



*ISSN: 2587-2621*

*Volume 4 Issue 3, November 2020*

*ORCID ID: 0000-0002-1663-1371*

*Makale Gönderim Tarihi: 10.08.2020*

*Makale Kabul Tarihi: 12.10.2020*

*DOI: 10.30692/sisad.778862*

**KAMU DİPLOMASİSİ ARACI OLARAK TÜRK DİZİ SEKTÖRÜNÜN  
DEĞERLENDİRİLMESİ**

*The Turkish Series Sector as a Tool of Public Diplomacy Evaluation*

**Faruk YAZAR**

*Dr.*

*İstanbul Ticaret Üniversitesi*

*fyazarpr@gmail.com*

**Özet:** Türkiye, 2000’li yıllarda kültürel diplomasi faaliyetlerinin kurumsallaşmasını hızlandırarak özel sektörün de katkıları ile yumuşak güç kapasitesini önemli ölçüde arttırmıştır. Türk dizi sektörü hem ekonomik katma değer üretmekte hem de kültürlerarası bağların gelişmesine katkı sağlamaktadır. Makalede, başta ortaya çıkış dönemi itibarı ile kamu diplomasisi amacı taşımayan Türk dizi sektörünün bir kültürel diplomasi aracı olarak Türkiye’nin imajı ve itibarına katkısı kamu diplomasi çerçevesinde incelenmektedir. Türk dizilerinin yumuşak güç etkilerinin değerlendirildiği çalışmada, kültürel diplomasi ve Türk dizi sektörünün oluşturduğu yumuşak güç arasındaki ilişkiler incelenmektedir. Çalışmada dizilerin oluşturduğu yumuşak gücün kültürel diplomasi ile stratejik bir çerçevede ele alınması gerektiği vurgulanmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Kamu diplomasisi, kültür diplomasisi, yumuşak güç, Türk dizileri

**Abstract:** Turkey has significantly increased its soft power capacity by accelerating the institutionalization of cultural diplomacy activities in the 2000s. Private sector has also contributed to this process. Turkish TV series (shows) sector has both generated economic value-added and contributed markedly to the development of intercultural ties. This study analyzes the contributions of Turkish TV series sector as a means of cultural diplomacy to the image and reputation of Turkey, though there were no intentional cultural diplomacy efforts in its international spread. The study evaluates the relationship between soft power produced by Turkish TV series sector and cultural diplomacy. The study underscores that one should deal with soft power generated by TV series and cultural diplomacy within a strategic framework.

**Keywords:** Public diplomacy, cultural diplomacy, soft power, Turkish Series

## GİRİŞ

Kültür endüstrisinin önemli bileşenlerinde birisi olan diziler, gelişen bir sektör olmasının yanı sıra Türkiye’nin yumuşak gücüne ve kamu diplomasisine katkıda bulunmaktadır. Son yıllarda Türkiye’nin ekonomik ve siyasi atılımlarına paralel bir şekilde dizi sektörü de önemli bir gelişme kaydetmiştir. Stratejik bir sektör olarak diziler Türkiye’nin ihracatında çarpan etkisi oluşturmaktadır. Televizyon draması televizyonun hikâye anlatma sisteminin en dolaysız anlatılarından biridir. Bu nedenle ortak yaşam dünyasının değerlerini, ilişki biçimlerini ve hayat tarzlarını yeniden üreten bir anlatı olarak diziler, kültürel etki oluşturmada önemli bir yere sahiptir. Türk dizi sektöründe bütünüyle yerli dramaların hâkimiyet kurması, Türk televizyonunun en özgün yönlerinden birisini oluşturmaktadır. (Çelenk, 2005, s. 321). Diziler hem medya ekonomisini besleyen, büyüten bir sektör olarak hem de Türkiye’nin ihracatına ve dış politikasına katkı sağlayan önemli bir araç haline gelmiştir. Bu çerçevede dizi sektörünün yumuşak güç potansiyeli ve kamu diplomasisine katkısı önemli bir araştırma alanı olmaktadır. Dizilerin oluşturduğu yumuşak güç, kamu diplomasisi çerçevesinde kültür diplomasisi aracı olarak değerlendirildiğinde sektör ve dış politika yapım süreci arasında stratejik bir anlayış birliği aranmalıdır. Tarihsel olarak incelendiğinde yumuşak güç olgusunun dış politikadan bağımsız bir güç olmadığı söylenebilir.

Türk dizi sektörü gerek ekonomik başarısı ve gerekse oluşturduğu cazibe ile hem ekonomik bir açılımı hem de kültürlerarası bağ kurmanın önemli bir aracı haline gelmiştir. Türkiye, görece olarak kültür diplomasisi faaliyetlerine daha geç bir dönemde başlamış olmasına rağmen tarihsel ve kültürel değerlerin zenginliği ile kültürel diplomasi alanında kısa sürede etkinlik göstermeyi başarabilmiştir. Özellikle 2000’li yıllardan sonra artan kurumsallaşma ile birlikte kültürel diplomasi faaliyetlerinde bir yükseliş görülmektedir. Türk dizilerinin dışa açılması ile birlikte Türkiye’nin yumuşak güç kapasitesi önemli bir artış kaydetmiştir. Bu dışa açılma aynı dönemde Türkiye’nin aktif bir dış politika anlayışını benimsediği bir döneme karşılık gelmektedir. Dış politika vizyonu, kültürel diplomasi ve yumuşak güç kapasitesini arttıran bir kaldıraç olarak önemli bir açılım sağlamıştır. Türk dizilerinin oluşturduğu yumuşak güç, bugün birçok coğrafyada Türk toplumunun kültürel değerlerini, yaşam tarzını ve tarihsel zenginliklerini aktaran, belli bir ölçüde kültür diplomasisi aracı olarak hizmet etmektedir.

