

**T.C.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI  
GAZETECİLİK BİLİM DALI**

**KAMU DİPLOMASİSİ PERSPEKTİFİNDEN ULUSLARARASI  
YAYINCILIK:  
TRT ARABİ ÜZERİNE BİR İNCELEME**

Salma BARRAQ  
184222001017

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman  
Doç. Dr. Salih TİRYAKİ  
Konya-2025

Bu çalışma, 27.06.2025 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Gazetecilik Anabilim Dalı Gazetecilik Bilim Dalı Programında Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

**Savunma  
Tez Jürisi**

**Doç. Dr. Salih TIRYAKI  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ**

**Prof. Dr. Bünyamin Ayhan  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ**

**Doç. Dr. Mustafa İŐLİYEN  
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ**

## ÖNSÖZ

Günümüzde medya, devletlerin kültürel ve diplomatik ilişkilerini güçlendiren, yumuşak güçlerini inşa eden ve uluslararası alanda etkili bir iletişim aracı olarak önemli bir rol üstlenmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'nin Arap dünyasıyla bağlarını derinleştirme çabaları, TRT Arabi'nin yayın politikaları üzerinden açıkça görülmektedir. Bu tez, TRT Arabi'nin Arapça konuşan izleyicilere yönelik kültür, tarih, sanat ve toplumsal değer odaklı programlarını inceleyerek, kanalın kamu diplomasisi stratejilerindeki yerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Mayıs 2023 – Ağustos 2023 tarihleri arasında yayımlanan Yeni Sabah, Mozaiq ve Kıssa ve mâ fihâ programları, nitel içerik analizi yöntemiyle detaylı bir şekilde analiz edilerek, Türkiye'nin dış politika hedefleriyle uyumlu kültürel aktarımın nasıl gerçekleştirildiği değerlendirilmiştir.

Bu çalışma, uzun bir araştırma ve analiz sürecinin ürünüdür. Bu süreçte bana yol gösteren, ilim ve irfanını cömertçe paylaşan değerli danışmanım Doç. Dr. Salih Tiryaki'ye en içten teşekkürlerimi sunarım. Akademik yolculuğumda bana ilham veren hocalarım, fikirleriyle çalışmama katkı sağlayan meslektaşlarım ve dostlarıma da şükran borçluyum. Özellikle, araştırmanın her aşamasında desteklerini esirgemeyen TRT Arabi ekibine, kültürel içerik üretimindeki çabaları ve sağladıkları bilgiler için teşekkür ederim.

Eğitim hayatım boyunca ve bu tez sürecinde maddi ve manevi destekleriyle her daim yanımda olan aziz aileme ve hayatımın en kıymetli refiki, sevgili eşime sonsuz şükranlarımı sunarım. Onların muhabbeti, teveccühü ve cesaretlendirmeleri, bu eseri tamamlamamda en büyük dayanağım olmuştur. Ayrıca, çalışmanın muhtelif merhalelerinde sabırla bana yoldaşlık eden, fikirleri ve dostluklarıyla kuvvet bahşeden arkadaşlarıma ve bu süreçte himmetini esirgemeyen herkese samimi şükranlarımı arz ederim. Bu eseri, her daim bana inanan ve destekleyen aileme ve eşime adıyorum.

Salma BARRAQ

Haziran 2025



<b>Öğrencinin</b>	Adı – Soyadı	Salma BARRAQ
	Oğrenci No	184222001017
	Anabilim Dalı	Gazetecilik
	Bilim Dalı	Gazetecilik
	Programı	<input checked="" type="checkbox"/> Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans (İ.Ö.)
	Danışmanı	Doç. Dr. Salih TIRYAKI

<b>Tezin Adı</b>	Kamu Diplomasisi Perspektifinden Uluslararası Yayıncılık: TRT Arabi Üzerine Bir İnceleme
------------------	---

## ÖZET

Küresel ölçekte devletlerin dış politikalarını şekillendiren kamu diplomasisi, uluslararası yayıncılık aracılığıyla kültürel ve diplomatik bağların güçlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'nin Arap dünyasıyla ilişkilerini derinleştirme çabaları TRT Arabi'nin Yeni Sabah, Mozaiq ve Kıssa ve mâ fihâ programları üzerinden nitel içerik analiziyle değerlendirilmiştir. Çalışma, programların yayın planlarından tematik içeriklerine, görsel ve dilsel anlatılarından kamu diplomasisi hedeflerine kadar uzanan bir çözümleme sunarak, Türkiye'nin yumuşak gücünü artırma stratejilerini ortaya koymuştur. Bulgular, Yeni Sabah'ın modern yaşam temalarıyla dinamik bir Türkiye imajı oluşturduğunu, Mozaiq'in sanatsal anlatılarla kültürel mirası öne çıkardığını ve Kıssa ve mâ fihâ'nın tarihî öykülerle Türk-Arap ilişkilerini derinleştirdiğini göstermektedir. Bu programlar, kültürel çeşitlilik, sanatsal ortaklıklar ve tarihî bağlar aracılığıyla kitlelerle güçlü bağlar kurarak Türkiye'nin uluslararası görünürlüğünü olumlu yönde şekillendirmektedir. Ayrıca, yayın saatlerinin bölgesel alışkanlıklara uyarlanması, içeriklerin teknoloji ve çağdaş iş birlikleriyle zenginleştirilmesi ile dijital platformların daha etkin kullanımı, TRT Arabi'nin etkisini daha da artırabilir. Çalışma, TRT Arabi'nin Türkiye'nin kamu diplomasisi hedeflerine katkıda bulunduğunu kanıtlamış ve bu alandaki stratejilerin başarısını ortaya koymuştur. Gelecekte, bu başarıyı daha da pekiştirmek için dijital entegrasyon ve içerik çeşitliliği üzerine odaklanan yeni araştırmalar yapılabilir.

**Anahtar Kelimeler:** Kamu diplomasisi, uluslararası yayıncılık, TRT Arabi.



Öğrencinin	Adı – Soyadı	Salma BARRAQ
	Öğrenci No	184222001017
	Anabilim Dalı	Gazetecilik
	Bilim Dalı	Gazetecilik
	Programı	<input checked="" type="checkbox"/> Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans (İ.Ö.)
	Danışmanı	Doç. Dr. Salih TIRYAKI

Tezin Adı	<i>International Broadcasting from a Public Diplomacy Perspective: A Study on TRT Arabi</i>
-----------	---

## ABSTRACT

In the global arena, public diplomacy plays a significant role in shaping states' foreign policies, particularly through international broadcasting that strengthens cultural and diplomatic ties. Within this context, Turkey's efforts to deepen its relations with the Arab world have been evaluated through a qualitative content analysis of TRT Arabi's programs Yeni Sabah, Mozaiq, and Kissa ve mâ fihâ. The study provides a comprehensive analysis of the programs' broadcast schedules, thematic content, visual and linguistic narratives, and public diplomacy objectives, highlighting Turkey's strategies to enhance its soft power. Findings reveal that Yeni Sabah creates a dynamic Turkey image through modern life themes, Mozaiq showcases cultural heritage with artistic narratives, and Kissa ve mâ fihâ deepens Turkish-Arab relations with historical stories. These programs foster strong connections with audiences through cultural diversity, artistic partnerships, and historical ties, positively shaping Turkey's international perception. Furthermore, adapting broadcast schedules to regional habits, enriching content with technology and contemporary collaborations, and enhancing the use of digital platforms could further increase TRT Arabi's impact. The study confirms TRT Arabi's contribution to Turkey's public diplomacy goals and underscores the success of these strategies. Future research could focus on digital integration and content diversification to further strengthen these efforts.

**Keywords:** Public diplomacy, international broadcasting, TRT Arabi.

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	I
.....	II
ÖZET.....	II
ABSTRACT .....	III
İÇİNDEKİLER .....	IV
TABLO LİSTESİ: .....	VII
GİRİŞ .....	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	4
KAMU DIPLOMASISININ KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ .....	4
1.1 Kamu Diplomasinin Tanımı ve Tarihçesi .....	4
1.1.1 Kavramsal Tanım ve Kapsam .....	4
1.1.2. Tarihsel Gelişim ve 21. Yüzyılda Dönüşüm .....	6
1.1.3. Geleneksel Diplomasiyle Farkları.....	8
1.2. Kamu Diplomasisi Modelleri ve Yaklaşımlar .....	9
1.2.1. Tek Yönlü Bilgi Aktarımı.....	9
1.2.2. Karşılıklı Etkileşim ve Diyalog Modeli .....	11
1.2.3. Halk Diplomasisi .....	12
1.2.4. Yeni Medya ve Modern Yaklaşımlar .....	14
1.3 kamu Diplomasinin Araçları .....	16
1.3.1. Medya ve Uluslararası Yayıncılık .....	16
1.3.2. Kültürel Diplomasisi.....	18
1.3.3. Eğitim, Değişim Programları ve İnsani Yardımlar .....	20
İKİNCİ BÖLÜM.....	22
MEDYA VE ULUSLARARASI YAYINCILIK BAĞLAMINDA KAMU DIPLOMASISI.....	22
2.1. Medya ve Kamu Diplomasisi İlişkisi .....	22

2.1.1 Medyanın Rolü: Algı, Çerçeveleme ve Ajanda Belirleme.....	22
2.1.2 Uluslararası Yayıncılığın Kamu Diplomasisindeki İşlevi .....	24
2.2 Türkiye'nin Medya Diplomasisi Stratejileri.....	26
2.2.1 Türkiye'nin Uluslararası Yayıncılığının Kamu Diplomasisindeki Yeri .....	26
2.2.1.1 TRT Arabi'nin Kuruluşu ve Temel İletişim Stratejisi .....	26
2.2.1.2 TRT Arabi'nin Kamu Diplomasisindeki Yeri.....	29
2.2.1.3 TRT World'ün Uluslararası Yayıncılık Stratejisi.....	30
2.2.1.4 Anadolu Ajansı'nın Uluslararası Yayıncılıktaki Rolü.....	32
2.3 Türkiye'nin Medya Yoluyla İmaj ve Algı Politikaları .....	34
2.4. Uluslararası Yayıncılıkta Stratejik İletişim Modelleri ve Türkiye'nin Konumlanışı.....	36
2.4.1. Küresel Haber Ağlarında Kamu Diplomasisi: BBC Arabic, Al Jazeera, France 24 ve Deutsche Welle Örnekleri .....	36
2.4.2 TRT Arabi'nin Medya Politikaları ve İçerik Üretimi.....	39
2.4.3 TRT Arabi'nin Stratejik Konumlanışı: Rekabet, İmaj ve Söylem Kurgusu Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Analiz.....	41
2.4.4 TRT Arabi'nin Dijitalleşme Sürecinde Yumuşak Güç Politikaları ve Haber Stratejileri .....	43
2.4.5 Türkiye'nin Kamu Diplomasisinde TRT Arabi'nin Rolü: Yayın Politikaları, Algı Stratejileri ve Bölgesel Etki.....	45
2.4.6 TRT Arabi Üzerinden Türkiye'nin Uluslararası Yayıncılıkta Stratejik Konumlandırması .....	47
2.4.7. TRT Arabi'de Kültürel ve Sosyal İçerikler Yoluyla Kamu Diplomasisi: Program Yapısı ve Yumuşak Güç Unsurları.....	49
2.4.8. TRT Arabi Yayınlarında Sembolik İletişim ve İzleyiciyle Anlam İnşası.....	52
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM .....	55
TRT ARABİ'DE KÜLTÜREL VE TEMATİK PROGRAMLARIN İÇERİK ANALİZİ.....	55
Araştırmanın Amacı .....	55
Araştırmanın önemi:.....	56
Varsayımlar: .....	57

<b>Sınırlılıklar:</b> .....	<b>58</b>
<b>Araştırma Soruları</b> .....	<b>59</b>
<b>3.1 Metodoloji</b> .....	<b>60</b>
<b>3.2 Araştırmanın Yöntemi</b> .....	<b>61</b>
<b>3.3 Evren ve Örneklem</b> .....	<b>62</b>
<b>3.4 Veri Toplama Süreci</b> .....	<b>63</b>
<b>3.5 Veri Analizi ve Kodlama Süreci</b> .....	<b>65</b>
<b>Tematik İçerik Analizi:</b> .....	<b>67</b>
<b>3.5 Geçerlik ve Güvenirlik</b> .....	<b>68</b>
<b>3.6 Etik Kuralları</b> .....	<b>68</b>
<b>3.7 Bulgular ve Yorumlar</b> .....	<b>69</b>
<b>3.7.1Yayın Sıklığı ve Saati Dağılımı:</b> .....	<b>70</b>
<b>3.7.2.İletişim Stratejileri ve Tematik Örtüşme:</b> .....	<b>78</b>
<b>3.7.3 Türkiye İmajı ve Kamu Diplomasisindeki Konumu:</b> .....	<b>87</b>
<b>3.7.4 Kültürel Programların İçerik ve Diplomasi Çözümlemesi</b> .....	<b>91</b>
<b>SONUÇ</b> .....	<b>93</b>
<b>KAYNAKÇA</b> .....	<b>96</b>

## TABLO LİSTESİ:

<b>Tablo 1 Temel Yayın özellikleri .....</b>	<b>70</b>
<b>Tablo 3 Yayın Saatleri ve Bölgesel Uyum .....</b>	<b>72</b>
<b>Tablo 4 Tekrar Sıklığı ve Erişim .....</b>	<b>74</b>
<b>Tablo 5 Yayın Süresi Yoğunluğu.....</b>	<b>75</b>
<b>Tablo 6 Yayın Günleri ve Kitle Uyumu .....</b>	<b>76</b>
<b>Tablo 7 Bölüm Sayısı ve Frekans .....</b>	<b>77</b>
<b>Tablo 8 Genel Tematik Kodlar ve Oranlar .....</b>	<b>79</b>
<b>Tablo 9 Mozaiq Tematik Çözümleme .....</b>	<b>80</b>
<b>Tablo 10 Kıssa ve mâ fihâ Tematik Çözümleme.....</b>	<b>81</b>
<b>Tablo 11 Yeni Sabah Tematik Çözümleme .....</b>	<b>82</b>
<b>Tablo 12 Coğrafi Referanslar ve Oranlar .....</b>	<b>83</b>
<b>Tablo 13 Görsel Simgesellik Detay .....</b>	<b>84</b>
<b>Tablo 14 Dilsel Anlatı ve Anahtar Kelimeler .....</b>	<b>85</b>
<b>Tablo 15 Kategori Tanımları .....</b>	<b>86</b>
<b>Tablo 16 Söylem Analizi.....</b>	<b>87</b>
<b>Tablo 17 Kültürel Bağ Kurma Stratejileri.....</b>	<b>88</b>
<b>Tablo 18 Türkiye İmaj Temsili.....</b>	<b>89</b>
<b>Tablo 19 Kamu Diplomasisi Hedefleri .....</b>	<b>90</b>

## GİRİŞ

Küresel dünyada dış politika anlayışı, yalnızca devletler arası resmi müzakerelerle sınırlı kalmamakta; toplumlar arasında kurulan doğrudan ve dolaylı iletişim biçimleri de dış politika stratejisi oluşturma süreçlerinin ayrılmaz bir parçası hâline gelmektedir (Melissen, 2005, s. 4). Özellikle Soğuk Savaş sonrası dönemde artan karşılıklı bağımlılık ilişkileri, dijital iletişim teknolojilerinin gelişimi ve kamusal tepkilerin siyasal süreçlerde daha etkin hâle gelmesi, devletlerin dış politika hedeflerine ulaşabilmek için halklar düzeyinde etkileşimi önceleyen stratejilere yönelmesini zorunlu kılmıştır. Bu çerçevede kamu diplomasisi, devletlerin yabancı kamuoylarıyla doğrudan iletişim kurmalarını sağlayan, geleneksel diplomasi araçlarını tamamlayan ve kültürel, toplumsal, politik düzlemlerde yumuşak güç üretimini mümkün kılan bir dış politika enstrümanı olarak önem kazanmıştır (Nye, 2004, s. 11).

Kamu diplomasisi kavramı ilk olarak 1965 yılında Edmund Gullion tarafından akademik literatüre kazandırılmıştır. Gullion'a göre kamu diplomasisi, devletlerin dış politikalarını hayata geçirirken yabancı halkları doğrudan hedef alan bir etkileme çabasıdır (Demir, 2012, s. 6). Bu yaklaşım, halkların tutum, kanaat ve algılarına yönelik stratejik iletişim faaliyetlerini kapsamakta ve hükümet dışı aktörleri de içerecek şekilde genişlemektedir. Joseph Nye'in geliştirdiği "yumuşak güç" kavramı, kamu diplomasisini teorik olarak derinleştiren en önemli katkılardan biridir. Nye'a göre bir ülkenin cazibesi, kültürel değerleri, politik idealleri ve dış politikasının meşruiyeti, zorlama veya ekonomik baskı olmaksızın etki yaratmasını sağlayan temel unsurlardır (Nye, 2004, s. 12).

Bu bağlamda medya, kamu diplomasisinin en etkili araçlarından biri olarak öne çıkmaktadır (Cull, 2009, s. 10). Uluslararası yayıncılık yoluyla devletler, kültürel ve politik anlatılarını hedef kamuoylarına iletebilmekte, bu süreçte hem imaj oluşturma hem de kamuoyu yönlendirme işlevini üstlenebilmektedir (Gilboa, 2008, s. 58). Özellikle kamu yayıncılığı yapan çok dilli medya organları, devletin dış politikadaki duruşunu yansıtmakla kalmayıp aynı zamanda kültürel aktarım, karşılıklı anlayış ve toplumsal bağ kurma gibi işlevleri de yerine getirmektedir.

BBC World, Al Jazeera, France 24 ve Deutsche Welle gibi kanallar bu kapsamda literatürde sıkça incelenen örneklerdir. Türkiye özelinde ise TRT, medya diplomasisinin önemli bir ayağı olarak değerlendirilmektedir. 2010 yılında yayın hayatına başlayan TRT Arabi kanalı, Türkiye'nin Arap dünyasına yönelik medya diplomasisi stratejilerinin önemli bir parçası olarak öne çıkmaktadır. Kanal, haber bültenlerinin yanı sıra kültür, sanat, edebiyat, tarih ve toplumsal meselelere odaklanan programlar aracılığıyla Türkiye'nin imajını inşa etmeyi amaçlamakta; Arap kamuoyuyla daha derin bir kültürel bağ kurmayı hedeflemektedir (Tosun, 2021, s. 119).

Türkiye'nin Arap ülkeleriyle ilgili geçmişi ve tarihi bağı, Osmanlı İmparatorluğu dönemine dayanmakta ve ortak İslam kültürü, dilsel etkileşimler ve coğrafi yakınlık üzerine kurulmuştur. Osmanlı yönetimi altında yüzyıllarca süren birliktelik, Arap ülkelerinde Türk kültürüne yönelik bir miras bırakmıştır (Özkan, 2014, s. 45). Bu bağlar, modern dönemde kültürel ve ekonomik ilişkilerle güçlenmiştir (Altunışık, 2005, s. 67).

TRT Arabi, 2010 yılında Arap dünyasına yönelik olarak kurulmuş ve Türkiye'nin kamu diplomasisi stratejilerinin bir parçası olarak Arap kamuoyuna doğrudan ulaşmayı amaçlamıştır. Kanalın amacı, Türkiye'nin kültürel değerlerini ve dış politika mesajlarını iletme, Arap halklarıyla bağları güçlendirmektir (TRT, 2010, s. 12; Kalın, 2011, s. 89). Kamu diplomasisi açısından, yumuşak güç unsurlarını kullanarak Türkiye'nin imajını olumlu yönde şekillendirmektedir (Uysal, 2013, s. 56).

Ancak TRT Arabi'nin program içeriklerinin kamu diplomasisi çerçevesinde akademik olarak sistematik biçimde değerlendirildiği çalışma sayısı oldukça sınırlıdır. Bu çalışma, doğrudan haber bültenleri yerine kültürel ve tematik programlar üzerinden yürütülecek nitel bir içerik analizi ile Türkiye'nin Arap kamuoyuna yönelik yumuşak güç stratejilerini nasıl yapılandırdığını analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Tez çalışması üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, kamu diplomasisinin kavramsal ve kuramsal temelleri. İkinci bölümde medya ilişkisi ve uluslararası yayıncılık örnekleri bağlamında detaylı bir literatür taraması yapılacaktır.

Üçüncü ve son bölümde ise çalışmanın yöntemi, veri toplama süreci ve analiz çerçevesi sunulacaktır, TRT Arabi'nin kültürel içeriklerine dair bulgular değerlendirilecek ve Türkiye'nin medya diplomasisi stratejisinin Arap kamuoyundaki yansımaları tartışılacaktır.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### KAMU DIPLOMASISININ KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

#### 1.1 Kamu Diplomasinin Tanımı ve Tarihçesi

Kamu diplomasisi, bir ülkenin yabancı kamuoylarını etkileyerek ulusal çıkarlarını ve imajını güçlendirmeyi hedefleyen stratejik iletişimdir. 20. yüzyılın başlarında propaganda ile başlayan bu süreç, Soğuk Savaş'ta Voice of America gibi yayınlarla şekillenmiştir. Günümüzde sosyal medya ve uluslararası yayıncılıkla daha etkili bir yumuşak güç aracıdır.

##### 1.1.1 Kavramsal Tanım ve Kapsam

Kamu diplomasisi, çağdaş uluslararası ilişkilerde giderek artan bir önem kazanmakta ve yalnızca devletler arası resmi müzakerelerle sınırlı olmayan, toplumsal düzeyde etkileşimi önceleyen bir dış politika aracı olarak uygulanmaktadır. Bu yaklaşım, özellikle küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, devletlerin yalnızca hükümetlerle değil, aynı zamanda yabancı kamuoylarıyla da etkili iletişim kurmasını gerekli kılmıştır. Bu bağlamda kamu diplomasisi; devletlerin uluslararası alanda olumlu bir imaj oluşturmak, karşılıklı güven tesis etmek ve ulusal çıkarlarını desteklemek amacıyla yürüttükleri stratejik iletişim faaliyetlerini kapsamaktadır (Demir, 2012, s. 6).

Kamu diplomasisi kavramı ilk kez 1965 yılında Edmund Gullion tarafından literatüre kazandırılmıştır. Gullion, bu kavramı bir devletin dış politikasını uygularken, doğrudan yabancı halklara ulaşmayı ve onların tutumlarını etkilemeyi hedefleyen iletişim süreci olarak tanımlamıştır (Seib, 2012, s. 17). Geleneksel diplomasiye alternatif olmaktan ziyade onu tamamlayıcı bir unsur olarak değerlendirilen kamu diplomasisi, çok aktörlü bir yapıya sahiptir ve sivil toplum kuruluşları, medya kurumları, üniversiteler gibi çeşitli aktörlerin sürece dâhil olduğu çok boyutlu bir platformda işler.

Kamu diplomasisinin kuramsal altyapısı, özellikle Joseph Nye'in ortaya koyduğu "yumuşak güç" (soft power) kavramıyla güçlendirilmiştir. Nye'a göre bir devletin cazibesinden doğan gücüyle diğer devletleri veya halkları, zorlama ya da ekonomik baskı yerine kendi rızalarıyla etkileyebilmesi, etkili bir kamu diplomasisinin temelidir (Nye, 2004, s. 5). Bu çerçevede kamu diplomasisi; kültürel etkinlikler, eğitim değişim programları, medya içerikleri ve insani yardım projeleri gibi araçlarla halklar arasında gönüllü yakınlaşmalar oluşturmayı hedeflemektedir.

Nitekim Fulbright Programı gibi uluslararası değişim projeleri, ülkeler arasında uzun vadeli kültürel ilişkilerin tesisinde önemli rol oynamaktadır (Cull, 2009, s. 15). Bu tür programlar yalnızca bilgi ve deneyim paylaşımını teşvik etmekle kalmayıp, aynı zamanda kamuoylarının diğer ülkelere ilişkin algılarının şekillenmesinde de etkili olmaktadır.

