



Kamu Diplomasisi Perspektifinden Uluslararası Yayıncılık: TRT Balkan Üzerine Bir İnceleme

International Broadcasting from The Perspective of Public Diplomacy: A Review On TRT Balkan

Samet KAVOĞLU¹ 

ÖZ: Soğuk Savaş sonrası dönemde yeniden şekillenen Balkan coğrafyasında Türkiye de gelişen güç parametrelerine paralel olarak etki alanı oluşturma arayışına girmiştir. 1990'ların ilk yarısından itibaren bölgedeki çatışmaların durdurulmasına ve barışın tesisine BM çatısı altında katkı sunmuş; Makedonya, Bosna-Hersek, Karadağ ve Kosova'nın bağımsızlığını tanıyan ilk ülkeler arasında yer almıştır. Avrupalı güçlerin yanı sıra ABD, Rusya, Çin başta olmak üzere birçok dış gücün varlık gösterdiği sahada Türkiye de iktisadi, siyasi ve kültürel araçlarıyla sonuç üretici aktör olma arayışındadır. Bu kapsamda kamu diplomasisi faaliyetleri de TİKA, YTB, Yunus Emre Enstitüsü, Maarif Vakfı gibi kamu kurumları, yerel yönetimler, STK'lar ve özel sektör kuruluşları vasıtasıyla yürütülmektedir. Kamu diplomasisinin uluslararası yayıncılık tarafında ise bölge dillerinde yayıncılık faaliyetlerinin gerekliliği alan yazınında tartışılan bir konuydu. 2022 yılı haziran ayında yayın hayatına başlayan TRT Balkan da bölge dinamikleriyle uyumlu, nitelikli ve sürdürülebilirlik içerik üretebildiği ölçüde Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerine katkı sunabilecektir. Bu çalışmada da TRT Balkan'ın ilk ay içerikleri betimleyici bir yaklaşımla ele alınmıştır. TRT Balkan'a odaklanan ilk çalışma olması nedeniyle önem arz eden çalışmada; platformun kamu diplomasisi açısından önemli fakat geliştirilmesi gereken yönleri olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Diplomasisi, Uluslararası Yayıncılık, Yumuşak Güç, TRT Balkan, Balkanlar

¹ Assoc. Prof. Dr., Marmara University, Faculty of Communication e-mail: samet.kavoglu@marmara.edu.tr ORCID: 0000-0003-1585-9881

Atf/Citation: Kavoğlu, S. (2022). Kamu Diplomasisi Perspektifinden Uluslararası Yayıncılık: TRT Balkan Üzerine Bir İnceleme. Intermedia International e-Journal, 9(17) 306-323. doi: 10.56133/intermedia.1175315.

Extended Abstract: In the Balkan geography, which was reshaped in the post-Cold War period, Türkiye also sought to form an area of influence in parallel with the developing power parameters. Since the first half of the 1990s, it has contributed to the cessation of conflicts in the region and the establishment of peace under the umbrella of the UN; it was also among the first countries to recognize the independence of Macedonia, Bosnia, and Herzegovina, Montenegro, and Kosovo. Besides European powers, Türkiye also seeks to be a productive actor with its economic, political, and cultural means in the field where many external forces exist, especially the USA, Russia, and China. In this framework, public diplomacy activities are carried out through public institutions such as Tika, YTB, Yunus Emre Institute, Maarif Foundation, municipalities, NGOs, and private sector organizations. On the international broadcasting side of public diplomacy, the necessity of broadcasting activities in regional languages was a subject that was discussed in the literature. This study assumes that TRT Balkan, which started its broadcasting life in June 2022, will also provide a contribution to Türkiye's public diplomacy activities to the extent that it can produce quality and sustainable content compatible with the dynamics of the region. Based on this assumption, the contents of the first month of TRT Balkan are discussed with a descriptive approach.

The study seeks answers to the following questions;

- What is the content production rate of TRT Balkan? Is the categorical distribution of the contents balanced?
- Does the content produced appeal to the audience in the region's geography?
- Are the Türkiye-based news in TRT Balkan sufficient in terms of quantity and quality?
- What is the circulation status of the content produced in TRT Balkan on social media channels?
- Is the content produced by TRT Balkan compatible with Türkiye's public diplomacy goals?

The study, which is essential since it is the first study focusing on TRT Balkan. The focus of the research period on the first month data, which can be expressed as a beta version, is a temporal limitation. On the other hand, it is considered that the analyzes to be made on the pioneer data will contribute to the practitioners as well as the literature.

Within the scope of the research, primarily TRT Balkan (AL, BHSC and MC) digital platform has been quantitatively classified according to the titling practices. It is seen that news contents are shared under the headings of News, Society, Culture, Lifestyle, Perspective, Opinions and Video on all three websites. In the research, it was found that the platform mainly includes regional and world news, and the news about Türkiye is relatively less. This distribution is understandable as it can destroy the perception of propaganda and appeal to the peoples of the region. Following the classification of quantitative data, the focus was on the presentation and thematic distribution of news about Türkiye. During the research period, a large number of news written on the axis of Türkiye's security and foreign policy theses (NATO, Greece, Finland, Sweden, FETÖ etc.) were found. In addition to these, there are also news affirming Türkiye and Turkish products in areas such as tourism, defense industry and automotive.

During the research period, TRT Balkan has accounts on Facebook, Instagram, Twitter, Youtube and Tiktok social media platforms. The interaction rates of the relevant pages are below 1, and most of the shares do not receive likes, retweets and / or comments. Today, when social media tools are used effectively, they increase the circulation speed of the content, provide access to new target audiences and increase recognition. It is seen that all TRT Balkan social media pages are far from this target in their current form. TRT Balkan, which set out with the claim of being a respected and effective broadcaster in the region, should focus on promotional activities that will increase its recognition in order to contribute to the public diplomacy efforts of Balkan.

Overall, results obtained from the analysis indicated that the platform has significant aspects of public diplomacy but needs to be developed. TRT Balkan is a remarkable tool that can be used in public diplomacy activities for Türkiye, which is trying to establish a sphere of influence in the region at a time when the competition of global and regional powers is intense. Although broadcasts are made in regional languages on trtvotworld.com by the TRT Foreign Broadcasting Department, the creation of the TRT Balkan brand, which produces content directly for the region and in all regional languages, is an important development. As a result, TRT Balkan will contribute to Turkish public diplomacy to the extent that it produces interesting and sustainable content and is promoted.

Key Words: *Public Diplomacy, International Broadcasting, Soft Power, TRT Balkan, Balkans*

GİRİŞ

Balkanlar, Türkiye'nin gönül coğrafyası olarak tanımlanan, tarihsel, kültürel, iktisadi ve siyasi hinterlandı içerisinde öncelikli yer bulan coğrafyalardan biridir. Soğuk Savaş sonrası dönemde ilişkilerin geliştirilmesi için dikkate değer adımlar atıldığı görülmektedir. Özellikle son yıllarda bölge ülkelerine dönük proaktif yaklaşım, TİKA, YTB, Yunus Emre Enstitüsü, Maarif Vakfı gibi kamu kurum ve kuruluşlarının yanı sıra sivil toplumun ve özel sektör işletmelerinin Balkanlarda yaptıkları faaliyetlerle artış trendine girmiştir. Uzun dönemli kopukluğa rağmen çeyrek asırdaki çabaların bölge halkları nezdinde Türkiye'ye dönük olumlu çıktılar oluşturduğu saha gözlemlerine ve araştırma raporlarına da yansımaktadır.

Çalışmanın kaleme alındığı dönemde sonuçları yayımlanan Amerika merkezli IRI (International Republican Institute) raporu da bölge coğrafyasında Türkiye etkisini ortaya koyması bakımından dikkate değerdir. Kuruluşun, 2022 Batı Balkan Bölgesel Araştırması (Ocak-Şubat 2022) sonuçları incelendiğinde Türkiye'nin bölgede ABD, AB, Almanya, Çin ve Rusya'yla birlikte en etkin ülkeler ve büyük donörler içerisinde, çoğu başlıkta da ilk iki sırada yer aldığı görülmektedir. Bölge etnikleri (Arnavut, Boşnak, Hırvat, Makedon, Sırp, Karadağlı vd.) arasında ifade edilen ülkelere dair olumlu ve olumsuz çağrışımlar dikkate değer oranda farklılaşırken (Örn. Sırlarda Rusya, Kosova'da ABD olumlu algısı yüksektir) Türkiye'ye dair olumsuz çağrışımların mukayeseli olarak düşük olduğu görülmektedir.²

Bekar'ın (2019) Türkiye ve Almanya'nın kültürel diplomasisini, Paçaoğlu'nun Türkiye ve AB yumuşak gücünü Balkanlar özelinde mukayese ettiği çalışmaların yanı sıra Çeker'in (2020) Bosna-Hersek, Çelik'in (2021) Sırbistan, Yılmaz ve Pacoları'nın (2019) Kosova özelinde Türk kamu diplomasisi faaliyetlerini incelediği araştırmaları da Türkiye'nin bölgedeki etkinlik arayışlarını destekler bulgular sunmaktadır. Bu kapsamda TİKA ve Yunus Emre Enstitüsü başta olmak üzere YTB, Maarif Vakfı gibi bölgede aktif faaliyet yürüten kurumlara vurgu yapıldığı ya da inceleme konusu haline getirildiği bulgulanmıştır. Türk dizi sektörünün gelişimi ve uluslararasılaşması da yayıncılık faaliyetleri bağlamında alan yazınında yer bulmuş; Ökmen ve Göksu (2019), Yazar (2020) ve Kılıçarslan (2021), ilgili içeriklerin Balkan coğrafyasında da etki ürettiğini belirtmiştir. İlgili çalışmaların bir bölümünde uluslararası yayıncılık faaliyetleri bağlamında TRT'ye de yer verilmekle birlikte detaylı analizler yapılmadığı da görülmektedir.

