

Medya Diplomasisi Aktörü Olarak TRT ve Balkanlardaki Örnek Faaliyetleri

ERDEM EREN

Öz

Geleneksel medya ile dijital medyanın gelişmesi küresel iletişimi de her geçen gün arttırmış; medya, devletler ve toplumlar arasında etkili bir aktör hâline gelmiştir. Nitekim medya aracılığıyla hem ulusal hem de uluslararası kamuoyunu bilgilendirmek, etkilemek, yönlendirmek, propaganda faaliyetleri yürütmek, manipülasyon yapmak diplomaside uygulanan metotlar olmuştur. Kamu diplomasisi kapsamında medya diplomasisi de giderek gelişmiş, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) da Türkiye'nin küresel bir medya diplomasisi aktörü olarak rolünü genişletmiştir. Bugün TRT alt yayın organlarıyla birçok coğrafya ve topluma yönelik farklı dillerde uluslararası yayınlar yapmakta olup Balkanlar'a yönelik de bölge dillerinde yayınlar ve organizasyonlar gerçekleştirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Medya Diplomasisi, Kamu Diplomasisi, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu, TRT, Balkanlar

Araştırma Makalesi

Makale Geliş Tarihi : 19.11.2018

Makale Kabul Tarihi : 20.12.2018

Beyaz Hareket Vakfı Genel Sekreteri, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye

TRT as Media Diplomacy Actor and Its Sample Activities in The Balkans

ERDEM EREN

Abstract

The development of traditional media and digital media has also increased global communication, and the media has become an effective actor among states and societies. As a matter of fact, informing, influencing, directing, conducting propaganda activities, manipulating for both national and international public through media are the methods which are implemented in diplomacy. In scope of public diplomacy, media diplomacy has gradually developed; Turkish Radio and Television Association (TRT) expanded its role as global media diplomacy actor of Turkey. Today, TRT broadcasts internationally in different languages for many geography and society with its sub-broadcasting organs and broadcasts and realizes organizations in the regional languages for The Balkans.

Keywords: Media Diplomacy, Public Diplomacy, Turkish Radio And Television Association, TRT, The Balkans

Research Paper

White Movement Foundation Secretary General, İstanbul Sabahattin Zaim University Institute of Social Sciences, İstanbul, Turkey

1. Giriş

Medya ve iletişim toplumlardaki ve toplumlar arasında etkileşimde günümüzdeki yeri hayati bir öneme sahip olsa da, bu önemin arka planında köklü bir tarihsel süreç bulunmaktadır. Gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçlarının keşfi ve yaygınlaşması ile onlara yakın dönemde uydu, internet, bilgisayar ve cep telefonları gibi yeni ve modern iletişim teknolojilerinin de eklenmesiyle küreselleşme olgusu giderek büyümüş, bunun sonucunda ülkeler ve toplumlar arasında enformasyon ilişkileri, politik, kültürel ve ekonomik etkileşimler ise giderek artmıştır (Bal, 2018: 78).

Kitle iletişimin ve enformasyonun gücü, devletlerce de farkına varılmış, radyonun II. Dünya Savaşı'nda siyasi propaganda aracı olarak kullanılması gibi kamuoyunu etkileme amacıyla da kullanılır olmuştur. Küreselleşmeyle birlikte başta gazete, radyo ve televizyon gibi klasik medya araçları siyasi iletişim araçları olarak kullanılmaya başlanmış, gerçekleştirilen uluslararası yayınlar diplomatik bir silah görevi görmüş, bu araçlarla "propaganda", "kamuoyu etkileme" ve "manipülasyon" yapılması mümkün olabilmiştir (Ertekin, 2012: 324). Uluslararası yayınlarla birlikte günümüzde, tüm ülkelerin amaçlarından biri propagandadan daha çok, dış politikada yeni bir söylem ile kimlik ve güçlü bir imaj inşa etmek olmuştur.

Bu çalışmada, TRT'nin hem genel hem de Balkanlar'daki faaliyetleri; medya diplomasisi kapsamında yapılan araştırmaların ve tartışmaların üzerine, TRT'nin kurumsal geçmişi, vizyon ve misyonu çerçevesinde kurumsal raporları ve haberleriyle literatürdeki ilgili araştırmalar da incelenerek analiz edilmeye çalışılacaktır. Sonuç olarak ise bu analizlerden yola çıkılarak TRT'nin Balkanlar'daki etkinlik ve etkililiğini arttırabileceği düşünülen önerilerde bulunulacaktır.

2. Medya ve Kamuoyu

Medya; bilgi ve haber alıp verme, eğitime ve eğlendirme, reklam ve tanıtım gibi toplumsal işlevlere sahip önemli bir araçtır. Ancak, medya bu işlevlerinin yanında politik bazı roller ve misyonlarda barındırmaktadır. Örneğin, medya hem toplumdaki çeşitli sorunlara dair kanaatlerin iletilmesini ve kamuoyu oluşmasını hem de oluşan kamuoyu görüşlerinin siyasi yöneticilere, sorumlu kurum ile kuruluşlara iletilmesini sağlar (Atabek, 2012: 99). Benzer şekilde yurt içinde olduğu kadar yurt dışında da doğru ve etkili bir kamuoyunun oluşumu hükûmetler ve devletler için büyük bir önem arz etmektedir. Bu noktada, özellikle gelişmiş ülkeler sahip oldukları uluslararası medya kuruluşları ve haber ajanslarıyla dünya kamuoyunda hedef ülkeleri siyasi, iktisadi ve kültürel çerçevede etki altına almaya çalışmaktadırlar.

Devletler medya yolu ve özellikle dış yayınlarla birçok önemli misyonu yürütebilmektedir.Örneğin; ülkenin politika ve siyasal söylemlerinin direkt olarak hedef yabancı ülke kamuoyuna ulaştırılması, ülkenin tanıtılarak turizm faaliyetlerine katkı sağlanması, dünya kamuoyunun kendi tarafına çekilmesi, bir başka ülkenin yürüttüğü propagandayı etkisiz hâle getirmek ve karşı propaganda yapmak gibi çok ayaklı işlevler medya ve dış yayınlar sayesinde mümkün olabilmektedir (Akarcalı, 2003: 3-4).