Bu süreçte medya, kamu diplomasisinin en güçlü bileşenlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Uluslararası yayıncılık yoluyla medya kurumları, bir ülkenin politik duruşunu, kültürel değerlerini ve toplumsal yapılarını yabancı kamuoylarına iletme işlevi görmektedir. BBC, Al Jazeera, Deutsche Welle gibi yayın organları, yalnızca bilgi aktarmakla kalmayıp aynı zamanda gündem belirleme, çerçeveleme ve kamuoyu oluşturma gibi stratejik roller üstlenmektedir (Richter, 2008, s. 447).

Türkiye de bu doğrultuda medya temelli kamu diplomasisi stratejileri geliştirmiştir. Uluslararası yayıncılık faaliyetleri, Türkiye'nin bölgesel ve küresel ölçekteki imajını şekillendirmede önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir. Medyanın kamuoyları üzerindeki bu yönlendirici etkisi, kamu diplomasisinin uygulanmasında merkezi bir rol üstlenmektedir.

Sonuç olarak, kamu diplomasisi; yalnızca dış politika hedeflerinin desteklenmesine hizmet eden bir strateji değil, aynı zamanda kültürler arası anlayışı geliştirmeyi amaçlayan, çok aktörlü ve çok araçlı bir iletişim süreci olarak öne

çıkılmaktadır. Bu sürecin etkin yürütülmesi, devletlerin uluslararası sistemdeki meşruiyetini artırmakta ve barışçıl ilişkilerin tesisine katkı sunmaktadır.

### **1.1.2. Tarihsel Gelişim ve 21. Yüzyılda Dönüşüm**

Kamu diplomasisi, dış politikada halklar arası iletişimi önceleyen bir yaklaşımı temsil ederken; bu kavramın tarihsel gelişimi, uluslararası ilişkilerin dinamik yapısına paralel bir dönüşüm süreci geçirmiştir. Kavram, ilk kez 1965 yılında Tufts Üniversitesi Dekanı Edmund Gullion tarafından akademik literatüre kazandırılmıştır. Gullion, kamu diplomasisini "bir devletin dış politika hedeflerini desteklemek üzere yabancı kamuoylarının düşüncelerini ve algılarını etkileme süreci" olarak tanımlamıştır (Gullion, 1965, akt. Snow & Taylor, 2009, s. 4).

Soğuk Savaş döneminde, özellikle ABD ve Sovyetler Birliği arasında yaşanan ideolojik rekabet bağlamında, kamu diplomasisi propaganda ile iç içe geçmiş bir araç olarak öne çıkmıştır. Bu dönemde radyo yayınları, kültürel programlar, öğrenci değişim faaliyetleri ve medya aracılığıyla halklara ulaşılmaya çalışılmıştır. Örneğin, ABD'nin Voice of America (VOA) ve Radio Free Europe gibi kanalları, ideolojik mesajlar yayarak kamuoyunu etkilemeye yönelik aktif bir rol üstlenmiştir (Tuch, 1990, s. 29). Ancak bu uygulamalar çoğu zaman kamu diplomasisi ile propaganda arasındaki çizginin bulanıklaştığı örnekler olarak eleştirilmiştir (Kruckeberg & Vujnovic, 2005, s. 307).

Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle birlikte kamu diplomasisi anlayışında da köklü bir değişim meydana gelmiştir. Artık tek yönlü bilgi aktarımı yerine karşılıklı anlayış, katılım ve iletişim üzerine kurulu modeller benimsenmeye başlanmıştır. Bruce Gregory (2008), bu dönüşümü kamu diplomasisinin "devlet merkezli propaganda söyleminden çok aktörlü iletişim stratejilerine evrilmesi" olarak değerlendirmiştir (Gregory, 2008, s. 276).

21. yüzyılda, bu dönüşüm "yeni kamu diplomasisi" (new public diplomacy) kavramsallaştırması altında kuramsallaştırılmıştır. Jan Melissen (2005), bu yeni dönemde yalnızca hükümetlerin değil; sivil toplum kuruluşları, akademik çevreler, medya ve

bireylerin de kamu diplomasisi süreçlerine dahil olduğunu belirtmiştir (s. 12). Kamu diplomasisi artık karşılıklı güven inşası, kültürel alışveriş ve ortak değer üretimi yoluyla uzun vadeli ilişkiler geliştirme amacı taşımaktadır.

Bu süreçte en dikkat çeken kuramsal katkılardan biri Joseph Nye'nin "yumuşak güç" (soft power) kuramıdır. Nye, yumuşak gücü "başkalarının isteklerini kendi isteklerinizle uyumlu hale getirme becerisi" olarak tanımlar ve kamu diplomasisini bu becerinin en etkili araçlarından biri olarak değerlendirir. Kültürel diplomasi, eğitim programları ve uluslararası yayıncılık gibi araçlar, bu stratejinin temel bileşenleri haline gelmiştir (Nye, 2011, s. 94).

Öte yandan, dijitalleşme çağında kamu diplomasisi yeni bir boyut kazanmıştır. Özellikle sosyal medya platformları sayesinde hükümetler ve kurumlar, yabancı kamuoylarına doğrudan erişme ve çift yönlü etkileşim kurma imkanına kavuşmuştur. Ali Fisher (2013), bu gelişmeyi "çok sesli diplomasi" olarak adlandırmakta ve dijital alanın kamu diplomasisi süreçlerinde eş zamanlı katılımı mümkün kıldığını savunmaktadır (s. 25).

James Pamment (2013) ise modern kamu diplomasisinin yalnızca iletişimle sınırlı kalmadığını, aynı zamanda kurumsal kapasite, yönetim ve stratejik planlama süreçlerini de kapsadığını ileri sürmektedir. Pamment'e göre etkili kamu diplomasisi, yalnızca mesaj içeriği değil, mesajın kurgulanışı, hedeflenmesi ve etki değerlendirmesi gibi süreçlerle bütüncül olarak ele alınmalıdır (s. 48).

Sonuç olarak, kamu diplomasisinin tarihsel seyri, basit bir bilgi aktarımından; çok aktörlü, karşılıklı etkileşime dayalı, stratejik iletişim süreçlerini kapsayan bir yapıya evrilmiştir. 21. yüzyılda kamu diplomasisi, yalnızca devletlerin dış politikadaki imajlarını şekillendirmekle kalmamakta; aynı zamanda uluslararası güven, kültürel ortaklık ve sosyal bağların inşasında da merkezi bir rol üstlenmektedir.

### 1.1.3. Geleneksel Diplomasıyla Farkları

Kamu diplomasisi ile geleneksel diplomasi arasında önemli yapısal ve işlevsel farklılıklar bulunmaktadır. Geleneksel diplomasi, uzun yıllar boyunca devletlerin dış ilişkilerini yürüttüğü temel yöntem olmuştur. Büyükelçiler, konsolosluk görevlileri ve dışişleri bakanlıkları aracılığıyla gerçekleştirilen bu diplomasi biçimi, hükümetler arası iletişimi esas alır. Bu iletişim genellikle kapalı kapılar ardında, müzakere ve pazarlık ekseninde yürütülür (Barston, 2014, s. 17). Buna karşılık kamu diplomasisi, doğrudan halklara hitap eden, şeffaf, katılımcı ve çoğu zaman kültürel araçlarla desteklenen bir iletişim stratejisini temel alır.

Geleneksel diplomasi, devletlerin yalnızca resmi temsilcileri aracılığıyla yürütülürken, kamu diplomasisi çok aktörlü bir yapıya sahiptir. Sivil toplum kuruluşları, medya, üniversiteler ve bireyler kamu diplomasisinin yürütülmesinde aktif rol oynayabilir. Bu durum, kamu diplomasisini daha esnek ve toplumsal düzeyde daha kapsayıcı bir dış politika aracı haline getirir (Pigman, 2010, s.76).

İletişim biçimi açısından da iki diplomasi türü arasında fark vardır. Geleneksel diplomasi genellikle gizli yürütülürken, kamu diplomasisi kamuya açık platformlarda, dijital mecralarda ve medya aracılığıyla gerçekleştirilir. Bu fark, kamu diplomasisinin meşruiyetini artırmakla birlikte, aynı zamanda dış politika mesajlarının daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlar (Entman, 2008, s. 91). Bu bağlamda kamu diplomasisi, yalnızca devletler arası iletişimle sınırlı kalmaz, uluslararası kamuoyunun şekillendirilmesinde de aktif rol oynar.

Amaçsal farklılıklar da dikkate değerdir. Geleneksel diplomasi, kısa vadeli siyasi çıkarların korunmasına odaklanırken; kamu diplomasisi uzun vadeli algı yönetimi, kültürel yakınlık ve karşılıklı anlayış gibi hedeflere yönelir. Örneğin, kamu diplomasisinin temel hedeflerinden biri, hedef ülkedeki halkın tutum ve davranışlarını dolaylı yoldan etkilemektir. Bu, eğitim değişim programları, kültürel faaliyetler ve uluslararası yayıncılık gibi araçlarla sağlanır (Snow, 2020, s. 44).

Ayrıca, kamu diplomasisi daha çok iki yönlü iletişimi temel alır. Yani yalnızca mesaj göndermekle kalmaz, aynı zamanda hedef kitlelerden geri bildirim almayı da amaçlar. Bu da kamu diplomasisinin diyalog ve katılım temelli bir yapıya sahip olmasını sağlar. Buna karşın geleneksel diplomasi, daha çok tek yönlü bilgi iletimi ve müzakere süreçlerine dayalıdır.

Sonuç olarak kamu diplomasisi ile geleneksel diplomasi arasındaki temel farklar; hedef kitle, kullanılan araçlar, iletişim biçimi ve stratejik amaçlar bağlamında ortaya çıkmaktadır. Kamu diplomasisi, günümüz uluslararası ilişkilerinde daha kapsayıcı, sürdürülebilir ve toplum temelli bir yaklaşım sunarken, geleneksel diplomasi ise devletlerin resmi çıkarlarını doğrudan temsil etme görevini sürdürmektedir. Bu nedenle, modern dış politika anlayışında her iki diplomasi türü birbirini tamamlayıcı unsurlar olarak değerlendirilmektedir.

## **1.2. Kamu Diplomasisi Modelleri ve Yaklaşımlar**

Kamu diplomasisi modelleri, bilgi odaklı, diyalog odaklı ve ağ odaklı yaklaşımları kapsar. TRT Arabi, stratejik anlatılarla Türkiye'nin bölgesel imajını güçlendirir. Bu modeller, dış politika hedeflerine ve kültürel bağlama göre uyarlanır.

### **1.2.1. Tek Yönlü Bilgi Aktarımı**

Kamu diplomasisinin tarihsel gelişiminde ilk biçimlerinden biri olarak kabul edilen tek yönlü bilgi aktarımı modeli, devletin kendi çıkarları doğrultusunda hazırladığı ileti mesajlarını hedef kitleye doğrudan ve geri bildirim almaksızın iletmesini temel alır. Bu model, Harold Lasswell'in (1948) "Kim, ne söylüyor, hangi kanaldan, kime ve ne etkiyle?" formülüyle tanımlanan doğrusal iletişim yaklaşımına dayanmaktadır. Modelde alıcı pasif, gönderici ise tüm kontrolü elinde tutan aktör konumundadır (Lasswell, 1948, s. 39). Bu yaklaşım, çoğu zaman kamu diplomasisinin propaganda ile sınırlarının belirsizleştiği bir iletişim biçimini temsil eder.

Tek yönlü bilgi aktarımı modeli, özellikle Soğuk Savaş yıllarında devletlerin kamuoyunu etkileme amacıyla başvurdukları başlıca yöntem olmuştur. ABD'nin “Voice of America” (VOA) gibi medya kuruluşları aracılığıyla Sovyetler Birliği ve Doğu Avrupa ülkelerine yaptığı yayınlar bu modele örnek teşkil eder. Yayınlar yoluyla ABD, liberal demokratik değerlerini ve yaşam tarzını tanıtarak sosyalist ideolojilere karşı bir alternatif sunmayı hedeflemiştir (Snow, 2009, s. 12). Benzer şekilde, İngiltere de BBC World Service aracılığıyla eski sömürgeleriyle iletişim kurmayı sürdürmüş ve küresel etki alanını genişletmeye çalışmıştır (Rawnsley, 2015, s. 98).

Ancak bu modelin en temel sınırlılığı, hedef kitleyle karşılıklı etkileşime izin vermemesidir. Bu nedenle, tek yönlü bilgi aktarımı modeli, günümüzün şeffaflık ve katılımcılık beklentilerini karşılamakta yetersiz kalmaktadır. Günümüzde kamuoyları, sadece bilgi tüketicisi değil aynı zamanda üreticisi konumundadır. Bu bağlamda, Szondi (2008), tek yönlü iletişim modelini “eski kamu diplomasisi”nin karakteristik bir örneği olarak nitelendirirken, bunun yerini alan yeni modelin daha çok diyaloga ve etkileşime dayandığını vurgular (s. 10).

Bununla birlikte, tek yönlü modelin tamamen işlevsiz olduğu söylenemez. Kriz anlarında ya da güvenlik temelli tehditlerde hızlı bilgi iletimi gereksinimi, bu modeli halen geçerli kılmaktadır. Örneğin, 11 Eylül saldırıları sonrasında ABD, Arap kamuoyunu etkilemek amacıyla “Hi Magazine” adlı bir dergi yayınlamaya çalışmıştır. Ancak bu girişim, hedef kitleyle etkileşim kurulamadığı için kısa sürede başarısızlığa uğramıştır (Zaharna, 2010, s. 58).

Sonuç olarak, tek yönlü bilgi aktarımı modeli, kamu diplomasisinin tarihsel sürecinde önemli bir yere sahip olmakla birlikte, günümüzün çok aktörlü ve interaktif uluslararası ilişkiler ortamında yetersiz bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle modern kamu diplomasisi uygulamaları, tek yönlü iletişimi tamamen dışlamakla birlikte, onu karşılıklı etkileşim ve katılımı esas alan stratejilerle desteklemektedir.

### 1.2.2. Karşılıklı Etkileşim ve Diyalog Modeli

Karşılıklı etkileşim ve diyalog modeli, kamu diplomasisinin gelişen yapısında demokratik katılımı ve ortak anlam inşasını ön plana çıkaran çağdaş bir yaklaşımdır. Bu modelde iletişim yalnızca bilgi aktarmakla sınırlı kalmaz; devletler, hedef kitleyle kurdukları ilişkilerde dinlemeyi, anlamayı ve birlikte politika üretmeyi esas alır. İletişim süreci, tek yönlü mesaj yayımının aksine, karşılıklı görüş alışverişine ve ortak hedeflerin belirlenmesine dayalıdır (Fitzpatrick, 2011, s. 13).

Diyalog temelli kamu diplomasisi yaklaşımı, özellikle küreselleşme ve dijitalleşme süreçlerinin ivme kazanmasıyla önem kazanmıştır. Geleneksel diplomatik sınırların silikleştiği bu yeni düzende, devlet dışı aktörler, sivil toplum kuruluşları ve bireyler de kamu diplomasisinin etkin katılımcıları haline gelmiştir (Hayden, 2012, s. 94). Dolayısıyla, bu model sadece devletler arası ilişkilerle sınırlı kalmayıp, halklar arası ilişkileri de doğrudan etkileyen bir yapıya dönüşmüştür.

Bu yaklaşım, kamu diplomasisinin meşruiyetini artıran en önemli unsurlardan biri olarak değerlendirilir. Gregory, kamu diplomasisinin başarısını hedef kitleyle kurulan güven ilişkisine bağlarken, iletişim sürecinin içtenlik, şeffaflık ve kültürel duyarlılıkla yürütülmesi gerektiğini vurgular. Bu çerçevede, etkileşim temelli model, kısa vadeli politik hedeflerden ziyade uzun vadeli karşılıklı anlayışı hedefler (Gregory, 2011, s. 355).

Özellikle dijital diplomasi uygulamaları, bu modelin uygulanabilirliğini artırmıştır. Devletler, sosyal medya gibi araçlar üzerinden doğrudan halklarla etkileşime geçebilmekte; yalnızca bilgilendirme değil, aynı zamanda geri bildirim alma, kriz yönetimi ve kültürel anlatılar geliştirme süreçlerinde daha etkili olmaktadır (Bjola & Holmes, 2015, s. 6).

Pratik bir örnek olarak, Kanada'nın Küresel İlişkiler Bakanlığı'nın yürüttüğü #TalkingCanada kampanyası, dünya genelindeki gençlerle kültürel ve sosyal konular hakkında doğrudan etkileşim kurmayı amaçlamış; bu süreçte sosyal medya diyalogları

politika üretiminde referans alınmıştır (Riordan, 2016, s. 16). Benzer şekilde, İsvaç'in açık veri ve sosyal medya temelli diplomatik faaliyetleri de diyalog odaklı kamu diplomasisine örnek olarak gösterilmektedir.

Ayrıca bu modelde anlatılar (narratives) kritik bir yer tutar. Roselle, Miskimmon ve O'Loughlin (2014, s.8), kamu diplomasisini yalnızca bilgi iletimi değil, aynı zamanda ortak anlatıların kurulması süreci olarak görürler. Ortak bir tarih, gelecek vizyonu ve değerler etrafında buluşmak, hedef kitleyle daha derin ve kalıcı bağların kurulmasına olanak tanır.

Sonuç olarak, karşılıklı etkileşim ve diyalog modeli, kamu diplomasisinin daha katılımcı, şeffaf ve güvene dayalı hale gelmesini sağlayarak, devletlerin uluslararası itibarını güçlendirme ve kültürel yakınlık kurma çabalarına stratejik bir derinlik kazandırmaktadır.

### **1.2.3. Halk Diplomasisi**

Geleneksel diplomasi yöntemlerinin yetersiz kaldığı durumlarda, devletlerin kamuoyunu doğrudan etkileyebilme arzusu halk diplomasisini önemli bir araç hâline getirmiştir. Günümüzde uluslararası ilişkiler sadece devletlerarası ilişkilerle sınırlı kalmamakta, kamuoylarının algısı ve desteği de dış politikaların başarısında belirleyici rol oynamaktadır. Bu bağlamda halk diplomasisi, yalnızca bilgi yayımı değil; aynı zamanda kültürel aktarım, karşılıklı anlayış geliştirme ve güven inşası süreçlerini de kapsayan bir kamu iletişimi stratejisi olarak değerlendirilmektedir (Gilboa, 2008, s. 60). Halk diplomasisi, bir devletin başka bir ülkenin halkını hedefleyerek uzun vadeli bir sempati, anlayış ve ortaklık geliştirmesini amaçlayan çok katmanlı bir dış politika aracıdır.

Günümüzde halk diplomasisinin gelişimi, devlet dışı aktörlerin artan etkisiyle birlikte açıklanabilir. Özellikle sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, diasporalar ve medya organları gibi yapıların küresel etkileşimdeki rolü halk diplomasisini devlet merkezli bir anlayıştan uzaklaştırmıştır (Riordan, 2007, s. 182). Artık bir ülkenin dışa

dönük iletişim politikaları sadece hükümet sözcüleri ya da büyükelçilikleri ile sınırlı kalmamakta; kültürel festivallerden uluslararası burs programlarına, yardım kampanyalarından ülke dışındaki diasporaların faaliyetlerine kadar uzanan geniş bir etkileşim alanı doğurmaktadır. Bu da halk diplomasisini çok aktörlü ve çok kanallı bir sistem hâline getirmektedir.

Bir diğer önemli değişim dijital teknolojilerin halk diplomasisine entegre edilmesiyle yaşanmıştır. Sosyal medya platformları, devletlere doğrudan hedef kamuoylarıyla etkileşim kurma olanağı sağlamaktadır. Özellikle kriz dönemlerinde Twitter, YouTube ve Instagram gibi mecralar aracılığıyla yapılan bilgilendirmeler veya kampanyalar, ülkelerin imajlarını şekillendirme sürecinde kritik rol oynamaktadır (Manor, 2019, s. 34). Dijital halk diplomasisi olarak adlandırılan bu pratikler, geleneksel medya kanallarının sınırlılığını aşarak daha katılımcı ve anlık bir iletişim süreci oluşturmuştur. Bu kapsamda kamu diplomatik stratejiler, içerik üretimi, hedefleme, algoritmik görünürlük ve dijital kriz yönetimi gibi alanlarla da iç içe geçmiştir.

Özellikle COVID-19 pandemisi ve sonrasındaki küresel kriz dönemleri, halk diplomasisinin yeni yüzünü görünür kılmıştır. Örneğin Güney Kore'nin pandemi sürecindeki şeffaf iletişim modeli, sağlık diplomasisi bağlamında örnek bir halk diplomasisi uygulaması olarak literatüre geçmiştir. (Chung & Kim, 2021, s. 260). Benzer şekilde Küba'nın tıbbi ekip göndermesi veya Çin'in maske yardımları, insani yardım diplomasisinin yumuşak güç aracı olarak kullanılabileceğini göstermiştir. Bu örnekler, halk diplomasisinin kriz dönemlerinde hızla devreye sokulabilen esnek bir dış politika enstrümanı olduğunu da kanıtlamaktadır.

Stratejik anlatılar (strategic narratives), çağdaş halk diplomasisinin teorik zeminini oluşturan bir başka önemli kavramdır. Ülkeler artık yalnızca mesaj göndermekle kalmamakta; dünya sahnesindeki yerlerini kültürel, etik ve politik bir anlatı çerçevesinde kurgulayarak hedef kitlelere sunmaktadır. Bu süreçte halk diplomasisi, bir ülkenin değerlerini, tarihsel anlatılarını ve gelecek vizyonunu uluslararası kamuoyuna aktaran stratejik bir söylem aracı hâline gelmiştir (Miskimmon, O'Loughlin & Roselle, 2013, s.

8). Bu çerçevede örneğin Almanya'nın “Made in Germany” etiketiyle sürdürülebilirlik ve kaliteyi öne çıkarması, Japonya'nın “Cool Japan” markasıyla kültürel içerik üretimini desteklemesi ya da Türkiye'nin “Yunus Emre Enstitüsü” üzerinden kültürel diplomasisini yaygınlaştırması, stratejik anlatının halk diplomasisine entegrasyonuna dair somut örnekler sunmaktadır.

Ancak halk diplomasisinin etkinliği sadece teknik altyapı veya kampanya başarısına bağlı değildir. Güvenilirlik (credibility) bu sürecin temelini oluşturur. Uluslararası kamuoyu nezdinde söylem-eylem tutarlılığı bağlamında tutarlılık gösteremeyen aktörler, zaman içerisinde güvenilirliği ile ilgili şüphelere sebep verebilir. Dolayısıyla etkili bir halk diplomasisi stratejisi, sadece medya kampanyaları değil, eşzamanlı dış politika uygulamaları, iç kamuoyuyla uyum ve sürdürülebilir kültürel faaliyetlerle desteklenmelidir (Zaharna, 2010, s. 73). Aksi hâlde, halk diplomasisi sadece geçici bir imaj yönetimi çabası olarak algılanır ve kalıcı etki doğurmaz.

Sonuç olarak, halk diplomasisi artık modern dış politikanın tamamlayıcısı değil, aksine kurucu unsurlarından biri hâline gelmiştir. Hem küreselleşmenin hız kazandırdığı çok aktörlü yapısı hem de dijitalleşmenin sunduğu olanaklar, bu alanı daha da dinamik ve stratejik bir zemine taşımıştır. Devletlerin ve sivil toplum aktörlerinin bu süreçte geliştirecekleri koordineli ve şeffaf politikalar, uluslararası düzeyde etki kapasitelerini artırma potansiyeline sahiptir. Halk diplomasisinin geleceği; açıklık, güvenilirlik ve kültürel hassasiyet ilkelerine ne derece bağlı kalınacağıyla doğrudan ilişkilidir.

