



Humanities Sciences
ISSN: 1308 7320 (NWSAHS)
ID: 2018.13.3.4C0226

Status : Original Study
Received: May 2018
Accepted: July 2018

Enes Bal

Necmettin Erbakan University, enesbal@hotmail.com, Konya-Turkey

DOI	http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2018.13.3.4C0226
ORCID ID	0000-0002-6426-9426
CORRESPONDING AUTHOR	Enes Bal

KAMUOYU OLUŞUMUNDA GÜÇLÜ BİR UNSUR OLARAK DIŞ YAYINCILIK VE DIŞ YAYINCILIKTA İÇERİĞİN ÖNEMİ

ÖZ

Devletler, uluslararası arenada yürüttükleri ilişkilerinde psikolojik üstünlüğü sağlamak ve bu üstünlüğü devam ettirebilmek adına bir takım kurumları ve akılcı stratejileri aktif bir şekilde kullanma gayreti içindedirler. Bu akılcı stratejiler içerisinde 21. yüzyılın etkili politik unsurlarından biri olan dış yayıncılık ise devletlerin üzerinde hassasiyetle durdukları bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çoğu zaman geleneksel diplomatik kanalların bile önüne geçen sözlü, yazılı, görsel-işitsel, dijital her türden uluslararası medya kuruluşları, günümüzün önemli politik manevra sahaları olarak nitelendirilmektedir. Ortaya konan bu çalışmada ise devletler açısından kritik bir öneme sahip dış yayıncılık konusu, kamuoyu ve kamu diplomasisi kavramları üzerinden açıklanmaya çalışılmaktadır. Literatür taramasına dayalı betimleyici türdeki bu niteliksel çalışmada, dış yayınlarda içeriklerin oluşum ve sunum sürecinin de önemine dikkat çekilmektedir.

Anahtar kelimeler: Dış Yayıncılık, Kamuoyu, Kamu Diplomasisi, Diplomasi, Politika

EXTERNAL BROADCASTING AS A POWERFUL ELEMENT ON THE FORMATION OF PUBLIC OPINION AND THE IMPORTANCE OF CONTENT IN EXTERNAL BROADCASTING

ABSTRACT

States are striving to actively use a range of institutions and rational strategies in order to provide and maintain psychological superiority in the relationships they engage in internationally. External broadcasting, one of the most influential political elements of the 21st century among these rational strategies, is a reflection on the state as a matter of concern. Oral, written, audio-visual, digital, and even international media organizations, which have often come before traditional diplomatic channels, are considered to be important political manoeuvres of the present. In this work, the issue of external broadcasting, which has a critical aspect in terms of states, is tried to be explained through the concepts of public opinion and public diplomacy. In this qualitative study on the descriptive type based on the literature review, attention is paid to the importance of the formation and presentation process of the contents in external broadcasting.

Keywords: External Broadcasting, Public Opinion, Public Diplomacy, Diplomacy, Politics

How to Cite:

Bal, E., (2018). Kamuoyu Oluşumunda Güçlü Bir Unsur Olarak Dış Yayıncılık Ve Dış Yayıncılıkta İçeriğin Önemi, **Humanities Sciences (NWSAHS)**, 13(3):74-83, DOI: 10.12739/NWSA.2018.13.3.4C0226.



1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Kitle iletişim araçlarının keşfi ve yaygınlaşması birçok değişimi ve yeniliği beraberinde getirmiştir. Gazete, radyo, televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçlarına son dönemlerde uydu, internet, cep telefonları gibi yeni iletişim teknolojilerinin de eklenmesiyle kitle iletişimi hayatımızın her alanını büyük bir oranda kaplamıştır. Bir de geçtiğimiz yüzyılın ikinci yarısından itibaren hızla gelişen küreselleşme olgusuyla birlikte ülkeler arasında politik, ekonomik ve kültürel anlamda etkileşimler hızlanmıştır. Dünya üzerindeki toplumların etkileşimi enformasyonun dağılmasına olanak sağlamış ve bilgi dolaşımını kaçınılmaz hale getirmiştir. Bu bağlamda iletişim alanında yaşanan baş döndürücü gelişmeler ve küreselleşmeyle birlikte artık bilgi ve haberin yayılımı dünyadaki en büyük güç olmaya başlamıştır.

Böylesi bir gücün farkında olan bütün devletler, kitle iletişim faaliyetlerini hızla sınır ötesi boyuta taşımış ve bu alanda daha etkin olmak adına büyük bir rekabetin içine girmişlerdir. Tarihsel süreç içinde bakıldığında özellikle radyonun II. Dünya Savaşı'nda siyasal odaklı propaganda aracı olarak kullanıldığı görülmektedir. Savaşın tarafı olan gelişmiş ülkeler iç kamuoyuna olduğu kadar dış kamuoyuna da seslerini duyurmak amacıyla diplomatik bir silah olarak gördükleri uluslararası yayınlara büyük önem atfetmişlerdir. Savaşın ardından başlayan soğuk savaş döneminde radyoyla birlikte televizyon da benzer biçimde güçlü bir propaganda aracı olarak uluslararası yayıncılıkta kullanılmıştır. Günümüzün küreselleşen dünyasında bu geleneksel kitle iletişim araçlarına internet, uydu ve mobil teknolojiler de katılarak uluslararası yayıncılık alanı giderek daha çeşitli ve kompleks bir yapıya bürünmüştür. Gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkeler, artık propagandadan daha çok yeni bir söylem, kimlik ve güçlü bir imaj oluşturmak adına uluslararası iletişim arenasında yatırımlarını arttırarak faaliyetlerini sürdürmektedirler.

