



Yayına Geliş Tarihi:07/06/2021  
Yayına Kabul Tarihi:06/09/2021  
Online Yayın Tarihi:31/12/2021

Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik  
Araştırmalar Dergisi  
Cilt:5, Sayı:14, Yıl:2021, Sayfa:167- 185  
ISSN: 2587-2206

## **BÖLGESEL GÜÇ OLMA BAĞLAMINDA SİYASAL PAZARLAMA AÇISINDAN KAMU DİPLOMASİSİ: KURTLAR VADİSİ DİZİ HABERLERİ SÖYLEM ANALİZİ**

**Doç. Dr. Emine KILIÇARSLAN<sup>1</sup>**

### **Özet**

*Bölgesel güç olma bağlamında siyasal pazarlama açısından Türk dizilerinin gerek Ortadoğu gerekse Balkanlar ve Türk Cumhuriyetlerinde gösterime girmesi Türk kamu diplomasisi açısından oldukça önemli bir güçtür. Yumuşak güç olarak tanımlanan kamu diplomasisinin kültürel boyutu ile alakalı olan bu olgu, Türk sinema ve dizi sektörünün gelişmesinde de önemli rol oynamaktadır. Türkiye Cumhuriyeti'nin bölgesel güç olması bağlamında önem taşıyan bu diziler ekonomik, siyasal ve kültürel güç ilişkileri bağlamında tanıtım amaçlı da hizmet vermektedir.*

*Bu bağlamda bu araştırmanın amacı Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisinin işlediği siyasal pazarlama kavramlarının bölgesel güç olma bağlamında Türk kamu diplomasisi açısından önemini göstermektir. Bu nedenle araştırmanın inceleme materyali Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisidir. Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisinin gösterimi ile ilgili çıkan haberler pozitif, negatif ve nötr olarak, söylem analizi yöntemi ile analiz edilmiştir.*

**Anahtar Kavramlar:** Kurtlar Vadisi Dizisi, Siyasal Pazarlama, Kamu Diplomasisi

---

<sup>1</sup> Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın Meslek Yüksekokulu, Basım Yayın Teknolojileri Programı, [emine.kilicaslan@adu.edu.tr](mailto:emine.kilicaslan@adu.edu.tr). ORCID No: 0000-0002-4226-9409

## **PUBLIC DIPLOMACY IN TERMS OF POLITICAL MARKETING IN THE CONTEXT OF REGIONAL POWER: WOLFS VALLEY SERIES NEWS DISCUSSION ANALYSIS**

### *Abstract*

*In terms of political marketing in the context of being a regional power, Turkish TV series being screened both in the Middle East, in the Balkans and in the Turkish Republics is a very important force in terms of Turkish public diplomacy. This phenomenon, which is related to the cultural dimension of public diplomacy, which is defined as soft power, plays an important role in the development of the Turkish cinema and TV series industry. These serials, which are important in the context of the Republic of Turkey being a regional power, also serve for promotional purposes in the context of economic, political and cultural power relations.*

*In this context, the aim of this research is to Show the importance of the political marketing concepts of the Valley of the Wolves TV Series in terms of Turkish public diplomacy in the context of being a regional power. For this reason, the study material of the research is Valley of the Wolves TV Series. The news about screening of Valley of the Wolves TV Series were analyzed as positive, negative and neutral, with the method of discourse analysis.*

**Key Concepts:** Valley of the Wolves TV series, Political Marketing, Public Diplomacy.

### **GİRİŞ**

Siyasal pazarlama disiplini siyaset ve pazarlama disiplinlerinin kesişme noktasında, sosyoloji, psikoloji, iletişim gibi sosyal bilimlerin pek çok alanının kapsamına girmektedir. Bu bağlamda, siyasal pazarlamanın, önemi küreselleşen dünya ve yenedünya sisteminin yarattığı gerilim ile artmıştır. Bu nedenle, siyasal pazarlama, hem devletler arası ilişkilerde hem de devletlerin kendi kamuoyunu yaratmaları açısından özellikle kamu diplomasisi ve siyasal iletişim alanları ile birlikte hareket etmektedir. Siyasal pazarlama yaklaşımı aynı siyasal iletişim yaklaşımında olduğu gibi sınırlandırıldığında, seçim dönemlerinde siyasetçilerin seçmenlere yönelik yürüttükleri faaliyetler olarak görülmektedir.

1990'larla birlikte sona eren Soğuk Savaş süreci ABD ve Avrupa ülkelerinin küresel kamuoyu yaratması açısından miladi bir başlangıç olmuştur. Özellikle, ABD küresel kamuoyu yaratmak amacıyla medya

aracılığıyla siyasal pazarlama faaliyetlerini sıklaştırmıştır. Bu faaliyetlerin en önemli sloganı “demokrasi”, “insan hakları” ve “barış” kavramları olmuştur. Batının liberal demokrasi ideolojisinin temel taşları olan bu kavramlar dünyaya bir kahraman aracılığıyla kötülerini yok etmek için pazarlanmıştır. Önemli bir kamu diplomasisi uygulaması olan bu kahraman, ABD’ dir. ABD gerek Hollywood filmleri gerekse yaptığı tüm medya programları aracılığıyla küresel kamuoyu yaratmak ve bir üst adımda siyasal pazarlama adımlarını bu kavramlar aracılığıyla yürütmek için iyi ve kötü karakterlerle yaratmıştır.

1990’lar sonrası gücü artan liberal demokrasi ideolojisi, Batı düşünce sisteminin SSCB’ yi yıktığı üstüne kurulmuştur. Liberal demokrasi, düşünce sistemi özellikle, “demokrasi”, “insan hakları”, “özgürlük”, “barış” gibi kavramlar etrafında şekillenerek küresel kamuoyunu bu kavramlar çerçevesinde oluşturmayı hedeflemiştir. Hatta Fukuyama Tarihin Sonu tezinde artık insanlığın gelebileceği son nokta olarak liberal demokrasi ideolojisini anlatmıştır (Fukuyama, 2000/a: 373).

Özkan’a göre, “demokrasinin, insan haklarının ve özgürlüklerin daha fazla önem kazandığı yeni yüzyılda, kamuoyları hem ülkeler hem de toplumlar üzerinde çok belirleyici bir rol oynamaya başlamışlardır (Özkan, 2002:5). Bu nedenlerle kamu diplomasisi çok önem kazanmıştır.