Çalışmanın ileriki aşamalarında ayrıntılı olarak ele alınacak olmakla birlikte uluslararası yayıncılık faaliyetleri, kamu diplomasisinde önem arz eden araçlardan biri olup, Türkiye'nin kamu yayıncısı olarak TRT'nin faaliyetleri de Voice of America, BBC Dünya Servisi, DW, CGTN vb. muadilleri gibi detaylı incelemeye konu edilmelidir.³ Lakin literatürde TRT'nin uluslararası yayıncılık faaliyetlerini kamu diplomasisi perspektifinden inceleyen az sayıda çalışma yer almaktadır. Ertekin (2012) ve Güner'in (2021) TRT'nin yabancı dilde yayın yapan kanalları üzerine yaptıkları incelemeler, Barıtcı ve Aydeniz (2019), Filiz (2021) ve Karadeniz'in (2022) TRT World'ü, Parim ve Çetin'in (2021) TRT Avaz'ı, Demirkıran'ın (2011) TRT Arapça'yı mercek altına aldıkları çalışmalar bu kapsamdadır. Literatürde TRT'nin Balkanlardaki faaliyetlerine odaklanan tek çalışma ise Eren'in (2019), *Medya Diplomasisi Aktörü Olarak TRT ve Balkanlardaki Örnek Faaliyetleri* başlıklı araştırmasıdır. TRT Balkan dijital platformu yayın hayatına başlamadan önce kaleme alınan çalışma incelendiğinde TRT Avaz ve Türkiye'nin Sesi Radyosunda bölge dillerinde yapılan yayınlar, Makedonya Devlet Televizyonu ile yapılan işbirliği, TRT'nin Saraybosna ve Üsküp ofisleri gibi hususlara değinilmekle birlikte ağırlıklı olarak iç kamuoyuna Balkan coğrafyasını, kültürünü ve tarihsel süreçleri anlatmaya dönük içeriklerin dökümü yapılmıştır.

Literatürden hareketle Türkiye'nin, Avrupa'nın ortasında stratejik konumda yer alan, gelişme potansiyeli olan, tarihsel bağlarının kuvvetli olduğu, iktisadi ilişkilerin geliştirilmeye çalışıldığı Batı Balkan ülkeleri özelinde çeşitli kurumları, özel sektörü ve STK'ları vasıtasıyla kamu diplomasisi faaliyetleri yürüttüğü, yayıncılık faaliyetlerinin ise geliştirilmeye ihtiyaç duyan bir alan olduğu görülmektedir. Günümüzde küresel ve/veya bölgesel aktör olma iddiasındaki devletlerin "psikolojik üstünlüğü sağlamak ve bu üstünlüğü devam ettirebilmek" için akılcı stratejiler geliştirdiği, bu stratejinin de önemli bileşenlerinden birinin dış yayıncılık olduğu; belirli durumlarda geleneksel

² Bkz. Ek 1. Ayrıntılı bilgi için bkz. <https://www.iri.org/resources/2022-western-balkans-regional-survey-january-february-2022/>

³ İlgili kuruluşların faaliyetleriyle ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Yanardağoğlu, 2014; Ertekin, 2015; Aydemir, 2019; Durmuş, 2021.

diplomasinin de önüne geçebildiği (Bal, 2018, s. 74) değerlendirildiğinde, Türkiye'nin dış politika radarının merkezinde yer alan coğrafyalardan biri olan Balkanlarda yayıncılık faaliyetlerini arttırması önem arz etmektedir.

Bu çalışmada da Balkanlarda, Türkiye'de ve dünyada yaşanan gelişmeleri bölge halklarının dillerinde sunarak Batı merkezli eşişsiz küresel iletişim hegemonyasına alternatif içerik üretebilme potansiyeline sahip olan TRT Balkan dijital platformu incelenmektedir. İlgili platform, çalışmanın kaleme alındığı dönemde henüz bir ayını tamamlamış ve beta sürüm olarak tanımlanabilecek seviyede olmakla birlikte mevcut temaları bağlamında incelemeye değer sayıda da içerik üretmiştir.

Nicholas Cull'un (2009, s. 10) kamu diplomasisi faaliyetlerini tanımlarken tasniflediği beş alandan biri olan uluslararası yayıncılık içerisinde yer alan TRT Balkan dijital platformu Türkiye'nin olumlu algısını tahkim etme noktasında önemli bir pekiştireç olma potansiyeline sahip olduğundan kamu diplomasisi açısından dikkate değer bir unsurdur. Fakat dış yayınlar, ideoloji ve coğrafya ekseninde değişim gösterebilmekte; propaganda, medya diplomasisi ya da daha kapsayıcı bir ifadeyle kamu diplomasisiyle tanımlanabilmektedir (Douai, 2009 s. 17). Propagandanın, akademik ve politik çevrelerde veya popüler söylemde tarihsel olarak en yaygın kullanılan terim olmaya devam ettiği (Taylor, 1997) düşünüldüğünde yapılan faaliyetin kamu diplomasisi çatısı altında değerlendirilebilir durumu da sorgulamaya değerdir.

Bu nedenle TRT Balkan platformunun yayın hayatına başladığı ilk ayın haber içeriklerini betimsel analiz tekniğiyle incelemek, yapılan faaliyetin propaganda / kamu diplomasisi dengesinde durduğu yeri açıklama imkânı da sunacaktır. Çalışmada, var olan durumu ortaya koymayı amaçlayan bir araştırma türü (Erdem, 2011, s. 114) olarak betimsel analiz tercih edilmiştir. Veri işleme süreci, betimsel analiz için bir ereve oluşturma, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve bulguların yorumlanması olmak üzere dört aşamadan oluşan betimsel analizde (Yıldırım ve şimşek, 2006), kategorilere ayırmada başka araştırmacıların benzer sonuçlara varabileceği ölçüde açıklık da gerekmektedir (Tavşancıl ve Aslan, 2001). Bu çalışmada da TRT Balkan'ın haber kategorilerine bağlı kalınarak tasniflenme yapılmış ve araştırma amaçlarına uygun olarak aşağıda yer alan sorulara cevap aranmıştır.

- TRT Balkan'ın içerik üretim oranı nedir? İçeriklerin kategorik dağılımı dengeli midir?
- Üretilen içerikler bölge coğrafyasındaki okur kitleye hitap etmekte midir?
- TRT Balkan'da yer alan Türkiye eksenli haberler nicel ve nitel açıdan yeterli midir?
- TRT Balkan'da üretilen içeriklerin, sosyal medya kanallarında dolaşım durumu nedir?
- TRT Balkan'ın ürettiği içerikler, Türkiye'nin kamu diplomasisi hedefleriyle uyumlu mudur?

Çalışma, bir aylık bir zaman dilimine odaklanması açısından sınırlılıklara sahip olmakla birlikte TRT Balkan gibi üzerine henüz araştırma yapılmamış bir uluslararası yayıncılık faaliyetini incelemesi bağlamında özgün olup, literatüre ilgili erveden katkı sunma arayışındadır. Elde edilen bulgular TRT Balkan ve Balkan coğrafyasına dönük olmakla birlikte TRT'nin uluslararası yayıncılık faaliyetlerinin bütününe uygulanabilecek çıktılar üretim potansiyeli bağlamında de önem arz etmektedir.

1. Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Yayıncılık

Nicholas Cull (2009, s. 10), kamu diplomasisini, araştırma ve incelemeyi içeren dinleme, siyasal ve/veya ekonomik çıkarları korumaya yönelik savunma, değişim diplomasisi, kültürel diplomasi ve uluslararası yayıncılık başlıkları altında tanımlarken; Kim, kamu diplomasisinin uygulama pratiklerini "eğitim, sanat ve kültürel değişim programları ve uluslararası yayıncılık" olarak ifade etmektedir (Kim, 2017, s. 294; Yağmurlu, 2019, s. 1369). zkan da (2015, s. 20-25), "Kitle iletişim araçlarının desteğini arkasına alamayan hiçbir ülke, ne kendi kamuoyunu ne de başka toplumların kamuoylarını ikna edebilir" açıklamasını takiben "kitle iletişim araçları[nın] toplumlari etkileme ve kanaat oluşturma gücüne sahip oldukları için etkili bir kamu diplomasisi aracı niteliğine sahip" olduklarının altını çizmektedir.

Kamu diplomasisinde amacın, hedef ülke kamuoyunu veya seçkinlerini etkilemek suretiyle ilgili ülkenin dış politikasını, kaynak ülkenin avantajına çevirmek (Manheim, 1994, s. 4) olduğu düşünüldüğünde, kitle iletişim araçlarının üstlenebileceği rol ve sorumluluklar da belirginleşmektedir. Bu noktada kitle iletişimindeki gelişme-

lerin kamu diplomasisi uygulamaları açısından şekillendirici gücü de belirtilmelidir. Radyo ve basılı materyaller, geleneksel kamu diplomasisinin etkin araçlarıyken, internet ve uydu yayıncılığının gelişmesi 21. yüzyıl kamu diplomasisine yeni pratikler kazandırmakta; “çıkarlara yönelik mesaj iletmenin yerini ilişki kurmak” almaktadır (Cull, 2009, s. 14). Kamu diplomasisi faaliyetlerini enformasyonel ve ilişkisel olmak üzere iki boyutta ele alan Zaharna (2010: 138) da uluslararası yayıncılık faaliyetlerini ulus markalama, medya ilişkileri ve bilgilendirme kampanyalarıyla birlikte enformasyonel çerçeve içerisinde tanımlamaktadır. Szondi (2009) de kitle iletişim araçlarının kanal rolüne vurgu yapmakta; 21. yüzyıl kamu diplomasisine geçişle birlikte geleneksel kitle iletişim araçlarının yanı sıra ağlarla kişiselleştirilebilen yeni medya araçlarının kullanılmaya başladığını belirtmektedir. Kamu diplomasisini katı ve esnek yaklaşım olarak ikili ayrıma tabi tutan Signitzer ve Coombs (1992) ise görece kısa vadeli, ikna ve propaganda odaklı, etkilemeye dönük eylemler bütünü olarak katı yaklaşımda geleneksel kitle iletişim araçlarının kullanıldığını, hedef kamuda tutum değişimi için bilgilendirme yapıldığını ifade etmektedir. Konuya benzer çerçeveden yaklaşan araştırmacılar da kültürel değişim programlarının önemine vurgu yapmakla beraber yabancı kamuların dış ilişkilerle ilgili bilgileri haber medyasından aldığını belirtmektedir. Bu nedenle uluslararası yayıncılık, kamu diplomasisinin alanına girmekte; geleneksel olarak televizyon ve radyo yayıncılığını içeren faaliyetler, günümüzde web siteleri, bloglar ve sosyal ağlar gibi dijital platformları da içermektedir (Golan vd., 2019, s. 1667-1668). Nye (2008, s. 104) da yayıncılık faaliyetlerinin kamu diplomasisi açısından önemini vurguladıktan sonra internet üzerinden etkili “dar yayıncılık” ile desteklenmesi gerektiğini belirtmekte; esnekliği ve düşük maliyetiyle internetin, belirli grupları hedefleyen mesaj üretimine imkân tanıdığıın altını çizmektedir.