Literatür taramasına dayalı betimleyici türdeki bu niteliksel çalışmada öncelikle sosyal bilimlerin anahtar bir kavramı olarak kamuoyu kavramının hangi karşılıkta kullanıldığına yer verilecek, ardından literatürden kaynaklara dayalı olarak medya, kamuoyu ve kamu diplomasisi ilişkisi bağlamında dış yayıncılık konusuna geçiş yapılacaktır. Son olarak da etkin bir kamuoyu oluşturmada dış yayıncılıkta içeriğin nasıl olması gerektiğine dair güncel örnekler üzerinden açıklamalar yapılacaktır.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Bu çalışma, medya ve kamuoyu ilişkisi üzerinden dış yayınlar konusuna odaklanmaktadır. Ülkelerin kendi seslerini sınırları ötesinde güçlü bir biçimde duyurmak ve oralarda etkili bir kamuoyu oluşturmak adına önem verdikleri dış yayıncılık alanı, iletişim literatüründe çok fazla tartışılmayan konulardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sebeple yaşadığımız çağda devletlerin en önemli kamu diplomasisi silahlarından biri olarak gösterilen dış yayıncılık ve dış yayınlarda içeriklerin oluşturulmasına yönelik tartışmaların ortaya konulması bu çalışmayı önemli kılmaktadır.

3. MEDYA VE KAMUOYU (MEDIA AND PUBLIC OPINION)

Medya ve kamuoyu bahsine geçmeden önce, kamuoyu kavramını ve bu kavramın önemini ortaya koymak konunun daha iyi anlaşılması adına yerinde olacaktır. "Kamuoyu kavramı Latince'deki publicus ve opinion sözcüklerinden türetilerek Batı dillerine giren ve İngilizce'de public opinion sözcükleriyle ifade edilen bir kavramdır. Batılı ülkelerden dilimize geçen kamuoyu kavramının karşılığı olarak ilk zamanlar



efkâriumumiye, halk efkârı, amme efkârı, kamu efkârı gibi kavramlar kullanılmıştır. Günümüzde ise kamu ve oy sözcüklerinin bileşimiyle kamuoyu olarak tek bir sözcük halinde dilimize yerleşmiştir" (Atabek, 2002:223).

Bu bağlamda "kamu" terimi, belli bir sorun hakkında fikir ve kanaat sahibi olan kişilerden meydana gelen bir grubu ya da grupları ifade ederken, "oy" kavramı ise tartışmalı bir sorun karşısında ilgili grup içinde değişik kanaatlere karşılık gelmektedir. Bu ön bilgilerden hareketle kamuoyu kavramına, "belli bir zamanda, belli bir tartışmalı sorun karşısında, bu sorunla ilgilenen kişiler grubuna veya gruplarına hâkim olan kanaattir" şeklinde tanımlama getirilebilir (Kapani, 2014:161).

Kamuoyu kavramına ilişkin olarak Mutlu (2008:164), "halkın kamuyu ilgilendiren konulara ilişkin kanılarının toplamı ve genel kamunun üyelerinin siyasal konular ya da güncel olaylar hakkındaki tutumlarının anlatımları"; Roskin vd. (2013:163), "mevcut spesifik konulara ve olaylara vatandaşların reaksiyonu"; Türk Dil Kurumu (2018) ise "bir konuyla ilgili halkın genel düşüncesi" şeklinde tanımlar ortaya koymaktadır.

Gerek toplumsal gerekse siyasal bir kavram olarak kamuoyunun tarihsel serüveni Antik çağlara kadar uzanır. Bugün bilinen anlamıyla kamu ve kamuoyunun farkına feodal yapının çözülmeye yüz tuttuğu 17. yüzyıl itibariyle varılmaya başlanmıştır. Feodal toplumsal yapıda çözüme süreci beraberinde yönetici elitlerin yetki ve güç kaybına uğramasına, bu durum ise kamunun desteğinin siyasal iktidarın meşruiyetinin sağlanmasındaki öneminin daha fazla hissedilmesini beraberinde getirmiştir. Halkın ya da kamunun öneminin idrak edilmesinde matbaanın kullanıma girmesiyle birlikte doğup gelişmeye başlayan kitap ve gazete gibi kitle iletişim araçlarının büyük oranda etkisi olmuştur. 17. yüzyıldan itibaren modern anlamda gazetelerin basılmaya başlamasıyla birlikte insanların içerisinde yaşadıkları dünya hakkında bilgilenmelerini kolaylaştırmıştır. Bilgilenmek de fikir sahibi olmayı, fikirlerin paylaşılmasını ve de bu fikirlerin çatışarak belli bir uzlaşma sağlanmasını beraberinde getirmiştir (Güngör, 2011:289).

