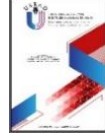




USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi -  
International Journal of Social Sciences Academy, Yıl 4, Year 4,  
Sayı 9, Issue 9, Ağustos 2022, August 2022  
e issn: 2687-2641



## TÜRKİYE'NİN KAMU DİPLOMASİSİNDE TRT WORLD'ÜN ROLÜ THE ROLE OF TRT WORLD IN TURKEY'S PUBLIC DIPLOMACY

**Yeliz KARADENİZ**

Öğr. Gör., Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Sakarya Uygulamalı Bilimler  
Üniversitesi,  
Sakarya/Türkiye.

Lecturer, Management and Organization Department, Sakarya University of  
Applied Sciences,  
Sakarya/Turkey.

ykaradeniz@subu.edu.tr

**ORCID ID:** 0000-0002-0594-3054

### **Makale bilgisi | Article Information**

**DOI:** 10.47994/usbad.1090133

**Makale Türü / Article Type:** Araştırma Makalesi / Research Article

**Geliş Tarihi / Date Received:** 19.04.2022

**Kabul Tarihi / Date Accepted:** 05.08.2022

**Yayın Tarihi / Date Published:** 20.08.2022

**Yayın Sezonu / Pub Date Season:** Ağustos / August

**Bu Makaleye Atıf İçin / To Cite This Article:** Karadeniz, Y. (2022). Türkiye'nin Kamu Diplomasisinde TRT World'ün Rolü. *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi* 4(9), 560-578.

**İntihal:** Bu makale intihal.net yazılımınca taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

**Plagiarism:** This article has been scanned by intihal.net. No plagiarism detected.



**İletişim:** Web: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbad>  
mail: [usbaddergi@gmail.com](mailto:usbaddergi@gmail.com)

**Öz:** Günümüzde ülkeler, dış politika amaçlarına ulaşmak için askeri, siyasi ve ekonomik güç unsurların yanı sıra kamu diplomasisi için yumuşak güç araçlarına da başvurmaktadır. Kamu diplomasisinde, ülke hakkında oluşan kötü intibahı tersine çevirme ve iyi ilişkiler kurma amacı vardır. Medya bu ilişki sürecinin en önemli öğelerinden birisidir. Hızlı, kolay ve etkili bir biçimde ilgililere ulaşabilme yeteneği bakımından medya, kamu diplomasisinde önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Ayrıca internetin yaygınlaşmasıyla birlikte medya türleri arasına yeni medya dahil olmuştur. Yeni medya kavramıyla, klasik medya anlayışının aksine kamu diplomasisi için çalışmalar yürüten medya anlaşılmaktadır. Bu çalışmada 2015 yılında yayın hayatına başlayan ve TRT'nin İngilizce olarak dünya ülkelerine programlar sunan ilk kanal olma özelliğini taşıyan TRT World Türkiye'nin kamu diplomasisinde rolü bağlamında incelemeye alınmaktadır. Bu çerçevede çalışmada TRT World'ün "kuruluşu, misyon ve vizyonu, gelirleri, organizasyonel şeması, personel istihdamı, izleyici kitlesi, konumu, haber politikaları, TV programları, web sitesi ve sosyal medya hesapları" incelenmiştir. Sonuç olarak TRT World'ün dünyaya İngilizce programlar sunan Türkiye'nin kamu diplomasisi politikalarının unsurlarından birisi olduğu ve Türkiye'nin uluslararası yayınlarında destekleyici bir araç olduğu sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** TRT, Kamu Diplomasisi, Yumuşak Güç, Medya

**Abstract:** Nowadays, countries resort to soft power tools for public diplomacy, as well as military, political and economic power elements to achieve their foreign policy goals. In public diplomacy, there is a goal to reverse the bad impression that has been formed about the country and establish good relations. The media is one of the most important elements of this relationship process. In terms of its ability to reach interested people quickly, easily and effectively, the media is used as an important tool in public diplomacy. In addition, with the dec of the Internet, new media has been included among the media types. The concept of new media is understood as the media that conducts work for public diplomacy, in contrast to the classical understanding of the media. In this study, TRT World, which started broadcasting in 2015 and has the distinction of being the first channel to offer programs to world countries in English, is examined in the context of the role of TRT World in Turkey's public diplomacy. In this context, the "organization, mission and vision, revenues, organizational chart, personnel employment, audience, location, news policies, TV programs, website and social media accounts" of TRT World were examined in the study. As a result, it was concluded that TRT World is one of the elements of Turkey's public diplomacy policies that offers programs in English to the world and is a supporting tool in Turkey's international publications.

**Key Words:** TRT, Public Diplomacy, Soft Power, Media

## GİRİŞ

Türkiye'de medyanın doğuşu ile modernite arasında bağlantı bulunmaktadır. Savaş sonraları yaşanan güç kayıplarını önlemek amacıyla medya önemli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda basın yayın organlarına da modernleşme sürecinde yeni görev ve sorumluluklar eklenmiştir. Bu dönemlerdeki amaçlar; modernleşmeyle sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak ve refahı arttırmak olmuştur.

Bu çerçevede Türkiye'nin dünyada açılmasını, kendisini dünyaya gösterip dünyanın çeşitli bölgelerinde meydana gelen olaylardan halkını haberdar etmesini, Anadolu Ajansı'nda ve TRT'nin kuruluş aşamasında görmek mümkündür. Gerek

Osmanlı döneminde gerekse Cumhuriyet döneminde Türkiye'nin medyayla amaçladıkları kamu diplomasisiyle iç içedir.

Uluslararası yayıncılığın başlamasıyla yaygınlık kazanan kamu diplomasisi aslında ülkelerin çıkarları için diğer toplumları kendilerine çekmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçları gerçekleştirmek için de devletler yumuşak güç unsurlarını kullanmaktadır. Bunlar arasında medya, geniş halk kitlelerine ulaşabilme gücüne sahip olduğundan kamu diplomasisine katkısı büyüktür. Bu çalışmada amaç, TRT World'ün Türkiye'nin kamu diplomasisindeki konumunu ortaya koyup, önemini belirlemeye çalışmaktır.

## **1. KAVRAMSAL ANALİZ: DİPLOMASİ, KAMU DİPLOMASİSİ VE MEDYA ÜÇLÜSÜ**

Diplomasi kavramı üzerinde ortak tanımın yapılmadığı herkes tarafından farklı algılanabilen bir kavramdır. Devletlerarası resmi ilişkilere odaklanan ve ilişkilerin devamı için yapılan stratejik uygulamaları olarak tanımlanmaktadır. Diplomasi başka tanıma göre şiddet uygulamadan bir devletin dış güçlere karşı egemenliğini koruyabilmesi için uygulanan bir araç olarak kabul edilmektedir. Aynı zamanda bu kavram, dış politikanın biçimlenmesinde etkilidir.

Türk Dil Kurumu Sözlüğünde kamu diplomasisi kavramı, "Bir ulusun düşüncelerini, hedeflerini, ideallerini, güncel politikalarını, kurumlarını ve kültürünü yabancı ülkelerin kamuoylarına anlatma amacıyla uygulanan politika" (TDK, 2022) olarak ifade edilmektedir. Kamu diplomasisi, devleti, halkı ve gönüllü kuruluşları kapsayan ve toplumlar arası ilişkileri ifade etmektedir. Kamu diplomasisinde amaç hem devletlerin hem de toplumların birbiriyle karşılıklı diyalogunu olumlu yönde geliştirmektir.

Geleneksel diplomasi ile kamu diplomasisi arasındaki farka değinilecek olursa geleneksel diplomasi, hükümetle hükümet arası ilişkiyi ele alırken, kamu diplomasisinde etkileşimin politik bir süreç olduğu ve devletlerarası ilişkilerde kamu diplomasisi araçlarının popülerliğinin arttığı vurgulanmaktadır.

Kamu diplomasisi kavramını geleneksel ve modern kamu diplomasisi olarak incelemekte yarar vardır. Geleneksel kamu diplomasisi, "devletlerin uluslararası kamuoyunu veya seçkinlerinin düşüncelerini ülkenin çıkarları doğrultusunda etkileme çabaları" olarak açıklanmaktadır. Başka bir tanıma göre, geleneksel olarak kamu diplomasisi, devletlerin ulusal amaç ve dış politikayla ilgili destek sağlamak için bilgilendirme, etkileme ve ilgi çekmeye yönelik faaliyetleri içermektedir. Geleneksel kamu diplomasisindeki girişimler temel olarak tek yönlü iletişim çalışmalarından oluşmaktadır. Bu çalışmalar propagandaya benzetilmektedir.

