

**KAMU DİPLOMASİSİ
VE
TÜRKİYE’NİN KAMU
DİPLOMASİSİNE
TRT WORLD ETKİSİ**

Ayşegül YAŞAR
Başkent Üniversitesi
Stratejik Araştırmalar ve Uygulamalar Merkezi Stajyeri
2022

1. GİRİŞ

Bu araştırmanın amacı yumuşak gücün açık ve net bir tanımını yapmak, yumuşak güç ve kamu diplomasisi kavramlarının farkını açıklamak, kamu diplomasisi kavramının tanımı ve kamu diplomasisinde TRT World'ün etkisini anlamlandırmaktır.

Günümüzde hala kamu diplomasisi ve yumuşak güç kavramlarının ayrımı tam olarak yapılamamaktadır. Bu ayrımın yapılamıyor oluşu kamu diplomasisinin tam anlaşılmasına ve iki kavramın birbiriyle karıştırılmasına yol açmaktadır. Bu ayrımı yapmak ve kamu diplomasisine gereken önemi vermek özellikle siyaset bilimi ve uluslararası ilişkiler alanları için önemlidir.

Bir diğer yandan kamu diplomasisini oluşturan altı temel unsur vardır. Bu unsurlardan iki tanesi kamu diplomasisinin temelini oluşturur. Diğer dört unsur ise kamu diplomasisi uygulamaları için kolaylaştırıcı birer rol oynar. Bu makalede de kolaylaştırıcı rollerden birini oynayan Ulusal ve Uluslararası Medya, TRT World kapsamında incelenecektir.

20. Yüzyılla beraber teknoloji unsuru hayatımıza girmiştir. Hayatımıza giren bu unsur sayesinde güçlü olan ülkelerin gücü kendini daha çok belli etmeye başlamıştır. Teknolojiyle birlikte medya, siyasete bilimi ve uluslararası ilişkiler alanına fazlasıyla dâhil olmaya başlamıştır. Kamuoyu, hükümet karşısında medya aracılığıyla güçlenmeye başlamıştır. Şüphesiz ki medya, özellikle kamu diplomasisiyle birlikte siyaset bilimi ve uluslararası ilişkiler alanında önemli bir etkiye sahiptir. Türkiye'de dünya üzerinde yaptıklarını duyurmak ve medya aracılığıyla kamu diplomasisinde var olduğunu göstermek zorundadır. Bu bağlamda Türkiye'nin ilk İngilizce yayın yapan ve uluslararası haber kanalı olan TRT World kurulmuştur. Bütün bunlara neticesinde bu araştırmanın ana sorusu ' Kamu Diplomasisinde TRT World'ün rolü ve etkisi nedir?' sorusudur.

Bu araştırma sorusunu anlamlandırabilmek için öncelikle diplomasi kavramını anlamlandırmamız gerekir. Diplomasi kavramının kökeni Eski Yunancaya dayanmaktadır. 'Diploma' kelimesinden türetilmiştir. Diploma kavramı Eski Yunanca da 'ikiye katlamak' anlamına gelmektedir. Devlete ait tüm resmi belgelere katlanış biçimlerinden dolayı

‘diploma’ denilmektedir. Zaman içerisinde resmi belgeleri düzene sokacak, bu belgelerdeki çeşitli şifreleri çözecek ve bu belgeleri koruyacak kişilere ihtiyaç duyuldu. Bunun sonucunda da ‘diplomasi’ kavramı ortaya çıkmıştır. Diplomasi o zamanlar ‘belgeleri inceleyen bilim dalı’ anlamına gelmektedir. Diplomasi kavramının uluslararası arena da uluslararası ilişkilerin yürütülmesi anlamında kullanılmaya başlanması ise Edmund Burke’e dayanmaktadır. 1796 Yılında Edmund Burke ilk kez ‘diplomasi’ kavramını uluslararası ilişkiler alanında kullanmıştır. Bu alanda diplomasi kavramı ‘ulusal çıkarların barışçıl yollardan korunması’ anlamına gelmektedir.