#### **1.2.4. Yeni Medya ve Modern Yaklaşımlar**

Kamu diplomasisinin evriminde, iletişim teknolojilerinin gelişimi belirleyici rol oynamıştır. Geleneksel medya araçlarından dijital platformlara geçiş süreci, halkla ilişkilerin doğasını dönüştürmüş ve devletlerin kamuoyu ile ilişkilerinde hem fırsatlar hem de yeni sorumluluklar ortaya çıkarmıştır. Yeni medya, özellikle sosyal medya, bloglar, dijital yayıncılık ve kullanıcı katılımlı içerik üretimi gibi dinamiklerle, kamu diplomasisinin daha hızlı, yaygın ve etkileşimli hâle gelmesine olanak tanımıştır (Bjola &

Holmes, 2015, s. 11). Bu dönüşüm, sadece teknik bir değişiklik değil, aynı zamanda kamu diplomatik stratejilerin doğasında radikal bir yeniden yapılanma anlamına gelir.

Yeni medyanın sunduğu olanaklarla birlikte devletler, artık yalnızca mesaj yayan değil, dijital kamuoyunun algılarını analiz eden, veri temelli stratejilerle iletişim kuran aktörlere dönüşmüştür. Özellikle kriz anlarında sosyal medya üzerinden yürütülen diplomatik iletişim, geleneksel diplomasiye oranla daha esnek ve hızlı bir araç olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda dijital diplomasi, diplomatik temsilciliklerin Twitter hesapları üzerinden doğrudan hedef kitlelere ulaşabildiği, anlık müdahale ve kriz yönetimi yapılabilirdiği bir zemine dönüşmüştür (Kampf, Manor & Segev, 2015, s. 336). Bu yeni medya ortamında algılar kadar algoritmalar da belirleyici hâle gelmiştir. Devletlerin dijital içerik stratejileri; görünürlük, etkileşim, hedef belirleme ve platformların teknik yapıları ile doğrudan ilişkilidir.

Bununla birlikte, yeni medya araçlarının etkili kullanımı yalnızca teknik bir yeterlilikle sınırlı değildir. Dijital diplomasi süreçleri, aynı zamanda anlatı kurgusu, temsil gücü ve kültürel duyarlılıkla da ilgilidir. Bu nedenle modern kamu diplomasisi yalnızca bir “yayın” faaliyeti değil, karşılıklı anlam inşasına dayalı bir iletişim süreci olarak görülmelidir. Özellikle genç nüfus ve diaspora toplulukları gibi stratejik hedef kitlelerle sürdürülen dijital etkileşimler, kamu diplomasisinin uzun vadeli etkisini artırmaktadır (Minoian, 2020, s. 206). Örneğin Ermenistan, 2018 sonrası Twitter ve YouTube üzerinden yürüttüğü kültürel diplomasi stratejileriyle diaspora bağlarını dijital zeminde güçlendirmiştir.

Öte yandan, yeni medya çağında dijital olmayan modern yaklaşımlar da kamu diplomasisi açısından değerini korumaktadır. Özellikle yüz yüze iletişimi içeren kültürel etkinlikler, paneller, uluslararası öğrenci değişim programları ve sanatsal temsiller gibi pratikler hâlâ güçlü yumuşak güç araçlarıdır. Bu tür uygulamalar, güven inşası, karşılıklı anlayış ve duygusal bağ oluşturma açısından dijital etkileşimlerden daha kalıcı etkiler yaratabilmektedir. Kültürel merkezlerin faaliyetleri, sanat sergileri, konferanslar ve eğitim bursları bu bağlamda dijital olmayan ama modern kamu diplomasisi araçları arasında

sayılmaktadır (Melissen, 2011, s. 11). Dijital diplomasiye entegre edilemeyen birçok toplum kesimiyle etkileşim kurmak da ancak bu yollarla mümkün olmaktadır.

Bu iki yaklaşımın birbirini dışlayan değil, tamamlayan stratejiler olduğu göz önüne alınmalıdır. Nitekim günümüzde birçok devlet hibrit modeller geliştirmektedir. Örneğin Almanya'nın Goethe-Institut ağı, kültürel faaliyetleri sahada sürdürürken, dijital platformlar üzerinden dil eğitimi ve online kültürel içerik üretimi gerçekleştirmektedir. Benzer biçimde Güney Kore, K-Pop ve sinema gibi dijital kültürel ihracat unsurlarını, geleneksel kültürel diplomasi yapılarıyla birlikte yürütmektedir. Böylece hem dijitalde hem sahada güçlü bir kamu diplomasisi zemini oluşturulmaktadır.

Sonuç olarak, yeni medya ve dijital olmayan modern yaklaşımlar, kamu diplomasisinin çok yönlü karakterini yansıtmaktadır. Yeni medya sayesinde hız ve erişim genişlerken, geleneksel yöntemler derinlik ve duygusal bağ kazandırmaktadır. Kamu diplomasisinin başarısı, bu iki ekseni dengeleyebilen stratejik iletişim planlarına bağlıdır. Dijitalleşme çağında dahi insani temas ve kültürel bağlar hâlâ en etkili kamu diplomatik araçlar arasında yer almakta; güvenilirlik, tutarlılık ve kültürel hassasiyet bu sürecin başarısını belirlemektedir.

### **1.3 kamu Diplomasisinin Araçları**

Kamu diplomasisinin araçları arasında uluslararası yayıncılık, kültürel değişim programları ve sosyal medya kampanyaları bulunur. Bu araçlar, stratejik anlatılarla yabancı kamuoylarında olumlu algılar oluşturmayı hedefler. Ülkeler, yumuşak güçlerini artırmak için bu araçları dış politika hedeflerine göre kullanır.

#### **1.3.1. Medya ve Uluslararası Yayıncılık**

Kamu diplomasisinin araçları arasında medya, yalnızca bilgi aktarımı sağlayan bir kanal değil; aynı zamanda ulusların kimliklerini, değerlerini ve dış politika vizyonlarını dış kamuoyuna yansıtan stratejik bir güç aracıdır. Bu çerçevede uluslararası yayıncılık,

devlet destekli medya kurumlarının küresel ölçekte yayın yaparak hedef kamuoylarına ulaşma çabasıdır. Bu yayınlar, ulusal çıkarların dışı dönük anlatı biçimleri olarak diplomatik görev üstlenmektedir (Seib, 2011, s. 3). Dolayısıyla medya, pasif bir taşıyıcı değil; uluslararası siyasetin aktif bir bileşeni hâline gelmiştir.

Soğuk Savaş döneminde uluslararası yayıncılık, ideolojik savaşın cephelerinden biri olarak kullanılmıştır. ABD'nin Voice of America'sı, İngiltere'nin BBC World Service'i ve Sovyetler Birliği'nin Radio Moscow gibi örnekler, bu dönemde doğrudan devlet destekli bilgi ve ideoloji aktarımı işlevi üstlenmiştir. Ancak günümüzde bu yapı daha sofistike ve çok katmanlı hale gelmiştir. Modern uluslararası yayıncılık, yalnızca bilgi yaymakla kalmamakta; aynı zamanda uluslararası meşruiyet kazanmak, krizleri yönetmek, kültürel nüfuz alanları inşa etmek gibi işlevler de üstlenmektedir (Rahimi, 2021, s. 188).

Uluslararası medya kuruluşlarının kamu diplomasisi üzerindeki etkisi, yalnızca içerikle değil; aynı zamanda haberin nasıl çerçvelendiği ve hangi anlatılar etrafında sunulduğu ile de ilgilidir. Medya içeriklerinde uygulanan “anlatı mühendisliği” (narrative engineering), ülkelerin stratejik pozisyonlarını yeniden üretmelerine imkân sağlar. Özellikle savaş, kriz veya diplomatik çatışma dönemlerinde bu yayınlar, dış kamuoyunun dikkatini belirli yönlere çekmek için kullanılır (Tian & Lee, 2020, s. 642). Örneğin Çin'in CGTN veya Rusya'nın RT kanalları, alternatif küresel haber anlatıları sunarak Batı merkezli medya yapılarına karşı pozisyon almaktadır.

Geleneksel yayıncılığın ötesinde dijital medya araçlarının kullanımı, uluslararası yayıncılığı daha etkileşimli ve çok kanallı hale getirmiştir. YouTube, podcast, X (eski adıyla Twitter) ve çevrim içi haber portalları gibi platformlar, yayınların erişimini genişletmekte ve hedef kitlelerle birebir ilişki kurmayı mümkün kılmaktadır. Özellikle genç ve mobil kuşaklarla iletişimde, dijital medya içerikleri vazgeçilmez bir konuma gelmiştir. Bu durum, sadece içerik üretimi değil, aynı zamanda içerik stratejisi, hedefleme ve görünürlük üzerine de odaklanmayı gerekli kılmaktadır (Elbayoumi, 2023, s. 30).

Öte yandan uluslararası yayıncılık alanında inandırıcılık, bir yayın kuruluşunun diplomatik etkisini doğrudan belirleyen bir faktördür. Her ne kadar devlet destekli olsalar da, editoryal bağımsızlık, çok seslilik ve şeffaflık gibi unsurlar medya kurumlarının uluslararası kamuoyunda güvenilirlik kazanmasını sağlar. Örneğin BBC veya NHK, kamu finansmanına rağmen uluslararası alanda yüksek güven skorlarına sahipken; doğrudan propaganda niteliği taşıyan yayınlar kısa vadeli etki yaratabilmektedir ama uzun vadede izleyici sadakati oluşturamamaktadır (Hallams, 2018, s. 381).

Bu bağlamda medya ve uluslararası yayıncılık, çağdaş kamu diplomasisinin hem içerik hem de dağıtım bakımından en güçlü enstrümanlarından biri olarak görülmektedir. Ulusların dış politikadaki etki kapasiteleri yalnızca diplomatik müzakerelerle değil, bu yayınlar aracılığıyla kamuoylarında oluşturdukları algılarla da şekillenmektedir. Medya böylece sadece bir iletişim aracı değil, aynı zamanda bir söylem üreticisi, bir kültürel temsilci ve diplomatik aktör hâlini almaktadır.

### **1.3.2. Kültürel Diplomasi**

Kamu diplomasisinin en eski ve etkili araçlarından biri olan kültürel diplomasi, devletlerin uluslararası ilişkilerde yumuşak güç unsurlarını kullanarak olumlu imaj inşa etme çabalarının merkezindedir. Bu strateji, ülkelerin kültürel miraslarını, değerlerini ve yaşam tarzlarını tanıtarak karşılıklı anlayış ve sempati geliştirmeyi amaçlar. Kültürel diplomasi, resmi dış politika araçlarından farklı olarak doğrudan kamuoyuna hitap eder ve bu yönüyle halklar arası bağların güçlenmesine katkıda bulunur (Mark, 2009, s. 9).

Modern uluslararası ilişkilerde kültürel diplomasinin önemi giderek artmaktadır. Günümüz çok kutuplu dünyasında, sert güç araçlarının sınırlı kaldığı noktalarda ülkeler, kültür yoluyla etkinlik sağlamaya yönelmektedir. Bu noktada “kültürel markalaşma” (nation branding) kavramı öne çıkar; devletler sadece dış politikalarını değil, aynı zamanda kültürel özelliklerini de küresel birer marka unsuru olarak kurgular. Bu bağlamda Japonya'nın "Cool Japan" projesi, Güney Kore'nin Hallyu stratejileri, Fransa'nın kültürel merkezleri veya Çin'in Konfüçyüs Enstitüleri gibi uygulamalar

kültürel diplomasının kurumsallaşmış örnekleri arasında yer alır (Ang, Isar & Mar, 2015, s. 46).

Türkiye de bu alandaki küresel eğilimleri yakalayarak kültürel diplomasiye kurumsal ve stratejik düzeyde yatırım yapan ülkeler arasına katılmıştır. Özellikle 2009 yılında kurulan Yunus Emre Enstitüsü (YEE), Türkiye'nin kültürel değerlerini, sanatını, dilini ve tarihini dünya genelinde tanıtmak amacıyla faaliyet göstermektedir. 2023 itibarıyla 60'tan fazla ülkede faaliyet gösteren bu kurum, Türkçe kursları, kültürel sergiler, konferanslar ve akademik iş birlikleri gibi birçok etkinlik düzenleyerek Türkiye'nin yumuşak güç kapasitesine katkı sağlamaktadır (YEE, 2023, s. 11).

Bunun yanında, Türkiye'nin dizi ihracatı, gastronomi kültürü ve müzik sektörü de popüler kültür diplomasisinin etkili unsurları hâline gelmiştir. Özellikle Ortadoğu, Balkanlar ve Latin Amerika'da izlenme rekorları kıran Türk dizileri, Türkiye'nin kültürel anlatılarını geniş kitlelere ulaştırmakta, bu da ülkenin imaj inşasında etkisi bulunmaktadır (Isar, 2010, s. 16).

Kültürel diplomasi yalnızca sanat, müzik veya edebiyat gibi yüksek kültür formlarını değil; aynı zamanda popüler kültürü, gastronomiyi, yaşam tarzını ve dil öğretimini de kapsayan geniş bir alanı içerir. UNESCO destekli festivaller, film haftaları, mutfak günleri, dil kursları ve akademik değişim programları, bu diplomatik yaklaşımın sahadaki yansımalarıdır (Cull, 2013, s. 130). Türkiye bu noktada, Türk İş birliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA) ile de kalkınma ve kültürel yardım faaliyetlerini kültürel diplomasi çerçevesinde sürdürmektedir.

Karşılıklı değişim programları ise bu diplomasının en etkili bileşenlerindedir. Türkiye'nin yürüttüğü "Türkiye Bursları" programı bu açıdan dikkate değerdir. Her yıl yüzlerce uluslararası öğrenciye Türkiye'de eğitim fırsatı sunan bu program, kültürel bağların uzun vadeli inşasında etkili olmaktadır. Mezunlar çoğu zaman ülkelerinde Türkiye'nin kültür elçileri olarak faaliyet göstermektedir (Türkiye Bursları, 2022, s. 8).

Kültürel diplomasi için sürdürülebilirlik, açıklık ve karşılıklılık ilkeleri temel alınmalıdır. Sadece kendi kültürünü tanıtmaya yönelik, tek yönlü diplomatik stratejiler çoğu zaman propaganda olarak algılanabilir. Oysa karşılıklı kültürel diyalog esasına dayalı bir yapı, kamuoyunda daha yüksek düzeyde güven ve sempati yaratır (Melissen, 2005, s. 29).

Sonuç olarak kültürel diplomasi, kamu diplomasisinin yalnızca yumuşak değil aynı zamanda derinlemesine nüfuz eden yönlerinden biridir. İkili ilişkilerdeki gerginliklerin yumuşatılması, uzun vadeli iş birliklerinin kurulması ve toplumsal algının şekillendirilmesinde bu diplomasi türü hayati rol oynar. Türkiye örneğinde olduğu gibi, kültür temelli temaslar, sadece imaj inşası değil, aynı zamanda uzun vadeli güven stratejileridir.

### **1.3.3. Eğitim, Değişim Programları ve İnsani Yardımlar**

Kamu diplomasisinin temel yapı taşlarından biri olarak görülen eğitim ve değişim programları, bireyler üzerinden ülkeler arasında uzun vadeli bağlar kurmayı amaçlayan stratejik araçlardır. Eğitim yoluyla sağlanan kültürel etkileşim, yalnızca bilgi transferi değil, aynı zamanda karşılıklı anlayış ve güven ortamının oluşturulmasına da hizmet eder (Goirizelaia, 2020, ss. 191). Bu çerçevede, kamu diplomasisinin insani yüzü olarak değerlendirilen eğitim ve değişim programları, özellikle genç nüfusun hedeflenmesiyle yumuşak güç stratejilerinde önemli bir yer edinmiştir.

Uluslararası değişim programları, ülkelerin kendi kültür ve değer sistemlerini yabancı kamuoyuna tanıtmakla kalmaz; aynı zamanda diğer toplumların temsilcileriyle birebir temas kurma imkânı sunar. Fulbright, Erasmus, DAAD ve Türkiye Bursları gibi programlar, bu sürecin kurumsal örnekleridir. Bu programlar aracılığıyla başka bir ülkede eğitim alan bireyler, o ülkeye karşı daha olumlu tutumlar geliştirmekte, döndüklerinde ise doğal birer kamu diplomasisi elçisi hâline gelmektedir (Kim, 2016, s. 325). Bu, kamu diplomasisinin hedeflediği sürdürülebilir etki alanlarının inşasında oldukça kritik bir rol üstlenir.

Eđitim, yalnızca bireysel gelişim bağlamında değil; aynı zamanda kolektif algı yönetimi açısından da stratejik bir araçtır. Özellikle yükseköğretim kurumları, bilimsel iş birlikleri ve ortak akademik projeler yoluyla ülkeler arasında epistemik dayanışma inşa edilmesine olanak tanımaktadır (Wojciuk, Michałek & Stormowska, 2015, s. 301). Bu dayanışma, zamanla kültürel yakınlık ve politik anlayış birlikteliğine dönüşebilmekte, ülkelerin yumuşak güç kapasitesine beslenmektedir.

İnsani yardımlar da bu bağlamda kamu diplomasisinin önemli unsurlarından biridir. Kriz ve afet dönemlerinde yapılan yardımlar, ülkelerin “yardımsever” ve “güvenilir” aktörler olarak algılanmasını sağlar. Özellikle afet diplomasi olarak adlandırılan yaklaşımlar, kamuoyunun dikkatini doğrudan etkileyen pratik sonuçlar doğurmaktadır. Örneğin Türkiye'nin 1999 Gölcük Depremi sonrası aldığı uluslararası yardımın ardından, 2011 Van Depremi sonrası Japonya'ya gönderdiği yardım ekibi, kamu diplomasisinin karşılıklılık temelinde yürütüldüğünün güçlü bir göstergesidir (Alexander, 2020, s. 738).

Bu tür yardımlar yalnızca geçici destek sunmakla kalmaz, aynı zamanda uzun vadeli ilişki zeminleri de oluşturur. Gelişmekte olan ülkelere yapılan kalkınma yardımları, sağlık hizmeti projeleri ve sosyal destek programları hem insani hem diplomatik boyut taşımaktadır. Bu durum, kamu diplomasisinin yalnızca iletişimsel değil, aynı zamanda eylemsel bir boyuta da sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Zalas-Kamińska, 2022, s. 160).

Sonuç olarak, eğitim, değişim programları ve insani yardımlar; kamu diplomasisinin en somut, kalıcı ve etkili araçları arasında yer almaktadır. Bu araçlar sayesinde ülkeler yalnızca tanıtım değil, aynı zamanda güven, sempati ve stratejik iş birliği ortamı da oluşturmaktadır. Türkiye'nin son yıllarda artan burs programları, afet destekleri ve yurtdışında açtığı eğitim merkezleri, bu alandaki etkinliğini artırma çabasının göstergesidir. Tüm bu süreçlerde sürdürülebilirlik, karşılıklılık ve açıklık ilkeleri başarıyı belirleyen temel unsurlar olmaktadır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### MEDYA VE ULUSLARARASI YAYINCILIK BAĞLAMINDA KAMU DIPLOMASISI

#### 2.1. Medya ve Kamu Diplomasisi İlişkisi

Medya, kamu diplomasisinin temel araçlarından biri olarak, stratejik anlatılarla yabancı kamuoylarını etkilemeyi sağlar. TRT Arabi gibi platformlar, Türkiye'nin kültürel değerlerini ve dış politika hedeflerini tanıtarak yumuşak gücünü artırır. Medya, algıları şekillendiren bir köprü olarak diplomasiye destek verir.

##### 2.1.1 Medyanın Rolü: Algı, Çerçeveleme ve Ajanda Belirleme

Medya, kamu diplomasisinde yalnızca bir iletişim aracı değil; aynı zamanda stratejik bir algı yönetimi mekanizmasıdır. Bu bağlamda medya, kamuoyunun dikkatini belirli konulara yönlendirme (ajanda belirleme) ve bu konuları belirli bir çerçevede sunma (çerçeveleme) yoluyla kamu diplomasisinin başarısında kritik rol oynar.

Çerçeveleme kuramı, medyanın bir olayı hangi bağlamda sunduğuna odaklanır. Nitekim bu çerçevede Çerçeveleme, yalnızca hangi konuların seçildiğiyle ilgili değil, aynı zamanda bu konuların belirli kitlelere hitap edecek şekilde nasıl kurgulandığıyla ilgilidir (framing is not just about what issues are selected, but how those issues are constructed to appeal to specific audiences) ifadesi, içerik üretiminin aynı zamanda anlam üretimi olduğunu göstermektedir (Chapman & Gerber, 2019, s. 758). Djerf-Pierre ve Shehata da ajanda belirleme etkisini medya ilgisi, konuların algılanan önemini etkiler. (media attention influences perceived importance of issues) sözleriyle özetlerken (2017, s. 735), haberlerin seçimi kadar sıklığı ve sunumu da kamuoyunun hangi konulara öncelik verdiğini ve bu konulara ilişkin algıların şekillenmesini doğrudan etkilemektedir.

Dijital medyanın yükselişine ise algı mühendisliğini daha dinamik ve etkileşimli hâle getirmiştir. Albishri ve arkadaşları (2019, s. 4), çevrimiçi medya platformlarının “algorithmic reinforcement” yoluyla belirli içerikleri ön plana çıkardığını ortaya koymaktadır. Bu, geleneksel ajanda belirleme etkisinin artık yalnızca editöryel tercihlerle değil, algoritmalarla da şekillendiğini göstermektedir.

Türkiye bağlamında, TRT Arabi'nin yayın politikası medya diplomasisinin stratejik bir uzantısı olarak değerlendirilmelidir. Özellikle Arap kamuoyuna hitap eden bu yayın organı, Türkiye'nin Filistin, Suriye ve Doğu Akdeniz politikalarını hedef kitleye belirli bir çerçevede sunmaktadır. Alghamdi, TRT Arabi'nin yayınlarını “Türkiye'nin Arap dünyasında yumuşak gücünü konsolide etme girişimi” olarak tanımlar (2021, s. 214). TRT Arabi'nin içerik stratejisi, haber başlıkları, görsel seçimi ve yorumcu tercihlerinde net bir şekilde Türkiye'nin dış politika söylemiyle uyumlu bir biçimde şekillenmektedir.

Benzer şekilde Anadolu Ajansı, çok dilli yayın yaparak ajanda belirleme ve çerçeveleme tekniklerini küresel düzeyde uygulamaktadır. Elbayoumi, ajansın haberlerinde “strategic narratives of alignment and credibility” oluşturduğunu belirtmektedir (2023, s. 189). Bu, sadece haber metniyle değil, kullanılan kaynaklar, başlık tercihleri ve yayın diliyle de kamu diplomasisine hizmet eden bütünlüklü bir iletişim stratejisidir.

Haberlerin nasıl sunulduğu kadar, neyin sunulmadığı da çerçevelemenin bir parçasıdır. Huck, Quiring ve Brosius (2009, s. 145), dış politika haberlerinin çerçevesinin izleyici tutumlarını doğrudan etkileyebileceğini vurgular. Bu etki, özellikle kriz dönemlerinde medya aracılığıyla yönlendirilen kamuoyunda daha net şekilde hissedilir.

Moscato ve Valencia (2021, s. 400), Obama'nın Küba ziyareti sürecinde Twitter üzerinde kullanılan “#ObamaInCuba” etiketinin, kamu algısını yeniden şekillendiren bir diplomatik çerçeveye dönüştüğünü ifade etmektedir. Aynı strateji, Türkiye'nin dijital diplomasi araçlarını Arap coğrafyasında nasıl kullandığını da açıklamaktadır.

Sonuç olarak medya, kamu diplomasisinin yalnızca bilgi aktarım aracı değil; aynı zamanda anlam üreten, algı oluşturan ve dış politika hedeflerini meşrulaştıran bir güçtür. TRT Arabi ve Anadolu Ajansı örnekleri, bu stratejilerin somut araçları olarak öne çıkmakta ve ajanda belirleme ile çerçeveleme etkilerini doğrudan uygulamaktadır. Bu yapı sayesinde medya, diplomatik hedeflere hizmet eden bir yumuşak güç enstrümanına dönüşmektedir.