2000’li yıllarla birlikte, 1990’larda temelleri atılan yenedünya şekillenmeye başlamıştır. Yenedünyanın şekillenmesinde internet ve sosyal medya önemli araçlar olarak görev yapmaktadırlar. 2000’li yıllar Türkiye içinde yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. Bölgesel güç olma bağlamında, Türkiye açısından bakıldığında, Türkiye’nin özellikle dizi sektöründe önemli gelişmeler gösterdiği yıllar olmuştur. Türkiye dizi sektöründe elde ettiği başarıyı, Ortadoğu ülkelerine çok fazla dizi ihraç eden ülke olarak göstermiştir. Türkiye Ortadoğu pazarının önemini farkederek bupazara yönelmiştir. Bu bağlamda, örneğin; Gümüş dizisi, Noor yayınlandığı Ortadoğu’da, 85 milyon izleyiciye ulaşmıştır. Türkiye’yi tanıttığını ve gelen turist sayısı ile turizm gelirini arttırdığı görülmüştür (Nuroğlu, 2013:1).

Türk dizi sektörü sonrasında, Ortadoğu, Balkanlar, Türk Cumhuriyetleri, Kuzey Afrika, Afganistan ve hatta bazı Latin Amerika ülkelerine dizi ihraç eder duruma gelmiştir. Bölgesel güç olma bağlamında, Türkiye açısından özellikle Ortadoğu, Balkanlar ve Türk Cumhuriyetleri ile Kuzey Afrika önemli siyasal pazarlama ülkeleri olmuştur.

21.yüzyılın en önemli kavramları olan “küreselleşme” ve “demokratikleşme” bilindiği gibi medya sektörü üzerinden küresel egemen güçlerin bilinç endüstrisi oluşturma araçlarıdır. Yaşadığımız hipokrazi çağında en önemli egemen unsurlardan biri olan medya egemen güçlerin küresel ve ulusal kolay yönetme ve zihinleri manipüle etme aracı olarak görev yapmaktadır. Bu nedenle Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisi Türkiye’de ve bölgede çeşitli tartışmalar yaratmıştır. Bu tartışmaların yanı sıra dizi reyting rekorları ve çok yüksek bütçelerle transferler yaşamıştır. Bu nedenlerle, bu araştırmanın amacı, bölgesel güç olma bağlamında, kamu diplomasisi ve uluslararası iletişim açısından siyasal pazarlamanın önemini göstermektir. Araştırmada, inceleme materyali olarak Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisi ile ilgili haberler analiz edilmiştir. Bu analiz iki şekilde yapılmıştır. Birincisi dizinin temel erkek ve kadın karakterlerinin kullandığı karakter ve kişilik iletilerine bakılmıştır. İkincisi dizi ile ilgili çıkan, olumlu, olumsuz ve nötr haberler söylemsel düzeyde analiz edilmiştir.

## 1. SİYASAL PAZARLAMA

Pazarlama, kavram olarak içerisinde, müşteriler, ürünler, paydaşlar ve tüketiciler gibi pek çok unsuru barındıran bir faaliyetler bütünü olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda özellikle Birinci Dünya Savaşı sonrasında, ürünlerin üreticiden tüketiciye aktarılma faaliyeti olarak bakılırken İkinci Dünya Savaşı sonrası hizmetleri de kapsamı içine almıştır. Daha sonra pazarlama alanında yaşanan gelişmeler, özellikle reklam sektöründe yaşanan gelişmeler ve alanla bağlantısı pazarlama yaklaşımının kapsamını genişletmiştir. Bu nedenle pazarlama disiplininin en son tanımlarından olan “ alıcılar, tüketiciler, paydaşlar ve geniş boyutuyla toplum için değer ifade eden sunuların geliştirilmesi, tanıtımı, sunumu ve mübadelesi için bir dizi kuruluşan ve süreçlerden oluşan bir faaliyet” olarak tanımlanmıştır. (AMA, 2007).

Buradan hareketle siyasal pazarlama yaklaşımına bakıldığında kavram ilk kez Stanley Kelley tarafından literatüre kazandırılmıştır. Kelley, Profesyonel Halkla İlişkiler ve Politik Güç isimli kitabında siyasal pazarlamayı propaganda ile aynı anlamda kullanmıştır (Kelley, 1956:9). Siyaset bilimi açısından, siyasal pazarlama kitlelerin propaganda yöntemleri ile ikna edilmesi anlamına gelmektedir. Geleneksel pazarlamacıların yöntemlerinin siyasal pazarlama alanında da kullanılması pazarlama sürecine yeni bir bakış açısı getirmiştir. Bagozzi' (1975), Bagozzi, siyasal pazarlamayı, politikada, politik parti ya da aday ile seçmenler arasındaki mübadele ilişkisi ile açıklamaktadır.

Siyasal pazarlamaya, mübadele ilişkisinden daha çok siyasal iletişim süreci olarak bakılması kapsamının genişliğinin açıklamasına daha çok yardımcı olacaktır. Çünkü siyasal pazarlama faaliyetleri süreci siyasal aktörlerin kamuoyu oluşturma, kamuoyunu etkileme, hedef kitleleri manipüle etme gibi bir dizi ulusal ve küresel siyasi faaliyetler bütünüdür. Bir partinin ve adayın siyasal amaçlarını gerçekleştirmesinin dışında egemen devletlerin kendi ekonomik ve siyasal çıkarlarını sürdürmek için yaptığı pek çok faaliyetleri de içermektedir. Bu nedenle siyasal pazarlama kapsamı oldukça geniş bir alandır.

## 2. KAMU DİPLOMASİSİ

Kamu diplomasisi ve siyasal pazarlamanın çalışma arenası olan siyaset kavramı önemini uzlaşma ve çatışma bağlamında iktidar ilişkilerini içinde barındırmasından almaktadır. Toplumcul varlıklar olan insanlar, ilkel komünal toplumdaki bugüne her zaman yönetme ve yönetilme, egemenlik kurma, iktidar olma kavramları doğrultusunda, siyaset kavramı gelişme göstermiştir. Siyaset iktidar gücünü elinde tutanlar ile yönetilenler arasındaki ilişkileri düzenleyebilme çabası olarak görülebilir. Siyaset, en geniş anlamıyla, insanların ortak yaşamalarını mümkün kılan genel kuralları oluşturma, koruma veya değiştirme etkinliğidir (Heywood, 2018:43). Kamu diplomasisi, ikna temelli bir yaklaşıma sahip olmakla birlikte hükümetlerin devletlerle ve toplumlarla etkileşimine dayalı olması sebebiyle uluslararası halkla ilişkilerle de yakından ilgilidir (Fitzpatrick vd., 2013).