Araştırma kapsamında anlamlandırmamız gereken başka bir kavram ise ‘güç’ kavramıdır. Joseph Nye’e göre “Güç hava gibidir, herkes ona bağlıdır, onunla ilgili konuşur fakat çok azı anlar. Aynı zamanda güç aşk gibidir, onu denemek, açıklamaktan ve ölçmekten daha basittir fakat bu onun gerçekliğini azaltmaz.”. Güç kavramının çeşitli düşünürlerce çeşitli anlamları vardır. Bazı düşünürlere göre güç; kapasite, bazı düşünürlere göre etki, bazı düşünürlere göre amaç ve bazı düşünürlere göre ise amaca ulaşmada bir araçtır. Güç kavramını sadece realist yaklaşımla özdeşleştirmek yanlıştır. Çünkü güç aynı zamanda idealist yaklaşımda da önemli bir yere sahiptir. Dış politikada güç kavramını ikiye ayırmak mümkündür. Askeri ve ekonomik unsurları içeren sert güç ve yumuşak güç. Bu makalede ilgileneceğimiz güç, yumuşak güçtür. Yumuşak Güç kavramı ilk kez soğuk savaş sonrası Joseph Nye tarafından literatüre kazandırılmıştır. 1990 Yılında Joseph Nye’in yumuşak güç kavramını geliştirmesiyle birlikte ilk başta yumuşak güç kavramı bu alanda çokça tartışılmış ve anlaşılmamıştır. Birçok düşünür bu tartışmalar neticesinde yumuşak güç kavramını farklı şekillerde tanımlamıştır. Yumuşak güç, çekici bir güçtür. Cazibeyi oluşturan değerler yumuşak gücü oluşturur. İnsanları zorlamak yerine onlarla iş yapmayı hedefler.

Araştırmanın medya ile ilgili olan kısmında bilmemiz gereken, en önemli kavramlardan biri ise ‘propaganda’ kavramıdır. Propagandanın temelinde en doğru ve tarafsız bilgiyi yaymak yoktur. Bunun yerine propagandanın temelinde insanları manipüle etme fikri yer alır. Verilen mesaj doğru olsa bile yönlü olabilir ve olayı tamamıyla ortaya koymaz. Çünkü propaganda çok sayıda insanın düşünce ve davranışlarını etkileme amacı taşır. Kısacası propaganda bir manipülasyon tekniğidir.

‘ Kamu Diplomasinde TRT World’ün rolü ve etkisi nedir?’ sorusuna yanıt aramak üzere yapılacak olan bu araştırmanın devam eden kısmında öncelikle Yumuşak Güç ve Kamu

Diplomasisi kavramlarının tanımı yapılacak bu tanımlar ışığında Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi kavramları arasındaki fark ortaya konulacaktır. Üçüncül olarak ise Kamu Diplomasisi, Ulusal ve Uluslararası Medya yönünden ele alınacaktır. Son olarak ise bütün bu tanımlar ve karşılaştırmalar ışığında Türkiye’de Kamu Diplomasisi incelenecek ve Türkiye’nin ilk İngilizce yayın yapan ve uluslararası haber kanalı olan TRT World’ün Türkiye’nin Kamu Diplomasisine olan etkisi incelenecek ve araştırma sorusuna cevap aranacaktır. Bütün bu tanımlar, karşılaştırmalar ve incelemeler ışığında araştırma sorusuna bir cevap verilecektir.

2. KAMU DİPLOMASİSİ VE YUMUŞAK GÜÇ

Makalede önemli olan hususlardan birisi Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç arasındaki farkı açık ve net bir şekilde ortaya koymaktır. Yumuşak Güç, makalenin başında da belirtildiği üzere çekici bir güçtür. Cazibeyi oluşturan değerler yumuşak gücü oluşturur. İnsanları zorlamak yerine onlarla iş yapar ve ikna etmeye dayalıdır. Kaba bir güç kullanmadan, baskı ve zorlama olmadan, ayartma ve cezbetme kabiliyeti ile istenilen sonuçların elde edilmesini amaçlar. Kamu Diplomasisi ise bir devletin uluslararası ortamda dış politikasının icrasında kullandığı resmi ve diplomatik bir kanaldır. Hedef toplumu ve karar vericileri olumlu yönde etkilemeyi amaçlar ve bu amaçla kendi milli çıkarlarını gerçekleştirme gayretidir. Kısacası kamu diplomasisinin amacı aktörlerin tercihlerini şekillendirmektir. Bu noktadan bakıldığında Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç arasında gözle görülür bir benzerliğin olduğu reddedilemez. Fakat aslında Kamu Diplomasisi, Yumuşak Gücün bir uzantısıdır. Yumuşak gücün daha amaç odaklı bir hale getirilmiş şeklidir. Ve aralarında bazı farklılıklar vardır. Bu farklılıkları bilmek ve anlamak makalenin gidişatı için önemlidir. Kamu Diplomasisin de karar vericileri etkilemek gibi bir amaç vardır. Bu amaç Yumuşak Güçte bulunmaz. Bu sebepten ötürü güdülen amaç konusunda bir farklılık mevcuttur. Bir unsurun Kamu Diplomasisi unsuru olması için devlet tarafından yönlendirilen bir unsur olması lazım (bir ülkenin bayrağı gibi). Fakat bir unsurun Yumuşak Güç unsuru olması için devlete bağlı bir unsur olmasına gerek yoktur (bir televizyon programında bir ülkeye ait herhangi bir markanın gösterilmesi bir yumuşak güç unsurudur.). Yumuşak Güçte herhangi bir hedef kitle yoktur. Amaç para kazanmak ve markanın ya da söz edilen unsurun adını duyurmaktır. Fakat Kamu Diplomasisinde belirgin bir hedef kitle vardır. Bu hedef kitle ise karar vericilerin kararını etkileyecek potansiyele sahip olan topluluklardır. Son olarak ise

Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi uygulandıkları süre bakımından birbirinden ayrılır. Kamu Diplomasisi Kısa, Orta ya da Uzun vadeli olabilir. Yumuşak Güç ise böyle bir vade hedeflemez. Özellikle bu dört noktadan bakıldığında da Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç arasındaki farklılıkları bariz bir şekilde görmek mümkündür.