## Kamu Diplomasisi ve Kültürel Diplomasisi

Kültür, anlamların paylaşılması ile ilgili bir kavramdır. Bir toplumun, kişinin, ülkelerin ya da bir grubun yaşam tarzı hakkında belirleyici özellikleri ifade etmek için kullanılmaktadır (Hall, 2017, s. 7-8). Kültür, aynı dili konuşan ve benzer anlam çerçevelerine sahip olan toplumları ifade etmektedir. Kültür bu bağlamda kapsayıcı bir yapı olarak devletler için itibar, imaj, ülke markası, gelenek, tarihi değerler, sanat gibi olguların tümünü temsil etmektedir. Devletlerin kültürleri soyut ve somut değerlere dayanmaktadır. Tüm bu değerlerin toplamı ülkelerin uluslararası alanda algılanan kültürel kimliğini yansıtmaktadır (Çevik, 2015, s. 394). Küreselleşme ile birlikte uluslararası ilişkilerde kültürel diplomasisi, kamu diplomasisi açısından tekrar gündeme gelmiştir. Kültürel diplomasisi, uluslararası ilişkilerin değişen yapısında sosyal ve ekonomik değişimlerin yanı sıra jeopolitik mücadele bağlamında devletler için önemli bir hakimiyet alanı haline gelmiştir (Yılmaz, 2018, s. 18). Kültürel diplomasisi, uluslararası alanda nüfuz arttırmak amacı ile devletlerin kendi tarihi ve kültürel değerlerini başka toplumlara tanıtması sureti ile yürütülen bir diplomasidir. Kamu diplomasisi uzun vadeli ilişkiler kurulmasını hedeflemektedir. Bunun için kültürel diplomasisi uzun vadeli ilişkilerin kurulması için stratejik bir enstrüman olarak değerlendirilmektedir. Uygulamada kamu diplomasisi daha çok kültürel diplomasisi faaliyetleri ile öne çıkmaktadır (Ekşi, 2015, s. 348-349). Kültür diplomasisi çoğunlukla yumuşak güç bağlamında dış politika hedefleri doğrultusunda ele alınmıştır. Devletler diğer toplumlarla uzun vadeli ilişki kurmak ve diğer toplumlar üzerinde nüfuz oluşturmak gibi amaçlarla kültürü, diplomasisi sürecinin önemli bir bileşeni olarak görmüşlerdir (Zamorano, 2016, s. 166, 167). Kamu diplomasisi yaklaşımlarında kültürel diplomasisi yumuşak güç ürettiği için değer üreten bir kaynak olarak görülmektedir. Nye'a göre kültür cazibe oluşturması nedeni ile yumuşak güç kaynağıdır. Ona göre, bir ülkenin kültürü evrensel değerler içerdiğinde ve politikaları diğer devletlerle ortak değerleri ve çıkarları desteklediğinde, yarattığı sorumluluk ve cazibe ilişkileri nedeniyle istenilen sonuçları elde etme olasılığı artmaktadır. Yumuşak güç kavramı altında ele alınan kültür genellikle popüler kültür olarak ele alınsa da, hem elit kültürü hem de popüler kültürü kapsayan geniş bir alanı ifade etmektedir. (2017, s. 32-33). Çevik'e göre popüler kültürün oluşturduğu yumuşak güç bir ülkenin uluslararası alanda algılanmasını belirlediği için ülkenin dış dünyaya yansıtılmasında dış politikanın önemli bir ayağını ifade etmektedir. Ona göre, kültür ürünleri ile görünürlük, bilinirlik ve farkındalık artmaktadır (Çevik, 2015, s. 397). Kültürel diplomasisi etki alanı itibarı ile kamu diplomasisinin en önemli çalışma alanları arasında yer almakta ve kültürlerarası etkileşimi ve ulusların sahip oldukları kültürel birikimin uluslararası alanda sunulması sürecini ifade etmektedir. Kültürel diplomasisi ile ülke itibarı ve cazibesinin artırılması hedeflenmektedir. Bunun için; sanat, bilim, tarih ve kültürel değerler gibi yumuşak güç unsurları hedef kamularla dış politika vizyonu çerçevesinde paylaşılmaktadır (Yağmurlu, 2019, s. 1184). Kültürel diplomasisi, uzun dönemli daha çok devlet tarafından desteklenen fakat özel girişimlerin de bu süreçte yer aldığı bir diplomasisi çeşididir. Nye, elit sınıflar arasındaki kültürel bağlantılardan doğan yumuşak gücün ABD'nin politik hedeflerine önemli katkıları olduğunu belirtmektedir (2017, s. 76). Cull'a göre kültürel diplomasisi, uluslararası bir aktörün kültür transferi yoluyla uluslararası çevreyi yönetme girişimidir. Bunun sadece dil eğitimi ve sergiler gibi geleneksel yöntemlerle yapılmadığını aynı zamanda iletişim teknolojileri sayesinde pek çok kültürel diplomasisi uygulamasının yapılabildiğini söylemektedir (2009, s. 51). L'Etang'a göre kültürel diplomasisi, hedef kamularla yakınlık ve sempati oluşturmak ve duygusal bağlar geliştirmek amacıyla kalpleri ve zihinleri kazanmaya yönelik uzun süreli faaliyetleri temsil etmektedir (2009, s. 610). Kültürel diplomasisi aynı zamanda devlet yöneticileri ve diplomatlar arasındaki bir iletişim kanalı olarak değerlendirilmektedir (Zamorano, 2016, s. 169).

Yeni kamu diplomasisinde, propaganda ve ulus markalamadan ziyade kültürel ilişkilere yönelik bir eğilim bulunmaktadır. Kültürel ilişkiler yeni kamu diplomasisinde yabancı kamuları ikna etmekten

daha çok tercih edilmektedir; kısa dönemli kampanyalar yerine güven oluşturma, kalpleri ve zihinleri kazanmak için karşılıklı anlayış ve istikrarlı ilişkiler kurmayı hedeflemektedir (Melissen, 2005, s. 21). Kalpleri ve zihinleri kazanmak kısa vadeli ikna faaliyetlerine göre uzun vadede çok daha sağlam bağlar oluşturmaktadır. Kültürel diplomasi, karşılıklı anlayışı geliştirmek, uluslararası alanda fikir alışverişi sağlamak ve ulusların kendilerini anlatmaları için çeşitli iletişim kanalları oluşturmaktadır (Schneider, 2005, s. 147, 163). Kamu diplomasisi farklı kültürleri birbirine bağlayarak anlayış birliğini oluşturmaya çalışmaktadır (Zaharna, 2004, s. 133, 135). Kültürel diplomasi bu çerçevede, kaynak ülke ile hedef ülke halkları arasında empati oluşturma, işbirliği ve ortaklıklara zemin hazırlama, ulusların birbirlerini tanımalarını sağlama ve kültürlerarası bir yakınlaşma sağlamaktadır (Yağmurlu, 2019, s. 1184). Bu yakınlaşmanın sağlanmasında bir kültürel diplomasi aracı olarak sinema ve diziler etkili bir rol oynamaktadır.