Kamu diplomasisinin tarihsel gelişimine bakıldığında ilk uygulamaları Soğuk Savaş dönemine dayanmaktadır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında kamu diplomasisi faaliyetlerinin doğmasının nedenleri arasında da iletişim devrimi, kamuoyunun önemini artması ve 1948-1964 tarihleri arasında yeni ülkelerin kurulması gösterilmektedir.

Kamu diplomasisinin tekrar gündeme gelmesinde ise ABD açısından dönüm noktası olan 2001 yılında Dünya Ticaret Merkezine yapılan terörist saldırısının etkisi vardır. Kıta Avrupası'nda ise 1989 itibariyle, yeni ülkelerin ortaya çıkmasıyla bu ülkeler kendilerini Avrupa'nın tarihsel ve kültürel olarak bir parçası olarak konumlandırmakta ve tüm dünyaya politik olarak istikrarlı, demokratik ve geleceği parlak piyasa ekonomileri olarak kendilerini sunmak istemektedirler (Gökırmak, 2012).

Modern anlamda kamu diplomasisine gelindiğinde ise kamu diplomasisi yumuşak gücün bir aracı olarak görülmektedir. Kamu diplomasisi devletin dış kamulara yönelik gerçekleştirdiği bilgilendirme çabalarını içermektedir. Diplomasiinin eksikliklerini tamamladığı, ulaşamadığı kişilere ulaştığı söylenebilir (Gonesh ve Melissen, 2005: 5). Temel amacın, karşılıklı müzakere yoluyla ülkelerin imajını ve saygınlığını geliştirmek olduğu ifade edilebilir.

Kamu diplomasisi kavramını açıklarken, yumuşak güç kavramını da tanımlamak gerekmektedir. Yumuşak güç, "baskı ya da para ile satın almadan ziyade cazibe sayesinde istenilen şeyi elde edebilme yeteneği" şeklinde tanımlanmaktadır (Nye, 2004: 7-11). Yumuşak gücün temeli bir devletin kültüründe, politik hedeflerinde ve politikalarının çekiciliğinde yatmaktadır. Bir devletin uyguladığı dış politikalar, diğer devletler tarafından meşru kabul edildiği zaman bu yumuşak güç pekişecektir.

Modern kamu diplomasisi, diplomaside iki yönlü iletişime dayalı bir bakış açısının ürünüdür. İki yönlü iletişim, halkla ilişkilerin simetrik modellerini referans alır ve karşılıklı anlayışı geliştirmeye yönelik çabaları içerir. Bu tür kamu diplomasisi faaliyetlerinde karşılıklı yarar söz konusudur ve her iki taraf için geçerli politika değişimleri, dönüşümleri amaçlanır.

Kamu diplomasisinin sıklıkla karşımıza çıkan uygulama alanları vardır. İlk olarak günlük iletişim ve bilgilendirme işlevinden bahsetmek gerekir. Sürekli haber akışını sağlayarak özellikle dış basına kullanılabileceği doğru malzemeyi iletmek önemlidir. Bu yüzden iç basına verilen beyanlarda dikkatli olunmalı, söylenen sözlerin kamuoyunda nasıl algılanabileceği hesaplanmalıdır.

İkinci uygulama alanı olarak stratejik planlama ve ülkenin markalaşması sürecinde kamu diplomasisi etkilidir. Sahip olunan vizyon çerçevesinde ülke hakkında olumlu bir izlenim yaratmak için planlı bir sürece ihtiyaç vardır. Uzun bir zamanı barındıran bu planlı süreçte hem ortaya çıkabilecek sorunların hem de ülkenin itibarına zarar verebilecek saldırıların önüne geçilmesi için gerekli önlemler alınmaktadır. Akademisyenler ve sivil toplum örgütleri aracılığıyla verilmek istenen mesajlar güçlendirilebilir. Son olarak uzun vadeli ilişkilerin kurulması ve kurumsallaşması sürecinde de modern kamu diplomasisine ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle burslar, erasmus programı, staj imkanı, seminerler, konferanslar ve Medya Kanallarının kullanılması ile verimli bir iletişim gerçekleşmektedir. Kişisel ilişkilerin yoğun olduğu bu ortamdaki samimiyet ile ülke meselelerini anlamada büyük kolaylıklar sağlanmaktadır (Gökırmak, 2012).

Tüm bu modern kamu diplomasisi uygulamalarındaki gelişmelerin arka planında iletişim teknolojilerindeki değişimlerin yattığını söylemek mümkündür. Burada üzerinde durulacak temel aktör medyadır. Medya, bir ülkedeki olayları diğer ülkelerin kamuoyuna aktarabilmesinde en önemli kamu diplomasisi aktörlerinden biri durumundadır. Bu yüzden medya, kamu diplomasisi uygulayıcılarının elini güçlendirmektedir. İletişimin her çağda başvurulan bir yöntem olduğu düşünüldüğünde iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle uluslararası alanda kamuoyuna erişimde medyanın etkisi artmaktadır (Güngör, 2013: 51).

Kamu diplomasisi için uluslararası kamuoyu oluşturma hususunda medyanın rolünün büyük olduğu gerçektir. Küreselleşmenin önünün alınamadığı toplumda bütün ülkeler medyanın gücünden yararlanmaktadır. Yaşanan gelişmeler medyanın sağladığı iletişim ağının gücünü artırmıştır (Ertekin, 2012: 334-335). Medya devletlerin faaliyetlerini birbirlerine iletmede önemli bir konumdadır. Kamu diplomasisinin aracı olan medya, dünyanın farklı bölgelerindeki insanlara ulaşabilme onları etkileyebilme gücüne sahiptir (Yıldırım, 2015: 173).

Özellikle haber kuşaklarının televizyon ekranlarında belli saatlerde haberlere yer verilmesi ve aynı haberlerin bazen farklı açılardan değerlendirilmesi toplumda algı oluşmasına yol açmaktadır. Bunun sebebi medyanın "kamuoyunu oluşturma yeteneği" olmasından kaynaklanmaktadır. Bu yüzden medya için etki gücü geniş olan bir araç olduğu söylenebilir (Bektaş, 2013: 120-121). Bu hususta medyanın, ülke gündemini belirleyebildiğini bu yüzden de kamu diplomasisi için büyük bir öneme sahip olduğu söylenebilir.

Uluslararası medya kuruluşlarının ülkeler açısından nasıl bir algı oluşturduğu da önemlidir. Çünkü medya, toplumun gözünde ülkeler için oluşacak algıyı etkileyebilmektedir. Bir ülke yabancı medya tarafından ne kadar iyi algılanırsa o ölçüde turist çekebilme; yumuşak kamu diplomasisi gücünü artırabilmektedir (Ekşi, 2014: 114-115). Kamu diplomasisi ögesi olan medyanın kullanımı sürecinde dikkat edilmesi gereken hususlardan biri medyanın yaptığı yayınlarının içeriğinin uygunluğudur. Yayın içeriklerinin uzman kişiler tarafından hazırlanması önemlidir. Bu açıdan stratejik vizyona sahip yayın politikası önem arz etmektedir (Özkan, 2017).

Devletler için sadece yabancı medyada iyi anılmak yetmemektedir. Kendi bünyesindeki uluslararası medya kuruluşlarını da kullanmak isterler. Ancak uluslararası medya kuruluşlarının tek görevi ülkelerindeki olayları dünyaya duyurmak değildir. Bu medya kuruluşları aynı zamanda dünyanın farklı bölgeleri hakkında da haberler sunmaktadır. Bu durumda bazen tarafsızlığını koruyamadığı da söylenebilir (İnceoğlu, 2015).

Bazı medya kuruluşları Orta Doğu için yapılan haberlerde terör, kriz, kıtlık gibi kavramlarla olumsuz algılar yaratmaya çalışırken; ABD ve diğer güçlü Avrupa ülkeleri için demokrasi, özgürlük, eşitlik ve insan hakları gibi olumlu etki yaratan içerikli yayınlar yapmaktadır (Erzen, 2014: 148). Bu bağlamda tüm dünyayı etkileme gücüne sahip medya kuruluşları olan ülkeler, dış politika uygulamalarının birçok alanında etkilidir.