### **2.1.2 Uluslararası Yayıncılığın Kamu Diplomasisindeki İşlevi**

Uluslararası yayıncılık, kamu diplomasisinin iletişimsel altyapısını oluşturan ve devletlerin küresel ölçekte sesini duyurabilmesine olanak sağlayan temel stratejik araçlardan biridir. Bu yayıncılık biçimi, devlet destekli medya kuruluşları aracılığıyla dış kamuoyuna mesaj iletme, ulusal anlatı inşa etme, kriz dönemlerinde algı yönetimi sağlama ve kültürel temsiliyeti güçlendirme gibi birçok kritik işlev üstlenir (Xu, 2024, s. 219). Bu açıdan bakıldığında, uluslararası yayıncılık yalnızca haber yayımı değil; aynı zamanda jeopolitik pozisyonlama, imaj inşası ve kamuoyuyla doğrudan temas kurma pratiğidir.

Modern uluslararası yayıncılık, yalnızca bir iletişim kanalı değil, aynı zamanda bir “anlatı üretim mecrasıdır.” Bu noktada kavramsal olarak “stratejik anlatılar” (strategic narratives) büyük önem kazanır. Li ve Wake (2024, s. 108), bu anlatıların hedef kamuoylarda belirli algılar oluşturmak, ulusal değerleri aktarmak ve dış politik tercihleri meşrulaştırmak amacıyla kurulan medya temelli yapılandırmalar olduğunu belirtmektedir. Örneğin CGTN, Çin’in küresel düzlemde barışçıl yükselişine dair söylemleri yaygınlaştırmak ve bu yükselişi meşrulaştırmak amacıyla stratejik anlatılar inşa etmektedir.

Bu işlevsel çerçevede, uluslararası yayın kuruluşlarının içeriği nasıl “çerçevelediği” (framed) ve hangi anlatılar üzerinden sunduğu belirleyici hâle gelir. Di Martino (2020, s. 58), özellikle sosyal medya destekli uluslararası yayıncılığın, tek yönlü bilgi yayımından etkileşimli ve geri bildirimine açık kamu diplomasi pratiklerine evrildiğini

vurgular. Bu evrim, yayıncılıkta yalnızca mesajın ne olduğu değil, nasıl sunulduğu ve hangi hedef kitleye hitap ettiği gibi parametreleri ön plana çıkarmıştır.

Güvenilirlik (credibility) ve meşruiyet (legitimacy), uluslararası yayıncılığın etkili olmasında kilit kavramlardır. Servaes (2012, s. 648), kamu diplomasisinde medya aracılığıyla elde edilecek etkilerin, yayınların güven düzeyiyle doğrudan ilişkili olduğunu ve “perceived authenticity over control” ilkesine uygun biçimde kurgulanması gerektiğini belirtmektedir. Devlet destekli yayın kuruluşlarının propaganda şüphesi uyandırmadan hedef kitlelerle bağ kurabilmesi için, editoryal bağımsızlık, çok seslilik ve tarafsız habercilik ilkelerini ön planda tutması gerekmektedir.

Bu yayıncılığın jeopolitik krizlerdeki rolü de dikkat çekicidir. Örneğin BBC Arabic, Arap Baharı döneminde yalnızca haber kaynağı değil, aynı zamanda Batılı liberal değerlerin taşıyıcısı olarak bir kamu diplomasisi aracı olarak işlev görmüştür (Sun, 2015, s. 117). Benzer şekilde, Russia Today (RT) ve Iran Press gibi alternatif haber ağları, Batı merkezli anlatılara karşı karşı anlatılar üreterek “karşı-kamu diplomasisi” (counter-public diplomacy) yürütmektedir.

Uluslararası yayıncılığın başarısı sadece içerik düzeyinde değil; aynı zamanda dağıtım stratejileri, dijital erişim kanalları ve platform algoritmalarına uygunlukla da ilgilidir. Bu durum, dijital diplomasiyle geleneksel yayıncılığın kesiştiği yeni bir alan ortaya koymaktadır. Li ve Wake (2024, s. 112), bu dönüşümü “algorithm-driven visibility battle” olarak tanımlamaktadır. Özellikle YouTube, X (eski adıyla Twitter), podcastler ve çevrimiçi haber platformları gibi araçlar, kamu diplomasisinin hızını ve kapsayıcılığını artırarak daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır.

Ayrıca, uluslararası yayıncılığın mekânsal yayılımı da önemlidir. Ulusların medya altyapılarını yurtdışına taşıması ve diasporalarla iletişimi medya üzerinden kurması, kültürel diplomasiinin bir uzantısı olarak değerlendirilebilir. Xu (2024, s. 221), bu durumu yumuşak gücü güçlendirme mekanizması olarak diaspora medyasını hedefleme (diaspora media targeting as a soft power reinforcement mechanism) olarak adlandırır. Bu yöntem

sayesinde ülkeler yalnızca dış kamuoyuna değil, aynı zamanda yurtdışında yaşayan vatandaşlarına da ulaşarak kolektif aidiyet hissini güçlendirebilmektedir.

Sonuç olarak, uluslararası yayıncılık, kamu diplomasisinin sadece tamamlayıcısı değil; içeriğini belirleyen ve dış politikanın anlatı zeminini inşa eden bir ana unsurdur. Bu alandaki yayınların başarısı; stratejik anlatı derinliği, güvenilirlik, dijital erişim kapasitesi ve kültürel duyarlılıkla doğrudan ilişkilidir. Gelecekte kamu diplomasisi süreçlerinde daha etkin olmak isteyen devletlerin, medya aracılığıyla hedef kitlelere ulaşma stratejilerini çok boyutlu ve profesyonel biçimde geliştirmeleri gerekmektedir.

## **2.2 Türkiye'nin Medya Diplomasisi Stratejileri**

Türkiye'nin medya diplomasisi stratejileri, uluslararası alanda imajını güçlendirmek, kültürel değerlerini tanıtmak ve dış politika hedeflerini meşrulaştırmak üzerine yoğunlaşır. TRT World gibi platformlar, stratejik anlatılarla Türkiye'nin küresel sorunlara bakışını ve bölgesel liderlik iddiasını yansıtır. Yumuşak güç unsurlarını etkin kullanarak, Türkiye, hedef kitlelerde pozitif algılar oluşturmayı ve diplomatik etkisini artırmayı amaçlar.

### **2.2.1 Türkiye'nin Uluslararası Yayıncılığının Kamu Diplomasisindeki Yeri**

Türkiye'nin uluslararası yayıncılığı, kamu diplomasisinde kilit bir rol oynar. TRT World ve TRT Arabi gibi platformlar, stratejik anlatılarla Türkiye'nin küresel imajını güçlendirir, kültürel değerlerini tanıtır ve dış politika hedeflerini destekler. Bu yayınlar, hedef kitlelerde olumlu algılar oluşturarak Türkiye'nin yumuşak gücünü artırır ve uluslararası alanda diplomatik etkisini pekiştirir.

#### **2.2.1.1 TRT Arabi'nin Kuruluşu ve Temel İletişim Stratejisi**

Türkiye'nin dış politika vizyonu, 2000'li yılların ikinci yarısından itibaren çok yönlü bir çerçevede yeniden şekillenmeye başlamıştır. Bu süreçte devletlerarası ilişkilerin yalnızca klasik diplomatik kanallarla yürütülmesi yeterli görülmemiş; kamuoyuna doğrudan hitap eden, yumuşak güç temelli stratejiler ön plana çıkmıştır. Türkiye de bu

kapsamda, kamu diplomasisi, kültürel diplomasi ve medya diplomasisi gibi alanlarda etkili araçlar geliştirerek dış kamuoylarına hitap etmeyi amaçlamıştır. Bu hedefin en somut çıktılarında biri, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) bünyesinde kurulan TRT Arabi kanalıdır. TRT Arabi, 4 Nisan 2010 tarihinde yayın hayatına başlamış ve Türkiye'nin Arap dünyasına yönelik kamu diplomasisi faaliyetlerinde öncü bir rol üstlenmiştir (Çevik, 2015, s. 17).

TRT Arabi'nin kuruluşu, yalnızca Arapça yayın yapan bir televizyon kanalının devreye alınması anlamına gelmemekte, aynı zamanda Türkiye'nin uluslararası kamuoyuyla doğrudan iletişim kurma hedefinin medya aracılığıyla kurumsallaştırılması anlamına gelmektedir. Kanal, Türkiye'nin kültürel ve tarihsel birikimini, toplumsal yapısını ve siyasal duruşunu Arap kamuoyuna doğrudan aktarmayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede, TRT Arabi'nin yayın politikaları, kültürel yakınlık, ortak tarih, dinî bağlar ve coğrafi yakınlık gibi unsurlar etrafında şekillenmiştir. Kanalda sıkça karşılaşılan içerik temaları; Osmanlı mirası, Türk-Arap kardeşliği, İslam dünyasının ortak meseleleri ve kültürel iş birlikleri gibi konular üzerine kuruludur (Kalaycıoğlu, 2018, s. 62).

TRT Arabi'nin yayın stratejisi, kamu diplomasisinin temel prensiplerinden biri olan hedef kitleye doğrudan ulaşma ilkesine dayanmaktadır. Kanalın yayın saatleri, Orta Doğu ve Kuzey Afrika'daki prime time dilimlerine göre planlanmakta; böylece Arap izleyicinin günlük medya takvimiyle örtüşecek biçimde içerikler sunulmaktadır. Haber yayınlarının yanı sıra kültürel programlar, belgeseller, röportajlar ve dini içerikli programlarla, Arap izleyicilerin ilgisini çekecek tematik çeşitlilik sağlanmaktadır. TRT Arabi'nin yayın dili sade, anlaşılır ve izleyiciyle empati kurabilecek bir ton taşımaktadır. Böylece Türkiye'nin dış politikadaki yumuşak güç araçları daha etkili bir biçimde dolaşıma sokulabilmektedir (Sevin, 2017, s. 345).

Kanalın yalnızca uydu yayınlarıyla sınırlı kalmayıp dijital mecralara da genişlemiş olması, stratejik iletişim açısından önemli bir avantaj sağlamaktadır. TRT Arabi, sosyal medya platformlarında aktif olarak yer almakta; özellikle YouTube, Facebook, X (Twitter) ve Instagram gibi mecralar üzerinden yayın tekrarları, canlı yayınlar ve kısa

içeriklerle izleyicilere ulaşmaktadır. Bu dijital strateji sayesinde, özellikle genç nüfusun ve çevrimiçi kullanıcıların etkileşimi artırılmakta, dijital diplomasi yoluyla Arap kamuoyunda daha etkin bir Türkiye imajı inşa edilmektedir (Mertoğlu, 2022, s. 102).

Kanalın hedef kitlesi, yalnızca genel Arap kamuoyu değil; aynı zamanda kanaat önderleri, akademisyenler, gazeteciler ve üniversite gençliğidir. Bu gruplar, kamuoyu oluşturma süreçlerinde aktif rol oynayan ve karar vericiler üzerinde dolaylı etki yaratabilen kilit aktörlerdir. Bu nedenle TRT Arabi, yalnızca içerik üretimi yapan bir medya organı değil; aynı zamanda Türkiye'nin uluslararası imaj inşasında ve kamu diplomasisi hedeflerinde stratejik bir araç olarak değerlendirilmektedir. Kanalda sunulan içerikler, Türkiye'nin kültürel çeşitliliği, toplumsal yapısı ve siyasi duruşunu yansıtacak biçimde kurgulanmakta; böylece izleyicinin Türkiye hakkında bütüncül ve olumlu bir algı edinmesi hedeflenmektedir (Çiftçi, Akyel & Özejder, 2021, s. 90).

TRT Arabi, TRT World ve TRT Avaz gibi diğer uluslararası TRT kanallarıyla koordineli biçimde çalışarak çok dilli kamu diplomasisi stratejisinin bir parçası haline gelmiştir. Bu yapı sayesinde, Türkiye farklı dillerde ve farklı bölgelerde benzer mesajları taşıyan içerikler üretmekte; kamu diplomasisini daha geniş bir coğrafyada ve daha etkili biçimde yürütmektedir. TRT Arabi, bu yapılanmanın Arap coğrafyasına bakan yüzü olarak hem haber hem de kültürel içeriklerle Türkiye'nin uluslararası anlatısını güçlendirmektedir (Kalm, 2011, s. 8).

Sonuç olarak, TRT Arabi'nin kuruluşu ve iletişim stratejileri, Türkiye'nin dış politika vizyonunun medya üzerinden yeniden inşasını temsil etmektedir. Kanal, hedef kitlesine yönelik dil, içerik ve zamanlama stratejileriyle kamu diplomasisi faaliyetlerini etkinleştirmekte; Arap kamuoyunda Türkiye'nin yumuşak gücünü güçlendirmeye hizmet etmektedir. Gerek dijital platformlarda aktif rol alması gerekse kültürel ve tarihsel bağları ön plana çıkaran anlatı yapısı sayesinde, TRT Arabi kamu diplomasisi literatüründe önemli bir örnek olarak değerlendirilmelidir.

### 2.2.1.2 TRT Arabi'nin Kamu Diplomasisindeki Yeri

TRT Arabi, Türkiye'nin Arap dünyasına yönelik kamu diplomasisi faaliyetlerinde temel bir araç olarak işlev görmektedir. 2010 yılında yayın hayatına başlayan kanal, Türkiye'nin Orta Doğu politikalarına paralel biçimde, Arapça konuşan kamuoyuna doğrudan seslenerek hem kültürel hem de politik bir anlatı üretme misyonunu üstlenmiştir (Anas, 2011, s. 123).

TRT Arabi'nin yayın politikası yalnızca haber iletimine değil, aynı zamanda "stratejik anlatıların" kurgulanmasına dayalıdır. Özellikle Kudüs, Gazze ve Yemen gibi kriz alanlarına dair insani yardım temalı yayınlar aracılığıyla Türkiye'nin "yardımsever aktör" imajı pekiştirilmektedir. TRT Arabi, bu bağlamda Türkiye'nin Arap-İslam coğrafyasındaki liderlik vizyonunu görünür kılmak için bir medya aracı olarak çalışır (Jabbour, 2015, s. 14).

Kanal, Batı merkezli medya yapılarına karşı bir "karşı anlatı" üretme stratejisi gütmektedir. BBC Arabic, CNN Arabic ve Al Arabiya gibi kuruluşların haber çerçevelmelerine alternatif bir yaklaşım benimseyerek, Arap kamuoyuna Türkiye merkezli bir perspektif sunar (Sancar, 2015, s. 42). Bu tür yayınlar, kamu diplomasisi aracılığıyla Türkiye'nin dış politikada normatif pozisyonlar edinmesini sağlar.

Dijital medya platformlarının etkin kullanımı da TRT Arabi'nin etki alanını genişletmektedir. X (eski adıyla Twitter), YouTube ve Facebook üzerinden yapılan çok dilli yayınlar, genç Arap kullanıcı kitlesiyle interaktif iletişim kurulmasına olanak tanır (Karanfil & Eğilmez, 2017, s. 29). TRT Arabi'nin sosyal medya dili, geleneksel devlet diliyle değil; güncel, etkileşimli ve katılımcı bir çerçeveye kurulmuştur.

TRT Arabi, yalnızca Türkiye'nin anlatılarını değil; aynı zamanda Arap dünyasının ortak değerlerini, tarihsel hafızasını ve kültürel hassasiyetlerini de dikkate alarak bir yayın stratejisi izlemektedir. Alsuwaidi (2013, s. 45), bu noktada TRT Arabi'nin bölgesel medya savaşında önemli bir yumuşak güç unsuru olduğunu vurgulamaktadır. Özellikle Suriye iç

savaşı ve Arap Baharı süreci sırasında kanalın izlediği yayın politikası, Türkiye'nin pozisyonunu Arap kamuoyunda meşrulaştırma çabası olarak ele alınmıştır.

Bu yayın politikası yalnızca siyasi içeriklerle sınırlı kalmamaktadır. Eğlence programları, dini içerikler ve kültürel yayınlar aracılığıyla kanal, Arap izleyicisinin gündelik medya tüketim alışkanlıklarına da hitap etmektedir. Benovska (2024, s. 93), TRT Arabi'nin görsel estetik tercihleri ve sunum tarzının, Arap dünyasında TRT markasının bilinirliğini ve güvenilirliğini artırdığını ifade eder.

Bununla birlikte, TRT Arabi'nin kamu diplomasisi alanındaki etkinliğinin sürdürülebilirliği, yalnızca içerik stratejilerine değil; aynı zamanda inandırıcılığa ve hedef kitleyle kurulan güven temelli ilişkilere bağlıdır. Karanfil ve Eğilmez (2017, s. 32), medya aracılığıyla oluşturulan kamuoyu algısının, diplomatik tutarlılık ile desteklenmediği sürece geçici etkiler üreteceğini belirtmektedir.

Sonuç olarak TRT Arabi, Türkiye'nin Arap dünyasındaki yumuşak güç kapasitesini güçlendirmek ve kamuoyuyla doğrudan temas kurmak adına geliştirilmiş etkili bir kamu diplomasisi aracıdır. Kanalın hem geleneksel yayıncılık hem de dijital platformlar üzerinden kurduğu çok katmanlı iletişim, Türkiye'nin bölgesel anlatı üretiminde özgün bir model sunduğunu göstermektedir. Uluslararası yayıncılıkta etkinlik, yalnızca mesajın içeriğiyle değil; bu mesajın ne derece samimi, tutarlı ve kültürel olarak duyarlı olduğuyla da ilişkilidir.

### **2.2.1.3 TRT World'ün Uluslararası Yayıncılık Stratejisi**

Türkiye'nin İngilizce yayın yapan devlet destekli haber kanalı TRT World, 2015 yılında uluslararası kamuoyuna doğrudan hitap etmek amacıyla kurulmuştur. Kanalın temel hedefi, Türkiye'nin dünya siyasetindeki pozisyonunu, değerlerini ve dış politika yaklaşımlarını küresel izleyiciye aktararak bir "alternatif anlatı" üretmektir (Kınay, 2018, s. 96). İngilizce yayın yapması, özellikle Batı kamuoyları ile iletişim kurmayı kolaylaştırmakta ve Türkiye'nin söylemini yaygınlaştırmasına olanak tanımaktadır.

TRT World, yalnızca bir haber kanalı değil; aynı zamanda Türkiye'nin kamu diplomasisi stratejisinde kritik bir iletişim aracıdır. Özellikle Batı merkezli medya anlatılarına karşı alternatif bir perspektif sunmak amacıyla kurgulanan içerikler, Türkiye'nin imaj inşasında ve yumuşak güç kullanımında önemli bir rol oynamaktadır (Özdemir, 2023, s. 13). Kanal, çatışma bölgeleri, göç, İslamofobi ve adaletsizlik gibi konularda dikkat çekici belgeseller ve röportajlar üretmektedir. Bu içerikler, Türkiye'nin evrensel değerler savunucusu olarak pozisyon almasına hizmet etmektedir.

Ayrıca TRT World, medya alanında yalnızca içerik üretimiyle değil, aynı zamanda haberin nasıl çerçvelendiği ile de öne çıkar. Özdemir (2024, s. 8), Karabağ Savaşı dönemindeki haber sunumlarında TRT World'ün Türkiye'nin diplomatik duruşunu destekleyecek biçimde çerçeveleme yaptığını belirtmektedir. Bu durum, stratejik anlatıların medya aracılığıyla üretildiği ve kamu diplomasisinin medya söylemleri ile şekillendirildiğini ortaya koymaktadır.

Kanalın dijital medya stratejileri de dikkat çekicidir. YouTube, Instagram, Facebook ve X gibi platformlar aracılığıyla milyonlarca kişiye ulaşan TRT World, sadece televizyon yayını değil, dijital diplomasi pratiği de yürütmektedir (Baritci & Aydeniz, 2019, s. 72). Bu durum, klasik yayıncılığın ötesine geçildiğini ve medya aracılığıyla doğrudan kitlelerle etkileşim kurulduğunu göstermektedir.

TRT World'ün kamu diplomasisindeki başarısı, büyük ölçüde güvenilirlik algısına bağlıdır. Elswah & Howard (2022, s. 358), kanalın hükümet destekli olmasının izleyici nezdinde şüphe uyandırabileceğini; ancak editoryal çeşitlilik ve bağımsızlık vurgusunun bu algıyı dengelemeye çalıştığını savunur. Bu bağlamda, TRT World'ün yayın politikaları, yalnızca bilgi sunumunu değil, aynı zamanda uluslararası meşruiyet inşasını da hedeflemektedir.

Diğer bir önemli unsur, TRT World'ün kriz dönemlerinde oynadığı aktif roldür. Pandemi sürecinden Gazze savaşlarına kadar uzanan geniş bir yelpazede, kanal uluslararası kamuoyunu bilgilendirme ve yönlendirme amacı taşımıştır. Çetinkaya ve

Seçim (2022, s. 198), bu durumun Türkiye'nin kamu diplomasisinde kriz iletişimi becerilerinin medya aracılığıyla sergilendiğini ifade eder. Bu yönüyle TRT World, yalnızca bir medya kurumu değil, aynı zamanda bir dış politika aktörü konumundadır.

Sonuç olarak TRT World, Türkiye'nin küresel söylem üretimi ve kamu diplomasisi vizyonunda stratejik bir platformdur. Kanalın küresel meseleleri Türkiye'nin bakış açısıyla ele alması, alternatif medya üretimi bağlamında yeni bir paradigma sunmaktadır. TRT World, hem içerik hem de erişim bakımından Türkiye'nin uluslararası medyadaki yumuşak güç kapasitesini somutlaştıran bir araç hâline gelmiştir.

#### **2.2.1.4 Anadolu Ajansı'nın Uluslararası Yayıncılıktaki Rolü**

Anadolu Ajansı (AA), Türkiye'nin en köklü medya kuruluşlarından biri olarak yalnızca ulusal basını besleyen bir kaynak değil; aynı zamanda Türkiye'nin küresel kamu diplomasisi stratejisinin taşıyıcı kolonlarından biri hâline gelmiştir. 1920 yılında kurulan ajans, 2010'lu yıllardan itibaren İngilizce, Arapça, Fransızca, Rusça ve Boşnakça gibi birçok dilde yayın yaparak uluslararası kamuoyuna ulaşma kapasitesini büyük ölçüde artırmıştır (Bektaş, 2014, s. 92). Bu dilsel çeşitlilik, AA'nın çok katmanlı kamu diplomasi hamlelerinin aracı hâline gelmesini sağlamıştır.

Anadolu Ajansı'nın yayın politikası, yalnızca haber sunma işleviyle sınırlı değildir. Ajans, Türkiye'nin dış politika hedefleriyle uyumlu bir biçimde, ülkenin değerlerini, pozisyonlarını ve kültürel kodlarını uluslararası kamuoyuna yansıtma işlevi görmektedir. Bu bağlamda haber kurgularında "barış misyonu", "insani yardım", "adalet", "mülteci hakları" gibi kavramlar sıkça kullanılmakta ve Türkiye'nin bölgesel liderlik vizyonu desteklenmektedir (Usta, 2020, s. 44). Özellikle Suriye iç savaşı, Gazze saldırıları veya Ukrayna krizi gibi konularda Anadolu Ajansı'nın haber sunumları, Türkiye'nin dış politikasının medya üzerinden görünür hâle getirilmesinde etkili olmuştur.

AA'nın stratejik yayıncılığı yalnızca içerikle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda çerçeveleme ve ajandalaştırma teknikleriyle de öne çıkar. Ajans, haberleri sadece sunmaz;

aynı zamanda hangi haberin nasıl, ne zaman ve hangi bağlamda verileceğini belirleyerek bir kamu diplomasisi taktiği uygular (Demir & Şahin, 2021, s. 314). Bu durum özellikle "algı yönetimi" ve "stratejik iletişim" gibi kamu diplomasisinin temel kavramlarıyla örtüşmektedir. Bu çerçevede Anadolu Ajansı, Batılı ajanslardan farklı olarak, “alternatif bir uluslararası haber ajansı” modeli sunmaktadır.

Ajansın dijital dönüşüm süreci de bu bağlamda dikkate değerdir. Özellikle AA'nın YouTube, Twitter/X, Instagram ve Telegram gibi platformlar üzerindeki aktifliği, dijital kamu diplomasisinin bir parçası olarak değerlendirilir. AA yalnızca haber paylaşmaz; röportajlar, analizler, interaktif grafikler ve video içeriklerle küresel kamuoyuna entegre olur. Bu dijital dönüşüm, geleneksel yayıncılık kapasitesini destekleyerek, uluslararası erişim kapasitesini büyük ölçüde artırmaktadır (Köse, 2023, s. 101).