Bu noktada ülkelerin kültür ihracı, değişim programları ve yayıncılık faaliyetleriyle potansiyel kaynaklara dikkat çekme arayışında olduğunu belirten Nye’in (2008, s. 95) “bir ülkenin kültürünün, değerlerinin ve politikalarının içeriği çekici değilse, bunları “yayınlayan” kamu diplomasisi, yumuşak güç üretmez” tezi üzerinde durulmalı; etkili içerik üretimi için dikkat edilmesi gereken hususların da altı çizilmelidir. Nye, bu durumu iki örnek üzerinden açıklamaktadır. “Çıplaklık ve şiddetle dolu Hollywood filmlerini muhafazakâr Müslüman ülkelere ihraç etmek, yumuşak güç yerine itici güç üretebilir” sözünden hareketle hedef ülke kamularının detaylı analizine ihtiyaç duyulduğu, “Amerika’nın Sesi’nde (VOA) başkaları tarafından kibirli olarak görülen hükümet politikalarının erdemlerini göklere çıkaran yayınlar, sadece propaganda olarak değerlendirilecek ve cazibenin yumuşak gücünü üretmeyecek” beyanından hareketle de çalışmanın başlangıcında belirtilen propaganda / kamu diplomasisi dengesini gözetmenin gerekliliği ifade edilebilir.

Kavramsal çerçeveyi çizdikten sonra uluslararası yayıncılığın tarihsel seyri, öncü ülkeler ve aktörlere vurgu yapmak suretiyle incelenebilir. Günümüzde gelişen bölgesel ve küresel güçlerin de yatırım yaptığı uluslararası yayıncılık çalışmaların ağırlıklı olarak II. Dünya Savaşı öncesi döneme tarihlendiği ve öncü aktörlerin hâlihazırda da etkin olarak varlıklarını devam ettirdikleri görülmektedir. Bu bağlamda uluslararası yayıncılığı ilk ve görece etkin şekilde kullanan ülkelerin İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri olduğu ifade edilebilir.

ABD’nin II. Dünya Savaşı sonrası dönemde medya desteğiyle küresel ölçekte yürüttüğü “büyüklüğünü vurgulama” stratejisi ekseninde müzikten filmlere, Fulbright burslarından spor diplomasisine kadar uzanan geniş bir alan içerisinde Amerika’nın Sesi yayınları da dikkate değer yer bulmuştur (Kim, 2017, s. 311). 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Amerikalı ses ve sahne sanatçıları, yazarlarını ve dansçıları dünyanın farklı ülkelerinde performans sergilemek için gönderen ABD (Schneider, 2003, s. 2), kültürel diplomasi faaliyetlerinin yanı sıra ‘kendi sözü, kendi sesini’ hedef kamulara duyurmak için uluslararası yayıncılık faaliyetlerine de ağırlık vermiştir.

Bu bağlamda ABD kamu fonlarından desteklenen Voice of America / Amerika’nın Sesi (VOA) yayınları dikkate değer bir örnektir. İlk yayını Şubat 1942’de Almanca olarak yapan VOA günümüzde 48 dilde yayın yapmaktadır. Yürütülen yayıncılık faaliyetinin içeriğini anlamlandırabilmek açısından kuruluşun web sitesinde yer alan tanıtım yazısı önemli ipuçları barındırmaktadır. VOA, “Amerikan hikâyelerini... Amerika’yı benzersiz kılan kişi, düşünce ve kurumları... ifade özgürlüğünün yasaklandığı veya sivil toplumun tehdit altında olduğu ülkelere” ulaştırdığını iddia etmektedir. Yine ilgili bölümde yer alan “Amerika Birleşik Devletleri’nin uzun vadeli çıkarlarına, radyo aracılığıyla dünya halklarıyla doğrudan iletişim kurularak hizmet edilmektedir” ifadesiyle birlikte değerlendirildiğinde sayfanın muhtelif yerlerine yerleştirilmiş “özgürlük ve demokrasiyi desteklemek”, “doğru, objektif” habercilik gibi unsurların “ABD politikalarını açık ve etkili bir şekilde sun[ma]” göreviyle (USAGM, 2022) çatışma potansiyeli düşünüldüğünde sorgulamaya değer bir alan yarattığı da vurgulanmalıdır.

Günümüzde Birleşik Devletler Küresel Medya Ajansı (USAGM) çatısı altındaki yer alan VOA'yla birlikte Radio Free Europe/Radio Liberty (RFE/RL), Office of Cuba Broadcasting (OCB), Radio Free Asia (RFA) ve Middle East Broadcasting Networks (MBN) ABD'nin dönemsel risk algılamalarına göre değişen coğrafyalarda içerik üretimine devam etmektedir. Bu yayınların yanı sıra ilgili kuruluş bünyesinde ABD çizgisinde içerik üretecek yerel aktörlere finansal destekler sağlanmak için kurulmuş Open Technology Fund (OTF) da yer almaktadır (USAGM, 2022).

Küresel ölçekte yayılım göstermiş devlet destekli öncü yayıncılardan biri de İngiliz yayıncılık kuruluşu BB-C'dir. İngiltere'nin kolonileriyle iletişimini sağlamak amacıyla 1932 yılında Empire Service adıyla kurulan, İtalya'nın Arapça yayınlara başlamasını müteakip II. Dünya Savaşı sürecinde propaganda savaşında geri kalmamak için İngiliz hükümetinin yetkilendirmesiyle ilk Arapça yayını Dünya Servisi olarak 3 Ocak 1938'de yapmıştır (Walker, 1982'den akt. Yanardağoğlu, 2014, s. 120-121).

Dönemin İngiltere Dışişleri Bakanı Anthony Eden'in 1937 tarihli "İyi bir kültürel propagandanın kötü bir dış politikanın verdiği zararı gideremeyeceği kesinlikle doğrudur. Ancak, modern koşulların dayattığı yorumlama ve ikna görevini ihmal ederse, en iyi diplomatik politikaların bile başarısız olabileceğini söylemek abartı olmaz" (akt. Nye, 2008, s. 97) beyanı da İngiltere'nin uluslararası yayıncılık faaliyetlerinin tarihsel arka planını anlamak açısından önemlidir.

BBC Dünya Servisi günümüzde radyo, TV ve dijitalde farklı dillerde yayıncılık faaliyetlerini sürdürmekte olup, dijital tarafta BBC.com web sitesi üzerinden Amerika başta olmak üzere İngilizce konuşan topluluklara dönük içerik üretmenin yanı sıra Türkçe dâhil 29 dilde daha yayıncılık yapmaktadır (BBC, 2022).

Kendisini tanımlarken "Birleşik Krallık'ın en önemli kültürel ihracat ürünlerinden biri" ifadesini kullanan kuruluşun finansal yapısı incelendiğinde ise BBC ile BBC Dünya Servisi'nin fonlama modellerinin değişiklik gösterdiği ifade edilmelidir. "BBC kurum olarak, gelirini vatandaşlar tarafından radyo ve televizyon kullanımı için ödenen bir tür bandrol vergisinden (*license fee*) sağlamaktadır. Ancak, yabancı dilde yayınlar Dışişleri Bakanlığı bütçesinden verilen bir hibe fonuyla karşılanmaktadır" (Walker, 1982'den akt. Yanardağoğlu, 2014, s. 121).

Kurumsal web sitesinde yer alan bilgilere göre günümüzde dünyanın çeşitli şehirlerinde büroları olan ve "40'tan fazla dilde" faaliyet gösteren BBC Dünya Servisi için 2016'da 291 milyon, 2021'de 94,4 milyon Sterlin BBC Dünya Servisi'nin "doğru, tarafsız ve bağımsız habercilik yoluyla küresel demokrasiyi destekleyen çalışmalarını geliştirmesine yardımcı olmak için" verilmiştir (BBC, 2022).

Finansmanı İngiliz hükümetince sağlanan, hangi dillerde yayın yapacağı yine hükümet tarafından belirlenen, kendisini ülkenin "en büyük kültürel ihracat ürünleri" içerisinde tanımlayan bir yapının "tarafsız ve bağımsızlığı" sorgulamaya açık olmakla birlikte BBC World News gibi "200'den fazla ülke ve bölgede, yaklaşık 300 milyon hanede ve 1,8 milyon otel odasında" izlenebilen (BBC, 2022) bir kamu yayıncısı olarak etki üretme potansiyelinin yüksek olduğu ifade edilebilir.

AB'nin itici güçleri Almanya ve Fransa'nın yayıncı kuruluşları da bu kapsamda değerlendirmeye değerdir. Almanya'nın 29 dilde yayıncılık yapan yayıncı kuruluşu Deutsche Welle (DW) ile 20 dilde yayın yapan Radio France Internationale (RFI) ve dünya çapında üçüncü büyük uydu TV ağına sahip uluslararası uydu kanalı TV5 de kamu finansmanı ile faaliyetlerine devam etmektedir (de Gouveia & Plumridge, 2005, s. 38-55; Kavoğlu, 2018, s. 145). Çin'in CRI, Rusya'nın Sputnik ve RT⁴, İran'ın Press TV⁵ gibi yayıncı kuruluşları da benzer pratiklerle faaliyet yürütmektedir.