Televizyon yayınlarından bazılarının kamu diplomasi için diğerlerine göre adından daha fazla bahsettirdiği görülmektedir. Televizyon günümüzde en sık haber alınan kitle iletişim aracıdır. Bu yüzden bir televizyon kanalı uluslararası yayın yapabiliyorsa kamu diplomasisi bakımından ülkeye avantaj sağlamaktadır.

Geniş uzantıları aracılığıyla dünyada yaşanan her olay hakkında gündem oluşturabilme yeteneği olan medya kuruluşları, kamu diplomasisi alanında önemli faydalar sağlamaktadır. Bu bağlamda televizyon sayesinde geniş kitlelere ulaşarak bir ülke hakkında diğer ülkeler bilgi sahibi olmakta ve kendi açılarından olayları yorumlayarak kitleleri etkilemektedir.

Bahsi geçen kuruluşlara örnek olarak, Körfez Savaşı'nın yaşandığı dönemde ön plana çıkan CNN gösterilebilir. Bu kanalın yayın stratejilerinden BBC, NBC ve Star gibi kanallar da etkilenmiştir (Gilboa, 2005: 27).

Bu kanallar arasında BBC, kamu diplomasisi faaliyetleri yürüten kanal olarak ifade edilmektedir. Kanalın İngiltere'nin yumuşak diplomasi gücünü gösteren bir politikasının olduğunu ve Britanya'nın sorunlar yaşayan bir ülke olduğunun bilinmesine rağmen, yayın politikaları aracılığıyla ülke dünyada ifade özgürlüğüne ve güvene önem veren imaj oluşturmuştur (Yanardağoğlu, 2014: 124). Kamu diplomasisinde etkisi olan başka bir kanal DW, dünyadaki olayları Alman görüşüyle ele alan küresel bir kanal olarak bilinmektedir (Silcock, 2002: 342). El Cezire'nin de dünyada ön planda olan kanallar arasında sayılmasında da Katar'ın dünya gündemine oturması sebep olmuştur (Devran, 2015: 284-285).

## 2. TÜRKİYE'DE KAMU DİPLOMASİSİ POLİTİKALARI

Türkiye'nin kamu diplomasisi stratejisinde amaç ülkenin uluslararası alanda tanınırlığını arttırmak ve saygınlık kazandırmak için kamu-özel ve gönüllü kuruluşlar ortaklığını sağlamak" ve "ülkenin yaşadığı tecrübeleri diğerlerine gerçekçi bir şekilde anlatabilmek" şeklinde ifade edilmektedir (KDK, 2017).

Kamu diplomasi stratejisinde Türkiye'nin yumuşak güç araçlarından biri demokrasidir. Ülkede demokratik yönetim anlayışının halk tarafından benimsenmesi Türkiye'ye olumlu bir imaj kazandırmaktadır. Türkiye'nin diğer yumuşak güç kaynağı, tarihsel ve kültürel birikimidir. Türkiye Balkanlarda ve Orta Doğu'da cazibe merkezi konumundadır.

Türkiye'de kamu diplomasisinin temeline bakıldığında 1991 yılı sonrasında bağımsızlığını ilan eden Orta Asya ve Kafkasya cumhuriyetlerindeki toplumlarla iletişim kurabilmek adına eğitim ve kültür alanında bazı projeleri uygulamaya başlamıştır. Öncelikle eğitim hizmetinde iş birliği yaparak Türk sempatisini sağlamak amacıyla 1992 yılından beri uygulamada olan "Büyük Öğrenci Projesini" başlatmıştır. Bu kapsamda Türkiye her yıl binlerce öğrenciye burs verip, Orta Asya ve Kafkasya cumhuriyetlerinden gençler ülkemize gelerek eğitim almaktadır (Ekşi, 2016).

Türkiye'nin kamu diplomasisi alanında gerçekleştirdiği diğer bir faaliyet ise TÜRKSOY (Türk Kültür ve Sanatları Ortak Yönetimi)'dir. TÜRKSOY ile amaçlanan



Türk kökenli ve Türk Dili konuşan Türk devletleri ve halklarının birbirlerini daha iyi anlamalarını ve kaynaşmalarını sağlamakla birlikte bu halkların kültür ve sanatının korunması, yeniden canlandırılması ve gelişmesi yönünde faaliyette bulunmaktadır.

Türkiye'nin kamu diplomasisi araçlarından bir diğeri ise TİKA (Türkiye İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı)'dır. Resmi web-sitesinde verilen bilgilere göre TİKA, Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından Türk Cumhuriyetleri'nin yeniden yapılanma, uyum ve kalkınma ihtiyaçlarına cevap vermek için uluslararası teknik yardım teşkilatı olarak kurulmuştur. Daha sonra ise 1999 yılında doğrudan Başbakanlığa bağlanmıştır (TİKA.com).

Ülkelerin yürüttükleri kamu diplomasisi faaliyetlerinde, ilgili her kurum ve kuruluşa farklı görevler düşmektedir. Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetleri bir bütün olarak düşünüldüğünde, KDK'nin iş birliği içinde olduğu kurum ve kuruluşların görevlerinden devlet ayağındaki karar verme ve uygulamaya geçirme aşamasını Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık, Dışişleri Bakanlığı ve Kültür ve Turizm Bakanlığı; uluslararası yayıncılık aşamasını TRT ve AA, kültürel ve sosyal altyapı oluşturma aşamasını TÜRKSOY; yardım ve kalkınma faaliyetleri aşamasını TİKA sağlamaktadır (Yıldırım, 2015: 287). Ayrıca SETA ve TASAM gibi düşünce kuruluşları da Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerine yaptıkları bilimsel araştırmalar ve projeler ile katkı sağlamaktadırlar.

### **3. TÜRKİYE'NİN ULUSLARARASI TV YAYINCILIĞINDA TRT WORLD'ÜN ROLÜ**

Türkiye'nin kamu alanında uluslararası televizyon yayıncılığı TRT aracılığıyla yapılmaktadır. TRT bünyesinde farklı dillerde kanallar kurulmuş, uluslararası yayın yapılmıştır. Son olarak ise 2015 yılında İngilizce yayın yaparak çığır açan TRT World kanalı yayına başlamıştır. TRT'nin 50 yıllık tecrübesine bakılacak olursa; dünyada olup biteni kamuoyuna aktarmada TRT World'ün de başarısını ortaya koymak gerekmektedir. TRT'nin birçok kanalı Türkçe yayın yaparken, TRT World ile ülke dünyaya açılır bir konuma gelmiştir (Pala, 2015).

Ayrıca ülkenin kalkınma planlarından Sekizinci Kalkınma Planında amaçlanan bir dünya devleti olma ve yine dünya ölçeğinde alınan kararlarda söz sahibi olmadır. TRT World ile bu amaçları gerçekleştirmeyi hedeflemektedir (Devlet Planlama Teşkilatı, 2000).

Bu doğrultuda, TRT World'ün, Türkiye'nin kamu diplomasi stratejisindeki görevini görmek için bu kanalın iç yapısını incelemek fayda sağlayacaktır. Bu amaçla TRT World'ün "kuruluşu, misyon ve vizyonu, mali kaynakları, organizasyonel şeması, personel istihdamı, izleyici kitlesi, konumu, haber politikaları, TV programları, web sitesi ve sosyal medya hesapları" ayrıntılı şekilde ele alınmıştır.

### 3.1. Kanalin Kuruluşu

Türkiye özellikle 2002 yılından beri yerel, bölgesel ve küresel bağlamda önemli bir konumdadır. Türkiye 2000'li yılların içinde bulunduğu dış politika koşullarında TRT World de ortaya çıkmıştır (Aydınlı vd., 2015). Buna dayanak olarak hem ülkenin kalkınma hem de strateji planları ve akademik çalışmalar gösterilebilir (Devran, 2015; Canbey, 2017). Örnek verilecek olursa; Türkiye'nin tecrübelerinden Gezi Parkı olaylarının uluslararası medyadaki yankıları, TRT World projesinin gerekliliğini bir kere daha ortaya koymuştur (Devran, 2015: 290).

TRT World ile amaçlanan, en iyi televizyon yayıncılığı yaparak dünyaya gerçekleri anlatmak, 2002 yılından sonra her alanda gelişmektir (TRT Haber, 2016). Orta Doğu'ya ilişkin haberlerde medyanın gerçeği yansıtmıyor oluşundan şikayet eden Türkiye TRT World ile bu sorunun çözüleceği belirtmektedir. Bu kanalın kuruluşunu halkın sesi olma, gizlenenlerin açığa çıkarılması tetiklemiştir (TRT Haber, 2017a).