Siyasal sistemden bağımsız olarak, her toplumda siyasal iktidarı elinde tutanlar, yönetilenlerin uygulanan politikalar hakkındaki düşünce ve kanaatlerini öğrenmek isterler. Bu düşünce ve kanaatlerin taşıdıkları ağırlık ise sistemin niteliğine bağlıdır. Bir diğer ifadeyle kamuya ait hâkim kanaat, demokratik rejimlerde otoriter sistemlere kıyasla daha etkili olmaktadır (Bektaş, 2007:9). Kamuoyu olgusu genellikle demokratik rejimlerde serbest bir biçimde "oluşurken", otoriter veya totaliter rejimlerde ise kamunun kanaatleri manipüle edilerek kamuoyu "oluşturulmaktadır". Bu bağlamda gerçek anlamda serbest bir kamuoyu, haberlerin ve fikirlerin serbestçe yayılabildiği hür bir ortamda gelişebilmektedir. Bu ise en başta haberleşme ve düşüncenin açıklanması özgürlüğü olmak üzere; basın, toplanma, gösteri yapma, örgütlenme, dernek kurma, sendikalaşma gibi temel hak ve özgürlüklerin sağlandığı bir hukuk düzeni içinde gerçekleşebilir (Kapani, 2014:167). Bu da kamuoyunun serbestçe oluşabildiği ve nitelikli basın kuruluşları aracılığı ile sesini duyurabildiği ülkelerin, demokrasi, kurumsallaşma, örgütlenibilme ve toplumsal bilincin yüksekliği açısından da oldukça gelişmiş ülkeler olduğu görülmektedir (Vural, 2000:120).

Dolayısıyla temel hak ve özgürlükleri esas alan gelişmiş ülkelerde kamuoyunun oluşmasında en belirleyici unsurlardan birisi hiç şüphesiz medyadır. Haber ve bilgi verme, eğitme, eğlendirme, mal ve hizmetlerin tanıtılması medyanın başlıca toplumsal fonksiyonları



arasında yer almaktadır. Medya bu işlevlerini yerine getirirken toplumdaki çeşitli sorunlarla ilgili olarak ortaya çıkan görüşlerin ve kanaatlerin iletilmesi rolünü de üstlenmektedir. Nitekim medya izleyicileri belli görüşler doğrultusunda etkilemektedir. Medya bu şekilde bir taraftan kamuoyu kanaatlerinin oluşmasına katkı sunarken diğer taraftan da toplumda oluşan kamuoyu görüşlerini siyasal iktidara, ilgili kurum ve kuruluşlara ileterek demokratik sistemin sağlıklı sürdürülebilmesi için önemli bir görevi yerine getirmektedir (Atabek, 2012:99).

Modern toplumlarda bireylerin doğru ve sağlıklı tepkiler verebilmesi için doğru bilgilendirilmeleri şarttır. Bireyler için önemli haber ve bilgi kaynağı olması, sosyalleşme süreci ve eğitimlerine olumlu katkılar sağlaması, seçilmişleri ve diğer toplumsal kurumları halk adına denetlemesi nedeniyle medya toplumun gören gözü, işiten kulağı ve konuşan ağı durumundadır. Diğer yandan kamuoyunun sağlıklı bir şekilde oluşabilmesi, medyanın olay ve olguları doğru, tam ve tarafsız bir şekilde sunmasıyla mümkün olabilmektedir (Işık, 2005:116).

Medya yayınlarında farklı görüş ve düşüncelere yer vererek toplumun bilgilenebilmesine ve dolayısıyla kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunur. Medya bir taraftan kamuoyunun düzenleyicisi, hatta kamuoyunu oluşturan en önemli güç durumundadır. Diğer taraftan medya, kamuoyunun sesi niteliğindedir. Ayrıca medya yayınlarını gerçekleştirirken kamuoyu görüşlerine çeşitli biçimlerde yer vermektedir. Bazen vatandaşlarla yapılan röportajlarda, bazen sivil toplum örgütleri aracılığıyla, bazen uzmanların yaptığı değerlendirmelerle, bazen de kamuoyu araştırması sonuçlarının medyada yayınlanması ile çeşitli konulara ilişkin kamuoyu görüşlerinden haberdar oluruz. Özetle, demokratik rejimlerde medya, kamuoyunu oluşturma ve oluşan kamuoyunu yansıtma şeklinde iki önemli işlevi yerine getirmektedir (Atabek, 2012:110).

Öte yandan, sağlıklı bir kamuoyunun oluşumunda hayati bir konumda olan medyanın, bunu her zaman ideal bir seviyede gerçekleştirmediği de bilinen bir gerçekliktir. Özünde toplumu ve yönetici kesimleri gözetlemek ve gerektiğinde eleştirel tavır ve beyanlarla genel çıkarları doğrultusunda yönlendirmek misyonuna sahip olması beklenen medyanın, birçok yapısal sorun nedeniyle belli çıkarılara odaklandığı, çıkar ilişkileri çerçevesinde konuşlandığı, dolayısıyla da sistemdeki güç ve çıkar ilişkisinin bir kesiti haline geldiği gözlemlenmektedir (Güngör, 2011:300). Böylesi bir tablo ise objektiflikten uzaklaşma, yanlı ve taraflı haber verme, manipülatif ve sansasyonel bilgilerle kitleleri yönlendirme gibi sorunları beraberinde getirmektedir. Ayrıca bazı medya kuruluşları, dikkatleri bilinçli ya da bilinçsiz olarak belirli yönlere çekerek bireylerin yurttan ya da dünyadan yeterli sayıda ve doğru habere ulaşmasının önünde bariyer oluşturmaktadır (Turan, 2011:254).