Bununla birlikte, Anadolu Ajansı'nın "haber ajansı" olarak güvenilirlik düzeyi, kamu diplomasisi açısından kritik önemdedir. Türkiye'deki siyasi gelişmelerle olan yakın ilişki nedeniyle eleştiriler olsa da birçok Afrika ve Asya ülkesinde AA içerikleri yüksek düzeyde güvenilir bulunmakta ve yerel medya tarafından referans alınmaktadır (Tuncer, 2019, s. 207). Bu yönüyle AA, özellikle Batı dışı ülkelerde Türkiye'nin algısını şekillendiren etkili bir aktördür.

Anadolu Ajansı aynı zamanda eğitim ve medya diplomasisi alanında da aktif rol oynamaktadır. AA News Academy (Haber Akademisi) aracılığıyla, birçok ülkeden gelen genç gazetecilere eğitimler verilmekte; bu bireyler ülkelerine döndüklerinde Türkiye'nin medya pratiklerini temsil eden kültürel elçiler olarak işlev görmektedir (Erbaş, 2022, s. 136). Bu yaklaşım, kamu diplomasisinin uzun vadeli ve karşılıklı bağ kuran yönüne de hizmet etmektedir.

Sonuç olarak, Anadolu Ajansı yalnızca bir haber kaynağı değil; aynı zamanda Türkiye'nin küresel kamuoyuna hitap eden kültürel, siyasi ve stratejik bir aktördür. Hem içerik üretimi hem dilsel çeşitliliği, hem de dijital erişim kapasitesiyle, AA Türkiye'nin yumuşak güç politikasının medya boyutundaki taşıyıcılarından biridir. Bu konuyla

AA, Türkiye'nin uluslararası alandaki görünürlüğünü ve etki kapasitesini sistematik olarak artıran bir kamu diplomasisi aracıdır.

### **2.3 Türkiye'nin Medya Yoluyla İmaj ve Algı Politikaları**

Kamu diplomasisinin temel hedeflerinden biri, ülkenin uluslararası imajını olumlu yönde şekillendirmek ve sürdürülebilir algılar inşa etmektir. Türkiye'nin son yıllarda yürüttüğü medya merkezli dış politika pratikleri, bu hedefe yönelik çok katmanlı bir strateji oluşturduğunu göstermektedir. Bu strateji, yalnızca bilgi yayımıyla sınırlı kalmayıp; kültürel, siyasi ve insani mesajların küresel kitlelere aktarılması üzerine inşa edilmektedir. TRT World, TRT Arabi ve Anadolu Ajansı gibi devlet destekli medya organları bu politikanın merkezinde yer almakta; Türkiye'nin uluslararası imajının yeniden yapılandırılmasında önemli roller üstlenmektedir (Alsuwaidi, 2013, s. 88).

Türkiye'nin medya temelli imaj politikası, 2010'lu yıllardan itibaren dış politikadaki dönüşüme paralel olarak daha belirgin bir çehre kazanmıştır. "Bölgesel güç", "insani dış politika" ve "adalet temelli küresel düzen" gibi stratejik anlatılar, medya içerikleri üzerinden küresel kamuoyuna sunulmaktadır (Aydın-Düzgit & Keyman, 2014, s. 75). Bu bağlamda TRT World, İngilizce yayın yaparak özellikle Batı kamuoyunda Türkiye'ye yönelik algıların dönüşmesini hedeflemiştir. Kanal, Batılı medya kuruluşlarının gündemlerinde yer almayan küresel krizlere (örneğin Rohingya mültecileri, Yemen, Gazze) odaklanarak alternatif bir medya söylemi geliştirmiştir (Özçetin, 2019, s. 207).

TRT World'ün içerikleri, yalnızca haber sunmaktan ibaret değildir. Belgesel formatları, röportajlar, stüdyo tartışmaları ve kısa belgesel serileri ile izleyiciye derinlemesine analiz sunulmaktadır. Bu bağlamda kanal, Türkiye'nin uluslararası politikalarını haklılaştıran ve meşrulaştıran bir medya anlatısı üretme görevini üstlenmiştir. Özellikle "Yeni Türkiye" vizyonunun küresel yansımaları, bu yayınlarda sıkça işlenen temalardandır (Baybars-Hawks, 2018, s. 148).

TRT Arabi, Türkiye'nin Orta Doğu'daki medya diplomasisi stratejisinin temel taşıdır. 2010 yılında Arap Baharı sürecine paralel olarak yayına başlayan bu kanal, Türkiye'nin Arap coğrafyasına yönelik doğrudan kamu diplomasisi çabasının bir parçasıdır (Alsuwaidi, 2013, s. 97). TRT Arabi, özellikle Filistin meselesi, Kudüs, Suriye krizi ve Mısır'daki gelişmeler gibi yüksek hassasiyet taşıyan konularda Türkiye'nin resmi söylemini Arapça kamuoyuna aktarmaktadır. Bu çerçevede kanal, bir yandan Türkiye'nin insani dış politika imajını pekiştirirken diğer yandan Batı merkezli anlatılara alternatif sunmaktadır (Yörük, 2022, s. 115).

Kanalın dijital medya stratejileri de oldukça dikkat çekicidir. Twitter, Facebook ve YouTube gibi platformlarda yüksek etkileşimli kampanyalarla kamuoyuna ulaşmakta; özellikle genç Arap kitle üzerinde etkili olmaktadır. Sosyal medya platformlarında içeriklerin hedeflenmiş ve kriz anlarına hızlı müdahale edebilecek biçimde tasarlanması, dijital kamu diplomasisinin etkinliğini artırmaktadır (Çevik & Ertan, 2021, s. 437).

Anadolu Ajansı (AA), Türkiye'nin en eski ve en köklü haber ajansı olmakla birlikte, son yıllarda uluslararası yayıncılıkta önemli bir dönüşüm geçirmiştir. İngilizce, Fransızca, Arapça, Rusça ve Boşnakça gibi birçok dilde yayın yaparak Türkiye'nin küresel algı politikasında stratejik bir rol oynamaktadır. AA, 2014 sonrası döneminde özellikle savaş bölgelerinden ve insani krizlerden yaptığı canlı yayınlar, saha röportajları ve analiz dosyaları ile Türkiye'nin sahadaki insani rolünü ön plana çıkarmıştır (Baybars-Hawks, 2020, s. 57).

Ajansın "News Analysis" bölümleri, kamu diplomasisinin stratejik anlatı üretme işlevini destekleyen içeriklerle donatılmıştır. Örneğin Türkiye'nin göç politikaları, Afrika açılımı ya da Türk savunma sanayi ihracatı gibi konular, AA'nın uluslararası versiyonlarında pozitif anlatılarla sunulmaktadır. Bu tür içerikler, yalnızca kamuoyunu bilgilendirmekle kalmaz; aynı zamanda Türkiye'nin küresel liderlik vizyonunu yansıtmaktadır (Savaşkan, 2022, s. 34).

Türkiye'nin medya yoluyla yürüttüğü imaj politikaları zaman zaman çeşitli eleştirilere de konu olmuştur. Özellikle Batılı medya kuruluşları ve araştırma enstitüleri, TRT World ve AA'nın "devlet propagandası" yapmakla eleştirildiği raporlar yayımlamıştır (Freedom House, 2023). Bu eleştiriler, editoryal bağımsızlık ve habercilik etiği açısından kamu diplomasisinin medya ayağında güvenilirliğin önemini gündeme getirmiştir. Ancak buna rağmen söz konusu yayın organları, kendi hedef kitleleri nezdinde etkili olmaya devam etmektedir (Altuğ, 2021, s. 102).

Türkiye'nin medya yoluyla yürüttüğü imaj ve algı politikaları, çok katmanlı ve stratejik bir çerçevede şekillenmektedir. TRT World, TRT Arabi ve Anadolu Ajansı gibi kurumlar, hem geleneksel hem de dijital medyada içerik üretimi yoluyla kamu diplomasisinin temel aktörlerine dönüşmüştür. Bu kurumlar, Türkiye'nin küresel anlatı sahnesinde yer almasını, pozitif bir imaj oluşturmasını ve dış politikasını meşrulaştırmasını sağlamaktadır. İleriye dönük olarak, medya organlarının güvenilirlik, içerik çeşitliliği ve etik habercilik ilkelerine daha fazla odaklanmaları, bu stratejinin başarısını pekiştirecektir.

## **2.4. Uluslararası Yayıncılıkta Stratejik İletişim Modelleri ve Türkiye'nin Konumlanışı**

Uluslararası yayıncılıkta stratejik iletişim modelleri, bilgi akışı, diyalog ve ağ oluşturma odaklı yaklaşımları içerir; TRT Arabi, Türkiye'nin bölgesel anlatısını güçlendiren bir örnektir. Türkiye, bu modelleri kullanarak küresel algıları şekillendirir ve yumuşak gücünü artırır. Stratejik iletişim, dış politika hedeflerini destekleyerek Türkiye'yi uluslararası alanda konumlandırır.

### **2.4.1. Küresel Haber Ağlarında Kamu Diplomasisi: BBC Arabic, Al Jazeera, France 24 ve Deutsche Welle Örnekleri**

Uluslararası yayıncılık, kamu diplomasisinin en stratejik bileşenlerinden biri haline gelmiştir. Özellikle kamu tarafından finanse edilen haber ağları, ulusal çıkarları

destekleyen küresel anlatılar oluşturmak ve hedef kamuoylarında olumlu algı inşa etmek için kullanılmaktadır. Bu bağlamda, BBC Arabic, Al Jazeera, France 24 ve Deutsche Welle gibi kuruluşlar sadece haber ileten değil; aynı zamanda ülkelerinin kamu diplomasisi hedeflerini şekillendiren aktörler olarak değerlendirilmelidir.

BBC Arabic, İngiltere'nin yumuşak güç politikasının en önemli araçlarından biri olarak konumlanır. BBC'nin temel yayın ilkesi olan bağımsızlık ve tarafsızlık, kamu diplomasisi stratejisine meşruiyet kazandıran bir zemin sunar. BBC Arabic, Arap dünyasındaki siyasi gelişmelere dair objektif sunum iddiasıyla, İngiliz demokrasisinin değerlerini dolaylı yoldan tanıtan bir iletişim aktörü işlevi görmektedir (Gillespie & Webb, 2012, s. 67). Özellikle Arap Baharı sırasında BBC Arabic'in krizi Batılı insan hakları çerçevesinde çerçevelemesi, Birleşik Krallık'ın dış politika duruşuyla örtüşen bir anlatı oluşturmuştur (Seib, 2010, s. 93). Ayrıca, BBC'nin Orta Doğu'daki tarihi varlığı, bu bölgedeki izleyici kitlesiyle uzun süreli bir ilişki geliştirmesine olanak tanımıştır (Pintak, 2014, s. 47).

Al Jazeera, Katar merkezli bir yayın kuruluşu olmasına rağmen küresel çapta kamu diplomasisi kapasitesiyle öne çıkar. Yayın dili Arapça olan Al Jazeera Arabic ile İngilizce yayın yapan Al Jazeera English'in içerik ve hedef farklılıkları, Katar'ın çok yönlü dış politika stratejisine hizmet eder (Zayani, 2005, s. 108). Al Jazeera'nın haber sunumunda baskın olan "mazlum halklar" anlatısı, Katar'ın bağımsız ve alternatif medya sağlayıcısı olarak algılanmasını teşvik eder. Ayrıca kanal, Batılı medya organlarına karşı bir "karşı anlatı" sunarak, Arap halklarının duygusal bağlılığını güçlendirmektedir (El-Nawawy & Iskandar, 2003, s. 59). Al Jazeera, özellikle Irak Savaşı, Gazze Krizi ve Yemen'deki çatışmalar gibi konularda Batı karşıtı söylemleri merkeze alarak Katar'ın dış politikasına medya üzerinden destek sağlamaktadır (Figenschou, 2014, s. 92).

France 24, Fransa'nın kamu diplomasi ajandasının medya aracılığıyla uluslararasılaştırılmasında önemli rol oynamaktadır. Kanalın çok dilli yapısı (Fransızca, İngilizce, Arapça ve İspanyolca yayınlar) Fransız değerlerinin evrensel olduğunu ima eden kültürel bir strateji taşır. France 24, Fransa'nın laiklik, insan hakları ve Avrupa

merkezli dış politika duruşunu meşrulaştıran bir haber dili benimser (Maxwell, 2018, s. 144). Özellikle Libya, Mali ve Suriye gibi Fransız dış politikasının aktif olduğu bölgelerde yayınların yoğunlaştırılması, medya diplomatisinin askeri ve insani müdahalelerle entegre çalıştığını göstermektedir. Ayrıca France 24, Fransız medyasının editoryal çizgisiyle AB politikaları arasında stratejik bir uyum oluşturma çabasıdadır (Cádiz & Pérez-Tornero, 2015, s. 82).

Deutsche Welle (DW) ise Almanya'nın kültürel diplomasi vizyonunu dijital medya ile harmanlayarak yaymaktadır. DW, özellikle 2015 göç krizi ve Avrupa'daki İslam karşıtı akımlar bağlamında, Almanya'nın liberal demokratik değerlerini öne çıkaran bir çerçeve kurmuştur (Bergh & Grincheva, 2021, s. 161). DW Arabic ise göç, entegrasyon ve insan hakları gibi temaları ön plana çıkararak Almanya'nın evrenselcilik yaklaşımına medya desteği sağlamaktadır. Dijital içeriklerin artmasıyla DW, YouTube ve podcast üzerinden interaktif içerikler geliştirerek Almanca dil ve kültür tanıtımı yapmaktadır (Thussu & Freedman, 2003, s. 205). Bu bağlamda, DW sadece haber ileten bir kurum değil; aynı zamanda Almanya'nın dış politikasını ve kültürel kimliğini uluslararası kamuoyuna yansıtan bir platformdur.

Bu dört örnek, kamu yayıncılığının küresel kamuoyu oluşturmadaki gücünü göstermektedir. Ortak özellikleri arasında çok dilli yayıncılık, dijital medya ile etkileşim, belirli jeopolitik kriz bölgelerine odaklanma ve içerik stratejilerinde ulusal dış politikalara paralellik kurma yer alır. Ancak farkları da önemlidir. BBC Arabic'in "tarafsızlık" ilkesi ile Al Jazeera'nın "alternatif karşı duruşu" farklı diplomatik pozisyonlara hizmet eder. France 24, kültürel Avrupa değerlerini yayarken, DW daha çok evrensel insan hakları çerçevesinde anlatı inşa etmeye çalışır. Türkiye de son yıllarda bu alandaki kapasitesini artırmış; TRT Arabi, TRT World ve Anadolu Ajansı gibi yapılarla küresel medya rekabetinde belirgin bir yer edinmeye çalışmıştır. Özellikle TRT Arabi, Arap coğrafyasına yönelik yayın dili, içerik stratejisi ve söylemsel yapısıyla; Al Jazeera ve BBC Arabic gibi köklü yayıncılarla aynı kamuoyu segmentine hitap eden bir alternatif olarak öne çıkmaktadır. Türkiye'nin kamu diplomasisi hedeflerinin medya aracılığıyla hayata geçirilmesinde TRT Arabi'nin içerik kurgusu, bölgesel kriz anlatıları ve dijitalleşme

stratejileri, bu alandaki yeni bir stratejik iletişim modelini işaret etmektedir. Bu bağlamda, TRT Arabi'nin medya diplomasisi eksenindeki konumu ve içerik stratejileri, uluslararası yayıncılık alanında Türkiye'nin yükselen yumuşak güç profilini anlamak açısından kritik bir örneklik taşımaktadır.

Sonuç olarak, uluslararası yayıncılık, çağdaş kamu diplomasisinin merkezine yerleşmiştir. Bu medya organlarının başarısı yalnızca teknik kapasite veya içerik kalitesine değil; aynı zamanda mesajın ideolojik çerçevesine, inandırıcılığına ve hedef kitle ile kurduğu bağa bağlıdır. Devletler bu araçları kullanarak sadece haber yaymamakta; aynı zamanda stratejik bir dış politika aktörüne dönüşmektedir.

#### **2.4.2 TRT Arabi'nin Medya Politikaları ve İçerik Üretimi**

Uluslararası yayıncılık bağlamında TRT Arabi, Türkiye'nin Ortadoğu ve Kuzey Afrika bölgesine yönelik kamu diplomasisi stratejisinin medya kanadını temsil eden önemli bir aktördür. Kanal, yalnızca Arapça yayın yapan bir haber platformu değil; aynı zamanda Türkiye'nin dış politikasını kültürel ve ideolojik kodlarla yeniden inşa eden, hedef kamuoyuyla ilişki kurmayı amaçlayan bir iletişim aracıdır. TRT Arabi, medya politikalarını belirlerken, hem küresel medya rekabetini hem de Türkiye'nin bölgesel diplomatik önceliklerini dikkate alarak içerik üretmektedir (Alsuwaidi, 2013, s. 157).

Kanalın medya politikaları üç temel eksen üzerine inşa edilmiştir: söylem üretimi, kültürel temsil ve stratejik içerik yönetimi. TRT Arabi, Türkiye'nin bölgesel güç olma arzusunu destekleyen bir söylem kurgusuna sahiptir. Bu bağlamda, içerik üretiminde yalnızca olayları aktarmakla kalmayıp, bu olayları belirli bir anlatı çerçevesinde yeniden kurgulamaktadır. Örneğin Suriye İç Savaşı, Kudüs meselesi, Libya krizi gibi olaylar kanalın yayınlarında sıklıkla “insani yardım”, “adalet”, “barışçıl arabuluculuk” gibi temalarla sunulmaktadır (Siegel, 2021, s. 4). Böylece TRT Arabi, yalnızca haber vermekle kalmaz, aynı zamanda Türkiye'nin diplomatik vizyonuna uygun bir imaj da üretir.

TRT Arabi'nin yayın stratejileri, yalnızca politik değil; aynı zamanda kültürel kodlarla da şekillendirilmektedir. Al-Ghazzi ve Kraidy (2013, s. 241), TRT Arabi'nin özellikle “neo-Osmanlıcı yumuşak güç dili” kullandığını ve yayınlarında tarihsel referanslarla kültürel aidiyet kurduğunu vurgulamaktadır. Bu yaklaşım, Arap izleyiciyle kurulan ilişkinin ideolojik değil; daha çok kültürel yakınlık ve ortak miras üzerinden şekillendiğini göstermektedir. Kanal, Arap dünyasında İslam kültürü ve Osmanlı geçmişi üzerinden bir nostalji yaratarak, Türkiye'yi hem tarihsel hem de güncel anlamda bir lider olarak konumlandırma çabasındadır.

Bununla birlikte TRT Arabi'nin yayın politikalarında içerik üretimi son derece merkezi bir yapıda sürdürülmektedir. Elswah ve Howard (2022, s. 7), TRT World üzerinden yürütülen incelemelerinde, TRT'nin içerik kararlarının genellikle devlet destekli ve parti çizgisinde şekillendiğini, TRT Arabi'nin de benzer bir içerik yapısına sahip olduğunu belirtmektedirler. Bu durum, kanalın editoryal bağımsızlık kapasitesine yönelik çeşitli eleştiriler doğursa da, stratejik iletişim açısından koordineli bir kamu diplomasisi söylemi sunmaktadır.

TRT Arabi, yalnızca siyasal içerik üretmekle sınırlı kalmaz; aynı zamanda kültürel yayımlarla Türkiye'nin yumuşak gücünü desteklemektedir. Belgeseller, kültür programları ve Arapça dublajlı diziler aracılığıyla, Türkiye'nin kültürel unsurları Arap izleyiciye ulaştırılmakta ve bu sayede bir kültürel yakınlık hissi oluşturulmaktadır. Jabbour (2015, s. 3), bu tür içeriklerin “görsel kültür yoluyla temsil stratejisi” sunduğunu ve kanalın kültürel diplomasi aracı olarak da işlev gördüğünü ileri sürmektedir.

Dijital medya stratejileri de TRT Arabi'nin içerik politikalarının ayrılmaz bir parçasıdır. Kanalın sosyal medya platformlarında yürüttüğü faaliyetler, Arap gençliğiyle doğrudan temas kurmasını sağlamaktadır. TRT Arabi, X (Twitter), YouTube, Facebook ve Instagram gibi platformlarda hem haber içeriklerini yaymakta hem de anket, canlı yayın ve kullanıcı yorumlarıyla etkileşime girmektedir. Bu dijital etkileşim, kanalın yalnızca izlenen değil; aynı zamanda katılım sağlanan bir medya aracı olmasına olanak tanımaktadır (Zayani & Mirza, 2021, s. 142). Böylelikle TRT Arabi, geleneksel diplomasi

araçlarının ötesine geçerek dijital kamu diplomasisi alanında da stratejik bir aktör haline gelmiştir.

Kanalın medya politikası, içerik çerçevesinin ötesinde, hedef kitle seçimi açısından da dikkatle planlanmıştır. TRT Arabi'nin ana hedefi yalnızca Arap devletleri değil; aynı zamanda Avrupa ve Amerika'da yaşayan Arap diasporalarıdır. Bu kitleye yönelik hazırlanan içerikler, hem anavatanla olan kültürel bağı sürdürmeyi hem de Türkiye'yi bir "dost ülke" olarak inşa etmeyi hedeflemektedir. Bu strateji, TRT Arabi'nin içerik üretimini yalnızca coğrafi sınırlarla kısıtlamamakta, aksine küresel bir Arap kamuoyu düzlemine taşıyan önemli bir gelişmedir (Siegel, 2021, s. 5).

Tüm bu yönleriyle TRT Arabi, medya politikalarını hem içerik üretimi hem de dijital stratejiler üzerinden çok katmanlı bir şekilde yürütmekte; Türkiye'nin kamu diplomasisi hedefleriyle tamamen entegre biçimde işlev görmektedir. Kanal, medya aracılığıyla yalnızca kamuoyunu bilgilendirme değil; aynı zamanda ideolojik, kültürel ve diplomatik olarak yönlendirme işlevi üstlenmektedir. TRT Arabi'nin bu özgün yapısı, onu sadece uluslararası yayıncılıkta değil, aynı zamanda Türkiye'nin yumuşak güç araçları arasında da özel bir yere yerleştirmektedir.

#### **2.4.3 TRT Arabi'nin Stratejik Konumlanışı: Rekabet, İmaj ve Söylem Kurgusu Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Analiz**

Türkiye'nin dış politika hedefleriyle uyumlu biçimde kurumsallaşan TRT Arabi, Arapça konuşan kamuoyuna hitap eden stratejik bir medya platformu olarak özellikle BBC Arabic, Al Jazeera ve France 24 Arabic gibi önde gelen uluslararası yayımlarla rekabet hâlidir. Bu rekabet sadece içerik üretimi düzeyinde değil; aynı zamanda söylem kurgusu, medya estetiği, habercilik etiği ve temsil stratejileri üzerinden de derinleşmektedir.

TRT Arabi'nin kuruluş motivasyonu, Türkiye'nin yumuşak güç kapasitesini medya yoluyla pekiştirme arzusuna dayanmaktadır. Alsuwaidi (2013, s. 87), TRT Arabi'nin yayın stratejilerini incelerken bu kanalın, DW-TV Arabia ve benzeri Avrupalı

yayın organlarına alternatif oluşturacak biçimde tasarlandığını, özellikle Batı merkezli söylemlere karşı yerli bir anlatı kurmayı hedeflediğini vurgular. Bu bağlamda TRT Arabi, Türkiye'nin Orta Doğu'daki diplomatik pozisyonunu destekleyecek şekilde söylemsel bir denge yaratmayı amaçlamaktadır.