Medyanın hem ulusal hem de uluslararası ölçekte ana amaçlarından biri, kamuoyunun oluşmasını sağlamak, kamuoyunu etkilemek, ikna etmek ve yönlendirmektir. Medyayla kamuoyunun dış politikada bulunduğu ve bir aktör olduğu mekanizma ise kamu diplomasisiyle kamu diplomasisinin bir alt kolu olan medya diplomasisidir.

Kamu diplomasisi ifadesi, ilk defa 1856 yılında *London Times* gazetesinde, dönemin ABD Başkanı Franklin Pierce'ye yönelik biryorumda, "nezaket" anlamında kullanılmıştır (Cull, 2009: 19). Ancak "kamu diplomasisi" kavramı, ilk defa bilimsel bir disiplin çerçevesinde 1963 yılında literatüre kazandıran ABD Bilgi Servisi (USIA – United States Information Agency) Müdürü Edward Murrow'dur(İnan, 2012: 63). Murrow, kamu diplomasisinin diplomasiden farkını ortaya koyarken, kamu diplomasisinde hükümetlerin yanında hükümet dışı bireyler ve organizasyonlarında iletişimde yer aldığını ifade etmiştir (Leonard, Stead ve Smewing, 2002: 1).

Kamu diplomasisi kavramının iki önemli ayağı, kamu ile diplomasi olup, kavramın merkezinde bulunan kamu kavramı, büyük oranda kamuoyu olarak değerlendirilmektedir. Öyle ki kamu diplomasisi, kamuoyu odaklı diplomasi olarak da ifade edilebilmektedir. İngilizce *publicdiplomacy* kavramı Türkçeye doğrudan kamu diplomasisi olarak çevrilse de anlam bakımından kamu diplomasisini yalnızca kamuoyu diplomasisine eş değer görmek mümkün değildir.

Kamu diplomasisinin kamuoyuyla olan ilişkisini ortaya koyan çok önemli çalışmalar da mevcuttur. İlk olarak Jan Melissen tarafından kamu diplomasisi, kamuoyuyla *angaje* olmak şeklinde tanımlanmaktadır (Melissen, 2013: 439). Melissen'in yanı sıra kamu diplomasisini kamuoyuna yönelik diplomasi olarak tanımlayan isimlerden bir diğeri de ABD Enformasyon Ajansı (USIA) eski Direktörü Hans Tuch'tır(Tuch, 1990: 10).

Anlamsal olarak kamu ile kamuoyu kavramları incelenirse ilk olarak Türk Dil Kurumunun (TDK) Türkçe Sözlüğü'nde kamu kelimesi; halk hizmeti gören devlet organlarının tümü ve bir ülkedeki halkın bütünü olarak açıklanmıştır. Kamuoyu kelimesi ise bir konuyla ilgili halkın genel düşüncesi, halkoyu olarak ifade edil-

mektedir. Kamu ile kamuoyu kelimelerinin İngilizcesine bakıldığında ise Oxford İngilizce Sözlüğü'ne göre kamu kelimesinin karşılığı *public* olup, kavram fikir, yorum, kanaat, topluluk, halk, insanlar, vatandaş, topluluğu temsile yetkili anlamlarına denk gelmektedir (Oxford, 2018a). Kamuoyu kavramı ise *publicopinion* kelimesine denk gelmekte olup, anlam olarak ise çoğunluğun kabul ve tasdik ettiği fikir, halk arasında yaygın olan fikir, genel fikir şeklinde açıklanmaktadır (Oxford, 2018b).

Kamuoyu terimi tarihte ilk olarak 1588 yılında Montaigne tarafından Fransızca olarak *l'opinionpublique* şeklinde kullanılmıştır. 17. yüzyıla gelindiğinde İngiliz düşünür John Locke da kamuoyunun gücünü vurgulamıştır. Nitekim Napolyon bile kamuoyuna yönelik propaganda yöntemini etkili biçimde kullanma gereğini duyan liderlerden biri olmuştur. 19. yüzyılda ise kamuoyu Fransa, İngiltere ve Almanya'da akademisyenler tarafından odaklanılan çalışma alanlarından biri olmuştur (Ekşi, 2014: 61).

Kamuoyu kavramı literatürde de geniş yer bulmuş; kavram ilk olarak demokrasi, vatandaşlık ve vatandaşın siyasete aktif katılımıyla ilişkilendirilmiştir. Kavram kolektif tartışma ve karar alarak siyasi karar almayı etkileyen, hükûmetin etkisi ve alanı dışında gerçekleşen ve meydana gelen kolektif kanılar olarak görülmüştür. Bu doğrultuda kamuoyu; medya, parlamento, anketler, kanaat önderleri, elitler, sivil toplum kuruluşları, düşünce merkezleri tarafından temsil edilen, bireylerin ve toplumun siyasete, siyasi karar almaya doğrudan ya da dolaylı katılımı olarak tanımlanan *interaktif* bir kavramdır (Ekşi, 2014: 62).

3. Medya Diplomasisi

Siyasette toplumsal boyutun ağırlık kazanarak toplumsal talep ile beklentilerinin etkisinin hız arttırması, kamu diplomasisinin ortaya çıkışını ve önem kazanmasını da büyük oranda yönlendirmiştir. Dış politikada toplumun, yani kamuoyunun öneminin artması, devletlerin çeşitli metot ve mekanizmalarla kamuoylarını etkileme, ikna etme ve destek elde etme gereksinimini de beraberinde getirmiştir. Bunun da en önemli sebeplerinden biri, devletlerin dış politikalarına meşruiyet sağlama ihtiyaçları ve arayışları olmuştur.

Dış politikanın devletler arasındaki boyutunun yanında, devletlerin uluslararası kamuoyunu da etkileme boyutunun eklenmesi siyasi aktörlerin uygulamalarına da yenilik kazandırmıştır. Bu amaçla birçok ülkenin siyasetçileri, başka bir ülkenin ya da yaygın takip edilen basın ve yayın organlarının mecralarında yazılar yayınlamakta ya da röportajlar yapmaktadır. Ayrıca dış politikanın uygulayıcısı konumunda olan dışişleri bakanlığı, büyükelçilikler ile kamu diplomasisi kuruluşları da

dijitalleşerek web siteleriyle sosyal medya platformları kurarak iletişim kanallarını etkin kullanmaya çalışmaktadır.