Bu doğrultuda düşünüldüğünde yurt içinde olduğu kadar yurt dışında da doğru bir kamuoyunun oluşumu siyasal iktidarların devamlılığı ve meşruiyeti açısından hayati bir önem arz etmektedir. Gelişmiş merkez ülkelerin elinde bulunan uluslararası haber ajansları ve medya kuruluşları ait oldukları ülkelerin güçlü bir sesi olarak kalkınmakta olan ya da az kalkınmış çevre ülkeler üzerinde siyasi, iktisadi ve kültürel açıdan önemli bir tahakküm aracı olarak misyon üstlenmektedir. Dolayısıyla bu şekilde dengesiz bilgi ve haber akışı karşısında çevre ülkelerin kendi politik mesajlarını etkili ve sağlıklı bir biçimde duyurabilmesi güçlü bir dış yayıncılıktan geçmektedir. Çoğu zaman diplomatik kanalların bile önüne geçen sözlü, yazılı, görsel-işitsel, dijital her türden uluslararası medya



kuruluşları, günümüzün önemli politik manevra sahaları olarak nitelendirilmektedir.

4. KAMUOYU OLUŞUMUNDA DIŞ YAYINCILIK VE KAMU DİPLOMASİSİ (EXTERNAL BROADCASTING AND PUBLIC DIPLOMACY IN THE FORMATION OF PUBLIC OPINION)

Dış yayıncılık bağlamında kamuoyu oluşturma bahsine geçmeden önce dış yayıncılık ya da uluslararası yayıncılık kavramının muhteviyatına ilişkin bilgi vermek yerinde olacaktır. Bu noktada dış yayıncılık, özlüce yayın faaliyetlerinin ülkeler arası bir özellik kazanmasıdır. Kitap, dergi, gazete gibi diğer kitle iletişim araçları uluslararası yayın kapsamında değerlendirilse de yeni iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte radyo ve televizyon üzerinden gerçekleştirilen yayınlar, dış yayıncılıkta daha önemli ve etkili bir konumda yer almaktadır. Hiç kuşkusuz günümüzde uydu, internet gibi yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkması ve yaygınlaşmasıyla coğrafi anlamda iç ve dış yayıncılık çizgilerinin sınırları daha karmaşık bir yapıya bürünmektedir. Dış yayıncılık, gerek ülkenin kendi diliyle farklı ülkelerde yaşayan vatandaşlarına öz değerlerini unutturmak ve bağlarının sürmesini devam ettirmek adına gerekse çeşitli dillerde kamuoyu oluşturmak ve yayıncı ülkeyi tanıtmak adına iki şekilde yapılmaktadır. İlk grupta yer alan dış yayınlar, farklı ülkelerde yaşamak durumunda kalan vatandaşlarını hedef kitle olarak tanımlamaktadır. Bu hedef kitleye yönelik olarak doğru bilgi ve haber akışının birinci elden ulaştırılmasıyla yabancı ülkelerdeki yurttaşların vatanlarıyla bağlantısını sağlamak uluslararası yayıncı kuruluşun en temel hedefidir.

Bunun yanında kültür, sanat ve eğlence içerikli yayınlarla kendi halklarının kültürel aidiyetlerinin korunması amaçlanmaktadır. İkinci grupta yer alan yayınlar ise dış ülkelere seslendiği için hedef kitle yabancı ülke kamuoyudur. Ülkenin siyasal söylemlerinin direk olarak ulaştırılması, etkili bir kamuoyu oluşturulması ve ülkenin tanıtılarak turizm faaliyetlerine katkı sağlanması bu grupta yer alan dış yayınların temel amacı niteliğindedir. Bu açıdan global sahnenin önemli bir aktörü olarak uluslararası yayıncıların çoğu "ülkelerinin sesi" misyonunu gerçekleştirdiği düşüncesiyle gurur duymaktadır. Böylesi bir misyonla hareket eden dünyanın başlıca uluslararası yayın kuruluşları arasında Voice of America (Amerika'nın Sesi), BBC-WS (BBC Dünya Servisi), Deutsche Welle ve Voice of Turkey (Türkiye'nin Sesi) sayılabilir. 2000'li yılların başında 1 milyara yakın insan uluslararası istasyonlara ulaşırken, bugün bu sayı daha üst noktalardadır ve en büyük yayıncılar dinleyicilerin büyük kısmını yönetmektedir. Böylesi bir tablo da bizlere uluslararası yayın kuruluşlarının dünya yayıncılık alanında ne denli güçlü bir konumda olduklarını göstermektedir. Önemli bir uluslararası konuda, dünya kamuoyunu ya da dünya kamuoyunun bir bölümünü kendi tarafına çekmeye çalışmak, bir başka ülkenin yürüttüğü propagandayı etkisiz hale getirmek ve karşı propaganda yapmak, savaş sırasında düşmanın çözümlenmesini sağlamak, bunu yaparken kendi halkının moralini yüksek tutmak dış yayınların temel işlevleri arasında sayılmaktadır. Barış zamanında ise kendi ülkesini ve halkını tanıtmak, uluslararası dostluk ve anlayışın gelişmesine yardımcı olmak, çeşitli sebeplerle başka ülkelerde bulunan vatandaşlarına ve çalışanlarına yaptığı yayınlarla anavatanla bağlarının devamını sağlamak dış yayınların görevleri arasındadır. Kısaca dış yayınlar, çok amaçlı bir yayın şekli olup, ülkelerin dış politikalarında stratejik bir işlev üstlenmektedir (Akarcalı, 2003:3-4).