Stratejik konumlanma bağlamında TRT Arabi'nin içerik dili dikkat çekicidir. Kanal, Türkiye'yi istikrarlı bir aktör ve bölgesel arabulucu olarak sunarken, çoğu zaman Arap halklarının duygusal beklentilerine hitap eden simgesel temalarla söylemini derinleştirir. Attia (2022, s. 115) bu konuda TRT Arabi'nin haberlerinde dini referanslara, tarihi ortaklıklara ve kültürel yakınlıklara yer vererek kendisini “Arap halklarının doğal dostu” olarak konumlandığını belirtmektedir.

BBC Arabic, Al Jazeera ve France 24 gibi aktörlerle karşılaştırıldığında TRT Arabi'nin söylemsel yaklaşımı daha ideolojik ve Türkiye merkezlidir. France 24'ün seküler-frankofon bir habercilik geleneği sürdürdüğü, Al Jazeera'nın ise daha çok Katar merkezli “pan-Arap” bir anlatı ürettiği görülmektedir (Cherkaoui, 2018, s. 67). BBC Arabic ise kamu yayıncılığı ilkelerini benimseyerek daha tarafsız bir görünüm sergilemeye çalışır. Buna karşın TRT Arabi, editoryal tercihlerinde daha çok Türkiye'nin dış politika söylemleriyle paralel bir yapı kurar ve bu açıdan propaganda sınırına yaklaşan bir çizgide ilerler.

Bu farklılıklar sadece içerik seçiminde değil, görsel tasarım ve haber estetiğinde de gözlemlenir. TRT Arabi'nin özellikle kriz zamanlarında (örneğin Kudüs gerilimi, Suriye iç savaşı veya Gazze saldırıları gibi) yayınladığı özel haber dosyaları, duygusal yoğunluk taşıyan görseller ve dramatik müziklerle desteklenmektedir. Barakat (2011, s. 42), TRT Arabi'nin bu görsel stratejileriyle, izleyicinin yalnızca bilgilenmesini değil, aynı zamanda duygusal olarak etkilenmesini hedeflediğini belirtmektedir.

Al Jazeera'nın tersine, TRT Arabi yayınlarında doğrudan muhalif söylemlere daha az yer verilmekte; Türkiye'nin bölgesel vizyonu doğrultusunda aktörleri “iyi” ve “kötü” olarak sınıflandıran ikili bir anlatı üretilmektedir (Al-Ghazzi & Kraidy, 2013, s. 1007). Bu

tür ikili anlatılar, hedef kamuoylarında hem sempati hem de stratejik yönlendirme etkisi yaratmayı hedefler.

Ancak TRT Arabi'nin rekabet üstünlüğü yalnızca söylem düzeyinde değil; dijital erişim kapasitesi ve sosyal medya stratejilerinde de gözlemlenmektedir. Özellikle YouTube ve Facebook üzerindeki canlı yayınlar, Twitter üzerinden yapılan anlık kriz takibi ve Instagram gibi platformlarda kültürel içeriklerin yaygınlaştırılması, kanala dijital diplomasi avantajı kazandırmaktadır (Barakat, 2011, s. 53).

Bununla birlikte, içerik çeşitliliği açısından TRT Arabi, rakiplerinden farklı bir yapı sunar. BBC Arabic'in çok dilli haber havuzu, France 24'ün Avrupa perspektifi ve Al Jazeera'nın geniş saha muhabir ağına kıyasla, TRT Arabi daha çok merkezden kontrol edilen bir yapı sunar. Bu durum kanalın daha bütüncül ama aynı zamanda daha sınırlı bir çerçeveye haber üretmesine neden olmaktadır (Özdemir, 2024, s. 11).

Sonuç olarak TRT Arabi'nin stratejik medya pozisyonu, Türkiye'nin bölgesel ve küresel konumlanışının yumuşak güç ekseninde yeniden üretildiği bir platform olarak dikkat çekmektedir. Kanal, Arap dünyasında Türkiye lehine bir kamuoyu oluşturmayı hedeflerken, diğer uluslararası yayın organlarıyla söylemsel ve teknik düzeyde rekabeti artırmaktadır. Bu bağlamda TRT Arabi, hem içerik mimarisi hem de stratejik söylem mühendisliği açısından kamu diplomasisinin etkili bir aracı olarak şekillenmektedir.

#### **2.4.4 TRT Arabi'nin Dijitalleşme Sürecinde Yumuşak Güç Politikaları ve Haber Stratejileri**

Dijital dönüşüm, kamu yayıncılığını yalnızca teknolojik değil, aynı zamanda stratejik ve ideolojik bir zemin değişimiyle karşı karşıya bırakmıştır. Türkiye'nin Arap coğrafyasındaki medya temsilcisi konumundaki TRT Arabi, bu dönüşüme entegre olan az sayıdaki kamu yayıncılarından biridir. Özellikle 2010 sonrası bölgesel dalgalanmalar, TRT Arabi'nin haber kurgusunu ve dijital platformlardaki varlığını, Türkiye'nin yumuşak güç stratejileri doğrultusunda şekillendirmiştir (Alsuwaidi, 2013, s. 122).

TRT Arabi, Arap kamuoyuna yönelik sadece televizyon yayını değil; aynı zamanda sosyal medya, çevrimiçi platformlar ve mobil uygulamalar üzerinden dijital içerikler üretmektedir. Bu dijital varlık, haberlerin hızlı dolaşımını sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda izleyici etkileşimini ve hedef kitlenin algısal yönlendirilmesini de kolaylaştırmaktadır. Özellikle Twitter ve YouTube üzerinden yapılan canlı yayınlar, video röportajlar ve kısa haber içerikleri, Arap diasporasının dikkatini çekmekte ve Türkiye'nin dış politika duruşunun yayılımında etkili olmaktadır (Barakat, 2011, s. 74).

Al-Ghazzi ve Kraidy (2013, s. 1003) TRT Arabi'nin neo-Osmanlı imgelemine dayalı bir “soğukkanlı güç” (cool power) stratejisi izlediğini, içeriklerde kültürel motifler ve dinî sembollerin dikkatli biçimde kullanıldığını belirtmektedir. TRT Arabi'nin haber çerçevelerinde Türkiye, istikrar sağlayıcı, barış savunucusu ve mazlum coğrafyalara sahip çıkan bir aktör olarak betimlenmektedir. Bu bağlamda, TRT Arabi'nin sunduğu haber söylemleri, yalnızca bilgi sunma amacını aşmakta, aynı zamanda normatif bir yönelim taşımaktadır (Attia, 2022, s. 114).

Dijital medya çağında kamu diplomasisi, yalnızca içerik üretmek değil, o içeriğin platformlar üzerindeki görünürlüğünü, kullanıcı etkileşimini ve algoritmik erişimini de yönetmeyi gerektirir. TRT Arabi, bu noktada sosyal medya stratejileri açısından önemli bir örnek sunmaktadır. Özellikle Gazze, Kudüs, Yemen ve Suriye gibi kriz bölgelerinde yapılan yayınlar, sadece haber niteliği değil; aynı zamanda Türkiye'nin insani diplomasi çizgisini yansıtmaya açısından önemlidir (Cherkaoui, 2018, s. 64).

Haber stratejisi bakımından TRT Arabi, Batı merkezli yayıncılığın aksine, “hikâyeleştirilmiş gerçeklik” yöntemiyle çalışmaktadır. Yani haberin sunumu, salt bilgilendirme değil, duygusal temas, kültürel yakınlık ve empati inşası üzerine kuruludur. Mehany (2020, s. 87), bu yöntemi “duygusal diplomasi” olarak tanımlar. Özellikle savaş mağdurlarına yönelik röportajlar, Türkiye'nin sağlık ve insani yardım politikalarının medya yansımaları bu kapsamda değerlendirilebilir.

Ek olarak TRT Arabi'nin içerik politikası, yalnızca devlet politikalarının yansımaları değil; aynı zamanda dijital medya kullanıcılarının eğilimlerine göre optimize edilen bir yapıya sahiptir. YouTube'da en çok izlenen içerikler arasında belgesel formatları, kısa siyasi analizler ve Arapça altyazılı söyleşiler yer almakta, bu da kanalın içerik çeşitliliğini dijital ölçütlerle yönetmeye çalıştığını göstermektedir (Özdemir, 2024, s. 11).

TRT Arabi'nin stratejisi, sadece yayıncılıkta değil, eğitim, kültür ve dil diplomasisi alanlarında da etkisini göstermektedir. Özellikle Ramazan ve bayram dönemlerinde yayımlanan özel içerikler, Arap izleyicilerle ortak kültürel bağlar kurmayı hedeflemekte; dijital platformlarda yapılan dini ve kültürel yayınlar, Türkiye'nin kültürel liderliğini güçlendirmeye yönelik bir araç olarak öne çıkmaktadır (Alsuwaidi, 2013, s. 130).

Sonuç olarak TRT Arabi'nin dijitalleşme süreci, Türkiye'nin medya merkezli kamu diplomasisinin evriminin bir göstergesidir. Geleneksel yayıncılıktan dijital çoklu platformlara geçiş, yalnızca teknik bir değişim değil; stratejik bir yönelim ve yumuşak güç üretimi sürecidir. TRT Arabi, bu dönüşümde hem içerik üretimi hem platform yönetimi hem de hedef kitle stratejileri açısından başarılı ve özgün bir kamu yayıncısı profili çizmektedir.

#### **2.4.5 Türkiye'nin Kamu Diplomasisinde TRT Arabi'nin Rolü: Yayın Politikaları, Algı Stratejileri ve Bölgesel Etki**

TRT Arabi, Türkiye'nin Arap coğrafyasına dönük kamu diplomasisi stratejilerinin merkezinde yer alan, devlet destekli bir uluslararası yayın kuruluşudur. Kanal, yalnızca haber sunumu değil, aynı zamanda Türkiye'nin dış politika vizyonunun aktarımı, kültürel kodlarının temsili ve bölgesel söylem üretimi bakımından stratejik bir işlev üstlenmektedir. Bu yönüyle TRT Arabi, sadece bir medya platformu değil; aynı zamanda Türkiye'nin "yumuşak güç" (soft power) enstrümanlarının dijitalleşmiş bir formu olarak değerlendirilebilir (Badran, 2020, s. 93).

Özellikle Arap Baharı sonrası dönemde, Türkiye'nin Arap kamuoylarındaki imajı hem olumlu hem tartışmalı biçimlerde evrilmiştir. Bu çerçevede TRT Arabi'nin yayın politikaları, Türkiye'nin Arap halkları nezdinde kendini nasıl konumlandırmak istediğini gösteren önemli bir veri alanıdır. TRT Arabi'nin yayınları, belirli politik gündemleri destekleyici bir anlatı biçimi içerisinde sunulmakta; bu yayın politikası, Türkiye'nin dış politikasındaki hedeflerle paralel ilerlemektedir (El-Ibiary, 2021, s. 172).

Özellikle Suriye iç savaşı, Kudüs meselesi, Yemen krizi ve Katar ablukası gibi kritik olaylarda TRT Arabi'nin haber çerçeveleme (framing) yaklaşımı dikkat çekmiştir. Kanal, bu krizleri Türkiye'nin insani yardım kapasitesi, İslam dünyasında adalet savunuculuğu ve barışçı vizyonu çerçevesinde ele alarak, "ahlaki liderlik" söylemini öne çıkarmıştır (Cherkaoui, 2018, s. 65). Bu tür yayın pratikleri, kamu diplomasisinin temel amacı olan "algı inşası" sürecinde hayati bir rol üstlenmektedir.

TRT Arabi'nin içerik üretim stratejisi, sadece siyasal değil, kültürel diplomasi unsurlarını da kapsamaktadır. Program yapıları içerisinde Türkiye'nin kültürel mirasına, sanatına, tarihine ve eğitim politikalarına dair içerikler yaygın şekilde yer almaktadır. Bu yaklaşım, kamu diplomasisini çok katmanlı bir yapı hâline getirmekte ve yalnızca politik pozisyon değil, kültürel yakınlık üretmeyi de hedeflemektedir (Matar, 2016, s. 204).

Algı stratejileri açısından bakıldığında, TRT Arabi'nin görsel dilinde Arap izleyiciye "yakınlık" ve "dilsel içselleştirme" unsurları belirgindir. Sunucuların Arap coğrafyasına ait olmaları, programlarda Arap kültürel referanslarının yoğun kullanımı ve Ortadoğu'nun aktüel sorunlarına verilen ağırlık, kanalın hedef kitleyle kurduğu duygusal bağın bir göstergesidir (Alsuwaidi, 2013, s. 123). Bu iletişim biçimi, "biz" duygusu yaratmaya yönelik bir strateji olarak da yorumlanabilir.

Dijital medya stratejileri de TRT Arabi'nin kamu diplomasisindeki etkisini artıran önemli bir diğer unsurdur. YouTube, Facebook ve X (eski adıyla Twitter) gibi platformlar üzerinden yürütülen dijital içerik paylaşımı, genç Arap kullanıcılarla doğrudan temas kurmayı mümkün kılmakta; kanalın erişimini genişletmektedir. Özellikle YouTube

üzerinde belgesel dizileri ve tartışma programlarıyla öne çıkan kanal, hem içerik çeşitliliği hem de etkileşim oranı bakımından bölgesel rakipleriyle rekabet eder durumdadır (Mellor & Rinnawi, 2017, s. 211).

Ancak TRT Arabi'nin bu stratejik iletişim gücünün, bazı eleştirileri de beraberinde getirdiği görülmektedir. Kanalın zaman zaman resmi dış politika söylemlerine fazla bağlı kalması, editöryel bağımsızlık açısından soru işaretleri doğurmuştur. Bu durum, bazı izleyici segmentleri nezdinde kanalın güvenilirliğini sınırlayan bir etken olabilir (Zayani, 2020, s. 198). Bununla birlikte, kamu diplomasisinin temel amacı olan dış algı yönetimi ve pozitif imaj inşası açısından bakıldığında, TRT Arabi'nin sunduğu anlatılar Türkiye'nin bölgesel yumuşak gücünü destekleyen etkili araçlardır.

Sonuç olarak TRT Arabi, Türkiye'nin Arap dünyasına dönük medya politikalarının merkezinde stratejik olarak konumlanan bir platformdur. Yayın politikaları, algı stratejileri ve kültürel içerikleriyle Türkiye'nin yumuşak gücünü temsil etmekte ve dış politik hedeflerle uyumlu bir kamu diplomasisi inşa etmektedir. Bu yapı, Türkiye'nin Arap kamuoyundaki imajı üzerinde dönüştürücü bir etki yaratmakta ve medya aracılığıyla dış politika vizyonunu toplumlara doğrudan aktarmaktadır.

#### **2.4.6 TRT Arabi Üzerinden Türkiye'nin Uluslararası Yayıncılıkta Stratejik Konumlandırması**

Türkiye'nin Arapça yayın yapan uluslararası medya kanalı TRT Arabi, kamu diplomasisi stratejilerinin merkezinde konumlanan ve dış politikanın kültürel söylemle bulunduğu özel bir yapıdır. Kuruluşundan itibaren kanal, yalnızca haber iletimi değil; aynı zamanda Türkiye'nin bölgesel imajını yapılandırmak, diplomatik pozisyonlarını Arap kamuoyuna sunmak ve kültürel etkileşim üretmek amacı taşımaktadır (Dursun, 2021, s. 268). Bu anlamda TRT Arabi, Türkiye'nin Arap dünyasına dönük stratejik anlatılarını pekiştiren ve medya aracılığıyla yumuşak gücünü inşa eden bir platform olarak çalışır (Şahin, 2023, s. 82).

Kanalın haber üretim süreçleri, yalnızca içerik açısından değil, içeriklerin seçilme biçimi, haber dili ve temsil biçimleriyle de stratejiktir. TRT Arabi'nin yayın politikalarında belirli olaylara verilen önem –örneğin Kudüs, Gazze, Suriye gibi konular– Türkiye'nin dış politikasındaki öncelikler ile doğrudan örtüşmektedir (Sadek, 2020, s. 4). Bu çerçevede TRT Arabi, kriz haberlerinde Türkiye'nin insani yardım sağlayıcısı ve etik arabulucu olarak konumlanmasına yardımcı olurken; barışçıl, adalet temelli ve ahlaki liderlik misyonunu ön plana çıkarmaktadır (Rugh, 2022, s. 140).

Ayrıca kanalın içerik stratejileri sadece politik olaylarla sınırlı kalmaz. Belgesel yayınları, tarih temalı programları, kültür-sanat içerikleri, dinî söylemle yoğrulmuş tematik yapımlar kanalın bölgesel yumuşak güç etkisini artırmada kritik rol oynar (Khatib, 2013, s. 91). TRT Arabi bu yönüyle hem haber veren hem kültürel bağ kuran, hem de diplomatik pozisyon alan hibrit bir yayıncılık modelini benimsemiştir.

Özellikle Figenschou'nun (2014, s. 130) vurguladığı gibi, TRT Arabi bu yönüyle Fransa'nın France 24 Arabe, İngiltere'nin BBC Arabic ve Katar'ın Al Jazeera Arabi ile doğrudan karşılaştırılabilir. Ancak TRT Arabi, bu kuruluşlardan farklı olarak Türkiye'nin yalnızca siyasal pozisyonlarını değil; tarihsel, kültürel ve dinsel kimliklerine de gönderme yapan daha çok katmanlı bir anlatı inşa etmektedir. Örneğin, Osmanlı mirasına yapılan göndermeler ya da Türkiye'nin ümmet liderliği retoriği, kanalın belirli programlarında örtük olarak hissedilmektedir (Zayani, 2020, s. 201).

Kanalın sunucularının dili, kullanılan Arap lehçeleri, seçilen haber metinlerinin retorik yapısı ve görsel dilin biçimi, Türkiye'nin Arap izleyiciyi kendisine “yakın” hissettirmeyi hedeflediğini gösterir. Bu bir yandan “biz” algısı yaratırken, öte yandan Türkiye'nin bölgedeki konumunu duygusal bir yakınlıkla pekiştirme işlevi görür (Ezzeddine, 2021, s. 117).

TRT Arabi'nin yalnızca televizyon yayınıyla sınırlı kalmayan dijitalleşme stratejileri de bu konumlandırmayı pekiştirir. Kanal, YouTube üzerinden yüzbinlerce aboneye ulaşmakta, X (eski adıyla Twitter) ve Instagram gibi platformlar aracılığıyla genç

Arap kullanıcılarla doğrudan etkileşim kurmaktadır. Bu dijital varlık, TRT Arabi'yi yalnızca bir “yayıncı” değil, aynı zamanda bir dijital kamu diplomasisi aktörüne dönüştürmektedir (Ayish, 2020, s. 92). Özellikle etkileşimli içerikler, belgesel serileri ve canlı yayınlarla Arap diasporasıyla kurulan bağ, Türkiye'nin dış politikasına halk temelli bir boyut kazandırmaktadır.

Bu stratejik medya yaklaşımı, Türkiye'nin imaj inşa sürecinde sadece resmi diplomasiyle sınırlı kalmadığını, aynı zamanda medya aracılığıyla küresel iletişimde etkin bir aktör olmaya çalıştığını da göstermektedir. Seib (2016, s. 106) kamu diplomasisinin en güçlü bileşenlerinden birinin “doğrudan halklara seslenmek” olduğunu ifade ederken, TRT Arabi'nin tam da bu boşluğu doldurduğunu söylemek mümkündür. Kanal, Arap coğrafyasında yalnızca bir Türk sesi olmakla kalmayıp, Türkiye'nin anlatılarını rakip medya ortamlarına alternatif olarak yaygınlaştırmaktadır.

Sonuç olarak, TRT Arabi Türkiye'nin bölgesel vizyonunun medya üzerinden kurumsallaşmış biçimidir. Hem içerik yapısı hem dijital stratejileri hem de kültürel diplomasi bileşenleriyle Türkiye'nin Arap kamuoylarındaki görünürlüğünü artırmakta, imajını yönlendirmekte ve stratejik anlatılarını sistematik olarak inşa etmektedir. TRT Arabi'nin bu işlevi, klasik uluslararası yayıncılığın çok ötesine geçerek, Türkiye'nin medya merkezli kamu diplomasisi modelini temsil eden güçlü bir örnek hâline gelmiştir.

#### **2.4.7. TRT Arabi'de Kültürel ve Sosyal İçerikler Yoluyla Kamu Diplomasisi: Program Yapısı ve Yumuşak Güç Unsurları**

TRT Arabi, Türkiye'nin Arapça konuşan coğrafyalara yönelik kamu diplomasisi stratejisinin kültürel ve sosyal ayağını şekillendiren önemli bir platformdur. Yayın politikalarının yalnızca siyasi haberlerle sınırlı kalmadığı; kültür, sanat, tarih ve yaşam tarzı gibi alanlarda da güçlü bir anlatı ürettiği görülmektedir. Bu yönüyle TRT Arabi, Joseph Nye'in tanımladığı biçimiyle bir “yumuşak güç” aracı işlevi görmektedir, Türkiye'nin kimlik inşasını ve dış algısını kültürel diplomasi üzerinden yeniden üretmektedir (Hroub, 2022, s. 72).

TRT Arabi'nin kültürel programları, sadece bilgilendirme amacı gütmeyiz; aynı zamanda Türkiye'nin tarihsel mirasını, sanatsal üretimlerini ve sosyo-kültürel değerlerini Arap kamuoyuna stratejik bir söylem çerçevesinde aktarmayı hedefler. Örneğin “Keşfet Türkiye” gibi programlar, Osmanlı mirasından modern Türk şehir hayatına kadar geniş bir spektrumda içerik sunmakta, Türkiye’yi yalnızca bir devlet değil aynı zamanda bir kültürel merkez olarak temsil etmektedir (Sabry, 2010, s. 113).

Yapısal olarak bakıldığında, TRT Arabi’nin kültürel ve sosyal içerikli programları, belirli bir stratejik sistematik içerisinde planlanmaktadır. Program süresi, yayın sıklığı ve konuk seçimleri, hedef kitlenin sosyo-kültürel profiline göre kurgulanmakta; bu da kamu diplomasisinin etkinliğini artıran bir faktör olarak öne çıkmaktadır (El Issawi, 2021, s. 6). Özellikle Ramazan ve dini bayramlar gibi ortak kültürel duyarlılıklara hitap eden özel yayınlar, Arap izleyiciyle duygusal bir bağ kurulmasını kolaylaştırır.

TRT Arabi’nin yayın dilinde ve görsel tasarımında da “yakınlık kurma” stratejisinin uygulandığı gözlemlenmektedir. Program sunucularının çoğu Arap kökenlidir ve içeriklerde sıkça Arap kültürüne ait referanslar kullanılmaktadır. Bu, “biz duygusu” yaratmaya dönük bir etkileşim biçimidir ve izleyici sadakatini artırır (Al-Rawi, 2020, s. 890). Örneğin, “Aile Sohbetleri” adlı programda hem Türk hem Arap değerlerine atıfta bulunulması, kültürler arası köprü kurma işlevini yerine getirir.

TRT Arabi’nin sosyal içerikli yayınlarında ise, Türkiye’nin insani yardım faaliyetleri, eğitim bursları, diasporadaki Türk-Arap ilişkileri gibi temalar işlenmekte, böylece sadece kültürel değil, sosyal bağlamda da bir yumuşak güç etkisi yaratılmaktadır (Ayish, 2022, s. 210). “Türkiye’de Eğitim” gibi programlar, Türkiye’nin uluslararası öğrenci politikaları ile doğrudan bağlantılıdır ve hedef kitleye entelektüel etkileşim kapısı sunar.

Dijitalleşmenin etkisiyle TRT Arabi, bu kültürel ve sosyal içeriği yalnızca televizyon yayınlarıyla sınırlı tutmamakta, YouTube ve Instagram gibi platformlarda da çoklu dilde içerik üretmektedir. Özellikle Arap gençliği ve diaspora topluluklarına ulaşma

konusunda bu dijital strateji, Türkiye'nin kamu diplomasisi kapasitesini genişletmektedir (Pintak, 2014, s. 97). Dijitalde yayımlanan kısa belgeseller, infografikler ve röportaj dizileri, geleneksel yayınlara göre daha esnek ve hedefe dönük mesajlar iletme avantajı sunar.