Köksoy'un (2015, s. 51) "yaptıkları faaliyetleri doğrudan kamu diplomasisi adı altında icra etmeseler de faaliyetlerinin nitelikleri gereği dolaylı olarak 'Türkiye Kamu Diplomasisi' anlayışını destekleyen kamu kurumları" arasında yer verdiği kamu yayıncısı TRT'nin de gurbetçilere ulaşabilmek için başlattığı sınır ötesi yayıncılık faaliyet-

⁴ Ayrıntılı bilgi için bkz. Kavoğlu, 2020.

⁵ Ayrıntılı bilgi için bkz. Ekşi, 2017.

lerini, Türkiye'nin bölgesel ve küresel ölçekteki iddiaları oranında şekillendirdiği görülmektedir. Bu nedenle TRT Balkan'a odaklanmadan önce TRT'nin uluslararası yayıncılık faaliyetlerini genel çerçeveden incelemek bütünlüklü bir okuma için yararlı olacaktır.

2. TRT Uluslararası Yayınlar

01 Mayıs 1964 tarihinde "devlet adına radyo ve televizyon yayınlarını gerçekleştirmek amacıyla" kurulan Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun (TRT) tarihsel süreci incelendiğinde ülke içerisinde erişim kapasitesini arttırmasını müteakip, 1990'da Avrupa'da yaşayan Türk işçilerine yönelik TRT-INT, 1993'te de Kafkasya ve Orta Asya'ya coğrafyasına odaklanan TRT-AVRASYA kanalıyla sınırları aşmaya çalıştığı görülmektedir.

Uluslararasılaşma noktasında ilk yurtdışı temsilciliğini 1998'de Berlin'de açan kurumun, bugün Bakü, Brüksel, Washington, Taşkent, Aşkabat, Köln, Erbil, Üsküp, Lefkoşa, Nur-Sultan, Saraybosna, Londra, Moskova, Kudüs ve Pekin'de temsilcilikleri bulunmaktadır (TRT, 2022).

Dijital yayıncılığa 1999'da kurumsal web sitesi trt.net.tr'yi erişime açarak başlayan TRT, 20.11.2008'de faaliyete geçirdiği trtvotworld.com ile hâlihazırda 41 dilde haber içeriği üretmektedir⁶. Yayıncılıkta bölgesel oyuncu olma arayışında 2009 ve 2010'un önem arz eden yıllar olduğu ifade edilebilir. 2009 yılında "Balkanlar'dan Orta Asya'ya, Ortadoğu'dan Kafkaslara 27 ülke ve 13 muhtar cumhuriyette yaklaşık 250 milyon nüfuslu bir coğrafyaya" Türkçe, Azerbaycan Türkçesi, Kazakça, Kırgızca, Özbekçe ve Türkmençe yayınlar yapan TRT Avaz'ı faaliyete geçiren kurum, aynı yıl içerisinde dâhilde ve bölge coğrafyasındaki Kürtçe konuşan topluluklara dönük olarak TRT 6 Kürtçe'yi (adı 2015'te TRT Kurdî olarak değiştirilmiştir) kurmuştur. Aynı yıl "Türkçe haber ve kültür kanalı kimliğiyle" yayınlarına başlayan TRT Türk'ün de süreç içerisinde Avrupalı Türklere yönelik programları arttırdığı görülmektedir. 2010'da ise Euronews'in büyük ortakları arasına girerek Türkçe yayınların başlamasını sağlayan TRT, Arapça yayın yapan TRT –"ETTÜRKIYYE" (adı 2015'te TRT El Arabia olarak değiştirilmiştir) kanalını da yayına başlatmıştır (TRT, 2022).

TRT'nin uluslararasılaşma noktasındaki dikkate değer adımlarından birinin de 18.05.2015'te yayın hayatına başlayan, İngilizce içerik üreten TRT World kanalı olduğu ifade edilebilir. Kanalın web sitesindeki tanıtım metni incelendiğinde "dünyanın dört bir köşesinde herhangi bir olayı yerinde canlı olarak yayınlama" hedefiyle yola çıktığı, insan hikâyelerine önem verildiği, "diğer küresel medya kuruluşlarınınkinden etkilenmeyen orijinal bir medya girişim modeliyle" hareket edilerek, "daha iyi bilgilendirilmiş bir küresel izleyici kitlesi" hedeflendiği beyan edilmektedir (TRT World, 2022). TRT World üzerine araştırma yapan Barıtcı ve Aydeniz (2019) kanalın "Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerinin unsurlarından biri olan uluslararası yayıncılık boyutunun önemli bir aktörü" olduğunun altını çizmekte ve konumlandırmanın da Türkiye'nin kamu diplomasi stratejisi çerçevesinde olduğunu belirtmektedir.

TRT World çatısı altında faaliyet yürüten TRT World Research Center tarafından düzenlenen TRT World Forum (2022) da uluslararasılaşma noktasında önem arz etmektedir. Resmi web sitesinde Forum, "insanları hikâyenin merkezine yerleştiren, konuşulmayan konuları ön plana çıkaran benzersiz bir küresel platform" olarak tanımlanırken, yürütülen faaliyetlerde "uluslararası gündem oluşturma" ve "sürekli değişen dünyada medyanın sorumluluğuna odaklanma" vurgusu ön plana çıkmaktadır. "Önde gelen politika yapıcıları, akademisyenleri, gazetecileri ve uzmanları, zamanımızın en acil sorunları hakkında tartışmak, teşhis ve tahminler sunmak için" bir araya getirme arayışındaki forum, 2017 yılından beri devam etmektedir. Forum kapsamında büyük çaplı yıllık organizasyonların yanı sıra güncel gelişmelere paralel olarak konunun uzmanlarının bir araya getirildiği online oturumlar da gerçekleştirilmektedir.

Son olarak TRT'nin senaryo geliştirme ve ortak yapım platformu TRT 12 Punto'nun da nitelikli senaryoların filme dönüştürülmesi, film festivallerine katılımı ve dağıtım destekleriyle, kültürel içeriklerin küresel ölçüğe taşınmasına katkı sunduğu görülmektedir. Bu faaliyetin de kamu diplomasisi bağlamında anlamlı olduğu ifade edilebilir.

⁶ Çalışmanın kaleme alındığı dönemde Hausaca, Japonca, Malayca, Portekizce ve Swahili dilindeki sayfalara erişim sağlanamamıştır.

2.1. TRT Balkan

Türkiye'nin kamu diplomasisi radarında öncelikli bölgelerden biri olan Balkanlar özelinde yayıncılık faaliyetlerinin gerekliliği son yıllarda alan yazınında da tartışılan konulardan biridir. Örneğin Özkan (2015, s. 20), TRT Avaz, TRT Arapça, TRT Türk gibi yurtdışı hedef kamulara dönük yayıncılık faaliyeti icra eden kanalların, ülkenin tanıtılmasında, politikalarının anlaşılmasındaki rolüne vurgu yaptıktan sonra TRT'nin İngilizce yayın yapan bir kanal ile Balkanlara yönelik kanal kurmasının yararlı olacağının altını çizmektedir.

ABD kongre üyesi Ed Royce'un 2016 yılında VOA'nın önemini vurgulamak için kullandığı "Demir Perdeyi, zamanlaması kusursuz, net ve açık yayıncılıkla yıkmayı başaran kuruluşlarımız" (VOA, 2016) ifadesi kısmen abartılı politik belagat olarak değerlendirilebilir olmakla birlikte etkinin varlığını ortaya koyması bakımından önemlidir. Günümüzde Avrupa kıtasında iktisadi açıdan büyümeye çalışsan, etnik fay hatlarının hâlâ aktif olduğu bir coğrafya olarak Balkanlar'da, bölge ülkelerinin yanı sıra ABD, Rusya ve Çin dâhil küresel aktörlerin de etki üretmeye çalıştığı değerlendirildiğinde Türkiye'nin de hinterlandı içerisinde tanımladığı alanda sert ve yumuşak güç araçlarını dengeli olarak kullanması gerekliliği artmaktadır. Bu araçların yumuşak güç bileşenlerinden biri de uluslararası yayıncılıktır. Bölge dillerinin tamamında içerik üretme hedefiyle 2022 yılı haziran ayında yayın hayatına başlayan TRT Balkan dijital platformu da bu bileşenler arasında yerini alan yeni bir uluslararası yayıncılık faaliyeti olarak tanımlanabilir.

Kanalın resmi web sitesinde yer alan tanıtıcı metinde de Balkanların coğrafî yakınlığının ötesinde sosyal, tarihi ve kültürel bağlara vurgu yapılarak, bölgenin Türkiye'nin "özel ilgi alanlarından biri" olduğunun altı çizilmekte, bu alanlardaki gelişmelerin de TRT Balkan'ın kurulmasına yol açtığının altı çizilmektedir. İçeriklerini tek platformdan çok dilli olarak sunan bölgedeki tek medya kuruluşu olarak "Balkanlar'ın en önemli dijital platformu" olma hedefini koyan kanalın taahhütleri arasında "Balkanlar'daki her halkın sorunlarını gündeme taşımak", "her bakış açısını sunmak" ve "bölge ülkeleri arasında sorunların oluşmasına büyük katkı sağlayan yalan haberlerin düzelticisi rolünü oynamak", "tüm sosyal, siyasi ve kültürel konu ve meseleleri tarafsız ve nesnel bir şekilde ele al[mak]" gibi hususlar yer almaktadır. Bunların bilgilendirici, eğitici ve eğlenceli içerikler oluşturmak suretiyle yapılacağı da yine ilgili metinde yer almaktadır (TRT Balkan, 2022).