Devlet ve siyaset kavramı geçmişten bugüne iç içe geçmiş olan ve birbirinden ayrılamayan kavramlardır. Bu kavramlar arasındaki ilişki

yukarıda da bahsedildiği gibi siyaset kavramının anlamından kaynaklanmaktadır. Siyaset 'yönetme' çabası olarak tanımlanmaktadır. Devlet ise egemen olma kavramını da kapsamaktadır. Bu nedenle devletlerde siyasal aktör olarak hem küresel hem de bölgesel egemenlik kurma çabası içine girmektedirler. Siyaseti ele alan birçok düşünür ve siyaset bilimci otoriteye bağlı olarak şekillenen sosyal ilişkilerin temel özelliğinin özel bir sosyal örgütlenme biçimi olan devlet olduğunu belirtmektedirler. Siyaset genel olarak devlete ait kurum ve süreçleri ifade eder ve siyaset bilimi de bu kurum ve süreçler üzerinde sistematik olarak çalışan bir disiplin olarak tanımlanır (Ranney, 1990: 1).

1980'ler, kitle iletişim araçlarının da etkisiyle dünyanın siyasal yapısının değişmeye başladığı yıllardır. Özellikle 1990'larda SSCB'nin dağılmasıyla birlikte küreselleşme süreci daha da hız kazanmıştır. Rusya Federasyonu 1990'lı yıllarda siyasi ve iktisadi alanlarda köklü değişimler yaşamıştır. Bu değişimler ülkeyi, özellikle ekonomik alanlarda önemli sorunlarla karşı karşıya bırakmış ve ekonomik krizlerin patlak vermesine neden olmuştur. Rusya Federasyonu bu belirsiz sürede eriyen rezervlerini koruyabilmek için bir takım önlemler olsa da bunlar yeterli olmamıştır (Karagül 2012: 290). Bütün dünyada liberalizmin özgürlük sloganları kitle iletişim araçları vasıtasıyla yaygınlaşmaya başlamıştır. Doğal olarak devletler arası ilişkiler de bu yeni trende göre kendini yeniden şekillendirmiştir. Bu yeni şekillenme süreci eski aktörlerin kendilerini değişen sürece tekrar adapte etmesiyle olmuştur.

Günümüzde devletler arası ilişkilerin siyasi boyutu, devletler, hükümetler dışında bu yüzyılın başında kurulmaya başlayan ve küreselleşme süreciyle güç kazanan devlet-dışı kuruluşlar ile uluslararası örgütler arasında uluslararası arenada sürüp giden; ekonomik, siyasal, kültürel bir alan olarak devam etmektedir. Bu alanda yer alan siyasal aktörler aracılığıyla sürüp giden siyasal iletişim çerçevesinde uluslararası siyaset işlemektedir. Ayrıca uluslararası siyaset devletlerin resmi organlarının yürüttüğü bütün ilişkileri de kapsamaktadır. Uluslararası siyasetin en önemli aktörü olan devletlerin siyasal ilişkileri diplomasi çerçevesinde işlemektedir. Bu siyasal ilişkiler uluslararası arenada yer alan diğer siyasal aktörlerle birlikte kurulan siyasal iletişim sürecinin içeriklerini belirlemektedir. Özkan'a göre, *Yenidünyada, eski dünyanın kurallarıyla, kalıplarıyla, yöntemleriyle, alışkanlıklarıyla*

*hareket ederek başarı beklemek mümkün değil. Yenedünyanın yeni bir dili, üslubu, yöntemi var. Yenedünyanın bu yeni gerekliliklerine uyum sağlayabilen, uygun yöntemleri ustalikle kullanabilen, hatta geliştirebilen ülkeler, rekabette üstünlük sağlayabiliyor, farklılıklarını ortaya koyabiliyor, potansiyelini açığa çıkartabiliyor. Yenedünyanın ülkeler açısından en stratejik gücü ise Kamu Diplomasisi... Kamu diplomasisi, ülkelerin sahip olduğu dersleri dünyaya daha iyi anlatabilmesi esasına dayanıyor. “Yumuşak güç” diye tanımlanan bilim, sanat, spor, kültür, eğitim gibi unsurları ustalikle kullanabilen ülkeler, dünyada cazibe merkezi haline geliyorlar. Toplumlar arasında etkileşime imkan sağlayan kamu diplomasisi araçları; ekonomik, siyasi, kültürel işbirliklerin ve dostlukların kapısını aralıyor (Özkan, 2012:9).*

Devletlerarası ilişkilerin en temel amacı liberal ekonomik ilişkilerin sürmesi için siyasal ilişkilerin kontrol altında tutulmasıdır. Özellikle bu ilişkilerde bir taraf egemen güç ise o egemen güç olan tarafın istemleri ilişkilerin gidiş yönünü belirlemektedir. Ayrıca bu ilişkilerde, ekonomik karşılıklı bağımlılık oluştuysa egemen güç olan devlet diğer devlet üzerinde kendi istediği doğrultuda ekonomik ve siyasi kararlar alılabilmekte ve bu bağımlılığı kullanma amacıyla hareket etmektedir. Küreselleşme süreci ve artan rekabet ortamı da devletlerarası ilişkilerde karşılıklı bağımlılığı giderek artırmaktadır. Uluslararası arenada devletler küresel ekonomik rekabetten dolayı pazarda daha güçlü ve etkili olabilmek için ekonomik ve siyasal yönden kendilerine bağımlı devletler yaratma çabası içine girmektedirler. Bu bağımlılık ilişkisinde egemen devlet ekonomik ve siyasal bağımlılığın yanında kamu diplomasisi yaparak kültürel bağımlılık da yaratmaya çalışmaktadır (Kılıçaslan, 2019:23).

Kamu diplomasisi günümüz dünyasının en etkili ikna edici aracıdır. Bu nedenle kamu diplomasisi strateji ve yöntemleri oldukça önem kazanmıştır. Kamu diplomasisi, ülkelerin ve toplumların yumuşak güç potansiyellerini harekete geçirebilme temeline dayanmaktadır. Bu bağlamda kamu diplomasisini etkili şekilde kullanabilen ülkeler, cazibe merkezi haline gelmekte, böylece kendi politikalarını başka ülkelere kabul ettirebilme imkânına kavuşmaktadır (Nye, 2008; 2).