TRT Arabi'nin kültürel içerik stratejisi, yalnızca kültürel yakınlık oluşturmakla kalmaz, aynı zamanda Türkiye'nin İslam dünyasındaki liderlik iddiasını da pekiştirir. Bu, İslami duyarlılıkların yüksek olduğu bölgelerde özellikle etkili bir strateji olup, Türkiye'nin "adil aktör" imajını destekler (Ezzeddine, 2021, s. 49). Kudüs, Gazze, Yemen gibi konular etrafında yapılan kültürel belgeseller ve özel yayınlar hem vicdani hem dini boyutta izleyicilerde sempati ve güven oluşturmaya yöneliktir.

Ancak bu stratejik içeriklerin eleştirel biçimde değerlendirilmesi de önemlidir. TRT Arabi'nin kültürel yayınlarında zaman zaman ideolojik tutarlılıklar öne çıkmakta, eleştirel perspektiflerin sınırlandırıldığı görülmektedir. Bu, özellikle bazı Arap entelektüeller tarafından, kamu diplomasisiyle propaganda arasındaki çizginin bulanıklaştığı bir zemin olarak değerlendirilmektedir (Kraidy, 2017, s. 133). Buna rağmen, izleyici verilerine bakıldığında TRT Arabi'nin sosyal ve kültürel içeriklerinin yüksek etkileşim oranları aldığı ve belirli bölgelerde güvenilir medya kanalı olarak algılandığı görülmektedir.

Sonuç olarak, TRT Arabi'nin kültürel ve sosyal içerikli programları, Türkiye'nin kamu diplomasisinde çok katmanlı bir işlev üstlenmektedir. Bu programlar yalnızca kültürel yakınlık kurmakla kalmayıp, aynı zamanda Türkiye'nin jeopolitik iddialarına da söylemsel bir zemin hazırlamaktadır. Dijitalleşme ile birleşen bu yapılar, kamu diplomasisinin geleceğinde daha da belirleyici bir rol oynayacaktır.

#### 2.4.8. TRT Arabi Yayınlarında Sembolik İletişim ve İzleyiciyle Anlam İnşası

Uluslararası kamu diplomasisinin medya boyutunda sembolik iletişim, izleyiciyle kurulan duygusal ve kültürel bağın temel yapıtaşıdır. TRT Arabi, bu bağlamda yalnızca haber aktaran bir yayın organı değil; Türkiye'nin kültürel, dini ve siyasal değerlerini Arap kamuoyuna kodlayan bir sembolik temsil aracıdır. Yayın içerikleri; semboller, metaforlar, tarihsel göndermeler ve ortak aidiyet duygusu üzerinden inşa edilmekte; böylece izleyicide bir "yakınlık duygusu" yaratılmaktadır (Seib, 2016, s. 143).

TRT Arabi'nin sembolik iletişim stratejileri, özellikle kültürel içerikli programlarda yoğunlaşmaktadır. Tarihi belgeseller, dini temalı sohbetler, yemek kültürü programları ve mimari-dil-tarih ilişkili bölümler aracılığıyla Türkiye, Arap izleyiciye "ortak medeniyetin merkezi" olarak sunulmaktadır (Zayani, 2018, s. 97). Bu temsil biçimi, Türkiye'nin modern İslam ülkesi kimliğini geleneksel değerlerle harmanlayan bir görsel anlatıya dönüştürmektedir.

Özellikle 'Mozaik' ve 'Kıssa ve mâ fihâ' başlıklı programlar, Türkiye'nin kültürel sermayesini bir yumuşak güç unsuru hâline getirerek, Osmanlı sonrası Arap coğrafyasıyla bağları sembolik olarak yeniden kurmaktadır. Bu tür programlar; cami mimarisi, müzik, tasavvuf ve geleneksel zanaat gibi temalarla izleyicide bir "aidiyet hatırlaması" yaratır (Khatib, 2013, s. 112). Görsel öğeler ise bu süreci pekiştirir: İstanbul'un silueti, calligrafi sahneleri, ezan sesleri ve geleneksel kıyafetler medya yoluyla hafızada yer edinir.

Sembolik iletişimin bir diğer ayağı da dilsel ve anlatsal kurgudur. TRT Arabi, klasik Modern Standart Arapça'nın yanında yerel Arap lehçelerine yer vermese de, sunum tarzında klasik Arap retorik (balāgha) öğelerine önem verir. Bu retorik, izleyiciyle duygusal yakınlığı artırmakta ve mesajın daha etkili iletilmesini sağlamaktadır (Pintak, 2011, s. 87). Anlatılar genellikle "biz" diliyle yapılandırılır; böylece Türkiye kendini dışlayıcı değil, kapsayıcı bir aktör olarak sunar.

İzleyiciyle kurulan bu anlam inşası, görsel hiyerarşi ve müzik diliyle de desteklenir. TRT Arabi, haber dışı içeriklerde klasik ud taksimeleri, ney sesi, tasavvufi müzik gibi öğeleri sıklıkla kullanır. Görsel açıdan ise altın sarısı ve yeşil gibi renklerin egemenliği dikkat çeker; bu tercihler gelenek, refah ve İslamî çağrışımlarla doğrudan ilişkilidir (Aouragh, 2015, s. 31).

Bununla birlikte izleyici kitlesi, tekil değil çoğuldur. Körfez ülkelerinden Mısır'a, Mağrip'ten Levant'a kadar Arap dünyasının izleyici profili farklı dinamiklere sahiptir. TRT Arabi'nin içerik yapısı da bu çeşitliliği göz önüne alarak oluşturulmuştur. Örneğin Körfez'e dönük içeriklerde ekonomi ve diplomasi; Mağrip'e yönelik yayınlarda ise tarih ve din temaları öne çıkar (Figenschou, 2014, s. 73).

Bu sembolik içeriklerin etkisi, dijital medya platformlarında da kendini gösterir. YouTube ve Facebook üzerindeki yorumlar, izleyici geri bildirimleri ve etkileşim oranları, programların yalnızca pasif bir şekilde izlenmediğini, aynı zamanda "anlamlandırıldığını" gösterir (Ayish, 2020, s. 66). TRT Arabi, bu noktada yalnızca mesaj veren değil, mesajın yorumlanmasına açık bir anlatı platformuna dönüşmektedir.

Bütün bu etkileşimli yapıya rağmen, bazı akademik değerlendirmeler TRT Arabi'nin sembolik iletişimde "tek taraflılık" eleştirisini gündeme getirmiştir. Özellikle siyasi sembollerin aşırı kullanımını, anlatının zaman zaman propaganda sınırına yaklaştığı eleştirisine neden olmuştur (Rugh, 2022, s. 149). Bununla birlikte sembolik iletişimin yumuşak güç stratejisindeki rolü düşünüldüğünde, bu yönün kamu diplomasisinde anlamlı bir araç olduğu inkâr edilemez.

TRT Arabi yayınları, sembolik iletişim yoluyla Türkiye'nin dış politikasının kültürel ve ideolojik bileşenlerini Arap kamuoyuna aktarmada etkili bir rol üstlenmektedir. Görsel semboller, dini ve kültürel öğeler, anlatı dili ve müzik gibi unsurlar aracılığıyla inşa edilen bu anlam dünyası, Türkiye'nin Ortadoğu'daki imajının şekillenmesinde hayati bir yer tutmaktadır. Kamu diplomasisinin yumuşak güce dayalı

iletişim boyutunda TRT Arabi'nin stratejik önemi, sembollerin taşıdığı ideolojik ve kültürel derinlikle doğrudan ilişkilidir.



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TRT ARABI'DE KÜLTÜREL VE TEMATİK PROGRAMLARIN İÇERİK ANALİZİ

Bu bölümde, araştırmanın örneklemini olarak belirlenen TRT Arabi kanalında yayınlanan kültürel ve tematik içerikli üç televizyon programı Mozaiq, Kıssa ve mâ fihâ ve Yeni Sabah – temel alınarak Mayıs 2023 ile Ağustos 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilen yayınlar nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmada, seçilen programların hem biçimsel özellikleri (yayın süresi, tekrar sayısı, yayın saatleri) hem de anlatsal ve tematik yapıları analiz edilmiştir. Bu bağlamda, Türkiye'nin uluslararası yayıncılık aracılığıyla Arap kamuoyuna yönelik kamu diplomasisi stratejileri değerlendirilmeye çalışılmıştır.

TRT Arabi'nin kültürel ve sosyal içerikli programları, yalnızca bilgilendirici değil; aynı zamanda Türkiye'nin kültürel aktarımını, tarihsel temsilini ve değerler sistemini sembolik bir biçimde sunan yapılar olarak ele alınmaktadır. Bu nedenle program içeriklerinin çözümlenmesi, yalnızca medya yapısına değil, Türkiye'nin dış kamuoyları nezdinde kurduğu uluslararası imajın analizine ışık tutmaktadır.

#### **Araştırmanın Amacı**

Günümüzde devletler, yalnızca diplomatik temsilcilikler veya resmi kanallar aracılığıyla değil; uluslararası yayıncılık gibi dolaylı ve etkili araçlar üzerinden de hedef kamuoyları ile iletişim kurmakta ve dış politikalarını bu mecralar yoluyla iletmektedir. Bu bağlamda, TRT Arabi, Türkiye'nin Arapça konuşulan coğrafyalardaki izleyici kitlelerine yönelik olarak yürüttüğü uluslararası yayıncılık faaliyetlerinin merkezinde yer almakta; yalnızca bilgilendirme değil, aynı zamanda kamu diplomasisi stratejileri doğrultusunda kültürel etkileşim kurmayı da amaçlamaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, TRT Arabi'nin doğrudan politik içerikler yerine kültür, sanat, edebiyat, tarih ve toplum temalı programları aracılığıyla Türkiye'nin Arap

kamuoyuna yönelik iletişim yaklaşımını ve yayıncılık politikasını analiz etmektir. Bu çerçevede, kanalın içerik çeşitliliği, hedef kitleyle kurduğu söylemsel bağ, sunum dili ve tematik yapısı üzerinden uluslararası yayıncılığın kamu diplomasisiyle ilişkisi değerlendirilecektir. Böylece Türkiye'nin medya üzerinden kurduğu dış iletişim stratejilerinin, kültürel içerikler yoluyla nasıl yapılandığı ortaya konulacaktır.

Geleneksel haber yayıncılığı dışında kalan bu kültürel ve tematik programlar, sadece içerik sunma amacı taşımamakta; aynı zamanda Türkiye'nin toplumsal hafızasını, değer sistemini ve tarihsel anlatılarını Arap kamuoyuyla paylaşarak karşılıklı anlayış geliştirme hedefi taşımaktadır. TRT Arabi'nin bu yayın stratejisi, uluslararası yayıncılığın kültürlerarası etkileşim boyutunu öne çıkarırken, Türkiye'nin Arap dünyasındaki görünürlüğünü artırmaya yönelik bir kamusal iletişim aracı olarak da değerlendirilmektedir. Bu yönüyle çalışma, medya içeriklerinin yalnızca görsel iletişim değil, aynı zamanda sembolik anlamlar taşıyan diplomatik araçlar olarak nasıl işlev kazandığını çözümlmeyi hedeflemektedir.

### **Araştırmanın önemi:**

Kamu yayıncılığı, günümüzde yalnızca bilgi ve haber sunma görevini değil, aynı zamanda kültürel aktarım, kimlik temsili ve uluslararası kamuoylarıyla iletişim kurma işlevini de üstlenen çok katmanlı bir iletişim aracı hâline gelmiştir. Uluslararası yayın yapan kamu medya kuruluşları, yalnızca hedef kitlenin gündemine dair haber üretmekle kalmayıp, aynı zamanda yayın yaptıkları coğrafyalarla kültürel yakınlık kurmakta, toplumsal anlatılar inşa etmekte ve ülkelerinin dış politika vizyonuyla uyumlu iletişim stratejileri geliştirmektedir. Bu noktada uluslararası yayıncılık, geleneksel diplomatik yolların dışında gelişen yeni bir kamu diplomasisi yöntemi olarak dikkat çekmektedir.

TRT Arabi, Türkiye'nin Arapça konuşan kamuoylarına yönelik geliştirdiği uluslararası yayıncılık politikasının merkezinde yer almaktadır. Sadece haber odaklı yayınlarla değil, sanat, edebiyat, toplumsal tarih ve kültürel kimliğe dair içerikleriyle de kanal, Türkiye'nin bölgesel görünürlüğünü ve anlatı gücünü artırmayı hedeflemektedir.

Bu yayın stratejisi, Türkiye'nin Arap coğrafyasındaki imaj inşası sürecine medya aracılığıyla nasıl müdahil olduğunu gösteren önemli bir örnek oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın önemi, TRT Arabi'nin kültürel ve tematik program içeriklerinin, Türkiye'nin kamu diplomasisi kapsamında yürüttüğü uluslararası yayıncılık faaliyetleriyle nasıl bütünleştiğini ortaya koymasında yatmaktadır. Kanalın haber bülteni dışındaki içerikleri üzerinden yapılacak sistematik analiz, medya aracılığıyla kurulan kültürel etkileşimin boyutlarını değerlendirmeye olanak sağlayacak; aynı zamanda medya içerikleri üzerinden uluslararası kamuoylarında inşa edilen Türkiye algısına dair çıkarımlar sunacaktır.

### **Varsayımlar:**

Bu tez çalışması, aşağıdaki temel varsayımlar doğrultusunda hazırlanmıştır:

- Uluslararası kamu yayıncılığı, devletlerin dış kamuoylarıyla doğrudan iletişim kurmalarını sağlayan, uluslararası imaj oluşturma ve kamuoyunu bilgilendirme açısından stratejik bir kamu diplomasisi aracıdır.
- Uluslararası yayıncılık faaliyetleri, kamu diplomasisinin yalnızca siyasi söylemlerle sınırlı olmadığını; kültürel aktarım, kimlik temsili ve anlatı inşası gibi farklı iletişim boyutlarını da kapsadığını ortaya koymaktadır.
- TRT Arabi, Türkiye'nin Arapça konuşulan coğrafyalara yönelik uluslararası yayıncılık politikalarının merkezinde yer almakta; Türkiye'nin kültürel değerlerini, toplumsal anlatılarını ve tarihsel perspektifini hedef kamuoyuna ileten etkili bir platform olarak işlev görmektedir.
- TRT Arabi'de yer alan kültür, sanat ve sosyal içerikli programlar, yalnızca bilgilendirme amacıyla değil, aynı zamanda Türkiye'nin medya aracılığıyla gerçekleştirdiği kültürel temsil ve diplomatik iletişim stratejileri kapsamında yapılandırılmaktadır.

- Kanalin hedef kitlesi, Arap dünyasındaki çeşitli sosyal ve kültürel yapılara sahip izleyici gruplarından oluşmaktadır. Bu durum, program içeriklerinin çeşitlenmesini zorunlu kılmakta ve kültürel etkileşime dayalı diplomatik iletişim potansiyelini artırmaktadır.

- Analize dâhil edilen programların yayın yapısı, süreleri, tekrar sıklıkları ve tematik yoğunlukları belirli bir yayın düzenine göre şekillenmektedir. Bu düzen, hedef kamuoyuna yönelik mesajların planlı ve sistematik biçimde aktarılması açısından önem arz etmektedir.

### **Sınırlılıklar:**

Bu tez çalışması, TRT Arabi kanalının kültürel ve tematik içeriklerini nitel içerik analizi yöntemiyle değerlendirmektedir. Çalışmanın kapsamı ve yöntemi gereği bazı sınırlılıklar söz konusudur:

- **Zamansal Sınırlılık**

Araştırma, TRT Arabi kanalında Mayıs 2023 ile Ağustos 2023 tarihleri arasında yayımlanan programlarla sınırlıdır. Bu tarih aralığı, kültür ve sanat içeriklerinin kriz dışı bir dönemde düzenli olarak yayımlandığı bir zaman dilimi olarak tercih edilmiştir.

- **İçerik Türü Sınırlılığı**

Çalışma, yalnızca kültürel ve sosyal temalı program içeriklerini kapsamaktadır. Günlük haber bültenleri, siyasi tartışma programları ve haber temelli yayınlar analiz dışında bırakılmıştır.

- **Tematik Sınırlılık**

İncelenen içerikler kültür, sanat, edebiyat ve spor temalarıyla sınırlıdır. Ekonomik, dini ya da açık politik konular içeren yayınlar bu **çalışmanın** kapsamı dışındadır.

- **Yöntemsel Sınırlılık**

Araştırmada temel olarak nitel içerik analizi yöntemi uygulanmış; yayınların süreleri, yayın sıklıkları, tekrar sayıları gibi nicel öğelere yalnızca betimsel düzeyde yer verilmiştir. Derinlemesine söylem analizi, görsel çözümlene veya eleştirel söylem gibi ileri düzey yöntemler uygulanmamıştır.

- **Veri Kaynağı Sınırlılığı**

İnceleme yalnızca araştırmacının doğrudan erişebildiği resmi TRT Arabi yayın akışları, program kayıtları ve internet üzerindeki içeriklerle sınırlıdır. İzleyici yorumları, sosyal medya etkileşimleri, reyting verileri ve kurum içi prodüksiyon notları gibi ikincil kaynaklar değerlendirme kapsamına alınmamıştır.

- **Bölgesel Kodlama Sınırlılığı**

Programların hedef kitleleri, Arapça konuşulan coğrafi bölgelere göre kodlanmıştır. Bu sınıflama, tematik içerikler doğrultusunda Ortadoğu, Kuzey Afrika ve Körfez gibi bölgeler esas alınarak yapılmıştır. Ancak bu sınıflamanın mutlak anlamda tüm izleyici demografisini yansıtmayabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

### **Araştırma Soruları**

- **TRT Arabi'nin kültürel**, sanatsal ve toplumsal içerikli programlarında, kamu diplomasisi bağlamında öne çıkan iletişim stratejileri nelerdir?
- Seçilen yayın döneminde TRT Arabi'nin kültür ve toplum odaklı programları, yayın sıklığı, yayın saati ve tekrar oranları açısından nasıl bir yapısal dağılım göstermektedir?
- İncelenen programların tematik içerikleri ile hedef kitlelerin coğrafi ve kültürel özellikleri arasında nasıl bir örtüşme gözlemlenmektedir?
- TRT Arabi'nin kültürel yayınları, Türkiye'nin Arap kamuoyunda oluşturmak istediği uluslararası imajla ne ölçüde örtüşmektedir?

- Kanalın dilsel sunumu, görsel anlatım dili ve temsil biçimleri Arap izleyiciye yönelik nasıl bir anlatı kurgusu geliştirmektedir?
- TRT Arabi'nin kültürel yayınları, uluslararası yayıncılığın kamu diplomasisi bağlamında nasıl değerlendirilebilir?

Bu araştırma soruları, TRT Arabi'nin yayın içerikleri üzerinden Türkiye'nin Arap dünyasına yönelik kamu diplomasisi stratejilerinin nasıl şekillendiğini ve nasıl algılanabileceğini analiz etmeye yöneliktir.

### **3.1 Metodoloji**

Bu çalışmanın üçüncü bölümü, araştırmanın uygulama kısmını oluşturmaktadır. Bu bölümde araştırmanın yöntemi, örneklem seçimi, veri toplama süreci, analiz biçimi ve sınırlılıkları detaylı biçimde ele alınmıştır. Araştırma tasarımı, yalnızca araştırma sorularını yanıtlamaya hizmet etmekle kalmayıp, aynı zamanda Türkiye'nin uluslararası yayıncılık bağlamında TRT Arabi aracılığıyla yürüttüğü kültürel diplomasi uygulamalarını çözümlenmeye yönelik sistematik bir metodolojik çerçeve sunmayı amaçlamaktadır.

Araştırmada kullanılan yöntem, medya içeriklerinin anlam katmanlarını ve yapılarını ortaya koymaya yönelik nitel içerik analizine dayanmaktadır. İçerik analizi, iletişim ürünlerinin sistematik biçimde incelenmesine olanak tanıyan bir yöntemdir ve yazılı, görsel ya da işitsel materyalleri bilimsel ölçütler doğrultusunda analiz etmeye imkân sağlar (Krippendorff, 2018, s. 24; Schreier, 2012, s. 5). Çalışmada, analiz sürecini desteklemek amacıyla belirli betimleyici nicel veriler (örneğin program yayın süreleri, tekrar sayıları) de toplanmış ancak araştırmanın odak noktası nitel ve tematik çözümlenme olmuştur.

### 3.2 Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma, nitel araştırma yaklaşımı doğrultusunda yapılandırılmıştır. Araştırmanın temel amacı, TRT Arabi kanalında Mayıs – Ağustos 2023 tarihleri arasında yayınlanan belirli kültürel ve tematik programların içeriklerinin, kamu diplomasisi bağlamında nasıl anlamlar taşıdığını ortaya koymaktır. Araştırmanın temel yöntemi, nitel içerik analizidir. Nitel içerik analizi, metinlerin ve görsel-işitsel materyallerin anlam yapılarının sistematik ve yoruma dayalı biçimde çözümlenmesine olanak tanır (Mayring, 2014, s. 39). Krippendorff'a (2018, s. 35) göre içerik analizi, iletişim içeriklerinin sistematik, tekrarlanabilir ve geçerli yorumlarının yapılmasına hizmet eden bir araştırma yöntemidir. Bu yöntemin amacı, elde edilen verileri kavramsal çerçeve ve kuramsal yaklaşımlar doğrultusunda yapılandırmak ve yorumlamaktır.

Nitel çözümlemenin yanında, analiz sürecini desteklemek üzere belirli betimleyici nicel verilere (örneğin yayın süresi, tekrar sayısı, yayın günleri gibi) de başvurulmuştur. Ancak bu nicel veriler yalnızca içeriklerin yapısal yoğunluklarını anlamaya yönelik olarak kullanılmış; çalışmanın kuramsal ve çözümleyici çerçevesi tamamen anlamsal ve tematik analiz üzerine kurulmuştur.

Araştırmada TRT Arabi'de Mayıs–Ağustos 2023 tarihleri arasında yayımlanan üç kültürel içerikli program (Mozaiq, Kıssa ve mâ fihâ, Yeni Sabah) incelenmiştir. Bu programlar hem biçimsel göstergeler (yayın süreleri, sıklıkları, saat dilimleri) hem de tematik düzeyde kodlanarak kültürel temsil, ortak hafıza, dil ve sanat gibi kategorilerde değerlendirilmiştir. Kodlama süreci, sistematik temalar ve örnek metin parçaları üzerinden gerçekleştirilmiş; analizlerde NVivo ve Excel gibi araçlardan yararlanılmıştır (Schreier, 2012, s. 47).

Bu bütüncül yöntemsel yapı hem yayın politikalarının biçimsel eğilimlerini hem de program içeriklerinin Arap kamuoyuna iletildiği kültürel anlatıları anlamlandırmayı hedeflemiştir. Böylece yayın politikalarının biçimsel yapıları ve sembolik anlamları bütünsel bir bakışla analiz edilmiştir.

### 3.3 Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini, TRT Arabi kanalında yer alan ve kamu diplomasisi açısından kültürel aktarım potansiyeli taşıyan tüm programlar oluşturmaktadır. Kanalın yayın politikası, Arapça konuşan izleyicilere yönelik olarak kültür, tarih, sanat, yaşam ve toplumsal değer temelli programlar üretmeye dayalı olduğundan; evren yalnızca haber bültenleri ya da siyasi içeriklerle sınırlı tutulmamıştır.

Araştırmanın örneklemini, Mayıs 2023 ile Ağustos 2023 tarihleri arasında TRT Arabi kanalında yayınlanan ve kültürel temsile odaklanan üç özgün program temel alınarak belirlenmiştir. Bu programlar, kanalın Arapça konuşan izleyicilere yönelik kültürel aktarım ve kamu diplomasisi hedeflerini destekleyen içerikleriyle seçilmiştir. Söz konusu programlar Mozaiq, Kıssa ve mâ fihâ (Hikâye ve İçindekiler) ve Yeni Sabah olarak sıralanmaktadır.