Schneider'in (2003, s. 4) kültürel diplomasiyi tanımlarken ifade ettiği "Moskova'da işe yarayan Muscat'ta işe yaramayabilir" yaklaşımları bölgesel yayıncılık pratikleri için de kullanılabilir. İlgili faaliyetlerin kaynak ülkenin değerlerini, politikalarını yansıtmaları ve/veya aydınlatmaları kadar hedef kitleye de uygun olarak hazırlanmaları gerekmektedir. Bunun ön koşulu da hedef ülkelerin, özeldede hedef kamuların tanınması ve anlaşılmasıdır. Çalışmanın araştırma bölümünde de yayın hayatına yeni başlayan TRT Balkan'ın bu perspektiften sorgulaması yapılmaktadır.

3. Araştırma Metodolojisi

Çalışma kapsamında TRT Balkan dijital platformunun yayın hayatına başladığı ilk ayın (10.06-13.07.2022)⁷ haber içerikleri betimsel analiz tekniğiyle incelenmiştir. Araştırma verilerinin, önceden belirlenen temalara göre özetlenmesi ve yorumlanması olarak tanımlanabilecek betimsel analiz (Yıldırım & Şimşek, 2006, s. 224) dört aşamadan oluşmaktadır. Betimsel analizde araştırmacı ilk olarak araştırma soruları ve kavramsal çerçeveden hareketle veri analizi için çerçeveyi oluşturmaktadır. Akabinde oluşturulan çerçeve ekseninde okuma ve düzenleme yapılmaktadır. Takip eden aşamada düzenlenmiş veriler tanımlanmakta; son aşamada da araştırmacı tarafından tanımlanmış olan bulguların açıklaması, ilişkilendirilmesi ve anlamlandırılması yapılmaktadır. Yorumların güçlendirilmesi için bulgular arasındaki neden sonuç ilişkilerinin açıklanması ve/veya farklı olgular arasında karşılaştırmalar yapılması da bu aşamada yapılabilmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2006; Özdemir, 2010, s. 336).

Türkiye'nin Balkanlara dönük etki oluşturma stratejisi kapsamında kamu diplomasisi araçlarından yararlanma arayışında olduğu, insani ve kalkınma yardımı, kültürel diplomasi gibi araçları TİKA, YTB, Yunus Emre Enstitüsü, Maarif Vakfı, Kızılay ve TDV başta olmak üzere çeşitli aktörler vasıtasıyla yerine getirdiği belirtilmelidir. Bu

⁷ Sosyal medya hesaplarında ilk paylaşımlar ve web sitelerindeki içeriklerin büyük bölümü 13.06.2022 tarihinde yayınlanmış olmakla birlikte web sitelerinde az sayıda haberin ilgili tarihten birkaç gün önce yayınlandığı gözlenmiş ve bu haberler de incelemeye dâhil edilmiştir.

çalışmada da kamu diplomasisinin sacayaklarından biri olan uluslararası yayıncılık faaliyetleri kapsamında dijital platform olarak yayın hayatına başlayan TRT Balkan üzerine odaklanılmaktadır. İlgili platformun ilk ay verilerinden hareketle kamu diplomasisi aracı olarak konumlanma durumunu okumaya çalışan araştırmada, içeriklerin kategorik dağılımı ve Türkiye eksenli haber içeriklerinin analizine odaklanılmaktadır. Bu kapsamda aşağıda yer alan soruların cevapları aranmaktadır;

- TRT Balkan'ın içerik üretim oranı nedir? İçeriklerin kategorik dağılımı dengeli midir?
- Üretilen içerikler bölge coğrafyasındaki okur kitleye hitap etmekte midir?
- TRT Balkan'da yer alan Türkiye eksenli haberler nicel ve nitel açıdan yeterli midir?
- TRT Balkan'da üretilen içeriklerin, sosyal medya kanallarında dolaşım durumu nedir?
- TRT Balkan'ın ürettiği içerikler, Türkiye'nin kamu diplomasisi hedefleriyle uyumlu mudur?

Çalışma, TRT Balkan gibi üzerine henüz araştırma yapılmamış bir uluslararası yayıncılık faaliyetini incelemesi bağlamında özgün olup, literatüre ilgili çerçeveden katkı sunma arayışındadır. İnceleme döneminin, beta sürüm olarak ifade edilebilecek ilk ay verilerine odaklanması zamansal sınırlılık olarak ifade edilebilir. Buna mukabil öncü veriler üzerine yapılacak yorum ve değerlendirmelerin alan yazınının yanı sıra uygulayıcılar açısından da katkı sunacağı değerlendirilmektedir.

4. Bulgular

Araştırma kapsamında öncelikli olarak TRT Balkan dijital platformunda yer alan üç web sitesi (AL, BHSC ve MC) başlıklandırma pratiklerine göre niceliksel olarak tasnife tabi tutulacaktır. Bu bağlamda TRT Balkan platformu incelendiğinde üç web sitesinde de Haberler, Toplum, Kültür, Yaşam Tarzı, Perspektif, Görüşler ve Video başlıkları altında haber içerikleri paylaşıldığı görülmektedir. Bazı başlıklar ise alt başlıklara ayrılmıştır. Haberler başlığı altında Bölge, Türkiye ve Dünya alt başlıkları yer alırken; Toplum başlığı altında ise Politika, Ekonomi, Bilim ve Teknoloji, Sağlık ve Spor alt başlıkları bulunmaktadır.

Tablo 1'de ilgili içeriklerin başlıklar altında dağılımı görülmektedir. TRT Balkan'ın Arnavutça web sitesi incelendiğinde araştırmaya konu dönemde 150 içerik üretildiği ve bunların %60 gibi dikkate değer bölümünün Haberler başlığı altında olduğu görülmektedir. Haberler alt başlıklara göre incelendiğinde ise Bölge ve Dünya haberlerinin eşit oranda, Türkiye konulu haberlerin ise görece düşük sayıda olduğu ifade edilebilir.

TRT Balkan'ın Arnavutça web sitesindeki içeriklerin %16'sını oluşturan Toplum başlığı altında ise 1 politika, 3 ekonomi, 4 bilim ve teknoloji, 5 sağlık ve 11 spor içeriği yayımlanmıştır. İçerik dağılımında Yaşam Tarzı başlığı %9,33, Kültür başlığı ise %6,67 ağırlığa sahiptir. Video başlığı altında ise 2'si sosyal ağlardaki videolar, 3'ü de dijital belgeseller alt başlığında toplamda 5 görüntü içeriği bulunmaktadır.

Tablo 1: TRT Balkan içeriklerinin konu başlıklarına göre dağılımı

Haberler			Toplum	Kültür	Yaşam	Perspektif	Görüşler	Video	Toplam
Bölge	Türkiye	Dünya							
TRT Balkan AL									
38	14	38	24	10	14	4	3	5	150
TRT Balkan BHSC									
73	21	81	65	12	9	6	3	16	286
TRT Balkan MC									
73	14	91	86	13	24	6	5	16	328

Araştırma dönemi içerisinde TRT Balkan BHSC web sitesinde 286 içerik üretilmiş olup, ilgili içeriklerin %61,19'u Haberler başlığı altında yer almaktadır. Haberler kategorisi kendi içerisinde tasnif edildiğinde ise %41,71'inin Bölge, %12'sinin Türkiye, %46,29'unun Dünya haberleri olduğu görülmektedir. İçeriklerin %22,73'ünün yer aldığı Toplum başlığı altında 15 politika, 17 ekonomi, 9 bilim ve teknoloji, 7 sağlık ve 17 spor içeriği yayımlanmıştır. Diğer başlıklar ise dağılımda %5 ve altında paya sahiptir. Video başlığı altında 8'i sosyal ağlardaki videolar, 8'i de dijital belgeseller alt başlığında toplamda 16 görüntü içeriği bulunmaktadır.

TRT Balkan'ın Makedonca web sitesinde ise ilgili dönemde 328 içerik yayımlanmıştır. Bunların %54,27'si Haberler başlığı altında yer almaktadır. Alt başlıklar ekseninde incelendiğinde ise yarımın fazlasının (%51,12) Dünya, %41,01'inin Bölge ve %7,87'sinin Türkiye konulu olduğu görülmektedir. İçeriklerin %26,22'si Toplum başlığı altında yer almakta olup, ilgili başlık altında 23 politika, 18 ekonomi, 16 bilim ve teknoloji, 7 sağlık ve 22 spor içeriği yayımlanmıştır. Yaşam Tarzı haberleri toplamda %7,32'lik paya sahipken, diğer başlıkların %5'in altında olduğu bulgulanmıştır. Video başlığı altında ise 8'i sosyal ağlardaki videolar, 8'i de dijital belgeseller alt başlığında toplamda 16 görüntü içeriği tespit edilmiştir.

TRT Balkan'ın sosyal medya hesapları incelendiğinde Arnavutça (@TRTBalkanAL), Boşnakça-Hırvatça-Sırpça (@TRTBalkanBHSC) ve Makedonca (@TRTBalkanMK) içerik üretilen Twitter hesaplarında paylaşımların 13 Haziran 2022 tarihli tanıtım videosuyla başladığı görülmektedir. 13 Temmuz 2022 dâhil bir aylık dönemde içerik oluşturma ve etkileşim üretme kapasitesi incelendiğinde @TRTBalkanAL'in 814 takipçiye ulaştığı ve 240 adet gönderi paylaştığı tespit edilmiştir. Aynı dönemde @TRTBalkanBHSC de 1594 takipçiye ulaşmış, 261 adet gönderi paylaşmıştır. @TRTBalkanMK de araştırma dönemi içerisinde 1236 takipçiye ulaşırken, 312 adet gönderi paylaşmıştır.

İncelenen Twitter hesaplarının gönderi başına beğeni ve yorum ortalaması ile retweet oranı da incelenmek istenmiş fakat üç hesapta da beğeni, yorum ve retweetlerin gönderi başına 1'in altında kaldığı saptanmıştır.