Kamuoyunun diplomasinin gelişim ve değişimine olan etkisi kamu diplomasisinin çerçevesi ve tanımını da değiştirmiştir. Öyle ki kamu diplomasisi dört bileşenden meydana gelmektedir. Bunlar; yumuşak güç, diplomasi, kamuoyu ve sivil toplumdur. Bu bileşenler ekseninde “kamu diplomasisi, yumuşak güce dayanan sivil toplum temelli, kamuoyu odaklı yeni diplomasi tarzıdır” (Ekşi, 2014: 15). Yumuşak güç kavramı 1990 yılında Joseph S. Nye tarafından literatüre kazandırılmış bir kavram olup, ona göre yumuşak güç; bir ülkenin dünya siyasetinde istediği sonuçlara, onun değerlerine hayran olan, onu örnek alan, refah seviyesine ve fırsatlarına özenen ülkelerin kendisini izlemesiyle ulaşmasını sağlamaktır (Nye, 2004: 5). İşte bu noktada medya diğer kamu diplomasisi araçlarıyla beraber büyük önem kazanmaktadır.

Berlin Duvarı'nın yıkılışı ve özellikle de ABD'deki 11 Eylül saldırıları sonrasında devletlerin uluslararası ilişkilerin başat aktörü olduğu görüşü sorgulanmaya başlamıştır. Bunun sonucunda uluslararası ilişkilerden küresel ilişkilere geçiş sürecinde devletin yanında yeni aktörler eklenmiş; devlet dışı aktörler, sivil toplum kuruluşları, uluslararası örgütler, çok uluslu şirketler gibi aktörler etkin olmaya başlamıştır (Keyman, 2000: 17).

Muharrem Ekşi'ye göre küresel ilişkilerde bu kadar çok aktörün etkin olmasını en iyi açıklayan görüşlerden biri ise McLuhan'ın “global köy” düşüncesidir. Bu düşünceye göre dünyanın herhangi bir bölgesinde gerçekleşen eylem, olay ile gelişmeler, iletişim ve enformasyon teknolojilerindeki yeni gelişimler yoluyla dünyanın birçok coğrafyasına hızlıca yayılmaktadır. Bu nedenle dünyanın farklı bölgelerinde yaşanan olumsuz gelişmeler, örneğin çatışmalar ve insan hakları ihlalleriyle birçok olumlu gelişme dünyanın gündemi hâline gelebilmektedir (Ekşi, 2014: 20).

Dünyada her geçen gün kamu diplomasisinin önemi ve etkinliği giderek artmakta, bu süreçte hedef dış ülke kamuoylarına ulaşmak ve olumlu bir imaj yaratmak gibi amaçlar stratejik bir yer kaplamaya devam etmektedir. İletişim teknolojilerinin ve medya araçlarının hızla gelişmesiyle ulus ötesi geniş kitlelere ulaşip onları bilgilendirmek, yönlendirmek ve etkilemenin imkânı da artmaktadır. Yine medya yoluyla toplumlar arasında ortak amaç birliği oluşturmak da mümkün olmaktadır. Medya sayesinde toplumlar arasındaki etkileşim hızlanmakta, toplumlar birbirini daha yakından tanımakta, bu durumlar ise devletler arasındaki siyasi, ekonomik ve sosyal birçok alanda işbirliğini geliştirmektedir (Özkan, 2018). İşte bu faaliyetlerin bütünü medya diplomasisinin çerçevesini ifade etmektedir.

Gazete, dergi, radyo ve televizyon, websitelerle sosyal medya platformları günümüz medyasının basılı ve yazılı, görsel ve elektronik başlıca kaynaklarını oluşturur. Geleneksel medya olarak nitelendirilen bu kaynakların yanında Facebook, Twitter ve YouTube gibi dijital medya araçları da eklenmiştir. Özellikle dijital medya hızlı ve karşılıklı etkileşim alınması açısından kamu diplomasisinde sıkça kullanılır olmuştur (Koyuncu ve Medin, 2017: 1241). Büyük çapta kitlelere ulaşmayı ve onlarla etkileşim kurmayı sağlayan medya, kamu diplomasisinin de anahtar öğelerinden biridir. Kamu diplomasisinde medya diplomasisi hükümetlerin özellikle dış politikada hedef yabancı ülkelerde ya da uluslararası toplumda kamuoyu oluşturmada, devletlerinin politikalarını aktarmalarında ve kültürel tanıtımlarında oldukça sık yararlanılan bir araç olmuştur (Aydemir, 2016: 166).

Diplomaside kullanılan medya organları da hem araçsal rol olarak hem de bağlı buldukları ülkelerin tanıtımı kapsamında önemli katkılar sunmuştur. Örneğin; II. Dünya Savaşı döneminde Avrupa'da oldukça etkili yayınlar yapan İngiliz kuruluşu BBC, hem İngiltere'nin siyasi görüşlerini dünya kamuoyuna aktarmış hem de ülkesinin menfaatlerine hizmet etmiştir. Soğuk savaş yıllarında ise ABD adına Voice of America, Sovyetler Birliği tarafında ise RadioMoscow gibi kuruluşlar propaganda yarışına katılmışlardır (Ertekin, 2012: 328). Türkiye'de de medya diplomasisi son dönemde büyük oranda güç kazanmış, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT ve TRT kuruluşları TRT Avaz, TRT World gibi kurumlar) ile Anadolu Ajansı (AA) bu alanda uluslararası faaliyetlerini arttırmış ve güçlendirmiştir. Bugün hem TRT hem de AA birçok ülkede aktif faaliyet göstermektedir.

Türkiye'de kamu yayıncılığı misyonuyla büyük bir temsil görevi gören TRT, son yıllarda bunun yanında yaptığı girişimler ve yatırımlarla kamu diplomasisi vazifesi de görmeye başlamıştır. Türkiye'de tarihsel olarak yurtdışı yayınları 1938 yılında başlamışken, TRT'nin kuruluşu sonrasında ise bu yayınlar gün geçtikçe gelişmiştir. Dünya örneklerinde olduğu gibi TRT'nin kamusal yayıncılığı da medya etik ilkeleri çerçevesinde devlet politikalarıyla da paralel bir seyir izlemiş, bunun izleri dış politikaya oranla dış yayıncılıkta da görünmüştür. Nitekim bu yayınlarla Türkiye'nin siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişiminin tanıtımı hedef kitleye ulaştırılmaya ve onların desteğinin sağlanmasına uğraş verilmiştir (Cankaya, 2003: 116).

4. Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu – TRT ve Medya Diplomasisindeki Rolü

Kitle iletişim araçlarının oldukça geliştiği günümüzde kamu diplomasisinin en önemli aktörlerinden biri de şüphesiz medyadır. Medyanın topluma yönelik etki ve yönlendirme gibi güçleri, devletlerin politika ve görüşlerinin hem kendi halkına hem de başka toplumlara anlatılması, tanıtılması ve yaygınlaştırılması açısından

da oldukça önemlidir. Bu yönüyle düşünüldüğünde medyanın kamu diplomasisi açısından etkisi büyük önem kazanmaktadır (Özkan, 2015: 19).

Kamu diplomasisinin en önemli metotlarından iletişim araçları küresel düzeyde sıkça başvurulan uygulamalara ve örneklere sahiptir. ABD’de CNN, İngiltere’de BBC, Rusya’da RT, Çin’de CCT, Almanya’da DW ve Arap dünyasında ise El Cezire küresel düzeyde önemli bir yere ve etkiye sahip yayın organlarıdır. Türkiye’nin bu alanda öncü kanalı olan TRT de ilk televizyon kanalı olarak Ankara’da 1 Mayıs 1964’te bir kamu kuruluşu statüsüyle yasayla kurulmuş, 31 Ocak 1968’de dene-me yayınlarıyla faaliyete başlamıştır (Kılıç, 2015: 372-373).

17 Nisan 2017 tarihinde yapılan anayasa değişikliği sonrasında Başbakanlık makamı kaldırılmış, hiyerarşik olarak Başbakanlığa bağlı olan TRT’nin hukuki statüsü ise Cumhurbaşkanlığı Kararnameleri sonrasında belli olmuştur. 15.07.2018 tarihinde yayımlanan 30479 sayılı 4 No’lu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi’nin Otuzsekizinci Bölümü ve 533. maddesiyle “tarafsız bir kamu tüzelkişiliğine sahip Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu”nun kurulduğu ifade edilmiştir¹. Ek olarak 10.07.2018 tarih ve 30474 sayılı 3 No’lu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi’nin 2. maddesi ve I. Cetvelinde TRT Genel Müdürü’nün Cumhurbaşkanı kararıyla atanacağı ilan edilmiştir. Kararnamenin II. Cetvelinde ise TRT Yönetim Kurulu Üyelerinin Cumhurbaşkanı onayıyla atanacakları belirtilmiştir². Son olarak ise 24.07.2018 tarih 30488 sayılı *ResmîGazete*’de yayımlanan 2018/2 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Genelgesi ile de TRT’nin Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığına bağlandığı ifadesine yer verilmiştir³.

Yine 4 No’lu Kararname’nin 534. maddesinde TRT’nin görevlerine;

e) fıkrasında; “yurt dışında yapılacak yayınlarla; devletin her alanda tanıtılmasına ve yurt dışında bulunan Türk vatandaşlarının Türkiye Cumhuriyeti ile ilişkilerinin sürdürülmesine yardımcı olmak,

f) fıkrasında; “yurt içi ve yurt dışında gerektiğinde tüm mecralardan yayın yapmak ve bu yayınları sürdürülebilir kılmak amacıyla her türlü faaliyette bulunmak ve buna ilişkin tedbirleri almak” gibi görevlerle TRT’nin kamu diplomasisi alanındaki misyonlarına atıfta bulunulmuştur.

1 Bakanlıklara Bağlı, İlgili, İlişkili Kurum ve Kuruluşlar ile Diğer Kurum ve Kuruluşların Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi (Kararname Numarası: 4), Tarih: 15.07.2018 ve Sayı: 30479.

2 Üst Kademe Kamu Yöneticileri ile Kamu Kurum ve Kuruluşlarında Atama Usullerine Dair Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi (Kararname Numarası: 3), Tarih: 10.07.2018 ve Sayı: 30474.

3 Bakanlıklara Bağlı, İlgili ve İlişkili Kurum ve Kuruluşlar ile İlgili 2018/2 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Genelgesi, Tarih: 24.07.2018 ve Sayı: 30488.

Türkiye de dünyadaki muadilleri gibi küresel düzeyde ve kamu diplomasisinde etkin bir yayın organına sahip olmak istemiş, bu doğrultuda TRT 2000’li yıllarda yapılandırılarak farklı dillerde yayın yapan ve dünya kamuoyuna hitap edebilen bir kanala dönüşmüştür. Bu amaçla;

- 2006 yılında 32 dilde yayın yapan Türkiye’nin Sesi Radyosu ve TRT Avrupa FM,
- 20 Kasım 2008 yılında 35 dilde haber yayını yapan www.trt-world.com.tr,
- 1 Ocak 2009 yılında özellikle Türkiye ve Orta Doğu’daki Kürtlere yönelik TRT Şeş/ TRT 6,
- 21 Mart 2009’da Balkanlar, Kafkasya, Orta Asya ve Orta Doğu’da 27 ülkede 250 milyonluk bir nüfusa yönelik TRT Avaz,
- 8 Mayıs 2009’da Euronews ile iş birliğiyle TRT-Int kurulmuş, bu kanal 18 Mayıs 2015’de TRT World’e dönüşmüştür,
- 4 Nisan 2010’da 22 Arap ülkesine yönelik TRT Arapça yayın hayatına başlamıştır (Ekşi, 2014: 227-228).

Ocak 2009’da yayın hayatına başlayan TRT 6 her ne kadar ulusal bir hassasiyetle PKK ile mücadelede ve Kürt açılımı amacıyla açılmış olsa da dış politikada ve kamu diplomasisinde de etki göstermesi hedeflenmiştir. Kürtçe ve farklı lehçelerde yayın yapan TRT 6’nın yayın politikası, başta Türkiye ve Orta Doğu olmak üzere dünyadaki Kürt toplumuyla yönelik olmuş, hem Türkiye’nin iç ve dış politikaları bu kitleye aktarılması hedeflenmiş hem de PKK’nın yayın organı Roj TV’nin etkisi kırılmaya çalışılmıştır (Aydemir, 2016: 367).