### Film Sektörü ve Yumuşak Güç

Kültür, ülkelerin uluslararası alanda etki üretebilmesi ve dış politik hedeflerine ulaşabilmesinde önemli bir araçtır. Bir ülkenin kültürü diğer uluslar için cazibe oluşturduğu ölçüde karşılık bulacak ve değerlerin paylaşılmasını sağlayacaktır. Bu durum kültürel etki kapasitesi yüksek olan ülke lehine hegemonik bir güç oluşturmaktadır. Bu gücün oluşmasında sinema ve dizi sektörünün önemli bir payı bulunmaktadır. Küreselleşme ile birlikte kültürün cazibe oluşturmada daha çok popüler kültür ürünleri yolu ile söz konusu olmaktadır. ABD, özellikle Hollywood üzerinden diğer toplumlara kendi değer ve mesajlarını ulaştırmış ve yumuşak gücü dış politikasını destekleyen önemli bir bileşen olarak değerlendirmiştir. I. Dünya Savaşı esnasında Alman propagandasına karşı koymak amacı ile kurulan Kamu Bilgilendirme Komitesi önemli faaliyetler gerçekleştirmiştir. ABD Başkanı Wilson tarafından George Creel'in öncülüğünde 1917 yılında Kamu Bilgilendirme Komitesi kurulmuştur. Bu komitenin amacını Creel, propaganda değil, yalnızca eğitim ve bilgilendirme olduğunu söylemiştir. Gerçekte ise komite, broşürler, dağıtmış, film yapımcılarını desteklemiş, haber ajansı kurmuş, ABD'nin imajını olumlu göstermek için çeşitli faaliyetler yapmıştır. Ardından İkinci Dünya Savaşı sırasında (1945-1945) Başkan Franklin, D. Roosevelt, savaşta dünya kamuoyuna ABD politikalarını ve amaçlarını anlatmak üzere (OWI) Office of War Information (Savaşla İlgili Bilgilendirme Ofisi) oluşturmuştur. Voice of America radyosu bu dönemde yapılan çalışmalar arasında yer almaktadır. Ofisin faaliyetleri arasında aynı zamanda gazete çıkartmak, Hollywood ile işbirliği içinde filmler çekmek, broşürler, el ilanları vb. çalışmalar yer almıştır. Bu ofis, Hollywood'dan çok yararlanmış, ABD kültür ve değerlerinin pazarlanmasında önemli rol oynamıştır. Bu faaliyetler daha sonra 1953-1999 yılları arasında Birleşik Devletler Bilgi Ajansı USIA (United States Information Agency) tarafından yürütülmüştür (Nye, 2017, s. 344-345; Nye, 2008).

Amerikan film sektörü görece özerk bir yapıda görünse de dış politika söz konusu olduğunda sektörün Amerika'nın çıkarları doğrultusunda kültür ürünleri ürettiği bilinmektedir. Creel ve Kamu Bilgilendirme Komitelerinden sonra 1980'lerde Vietnam Savaşı'nın ardından birçok savaş filmi çekildi. ABD'nin bu savaşta önemli başarısızlıklar yaşamış olmasına rağmen filmlerde Amerikan askerinin kahramanlığı ve gücü vurgulanmıştır. Film sektörü ABD'nin imajını düzeltmek için birçok yapım ortaya koymuştur. Benzer bir süreci 11 Eylül saldırılarının ardından görmek mümkündür. Amerika ilk defa kendi evinde vurulmuş ve büyük bir darbe almıştır. Bu saldırılar Amerikan kamu diplomasisi düşüncesinin sorgulanmasına neden olarak yeni arayışları gündeme getirmiştir. 11 Eylül saldırılarının ardından film sektörü pek çok savaş filmi üretirken Amerika'nın terörle mücadelesine hizmet etmiştir (Blumenfeld, 2019). "ABD resmi makamlarının 1950'den bu yana en az 800 önemli film, 1.000'den fazla TV dizisinin yapımında rol aldığı biliniyor" (Saydam, 2018, parag. 5).

USIA'nın Hollywood ile yakın ilişkisi ve sektörün sürekli Amerikan değerleri ve politika önceliklerine göre mesajlar üretmesi yönünde baskı altında olduğu bilinmektedir. Hollywood, Amerikan politik mesajlarının iletilmesinde önemli bir mecra olmuştur (Çevik, 2015, s. 398). Sinema sektörünün politik amaçlara hizmet ettiğine dair pek çok yapım görülebilmektedir. Örneğin; İran'a karşı müdahale olasılıklarının konuşulduğu bir dönemde ARGO filmi çekilmişti. Film, 7 dalda Oscar adayı gösterilmiş ve 3 alanda ödül almıştı. Filmde, Amerikan Büyükelçiliğinde rehin alınan Amerikalıların kurtarılması operasyonu anlatılmaktadır. ARGO filminin tanıtımında dönemin Başkanı Obama'nın eşi Michelle Obama'da yer alarak katkıda bulunmuştu (Medin & Koyuncu, 2017, s. 839). Sinema sektörü yumuşak güç unsurları arasında etki kapasitesi bakımından stratejik bir konumda yer almaktadır. Bu yönüyle sinema sektörünün güç ilişkilerinden bağımsız düşünülmemeyeceği söylenebilir. Amerikan popüler kültürü Soğuk Savaş döneminde dış politikanın desteklenmesinde önemli hizmetler görmüştür. Amerika'nın kültürel hegemonyası Sovyetlerin çözülmesi sürecinde önemli bir rol oynamıştır. Yumuşak güç, politikanın tesis edileceği ortamın hazırlanması bakımından günümüz uluslararası sisteminin önemli unsurları arasında yer almaktadır. Ancak film sektörü tek başına bir dış politika aracı olarak düşünülmemeli bu sektörler kültürel diplomasi stratejisinin önemli bir bileşeni olarak değerlendirilmelidir (Çevik, 2015, s. 394).

### **Türk Dizilerinin Yumuşak Güç Potansiyeli**

Türk dizileri özel televizyonların yayına başlaması ile birlikte gelişmeye başlamıştır. Yurt dışına ilk açılan Türk dizisi, Sovyetler döneminde Rusya'da 'Çalığışu' oldu. (<http://www.turkrus.com>, 2014). Ardından 1997'de Deli Yürek dizisi Kafkaslarda alıcı buldu. Dizi sektörü 2000'li yılların başında önemli bir performans göstererek yükselişe geçti. 2008'de Ortadoğu pazarına açılan ilk yapım Gümüş dizisi oldu. Dizi yayına girdiği andan itibaren büyük bir başarı sağladı. Gümüş'ün final bölümü 85 milyon kişi tarafından izlenmiştir (Mohyidin, 2020, s. 2). Dizi ihracatı böylelikle bir yükseliş eğilimine girdi. Daha sonra Muhteşem Süleyman dizisi 70 ayrı ülkeye erişerek 500 milyondan fazla izleyiciye ulaştı (Özdemir, 2018). Bugün Türkiye 120'den fazla dizi ile 156 ülkeden yaklaşık 500 milyon izleyiciye ulaşmaktadır. İlk dönemlerde Ortadoğu ağırlıklı olarak başlayan yönelim, Balkanlar, Orta Asya, Avrupa, Latin Amerika, Afrika, Japonya ve Hindistan'a kadar uzanan bir açılım sağladı. Bugün itibarı ile sektör 350 milyon doların üzerinde bir ihracat başarısı kaydetti. Bu performans ile Türk dizi sektörü, Amerika'dan sonra dünyada ikinci sıraya yükseldi (Altun, 2019; Çevik, 2015). İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkanı Şekip Avdagiç, film alıcıları bir ABD dizisine 10 bin dolar öderken, bir Türk filminin 60 bin dolara satılabildiğini ifade etmektedir (Habertürk, 2018). Sektördeki büyüme eğiliminin devam ederek, 2023 yılında 1 milyar dolara ulaşması hedeflenmektedir (Akşam, 2018).