Kamu Diplomasisi temelinde altı unsur bulundurulur. Bu altı unsurun en önemli iki tanesi (Kamu Diplomasisini bir binaya benzetirsek, binanın temelini oluşturan iki unsur.) Ekonomik Altyapı ve Tarihi ve Kültürel Altyapıdır. Bir ülkenin bahsedilen iki unsurundan biri ya da ikisi güçlüyse ülke Kamu Diplomasisi açısından avantajlı bir durumdadır. Türkiye, Tarihi ve Kültürel Altyapısı güçlü bir ülkedir. Diğer dört unsurumuz ise Uluslararası Ortamda İkna Edicilik, Teknolojik Altyapı ve Teknolojiyi Kullanma, Uygun ve Yeterli Teşkilatlanma ve son olarak bu makalede daha detaylı inceleyeceğimi ve ilgileneceğimiz Ulusal ve Uluslararası Medya.

3. KAMU DİPLOMASİSİ VE MEDYA

Ulusal ve Uluslararası Medya alanında önemli olan bir kavram da Propaganda kavramdır. Makale kapsamında Propaganda ve Kamu Diplomasisi arasındaki farkı net bir şekilde ortaya koyabilmekte önemli bir husustur. Propaganda kelimesi Latince bir kelimeden türetilmiştir. Yine makalenin başında bahsettiğimiz propagandadan bu noktada bir çeşit manipülasyon tekniği olarak söz etmek mümkündür. Siyasi propaganda ise siyasi rekabetin doğuşundan beri fiilen vardır. ¹ Propaganda bir noktada yalana ve mübalağaya dayanır. Yıkılması kolaydır. Propagandanın aksine Kamu Diplomasisi içerisinde yalanı bulundurmaz. Gerçek olayları insanlara sunar. Bu yüzden yıkılması zordur. Anlatma ve ikna etme metotlarıyla olumlu bir imaj oluşturmayı amaçlar. Her iki unsur da devletin çıkarlarına hizmet etmek için vardır. Fakat Kamu Diplomasisi uzun vadede bir ülkeye ve halka barış getirirken, Propaganda kısa vadede savaşa sebep olur.

Kamu diplomasisi bir noktada reklama ve pazarlamaya dayanır.² Temelinde yaptığın her şeyi göster, göstert felsefesi yatar. Bir ülkenin ya da hükümetin medya aracılığı olmadan yaptıklarını kamuoyuna duyurma imkânı ise yok denecek kadar azdır. Kamu Diplomasisi ve

¹ Uluslararası İlişkilerde Yeni Bir Boyut Kamu Diplomasisi, Haluk Karadağ, s.61

² Uluslararası İlişkilerde Yeni Bir Boyut Kamu Diplomasisi, Haluk Karadağ, s.45

Yumuşak Gücün farkı hususunda bahsi geçen hedef kitleye ulaşmanın başında Televizyon, Radyo, Geleneksel Medya ve Yeni Medya unsurları yer alır. Bu unsurlar kamuoyunu şekillendiren ve hedef kitleye ulaşmanın birer yoludur. Bahsi geçen sebeplerden ötürü medya, Kamu Diplomasisi için vazgeçilemez bir unsurdur.