Türkiye’nin kamu diplomasisinde medya diplomasisi doğrultusunda yayın hayatına başlayan platformlarından bir diğeri de 2010’da kurulan TRT Arapça’dır. 22 ülkede yaşayan 350 milyon nüfusa yönelik yayın yapan kanal, Arap ülkeleriyle Türkiye arasındaki bağları güçlendirmek açısından önemli bir misyon taşımaktadır. Özellikle Türk dünyasındaki 27 ülkede 250 milyonluk nüfusa yönelik 2009 yılında kurulan TRT Avaz da TRT Arapça ile benzer misyona sahip bir platformdur. Türkiye’nin ve Türk kültürünün tanıtılması, Türkçenin yaygınlaştırılması gibi konularda kanal etkin bir işlev görmektedir (Aydemir, 2016: 368-371).

TRT 6 ise TRT Arapça ve TRT Avaz’a oranla bölgesel olmayıp daha evrensel bir vizyon ile dünyaya İngilizce yayın yapan TRT World kanalı, Türkiye’nin dünyaya açılan yüzü olmuştur. İngilizce haber yapan TRT World, 18 Mayıs 2015’te test yayınına başlamış, 30 Haziran 2015’te ise normal yayına geçmiş, 27 Ekim 2015’te ise uydu yayınına başlamıştır (TRTWorld, 2018). TRT World ayrıca 2017 yılında medya dip-

lomasisi alanında yeni bir proje daha başlatmış, TRT World Forum adında uluslararası bir organizasyona da imza atmıştır. 2017 yılında ilki düzenlenen TRT World Forum'da; uzman akademisyen, siyasetçi, gazeteci, sivil toplum uzmanı yurt içi ve yurt dışından yüzlerce profesyonel bir araya gelmiştir (TRTHaber, 2018).

TV kanallarının yanı sıra son olarak TRT'ye ait radyo platformu da kamu diplomasisinde medya diplomasisi açısından önemli katkılar sunmaktadır. Bu platformlardan biri de Türkiye'nin Sesi Radyosu'dur. Radyo 73 yıldır, kısa dalga, uydu ve internet üzerinden dış yayın yapmakta, 2006'dan beri ise 32 dilde faaliyetlerini sürdürmektedir (Yılmaz, 2012: 429).

TRT yurt dışına yönelik yaptığı yabancı dildeki yayınların yanında Türkçe yayınlarla yurt dışında yaşayan Türkler ile akraba ve kardeş toplulukların Türkiye ile kültürel bağlarının sürmesinde amaçlamaktadır. Ayrıca TRT bu yayınlarla, onların eğitim ve kültür düzeylerinin gelişimiyle dil, din ve geleneklerini unutmamalarına çaba harcamaktadır. Diğer yandan TRT bu yayınlarla hedef ülke ya da coğrafyalara ülkenin görüş ve politikalarını aktarmaya özen göstermektedir (Cankaya, 2003: 116-117; Akarcalı, 2003: 62).

TRT tüm bu dış yayınlarını ise TRT Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı hiyerarşisinde planlamakta ve yürütmektedir. Öyle ki; "TRT Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı, radyo ve diğer medya araçları aracılığı ile Türkiye'nin görüşlerini yansıtmak ve tanıtımını yapmak, yurt dışında yaşayan Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları, soydaşları ve akraba toplulukları ile Türkiye Türkçesi konuşanların, Türkiye ile Türk kültürü ile bağlarının devamını sağlamak üzere yurt dışına yönelik Türkçe ve değişik dil ile lehçelerde yayın gerçekleştirmek, yurt dışındaki radyo ve televizyon kuruluşlarından gelecek haber, program ve müzik taleplerini karşılamak, yayın ortaklıkları oluşturmak görevlerini gerçekleştirmektedir" (TRT, 2018).

5. TRT'nin Balkanlar'daki Medya Diplomasisi Faaliyetleri ve Örnekleri

Türkiye'nin medya diplomasisi alanında faaliyet gösteren en önemli kurumlardan biri şüphesiz TRT'dir. Bugün TRT'nin aktif medya diplomasisi yürüttüğü coğrafyaların başında ise Balkanlar gelmektedir. TRT'nin Balkanlar'a yönelik içerik paylaşımı ve dış yayıncılık yaptığı en önemli kanalı ise TRT Avaz'dır. 21 Mart 2009'da yayın hayatına başlayan TRT Avaz; Balkanlar'dan Arnavutluk ve Bosna-Hersek olmak üzere 8 ülkeden, aralarında Balkan dillerinden Arnavutça ve Boşnakçanın da bulunduğu 8 dilde Uzak Doğu'dan Balkanlar'a Türk dünyasına yönelik yayın yapmaktadır. TRT Avaz'ın genel olarak kuruluş amacı ise Türkiye Cumhuriyeti ile Türkçe konuşan ülkeler ve geniş bir coğrafya arasında bir kültür köprüsü olmaktır. Ayrıca TRT Avaz; yayın coğrafyasını oluşturan Türk ve Türk soylu halklar ile kardeş

topluluklara yönelik hazırladığı özel içerikli programlara ek olarak, ikili ve çoklu kültürel ilişkilerin gelişmesine de katkı sağlamakta, yeni iş birliği alanlarının doğmasına da vesile olmaktadır (TRTAvaz, 2018).

Ses anlamına gelen “Avaz”, TRT Avaz ile 27 ülke ve 13 muhtar cumhuriyetinden yaklaşık 250 milyon nüfuslu bir coğrafyanın sesi olarak yayın yapmaya çalışmaktadır (Aydemir, 2016: 370). TRT Avaz’ın Balkanlar’a yönelik en önemli etkinliği, yayın içeriklerinin yanında TRT Avaz’ın internet sitesinde Türkçenin dışında Arnavutça ve Boşnakça olarak ulusal ve uluslararası gündemde yer alan haberlerin yayınlanıyor olmasıdır (Ertekin, 2012: 340).