Artan ilgi karşısında Türk yapımcılar gerek senaryo, oyunculuk ve gerekse prodüksiyon kalitesi bakımından niteliğe yatırım yaparak daha büyük bütçeli diziler ortaya koydular. Örneğin "Öyle Bir Geçer Zaman Ki" dizisinin ilk iki haftalık üretimi için 1,3 milyon dolar bütçe ayrılmıştı. Sektöre yapılan yatırımların geri dönüşü görüldükçe Türk dizi sektörü kalitesi ile diğer yapımlar arasından kolayca sıyrılarak bugün dünyada önemli bir noktaya ulaşmıştır. Bin Bir Gece, Gümüş, Aşk-ı Memnu, Muhteşem Süleyman gibi diziler birçok coğrafyada büyük bir izleyici kitlesine ulaşmıştır. Bunlar arasında özellikle, Muhteşem Süleyman dizisi 50 ülkede 200 milyondan fazla izleyiciye ulaşmıştır (Mohyidin, 2020, s. 2). Son 10 yıl içerisinde Türk dizileri çekim kalitesi ve sanatsal değer açısından oldukça önemli ilerlemeler göstermiştir. Birçok sektör temsilcisi ve yurt dışı televizyon yayıncısı, Türk dizilerinin çekim ve senaryo kalitesi ile oyunculuk alanında kaydettiği gelişmeler sayesinde sinema filmleri ile rekabet edecek bir noktaya geldiğini ifade etmektedirler. Yapım

kalitesindeki bu iyileşmelere paralel olarak yurt dışına satılan dizilerin fiyatları da artmıştır. Türkiye’de diziler ve tekrarları gelir açısından kanallar için yüksek öneme sahiptir. İhraç edilen dizilerden elde edilen gelir ise son beş yılda 15 kat arttı (Yaveroğlu vd., 2014, s. 6-30). Türk dizilerinin atılımı AK Parti’nin iktidara gelmesi ile birlikte yürüttüğü aktif dış politika ile paralel bir seyir izlemiştir. Dış politikadaki aktif yönelim ülkenin dışa açılımı ve potansiyelini kullanmasının da yolunu açmıştır. AK Parti, dış politikada özellikle yumuşak güç unsurlarına öncelik vererek tarihi ve kültürel miras temelinde dost ve akraba toplumlar nezdinde kamu diplomasisi faaliyetlerini yoğunlaştırmıştır. Bu dönemde özellikle TİKA, THY gibi kurumların faaliyetleri dikkat çekmektedir. Bir taraftan da Ortadoğu’daki ülkelerle geliştirilen ilişkiler ekonomik olarak kendini göstermiştir. Dizi sektörü bu dönemde önemli bir açılım sağlayarak Ortadoğu’da çok ciddi bir izleyici kitlesine ulaştı. Türkiye’nin bölgede rol model olarak sunulduğu dönemin ardından Arap Baharının ortaya çıkması ve özellikle Mısır’da gerçekleşen darbeden sonra Ortadoğu’da yeni bir belirsizlik dönemi başlamıştı. 2015’te Suudi Arabistan’da Kral Selman iktidara geldi. Selman, veliyaht olarak Muhammed Bin Selman’ı göstermişti. Veliyaht Selman, Türkiye karşıtı politikalarla gündeme gelmekteydi. 2017’de Trump’ın iktidara gelmesi ile birlikte Ortadoğu’da BAE, Suudi Arabistan ve Mısır küre eksenini oluşturdu. Bu dönemi takiben 2018’de Suudi Arabistan sahipliğindeki MBC medya grubu, Türk dizilerinin yasaklandığını duyurdu. Böylelikle Suudi Arabistan ve BAE Türk dizilerinin gösterimini yasakladı (Mohyidin, 2020, s. 5). Türkiye, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) ve Mısır arasındaki gerilimin önemli sebeplerinden birisi de Katar ablukası krizi olmuştur. Mısır Yüksek Fetva Konseyi, Türk dizilerinin kesinlikle izlenmemesi yönünde fetva yayınladı. Yayımlanan fetvada şunlar söylendi: “Erdoğan, bu dizileri kullanarak, Osmanlı’nın bir zamanlar yönettiği Arap ülkelerini yeniden kontrol altına almaya çalışıyor” (Akit, 2020). Bunun yanı sıra Diriliş Ertuğrul dizisine karşı Suudi Arabistan ve BAE 40 milyon dolar bütçeli Mamalik el-Nar, Ateş Krallığı dizisini çekti. Bu dizi, Osmanlı’nın tarihsel mirasına karşı bir kara propaganda faaliyeti olarak tasarlandı (Mohyidin, 2020, s. 6). Görüldüğü üzere dış politika ve yumuşak güç arasında paralel bir ilişki bulunmaktadır. Çeşitli yasak ve zorluklarla karşılaşmasına rağmen Türk dizilerinin halklar nezdinde ilgi ve etkisi devam etmektedir. Arapça yayınlanan Diriliş dizisi, 200 milyon kez izlenmiştir (AA, 2017). Türkiye’nin Ortadoğu’daki etki kapasitesi çeşitli engellere rağmen yüksek düzeydedir. Diziler bu kapasiteyi arttırarak Türkiye’nin yumuşak gücüne çarpan etkisi oluşturmaktadır. Dizilerin oluşturduğu cazibe, turizm başta olmak üzere Türk ürünlerine olan ilgiyi arttırmıştır. “16 Ortadoğu ülkesinde gerçekleştirilen araştırmaya göre her 4 kişiden 3’ü 2001 yılından 2015 yılına kadar Arap ülkelerine satılan yaklaşık 70 Türk dizisinden herhangi birini izlemiştir” (Özarlan, 2020, s. 228). Dizilerin yayınlandığı yerlerden gelen turist sayısı 3-4 katına çıkmıştır (Akşam, 2018). Diziler, ihraç edildiği ülkelerde Türk kültürü, yaşam tarzı ve tüketim alışkanlıklarına yönelik bir ilgi ve cazibe oluşturmaktadır. Dizilerin çekildiği mekanlar merak konusu olarak izleyicileri Türkiye’ye çekmektedir (Ökmen & Göksu, 2019, s. 264). Nuroğlu’nun (2013) yaptığı araştırmaya göre Türkiye’ye gelen turistlerin yüzde 31’i dizilerin etkisi ile Türkiye’yi tanımak için ziyaret etmiştir (2013, s. 11). İzleyiciler ayrıca dizilerin çekildiği mekanları merak ederek Türkiye’ye ziyaretlerde bulunmuşlardır. Örneğin Gümüş dizisinin yayınlanmasından sonra Ortadoğu’dan gelen turistlerin sayısında yüzde 56 artış gözlenmiş ve 2011 yılı itibarı ile Gümüş dizisinin çekildiği yalısı 30.000 turist 50 dolar giriş ücreti ödeyerek ziyaret etmiştir (Nuroğlu, 2013, s. 6). The Guardian gazetesinde yer alan habere göre, 2010 yılının Mayıs ayında İstanbul’a gelen Arap turist sayısının bir önceki yılın aynı ayına göre % 33 artarak 105.000’e ulaştığı belirtilmiştir (Özarlan, 2020, s. 228). Dizi sektörünün ülke turizmine yaptığı katkıyı değerlendiren Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Fahrettin Altun, sektörün Orta Doğu’ya açılmasını takip eden ilk dört yılda bölgeden gelen turistlerde yüzde 100’ün üzerinde artış olduğunu ve Müslüman olmayan Balkan ülkelerinde henüz Türkiye’yi görmemiş ancak Türk dizileri izleyen seyircilerin yüzde 80’den fazlasının Türkiye’yi ziyaret etmek istediğini belirtmiştir (Altun, 2019). Dizi sektörünün, kendi cirosunun toplam 10 katı kadar bir yan ekonomi

oluşturduğu ve ihracat, ürün ve mal satışını kolaylaştırdığı tahmin edilmektedir. Sektörün oluşturduğu etkiler şu şekilde özetlenebilir (Habertürk, 2018):

- Türk dizilerinin oluşturduğu ilgi, farklı coğrafyalarda farklı Türk ürünlerine de dikkat çekiyor. Dizi ve filmlerin içerik üretiminde Türkiye'nin sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi güzellikler, Türk ürün ve hizmetleri görsel olarak da ön plana çıkıyor. Bu da pek çok sektörün ve yerli ürünün yurt dışında tanıtımına katkı sağlıyor.