4. TÜRKİYE VE KAMU DİPLOMASİSİ

Türkiye, Tarihi ve Kültürel Altyapı açısından oldukça güçlü bir konuma sahiptir. Tarihi birikimi, medeniyet değerleri, jeostratejik konumu ve insan kaynağı ile dünya genelindeki ülkeler arasında önemli bir konuma sahiptir. Fakat ne yazık ki Türkiye böyle önemli bir konumu ve gücü etkin kullanabilen bir ülke değildir. Çünkü Türkiye'nin demokratikleşme konusunda gözle görülür eksiklikleri, insan hakları ile ilgili sorunları, demokrasiye müdahale kapsamında incelenen askeri darbeleri ve özgürlükle ilgili ciddi sorunları vardır. Tüm bu belirtilenler Türkiye'ye sadece siyasi sorunlar değil, ekonomik ve sosyal sorunlar da getirir. Ve Kamu Diplomasisinde bir ülkenin sadece dış sorunları değil aynı zamanda iç sorunları da çok önemlidir. Yani bir ülkenin iç politikası, dış politikasını doğrudan etkilemektedir. Ne yazık ki Türkiye 21.Yüzyıla kadar Tarihi ve Kültürel Altyapısındaki önemli mevkiini doğru bir şekilde kullanamamıştır. 21. Yüzyıl içerisinde ise 'Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü (KDK)' kurulmuştur. Türkiye'nin kamu diplomasisi stratejisi, Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün (KDK) ortaya koyduğu metinlerden hareketle belirlenmeye çalışılmıştır. KDK'nin temel amacı "Türkiye'nin uluslararası toplumda tanıtımını yapmak ve saygınlığını artırmak hedefi doğrultusunda kamu kurum ve kuruluşları ile bütün zenginlikleri ve tecrübeleriyle sivil toplum kuruluşları arasında koordinasyon ve işbirliğini sağlamak" ve "hikâyenizi karşı tarafa doğru bir şekilde anlatabilmek" şeklinde ifade edilmiştir (KDK, 2017)³. KDK, kurulduğu andan itibaren bir takım faaliyetler yapmaya başlamıştır.⁴ KDK hem iç hem de dış politikayı yakından takip eder. Ayrıca iç ve dış politikada yer alan önemli gelişmeleri basın aracılığıyla dünyaya aktarır. Küreselleşme, medyanın ve teknolojinin bu kadar gelişmesiyle birlikte Türkiye'de dâhil hiçbir ülke kamuoyunun desteğini almadan herhangi bir konuda herhangi bir politika belirlemesi ya da bu politikayı uygulaması pek de mümkün değildir. Bu sebeple belirlenen politikaların kamuoyuna medya aracılığıyla rasyonel, inandırıcı, savunulabilir ve ikna edici bir şekilde anlatılması gerekir. İbrahim

³ 1558 Erciyes İletişim Dergisi | Temmuz/July 2019 Cilt/Volume 6, Sayı/Number 2, 1551-1576
Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Medya: TRT World Örneği Fatih Baritci, Hediyeullah Aydeniz

⁴ 1558 Erciyes İletişim Dergisi | Temmuz/July 2019 Cilt/Volume 6, Sayı/Number 2, 1551-1576
Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Medya: TRT World Örneği Fatih Baritci, Hediyeullah Aydeniz

Kalın'ın KDK'nın resmi web sayfasında yer alan "Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi" başlıklı yazısında Kamu Diplomasisinin tanımını "Türkiye'nin yeni 'hikâyesi'nin etkin ve kapsamlı bir şekilde dünya kamuoyuna anlatılması faaliyetidir. Bu faaliyetlerin muhtevasını belirleyen, Türkiye'nin tarihinden ve coğrafyasından tevarüs ettiği birikimidir. Türk dış politikasının derinlik kazanması, bu birikimi stratejik bir değer haline getirmesiyle doğrudan orantılıdır" bu cümlelerle yapmaktadır.

KDK'nın işbirliği içerisinde olduğu kurum ve kuruluşlar vardır. Bu kurum ve kuruluşlar; Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık, Dışişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yunus Emre Enstitüsü, TÜRKSOY, TİKA'dır. Bu kurum ve kuruluşlar dışında makalenin esas yapı taşlarından biri olan; uluslararası yayıncılık aşamasını ise TRT, AA ve BYEGM yürütmektedir.

5. TÜRKİYE RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU VE KAMU DİPLOMASİSİ

Medyanın toplumu etkileme gücü vardır. Bu güç medyaya, politikaları yaygınlaştırma, başka toplumlara

Ulaştırma ve mesajların iletilmesi konusunda önemli bir konum verir. Kamu Diplomasisi Politikalarının hem ülke içine hem de ülke dışına ulaştırılmasında en etkin güçlerinden birisi Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumudur (TRT). TRT kamusal yayıncılık anlayışına sahiptir. TRT; son yıllarda TRT Avaz, TRT Arapça, TRT Türk gibi kanallar kurmuştur. Bu kanalların amacı yurt dışında medya aracılığıyla ülkemizi tanıtmak ve politikalarımızın anlaşılmasında rol oynamaktır. Bunun dışında TRT'nin Kamu Diplomasisi alanında attığı en büyük adımlardan birisi İngilizce yayın yapan TRT World kanalını kurmaktır. TRT'nin bu yönde attığı olumlu adımların yanı sıra bazı eksiklikleri de vardır. Bu eksikliklerin başında kamuoyunda siyasi sebeplerden ötürü oluşan güvensizlik gelmektedir. Bu güvensizlik TRT için büyük önem teşkil etmektedir. Çünkü itibar ve saygınlık ancak güven ile oluşturulur.