TRT Türk de yurt dışında yaşayan vatandaşlara yönelik haber, kültür ve sanat programları vasıtasıyla Türk kültürü ve Türkiye ile ilgili programlar yayımlamaktadır. TRT Türk servis sağlayıcıları vasıtasıyla Balkanlar’da Bulgaristan ve Romanya gibi ülkelerde de izlenebilmektedir. Ayrıca kanalın Balkanlar’da Atina, Saraybosna ve Üsküp’te haber büroları bulunmaktadır (Kılıç, 2015: 377-382).

TRT’nin Balkanlar’daki faaliyetleri sadece bunlarla sınırlı değildir. TRT ile 1993 yılında Makedonya Devlet Televizyonunun (MTV) Türkçe yayınları arasında iş birliği yapılmıştır. Bu adımı Türkiye Gazetesi Radyo ve Televizyonu (TGRT) da takip etmiş, TGRT de MTV’nin Türkçe yayın bölümüyle iş birliği girişimlerinde bulunmuştur (Özlem, 2016: 248).

TRT, film ve dizi projeleriyle de Balkanlar’a yönelik önemli etkinliklere imza atmaktadır. Bunlara örnek olarak Ocak 2018’de TRT’de yayınlanan “Alija” dizisi verilebilir. Bosna-Hersek’in kurucu Cumhurbaşkanı Alija İzzetbegoviç’in hayatını anlatan dizi 6 bölüm hâlinde TRT 1’de yayımlanmıştır (TRT1, 2018). Ayrıca TRT, TRT Avaz ve TRT Belgesel’de Balkanlar temalı çok sayıda belgesel ve içeriklerde yayımlanmıştır. Bunlara örnek olarak;

- TRT Belgesel’de yayımlanan Saklı Balkan, Yesi’den Avrupa’ya Taşınan Köz, Safiye’den Sofia’ya Çalınan Kimlikler, Kalanlar, Damağımın Tadı Yüreğimin İzi, Uzak Ülke, Balkan Harbi 1912-1913,
- TRT 1’de yayımlanan Balkanlar ve Göç,
- TRT Diyanet’te yayımlanan Balkan Köyleri,
- TRTAvaz’da yayımlanan Balkan Gündemi verilebilir. Ayrıca bu programlara “www.trtarsiv.com” adresinden de ulaşılabilmektedir.

TRT, Türkiye’nin kültür diplomasisi alanında faaliyetler yürüten kurumlarıyla ortak çalışmalar da geliştirmiştir. Bu kapsamda örneğin misyonunu yeni tamam-

layan T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü (KDK) ile “Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri” kapsamında birtakım projeler gerçekleştirilmiştir. Bunlara örnek ise “Orhun’dan Üsküp’e Kardeş Eli” Belgeseli ile “Türkiye’nin Dostları” Belgeselidir. Orhun’dan Üsküp’e Kardeş Eli” belgeseli TRT Haber’de 13 bölüm olarak yayımlanmış, bu doğrultuda iki sezon boyunca Beyrut’tan Bosna’ya, Üsküp’ten Taşkent’e onlarca şehir ve ülkede, Türkiye’nin desteğiyle ortak mirasın farklı projeler üzerinden nasıl canlandığı anlatılmıştır. “Türkiye’nin Dostları” Belgeseli ise Türkiye’de eğitim gören yabancı uyruklu öğrencilerle 13 ülkede yapılan çekimlerle 13 bölümle TRT Belgesel’de yayımlanmıştır. Çekimleri yapılan ülkeler arasında Balkan ülkeleri de vardır (Yıldırım, 2015: 298-299).

TRT’nin televizyon kanallarının yanında radyo platformunda da yine medya diplomasisi kapsamında Balkanlar’a yönelik içerik paylaşılmaktadır. Bu noktada örneğin, Türkiye’nin Sesi Radyosunda dönem dönem 2012 yapımı olan on dakikalık “Öncesi ve Sonrası ile Balkan Savaşları” adlı radyo programları yayımlanmaktadır. Ayrıca TRT PODCAST üzerinden “Balkan Gündemi” gibi programların arşivlerine de ulaşılabilmektedir. Ek olarak Türkiye’nin Sesi Radyosu (TSR) aralarında Balkan dillerinden Arnavutça, Boşnakça, Bulgarca, Hırvatça, Makedonca, Sırpça ve Yunancanın da bulunduğu otuz iki dil ve lehçede yayınlar da yapmaktadır (Ertekin, 2012: 343-344).

TRT televizyon ve radyo yayınlarının yanında Balkanlar’a yönelik bazı toplantı ve organizasyonlarda tertip etmiştir. Örneğin; 2015 Mayıs ayında TRT’nin organizatörlüğünde “Balkanların Avazı” adlı çalıştay düzenlenmiş, çalıştay ile TRT’nin Balkanlar’da yapabileceği yayıncılık faaliyetlerinin ortaya konması ve bundan sonrasının planlanması amaçlanmıştır. Ayrıca Çalıştay’a Balkanlar’dan Bosna-Hersek, Kosova, Makedonya, Karadağ, Bulgaristan, Yunanistan, Arnavutluk ve Gaga-uzia’dan temsilciler katılmıştır (TRTHaber, 2015).

6. Sonuç

Johannes Gutenberg’in 1447 yılında matbaayı keşfiyle başlayıp Mark Zuckerberg’in 2004 yılında Facebook’u kurmasıyla ivme kazanarak günümüze geldiğimiz süreçte medya gelenekselden dijitale doğru büyük bir evrim geçirmiştir. Öyle ki basılı ve geleneksel/klasik medya organları sayılan gazete ve dergilerin yanında radyo ve televizyonlar uzun bir süre medya organları olarak dominant pozisyonlarını korumuşlardır. Ancak bilgisayar ve internetin gelişmesi ve yayılması sonrasında dijital medya kavramı gelişmeye başlamış bu kapsamda Facebook, Twitter ve YouTube gibi platformlarda en az geleneksel/klasik medya organları kadar medya organı olarak önem arz etmeye başlamıştır.