### 3.2. Kanalin Misyon ve Vizyonu

Farklı kaynaklardan faydalanarak TRT World'ün misyon ve vizyonu ortaya konmaya çalışılmıştır. TRT World'ün resmi web sayfasında misyon ve vizyona yönelik bazı açıklamalar bulunmaktadır.

TRT World'ün amacı topluma sadece izleyebileceği ve dinleyebileceği haber sunmak değildir. Buna göre haberleri okumak, dinlemek ve izlemek TRT World'ün izleyicisi için bir son olmamaktadır. TRT World; izleyenlerde farklı bir bakış açısı oluşturmayı, alışılmış kalıpları yıkmayı ve haberleri dinlemeye teşvik etmeyi amaçlamaktadır (TRT World, 2017a).

Kanal, küresel dil olan İngilizce yayın yapması sebebiyle geniş kitlelere ulaşabilme imkanı tanımaktadır. TRT World aynı zamanda kendi politikalarını da ülke dışına aktarabilmek için kurulmuştur (Pala, 2015). TRT World'ün resmi web sayfasında misyonu empatiyi geliştirmek, ihtimalleri yok saymak, müzakere ortamı yaratmak"; vizyonu ise "sürekli iyileştirme ve geliştirmenin yaşandığı kanal olmak" şeklinde açıklanmıştır (TRT World, 2017a). Bu kanal Türkiye'yi merak eden dünya devletlerinin ulaşacağı ilk kaynaktır. En sık kullanılan arama motoruna bile Türkiye yazıldığında ilk olarak TRT World çıksın istenilmiştir. Kanal içinde sürekli TRT World ile Türkiye'yi ayırtırmamak gerektiğine vurgu yapılmaktadır. Dünyaya birçok şey anlatabilmek için ve anlayabilmek için global bir dil oluşturma amacını taşıdığı söylenmektedir (Devran, 2015: 285).

Türkiye'nin konjonktürünü ve politikalarını dünyaya aktarmak kanal için önemlidir. Bu anlamda bakıldığında TRT World bir nevi Türkiye'nin dünyaya açılan kapısı konumundadır denebilir. TRT World'e kadar Türkiye uluslararası alanda yeterince aktif değilken kanal ile yayıncılık alanında global kanallarla rekabet edebilir konuma gelmiştir (Devran, 2015: 289). Kısa vadede, haber sayılarını arttırarak 24 saat yayın yapan, küresel yayınlar içerisinde ilk sıralarda yer alması istenmektedir.



TRT World'ün uluslararası kamuoyunu bilgilendirme göreviyle kamu diplomasisinin önemli bir ögesi olduğu da ifade edilmektedir. TRT World, yaptığı yayınlarla ülkenin küresel sesi olma yolunda hızla ilerlemektedir. O halde etkili bir kamu diplomasisi aracı olarak Türkiye'nin kamu diplomasisi politikaları doğrultusunda yayın yaptığı söylenebilir (Aydeniz, 2015: 260). Uluslararası yayıncılık alanında dünya çapında adından söz ettirmeyi amaç edinen TRT World diğer kanallar gibi yabancı dil öğrenme imkanı sağlamayı orta vadeli bir hedef olarak görmekte biz bir haber kanalıyız sloganıyla öncelikle güvenilir ve çeşitli haber sunabilmeyi amaçlamaktadır. Çünkü biz öncelikle bir haber kanalıyız" şeklindeki ifadelerinden anlaşılmaktadır.

Uluslararası bir televizyonun kuruluş aşamasının zor olduğu kabul edilirse, TRT World'ün kuruluşun günümüze kamu diplomasisi aracı olarak çok fazla yol kat ettiğini belirtmek gerekir (Aydeniz, 2015: 262).

### 3.3. Kanalin Mali Kaynakları

TRT World'ün mali güç ve kaynaklarını incelemek, kamu diplomasisi açısından önemli bir veri sağlamaktadır. TRT World'ün bütçesi, net olmamakla birlikte TRT'nin bünyesinde toplanan vergilerden elde edilmektedir.

TRT'nin bünyesinde çok fazla sayıda yayın yapan televizyon kanalı bulunmaktadır. Bunların her birinin ayrı bütçesi vardır. Ancak TRT World'ün bütçesi başlangıçta aynı kulvarda olduğu diğer kanallarda rekabet edebilecek kadar çok değildir. Hatta TRT bünyesindeki diğer kanallar kadar yüksek de değildir. Kanal, sahip olduğu imkanlar neticesinde en iyi hizmeti vermeye çalışmaktadır (Kaptan, 1998: 85).

Bütçe, uluslararası yayın kuruluşlarının yarışında önemli bir unsurdur. Çünkü bütçe aracılığıyla personel istihdamı ve yabancı personellerin çalıştırılması mümkündür. TRT World bu durumdan olumsuz etkilenmektedir.

### 3.4. Organizasyonel Yapı

TRT World'ün organizasyonel şeması ve dünyadaki ofislerini tespit etmek amaçlı kanalı incelemek gerekmektedir. TRT bünyesinde birçok büro olduğu ve 14-15 temsilcilikte de TRT World'ün personelinin bulunduğu bilinmektedir. Kanal yayın yaparken girdi ve çıktıya önem vermektedir. Girdi, yayınlanacak her şeyin hazırlanması, çıktı ise yayınlanmasını sağlamakla görevlidir (Sancar, 2015: 450). TRT World'ün belirlemiş olduğu bazı departmanları vardır. Bunlardan vizyon bölümü, küresel çapta etkinlik düzenlerken yayın ve araştırma işlevlerini de yürütmektedir. Dijital departman kanalın dijital platformlardaki tanınırlığını sağlamak için faaliyet göstermektedir. Diğer bölümlerden yaratıcı departman ise kanalın tüm yaratıcı etkinliklerinin izleyiciye sunulması ve onları etkilemesi için çalışmaktadır. Departmanlar arasında hiyerarşik üstünlük bulunmamaktadır. Tüm departmanlar kurum içinde genel müdüre kurum dışında TRT Genel Müdürü'ne bağlıdır. Kanalda en çok dikkat çeken bölümler vizyon, dijital ve yaratıcı olandır. Çünkü kanalın global söylemine ve hedeflerine yönelik faaliyetlerin en çok bu departmanlarda yürütüldüğü ifade edilebilir.

### 3.5. Personel İstihdamı

TRT World'ün amaçları ile istihdam edecek personelin nitelikleri arasında paralellik vardır. Türkiye'nin kamu diplomasisi bağlamında TRT World'ün personel politikasının belirlenmesi önemlidir.

Uluslararası yayıncılık amacı taşıyan TRT World'e personel alım aşamasında alanında uzman insan kaynakları ofislerinden yararlanılmış ve diğer büyük yayın kuruluşlarından personel istihdam edilmiştir. TRT World, kurulduktan sonra 500 kişilik personel ekibi ile faaliyete geçmiştir. (Pala, 2015). TRT World'e personel seçerken uluslararası ajanslardan destek alarak CV toplandığını, kişilerin mesleki yeterliliklerine ve İngilizce seviyelerine bakılarak alındığı söylenmektedir (Sancar, 2015: 450).

TRT World bünyesinde başta İngiltere ve Avustralya olmak üzere ana dili İngilizce olan ülkelerden gazeteciler görev yapmaktadır. TRT World ilerleyen süreçte dışarıdan personel temini yerine kendi personelini özellikle de gençleri yurt dışına göndererek yetiştirme noktasında girişimlerde bulunmuştur. Türkiye'nin insan kaynaklarını yetiştirmeyi bir zorunluluk olarak görmektedir (Versan, 1995: 90).

Özetle, TRT World'ün yöneticileriyle yapılan görüşmelere bakıldığında kanalın kendine özgü personel politikasının olduğu, bu politikaya uyularak dünyanın farklı ülkelerinden uzmanların alındığı, bu uzmanlara Türkiye'nin hassas noktalarının ve kanalın misyon ve vizyonunun anlatıldığı söylenebilir. Ayrıca ilerleyen yıllarda TRT World'ün kendi ülke vatandaşının gücünden yararlanmak istediği de söylenmektedir.

### 3.6. İzleyici Kitlesi

TRT World'ün izleyici kitlesinin ortaya konması, Türkiye'nin kamu diplomasisi açısından önemlidir. TRT World'ün Türkiye'nin dünyaya açılan bir kapısı konumundadır. Bu yüzden tüm izleyicilere ulaşmayı hedeflemektedir. Bu izleyicilerin özellikle İngilizce konuşan tüm insanlarla sınırlı olduğunu da belirtmek gerekmektedir.