18 Mayıs 2015 tarihinde test yayınlarına başlayan TRT World 27 Ekim 2015'te uydu üzerinden yayınlara başlamıştır. TRT World'ün açılış programında konuşma yapan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan TRT World için "TRT World, devletimizin resmî bülteni olmak için değil, gerçekleri dünyaya anlatmak için kuruldu." Ve "TRT World'ün milletimizin gerçeklerini, en iyi televizyonculuğu yaparak dünyaya anlatmasını bekliyoruz" ifadelerini kullanmıştır. 18-19 Ekim 2017 tarihlerinde TRT World Forum'da konuşan

Başbakan Binali Yıldırım ise “ TRT World’ün kuruluşunu tetikleyen gelişmeler, sesini duyuramayan insanların sesini duyurmak ve bölgeyi dünyaya doğru anlatma ihtiyacıdır.” İfadelerini kullanmıştır. TRT World kendi izleyicisini “Küresel bir bilince sahip, küresel vatandaşlar” olarak tanımlamaktadır. TRT World’e göre haberleri izlemek ve dinlemek TRT World izleyicisi için yeterli olmamalıdır. TRT World bu konular doğrultusunda izleyicisinden bir cevap almayı da hedefler. TRT World’ün resmi web sayfasında kanalın misyonu “anlayışı arttırmak, varsayımlara meydan okumak, tartışmaları cesaretlendirmek ve pozitif davranışları etkilemek” şeklinde ifade edilir. Kanalın vizyonu ise “pozitif değişim için katalizör olmak” şeklinde belirtilir.

TRT World tamamen İngilizce yayın yapan, İstanbul, Londra, Washington gibi büyük illerin yanı sıra pek çok il de stüdyosu bulunan bir kanaldır. Bu nedenle kanalın beklentisi geniş kitlelere ulaşmak, dünyada gerçekleşen olayları Türkiye’nin nasıl değerlendirdiğini, değerlendireceğini anlamak ve anlatmak için en önemli başvuru kaynağı olmasıdır.

TRT World, kendi izleyicisini küresel bir bilince sahip, küresel vatandaşlar olarak tanımlamaktadır. TRT World, izleyicinin hikâyesinin merkezinde olmayı hak ettiğine inanmaktadır. Bu tanımlamalar ve amaçlar doğrultusunda TRT World’ün izleyicisinden beklentisi, onlardan bir reaksiyon almak, düşünce kalıplarında değişime yol açmak ve sosyal meselelerin farklı bir perspektiften bakılarak, farklı bir şekilde algılanmasını sağlamaktır. 2021 Yılında TRT World’ün Uluslararası Yayınlarından Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığına atanan Fatih ER bir makale için verdiği röportaj da ; “TRT World’ün kuruluşundaki en büyük amaç; Türkiye’ye dair merak edilen konularda ulaşılacak ilk kaynak olmaktır. Türkiye hakkında herhangi bir durumla ilgili insanlar Google gibi arama motorlarında arama yaptıklarında karşılıklarına ilk olarak TRT World’ün çıkması istenmektedir.” İfadelerini kullanmıştır.⁵

Bir ülke uluslararası arenada yeteri kadar etkili olmak istiyorsa, kendi sesini dünyaya tam anlamıyla duyurabilecek bir güce sahip olmalıdır. Bu bağlamda 2016 yılında TRT World’ün şef editörlüğünü yapan Resul Serdar Ataş’ın “ Şu veya bu şekilde kamu yayıncılığı yapan bir kanal olarak TRT World’ün kaderiyle Türkiye’nin kaderini birbirinden ayırttırmamak gerekiyor.” İfadelerinin doğruluk payı vardır. Kanalın amaçlarından biriside kanalın küresel

⁵ 1558 Erciyes İletişim Dergisi | Temmuz/July 2019 Cilt/Volume 6, Sayı/Number 2, 1551-1576
Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Medya: TRT World Örneği Fatih Barıtcı, Hediyeullah Aydeniz

çapta gündem oluşturma kabiliyetini artırmaktır. Bütün bu perspektiften bakıldığında TRT World'ün, Türkiye'nin argümanlarını dünyaya aktardığı, TRT World'ün bu sayede Türkiye'nin bir kamu diplomasisi aracı konumuna geldiği ve Türkiye'nin kamu diplomasisi stratejisi çerçevesinde faaliyetler yürüttüğü sonuçlarına varabiliriz.