Ayrıca krizlerde doğru bilginin aktarılması, az gelişmiş ülkelerde eksik medya üretiminin tamamlanması, belirgin bir kültürün ve dilin temsil ve ifade edilmesi, sosyal ve politik bir inancın ya da ideolojinin yayılması gibi konular dış yayıncılığın hedeflediği diğer amaçlar kategorisinde sıralanabilir (Richter, 2008:1-2). Yine dış yayınlar, stratejik bir iletişim dilinin kullanıldığı kamu diplomasisinin de anahtar unsurlarının başında gelmektedir.

Bu bağlamda her geçen gün dünyada önemi daha çok artan kamu diplomasisi sürecinde dış ülke kamuoylarına ulaşma ve onların zihninde olumlu bir imaj yaratmada uluslararası yayıncılık stratejik bir pay sahibi olarak nitelendirilmektedir. Gelişen iletişim teknolojilerine koşut olarak televizyon, radyo, internet, gazete/dergi yayıncılığı ile ulus-ötesi geniş kitlelere ulaşmak, onları bilgilendirmek, yönlendirmek, etkilemek mümkün olabilmektedir. Aynı zamanda medya yayınları ile toplumlar arasında ortak amaç birliği oluşturmak da mümkündür. Medya aracılığıyla toplumların birbirini daha yakından tanımaları, etkileşim içinde bulunmaları aynı zamanda ekonomik, siyasi, sosyal alanlarda da işbirliği yapmalarını beraberinde getirmektedir (Özkan, 2017).

"Günümüz dünyası Mc Luhan'ın "küresel köy" metaforuna uygun şekilde gelişmektedir. Özellikle internetin ve uydu yayıncılığının gelişimi, mesafeleri ortadan kaldırarak, sıradan vatandaşların dünyanın en uzak köşesindeki olaylardan haberdar olmasını sağlamıştır. Kamu diplomasisi işte bu teknolojik gelişimin bir sonucu olarak önemi giderek artan bir çalışma alanını oluşturmaktadır. Günümüz kamu diplomasisi anlayışı özellikle devletlerin diğer devletlerin vatandaşlarına yönelik gerçekleştirdiği iletişim faaliyetlerini içermektedir. İletişim teknolojileri, devletlere doğrudan tüm dünya vatandaşlarına ulaşma imkânı sağladığından, uluslararası arenada kabul görmek isteyen tüm devletler 'duygu ve düşünceleri' etkilemek amacıyla bu araçtan yararlanmak istemektedirler (Yağmurlu, 2007:33)".

Nitekim Yanardağoğlu'nun (2014: 116) da belirttiği gibi yirminci yüzyıldan başlayarak, devletlerin uluslararası alanda kamuoyu oluşturmanın önemine verdikleri değerle doğru orantılı olarak uluslararası yayıncılığa verdikleri önemin de arttığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, genellikle uluslararası ilişkilerin alt alanı olarak görülen kamu diplomasisi, İkinci Dünya Savaşı'yla beraber bir iletişim stratejisi olarak önem kazanmıştır. Küreselleşme olgusu ve yeni iletişim politikaları çerçevesinde hemen hemen tüm devletler, uluslararası sistem içinde dış yayınlarla kamu diplomasisi ve kamuoyu yaratma mücadelesinde rekabeti arttırmaktadırlar. Dolayısıyla büyük aktör olma mücadelesinde yer alan veya kendisini bölgesel veya dünya çapında duyuran devletlerin dış yayınlar üzerinden kendi seslerini güçlü bir biçimde duyurmaya çalıştıkları görülmektedir (Ertekin, 2012:345).

Medyayı doğru kullanmak, kamu diplomasisinde mesajların verilmesi için en önemli adımdır. Medya hem mesajların iletildiği bir araç, kamu diplomasisi inisiyatifinin dışında ise de kendi kendine ülkelerin dışa acılan pencereleridir. Bu anlamda kamu diplomasisinde yabancı medya araç iken, Türk medyası ülkeyle ilgili doğru resimler yansıtıp doğru algılamalar oluşturması için sosyal paydaş ve mesajı gönderen kaynak niteliğindedir (Sancar, 2012:101).