TRT World ulaşmak istediği hedef kitlesini sosyal medya ve televizyon özelinde ikiye ayırmıştır. Kanal, farklı profiller oluşturarak, bu profillere hitap edecek şekilde sosyal medya hesaplarını yönetmektedir. Buradaki yaş ortalaması 18 yaşından büyük bir kitledir. TRT World'ün sosyal medya aracılığıyla çok sayıda insana ulaşması ve uzun vadede daha çok takipçi elde edebilmesi için çalışmalar yaptığını belirtmek gerekir (Yıldırım, 2015: 175).

Televizyon yayınlarında ise daha üst düzey kesime hitap etmeye çalıştıkları görülmektedir. TRT World'ün televizyon yayınlarını izleyen kitlenin daha çok yaş 25-45 yaş arasında olduğu söylenmektedir. Kanal, televizyon haberciliği ile sesi daha az duyulan bölgelerdeki insanların yaşamışlıklarını küresel dil olan İngilizce konuşan dünyaya anlatmak istemektedir.

### 3.7. Konumu

TRT World'ün TRT'nin diğer kanallarla kıyaslandığında hangi konumda olduğunu görmek çalışma için önem arz etmektedir. TRT World, uluslararası yayın yaptığı için kendisiyle aynı kulvardaki diğer yayın kuruluşlarıyla rekabeti devam etmektedir. Kanal, Türkiye ve Orta Doğu'ya ilişkin yapılan haberlerde açıklık ve dürüstlük olarak kendilerini ilk sırada gördüklerini ve kendilerine rakip olarak El Cezire'yi bulduklarını dile getirmektedir. Ayrıca Osmanlı'nın mirası olan bölgelerde de etkili olmak istediklerinden bahsedilmektedir (Yıldırım, 2015: 175).

### 3.8. Haber Stratejisi

TRT World'ün haberleri yayınlarken nasıl bir stratejiye sahip olduğu bunları nasıl belirlediklerine bakmak gerekir. Haber stratejisi, kamu diplomasisi için oldukça önemlidir. Haber politikaları, siyasi, sosyal, etnik, kültürel ve ekonomik birçok unsurdan etkilenmektedir. Yapılan yayınların hitap edeceği coğrafya, dil ve yayın içerikleri doğru belirlenmelidir (Demirkıran, 2008: 321).

TRT'nin haberlerinin özü "insan" unsurudur. Bu yüzden de kanalın sloganı "özü sözü insan" olmuştur. Kanal içinde haberler önceden planlanarak, uzlaşa yoluyla yayına hazırlanmaktadır. Kanalın kullandığı dil de strateji belirleme de önemlidir. Hitap edecek nüfus sayısını artırmak için de İngilizce tercih edilmiştir

Kamu diplomasisinde amaç, yeni ilişkiler oluşturarak diğer ülkelerin durumunu anlamak, bakış açılarını farklılaştırmak, müzakere ortamı yaratabilmek olduğuna göre TRT World'ün de bu hedefler doğrultusunda ilerlediği söylenebilir (Leonard vd., 2012: 8-10).

Kamu diplomasisi faaliyetlerinde başarılı olabilmek için dikkat edilmesi gereken başlıca husus izleyici kitlesine iletilen mesajlarda güvenilirliğinin olmasıdır. Eğer sadece devletlerin çıkarlarına önem verildiği halk tarafından anlaşılırsa güvenilirlik zedelenmektedir. Burada üzerinde durulması gereken husus izleyici kitlenin algılarını doğru yürütmektir (Ünver, 2016: 131-132). TRT World dünyanın her köşesindeki olaylara eşit mesafede duran tarafsız bir yayıncılık stratejilerine sahip olmalıdır. Kanal sürekli rakiplerine göre olaylara objektif bir şekilde yaklaştığı iddia etmektedir. Bu anlayış sayesinde insanların gözünde kanalın daha tercih edilebilir olacağı söylenebilir. Bu da kanalın güvenilirliğini arttırmaktadır.

Kanalın "dijital" departmana sahip olması, yeni medyaya ilişkin faaliyetler yapacağına göstergesidir. Ayrıca kanalda çalışan personelin genç olmasından dolayı yeni medyaya daha duyarlı olacağından kanal için avantaj sağlamaktadır. Ancak başlangıçta TRT World'ün serüveninin çok eskiye dayanmaması sebebiyle sosyal medyadaki takipçi sayısı rahiplerine göre geride kalmıştır. Bu yüzden kanalın yayın içeriği, ulaştığı kişi sayısı az ise kanalın imajını olumsuz etkilemektedir. Sosyal medya takibinin televizyonun önüne geçeceği yönündeki düşüncelere de bakılacak olursa, TRT World'ün bu alana önem vermesi kaçınılmaz görülmektedir. Çünkü İnternet kullanan insanlar her gün her saatte her yerden haberleri izleyebilmektedir. TRT World de hem web sayfasından hem de çeşitli

sosyal medya araçları üzerinden yapılan canlı yayınlarla hedef kitlesine ulaşabilmektedir.

### 3.9. TV Programları

Uluslararası yayıncılık anlayışıyla TRT World'ün yayınlarında yer alan TV programlarının neler olduğuna ve hangi konuları içerdiğine, kanalın misyonuna uygun olup olmadığına bakmak gerekmektedir. TRT World, düzenli olarak haftada 12 farklı programla izleyici karşısına çıkmaktadır (TRT World, 2017b). Bunları tek tek incelemekte fayda vardır.

Strait Talk programı; Dünyayı ilgilendiren olayların uzmanlar tarafından konuşulduğu, röportajlarla konuların derinine inildiği programdır. Bu program, kanalın İstanbul'da bulunan stüdyolarında çekilmektedir. News programı; dünyadaki güncel haberleri anlık olarak ekrana getirmektedir. Showcase; Her ülkede gerçekleşen kültür sanat etkinliklerinin topluma sunulduğu bir programdır. The Newsmaker; Yaşam öyküleriyle insan hayatına dokunan, tarihte önemli yeri olan kişilerin hikayelerinin anlatıldığı programdır. Playback programında, her hafta bir önceki hafta yayınlanan röportajlar gösterilmektedir. Money Talks; Mali durumlar analiz edilerek ekonomi hakkında uzmanların konuştuğu programdır. Roundtable; Açıkoturum formatında dünyadaki güncel konular hakkında yüz yüze uzmanların tartıştığı programdır. Program, kanalın Londra stüdyolarında gerçekleşmektedir. Scitech Voyager programında, bilim dünyasında yaşanan gelişmeler, buluşlar ekrana gelmektedir. Beyond the Game; Çeşitli spor dallarına yer verilen, müsabakaların tartışıldığı spor programıdır. Route 66; Amerika'daki olayları inceleyen belgesel nitelikli programdır. Nexus; dünyadaki önemli siyasi liderlerin ve güçlü insanların çeşitli açılardan ele alınıp incelendiği programdır. Kanalın diğer bir programı ise "Bigger Than Five"dır. Burada Türkiye'nin söylemlerinden biri olan "dünya beşten büyüktür" anlayışıyla göçler, D. Trump, Putin gibi dünya gündemini sarsan mevzular konuşulmaktadır (Yıldızalp ve İleri, 2017).

TRT World'ün dağıtım ağı tüm dünya ülkeleridir. Sahip olduğu bu programlarla da ağını genişleterek amaçlarını gerçekleştirmektedir. (Yıldızalp ve İleri, 2017). TRT World, 2017 yılından beri HD olarak beIN Media şirketinde izleyiciye sunulmaktadır (TVBEurope, 2017). Kanal, Megogo ile anlaşma yapıp, online videoları milyonlarca izleyici kitlesine ulaştırmaktadır (TRT Haber, 2017b). Son olarak TRT World, Foxtel ile yapılan anlaşmayla kablolu yayın, uydu ve geniş bant aracılığıyla Avustralya'daki halka ulaşmaktadır (Ho, 2017). Dağıtım konusunda Kanalın, kamu diplomasisi çerçevesinde kendini geliştirmesi gerektiği de vurgulanmaktadır.