II. Dünya Savaşı'nı takiben soğuk savaş dönemiyle birlikte küreselleşme, medyanın ve küresel iletişimin gelişmesi hızlanmış, toplumlar ve devletler arasındaki ilişkiler ağı da genişlemiş, geleneksel diplomasi metotları yetersiz olmaya başlamıştır. Devletten devlete resmî olarak diplomatlar ve dış misyonlarla yürüyen diplomasiinin yanında devletten topluma, toplumdaki devlete ve toplumdaki topluma resmî, yarı resmî ve sivil nitelikli bireyler, kurum ve kuruluşlarla icra edilen kamu diplomasisi ortaya çıkmaya ve güçlenmeye başlamıştır.

Medya diplomasisi de kamu diplomasisinin bir alt kolu olarak işlev görmeye başlamıştır. Nitekim 2000'li yıllarda Türkiye'de diplomasi modern kamu diplomasisi çerçevesinde kavramsal ve kurumsal olarak dönüşüme uğramıştır. Bu dönüşümden kamu yayıncılığı sürdüren TRT de nasibini almış, TRT de medya diplomasisi çerçevesinde yapılandırılmıştır.

2000'li yıllardaki yapılandırmayla TRT'nin uluslararası yayın faaliyetleri çerçevesinde; TRT World, TRT Arapça, TRT Avaz, TRT 6, TRT Türk gibi televizyon kanalları ile Türkiye'nin Sesi Radyosunun (TSR) önemi giderek artmıştır. Bugün TRT başta Balkanlar olmak üzere birçok coğrafyada onlarca dilde yayın faaliyeti sürdürmekte olup, Balkanlar'da soydaş ve akraba topluluklara Türkçenin yanı sıra bölge dillerinde içerik paylaşımları yapmaktadır.

TRT'nin Balkanlar'a yönelik içerik paylaşımlarının büyük oranda TRT, TRT Avaz, TRT Türk, Türkiye'nin Sesi Radyosu ve TRT arşivleri üzerinden yapıldığı görülmektedir. İlk olarak medya diplomasisi alanında etkili Türkiye Radyo ve Televizyonu; Türkiye'nin uluslararası yayıncılığında öne çıkan kurumlarından biri olarak özellikle Türkiye'nin ulusal ve uluslararası konulardaki ayrıca hedef bölgelerdeki hedeflerini, ideoloji ve siyasal bakışını yansıtan bir dille yayın politikalarını belirlemelidir (Kılıç, 2015: 379). Ayrıca hitap ettiği mevcut kitlelerin sayısını ve yayın ağlarını genişletmeyi de daima hedeflemelidir.

Türkiye'nin Balkanlar'a yönelik yayın yapan TRT yayınlarının yanı sıra dizi ve filmler, Türkiye'nin Balkanlar ile ilgili hedef, söylem ve mesajları çerçevesinde hazırlanmalı ve yapılandırılmalıdır. Türkiye'nin Balkan politikasına katkı sağlama imkânı sunmayan yayınlar, TRT yayınları arasında bulunmamasına dikkat edilmelidir. Yine yayınlarda Balkanlar'daki etnik ve dinsel grupların hassasiyetlerinin de kesin olarak gözden geçirilmesi gerekmektedir.

TRT'nin genel yayınlarının dışında Balkanlar'da medya diplomasisinde daha etkin bir performans sergilenmesi açısından, Balkanlar'a yönelik doğrudan yayın organları da kurulmalı; TRT Balkan temalı ve isimli bir TV ve radyo kanalı, gazete ve dergi gibi projeler hayata geçirilmeli ya da özel sektör girişimleri teşvik edilmeli,

mevcutların kapasiteleri arttırılmalıdır. Örneğin; Tek Rumeli ve Trakya Türk gibi özel sektör kanalları desteklenmeli ya da ortaklıklar kurularak, Balkanlar'a yönelik yayınlar konusunda ilgili kurum ve kuruluşlar hem teknik hususlarda hem de kamu diplomasisi konularında eğitilmelidir.

TRT Balkan televizyonu projesinin birçok kere dillendirildiği amahayata geçirilemediği bilinen bir gerçektir. En önemli sebepleri arasında Balkanlar'daki çok dillilik, etnik ve siyasi çekişmeler olduğu da açıktır. Ayrıca bu denli geniş bir coğrafya için çok sistemli bir yapıya, kadroya ve bütçeye de ihtiyaç bulunmaktadır. TRT bu sorunları, mevcut ülkelerden iş birliği ortakları bulup ortak yayınlar yaparak çözebilir. Türkçe ana kanalın adı TRT Balkan olurken, altında ülke ülke yayın ve içerik paylaşımlarının yapılacağı ülke kanalları şeması yer alabilir.

TRT'nin Balkanlar'daki medya diplomasisi etkinliğini geliştirmek amacıyla merkezi Türkiye'de olmak üzere tüm ülkelerde fikir atölyeleri teşkilatları oluşturulmalı; TRT'nin öncülüğünde Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Dışişleri Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığının da paydaş yapılacağı bir teşvik sistemi kurulmalıdır. Bu doğrultuda Balkan ülkelerinden Türkiye Cumhuriyeti ile Balkan ülkeleri ve toplumları arasındaki doğru iletişime ve etkileşime katkı sağlayacak görsel ve işitsel, medya ve iletişim gibi birçok alan ve kapsamdaki projelere teşvik ve finans desteği sağlanmalıdır. Mevcut bu projenin doğru yürütülmesi sonucunda ortaya Türkiye ile Balkanlar'ın yüzlerce yıllık köklü geçmişini yansıtan ve geleceğini doğru inşa edebilecek nitelikte projeler, yayınlar, programlar, filmler, diziler gibi ürünler çıkabilecektir.

TRT, Balkanlar'da yaptığı yayınların yanı sıra tecrübe aktarımı da gerçekleştirmektedir. Bu kapsamda Balkanlar'da yayın yapan soydaş ve dindaş topluluklara ait televizyon, radyo, gazete ve dergi gibi platformlara maddi, teknik ve *mentorluk* yani yönderlik gibi yardımları sürdürmeli ve genişletmeli, ayrıca yayın kabiliyet ve kapasitelerini arttırmaları adına tecrübe aktarımlarında bulunmalıdır. Buna yönelik TRT'nin bir "Akademi" yapısına ihtiyacı bulunmaktadır.