Araştırma dönemi sonu itibarıyla Instagram hesapları incelendiğinde TRTBalkanAL'in 115 gönderisi ve 1613 takipçisi bulunurken, TRTBalkanBHSC'nin 176 gönderi ve 3102 takipçiye, TRTBalkanMK'nin de 197 gönderi ve 2520 takipçiye ulaştığı görülmektedir. İlgili dönem Facebook sayfa beğenileri incelendiğinde TRT Balkan Albanian 3545 kullanıcı tarafından beğenilirken, TRT Balkan BHSC 2511, TRT Balkan Macedonian 3851 beğeni sayısına ulaşmıştır. 13.07.2022-13.08.2022 tarih aralığında Youtube sayfalarının abone sayıları ve içerik paylaşım sayılarına bakıldığında ise TRT Balkan Albanian'ın 22 video ile 112 aboneye, TRT Balkan BHSC'nin 23 video ile 910 aboneye, TRT Balkan Macedonian'ın 21 video ile 392 aboneye ulaştığı görülmektedir.

İlgili nicel verileri takiben Türkiye odaklı araştırma sorularına açıklayıcı yorumlar oluşturabilmek için Haberler başlığı altında yer alan Türkiye alt başlığı içerisinde sunulan haberler incelenmelidir. İlgili haberlerin, Türkiye'nin kamu diplomasisi hedefleriyle uyumlu fakat propaganda olarak tanımlanmayacak nitelikte oluşturulması habere güven ve habercilik etiği açısından önem arz eden hususlardır. Buradan hareketle haberlerin sunuluş biçimine ve tematik dağılımına odaklanılabilir.

Araştırma dönemi içerisinde TRT Balkan AL'de yayımlanan 14 haber incelendiğinde İsveç ve Finlandiya'nın NATO üyeliğine Türkiye'nin vetosu, Yunanistan'la yaşanan sorunlar, Suriye'deki PKK/YPG terörü, FETÖ ve Ukrayna-Rusya savaşı başta olmak üzere çeşitli güvenlik ve dış politika konularının yanı sıra Srebrenitsa anmaları yer aldığı görülmektedir. Araştırma döneminde ilgili çerçevenin dışına çıkan iki haber yer almaktadır. Birisi Marmaris'teki yangının kontrol altına alındığı haberi, diğeri ise Türkiye'nin ilk elektrikli otomobili olacak TOGG ile ilgili haberdir.

- Erdoğan: Srebrenitsa gerçeği için her zaman Bosnalı kardeşlerimizle birlikteyiz
- Çavuşoğlu: Srebrenitsa'daki soykırımı asla unutmayacağız
- Altun: İsveç ile Finlandiya arasındaki mutabakat NATO üyeliği değil
- Suriye'de 20 PKK/YPG terör örgütü mensubu etkisiz hale getirildi
- Çavuşoğlu: İsveç ve Finlandiya imzalanan mutabakata saygı göstermeli
- Finlandiya ve İsveç'in Türkiye'nin güvenlik kaygılarına ilişkin taahhütleri

- Erdoğan: İsveç ve Finlandiya'dan söz değil sonuç istiyoruz
- Türkiye, Ege'de 75 düzensiz göçmen kurtarıldı
- Altun: Barışa inanmalı ve Rusya-Ukrayna barışı için çaba göstermeliyiz
- Türkiye'den ilk elektrikli otomobil hakkında on gerçek
- Altun: Türkiye halkı Avrupa'nın vaatlerine inanmıyor
- Türkiye ile Suudi Arabistan arasında yeni işbirliği dönemi
- Marmaris'te yangın büyük ölçüde kontrol altına alındı
- 16 ilde FETÖ'ye polis operasyonu

TRT Balkan BHSC'deki Türkiye konulu haberler incelendiğinde ise 21 haber içerisinde TRT Balkan AL'ye benzer şekilde Yunanistan, Finlandiya, İsveç, Suudi Arabistan ve NATO ekseninde güvenlik ve dış politika odaklı haberler ile Bosna Hersek'i uluslararası platformlarda destekleyen Türk yetkililerinin açıklamalarına yer verilmiştir. Türkiye'nin Kıbrıs'ta iki devletli çözüm ve KKTC'nin tanınmasına dönük çabaları da ilgili dönemde habere konu olmuştur. TRT Balkan BHSC'de Türkiye'nin iktisadi, sınai, kültürel ve turistik gücüne vurgu yapan dikkate değer sayıda içeriğin üretildiği de bulgulanmıştır.

- Türkiye terör örgütü FETÖ ile kararlı mücadelesini sürdürüyor
- Erdoğan: Srebrenica'nın unutulmasına izin vermeyeceğiz, BH'yi her şekilde destekleyeceğiz
- Çavuşoğlu: Srebrenitsa'daki soykırımı asla unutmayacağız
- Türkiye'de polis Kurban Bayramı için sürücülere şeker dağıttı
- Çavuşoğlu: Türkiye az gelişmiş ülkelere en çok yardım eden ülkeler arasında
- "İki devlet" kavramı, Kıbrıs'taki anlaşmazlığı çözenin tek formülüdür.
- Yunanistan Başbakanı: Türkiye'nin güvenlik kaygıları meşrudur
- Erdoğan: Finlandiya ve İsveç ile mutabakat Türkiye için diplomatik bir zaferdir
- Theodosius Dikilitaşı: İstanbul'un Sessiz Tanığı
- Altun: Yunanistan, uluslararası hukuka aykırı mantıksız iddialarla tansiyonu yükseltiyor
- Türkiye bu yılın ilk 5 ayında 11,3 milyon turisti ağırladı
- Türkiye, Bosna-Hersek'le ilgili de dâhil olmak üzere AB zirvesinden alınan çok sayıda kararı eleştirdi
- 5 noktada Doğu Ege adalarının Yunan militarizasyonu
- Uluslararası kuruluşların başkanları ve dünya liderleri Türkiye adını kullanıyor
- Altun: Türk halkı artık Avrupa vaatlerine inanmıyor
- Cumhurbaşkanı Erdoğan, Suudi veliâht prensi Ankara'da kabul etti.
- Dünyanın önde gelen havayollarından biri adını değiştiriyor
- Kim Buldu: Türkiye'nin Kaybolan Kültürel Mirası Geri Kazanma Mücadelesi
- Dünyanın yeni en uzun asma köprüsü hakkında bilmeniz gereken 8 şey
- Stoltenberg: Türkiye'nin endişesi meşru
- Erdoğan: Yunanistan'ı akıllı olması için uyarıyoruz

TRT Balkan MC'nin araştırma dönemi Türkiye eksenli haberleri incelendiğinde ise 12 haber üretildiği görülmekte olup, İsveç, Finlandiya, NATO, Yunanistan ve Suudi Arabistan ile Türkiye ilişkilerini konu alan güvenlik ve dış politika haberlerinin incelenen diğer sayfalara benzer biçimde yer aldığı saptanmıştır. Bunların yanı sıra Türkiye'nin savunma sanayinde ve elektrikli otomobil üretiminde geldiği noktayı vurgulayan ve turistik destinasyonları yabancı aktörlere atıfla ön plana çıkaran içerikler üretildiği bulgulanmıştır.

- Milli havadan havaya füze Gökdoğan Türkiye'de başarıyla test edildi
- Türkiye ve İtalya savunma sanayinde işbirliğini artırıyor
- Çavuşoğlu: İsveç ve Finlandiya NATO'ya giriş muhtırasına uyacak
- Erdoğan: İsveç ve Finlandiya'dan sadece sözler değil, sonuçlar da istiyoruz
- Robert De Niro: İstanbul'un büyük bir büyüsü var
- Yaklaşık 2 bin bisikletçi, savaş mağduru çocuklar için İstanbul'da yarıştı
- Altun: Yunanistan, başarısızlıklardan uzaklaşmak için Türkiye'yi hedef aldı
- Çok kültürlülüğün desteklenmesi için Güvenlik Konseyi yeniden yapılandırılmalı
- Altun: Türk halkı artık Avrupa'nın vaatlerine güvenmiyor

- Türkiye ile Suudi Arabistan arasında yeni bir işbirliği dönemi
- Marmaris yakınlarındaki orman yangınlarını uçaklar ve helikopterler söndürüyor
- Rüyadan gerçeğe: Türkiye'den ilk elektrikli otomobil hakkında on gerçek
- Global Traveler: İstanbul, 2022 için en iyi destinasyon
- Türkiye'ye girişte Covid-19 önlemleri kaldırıldı.

SONUÇ

Çalışmanın kuramsal çerçevesi çizilirken belirtildiği üzere uluslararası yayıncılık, kamu diplomasisinde önem arz eden alanlardan biri olmakla birlikte zaman içerisinde dönüşüm de göstermektedir. Signitzer ve Coombs'ın (1992) katı yaklaşım, Zaharna'nın (2010) ise enformasyonel çerçeve içerisinde tanımladığı uluslararası yayıncılık, Szondi'nin (2009) de vurguladığı üzere 21. yüzyıl kamu diplomasisine geçişle birlikte geleneksel kitle iletişim araçlarının yanı sıra ağlarla kişiselleştirilebilen yeni medya araçlarının da dahil olduğu bir yapıya evrilmiş; internet üzerinden etkili "dar yayıncılık" ile desteklenme imkânı da oluşmuştur.

Nye'in (2008) etkili içerik üretimi için gerekli hususları belirttiği çerçeve üzerinden spesifik bir bölgeyi hedef alan internet tabanlı TRT Balkan platformu mercek altına alınmıştır. TRT Balkan'ın yayın hayatına başladığı ilk aydaki içerik üretimine odaklanan ve araştırma sorularından hareketle ilgili medya aygıtını betimsel analiz temelinde sorgulayan çalışmada ilk olarak platformun içerik üretim oranı ve içeriklerin kategorik dağılımı tespit edilmeye çalışılmıştır. Bulguların işaret ettiği üzere en fazla içerik üretiminin yapıldığı TRT Balkan MC'de bile günlük içerik üretim oranı ortalama 10 haber bandındadır. Bu oran 7/24 habercilik anlayışının egemen olduğu günümüz dijital yayıncılığı için düşük bir rakam olup, okuyucuları siteye tekrar girmeye teşvik etmek için nitelikli içerik artışının gerekli olduğu ifade edilebilir.