### 3.10. Resmi Web Sayfası

Resmi internet sayfası düzenlemek, medya kuruluşları için, izleyicilerine, okuyucularına ve dinleyicilerine erişebilmek amacıyla kurulmuş önemli bir araç konumundadır. Günümüzde hemen hemen her kuruluşun web sayfası bulunmaktadır. Web sayfalarının maliyetinin düşük, ulaşılabilirliğinin kolay

olmasından dolayı hedef kitlelere ulaşmada önemli konumdadır. TRT World web sayfası üzerinden güncel haberleri fotoğraf, video ve canlı bağlantı ile kişilerin bilgisine sunmaktadır. İlk kuruluşundan bugüne TRT World'ün web sayfası sürekli yenilenerek kullanım kolaylığı sağlamaktadır (TRT World, 2022).

### 3.11. Sosyal Medya Hesapları

Sosyal medya günümüzde oldukça yaygın kullanılan iletişim türüdür. Uluslararası yayın yapan medya kuruluşları sosyal medya sayesinde aynı anda ve daha hızlı ulaşma imkanı elde etmektedir. Bu sebeple TRT World de çeşitli sosyal medya hesapları oluşturmuştur. TRT World sosyal medya olarak "Facebook, Twitter, Youtube ve Instagram" üzerinden de yayın yapmaktadır. 23 Ocak 2022 tarihi itibarıyla TRT World kanalının Facebook takipçi sayısı 3.4 milyon kişi (TRT World Facebook, 2022), Twitter takipçi sayısı 435.900 (TRT World Twitter, 2022), Youtube takipçi sayısı 1.5 Milyon (TRT World Youtube, 2022) ve Instagram takipçi sayısı 665.000'dir (TRT World Instagram, 2022). Kuruluşundan bugüne TRT World'ün sosyal medyadaki takipçi sayısının artması TRT World'ün başarısını ortaya koymaktadır.

### 3.12. Ödüller

TRT World, 17 Kasım 2021'de gerçekleşen, 30 ülkeden yaklaşık 1000 çalışmanın yer aldığı Avrupa'nın en iyilerinin ödüllendirildiği bir törende 2 Gold Lovie ve 2 People Lovie Ödülünü kazanmıştır. TRT World dijital video serisi "Bir Hikayem Var" çalışması ile çeşitlilik, eşitlik ve kapsayıcılık alanında bu ödüle layık görülmüştür. Aynı zamanda 55 bine yakın yüksek bir oy sayısı ile rakiplerini geride bıraktığı görülmektedir. Bir diğer TRT World yapımı olan "Love Jihad" videosu, haber ve politika kategorisinde ise finale kalmıştır. Londra'nın ilk Uygur restoranını konu edinen ve televizyon alanında çekilen kısa belgesel serisi "Renklerin Tadı" adlı çalışma ise çeşitlilik, eşitlik ve kapsayıcılık alanında başarıya ulaşmıştır (Tosun, 2021).

Iadas Yönetim Kurulu Başkanı Nicolas Roope açıklamasında TRT World'ün dijital yenilik ve yaratıcılıkta harika bir başarıya imza attığını, kendi kategorisinde harika bir performans gösterdiğini ifade etmektedir.

Dijital medya alanında verilen "Gold Lovie" ve "People Lovie Awards" ödülleri, TRT World'ün başlangıçtan bu yana en yüksek üretim standartlarıyla, insani değerlere sahip çıkan gazeteciliği sürdürmedeki başarısını göstermektedir. Ayrıca TRT World'ün beceri, yaratıcılık ve vizyonunu gerçekleştirdiğinin de kanıtıdır. Kanaldaki gazeteciler, muhabirler, editörler ve grafik tasarımcılardan oluşan ekip yerel hikayeleri küresel izleyicilere ulaştırmada başarılı olmuştur (Tosun, 2021). Bir kez daha söylemek gerekirse ödüller TRT World'ün kamu diplomasisindeki başarısını yansıtmaktadır.

## SONUÇ

Türkiye sahip olduğu demokrasi anlayışı, yumuşak güç kaynakları ve tarihsel birikimle etkilediği nüfusu arttırmak istemektedir. Bu doğrultuda, çalışmada Türk

kamu diplomasisi politikalarının temel unsurları tespit edilmiştir. Türkiye'nin kamu diplomasisinde belirlemiş olduğu temel stratejiler, kökeni Osmanlı'ya dayanan Türkiye'nin dünyanın ilgilendiği ülke olmasını sağlamak ve uyguladığı politikaların ikna edilebilirlik özelliğini tüm dünyaya anlatmaktır. TRT, Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerinde uluslararası yayın boyutunda değerlendirmeye alınmıştır.

Türkiye'nin kamu diplomasisi araçlarından biri medyadır. Özellikle TRT bünyesinde faaliyet gösteren tüm kanallar, ülke için önemli bir kamu diplomasisi aracıdır. Ancak TRT'nin tüm kanalları Türkçe yayınlarla yurtdışında yaşayan Türkleri hedef kitle olarak benimsemiştir. TRT bünyesinde dünyaya hitap edecek bir kanalın zorunluluğu çeşitli çalışmalara konu olmuş ve kamu diplomasisi açısından da elzem görülmüştür. TRT World'den önce yayına başlayan TRT kanalları olarak, TRT Avaz, TRT Kurdi ve TRT-El Arabia'dan bahsetmek gerekmektedir. Ancak küresel değil bölgesel hedef kitleye yönelik olmuştur. Bu noktada eksikliği gidermek için TRT World'ün kurulduğu söylenebilir. TRT World ise İngilizce olarak yaptığı yayınlarla tüm dünyaya hitap etme yolunda ilerlemektedir. TRT World dünyada yaşanan olayları Türkiye'nin bakış açısıyla irdeleyip dünya gündemini oluşturmak istemektedir.

Türkiye hakkındaki her türlü meselede televizyon ve sosyal medyada ilk başvuru kaynağı olmak da kanalın hedeflerindedir. Bu durum Türk kamu diplomasisine kısa vadede fayda getirmiştir. TRT World'ün vizyonunu tek tek gerçekleştirmesi, hedeflediği doğrultuda ilerlemesi, kamu diplomasisini güçlendirmiştir. TRT World'ün kuruluşu olan 2015 yılından beri yayın akışındaki program sayısının artması, dağıtım ağının genişletmesi, yurt dışından personel almak yerine kendi personelini yetiştirmeye yönelik girişimlerde bulunması kuruluş gününden itibaren gelişme gösterdiğinin kanıtıdır. Ancak kanalın en başta bütçe konusunda sınırlı imkanlara sahip olmasından dolayı bazı kanallarla rekabet etmekte zorlanmaktadır.

Kanalın hedeflerden biri tarayıcılarda Türkiye için yapılan araştırmalarda ilk kaynak olmasıdır. Bu sebeple sosyal medya kullanımının daha hızlı, güncellenebilir ve etkin olması gerektiği sonucuna varılmıştır. Kamu diplomasisi faaliyeti yapan ve önemli ölçüde takipçisi olan BBC, yaptığı faaliyetlerde kendi dillerini başka ülkelere öğretmeye yönelik içerik barındırmaktadır. TRT World de bu doğrultuda Türkiye'nin kamu diplomasisi için Türkçe öğretmeye yönelik politikalar belirlemelidir.

Kanalın kuruluşu, misyon ve vizyonu, gelirleri, organizasyonel şeması, personel istihdamı, izleyici kitlesi, konumu, haber politikaları, TV programları, web sitesi ve sosyal medya hesapları ile ilgili yapılan inceleme sonucunda tüm dünyaya İngilizce yayın yaparak Türkiye'nin kamu diplomasisine katkı sağladığı sonucuna varılmıştır.

#### **KAYNAKÇA**

Aydeniz, H. (2015). Türkiye'de Medya ve İletişim Çalışmalarına İlişkin Bir Çerçeve ve Yeni Yönelimler. (Ed.). L. Sunar. *Sosyal Bilimlerde Yeni Eğilimler* (s. 251-287). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.