Küreselleşme süreciyle birlikte devletler arası ilişkilerde kültürler arası iletişim artış göstermektedir. Devletler arası ilişkilerde kültürel

iletişim, siyasi açıdan çözülemeyen problemlerin yumuşak bir geçişle çözümlenmesini sağlaması açısından önem taşımaktadır. Diplomaside oldukça önemli bir yol olan kültürel ilişkiler hükümetler dışında daha resmiyet dışı olan ilişkiler olarak sürmektedir (Kılıçaslan, 2019:45).

Günümüzde kültür kavramı edebiyat ve sanat alanları da dâhil hayatın her alanında; giyim, iş, aile gibi günlük bütün ritüelleri içine almaktadır. Toplum içinde yaşayan bireyin yaşamının bütün yönlerini kapsamaktadır. Her toplumsal yapı, iklim ve coğrafyasına göre kendi kültürünü yaratmıştır. Bu nedenle kültür toplumdan topluma farklılık göstermektedir. Kültür olgusu toplumları bir arada tutan yapı taşları olması sebebiyle devletler için olmazsa olmaz önemli unsurlardandır.

Devletlerarası ilişkilerde kamu diplomasisi açısından kültürel ilişkiler oldukça önem taşımaktadır. Çünkü kültürel iletişim devletler arasında sağlıklı işleyen bir kamu diplomasisi süreci yaratmaktadır. Bu nedenle devletler arasında kültürel iletişim biçimlerinde oluşturulacak olan stratejik iletişim doğru kişilerin seçilerek çalışması ve hedef ve çözüm odaklı hareket edilmesini gerektirmektedir. Bu bağlamda hazırlanması gereken etkili ve ikna edici tanıtım stratejileri kamu diplomasisi açısından oluşturulacak olan güvenilir iletişim ortamını yaratmaktadır. (Kılıçaslan, Çalışır, 2017:24).

Kamu diplomasisi bağlamında bir yumuşak güç aracı olan diziler ayrıca, ülkelerin ekonomik dinamizminde de önemli rol oynamaktadır. Bir yumuşak güç unsuru olan diziler, Türk dizi sektörünün gelişmesiyle birlikte özellikle Ortadoğu ülkeleri için Türkiye cazibe merkezi olmaya başlamıştır. Örneğin; Türkiye'nin 2002-2010 döneminde Ortadoğu'ya olan ihracatının toplam ihracatı içindeki payı yüzde 6'dan yüzde 16'ya yükseldi, Ortadoğu ile toplam ticaret hacmi ise bu zaman diliminde 3,9 milyar dolardan 23,6 milyar dolara çıkmıştır. Türk dizilerinin yarattığı hayranlık ve merak duygusu ile Ortadoğu ülkelerinden çok sayıda turist gelmeye başlamıştır. 2002'de Ortadoğu ülkelerinden Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı 975 bin iken bu rakam 2010'da 3,6 milyonu geçmiştir. Yine toplam ziyaretçi sayısı içinde Ortadoğu ülkeleri vatandaşlarının oranı aynı dönemde yüzde 7,3'ten yüzde 12,6'ya çıkmıştır (Dinçer ve Kutlay, 2012; 12). Cumhurbaşkanı



Recep Tayyip Erdoğan 2017'deki Bahreyn ziyaretinde resmi orkestranın Diriliş Ertuğrul müziğini çaldığı törenle karşılanmıştır (Asan, 2017).

### **3.KURTLAR VADİSİ VE KURTLAR VADİSİ PUSU DİZİ SERİSİNİN KAMU DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA SİYASAL İLETİŞİM İLETİLERİ**

Kurtlar Vadisi dizisi, 15 Ocak 2003 tarihinde Show televizyon kanalında gösterime giren mafya dizisi olarak tanıtılmıştır. Oysaki dizi mafya dizisi olmanın da ötesinde Türkiye Cumhuriyeti'nin derin devlet ilişkilerini, küresel ve bölgesel dış düşmanlar ve iç düşmanlarla mücadele eden Polat Alemdar ve arkadaşlarının serüvenlerini anlatmaktadır. Dizi 4 sezon ve 97 bölüm olarak televizyonda yer almıştır. Dizi 4 milyon dolar karşılığında Kanal D'ye transfer olmuştur.

Sonrasında çekilen, Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisi, Pana Film tarafından yapılmıştır. 300 bölüm çekilmiştir. Kurtlar Vadisi Pusu ilk 3 sezon yine Show TV'de gösterilmiştir. 5. sezonda ATV'ye transfer olmuştur. 6. sezon TNT'ye, 7. ve 8. sezonlarda tekrar ATV'de yayınlanmıştır. Son olarak 9. ve 10. sezonları Kanal D'de yayınlanarak sonlandırılmıştır.

Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisinde öne çıkan; Kahramanlık, fedakârlık, devletin bekası, Vatan, Millet, Onur, Gurur, İnanç, Şehit siyasal ileti kavramları bölgesel kamu diplomasisi bağlamında Türkiye Cumhuriyeti Devletini güçlü göstermektedir. Örneğin bu tarz ABD menşeli Hollywood yapımı filmlere bakıldığında, sürekli işlenen tema “kahramanlık, fedakârlık, özgürlük ve demokrasi” (Erdoğan, 2020) olmaktadır.

Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisi Türkiye'de en uzun süreli yayınlanan ve çok yoğun izleyici kitlesi olan siyasi içerikli mesajlar içeren bir dizidir. Dizi mafya dizisi olarak ün yapmasına rağmen mafya dizisi değil siyasal içerikli Türk-İslam kültürel değerlerini ve geleneksel Türk aile yapısının modernleşmiş versiyonu olarak mesajlar vermektedir. Dizi, mafya dizisi olarak ün salmasına rağmen dizide mafya ile mücadele ve devletin yüceltilmesine dair mesajlar bulunmaktadır. Dizi aktörleri mafyavari (para, zenginlik, eğlence, kumar, uyuşturucu, içki gibi) düşük bir hayat yaşamak yerine, vatan için mücadele etmektedirler.

Bütün dizi serisi boyunca ağırlıklı olarak siyah, beyaz ve lacivert renkler kullanan dizi aktörleri Türk-İslam kültürüne ait değerleri de yüce değer olarak ön plana çıkarmaktadırlar. Kendilerini sadece devletine ve vatanına adanmış kahraman adamlar karakter olarak yüksek ahlaklı, onurlu, gururlu, paraya değer vermeyen, kadınlara zaafı olmayan, âşık oldukları kadınları yücelten, çok konuşmayan, suskun ama mağrur bir yapı çizmektedirler.