- Dizi film endüstrisi sadece ihracat geliri anlamında değil perakende, tanıtım ve turizm olarak da Türkiye'ye önemli katkılar sağlıyor. Özellikle Orta Doğu ülkelerinde Türk dizilerinin izlenmesi ülkeye gelen turist sayısını da olumlu yönde etkiliyor.

- Kıvanç Tatlıtuğ ve Tuba Büyüküstün'ün kendi adlarını taşıyan parfümleri Ortadoğu'da satış rekoru kırdı.

- Türk dizileri sayesinde Mısır, Bosna Hersek ve Yunanistan'da Türkçe kursuna gidenlerin sayısında büyük artış gerçekleşti."

### **Dizilerin Türk Kamu Diplomasine Katkısı**

Diziler, Türkiye'nin farklı coğrafyalarla diyalog kurması ve sempati oluşturmasının yanı sıra Türk insanının gündelik yaşam tarzı, kültür ve değerlerinin tanıtılması, Türkiye imajının oluşturulması, ekonomik potansiyelin arttırılması, turizm ve ihracatının geliştirilmesi gibi birçok alanda katkı sağlamaktadır. Diziler, ülke markalaması ve kamu diplomasisi bakımından önemli bir fonksiyon icra edebilmektedir. Türk dizi sektörünün başarısı büyük oranda sektörün niceliksel ve niteliksel olarak performans ve kalitesini sürekli arttırması ile şekillenmiştir. Son dönemlerde devletin dizi sektörüne desteğinin arttığı gözlenmektedir. Dizilerin oluşturduğu etki ülkenin en önemli yumuşak güç kaynaklarından birisi olarak değerlendirilmektedir (Altun, 2019). Türk dizilerinin farklı coğrafyalarda oluşturduğu etkiye dair çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Mohyidin'nin (2020) Türk dizilerinin Pakistan üzerindeki etkisini incelediği çalışmasında 558 kişi ile yapılan görüşmelerde katılımcıların yüzde 29'u son beş yıl içinde 5'ten fazla Türk dizisi izlediğini, yüzde 27'sinin 2-3 dizi izlediğini belirtmiştir. Aynı araştırmada Türk dizilerindeki karakterlerle ilişki kurulmasına yönelik soruya katılımcıların yüzde 47'si dizilerdeki karakterlerle kendisini ilişkilendirdiğini belirtmiştir. Katılımcılar, Türkiye'ye iş, seyahat, eğitim ve gezmek kategorisinde yüzde 55 civarında olumlu yanıt vermiştir. Görüldüğü gibi kültürel yakınlık empati düzeyini de arttırmaktadır (s. 19, 22).

Türk dizileri, halklar arasında anlayış ve empati oluşturarak uzun vadeli ilişkilerin geliştirilmesine katkı sağlama potansiyeline sahiptir. Hayajneh ve İnan'ın (2015) Ürdün'de üniversite öğrencilerine yönelik yaptıkları anket çalışmasında, katılımcıların yüzde 86,8'i Türk dizisi izlediklerini belirtmiştir. Türk dizileri neden ilginizi çekiyor sorusuna katılımcılar sırasıyla, bilgilendirdiği ve eğlendirdiği için (yüzde 58,5), Türk toplumunun yaşam şeklini yansıttığı için yüzde (17) cevaplarını vermişlerdir. Dizi izledikten sonra Türkler hakkındaki izlenimlerinin sorulduğu soruya katılımcılar, dizi izlerken her hangi bir fikre sahip olmadım diyenler yüzde 46 iken, ahlaki bakımdan rahat bir toplum olduğunu düşünenlerin oranı yüzde 34 olarak bulgulanmıştır. Araştırma bulgularına göre Arap toplumunun Türk toplumunu yeterince tanımadığı ve mevcut bilgilerinin diziler vasıtası ile şekillendiği belirtilmektedir (Hayajneh ve İnan 2015, s 22). Aslan'ın (2019) Latin Amerika'da Türk dizilerinin yumuşak güç ve uluslararası iletişim bağlamında etkileri üzerine yaptığı araştırmada katılımcıların

diziler sayesinde Türklere dair düşüncelerinin değiştiğini, Türk kadınının modern ve güçlü olduğu kanaatini paylaşmışlardır. Katılımcılar, Türkiye hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıklarını belirterek Türk insanını, kültürünü, yaşam tarzını büyük bir ilgi ile tanıma fırsatı bulduklarını ifade etmiştir. Bu bakımdan Türk dizilerinin Latin Amerika toplumu için Türkiye hakkında önemli bir bilgi kaynağı olduğu söylenebilir (Aslan, 2019, s. 47). Türk dizilerinin etkisini anlamak için Katar’da 100 gençle görüşen Berg, araştırmasında gençlerin Türklere ilgili düşüncelerinin genellikle olumsuz olduğunu tespit etmiş ve dizilerle birlikte benzerliklerin fark edilmesi ile negatif düşüncelerin yok olduğu sonucuna ulaşmıştır (2018). Özarslan’ın (2020) Türk dizilerinin yabancı basında nasıl ele alındığına dair yaptığı içerik çözümlemesinde haberlerin yüzde 76,19 oranında Türkiye’nin yumuşak gücünü arttırdığına ilişkin tema öne çıkmıştır. Haberlerde Türk dizileri ile ilgili şu ortak konuların yer aldığı görülmektedir (2020, s. 233):

1. Türk dizileri kültürel bir güçtür.
2. Diziler köprüler inşa eden araçlardır.
3. Yapım kalitesi, tarihi mekânların cazibesi, kültürel bağlar
4. Oyuncu ve teknik kalite
5. Dizi içeriklerinin cazibesi
6. Özellikle Ortadoğu için kadınların güçlü kadın imgesinde kendilerini özdeşleştirilmesi
7. İslam ve seküler unsurların birlikte bulunması, muhafazakâr unsurlar barındırması
8. İstanbul’un çekiciliği
9. Romantizm, aşk temalarının çekiciliği, duygu yoğunluğu
10. Dizi karakterleri ile özdeşleşme
11. Dizi senaryolarının özgün olması, Türk müziği ve modasının çekiciliği
12. İzleyicide sadakat oluşturmaları
13. Hollywood klişelerinin olmaması
14. Türk dizilerinin hikâye, anlatı, sanat ve teknik açıdan başarılı olması, oyuncuların çekici olması