- Aydınlı, E., Kurubaş, E., & Özdemir, H. (2015). *Yöntem, Kuram, Komplo*. İstanbul: Küre Yayınları.
- Bektaş, A. (2013). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*. (4. Bs). İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Canbey, M. (2017). Türkiye'de Kamu Diplomasisi Bağlamında Kamu Yayıncılığının Rolü: Trt ve Anadolu Ajansı. (Doktora Tezi). *YÖK Ulusal Tez Merkezi*. 465789.
- Demirkıran, C. (2008). Uluslararası Televizyon Yayıncılığının Tarihsel Gelişim Süreci: Fransa Tv5 Monde ile Türkiye TRT-INT ve TRT Türk Karşılaştırmalı İncelemesi. (Doktora Tezi). *YÖK Ulusal Tez Merkezi*. 261840.
- Devlet Planlama Teşkilatı. (2000). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı*. Erişim Adresi: <http://www.kalkinma.gov.tr/>. Erişim Tarihi: 10.02.2022
- Devran, Y. (2015). Yeni Türkiye'nin Küresel Sesi TRT World: Fırsatlar ve Güçlükler. *E-Journal of Intermedia 2(2)*, 281-294.
- Ekşi, M. (2014). *Kamu Diplomasisi ve Ak Parti Dönemi Türk Dış Politikası*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Ekşi, M. (2016). *Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Yaklaşımı*. Erişim Adresi: <https://www.Ankasam.Org/Turkiyenin-Kamu-Diplomasisi-Yaklasimi/>. Erişim Tarihi: 08.01.2022
- Ertekin, B. A. (2012). Uluslararası Sistemde Görsel-İşitsel Medyanın Kamu Diplomasisi ve Kamuoyu Yaratmadaki Önemi: TRT'nin Türkçe Dışında Yayın Yapan Kanalları Üzerine Bir İnceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi 11(42)*, 323-354.
- Erzen, M. Ü. (2014). *Kamu Diplomasisi*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Gilboa, E. (2005). The CNN Effect: The Search For a Communication Theory of International Relations. *Political Communication 22(1)*, 27-45.
- Gonesh, A., & Melissen J. (2005). *Public Diplomacy*. Netherlands Institute of International Relations Clingendael. Holland.
- Gökırmak, M. (2012). *Küreselleşen Dünyada Diplomasi: Kamu Diplomasisi*. Erişim Adresi: <https://tasam.org/tr>. Erişim Tarihi: 08.01.2022
- Güngör, N. (2013). *İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Ho, R. (2017). TRT World Expands Global Reach With Foxtel *Television Asia*. Erişim Adresi: <https://tva.onscreenasia.com/2017/09/trt-world-expandsglobal-reach-fo>. Erişim Tarihi: 20.01.2022
- İnceoğlu, Y. G. (2015). *Uluslararası Medya*. İstanbul: Der Yayınları.
- Kaptan, S. (1998). *Bilimsel Araştırma ve İstatistik Teknikleri*. Ankara: Tekışık Web Ofset Tesisleri.
- KDK. (2017). *KDK Hedefler*. Erişim Adresi: <https://kdk.gov.tr/kurumsal/hedefler/>. Erişim Tarihi: 20.01.2022
- Leonard, M., Stead, C., & Smewing, C. (2002). *Public Diplomacy*. The Foreign Policy Centre. England.
- Nye, J. (2004). *Soft Power*. Public Affairs
- Özkan, A. (2017). *Medyanın Kamu Diplomasisi Rolü*. Erişim Adresi: <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler>. Erişim Tarihi: 20.01.2022

- Pala, Ç. (2015). TRT World'un Temel İlkesi 'İnsan' Olacak. *Anadolu Ajansı*. Erişim Adresi: <http://aa.com.tr/tr/turkiye/trtworldun-temel-ilkesi-insanolacak-/457936>. Erişim Tarihi: 20.01.2022
- Sancar, G. A. (2015). Kamu Diplomasisinde Medyanın Önemi: Anadolu Ajansı Örneği. Şahin, M., & Çevik, B. S. (Ed.) *Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi* (s. 439- 464). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Silcock, B. W. (2002). Global News, National Stories: Producers as Mythmakers at Germany's Deutsche Welle Television. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 79(2), 339-352.
- Tosun, M. (2021). *TRT World, Çevrimiçi İçeriklerin En Prestijli Medya Ödüllerini Aldı*. Erişim Adresi: <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/trt-world-cevrim-ici-iceriklerin-en-prestijli-medya-odullerini-aldi/>. Erişim Tarihi: 20.01.2022
- TRT Haber. (2016). *TRT World'den Görkemli Açılış*. Erişim Adresi: <http://www.trthaber.com/haber/yasam/trt-worldden-gorkemli-acilis-284284.html>. Erişim Tarihi: 20.01.2022
- TRT Haber. (2017a). *TRT World, Sesini Duyuramayanların Sesi Olmak Üzere Kuruldu*. Erişim Adresi: <http://www.trthaber.com/haber/gundem/trt-worldsesini-duyuramayanlarin-sesi-olmak-uzere-kuruldu-338410.Htm>. Erişim Tarihi: 20.01.2022
- TRT World. (2017a). *TRT World About Us*. Erişim Adresi: <http://www.trtworld.com/about>. Erişim Tarihi: 20.01.2022
- TRT World Facebook. (2022). Erişim Adresi: <https://www.facebook.com/trtworld/>. Erişim Tarihi: 20.01.2022
- TRT World Instagram. (2022). Erişim Adresi: <https://www.instagram.com/trtworld/?hl=tr>. Erişim Tarihi: 20.01.2022
- TRT World Twitter. (2022). Erişim Adresi: <https://twitter.com/trtworld>. Erişim Tarihi: 20.01.2022
- TRT World Youtube. (2022). Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/channel/uc7fweahhqqm4ry-rmpm2yyw>. Erişim Tarihi: 20.01.2022
- Türk Dil Kurumu. (2022). *Kamu Diplomasisi*. Erişim Adresi: [https://www.tdk.com.tr/kamu-diplomasisi\\_48945.html](https://www.tdk.com.tr/kamu-diplomasisi_48945.html). Erişim Tarihi: 20.01.2022
- Tvbeurope. (2017). *TRT World Launches on Bein*. Erişim Adresi: <http://www.tvbeurope.com/trt-world-launches-bein/>. Erişim Tarihi: 20.01.2022
- Ünver, O. C. (2016). Kamu Diplomasisi ve Türkiye. Ü. Özdağ & Y. Demirağ (Ed.). *Türk Dış Politikası* (s. 125-146). Ankara: Kripto Yayınları.
- Versan, R. (1995). Tarih Boyunca ve Günümüzde Diplomasi. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi* 10, 89-96.
- Yanardağoğlu, E. (2014). Uluslararası İletişim ve Kamu Diplomasisi: BBC Dünya Servisi Haber Merkezi Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 38, 115- 131.
- Yıldırım, G. (2015). *Uluslararası Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi*. İstanbul: Beta Basım.
- Yıldızalp, M., & İleri, E. (2017). TRT World Dünyanın Her Yerinden İzlenebilecek. *Anadolu Ajansı*. Erişim Adresi: <http://aa.com.tr/tr/turkiye/trt-worlddunyanin-her-yerinden-izlenebilecek/76817>, Erişim Tarihi: 20.01.2022