İçeriklerin kategorilere göre dağılımı incelendiğinde ise her üç sitede de Haberler başlığı altında yoğunlaşma olduğu görülmektedir. TRT Balkan'ın haber sitesi olması dolayısıyla bu yönde bir yoğunlaşma görece makul olarak değerlendirilebilir olmakla birlikte toplum, kültür, yaşam tarzı içeriklerinin arttırılması da hedef okur kitlesini çoğaltma, sitede kalma ve tıklanma oranlarını arttırma potansiyeline sahiptir. Diğer taraftan ilgi çekici, yaratıcı video içeriklerinin de dijital medya platformlarında hızlıca dolaşıma girdiği düşünüldüğünde video kategorisindeki içeriklerin de arttırılması gerekmektedir.

Üretilen içeriklerin bölge coğrafyasındaki okur kitleye hitap etme durumu incelendiğinde ise her üç sitede de haberlerin görece büyük bölümünün bölge haberlerine ayrıldığı, toplum, kültür, yaşam tarzı kategorilerinde de bölge ülkeleri ve dünyadan ilgi çekici içeriklerin paylaşılmaya çalışıldığı görülmektedir. Buna mukabil hem yazınsal hem de görsel içerik sayılarının arttırılması gerektiği vurgulanmalıdır.

TRT Balkan'da yer alan Türkiye eksenli haberlerin toplam haber içerisinde dağılımı incelendiğinde bölge ve dünya haberlerine oranla daha düşük sayıda olduğu görülmekle birlikte bu yaklaşımın hedef kitlenin ihtiyaçları ile propaganda ve/veya reklam algısının oluşmaması dengesi bağlamında tutarlı olduğu ifade edilebilir. Burada önem arz eden konu, ilgili haberlerin niceliğinden ziyade Türkiye'nin kamu diplomasisi hedefleriyle uyumluluğudur. Haber içeriklerinden saptandığı üzere ağırlıklı olarak güvenlik ve dış politika konularına yer verildiği, özellikle Arnavutça yayınlarda bu oranın yüksek seviyede olduğu görülmektedir. Türkiye'nin dış politika tezlerinin aktarılması kamu diplomasisi açısından değerli olmakla birlikte kültür sanat faaliyetleri ile Türkiye menşeli ürün ve hizmetlerin de bağlamına uygun olarak haberleştirilmesi Türkiye markasına katkı sunacaktır. Türkiye'nin turizm potansiyelini, TOGG, Gökdoğan füzeleri gibi sınai ürünlerini konu alan içerikler bu kapsamda değerlendirilebilecek içerikler olup, bunların da sayısının arttırılması gerekmektedir.

21. yüzyıl kamu diplomasisinde etkileşimi arttırıcı bir araç olarak önem atfedilen yeni medya araçları, bir başka ifadeyle sosyal ağlar da çalışma kapsamında incelenmiştir. İlgili dönemde TRT Balkan'ın Facebook, Instagram, Twitter, Youtube ve Tiktok sosyal medya platformlarında sayfaları olmakla birlikte ilgili sayfaların bulgularda da yer verildiği üzere etkileşim oranlarının 1'in altında olduğu, paylaşımların büyük bölümünün beğeni, retweet ve/veya yorum almadığı görülmektedir. Araştırma dönemi boyunca TRT Balkan BHSC web sitesinde sosyal medya linkleri TRTBalkanBHS şeklinde hatalı olarak verildiği için web sitesinden sosyal medya hesaplarına erişim sağlanamamış, durum araştırmacı tarafından ilgililere bildirilmesine rağmen çalışmanın kaleme alındığı dönemde henüz

düzeltilme yapılmamıştır. Trtbalkanmk ve trtbalkanal Tiktok hesaplarında az sayıda paylaşım olmakla birlikte trtbalkanbhsc hesabında çalışma dönemi boyunca paylaşım yapılmamıştır. Günümüzde sosyal medya araçları etkin kullanıldığında içeriklerin dolaşım hızını arttırdığı, yeni hedef kitlelere erişim imkânı sağladığı, tanınırlığı arttırdığı düşünüldüğünde, TRT Balkan sosyal medya sayfalarının tamamının mevcut haliyle bu hedeften uzak oldukları görülmektedir. Bölgede saygın ve etkin bir yayıncı kuruluş olma iddiasıyla yola çıkan TRT Balkan'ın kamu diplomasisi çabalarına katkı sunabilmesi için tanınırlığını arttıracak tutundurma faaliyetlerine ağırlık vermelidir. Çeşitli reklam mecralarında yapılacak satın almaların yanı sıra sosyal medya hesaplarıyla entegre yarışma vb. benzeri etkinliklerin düzenlenmesi ve takipçilerde paylaşımı teşvik edecek içeriklere ağırlık verilmesi gibi stratejilerin oluşturulması da bu bağlamda önerilebilir.

Sonuç olarak TRT Balkan'ın ürettiği içeriklerin eksikliklerine rağmen Türkiye'nin kamu diplomasisi hedefleriyle uyumlu olduğu belirtilmelidir. Diğer taraftan araştırma bulgularından hareketle Nye'nin (2008) işaret ettiği iki hususa da içerik üretim sürecinde dikkat edildiği; içeriklerde bölge dinamikleri ve hassasiyetlerinin gözetildiği, propaganda olarak algılanacak sayıda ve yoğunlukta Türkiye konulu içeriğin oluşturulmadığı da olumlu bir husus olarak ifade edilmelidir. TRT Balkan, Türkiye'nin hinterlandı içerisinde tanımlanan bölge coğrafyasında, küresel ve bölgesel güçlerin rekabetinin yoğun olduğu bir dönemde iktisadi, siyasi ve kültürel etki alanı oluşturmaya ve etkin rolünü sürdürülebilir kılmaya çalışan Türkiye için kamu diplomasisi faaliyetlerinde yararlanılabilecek dikkate değer bir araçtır. TRT Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı tarafından trtvotworld.com'da bölge dillerinde yayınlar yapılıyor olmakla birlikte doğrudan bölgeye yönelik, tüm bölge dillerinde içerik üreten TRT Balkan markasının yaratılması önem arz eden bir gelişmedir. İncelenen dijital platform, yaklaşık 30 milyon nüfuslu bölge coğrafyasında ilgi çekici ve sürdürülebilir içerik ürettiği ve tanıtımı da yapıldığı ölçüde Türkiye için fırsat yaratma potansiyeline sahiptir.