Ayrıca ailelerine bağlı ve aileleri ile olan ilişkilerinde geleneksel değerleri ön planda tutan dizi, anne, baba ve çocuk ilişkilerinde hiyerarşiye önem vermektedir. Özellikle Polat Alemdar'ın kızın bile geleneksel değerlere göre yetiştirme çabası dizide dikkat çekmektedir. Anne ve babası ile olan ilişkisinde Polat Alemdar anne ve babasının sözünü dinlemektedir. Onlara çok önem vermektedir.

Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu Dizi serisine bölgesel güç olma bağlamında bakıldığında Türkiye'nin hem tarihsel geçmişi hem de coğrafi konumu, Avrupa'dan Asya'ya geçiş güzergâhı olması, Ortadoğu'dan Kafkaslara kadar dünyanın en önemli bölgesini kontrol etmesi dikkat çekmektedir.

Bu bağlamda, Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisi kendisine temel hareket noktası olarak devletin hem iç hem dış düşmanlarına karşı savaşmayı hedef edinmiştir. Dizinin kahramanları hem Türkiye'de hem de Balkanlar ve Ortadoğu'da, ABD, İngiltere, Almanya ve İsrail gibi Türkiye üzerinde siyasi ve ekonomik amaçları olan emperyalist ve Siyonist dış güçlere karşı savaşmaktadırlar. Dizi kahramanları bunu yaparken bu dış düşmanların içerdeki işbirlikçileri olan, PKK ve İŞİD gibi örgütlerle de mücadele etmektedirler.

Dizide işlenen konular ağırlıklı olarak değişen ve yozlaşan kültüre karşı geleneksel, Türk-İslam kültürüne ait yüce değerler verilmektedir. Dizinin siyasal iletilerine bakıldığında; adalet, ahlak, namus, vatanseverlik, Kuran'ın kutsallığı, bayrak, devlet, kötülerle savaş, hainlerin cezalandırılması, şehitlik mertebesi gibi kavramlar öne çıkmaktadır.

**Dizide Çizilen Erkek Karakteri** (Polat Alemdar, Memati, Abdülhey, Cihat)

- Cesur
- Delikanlı
- Dürüstlüğü ve Doğruluğu temsil eder.
- Ciddi giyinir. (Takım elbise, beyaz gömlek ya da siyah tişört).
- Sadık
- Sözünün Eri
- Ahlaklı

**Dizide Çizilen Kadın Karakteri** (Elif Eylül, Leyla Türkmenoğlu)

- Modern, aynı zamanda Türk geleneklerine bağlı
- Mücadeleci
- Dik başlı
- Erkeklere karşı çıkabilen
- Hakkını Arayan
- Evine Bağlı
- Erkeğine Bağlı
- Gerektiğinde Erkeğinin Sözüne de karşı çıkabilen ve onu dinlemeyen

Dizide ayrıca erkeklik karakteri olarak verilen, mertlik ve yiğitlik vurguları delikanlılıkla özdeşleştirilir. Dizide erkeklik, kadınlık karakter vurguları Türk geleneksel yapısına gönderme yapmaktadır. İyi karakterler, inançlı ve muhafazakârdır. Polat Alemdar, iyi eğitilmiştir. Her konuda yeteneklidir ve çok iyi Arapça ve İngilizce konuşmaktadır.

Dizide işlenen temel konu adalettir. Haklı ile haksızın ayırt edilmesi ve haksız kim olursa olsun cezalandırılması önemlidir. Polat Alemdar, dizi de devlet adına hak dağıtan kişi olarak gösterilmektedir. Polat Alemdar ve adamları, kendi adalet sistemleri çerçevesinde hareket ederek adaleti sağlamaktadırlar. Kötülerle savaşırken amaç devletin bekasının devamı için canını bile göz kırpmadan vermektir.

Erdoğan'a göre, Polat Alemdar ve Çakır gibi "iyilerin" uyguladıkları şiddet kurulu düzenin devamı için hem meşrulaştırılır (haklı çıkarılır) hem de olağanlaştırılır. Diziler toplumu ve düzeni süper man, süper polis, örümcek adam, kahraman kovboy ya da Polat Alemdar gibi kahramanlar korurlar. Bu meşrulaştırılmış baskı, katillik ve hatta katliam güçleri

tarafından, çoğunlukla kötülerin kullandıkları aynı yöntemi kötülere karşı kullanarak çözümlere ulaşırlar. Bu tür kurgular ve ekmeler, egemen düzeni ve egemen ilişkileri doğallılaştırır ve sorun çıktığında, kişileri topluma uyarlamayı sağlayacak şekilde duruma çözüm getirir; eğer topluma uyarlayamazsa, Kurtlar Vadisi çözümünü getirir (Erdoğan, 2020).

#### **4.KURTLAR VADİSİ VE KURTLAR VADİSİ PUSU DİZİ SERİSİ HABERLERİ SÖYLEM ANALİZİ**

Söylem analiz sosyal bilimler alanında oldukça yaygın kullanımı olan ve konuşma ve metinler aracılığıyla oluşan anlam ürünleri ile ilgilenen geniş kapsamlı bir araştırma yöntemidir. Söylem analizinin teoriksel arka planında sosyal bilimlerdeki sosyoloji, psikoloji, dilbilim, medya, siyasal bilimler gibi pek çok farklı alan yer almaktadır. Bu alanların her biri söylem analizini kendi bakış açılarına ve bilimsel yöntemlerine dayalı olarak kullanır ve söylem analizine ilişkin kendi kurallarını oluşturur (Çelik, H., Ekşi, H., researchgate.net/publication/324259749).

Söylem üzerinde araştırma yapan eleştirel araştırmalar söylemin etkililiğinin farkına varmak için bir dizi tatmin edici amaca ihtiyaç duymaktadır. Bu açıdan bakıldığında eleştirel söylem analizinin amaçları Van Dijk, (2003) tarafından şöyle sıralanır:

- Eleştirel söylem analizi diğer bütün marjinal araştırma yöntemleri tarafından kabul görmek için vaka analizlerinde diğer marjinal araştırmalardan daha iyi olmalıdır
- Eleştirel söylem analizi var olan paradigmlar ve üsluplar yerine genellikle sosyal problemler ve politik sorunlara odaklanır (Van Dijk, 2003:352).