Yabancı basında Türk dizileri ile ilgili yapılan haberlerde dizilerin birçok bakımdan izleyiciler için cazibe oluşturduğu görülmektedir. Bu cazibe Türkiye’nin yumuşak gücüne önemli katkı sağlamaktadır. 2000’li yıllarda Türkiye’nin dış politikası ve diziler vasıtası ile oluşan yumuşak güç, Ortadoğu’da imajının yükselmesini sağladı. Türkiye’nin Ortadoğu’daki algısına ilişkin Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı (TESEV) tarafından 2009 ve 2012 yıllarında yapılan araştırmalarda olumlu bakışın yüzde 80’ler düzeyinde olduğu görülmektedir. 2000’li yıllarda Türkiye’nin yürüttüğü aktif dış politika ve yumuşak gücün artması ile eş güdümlü olarak Türkiye’nin imajının da arttığı gözlenmektedir. TESEV’in 2013 yılında yaptığı araştırmada Arap Baharının etkisi ve Mısır darbesi dolayısıyla Türkiye algısında düşüş görülmektedir. Bununla birlikte Arap Baharı sonrası bölgede artan belirsizlikler ve istikrarsızlık bölge halklarının algılarını da olumsuz etkilemiştir. Bölgede Türkiye’nin algısı üç yıl içerisinde (2011-2012-2013) 19 puan gerilemiş olmasına rağmen Türkiye’nin Ortadoğu’da imajını koruduğu görülmektedir (Akgün & Gündoğar, 2013). Arab Opinion Index’in 2016 yılı verilerine göre “Türkiye’nin bölgesel siyaseti bölgede aktif olan ABD, İsrail, Çin ve Rusya’nın Arap dünyasındaki olumsuz algısına karşın destek görmektedir. Türkiye dış politikası, 2016 yılında %54 oranıyla olumlu görülürken, katılımcıların %52’si Türkiye’nin bölge istikrarı için tehdit olmadığını belirtmişlerdir.” (Budak, 2019, s. 163). Dizilerin başarısı büyük ölçüde özel girişimlerle olması ve ürettiği yumuşak güç kapasitesi bakımından ne derece kamu diplomasisi amacına hizmet ettiği önemli bir tartışmadır. Dizilerin oluşturduğu yumuşak güç, kamu diplomasisi çerçevesinde bir kültürel diplomasi stratejisinden bağımsız düşünülmemelidir. Bunun için Türkiye algısı ve imajına yönelik bütünsel bir anlayış geliştirerek resmi, sivil, özel sektör tüm aktörlerle paylaşılması gerekmektedir. Dizilerde sunulan Türkiye imajı çeşitlilik arz etmektedir. Çoğunlukla dizilerde seküler bir kimlik yansıtılmasına karşın, Diriliş Ertuğrul ve Abdulhamit gibi



dizilerde İslami değerlerin temsil edildiği bir kimlik sunulmaktadır. Ortadoğu'da özellikle izleyicilerin bir kısmı dizilerdeki seküler kimliğe ilişkin eleştirilerde bulunmaktadır (Çevik, 2015, s. 429). Örneğin Yalsızuçanlar, Türk dizilerinde işlenen konuların Türk aile yapısı ile örtüşmediğini belirterek şu değerlendirmede bulunuyor (Yalsızuçanlar, 2019 parag. 23):

Türk dizilerinin, özellikle, kadın-erkek ilişkilerini konu edinenleri, çoğunlukla Türkiye'nin toplumsal gerçekliğiyle, ahlaki değerleriyle ve tarihsel kimliğiyle örtüşmüyor. Batıcı bir zihniyetle kotarılan bu dizilerde sağduyulu Batılı aydınların dahi eleştirdiği çarpık ilişkiler, çürütücü ahlaki normlar, ailenin yapısal olarak çözülmesini hızlandıran fikirler, nihilistik tutumlar kendini iyiden iyiye hissettiriyor.

Çevik'e göre, AK Parti iktidarı ile Osmanlı ve Cumhuriyet değerlerinin birarada muhafazakâr demokrat kimlikle dış politikaya yansması Ortadoğu halkları nezdinde dizilere gösterilen rağbetin bir sebebi olarak değerlendirilebilir (2015, s. 430). Türk dizilerine gösterilen ilgiye ilişkin temelde iki yaklaşım olduğu söylenebilir: Bunlardan ilki, kültürel yakınlık teorisidir. İkincisi ise, yeni Osmanlıcılık yaklaşımıdır. Kültürel yakınlık teorisine göre, kültürel olarak yakın olunan medya iletisine hedef kitleler daha çok ilgi göstermektedir. Belirli bir ölçüde kültürel yakınlık söz konusu olsa da Latin Amerika, Çin gibi bölgelerde gösterilen ilgiyi açıklamak için daha farklı çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bir diğer yaklaşım da yeni Osmanlıcılık ideolojisi açıklamasıdır. Bu yaklaşıma göre Türkiye dizilerle kültürel bir hegemonya kurmaya çalışmaktadır (Mohyidin, 2020, s. 3). Esasen Türkiye'nin çekiciliği, tarihi ve kültürel zenginliği ve çoğul modernite tecrübesinden kaynaklanmaktadır. Müslüman ve demokrat yapısı itibarı ile Türkiye, Ortadoğu için her zaman bir ilgi kaynağı olmuştur (Çevik, 2015, s. 430; Kalın, 2012, s. 156). Dizi sektörü ortaya çıkışı ile doğrudan bir kamu diplomasisi amacı taşımamaktadır (Çevik, 2015, s. 396). Özellikle Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın koordinasyonunda sektörün strateji arayışı yumuşak gücün kamu diplomasisi stratejisi ile bütünleşme çabasını göstermektedir (Altun, 1019). Türkiye son yıllarda sinema ve dizi sektörüne daha fazla destek ve yatırım yapmakta ve sektör temsilcileri ile yakın işbirliğine gitmektedir. Dizi sektörü kendi özerk ve bağımsız yapısını kaybetmeden kültürel diplomasinin bir parçası olarak etkisini daha çok arttırabilir. Türkiye'nin zengin tarihi ve kültürel değerleri kültür ürünlerine dönüştükçe yumuşak güç kapasitesi daha çok artacaktır.