TRT World, 18-19 Ekim 2017 tarihlerinde TRT World Forum'u düzenlemiştir. TRT World Forum'a dünyanın pek çok ülkesinden önemli devlet adamları, medya profesyonelleri ve akademisyenler katılmıştır. Baktığımız zaman düzenlenen bu forum bir kamu diplomasisi faaliyeti olarak değerlendirilebilir. Düzenlenen forum da dönemin başkan yardımcısı Bekir Bozdağ ise yaptığı konuşmada " TRT World Türkiye Cumhuriyeti'ni temsil eder. Dünyadaki tek sesliliği bozmak amacına sahiptir. Ve algıların doğru bir şekilde oluşturulması noktasında kanal, çok önemli olacaktır." İfadelerini kullanmıştır (TRT World Research Center, 2017)

Araştırma açısından kanalla ilgili büyük önem arz eden bir diğer husus ise TRT World'ün hedef kitlesinin kamu diplomasisi stratejisi bakımından uygunluğudur. TRT World'ün dünyada yaşanan olayları Türkiye gözünden incelemesi ve bu incelemeleri yeniden dünya geneline servis etme hedefi doğrultusunda anlaşılıyor ki TRT World dünyadaki tüm izleyicilere ulaşmak hedefindedir. Kanalın İngilizce yayın yapması nedeniyle bu hedef kitleyi dünya üzerinde İngilizce bilen tüm insanlar olarak sınırlandırmak mümkündür. Hedef Kitleyi biraz daha belirginleştirmek isteyen TRT World; ağırlıklı olarak beyaz yakalılardan oluşan 25-45 yaş grubundaki izleyicilerin hedef kitle olduğunu belirtmiştir. Bir medya unsuru aracılığıyla yapılan kamu diplomasisi uygulamasının başarılı olabilmesi için en önemli husus, uygulamayı yapan medya unsurunun, hedef kitleye gönderilen mesajlarda güvenilir olmasıdır. Eğer bu uygulamalarda güvenilirlik yerine, devletlerin kendi çıkarları ön plana konulursa ve bu hedef kitle tarafından anlaşılırsa medya unsurunun güvenilirliği azalır.

21. Yüzyılda teknolojinin gelişmesiyle birlikte hayatımıza geleneksel medyanın yanı sıra yeni medya unsuru girmiştir. Geleneksel Medya, tek taraflı iletişime sahiptir ve kanalın sadece geleneksel medya unsuruyla bütün hedef kitlesine ulaşması mümkün değildir. Geleneksel Medya'ya örnek olarak radyo, televizyon, dergiler ve billboardlar verilebilir. Yeni Medya ise iki taraflı iletişimi destekler, hedef kitleye ulaşmayı daha çok mümkün kılar ve bilgiyi ve iletişimi daha hızlı yayar. Yeni Medya'ya örnek olarak ise Sosyal Medya, İnternet ve Mobil Uygulamalar verilebilir. Teknolojinin yaygınlaşması ve insanların daha çok sosyal medyaya yönelmesiyle birlikte yeni medya ulusal ve uluslararası televizyon kanalları için de

önemli bir hale gelmiştir. Çünkü insanlar sosyal medya, internet ve akıllı cihazlar aracılığıyla günün her anında istedikleri yerden habere ulaşabilecek durumdadır. TRT World'ün de kendi için belirlediği hedef kitleye ulaşabilmesi için yeni medyayı kullanması gerekir. TRT World, kendi internet sitesini kurarak, kendi adına Instagram, Facebook, Twitter, Youtube hesapları açmıştır. Ve bu hesaplardan eşzamanlı olarak canlı yayınlar ve paylaşımlar yaparak hedef kitlesine ulaşmayı hedeflemiştir. TRT World yeni medyayı kullanarak sadece hedef kitlesine ulaşmakla kalmamış aynı zamanda seyirciyle daha kolay etkileşime girmiş, çift taraflı iletişim kurmuştur. Bu bağlamda TRT World ve TRT World izleyicisi arasındaki güven bağı daha da güçlenmiştir. Kamu Diplomasisi için önemli olan unsurlardan birisi de şüphesiz ki güvendir. 5 Eylül 2022 tarihinde TRT World'ün Facebook hesabını takip eden 3.5 Milyon kişi, Instagram hesabını takip eden 825 Bin kişi, Youtube hesabına abone olan ise 1,67 Milyon kişi vardır. TRT World, yeni medyanın gerek iletişim konusunda, gerekse siyasi ve kamu diplomasisi açısından öneminin farkında. Fakat günümüzde TRT World, kendine rakip olarak gördüğü El Cezire, BBC ve CNN gibi uluslararası kanalların takipçi ve abone sayısı olarak oldukça gerisinde kalıyor. Bu bağlamda abone ve takipçi sayılarını birer sayıdan ibaret olarak görmek yanlıştır. Çünkü bu kanalların amacı dünyada yaşanan olayları, kendi ülkesi ve kendi gözünden yorumlamaktır. Ve bu amaçla kurulan bir kanal ne kadar takipçi ve abone sayısına sahipse o kadar insana ulaşabilir. Kamu Diplomasisinin de temel felsefesi, 'yaptığın her şeyi göster, göstert.' Olduğu için TRT World'ün de bu bağlamda rakiplerine göre daha az kişiye ulaştığı göz önünde bulundurularak TRT World'ün kamu diplomasisi bakımından da diğer rakiplerinden geri de kaldığını söylemek mümkündür.