KAYNAKÇA

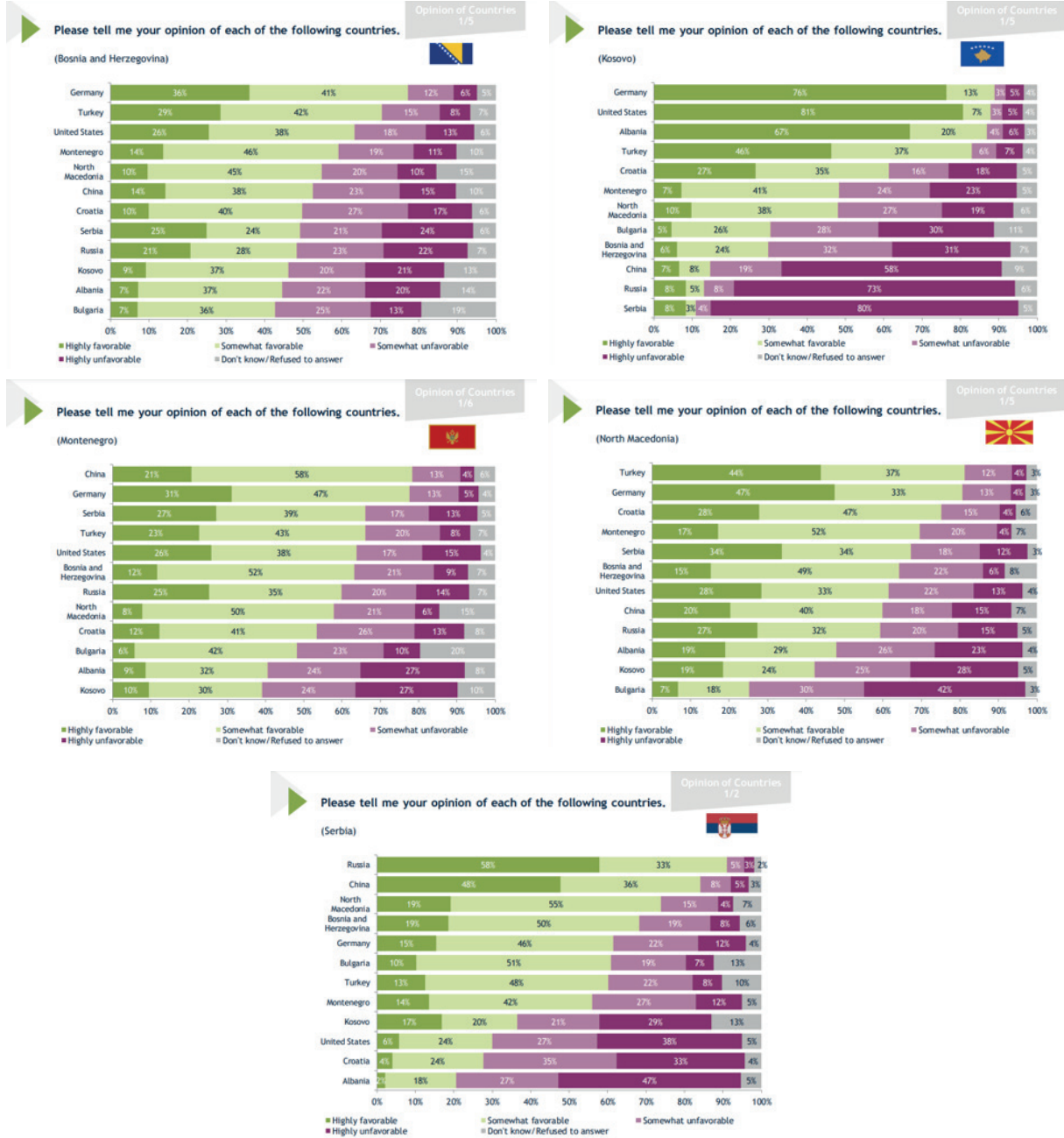
- Aydemir, E. (2019). Çin'in Küresel Bir Yumuşak Güç Hareketi: CGTN'nin İncelenmesi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(19), 260-275.
- Bal, E. (2018). Kamuoyu Oluşumunda Güçlü Bir Unsurlar Olarak Dış Yayıncılık ve Dış Yayıncılıkta İçeriğin Önemi. *Humanities Sciences (NWSAHS)*, 13(3):74-83.
- Barıtcı, F. & Aydeniz, H. (2019). Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Medya: TRT World Örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 1551-1576.
- BBC (2022). *About the BBC*. <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/whatwedo/worldservice/> (Erişim Tarihi: 23.07.2022)
- Bekar, N. (2019). Kültürel Diplomasi Açısından Batı Balkanlarda Türkiye ve Almanya (2000-2015). *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(3), 3064-3084.
- Cull, J.N. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Los Angeles: Figueroa Press.
- Çeker, R (2020). Türkiye'nin Bosna-Hersek'teki Kamu Diplomasisi Kullanımı ve Sonuçları. *TURAN-SAM Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi*, 12(47), 102-110.
- Çelik, S. (2021). Sırbistan Özelinde Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Politikası. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 1743-1759.
- De Gouveia, P.F. & Plumridge, H. (2005). *European infopolitik: developing EU public diplomacy strategy*. London: The Foreign Policy Center.
- Demirkıran, C. (2011). Türk-Arap İlişkileri Bağlamında Türkiye'nin Yabancı Dilde İlk Uluslararası Kamu Televizyonu: TRT Et Türkiye (TRT Arapça). *E-Journal of New World Sciences Academy Humanities*, 6(3), 424-432.
- Douai, A. (2009). *International Broadcasting and The Management of Foreign Public Opinion, The Case of Al-Hurra Television in The "Arab Street"* (Doktora tezi). Pennsylvania: The Pennsylvania State University.
- Durmuş, A. (2021). Kamu Diplomasisi Bağlamında IRNA ve VOA'nın İletişim Stratejilerinin İncelenmesi. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, (18), 74 – 101.
- Erdem, D. (2011). Türkiye'de 2005–2006 Yılları Arasında Yayımlanan Eğitim Bilimleri Dergilerindeki Makalelerin Bazı Özellikler Açısından İncelenmesi: Betimsel Bir Analiz. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 2(1), 140-147.
- Ekşi, M. (2017). İran'ın Transnasyonel ve Teopolitik – Şiilik – Temelli Kamu Diplomasisi. *Bölgesel Araştırmalar Dergisi*, *Bölgesel Araştırmalar Dergisi*, (İran Özel Sayısı), 46-66.
- Eren, E. (2019). Medya Diplomasisi Aktörü Olarak TRT ve Balkanlardaki Örnek Faaliyetleri. *TRT Akademi*, 4(7), 26-41.
- 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.
- Ertekin, B. A. (2015). Uluslararası Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Açısından Deutsche Welle (DW)'nin Kamu Diplomasisindeki Yeri ve Önemi. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 7-22.

- Filiz, Ş. (2021). Kamu Diplomasisi Bağlamında S-400 Anlaşması'nın Uluslararası Yayın Kuruluşları Üzerinden İncelenmesi: VOA, RT ve TRT World Örnekleri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(2), 777-793.
- Golan, G. J., Manor, I., & Arceneaux, P. (2019). Mediated Public Diplomacy Redefined: Foreign Stakeholder Engagement via Paid, Earned, Shared, and Owned Media. *American Behavioral Scientist*, 63(12), 1665–1683.
- Güner, S. (2021). Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Ve Yumuşak Güç Uygulamalarında Medya'nın Rolü: TRT'nin Uluslararası Kanalları Üzerine Bir Değerlendirme. *Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 145-168.
- Karadeniz, Y. (2022). Türkiye'nin Kamu Diplomasisinde TRT World'ün Rolü. *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, 4(9), 560-578.
- Kavoğlu, S. (2018). *Türk Kamu Diplomasisi - Halkla İlişkiler Eksenli Model Arayışları*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Kavoğlu, S. (2020). Meşrulaştırma Aracı Olarak Medya: Rusya'nın Kırım'ı İlhakı Üzerine Bir İnceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Sayı: 50, 97-116.
- Kılıçarslan, E. (2021). Bölgesel Güç Olma Bağlamında Siyasal Pazarlama Açısından Kamu Diplomasisi: Kurtlar Vadisi Dizi Haberleri Söylem Analizi. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 5(14), 167-185.
- Kim, H. (2017). Bridging The Theoretical Gap Between Public Diplomacy And Cultural Diplomacy. *The Korean Journal of International Studies*, 15(2), 293-326.
- Köksoy, E. (2015). Kamu Diplomasisi Perspektifinden Ulus Markalaması. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (23), 42-61.
- Manheim, J. B. (1994). *Strategic Public Diplomacy & American Foreign Policy: The Evolution of Influence*. New York, NY: Oxford University Press.
- Nye, J. S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616, 94-109.
- Ökmen, Y. E. ve Göksu, O. (2019). Kültürel Diplomasi Bağlamında Türk Dizilerinin İhracatı ve Kültür Aktarımına Katkısı: 'Diriliş Ertuğrul' Örneği. O. Göksu içinde, *Kamu Diplomasisinde Yeni Yönelimler* (s. 247-291). Konya: Literatürk Academia.
- Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.
- Özkan, A. (2015). *21. Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi İmkânları*. Stratejik Rapor No: 70. İstanbul: TASAM Yayınları.
- Paçaoğlu, E. H. (2020). Balkanlar'da Türkiye ve Avrupa Birliği'nin Yumuşak Gücü. *Anadolu ve Balkan Araştırmaları Dergisi*, 3(6): 35-69.
- Parim, A. ve Çetin, C. (2021). Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak TRT Avaz ve Milliyetçilik. *İletişim ve Diplomasi*, 5, 25-55.
- Schneider, C.P. (2003). Diplomacy that Works: 'Best Practices' in Cultural Diplomacy. *Center for Arts and Culture*. <http://www.americansforthearts.org/sites/default/files/Schneider.pdf> (Erişim Tarihi: 31.07.2022)
- Signitzer, B. and Coombs, T. (1992). Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Covergences. *Public Relations Review*, 18(2): 137-147.

- Szondi, G. (2009). Central and Eastern European Public Diplomacy: A Transitional Perspective On National Reputation Management. N. Snow, P.M. Taylor içinde, *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (s. 312-333). New York: Routledge.
- Tavşancıl, E. ve Aslan, E. (2001). *Sözel, Yazılı ve Diğer Materyaller için İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri*. İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Taylor, P. M. (1997). *Global Communications, International Affairs and The Media Since 1945*. New York, NY: Routledge.
- TRT (2022). <https://www.trt.net.tr/> (Erişim Tarihi: 24.08.2022)
- TRT Balkan (2022). <https://www.trtbalkan.com/> (Erişim Tarihi: 24.08.2022)
- TRT World (2022). Our Story. <https://www.trtworld.com/about> (Erişim Tarihi: 24.08.2022)
- TRT World Forum (2022). About. <https://www.trtworldforum.com/about/> (Erişim Tarihi: 24.08.2022)
- TRT World Research Centre (2022). <https://researchcentre.trtworld.com/> (Erişim Tarihi: 24.08.2022)
- TRT Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığı (2022). <https://www.trtvotworld.com/> (Erişim Tarihi: 24.08.2022)
- TRT 12 Punto (2022). Hakkımızda. <https://trt12punto.com/hakkimizda/> (Erişim Tarihi: 24.08.2022)
- USAGM (2022). History. <https://www.usagm.gov/who-we-are/history/> (Erişim Tarihi: 23.07.2022)
- VOA (2016). ABD Ülke Dışını Hedef Alan Yayın Kuruluşlarında Değişikliğe Gidiyor. <https://www.amerikaninsesi.com/a/abd-ulke-disinda-hedef-alan-yayin-kuruluslarinda-degisikliginde-gidiyor/3639196.html> (Erişim Tarihi: 10.09.2022)
- Yağmurlu, A. (2019). Kamu Diplomasisi Bakışından Spor Diplomasisi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(4), 1367-1380.
- Yanardağoğlu, E. (2014). Uluslararası İletişim ve Kamu Diplomasisi: BBC Dünya Servisi Haber Merkezi Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (38), 115-131.
- Yazar, F. (2020). Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Türk Dizi Sektörünün Değerlendirilmesi. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(3), 529-541.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yılmaz, M. ve Pacoları, E. (2019). Kamu Diplomasisi Ve Halkla İlişkiler Açısından Yunus Emre Enstitüsü'nün Koso-va'daki Faaliyetlerinin Analizi. *Turkish Studies Social Sciences*, 14(4), 1905-1929.
- Zaharna, R. S. (2010). *Battles to Bridges: US Strategic Communicaiton and Public Diplomacy After 9/11*. New York: Palgrave Macmillan.

EK 1.

Görsel 1: IRI 2022 Batı Balkanlar Bölgesel Araştırması Sonuçları



- **Etik kurul onayı:** Etik kurul onayına ihtiyaç bulunmamaktadır.
- **Çıkar çatışması:** Çıkar çatışması bulunmamaktadır.

-
- **Ethics committee approval:** There is no need for ethics committee approval.
 - **Conflict of interest:** There is no conflict of interest.

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.
This study was carried out in accordance with research and publication ethics.