Haberler	Pozitif Söylemler	Negatif Söylemler
<p><b>Haber1: İsrail'den Türkiye'ye "Kurtlar Vadisi" uyarısı.</b> Kurtlar Vadisi Pusu, İsrail, Ankara-Tel Aviv arasında <b>kriz</b> yaşanmasına neden oldu. "Kurtlar Vadisi Pusu"ya yönelik diplomatik kanallardan bir <b>protesto</b> girişiminde bulunuldu.Polat'ın vurduğu kişinin başından sıçrayan kan duvardaki Davut Yıldızı'na sıçradı. Burası yabancı bir ülke toprağı. Savaş suçu işliyorsunuz. Polat: Hep siz mi savaş suçu işleyeceksiniz? "Kurtlar Vadisi, yanlışları teşhir etmeye devam edecektir" <a href="https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/israilden-turkiyeye-kurtlar-vadisi-uyarisi112096">https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/israilden-turkiyeye-kurtlar-vadisi-uyarisi112096</a>, E.T.05.06.2020)</p>		<p><b>Uyarı</b> <b>Kriz</b> <b>Protesto</b> <b>Kan Sıçraması</b> <b>Savaş Suçu</b> <b>Yanlışları Teşhir</b></p>

<p><b>Haber 2: Kurtlar Vadisi: Filistin filmi çok tehlikeli"27.01.2011</b></p> <p>"Kurtlar Vadisi Filistin" filminin Almanya'da gösterimi İsrail karşıtı propaganda yaptığı gerekçesiyle durduruldu. Nasyonal Sosyalizm Kurbanlarını anma gününde filmin gösterime girmesi tepkilere neden olmuştur. Filme tepki gösterenler tarafından memnuniyetle karşılanırsa da, Kurtlar Vadisi Filistin'e yönelik eleştiriler sürüyor. Hristiyan Birlik Partileri Alman Meclis Grubu Dış Politika Sözcüsü Philipp Missfelder, 2006 yılında gösterilen Kurtlar Vadisi Irak gibi, bu film de Yahudi karşıtı öğeler içerdiğini dile getirdi. Gençler için, tehlike."Hür Demokrat Parti Alman Meclis Grubu Uyum Politikaları Sözcüsü Serkan Tören ise filmin Almanya'da gösterilmemesi gerektiğini belirtti.</p> <p><a href="https://www.cnnturk.com/2011/kultur.sanat/sinema/01/27/kurtlar.vadisi.filistin.film.i.cok.tehlikeli/604764.0/index.html">https://www.cnnturk.com/2011/kultur.sanat/sinema/01/27/kurtlar.vadisi.filistin.film.i.cok.tehlikeli/604764.0/index.html</a>, E.T. 05.06.2021.</p>		<p><b>Çok Tehlikeli İsrail Karşıtı Propaganda Nasyonal Sosyalizm Kurbanlarını anma günü Tepki toplamak Eleştiriler sürüyor Yahudi Karşıtı Gençler için tehlike Gösterilmemesi gerekiyor</b></p>
<p><b>Haber3: Kurtlar Vadisi Pusu Belgrad sokaklarında</b></p> <p>ATV ekranlarında <b>izlenme rekorları kıran</b> 'Kurtlar Vadisi: Pusu' dizisi, yayınlandığı ülkelerde de en gözde yapımlar arasında yer alıyor. Dizi, Sırbistan'da da ilgiyle izleniyor. Sırlardan yoğun ilgi görüştür. Dizinin afişleri başkent Belgrad sokaklarını süslemiştir.</p> <p><a href="https://www.star.com.tr/dizi/kurtlar-vadisi-pusu-belgrad-sokaklarinda-haber336624/">https://www.star.com.tr/dizi/kurtlar-vadisi-pusu-belgrad-sokaklarinda-haber336624/</a></p>	<p><b>İzlenme rekorları kırdı En gözde yapım Yoğun ilgi görüyor Belgrad sokaklarını süslüyor</b></p>	
<p><b>Haber4: Kurtlar Vadisi'ni 30 ülkeye sattı, 'Filistin'in maliyeti 10 milyon doları da aşacak.</b></p> <p>Kurtlar Vadisi dizisi otuz ülkeye ihraç ediliyor. Özellikle Kurtlar Vadisi Filistin filminin bütçesi 10 milyon doları geçmiştir. Film yüz ülkede gösterime girecek. Türkiye'nin ihracat pazarını genişleten dizinin ayrıca istihdamda katkısı yüksektir.</p> <p><a href="https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/kurtlar-vadisi-ni-30-ulkeye-satti-filistin-inmaliyeti-10-milyon-dolari-da-asacak-15007615">https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/kurtlar-vadisi-ni-30-ulkeye-satti-filistin-inmaliyeti-10-milyon-dolari-da-asacak-15007615</a></p>	<p><b>30 ülkeye ihracat Milyonları ekrana kilitleyen En pahalı film 100 ülkede gösterime girecek İhracat pazarı genişleyecek Dev bir endüstri İstihdama katkısı büyük</b></p>	
<p><b>Haber5: Güney Amerika'yı 'Kurtlar' bastı</b></p> <p>Kurtlar Vadisi dizileri Güney Amerika'ya çıkarma yaptı. Arjantin ve Şili ile birlikte dizinin izlendiği ülke sayısı 40'ı geçmiştir. Oyuncular izleyenlerin kahramanı oluyor. Türkiye ekonomisi için pazarlama başarısı olarak kabul edilmektedir. <i>Kurtlar Vadisi</i>, Arjantin ve Şili'de beğeniyle izleniyor. Türk dizileri şu anda 40'tan fazla ülkede yayınlanıyor ve yıllık 10 milyon doların üzerinde bir pazar oluşturuyor.</p> <p><a href="https://www.sabah.com.tr/pazar/2010/12/05/gubey_am_erikayi_kurtlar_basti">https://www.sabah.com.tr/pazar/2010/12/05/gubey_am_erikayi_kurtlar_basti</a></p>	<p><b>Türk Dizilerinin izlendiği ülkeler 40'ı geçti Kurtlar Vadisi Arjantin ve Şili'ye çıkarma yaptı Pazarlama Başarısı 10 milyon doların üstünde pazar Oyunculara kahraman olarak bakılıyor</b></p>	<p><b>Kurtlar Bastı</b></p>