Bu noktada stratejik bir misyon üstlenen ülkemizin kamu yayıncılığı temsilcisi TRT'nin de özellikle son dönemlerde yaptığı girişimler ve yatırımlarla uluslararası arenada önemli bir kamu diplomasisi faaliyeti yürüttüğü görülmektedir. Tarihsel süreç içinde Türkiye'de yurtdışı yayınlar, 1938 yılında başlamış ve TRT'nin kuruluşundan sonra, bu yayınlar her dönem biraz daha geliştirilerek



devam ettirilmiştir. Tüm dünyada olduğu gibi kamusal yayıncılığı temsil eden TRT'de de yayınlar, devletin politikalarıyla paralel bir seyir izlerken, ülkemizde her dönemde yurtdışı yayınlar önemini korumuştur. Bu yayınlarda Türkiye'nin siyasi, sosyal, kültürel, ekonomik ve teknolojik alanlar ile eğitim, sağlık ve turizmde gösterdiği gelişmelerin tanıtılmasında ve ulaşılan hedef kitlenin sempati ve desteğinin sağlanmasına özen gösterilmiştir (Cankaya, 2003:116).

Türkiye'nin Sesi Radyosu, TRT VOT East, TRT VOT West ve TRT VOT World gibi radyo kanalları ile TRT Avaz, TRT El-Arabia, TRT Türk, TRT Kurdi, TRT World gibi televizyon kanalları üzerinden TRT dünyanın tüm kıtalarına gerek uydu, gerekse web yayınları üzerinden ulaşabilmektedir. Ayrıca TRT'nin www.trt.net.tr adlı kurumsal web sitesi 41 farklı dilde yayın yaparak dünyanın tamamına yakınına sesini duyurmayı amaçlamaktadır.

TRT'nin yurtdışına yaptığı Türkçe yayınlar, ülke dışında yaşayan Türkleri hedeflemektedir. Bu yayınlarla yurtdışında yaşayan Türklerin, vatanlarıyla kültürel bağlarının sürdürülmesi amaçlanmaktadır. TRT bu yayınlar üzerinden gurbetteki vatandaşlarının eğitim ve kültür düzeyini yükseltmeye çalışırken, onların dil, din ve geleneklerini unutturmamak adına yoğun bir gayret içinde faaliyet göstermektedir. Bilhassa 1960'lı yıllarda Avrupa ülkelerine giden işçilerin, ülkeleriyle bağlarının kopmaması için Türkçe yayınlara önem verilmiştir. Son dönemlerde teknolojinin gelişmesiyle birlikte, bu ülkelere yapılan yayınların kapsamı ve süreleri de giderek artmıştır (Cankaya, 2003:116-117). Genel olarak bakıldığında ise Türkiye dış yayınlarında, buhranlı bölgelere görüşlerini ve politikalarını aktarmaya özen göstermekte, stratejik konumdaki bölgelere Türk dış politikasının dengeleri gözetilerek o bölge dilinde yeni yayınlar başlatılmaktadır (Akarcılı, 2003:62).

TRT Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı da kendi sorumluluğunda yürütülen dış yayın faaliyetlerinin amaçlarını şu şekilde ortaya koymaktadır: "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 akrabaları ile Türkiye Türkçesi konuşanların, Türkiye ve Türk Kültürü ile bağlarının devamını sağlamak üzere yurt dışına yönelik Türkçe ve değişik dil ve lehçelerde yayın gerçekleştirmek, yurt dışındaki radyo ve televizyon kuruluşlarından gelecek haber, program ve müzik taleplerini karşılamak, yayın ortaklıkları oluşturmak görevlerini gerçekleştirmektedir (TRT, 2018)."

5. ETKİN BİR KAMUOYU OLUŞUMU BAĞLAMINDA DIŞ YAYINCILIKTA İÇERİK (CONTENT IN EXTERNAL BROADCASTING IN THE CONTEXT OF AN EFFECTIVE PUBLIC OPINION)

Ülkeler arasında var olan güç dengesi mücadelesi ve buna bağlı rekabet, günümüzde teknolojik gelişmelerin sağlamış olduğu imkânlarla koşut olarak çok farklı açılardan hızlı bir şekilde gelişim göstermektedir. Bu yoğun rekabet içinde olan ülkeler ise kendilerinin uluslararası arenada en iyi şekilde konumlandırılma ve tanıtılma çabasında her türlü imkânı kullanmaktadırlar. Yukarıda da belirtildiği gibi özellikle kamu diplomasisi ve kamuoyunun ülkelerin lehinde oluşturulmasında, yasal araçlar içinde yer alan uluslararası iletişim araçlarının rolü büyüktür (Ertekin, 2012:323). Zira günümüzde uluslararası yayınlar yeni teknolojilerle birlikte ulusal sınırları yok ederek küreselleşen dünyada daha fazla önem kazanmaktadır. Bu anlamda dış yayınlar çağdaş bir yarış olup; bu yarışta uluslar, dış yayınlar üzerinden kendilerini birbirlerine dinletme ve izletme



gayreti içindedirler. Bu uğraşta kimin sesi daha güçlü çıkarsa, kimin mesajı daha iyi anlaşılırsa o ülke daha etkili bir pozisyonda yer almaktadır (Akarcalı, 2003:1).