**GENİŞLETİLMİŞ ÖZET:** Kamu diplomasisi kavramı, uygulamada çok eskiye gitse de daha çok yakın dönemde sıkça adını duyduğumuz bir kavramdır. Hızlı bir gelişim gösteren kitle iletişim araçları ve karşı konulamaz küreselleşme süreci, 1990 öncesinde yaşanan soğuk savaş döneminden bağımsız uluslararası sistem meydana getirmiştir. Yaşadığımız dönemde artık merkezi hükümetin tek yetkili olduğu değil, bununla beraber ulusal ve uluslararası alanda devletten bağımsız kurumların ve medyanın daha etkili olduğu bir dönem söz konusudur. Bu süreçle beraber eski geleneksel kamu diplomasisi anlayışını değiştirerek farklı aktörlerin rol aldığı yeni diplomasi anlayışı ortaya çıkmıştır. Bu hususta yeni kamu diplomasisinin bir ürünü olan diplomasiyi geliştirme amacıyla internetin, bilgi teknolojilerinin ve medyanın kullanımını teşvik eden dijital diplomasi kavramı popüler olmuştur. Bu yeni ortamda, kamusal diplomasi faaliyetlerinin artması beklenmektedir. Günümüzde uluslararası alanda sivil toplum kuruluşlarının rollerine bakıldığında önemli bir aktör durumuna geldiği, bölgesel ve küresel ölçekte siyaseti şekillendirdiği görülmektedir. Ancak teknoloji aracılığıyla bilginin hızlı ve durdurulamaz bir biçimde aktarıldığına dikkat çekildiğinde sivil toplum kuruluşlarının ve medyanın ne kadar önemli bir unsur olduğu tespit edilmektedir. Küreselleşen dünyada hem bireyler ve hem de kamuoyunun önemi anlaşılmaya başlanmıştır. Bu durum devletlerin birbirleriyle olan ilişkilerinden ortaya çıkan diplomasiyi de etkilemektedir. Bilgi, kültür ve iletişim uluslararası ilişkileri belirleyen temel faktör olarak görülmeye başlanmış, diplomaside bu üçlüyü kullanarak kamuoyu üzerinde etki yaratmayı başarmıştır. Bu sebepten diplomasiye ilişkin sözlüklerde "kamu diplomasisi" teriminin ayrı bir yeri vardır. İlk defa 1965'de Edmund Gullian tarafından kullanılmaya başlanan kamu diplomasisi kavramının birden fazla tanımı bulunmaktadır. Bunlar arasında en yaygın kabul görenin, devletlerin başka bir devletin ulusunu, aydınlarını ve benimsedikleri politikalarını kendi tarafına olumlu yönde çevirebilmek için yapmış oldukları etkileme girişimleridir. Uluslararası ilişkilerde sadece hükümetler arası ilişkilerin önemli olduğu dönem hızla etkisini kaybetmekte bunun yerine kamuoyunun önemli olduğuna ilişkin algının önem kazandığı görülmektedir. İletişim ve bilgi alanındaki değişim ve dönüşümün dünyayı yeniden şekillendirdiği bu dönemde hem kamuoyunu hem de gündemi etkileyebilme yeteneğine sahip olmak başarı olarak kabul görmektedir. Bazılarına göre yeni diplomasi biçiminin literatürde tam karşılığı bulunmamaktadır. Yeni diplomasi şekli, sivil diplomasi veya gönüllü diplomasi olarak anılmakla beraber büyük bir kitle ise bu diplomasi çeşidini Kamu Diplomasisi olarak adlandırmaktadır. Kamu diplomasisi sadece tek yönlü bir devletten başka bir devlete değil devletten kamuoyuna; sivil toplum kuruluşlarından devlete ve kamuoyuna yönelik gerçekleştirilen, gizlilikten uzak, açık, şeffaf ve toplumdaki her grubun katılma fırsatı bulduğu bir diplomasi türüdür. Günümüz dünyasında iletişim ve siyasetin birbirinden ayrılamaz iki unsur olduğu görülmektedir. İkinci Dünya Savaşı sonrası yaşanan gelişmelerle birlikte ülkeler Yeni dünya düzenine çok iyi uyum sağlamak zorunda kalmıştır. Bu durum kamu diplomasisi kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Kamu diplomasisi aynı zamanda ülkelerin kullandığı güç kavramlarını da değiştirmiştir. Dış politika da hükümetler arası ilişkilerden toplumlar arası ilişkilere dönüşmüştür. Özellikle içinde yaşadığımız bilgi çağında ülkelerin yumuşak güç kazanabilmeleri için küresel normları içeren güçlü kültür ve fikirlere sahip olmaları gerekmektedir. Kültürlerin ve fikirlerin kamuoyuna aktarılmasında kitle iletişim araçlarının önemli bir rolü vardır. Özellikle devletlerin söyleyemediği politikaların yaygınlaştırılmasında veya izlenen siyasi hareketlerin desteklenmesinde medyanın görev aldığı görülmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacının, TRT World'ün Türkiye'nin kamu diplomasisindeki rolünü ortaya koymak olduğu söylenebilir. Soğuk Savaş dönemi kavramı olan kamu diplomasisi, uluslararası ilişkiler ve iletişim süreci yönetiminin bir faaliyet alanı olarak tanımlanmaktadır. Bir hükümetin ulusal hedefleri ve mevcut politikaları ile o ulusun fikir ve idealleri, kurumları

ve kültürü hakkında muhatap ülke halkını bilgilendirmek ve bu kişileri bu amaçla dış politikalara dahil etmek için yürütülen iletişim sürecidir. Medya bu iletişim sürecinin yönetilmesinde önemli araçlardan biridir. Medya, muhataplarına hızlı, kolay ve etkin bir şekilde ulaşabilmesi açısından bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılmaktadır. Ayrıca internetin yaygınlaşması ve bundan faydalanan medyanın sektörel işleyiş açısından medya türleri arasına dahil edilmesiyle birlikte yeni medyada yapılan çalışmalar noktasında önemli bir rol ve etkiye sahip olmuştur. Yazılı, işitsel ve görsel medyayı içeren geleneksel medyanın işleyişi açısından kamu diplomasisi tartışmaları devam etmektedir. 2002 yılından bu yana Türkiye hem bölgesel hem de küresel ölçekte bir aktör olarak önemi giderek artan bir ülke haline gelmiştir. Bu istikrar, gelişme ve güçlü uluslararası ilişkiler dönemi, TRT World'ün doğal olarak ortaya çıkmasına neden olmuştur. Türkiye'nin jeopolitik ve jeokültürel konumu, dünya olaylarını farklı açılardan görme potansiyelinin göstergesidir. Bu topraklar tarih boyunca birçok uygarlığın iş birliğine ev sahipliği yapmış ve uzun zamandan beri fikirlerin, bilgilerin ve ticaretin kesiştiği bir merkez olmuştur. Farklı kültürler arasındaki karşılıklı iletişimin ana dilinin İngilizce olduğu bir bilgi çağında TRT World, küresel bir izleyici kitlesine dünya olaylarına yeni bakış açıları kazandırmaktadır.

**EXTENDED ABSTRACT:** The concept of public diplomacy, although it goes back a long time in practice, is a concept that we have often heard its name in the more recent period. The mass media, which is developing rapidly, and the irresistible globalization process have created an international system independent of the cold war era that occurred before 1990. In the period in which we live, there is no longer a period in which the central government is the only authority, but there is also a period in which institutions independent of the state and the media are more effective nationally and internationally. Along with this process, the old traditional understanding of public diplomacy has changed and a new understanding of diplomacy has emerged in which different actors have taken part. In this regard, the concept of digital diplomacy, which promotes the use of the Internet, information technologies and the media in order to develop diplomacy, which is a product of the new public diplomacy, has become popular. In this new environment, public diplomacy activities are expected to increase. Nowadays, considering the roles of non-governmental organizations in the international arena, it is seen that they have become an important actor and have shaped politics on a regional and global scale. However, when it is pointed out that information is transferred quickly and unstopably through technology, it is determined how important non-governmental organizations and the media are. In international relations, the period when only intergovernmental relations are important is rapidly decaying, and instead, it seems that the perception that public opinion is important is becoming important. It is considered a success to have the ability to influence both public opinion and the agenda during this period when the change and transformation in the field of communication and information has reshaped the world. According to some, the new form of diplomacy does not have an exact equivalent in the literature. The new form of diplomacy is called civil diplomacy or voluntary diplomacy, but a large audience calls this type of diplomacy Public Diplomacy. Public diplomacy is a type of diplomacy that is carried out not only from a one-way state to another state, but also from the state to the public; from non-governmental organizations to the state and the public, away from secrecy, open, transparent, and every group in society has the opportunity to participate. Especially in the information age in which we live, countries need to have strong cultures and ideas that include global norms in order to gain soft power. Mass media have an important role in the transfer of cultures and ideas to the public. In particular, it is seen that the media is involved in the dissemination of policies that states cannot say, or in the support of political movements that are being followed.

In this direction, it can be said that the purpose of the study is to reveal the role of TRT World in Turkey's public diplomacy. Public diplomacy, the concept of the Cold War era, is defined as an area of activity of international relations and communication process management. It is a communication process carried out to inform the people of the country of the interlocutor about the national goals and current policies of the government, as well as the ideas and ideals, institutions and culture of this nation, and to involve these people in foreign policy for this purpose. The media is one of the important tools in managing this communication process. The media is used as a tool of public diplomacy in order to reach its interlocutors quickly, easily and effectively. In addition, with the spread of the Internet and the inclusion of the media that benefit from it among the types of media in terms of dectoral functioning, it has had an important role and influence on the point of studies conducted in new media. Discussions on public diplomacy are ongoing in terms of the functioning of traditional media, which includes written, audio and visual media. Since 2002, Turkey has become a country of increasing importance as an actor on both a regional and global scale. This period of stability, development and strong international relations has led to the natural emergence of TRT World. Turkey's geopolitical and geocultural position is an indicator of its potential to see world events from different angles. These lands have been home to the cooperation of many civilizations throughout history and have long been a center of intersection of ideas, information and trade. English is the main language of mutual communication between different cultures in an information age dec TRT World gives a global audience new perspectives on world events.