TRT World küresel bir kanaldır ve bu bağlamda CNN, BBC, EL CEZERİ gibi diğer küresel kanallar TRT World'ün rakibidir. Fatih ER konuyla ilgili TRT World'ü diğer uluslararası yayıncılık yapan kanallarla kıyasladığımız da Türkiye ve Orta Doğu'ya dair en doğru bilgi kaynağının TRT World olduğunu ve bu konuda El Cezire'yi kendilerine rakip gördüklerini ifade etmiştir. Bunun yanı sıra özellikle Osmanlı'nın kültürel mirası olan bölgelerde etkili olmak istediklerinin üzerinde durmuştur⁶. TRT World aynı bölgede bulunduğu için kendisini ilk olarak El Cezire kanalı ile kıyaslar. Bu kıyaslama Türkiye'nin kamu diplomasisi bağlamında önemli bir stratejidir. Çünkü Osmanlı mirasının bir parçası olan kesimler üzerinde El Cezire kanalının şüphesiz büyük bir etkisi vardır.

⁶ 1558 Erciyes İletişim Dergisi | Temmuz/July 2019 Cilt/Volume 6, Sayı/Number 2, 1551-1576
Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Medya: TRT World Örneği Fatih Barıtcı, Hediyeullah Aydeniz

TRT World'ün kanalında yayınladığı, çekimleri stüdyoların bulunduğu çeşitli ülkeler de yapılan pek çok ekonomik, siyasi, sosyal içerikli televizyon programı vardır. Bunlardan birisi de ‘‘Bigger Than Five’’. Bigger Than Five, Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın ‘ Dünya, beşten büyüktür.’ söyleminden yola çıkarak hazırlanan bir programdır. Bu programda her hafta ele alınan bir konu her açıdan masaya yatırılıyor. Birleşmiş Milletler’den Trump’a, küresel krizlerden politik çıkmazlara, IŞİD’den göç meselesine kadar dünya gündemini meşgul eden konular tek tek irdeleniyor. Programın moderatörlüğünü ise deneyimli sunucu Ghida Fakhry yapmaktadır.

6. SONUÇ

Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç unsurları arasında şüphesiz bir benzerlik vardır. Çünkü Kamu Diplomasisi, Yumuşak Güç unsurunun bir uzantısıdır. Fakat bu iki kavramın birbirinden ayrıştırılması ve iki farklı kavramın oluşması bakımından, makalenin başında da açıklanan farklılıklar mevcuttur. Bu farklılıkların başında Kamu Diplomasisinin temelinde bir bireyin, toplumun veya devletin bir konu hakkında kararını değiştirmek ve onları manipüle etme amacı varken, bu amaç Yumuşak Güçte yoktur.

Türkiye; tarihi, coğrafyası ve geçmiş sebebiyle diğer ülkelere nazaran Tarihi ve Kültürel Altyapı açısından diğer ülkelere oldukça güçlüdür. Bu gücü kullanmak Türkiye’nin elindedir. Amerika, Tarihi ve Kültürel Altyapı açısından pek güçlü bir ülke olmasa bile Ekonomik Altyapı açısından oldukça güçlüdür. Ve bu gücü oldukça iyi kullanır. Fakat Türkiye, Tarihi ve Kültürel Altyapı konusundaki gücünü pek de iyi kullanamamaktadır.

Küreselleşme, gelişen teknoloji ve değişen dünya ile birlikte medya unsurları gözle görülür bir biçimde Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler alanında kendine yadsınamaz bir yer edinmiştir. Ve devletlerin elinde bireyleri, toplumları ve diğer devletleri manipüle etmek, diğer devletlere silahsız bir savaş açmak için kullanılmıştır. Medya unsurları ile birlikte bir birey, bir toplum ya da devleti yerle bir etmek televizyon, gazete ya da internette

yayınlanacak bir habere bağlıdır. Bu noktada devletlerin üstüne düşen medya unsurlarını bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanmaktır.