Dolayısıyla güçlü bir kamuoyunun oluşumunda yayın içeriklerinin yani mesajın etkili bir biçimde inşa edilmesi yayıncılığın olmazsa olmazları arasında yer almaktadır. Genel olarak kamu yayıncılığı şeklinde örgütlenen dış yayınlar, ait olduğu ülkenin siyasal ve diplomatik söylemine paralel bir dil kullanmak zorundadırlar. Zira dış yayıncılıkta kullanılan bir kelime bile çok önem taşımaktadır. Farklı tanımlamalar ülkeler arasında büyük krizlere neden olabilmektedir. Örneğin TRT'ye ait bir dış yayın kuruluşu, Türkiye'nin Kıbrıs politikası minvalinde Güney Kıbrıs Rum Kesimi'ni yayınlarında "devlet" olarak nitelendirmesi söz konusu olamaz. Bu noktada tekrar altı çizilecek olursa, her ülkenin uluslararası kamu yayın kuruluşu kendi ülkesinin menfaatlerini öncelemek ve buna uygun yayın politikasını benimsemek durumundadır.

Benzer şekilde Türkiye'nin jeopolitik konumunun getirdiği risklere ve uluslararası ilişkilerin hassas dengeleri içinde TRT dış yayınlarının ne denli kritik bir misyon üstlendiğine vurgu yapan Akarcalı (2003:263-264), yeni iletişim teknolojilerinin getirdiği olanaklar neticesinde iç ve dış yayıncılık sınırlarının keskin çizgilerinin ortadan kalkmasının ortaya çıkardığı sorunlu durumlara şu sözlerle dikkat çekmektedir:

"Türk dış politikasının aktarılmasında haber, program ve diğer yayıncılık unsurlarıyla desteklediği TRT yurt dışı yayınları, yasanın verdiği yetkiyle bu programları devletin ilgili kurum ve kuruluşlarıyla oluşturmakta ve devlet politikasının yurt dışına aktarılmasında üzerine düşeni yapmaktadır. Oysa günümüzde teknolojinin dönüştürme etkisiyle özel radyo ve televizyonlar da sınırlarını sınır ötesine ulaştırabilmekte ve bilgiye serbestçe ulaşma ve engelsiz olarak alabilme ilkesi çerçevesinde bir anlamda serbestçe sınır ötesi yayınlar yapmaktadır. Küreselleşme gerçeğinde pazarların açılması ve bilginin dağıtımını öncelikli ilke haline geldiğinden özellikle küresel ticareti kontrol etmek isteyen uluslararası şirketler, medya sektörüne de yatırım yaparak uluslararası radyo ve televizyon yayınları ile farklı boyutta bir dış yayın gerçeğini dünya gündeminde tutmaktadır.. Burada Türkiye açısından özellikle dikkat edilmesi gereken olgu, Türk dış politikası ve ülkenin stratejik yararları konusunda oluşturulan politikalar TRT dış yayınlarından dağıtılırken, bu politikaların tam karşısında yer alan ve bu politikaları bilerek ya da bilmeyerek zedeleyen yayınların çeşitli amaçlarla Türk özel radyo ve televizyonlarından sınır ötesine yayınlanmasıdır. Demokrasi, çoğulculuk gibi temel ve çağdaş yaklaşımlardan hareketle bunları engellemek sorunlu bir alan yaratabilir ve tartışmalar baskıcı bir anlayışı çağrıştıracaktır. Ancak şunu önemle hatırlatmak ve hatırlamak gerekir ki ABD, İngiltere ve Almanya başta olmak üzere tüm demokratik ülkelerde özel radyo ve televizyonlar, sınır ötesi yayınlarında devletlerinin uluslararası politikaları dışında yayın yapmamakta, sistem bu alanı koordinasyon ve bilgilendirme başta olmak üzere son derece ciddi bir şekilde kontrol altında tutmaktadır. Çünkü dış yayınlar tarih içindeki örneklerde de görüldüğü gibi hiçbir zaman ulus içi yayınlar niteliğinde olmamıştır."

Bu minvalde değerlendirildiğinde her ne kadar ticari bir özellik taşısa da teknolojinin getirdiği olanaklar doğrultusunda yayınlarının yurt dışından da kolayca takip edildiği özel yayın kuruluşlarının yapımlarında bazı ulusal hassasiyetlere dikkat etmesi gerekmektedir. Özellikle son dönemlerde uluslararası boyutta dikkatleri üzerine toplayan Türk dizilerinin içerikleri oluşturulurken ülke imajının



sarsılmamasına özen gösterilmelidir. Ülke tarihini konu alan tarihi dizilerde cinsellik ve magazin unsurları üzerinden daha fazla dikkat çekmek yerine tarihsel gerçeklikleri ve kültürel değerleri doğru bir biçimde yansıtan senaryolarla hedef kitlenin karşısına çıkılmalıdır. Özetle, tüm yayın kuruluşları içeriklerinde kurumsal yarar yerine kamusal yararı ön planda tutarak sorumlu bir yayın çizgisini takip etmesi önemli bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır.