## TARTIŞMA VE SONUÇ

Türk dizi sektöründeki gelişim sürecini Türkiye'nin aktif dış politika ve ekonomik gelişme süreci ile birlikte değerlendirmek gerekmektedir. Özellikle Türkiye'nin yakın bölge coğrafyaları ile geliştirdiği iyi ilişkiler Türk dizilerinin gelişmesine büyük katkı sağlamıştır. Örneğin; Gümüş dizisinin Arap coğrafyasında geniş yankı bulması, Muhteşem Yüzyıl dizisinin aynı şekilde geniş kesimlerce izlenmesi ekonomik olduğu kadar Türkiye'nin yumuşak gücünün de bir göstergesidir. Dizi sektörü taşıdığı potansiyel açısından stratejik bir sektör niteliğindedir. Dizi sektörünün teknik ve stratejik olarak gelişmesi ekonomik açıdan büyük kazanımlar sağlayacaktır. Türk dizi sektörünün geniş bir coğrafyada ilgi görmesinin en önemli nedenleri arasında; yapım, oyuncu ve teknik kalite, romantizm, özgün içerik, tarihi mekanlar, senaryo kalitesi gibi unsurlar yer almaktadır. Tarihsel tecrübeden de anlaşılacağı üzere film sektörünün oluşturduğu yumuşak güç, politik amaçlardan bütünüyle bağımsız düşünülemez. Dizi sektörü beraberinde oluşturduğu ekonomi ile birlikte başta turizm, ihracat gibi alanlarda katma değer oluşturmaktadır. Dizi sektörü kültürel köprüler kurarak, empati düzeyini arttırmaktadır. Aynı zamanda farklı kültürlerle sahip olan toplumların Türk kültürünü, yaşam tarzını ve değerlerini tanıma ve bilgilenme sürecini gerçekleştirmektedir. Kültürel yakınlığın bulunduğu coğrafyalarda sempatinin daha çok arttığı görülürken, Latin Amerika gibi uzak bölgelerde Türk kültürü ile ilişki geliştirme imkânı sağlamaktadır. Değişik coğrafyalarda dizilerin çekicilikleri

farklılaşsa da yumuşak güç kapasitesi bakımından tüm dünyada büyük bir potansiyele sahip olduğu anlaşılmaktadır. Türkiye'nin yumuşak gücünün dış politikadaki aktif yönelimi ile birlikte arttığı söylenebilir. Özellikle dizilerin yoğun bir şekilde izlendiği Ortadoğu'da Türkiye'nin imajının istikrarsızlıklar ve belirsizliklere rağmen önemli konumda olduğu bir gerçektir. Kültürel diplomasi farklı kültürleri birbirine yakınlaştırmakta kültür ve değerlerin paylaşılmasını sağlayarak köprüler oluşturmaktadır. Dizilerin oluşturduğu yumuşak güç kamu diplomasisi çerçevesinde bir kültürel diplomasi stratejisi ile birlikte düşünülmelidir. Bunun için Türkiye algısı ve imajına yönelik ilgili tüm paydaşlarda bir anlayışın geliştirilmesi kültürel diplomasinin doğru bir zeminde sürdürülebilir bir yapı içerisinde olmasını sağlayacaktır. Türk dizileri başlangıç dönemi itibarı ile sektörün kendi çabası ile açılım sağladığı görülmektedir. Dizilerin esasında bir kültürel diplomasi aracı olabilmesi için kamu diplomasisi bağlamında kültürel diplomasi stratejisi ile eş güdümlü olması gerekmektedir. Örneğin; Latin Amerika'da Türk dizilerine yoğun ilgi olmasına rağmen, Yunus Emre Enstitüsü gibi kurumların bu bölgede yeterince faaliyet göstermemesi bu coğrafyalarda oluşan sempatinin somut bir sonuca (dil eğitimi, kültürel, sanatsal faaliyetler) ulaşmamasının göstergesidir. Türk dizileri, Afrika bölgesinde de yoğun ilgi görmektedir. Türkiye Afrika bölgesine son dönemde önemli dış politika açılımları sağlamış olmasına rağmen 54 Afrika ülkesinin sadece üçünde Yunus Emre Enstitüsü faaliyette bulunmaktadır. Halbuki Çin'in Konfüçyüs Enstitüsü 54 Afrika ülkesinin 48'inde faaliyet göstermektedir. Dizilerin oluşturduğu ilgi ve sempati farklı coğrafyalarda kendini gösterirken bu ilgiyi kalıcı bağlar oluşturmak için projelere dönüştürecek olan kültürel diplomasi stratejisidir. Örneğin Güney Kore, Kore dalgası 1990'larda başlayıp devam eden etkili bir kültürel strateji örneği olarak dikkat çekmektedir. Kore dalgasının ardında kamu ve özel sektör işbirliği kültürel diplomasisi çerçevesinde önemli bir etki oluşturmuştur. Bu noktada, dizilerin yumuşak güç oluşturarak kamu diplomasisi için büyük bir kapasite oluşturduğu söylene de bunun stratejik bir kültürel diplomasi çerçevesinden yoksun olduğu belirtilmelidir. Türk dizilerinin dış piyasalara çıkış dönemi AK Parti'nin dış politika açılımları ile paralellik arz etmektedir. Dış politikada oluşturulan cazibe dizilerin toplumlara ulaşmasında "halo" etkisi oluşturduğu söylenebilir. Fakat bölgedeki siyasi değişimlerle birlikte Türk dizilerine karşı zaman zaman politik direnç oluşturulduğu da görülmektedir. Türk dizilerine olan ilgiyi kültürel yakınlık yaklaşımı ya da Yeni Osmanlılık gibi tanımlar açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Bu ilginin arkasında en temelde Türk dizilerinin yapım, oyunculuk, teknik, drama kalitesi ve Türk kültürü ve tarihinin zengin çekiciliği bulunmaktadır. Kültürel diplomasi stratejisi bakımından değerlendirildiğinde, dizilerde sunulan Türkiye imgesinde karışık mesajlar sunulmaktadır. Örneğin; Diriliş Ertuğrul, Abdülhamit gibi dizilerde sunulan muhafazakar değerlerin yanı sıra aile içi çatışmalar, yasak aşklar gibi çok farklı yaşam tarzları sunulmaktadır. Hollywood filmlerinde Amerikan söylemi ile örtüşen bir imge tekrar ederken, Türk dizilerinde farklı imgeler söz konusu olmaktadır. Türkiye'nin zengin kültürel birikimi belirgin bir söylemle sunulmadığı zaman farklı toplumlarda farklı algılar oluşabilmektedir. Dizi sektörünün özgül yapısını koruyarak kamu diplomasisi bağlamında bir kültürel strateji çerçevesi içinde ortak bir anlayış geliştirilmesi gerektiği ortadadır. Aksi takdirde dizilerin oluşturduğu yumuşak güç, zayıf bir bağlamda gerçekleştirilen kültürel üretim olarak kalacaktır.