Bazı devletler medya unsurlarını kamu diplomasisi aracı olarak kullanmak için elini çabuk tutarken, bazı devletler bu konuda geç kalmıştır. Bu noktada Türkiye elini çabuk tutan devletlerden ziyade geç kalan devletlerin arasındadır. Fakat geç kalmış olmak bu silahsız savaşı kaybetmiş olmak demek değildir. Türkiye, bu alanda çabalayan ve rakiplerini yakalamaya çalışan bir devlettir. Türkiye için özellikle TRT bünyesinde kurulan ve uluslararası yayın yapan kanallar önemli birer Kamu Diplomasisi aracıdır. Fakat 2015 senesine kadar TRT bünyesinde bulunan kanallar ya Türkçe yayın yaparak yurt dışında yaşayan Türk izleyicilere ulaşmış ya da TRT Kürdi, TRT El Arabia gibi çeşitli dillerde yayın yapan kanallarıyla bölgesel olarak izleyiciye ulaşmaktaydı. Bu durum kamu diplomasisi alanında Türkiye için inkâr edilemez bir zayıflıktı. Fakat 2015 senesinde TRT, TRT World kanalını kurarak bu zayıflığı kapatmak adına bir adım atmış ve Türkiye adına uluslararası alanda İngilizce yayın yapan ilk kanal olmuştur. TRT World Türkiye'nin Kamu Diplomasisinde medya adına atılmış büyük bir adımdır. TRT World dünyadan yaşanan ekonomik, siyasi ve toplumsal olayların hepsini Türkiye'nin gözünden dünyaya servis eder.

TRT World'ün kendisine rakip olarak CNN, BBC gibi diğer kanallar arasından Katar merkezli El Cezire'yi seçmesi ve Katar'ın eskiden Osmanlı İmparatorluğu'nun ilçesi olması göz önünde bulundurularak; Türkiye'nin Kamu Diplomasisi stratejisinin özellikle Osmanlı'nın eski toprakları üzerinde yaşayan devletler ve o devletlerin halkını etkilemek, onlar için bir cazibe merkezi olmak olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra Türkiye'nin bir diğer stratejisi bir ülke olarak izlediği politikaları ikna edici ve savunabilir bir şekilde dünya kamuoyuna duyurmaktır.

TRT World'ün kuruluşu ve hedefleri bakımından Türkiye için önemli, gerekli ve bir noktada etkili olduğu önemli bir gerçektir. Fakat TRT World'ün rakiplerinden geri kaldığı alanlar olduğu ve bu alanlarda Türkiye'nin Kamu Diplomasisi açısından kendisini bu alanlarda geliştirmesi gerektiği de önemli bir gerçektir. TRT World'ün hedeflerinden birisi de Türkiye'yi ilgilendiren her türlü meselede ilk aranılan kaynak olmaktır. Bu alanda yaptığı çalışmalar vardır. Fakat TRT World'ün sosyal medyadaki takipçi sayısı ve rakiplerinin takipçi sayısı karşılaştırıldığında arada bir uçurum olduğu bariz bir şekilde bellidir. Bu uçurum TRT World'ün 'ilk aranan kaynak' olma hedefini olumsuz bir yönde etkilemektedir.

Sonuç olarak Kamu Diplomasisi açısından Kamu Diplomasisinin anlamını ve yapmayı hedeflediği unsurları bilmek önemlidir. Kamu Diplomasisini anlamlandırabilmenin en önemli yolu da Yumuşak Güç ile arasındaki farka hâkim olabilmektir. TRT World'ün kurulması, yayın hayatına başlaması ve bu güne kadar yaptıkları Türkiye'nin Kamu Diplomasisi ve Kamu Diplomasisi Stratejileri için oldukça önemlidir. Fakat yeterli olup olmadığı tartışmaya açık bir konudur.

KAYNAKLAR

Dr. Haluk KARADAĞ – Uluslararası İlişkilerde Yeni Bir Boyut: Kamu Diplomasisi (01.12.2016) TOBB Üniversitesi Bölüm 1;
<https://www.youtube.com/watch?v=m6Gf5oJaWAc&t=952s>

Dr. Haluk KARADAĞ – Uluslararası İlişkilerde Yeni Bir Boyut: Kamu Diplomasisi (01.12.2016) TOBB Üniversitesi Bölüm 2;
<https://www.youtube.com/watch?v=Q-Sk-EOfkBU&t=655s>

Emrah AYDEMİR; Kamu Diplomasisi: Ülkeler - Avrupa Birliği - Kurumlar – Uygulamalar

Emrah AYDEMİR; Dış Politikada Yumuşak Güç ve Medya

Fatih BARİTÇİ, Hediyeullah AYDENİZ; Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Medya: TRT World Örneği
1558 Erciyes İletişim Dergisi | Temmuz/July 2019 Cilt/Volume 6, Sayı/Number 2, 1551-1576

Haluk KARADAĞ; Uluslararası İlişkilerde Yeni Bir Boyut Kamu Diplomasisi

IJPS, 2020; 2(3):89-115 International Journal of Politics and Security, 2020: 2(3):89-115

TRT World Research Center Resmi Sitesi; <https://researchcentre.trtworld.com/>

TRT World Resmi Sayfası; <https://www.trtworld.com/>

TRT World Resmi Youtube Hesabı; <https://www.youtube.com/c/trtworld>

Yrd. Doç. Dr. Meltem BOSTANCI; Kamu Diplomasinde Medyanın Rolü ve Önemi:
Stratejik Bir İletişim Aracı Olarak Kamu Diplomasisi