6. SONUÇ (CONCLUSION)

Yeni iletişim teknolojilerinin baş döndürücü bir şekilde geliştiği ve medyanın hayatımızın her alanını kuşattığı bu çağda, iletişime dönük en küçük ayrıntılar bile büyük önem arz etmektedir. Kişisel iletişimden kitle iletişimine, grup iletişiminden içsel iletişime kadar bütün tür ve boyutlarıyla değerlendirildiğinde iletişim, üzerinde hassasiyetle durulması gereken bir alan olarak değerlendirilmektedir. Bir yüzyılı aşkın süredir üzerinde araştırmalar yapılan kitle iletişim alanı da bu sayılan iletişim türleri içinde bireyden başlayarak devletlerin yaşam rotasını derinden etkileyen bir boyutta karşımıza çıkmaktadır. Konumuz açısından düşünüldüğünde kitle iletişimin dış yayıncılık boyutu da benzer şekilde gelişmiş ve geliştirmekte olan birçok ülkenin uzunca bir zamandır üzerinde farklı boyutlarıyla durdukları bir sahadır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde devletlerin aldıkları kararların halka aktarılmasında ve bunlara yönelik farklı kamularda oluşan fikirlerin oluşumunda anahtar bir rol üstlenen dış yayıncılık alanında içerikler oluştururken çok özenli davranmak gerekmektedir. Tüm iletişimsel eylemlerde olduğu gibi dış yayınlarda da oluşturulan içeriğin/mesajın hedef kitlenin zihninde kargaşa yaratmayacak biçimde açık ve anlaşılır olması gerekmektedir. Bu açıdan "doğru kodlanmış bir mesajın kaynaktan, en etkin bir kanalla ve doğru zamanda alıcıya iletilmesi" dış yayınların başarıya ulaşmasındaki temel formülasyondur. Gecikmiş, anlaşılmayan, hedef kitlesi tanımlanmamış, kanalın biçimine uygun olarak hazırlanmamış bir mesajın herhangi bir etki yaratması söz konusu olamaz.

Sonuç olarak, kamusal yayıncılığı temsil eden TRT ile birlikte tüm özel ve ticari yayın kuruluşlarına önemli sorumluluklar düşmektedir. Çoğu zaman hedef kitle sadece kendi vatandaşlarımız olmadığından daha global bir bakış açısı ile içerikler oluşturulmalıdır. Dolayısıyla ülkelerin politik, diplomatik, ekonomik çıkarları noktasında önemli bir misyonu bulunan dış yayınların içerikleri, iletişim eğitimi almış, vizyon sahibi, dünyayı iyi tanıyan profesyoneller tarafından hazırlanmalı; böylece Türkiye'nin sesi dünyanın farklı coğrafyalarında daha güçlü ve etkili bir şekilde duyurulmalıdır.

KAYNAKÇA (REFERENCES)

- Akarcalı, S., (2003). Radyo ve Televizyonda Türk Dış Yayınları. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Atabek, N., (2002). Kamuoyu, Medya ve Demokrasi, Kurgu Dergisi, 19, ss:223-238.
- Atabek, N., (2012). Kamuoyunun Oluşumu, Siyasal İletişim (Editörler: Ferruh Uztuğ ve Yasemin Özgün), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, ss:98-122.
- Bektaş, A., (2007). Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi, İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Cankaya, Ö., (2003). Bir Kitle İletişim Kurumunun Tarihi: TRT (1927-2000). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- 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.
- Güngör, N., (2011). İletişim, Kuramlar ve Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitabevi.
 - Işık, M., (2005). Medya ve Demokrasi Paradoksu: Medya Yoluyla Demokrasinin Tehdit Edilmesi, Selçuk İletişim Dergisi, 3(4), 114-121.
 - Kapani, M., (2014). Politika Bilimine Giriş. (36. Basım). Ankara: Bilgi Yayınevi.
 - Mutlu, E., (2008). İletişim Sözlüğü (5. Basım). Ankara: Ayraç Yayınları.
 - Özkan, A., (2017). Medyanın Kamu Diplomasisi Rolü, <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler/makaleler/99-medyan-kamu-diplomasisi-rolue>, Erişim Tarihi: 30.09.2017.
 - Richter, C., (2008). International Broadcasting and Intercultural Dialogue: Deutsche Welle in the Arab World, Arab Media & Society, 6, pp:1-11.
 - Roskin, M.G., Cord, R.L., Medeiros, J.A. ve Jones, W.S., (2013). Siyaset Bilimi (Çeviren: Atilla Yayla). Ankara: Adres Yayınları.
 - Sancar, G.A., (2012). Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler, İstanbul: Beta Basım.
 - TDK Sözlük, (2018). <http://www.tdk.gov.tr> Erişim Tarihi: 29.03.2018.
 - TRT Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı, (2018). <http://www.trt.net.tr>, Erişim Tarihi: 02.04.2018.
 - Turan, E., (2011). Siyaset Bilimine Giriş. Konya: Palet Yayınları.
 - Vural, A.M., (2000). Basın, Kamuoyu ve Üniversite, Kurgu Dergisi, 17, ss:117-126.
 - Yağmurlu, A., (2007). Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi, İletişim Araştırmaları, 5(1), ss:9-38.
 - Yanardağoğlu, E., (2014). Uluslararası İletişim ve Kamu Diplomasisi: BBC Dünya Servisi Haber Merkezi Örneği, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 38, ss:116-132.