36. Jargon / Meslek argosu
    1. Yes / Evet
    2. No / Hayır

37. Types of jargons / Meslek argo türü
    1. Scientific / Bilimsel
    2. Business / İşletme
    3. Policy / Politika
    4. Economic / Ekonomik
    5. Technology / Teknolojik
    6. N/A / Alakasız

38. Explanation of jargons / Meslek argo açıklama
    1. Yes /Evet
    2. No / Hayır
    3. Not related / Alakasız

39. In which part of the article were ASEAN quoted? / haberin hangi bölümünde ASEAN kote edildi?
    1. Headline / Başyazılık
    2. First paragraph / Birinci parağraf

3. Second paragraph / İkinci parağraf
4. Upper half of the report / Haberin üst yarısı
5. Lower half of the report / Haberin alt yarısı
6. Photocaption / Fotoğraf başlığı
7. Not related / Alakasız