## KAYNAKÇA

- AA. (2017, 03 15). <https://www.aa.com.tr>. 08 06, 2020 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/-arapca-dirilis-ertugrul-200-milyon-kez-izlendi/772006> adresinden alındı
- Akgün, M., & Gündoğar, S. (2013). *TESEV Dış Politika Programı Ortadoğu'da Türkiye Algısı 2013*. İstanbul: TESEV.
- Akit, Y. (2020, 02 10). <https://www.yeniakit.com.tr>. 08 05, 2020 tarihinde <https://www.yeniakit.com.tr/haber/bae-s-arabistan-ve-misirdan-skandal-adim-turk-dizilerine-fetvali-yasak-1056704.html> adresinden alındı
- Akşam. (2018, 08 12). <https://www.aksam.com.tr>. <https://www.aksam.com.tr/roportaj/ortadogudan-avrupaya-100-ulkeye-dizi-dizi-ihracat/haber-763542> adresinden alındı
- Altun, F. (2019, 03 13). <https://www.iletisim.gov.tr>. [https://www.iletisim.gov.tr/turkce/yerel\\_basin/detay/kamu-diplomasisi-araci-olarak-turk-dizileri-calistayi-duzenlendi](https://www.iletisim.gov.tr/turkce/yerel_basin/detay/kamu-diplomasisi-araci-olarak-turk-dizileri-calistayi-duzenlendi) adresinden alındı
- Aslan, P. (2019). Uluslararası İletişim ve Popüler Kültür Üzerine: Latin Amerika'daki Türk Televizyon Dizileri Üzerinden Bir Araştırma. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 25-50.
- Berg, M. (2018, 09 06). <https://www.gzt.com>. 08 06, 2020 tarihinde <https://www.gzt.com/jurnalist/turk-dizileri-on-yargilari-yikiyor-3431893> adresinden alındı
- Blumenfeld, S. (2019, 07 31). <http://arsiv.ntv.com.tr>. (Ö. Özyurt, Düzenleyen) 08 05, 2020 tarihinde <http://arsiv.ntv.com.tr/news/166819.asp#BODY> adresinden alındı
- Budak, M. (2019). Türkiye'nin Ortadoğu'da Kamu Diplomasisi Tecrübesi. *Ortadoğu Etütleri*, 142-169.
- Cull, N. J. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Los Angeles: USC Center on Public Diplomacy at the Annenberg School.
- Çelenk, S. (2005). *Televizyon Temsil Kültür 90'lı Yıllarda Sosyokültürel İklim ve Televizyon İçerikleri*. Ankara: Ütopya.
- Çevik, B. S. (2015). Kültürel Diplomaside Devlet Dışı Aktörler: Türk Sineması ve Dizileri. M. Şahin, & B. Çevik içinde, *Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi* (s. 391-437). Ankara: Nobel.
- Ekşi, M. (2015). Kültürel Diplomasi ve Yunus Emre Enstitüsü. M. Şahin, & B. Çevik içinde, *Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi* (s. 345-363). Ankara: Nobel.
- Gilboa, E. (2006). Israel's, Public Diplomacy: The Missing Component in Israel's Foreign Policy. *Israel Affairs*, 715-747.
- Gilboa, E. (2008). Searching For a Theory of Public Diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 55-77.
- Habertürk. (2018, 10 15). <https://www.haberturk.com>. 08 05, 2020 tarihinde <https://www.haberturk.com/turk-dizileri-300-milyon-dolarlik-ihracat-yapiyor-2179942-ekonomi> adresinden alındı
- Hall, S. (2017). *Temsil Kültürel Temsiller ve Anlamlandırma Uygulamaları* (1 b.). (İ. Dündar, Çev.) İstanbul: Pinhan.
- Hayajneh, E., & İnan, R. (2015). Arap Coğrafyasındaki Soft Power Türk Dizileri ve Bu Dizilerin Etkileri (Ürdün, Harimi-İ Sultan Örneği). *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 114-123.

- <http://www.turkrus.com>. (2014, 07 01). <http://www.turkrus.com/63897-rusyada-2-calikusu-devri-xh.aspx> adresinden alındı
- Kalın, İ. (2012). Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi. A. Özkan, & T. Öztürk içinde, *Kamu Diplomasisi* (s. 145-160). İstanbul: TASAM.
- L'Etang, J. (2009). Public Relations and Diplomacy in a Globalized World: An Issue of Public Communication. *American Behavioral Scientist*, 607-626.
- Medin, B., & Koyuncu, S. (2017). Bir yumuşak güç aracı olarak sinema: Hollywood örneği. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 836-844.
- Melissen, J. (2005). *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations*. New York: Palgrave Macmillan.
- Mohyidin, R. (2020). *The Global Appeal of Turkish Drama Series: A Case Study in Pakistan*. İstanbul: TRT World.
- Mohyidin, R. (2020). *The Lasting Appeal of Turkish Entertainment*. Ankara: TRT World.
- Nuroğlu, E. (2013). Dizi Turizmi: Orta Doğu Ve Balkanlar'dan Gelen Turistlerin. *Uluslararası İstanbul İktisatçılar Zirvesi*.
- Nye, J. S. (2017). *Yumuşak Güç*. (R. İ. Aydın, Çev.) Ankara: BB101.
- Ökmen, Y. E., & Göksu, O. (2019). Kültürel Diplomasisi Bağlamında Türk Dizilerinin İhracatı ve Kültür Aktarımına Katkısı: 'Diriliş Ertuğrul' Örneği. O. Göksu içinde, *Kamu Diplomasisinde Yeni Yönelimler* (s. 247-291). Konya: Litertatük Academia .
- Özarslan, K. (2020). Ülke Markalaması Bağlamında Uluslararası Basında Türk Dizileri ve Türkiye İmajı. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 215-238.
- Özdemir, C. (2018, 03 15). <https://www.youtube.com>. <https://www.youtube.com/watch?v=MKs7HnIfhM8> adresinden alındı
- Saydam, A. (2018, 11 01). <http://www.ali-saydam.com>. 08 05, 2020 tarihinde <http://www.ali-saydam.com/tuumlrk-sinema-ve-dizileri-en-oumlnemli-silah305m305z-olabilir.html> adresinden alındı
- Schneider, C. P. (2005). Culture Communicates: US Diplomacy That Works. J. Melissen içinde, *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations* (s. 147-167). New York: Palgrave Macmillan.
- Yaveroğlu, T. G. A. (2014). *Dünyanın En Renkli Ekranı Türkiye'de Dizi Sektörü*. İstanbul: Deloitte.
- Yağmurlu, A. (2007). Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi. *İletişim Araştırmaları Dergisi*. Ankara, , 5(1), 9-38.
- Yağmurlu, A. (2019). Kültürel Diplomasi: Kuram Ve Pratikteki Çerçevesi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, , 1210-1238.
- Yalsızuçanlar, S. (2019, 03 01). <https://www.sde.org.tr>. 08 06, 2020 tarihinde <https://www.sde.org.tr/degerlendirme/sd-degerlendirme-turk-dizileri-dunya-pazarinda-analizi-9670> adresinden alındı
- Yılmaz, A. N. (2018). Kültür ve sanatın Ulusal Tanınırlığının Pozitifleştirilmesinde Bir Araç Olarak Kullanılması: Türkiye'nin Kültürel Yumuşak Güç Potansiyeli. A. N. Yılmaz, & G. Kılıçoğlu içinde, *Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Üzerine Akademik Analizler Türkiye ve Dünyadan Örnekler* (s. 11-39). Ankara: Nobel.

Zaharna, R. (2004). Asymmetry Of Cultural Styles And The Unintended Consequences Of Crisis Public Diplomacy. *Intercultural Communication and Diplomacy*.

Zamorano, M. M. (2016). Reframing Cultural Diplomacy: The Instrumentalization of Culture under the Soft Power Theory. *Culture Unbound*, 166–186.