<p><b>Haber 6: Kurtlar Vadisi Yurtdışında İzlenen 17 Türk Dizisi</b> Kurtlar Vadisi yurtdışında ülkemizdeki kadar büyük ilgi görmese de Filistin, Birleşik Arap Emirlikleri, Azerbaycan, Özbekistan, Bulgaristan ve Kazakistan gibi ülkelerde yüksek izlenme oranları tutturdu. <a href="https://www.hurriyet.com.tr/mahmure/galeri-yurtdisinda-izlenen-17-turk-dizisi-34940007">https://www.hurriyet.com.tr/mahmure/galeri-yurtdisinda-izlenen-17-turk-dizisi-34940007</a></p>	<p><b>Yüksek İzlenme Oranı Büyük İlgi</b></p>	
<p><b>Haber 7: Kurtlar Vadisi (2003-2016)</b> Bir dönem herkesi silahlı çatışmalara ve siyah ceketlere özendiren dizi. Çok sevildikçe ve izlendikçe sürekli yeni sezonları yapıldı. Kurtlar Vadisi: Filistin ise Türkiye'nin en pahalı prodüksiyonlarından biri oldu ve aynı anda 100 ülkede piyasaya sürüldü. <a href="https://onedio.com/haber/turk-televizyon-tarihinin-yurt-disinda-en-cok-sevilen-ve-firtinali-ruzgarlar-estiren-27-dizisi-">https://onedio.com/haber/turk-televizyon-tarihinin-yurt-disinda-en-cok-sevilen-ve-firtinali-ruzgarlar-estiren-27-dizisi-</a></p>	<p><b>En pahalı prodüksiyon 100 ülkede piyasaya sürüldü</b></p>	

#### 4.1. Negatif Söylem Haberleri

Tablo 2’de yer alan haberlere bakıldığında ister negatif ister pozitif haberler olsun hepsi Türk dizi sektörüne pazarlama açısından olumlu hizmet ettiği görülmektedir. Örneğin tablo 2’de yer alan 1. ve 2. Haberler negatif söylemler içermektedir. Ancak, izleyici kitlesi açısından bakıldığında Cumhuriyet gazetesinin yaptığı haber, olan “İsrail'den Türkiye'ye "Kurtlar Vadisi" uyarısı” Uyarı, Kriz, Protesto, Kan Sıçraması (İsrail Bayrağına), Savaş Suçu, Yanlışları Teşhir” gibi negatif söylemlerle dolu bir haberdir. İkinci negatif ve aynı haber CNN Turk’de internet haber sayfasında” “Kurtlar Vadisi Filistin” filminin Almanya’da gösterimi İsrail karşıtı propaganda yaptığı gerekçesiyle durduruldu” başlığıyla yer almıştır. Bu haberin içeriğine bakıldığında Cumhuriyet Gazetesinden daha fazla negatif söylem kullanıldığı dikkat çekmektedir. “Çok Tehlikeli, İsrail Karşıtı, Propaganda, Nasyonal Sosyalizm Kurbanlarını anma günü, Tepki toplamak, Eleştiriler sürüyor, Yahudi Karşıtı, Gençler için tehlike, Gösterilmemesi gerekiyor” sözcükleri haberde kullanılmıştır. Bu haberlere rağmen Kurtlar Vadisi dizi serisi ve Kurtlar Vadisi Filistin filmi izlenme rekorları kırmıştır. Bölgesel güç olma bağlamında kamu diplomasisi açısından yapılan siyasal pazarlama unsuru mazlumların yanında olmak, ezilenlere sahip çıkmak doğrultusunda olmaktadır. Bu mesajı alan kitleler sanal bile olsa bu durumdan haz almaktadır.

#### 4.2. Pozitif Söylem Haberleri

Pozitif söylem haberlerine bakıldığında, kullanılan söylemler **“izlenme rekorları kıran, en gözde yapımlar arasında, Sırbistan'da da ilgiyle izleniyor, Sırp halkından yoğun ilgi gören dizi, afişleri başkent Belgrad'ın sokaklarını süslüyor. 30 ülkeye ihracat, milyonları ekrana kilitliyor, En pahalı film, 100 ülkede gösterime girecek, ihracat pazarı genişleyecek, dev bir endüstri, Türk Dizilerinin izlendiği ülkeler 40'ı geçti, Kurtlar Vadisi Arjantin ve Şili'ye çıkarma yaptı, Pazarlama Başarısı, 10 milyon doların üstünde Pazar, Yüksek İzlenme Oranı, Büyük İlgi, En pahalı prodüksiyon, 100 ülkede piyasaya sürüldü”** pozitif söylemleri Türk dizilerinin hem pazarlama hem de siyasal pazarlama açısından başarı göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada pazarlama başarısına ticari açıdan bakılmaktadır. Siyasal pazarlama başarısı ise dizinin kıldığı satış ve izlenme rekorları dizinin içerdiği siyasal iletilerin Ortadoğu, Balkanlar ve diğer ülkeler açısından kabul gördüğü anlamına gelmektedir. Bu kabul görme bölgesel güç olma bağlamında Türk kamu diplomasisinin bir başarısıdır. Bu başarının devamının olabilmesi ise sadece yumuşak güç değil ekonomik, siyasal ve askeri güç ile desteklenmesinden geçmektedir.

#### SONUÇ

Kamu diplomasisinin önem kazanması ve kitle iletişim araçlarının yaygın kullanımı günümüz devletlerinin kendilerine küresel imaj yaratma ve kamuoyu oluşturma gücü vermiştir.

Bu nedenle günümüzün en önemli teknolojisi olan kitle iletişim araçları ya da medya sektörü özellikle egemen devletlerin, pazarlama, siyasal pazarlama, kamu diplomasisi ve siyasal iletişim yapma aracı olarak küresel kamuoyu yaratmak aracı olarak görev yapmaktadırlar.

Medya sektöründe yaşanan gelişmeler, özellikle günümüzde internet ve sosyal medyanın yaygın kullanımı ve bu araçların ucuz ve kolay ulaşılabilir olması siyasal aktörler için vazgeçilmez unsurlar olmuştur. Siyasal aktörler hem ulusal hem de küresel anlamda, kitlelere çabuk, ucuz ve kolay ulaşmanın yolunu bulmuşlardır. Bu mecrada yer alan tüm medya programları, siyasal aktörler için, kamuoyu oluşturma ve kitlelerin harekete geçmesinde önemli rol oynamaktadır.