Bugün Balkanlar'da teknik desteklerden mimari restorasyon faaliyetlerine, eğitim ve kültür projelerinden insani yardımlara kadar faaliyet gösteren birçok resmî, yarı resmî veya sivil toplum kuruluşu niteliğinde Türk kamu diplomasisi kuruluşu mevcuttur. Balkanlar'da faaliyet gösteren bu kuruluşların hem proje hem de uygulama aşamasında TRT ile koordinasyon içinde olmaları, bu projeye faaliyetlerin hem ülkemize hem de bölge ülke ile toplumlarına daha iyi anlatılmasına imkân sağlayacaktır. Ayrıca yine bu projeye faaliyetlerin haberleri TRT üzerinden bölge ülkelerinin basın, yayın ve medya organlarına servis edilmelidir. Bu haberlerin

yayını noktasında ülke ülke basın, yayın ve medya organlarıyla iş birlikleri geliştirilmelidir.

TRT'nin kamu diplomasisi, kurum ile kuruluşların proje ve faaliyetlerine yönelik haber ve yayınlarını özellikle bölgenin dilsel açıdan çoğunluk konumunda bulunan toplumlara göz önüne alarak hazırlaması, çalışmaların etkinliği açısından önemlidir. Örneğin, bugün Balkanlar'da Türklerin yanında çok güçlü bir Arnavut, Boşnak, Yunan nüfus da yaşamakta olup, haber ve yayınların bu dillerde de muhakkak hazırlanmasına dikkat edilmelidir. Bunlarla birlikte sonuç olarak TRT, Türkiye'nin medya diplomasisi kapsamında Türkiye'nin en etkili kurum ve kuruluşlarının başında gelmekle birlikte, yayınlarını, misyon ve vizyonunu medya etik ve ilkeleri çerçevesinde sürdürmekte ve sürdürmeye de devam etmelidir.

Kaynakça

- Akarcılı, S. (2003). Radyo ve Televizyonda Türk Dış Yayınları. Ankara: İmaj.
- Atabek, N. (2012). Kamuoyunun Oluşumu. Ferruh Uztuğ ve Yasemin Özgün (Ed.). Siyasal İletişiminde (s. 98-122). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Aydemir, E. (2016). Dış Politikada Yumuşak Güç ve Medya. İstanbul: Kalkedon.
- Bal, E. (2018). Kamuoyu Oluşumunda Güçlü Bir Unsur Olarak Dış Yayıncılık ve Dış Yayıncılıkta İçeriğin Önemi. Elazığ: Humanities Sciences (NWAHS), 13(3): 74-83.
- Cankaya, Ö. (2003). Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: TRT (1927-2000). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Cull, N. J. (2009). Public Diplomacy Before Gullion. Nancy Snow & Philip M. Taylor (ed.). Routledge Handbook of Public Diplomacy içinde (s. 19-23). New York: Routledge.
- Ekşi, M. (2014). Kamu Diplomasisi ve Ak Parti Dönemi Türk Dış Politikası. Ankara: Siyasal Kitap.
- 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.
- İnan, E. (2012). Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler Eksenli. A. Özkan, & T. E. Öztürk (Der.), Kamu Diplomasisi içinde (s. 63-71). İstanbul: TASAM.
- Oxford Dictionaries (2018a). Public. <https://en.oxforddictionaries.com/search?utf8=%E2%9C%93&filter=dictionary&query=public>. [6 Aralık].
- Oxford Dictionaries (2018b). Public Opinion. <https://en.oxforddictionaries.com/search?utf8=%E2%9C%93&filter=dictionary&query=public+opinion>. [6 Aralık].
- Özkan, A. (2015). 21. Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi İmkanları, Stratejik Rapor No: 70. İstanbul.
- Özkan, A. (2018). Medyanın Kamu Diplomasisi Rolü. <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler/makaleler/99-medyan-kamu-diplomasisi-rolue>. [17 Kasım].
- Özlem, K. (2016). Türkiye'nin Balkan Türkleri Politikası (1991-2014). Bursa: Dora.
- Keyman, F. (2000). Küreselleşme, Devlet, Kimlik, Farklılık: Uluslararası İlişkiler Kuramını Yeniden Düşünmek. İstanbul: Alfa.

- Kılıç, E. A. (2015). Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak TRT Kurumu. M. Şahin, & B. S. Çevik (Der.), *Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi içinde* (s. 365-391). Ankara: Nobel.
- Koyuncu, S. ve Burak Medin (2017). Resmi Aktörler Bağlamında Dijital Kamu Diplomasisi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, Volume: 3 (4): 1233-1244.
- Leonard, M., Stead, C., & Smewing, C. (2002). *Public Diplomacy*. London: Foreign Policy Center.
- Melissen, J. (2007). *The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice*. *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations içinde* (s. 3-27). New York: Palgrave Macmillan.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power The Means To Success In World Politics*. New York: Public Affairs.
- TRT (2018). TRT Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı. <https://www.trt.net.tr/kurumsal/kurumsalyapidetay.aspx?id=D%u0131%u015f+Yay%u0131nlar+Dairesi+Ba%u015fkanl%u0131%u011f%u0131>. [17 Kasım].
- TRT1. (2018). Alija. <https://www.trt1.com.tr/arsiv/alija>. [8 Haziran].
- TRT Avaz. (2018). Hakkımızda. <https://www.trtavaz.com.tr/hakkimizda>. [18 Kasım].
- TRT Haber. (2015). Balkanları 'Biz' Olarak Düşünüyoruz. <https://www.trthaber.com/haber/gundem/balkanlari-biz-olarak-dusunuyoruz-182718.html>. [19 Kasım 2018].
- TRT Haber. (2018). TRT World Bir Gelenek Başlatıyor: TRT World Forum. <https://www.trthaber.com/haber/medya/trt-world-bir-gelenek-baslatiyor-trt-world-forum-338549.html>. [18 Kasım].
- TRTWorld. (2018). About. <https://www.trtworld.com/about>. [12 Mayıs].
- Tuch, H. (1990). *Communicating with The World: U.S. Public Diplomacy Overseas*. Washington: Georgetown University Institute for The Study of Diplomacy.
- Yıldırım, G. (2015). *Kültürel Diplomasi Ekseninde Uluslararası Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi*. İstanbul: Beta.
- Yılmaz, S. (2012). *Akıllı Güç*. İstanbul: Kum.