Bu bağlamda Türk kamu diplomasisinin gelişiminde Türk dizi sektörü hem ekonominin gücü açısından pazarlama hem de siyasal aktörler için siyasal pazarlama bağlamında iki yönlü görev yapmaktadırlar. Siyasal aktörlerin küresel ya da bölgesel güç olmasında bu tür diziler önemli stratejik hamlelerdir. Bu türden diziler küresel kamuoyu yaratmak için stratejik hedefler doğrultusunda hareket etmektedirler. Bu bağlamda küresel anlamda oldukça önemli bir stratejik noktada bulunan Türkiye'nin bölgesel güç olmasında, yumuşak güç unsuru olarak bu diziler önemli rol oynamaktadır. Diziler yayınlandığı ülkelerde Türkiye'ye ilişkin sempati yaratma görevi görmektedirler. Bu dizileri izleyen başka ülke halkları yaratılan bu sempati doğrultusunda Türk ürünlerini satın almaya yönelirken diğer yandan Türk kültürüne yakınlaşmaktadır. Kültürel yakınlaşma ise siyasal aktörlerin işini kolaylaştırmaktadır. O ülke ile yapılacak askeri ve siyasi anlaşmalarda uzlaşma olasılığı artmaktadır. Çünkü her siyasal aktörün korkulu rüyası kamuoyu baskısıdır.

Küreselleşme süreci ve güçlenen medya sektörü metaların küresel ve bölgesel düzlemde dolaşımını kolaylaştırmaktadır. Buradan hareketle Türk dizi sektörünün pazarlama başarısı siyasal pazarlama başarısını da beraberinde getirmektedir. Örneğin; atv' de yayınlanan *Çocuklar Duymasın*' dizisi Japonya'da çok izlenmektedir. Kurtlar Vadisi dizi serisi ise yukarıda yer alan haberlerde de görüldüğü gibi pazarlama rekoru kırmaktadır. Dizinin maddi olarak başka ülkelere satın alınmasının dışında dizinin içerdiği siyasal iletiler siyasal hem pazarlama hem de kamu diplomasisi açısından Türkiye'nin bölgesel güç olması bağlamında önemli mesajlar içermektedir. Ayrıca dizinin Ortadoğu, Balkanlar ve Türk Cumhuriyetleri'nde izlenme rekorları kırması Türk kamu diplomasisinin gücü açısından önem taşımaktadır.

**KAYNAKÇA**

AMA, (2007).Pazarlama Terimleri, (E.PazarlamaTerimleri(2007)).<http://www.ama.org/aboutAMA/Pages/Definiton>.

Asan, Y. (2017). Diriliş'i 60 ülke seyrediyor. Yenişafak.com. 27.06.2019 tarihinde <https://www.yenisafak.com/hayat/dirilisi-60-ulke-seyrediyor-2627920> adresinden edinilmiştir.

Bagozzi, R., P., (1975). Marketing as Exchange, *Journal of Marketing*, Vol.39, No:4, October, s.32.

Çelik,H.EkşiH.,(2008)SöylemAnalizi,[https://www.researchgate.net/publication/324259749\\_S\\_OYLEM\\_ANALIZI](https://www.researchgate.net/publication/324259749_S_OYLEM_ANALIZI), (E.T. 27.07.2021)

Diñer O. B., Kutlay M. (2012) Türkiye'nin Ortadoğu'daki Güç Kapasitesi - Mümkünün Sınırları. Ampirik Bir İnceleme. *USAK Rapor* No: 12-03.

<http://www.usak.org.tr/dosyalar/diger/oKz1DPdBykjNGR01qGFTne1794rk dZ.pdf>.

Erdoğan, İ., (2020). Derin Devlet ve Tetikçileri: Kurtlar Vadisi: Yürüyen Kervana Havlayanlara Havlayanları Yüceltme, <https://www.researchgate.net/publication/344187505> (E.T. 5.06.2021).

Fitzpatrick, K., Fullerton, J. & Kendrick, A. (2013). Public relations and public diplomacy: Conceptual and practical connections, *Public Relations Journal*, 7 (4), 1-21.

Fukuyama, F., (2000/b), *Büyük Çözülme*, İstanbul, Sabah Kitapları.

Heywood, A., (2018). *Siyaset*, BB101 Yayınları.

Karagül, M., (2012). *Dünya Ekonomisi (Tehdit ve Fırsatlarıyla)*, Nobel Yayınevi, Ankara.

Kelley, S., (1956). *Professional Public Relations and Political Power*, Baltimore, John Hopkins.

Bölgesel Güç Olma... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021  
Kılıçaslan, E.,(2019). *Küreselleşme Sürecinde Devletlerarası İlişkiler Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi*, Paradigma Akademi Yayınları, Çanakkale.

Kılıçaslan E., Çalışır, G., (2017). Stratejik Siyasal İletişim Bağlamında Referandumlar, 16 Nisan 2017 Anayasa Değişikliği Referandumu Twitter Analizi, [https://www.researchgate.net/publication/331374649\\_Stratejik\\_Siyasal\\_Iletisim](https://www.researchgate.net/publication/331374649_Stratejik_Siyasal_Iletisim) (E.T. 27.07.2021)

Nye, J., (2008). “Public Diplomacy and Soft Power”, *The Annals of American Academy of Political and Social Science*, Vol. 616, No. 94, 2008, s. 96.

Nuroğlu, Elif. (2013). Dizi Turizmi: Orta Doğu Ve Balkanlar’dan Gelen Turistlerin Türkiye’yi Ziyaret Kararında Türk Dizileri Ne Kadar Etkili?, 5. *Uluslararası İstanbul İktisatçılar Zirvesi, Bildiri*.

Özkan, Abdullah. (21. Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye’nin Kamu Diplomasisi İmkânları, [https://tasam.org/Files/PDF/Raporlar/STR70\\_21\\_Yuzyilin\\_Stratejik\\_Vizyonu.pdf\\_66fb77c9cd79-481e-a185-9a9c26ffe7b7.pdf](https://tasam.org/Files/PDF/Raporlar/STR70_21_Yuzyilin_Stratejik_Vizyonu.pdf_66fb77c9cd79-481e-a185-9a9c26ffe7b7.pdf), E.T.07.06.2021).

Özkan, Necati, (2002). *Seçim Kazandıran Kampanyalar*. MediaCat yayıncılık, İstanbul.

Ranney, A. ve Kousser, T. (2008). “Politics in the United States”, in G. Almond, G. Powell, R. Dalton ve K. Strom (der.), *Comparative Politics Today: A World View*, 9. Baskı, New York: PearsonLongman.

Van Dijk, T. (2003). *Analysis Critical Discourse*. New York: Academic Press.

Schiffrin., D. Tannen, & E., H. Hamilton (Ed.), *In The Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Blakwell Publishing.