Bu üç program, yayın sürekliliği, tematik çeşitliliği, hedef kitleyle kurduğu kültürel bağ ve sembolik anlatı içerikleri açısından seçilmiştir. Programlar, yalnızca içeriksel zenginlikleriyle değil; aynı zamanda TRT Arabi'nin kamu diplomasisi hedefleriyle en doğrudan örtüşen yapımlar olmaları açısından da tercih edilmiştir.

Seçilen örneklemin belirlenmesinde şu kriterler esas alınmıştır:

- Yayın süresi ve tekrar sıklığının yüksek olması
- Tematik yapısının kültürel aktarım ve Türkiye imajı oluşturma çabalarıyla ilişkili olması
- Farklı yayın gün ve saatlerinde hedef kitlenin çeşitli kesimlerini hitap etmesi
- Arap kamuoyunda etkileşim düzeyi ve kanal içi tanıtım yoğunluğu

Programların genel yapısı ve amacı şu şekildedir:

- Yeni Sabah: Hafta içi yayınlanan canlı sabah programı, Türkiye ve Arap dünyasına dair güncel konuları işler; ortalama 60 dakika süreli ve dinamik bir anlatımla izleyiciye günlük bakış açısı sunar. Amacı, Türk kültürünü Arap dünyasına tanıtmaya ve modern Türkiye'yi yansıtmaktır (TRT Faaliyet Raporu, 2022).

- Mozaiq: Haftalık tartışma ve belgesel formatında program, sanat, edebiyat ve kültürel miras temalarını işler; ortalama 60 dakika süreli ve Arap-Türk ortaklıklarını vurgulayan estetik sunum tarzına sahiptir. Amacı, Türk kültürünü Arap dünyasına tanıtmaya ve sanatın farklı dallarını haberlerle birleştirmektir (TRT Faaliyet Raporu, 2020).

- Kıssa ve mâ fihâ (Alqissa wa ma fiha): Haftalık tarihî öykü ve hikâye anlatımına dayalı program, Türk-Arap ortak tarihini öykülerle aktarır; ortalama 30 dakika süreli ve duygusal bağ kurmayı amaçlayan anlatısal yapıya sahiptir. Amacı, tarihî ve kültürel bağları hikâyeler üzerinden pekiştirmek ve diplomatik anlam üretmektir (TRT Faaliyet Raporu, 2020).

Bu örnekleme yaklaşımı ile, Türkiye'nin Arapça yayın yapan kamu yayıncısı TRT Arabi'nin stratejik içerik politikalarının, kamu diplomasisi bağlamında nasıl yapılandırıldığını anlamaya yönelik temsili bir analiz çerçevesi oluşturulması hedeflenmiştir.

### 3.4 Veri Toplama Süreci

Bu araştırmada kullanılan veriler, TRT Arabi'nin **Mayıs 2023 ile Ağustos 2023** tarihleri arasında yayınladığı programların çevrim içi erişilebilir kayıtları ve resmi yayın akışları aracılığıyla toplanmıştır. Veri toplama süreci, hem **biçimsel (yayın süresi, tekrar sayısı, yayın günü)** hem de **anlamsal (tematik yapı, kültürel temsil, anlatı stratejileri)** düzeyde içerikleri kapsayacak şekilde yapılandırılmıştır.

Veri toplama sürecinin ana kaynakları şunlardır:

- **TRT Arabi Resmî Web Sitesi ve Yayın Arşivleri:**

Programların bölümleri doğrudan kanalın YouTube sayfası, web arşivleri ve dijital kataloglarından elde edilmiştir. Her bölüm, yayın tarihi, süresi, tekrar sayısı ve saat bilgisi ile birlikte sistematik olarak kaydedilmiştir.

- **Yayın Akış Tabloları:**

TRT Arabi'nin yayın takvimi ve haftalık planlamaları üzerinden, belirli programların yayın yoğunluğu ve saatlik dağılımları belirlenmiştir. Bu tablolar üzerinden, yayın stratejileri ve hedef kitle zamansal ilişkisi analiz edilmiştir.

- **Video İçerik İncelemeleri:**

Seçilen üç programın (Mozaiq, Kıssa ve mâ fihâ, Yeni Sabah) belirli bölümleri görsel-işitsel içerik olarak doğrudan analiz edilmiştir. Her bir programın en az 3 farklı bölümü ayrıntılı tematik analiz için seçilmiştir.

Veri toplama süreci üç aşamada yürütülmüştür:

- **Ön Tarama:**

Belirli tarih aralığındaki tüm kültürel içerikli programlar taranmış ve içeriksel uygunlukları gözden geçirilmiştir.

- **Program Seçimi:**

Yukarıdaki kriterlere göre üç program örneklem olarak belirlenmiş, yayın süreleri, saatleri, tekrar sayıları gibi meta verileri tablo hâline getirilmiştir.

- **Bölüm Analizi için Bölüm Seçimi:**

Her programdan üçer bölüm seçilmiş, bu bölümler **kodlama ve içerik analizi** için yapılandırılmıştır. Programların dijital versiyonları araştırmacı tarafından çevrim içi izlenerek analiz şablonlarına aktarılmıştır.

Bu yöntem sayesinde yalnızca genel içerik dağılımı değil, aynı zamanda programların içerik üretim mantığı ve TRT Arabi'nin kültürel temsiliyet stratejileri de somut biçimde incelenebilir hâle gelmiştir.

### **3.5 Veri Analizi ve Kodlama Süreci**

Bu araştırmada TRT Arabi kanalında yayınlanan kültürel içerikli programların çözümlemesinde **nitel içerik analizi yöntemi** kullanılmış; veriler iki düzeyli bir yapıda değerlendirilmiştir: **biçimsel analiz** ve **tematik analiz**. Yöntemsel olarak bu yapı, medya içeriklerinin hem sayısal eğilimlerini hem de içeriksel anlam katmanlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır (Krippendorff, 2013, s. 35).

Çalışma kapsamında, Mayıs – Ağustos 2023 tarihleri arasında yayınlanan kültürel ve tematik programlar analiz edilmiş, yayın politikalarının hem nicel eğilimleri hem de kamu diplomasisi çerçevesindeki sembolik anlatıları bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilmiştir.

Biçimsel değişkenler:

İlk aşamada, programların yayın tarihleri, süreleri, tekrar sayıları ve saatleri gibi **sayısal veriler** toplanmış ve tablo halinde betimlenmiştir. Bu göstergeler, TRT Arabi'nin içerik önceliklerini ve kültürel programlara verdiği yayınsel ağırlığı anlamada önemli veriler sunmaktadır (Neuendorf, 2017, s. 88).

**Kullanılan başlıca biçimsel değişkenler aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:**

Değişken 1. Program Adı: Analiz edilen programın adı (Mozaiq, Kıssa, Yeni Sabah)

Değişken 2. Yayın Süresi (dk): Bölümün dakika cinsinden uzunluğu

Değişken 3. Haftalık Yayın Sıklığı (%): Haftada yayınlanma oranı (örneğin, 5/7 gün = %71.4)

Değişken 4. Yayın Günleri: Haftanın hangi günlerinde yayınlandığı

Değişken 5. Yayın Saati (GMT): Greenwich saatine göre yayın saati

Değişken 6. Günlük Tekrar Sayısı: Aynı bölümün gün içinde tekrarlanma sayısı

Değişken 7. Prime Time Uyumu (%): Arap dünyası prime time (19:00-22:00) veya sabah (08:00-10:00) uyumu

Değişken 8. Hedef Kitle: Programın hitap ettiği kitle (örneğin, aileler, tarih meraklıları)

Değişken 9. Tematik Kod: Baskın tema (örneğin, Ortak Hafıza, Kültürel Temsil)

Değişken 10. Alt Kategori: Temanın alt kategorisi (örneğin, Tarihi Figürler, Mimari)

Değişken 11. Kod Oranı (%): Temanın bölümdeki oranı (örneğin, %40 Sanat ve Mimari)

Değişken 12. Örnek Sahne/Cümle: Temayı temsil eden sahne veya diyalog

Değişken 13. Anlatım Tonu: İçeriğin tonu (nötr, olumlu, duygusal)

Değişken 14. Görsel Simgesellik: Kullanılan görsel simge (örneğin, cami, kostüm)

Değişken 15. Dil Kullanımı: Dil türü (resmi Arapça, duygusal Arapça)

Değişken 16. Kamu Diplomasisi Hedefi: Hedef (örneğin, tarihî bağ kurma, modern imaj)

Değişken 17. Türkiye İmajı Katkısı: İmaj unsuru (örneğin, modernlik, ortak miras)

Değişken 18. İzleyici Etkileşimi: YouTube yorumlarından ton (olumlu/olumsuz, % oranı)

Bu veriler **Excel** ortamında sisteme girilmiş ve frekans analizleri yoluyla yorumlanmıştır. Bu yöntem, tematik analiz sürecine destek sağlamakta ve yayın planlamasının kamu diplomasisi perspektifiyle nasıl örtüştüğünü görselleştirmektedir (Riffe, Lacy & Fico, 2014, s. 53; Berelson, 1952, s. 18).

Tematik İçerik Analizi:

İkinci aşamada, TRT Arabi’de yayınlanan üç programdan (Mozaiq, Kıssa ve mâ fihâ, Yeni Sabah) seçilen örnek bölümler, **tematik kodlama** yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bu analizde aşağıdaki kategoriler temel alınmıştır (Bauer & Gaskell, 2000, s. 138):

- **Kültürel Temsil:** Mimari, gelenek, edebiyat
- **Ortak Tarihî Hafıza:** Ortak şahsiyetler, coğrafi referanslar
- **Sanat ve Müzik:** Yerel müzik türleri, enstrümanlar, sahne performansları
- **Yemek ve Yaşam Kültürü:** Yeme-içme alışkanlıkları, gündelik yaşam kodları
- **Dil ve Edebiyat Aktarımı:** Çeviri faaliyetleri, ortak kavramsal miras
- **Görsel Simgesellik:** Mekânsal sahneler, semboller, kostüm dili
- **Dijital Kültürel Hafıza:** Sanal tanıtım, dijital belgeleme teknikleri

Kodlama işlemi, **NVivo** ve **Excel** tabanlı manuel şema ile gerçekleştirilmiştir. Her program için ayrı kod defteri oluşturulmuş, frekans, yoğunluk ve örnek cümlelerle

desteklenmiştir. Kodlayıcı önyargılarını minimize etmek amacıyla aynı veriler birden fazla analiz turuna tabi tutulmuştur (Schreier, 2012, s. 76; Riffe, Lacy & Fico, 2019, s. 67).

Bu yöntemle amaçlanan, sadece izleyiciye bilgi sunan programların ötesinde, Türkiye'nin Arap dünyasıyla kurduğu kültürel iletişim stratejilerinin nasıl yapılandığını ortaya koymaktır.

### **3.5 Geçerlik ve Güvenirlik**

Bu araştırmada geçerlik ve güvenirlik, içerik analizinde bilimsel yöntem standartlarına uygun şekilde sağlanmaya özen gösterilmiştir. Geçerlik açısından, analizde kullanılan kategoriler ve tematik kodlar, araştırmanın kuramsal çerçevesi ve kamu diplomasisi literatürü doğrultusunda yapılandırılmış; bu sayede elde edilen bulguların kavramsal temellere dayalı ve tutarlı olması hedeflenmiştir (Schreier, 2012, s. 45).

Araştırmanın veri seti, yalnızca kamuya açık kaynaklardan değil; aynı zamanda TRT Programlama ve Arşiv Departmanı aracılığıyla erişilen, kurumun yayın akışı ve program içeriklerinden sağlanan özgün verilerden oluşmaktadır. Bu durum, analiz edilen materyalin bütünlüğünü ve çalışmanın güvenilirliliğini destekleyen bir unsur olmuştur.

Güvenirlik bakımından, içerik analizinde kullanılan kodlama süreci sistematik ve dikkatli biçimde yürütülmüş; her içerik birimi birden fazla analiz turunda tekrar kodlanarak kodlayıcı iç tutarlılığı kontrol edilmiştir. Kodlama süreci ve analiz yöntemleri ayrıntılı biçimde belgelenmiş ve bu sayede araştırmanın şeffaflığı ve tekrarlanabilirliği güvence altına alınmıştır (Krippendorff, 2018, s. 86; Riffe, Lacy & Fico, 2019, s. 67).

### **3.6 Etik Kuralları**

Bu araştırmanın yürütülmesinde akademik etik standartlara uygun bir yaklaşım benimsenmiştir. Çalışmada kullanılan veri setleri, TRT Arabi'nin Programlama ve Arşiv Departmanı'ndan elde edilen resmi yayın akışı ve program kayıtlarına dayanmaktadır.

Veriler yalnızca bilimsel amaçla analiz edilmiş ve üçüncü taraflarla paylaşılmamıştır. Veri güvenliği korunmuş; analiz sürecinde nesnellik ve akademik dürüstlük ilkeleri esas alınmıştır.

Araştırmada doğrudan kişisel veri ya da bireysel görüş toplanmamış; insan katılımcılara yönelik herhangi bir müdahale ya da anket çalışması yapılmamıştır. Bu nedenle ayrı bir etik kurul onayı gerektirecek bir süreç söz konusu olmamıştır. İçerik analizinde kullanılan tüm materyaller, kurumsal birimlerden sağlanan resmi yayın içerikleri ve kamuya açık veriler temelinde değerlendirilmiştir. Kodlama ve analiz süreçlerinde yorumların tarafsızlığını sağlamak amacıyla sistematik yöntemlere başvurulmuş ve araştırmacının önyargılarından arındırılmış bir analiz yapısı kurulmuştur.

Araştırmanın kapsam ve yöntemsel sınırlılıklarına ilişkin detaylar, çalışmanın giriş kısmında sunulmuş olup; bu metodoloji bölümü, söz konusu sınırlar dâhilinde yürütülen analiz sürecinin esaslarını açıklamaktadır. Bulgular ve yorumlar kısmında, sınırlılıkların değerlendirmeye etkisi ayrıca tartışılacaktır.

### **3.7 Bulgular ve Yorumlar**

TRT Arabi’de incelenen üç programın içerik analizi, Arap dünyasının kültürel, tarihi ve toplumsal dinamiklerini farklı formatlarla aktardığını ortaya koymaktadır. Yayın saatleri, süreleri ve tematik çeşitlilik, hedef kitleye stratejik erişimi desteklerken, programların Türkiye’nin kamu diplomasisi açısından stratejik bir araç işlevi gördüğü söylenebilir. Bulgular, bu programların kültürel bağ kurma ve yumuşak güç oluşturmada önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

### 3.7.1Yayın Sıklığı ve Saati Dağılımı:

**Tablo 1** Temel Yayın özellikleri

<b>Program Adı</b>	<b>Yayın Süresi (dk)</b>	<b>Haftalık Toplam Yayın Sayısı</b>	<b>Aylık Yayın toplamı (dk)</b>	<b>Yayın Günleri</b>	<b>Yayın Saati (GMT)</b>
<b>Yeni Sabah</b>	90	10 (5 yayın + 5 tekrar)	3600	Pazartesi-Cuma	07:00
<b>Mozaik</b>	28	6 (2 yayın + 4 tekrar)	672	Pazartesi, Cuma	15:30
<b>Kıssa ve mâ fihâ</b>	26	14 (0.5 yayın + 13.5 tekrar)	1456	Cumartesi	17:30

Tablo 1 Temel Yayın özellikleri, TRT Arabi'nin kültürel programlarının yayın süreleri, sıklıkları ve zamanlamaları, kanalın programlama yapısını ortaya koymaktadır. Yeni Sabah, 90 dakikalık süresiyle en uzun program olarak haftada 10 kez (5 yeni bölüm, 5 tekrar) yayınlanmaktadır. Aylık yayın dakikası 3600 dk (90 dk x 10 x 4 hafta) olup, programın kanalın yayın akışında baskın bir yer tuttuğu görülmektedir. Hafta içi her gün sabah 07:00 GMT'de yayınlanması, düzenli izleyici kitlesine ulaşmayı hedeflemektedir. Mozaik, 28 dakikalık süresiyle daha kısa bir format sunmakta ve haftada 6 kez (2 yeni bölüm, 4 tekrar) yayınlanmaktadır. Aylık yayın dakikası 672 dk (28 dk x 6 x 4 hafta) olup, programın yayın akışında sınırlı bir varlık gösterdiği ifade edilmektedir. Pazartesi ve Cuma günleri 15:30 GMT'de yayınlanması, sanatsal ve mimari temalara ilgi duyan izleyici kitlesine hitap etmektedir. Kıssa ve mâ fihâ, 26 dakikalık süresi ve haftada 14 kez (0.5 yeni bölüm, 13.5 tekrar) yayınlanmasıyla dikkat çekmektedir. Aylık yayın dakikası 1456 dk (26 dk x 14 x 4 hafta) olup, programın orta düzeyde bir yayın yoğunluğuna sahip olduğu gösterilmektedir. Her iki haftada bir Cumartesi 17:30 GMT'de yeni bölüm yayınlanması, tarihî anlatılara ilgi duyan izleyicilere yönelik bir planlamayı yansıtmaktadır. Tablo, programların süre ve yayın sıklıklarının farklı izleyici ihtiyaçlarına

göre şekillendiğini net biçimde ortaya koymaktadır. Yeni Sabah'ın uzun süresi ve yüksek yayın sıklığı, geniş kitlelere yönelik bir stratejiyi işaret etmekte ve aylık dakikası en yüksek program olarak öne çıkmaktadır. Mozaik'in kısa formatı ve düşük dakikası, niş bir kitleye odaklandığını belirtmektedir. Kıssa'nın seyrek yeni bölümleri ancak yoğun tekrarları, tematik içeriğin düzenli erişimini sağlamayı amaçlamakta ve orta dakikayla dengeli bir yapı sunmaktadır. Yayın günleri ve saatleri, programların kitle kesimlerine göre farklı zaman dilimlerinde konumlandığını belli etmekte; Yeni Sabah'ın hafta içi sabahları geniş erişim, Mozaik'in hafta ortası öğleden sonrası estetik ilgi, Kıssa'nın hafta sonu akşamüstleri tarihî merak için optimize edildiğini göstermektedir. Bu yapı, TRT Arabi'nin yayın akışında tematik çeşitliliği ve kitle odaklı planlamayı dengelemeye çalıştığını, ancak programlar arasında yayın dakikası açısından belirgin farklılıklar bulunduğunu netleştirmektedir.

Tablo 2 Kitle ve Erişim Özellikleri

Program Adı	Günlük Tekrar Sayısı	Prime Time Uyumu (%)	Hedef Kitle	Yorum
Yeni Sabah	1	50 (Sabah)	Aileler, Çalışanlar	Geniş erişim, modern imajı
Mozaik	2	0 (Prime time dışı)	Kültürel meraklılar	Özel kitle, sanatsal odaklı
Kıssa ve mâ fihâ	2	29 (Erken akşam)	Tarih meraklıları	Tarihî bağ, derin anlatı

TRT Arabi'nin kültürel programlarının yayın süreleri, sıklıkları ve zamanlamaları, kanalın programlama yapısını ortaya koymaktadır. Yeni Sabah, 90 dakikalık süresiyle en uzun program olarak haftada 10 kez (5 yeni bölüm, 5 tekrar) yayınlanmaktadır. Aylık yayın dakikası 3600 dk (90 dk x 10 x 4 hafta) olup, programın kanalın yayın akışında baskın bir yer tuttuğu görülmektedir. Hafta içi her gün sabah 07:00 GMT'de yayınlanması,

düzenli izleyici kitlesine ulaşmayı hedeflemektedir. Mozaiq, 28 dakikalık süresiyle daha kısa bir format sunmakta ve haftada 6 kez (2 yeni bölüm, 4 tekrar) yayınlanmaktadır. Aylık yayın dakikası 672 dk (28 dk x 6 x 4 hafta) olup, programın yayın akışında sınırlı bir varlık gösterdiği ifade edilmektedir. Pazartesi ve Cuma günleri 15:30 GMT’de yayınlanması, sanatsal ve mimari temalara ilgi duyan izleyici kitlesine hitap etmektedir. Kıssa ve mâ fihâ, 26 dakikalık süresi ve haftada 14 kez (0.5 yeni bölüm, 13.5 tekrar) yayınlanmasıyla dikkat çekmektedir. Aylık yayın dakikası 1456 dk (26 dk x 14 x 4 hafta) olup, programın orta düzeyde bir yayın yoğunluğuna sahip olduğu gösterilmektedir. Her iki haftada bir Cumartesi 17:30 GMT’de yeni bölüm yayınlanması, tarihî anlatılara ilgi duyan izleyicilere yönelik bir planlamayı yansıtmaktadır. Tablo, programların süre ve yayın sıklıklarının farklı izleyici ihtiyaçlarına göre şekillendiğini net biçimde ortaya koymaktadır. Yeni Sabah’ın uzun süresi ve yüksek yayın sıklığı, geniş kitlelere yönelik bir stratejiyi işaret etmekte ve aylık dakikası en yüksek program olarak öne çıkmaktadır. Mozaiq’in kısa formatı ve düşük dakikası, niş bir kitleye odaklandığını belirtmektedir. Kıssa’nın seyrek yeni bölümleri ancak yoğun tekrarları, tematik içeriğin düzenli erişimini sağlamayı amaçlamakta ve orta dakikayla dengeli bir yapı sunmaktadır. Yayın günleri ve saatleri, programların kitle kesimlerine göre farklı zaman dilimlerinde konumlandığını belli etmekte; Yeni Sabah’ın hafta içi sabahları geniş erişim, Mozaiq’in hafta ortası öğleden sonrası estetik ilgi, Kıssa’nın hafta sonu akşamüstleri tarihî merak için optimize edildiğini göstermektedir. Bu yapı, TRT Arabi’nin yayın akışında tematik çeşitliliği ve kitle odaklı planlamayı dengelemeye çalıştığını, ancak programlar arasında yayın dakikası açısından belirgin farklılıklar bulunduğunu netleştirmektedir.

Tablo 2 Kitle ve Erişim Özellikleri, TRT Arabi’nin kültürel programlarının izleyici grupları ve erişim dinamikleri açısından nasıl konumlandığını ortaya koymaktadır. *Yeni Sabah*, günlük belirli bir tekrar ile yayınlanmakta, aileler ve çalışan kesim olmak üzere geniş bir kitle grubuna hitap etmektedir. Prime Time uyumunun %50 olması, sabah saatlerinin bu kitle için orta düzeyde uygun bir izleme zamanı olduğunu yansıtmaktadır. Yorumlarda vurgulanan “geniş erişim, modern imaj” ifadesi, programın genel izleyici kitlesine yönelik çağdaş bir içerik sunduğunu göstermektedir. Mozaiq, günlük iki tekrar

sayısıyla daha sık erişim imkânı sunmakta, ancak Prime Time uyumunun %0 olması, öğleden sonraki yayın saatinin popüler izlenme zamanlarından uzak olduğunu ortaya koymaktadır. Kültürel meraklılar olarak tanımlanan kitle grupları, sanatsal ve mimari temalara ilgi duyan niş bir izleyici grubunu temsil etmektedir. Yorumlarda belirtilen “niş kitle, sanatsal odak” ifadesi, programın özel bir izleyici kitlesine yönelik olduğunu göstermektedir. Kıssa ve mâ fihâ, günlük iki tekrar sayısıyla düzenli bir erişim sağlamaktadır ve Prime Time uyumunun %29 olması, erken akşam saatlerinin tarih meraklıları için kısmen uygun bir zaman dilimi olduğunu yansıtmaktadır. Kitle grupları tarih meraklılarını içermekte, programın tarihî anlatılara odaklandığını ortaya koymaktadır. Yorumlarda geçen “tarihî bağ, derin anlatı” ifadesi, içeriğin tematik derinliğini yansıtmaktadır. Tablo, programların kitle gruplarına ve erişim stratejilerine göre farklı yaklaşımlar sergilediğini göstermektedir. *Yeni Sabah*’ın geniş kitlelere yönelik tek tekrarı erişimi desteklerken, *Mozaik* ve *Kıssa*’nın ikişer tekrarı özel kitlelere daha sık ulaşmayı hedeflemektedir. Prime Time uyumu oranları, yayın saatlerinin izleyici alışkanlıklarına farklı düzeylerde uyum sağladığını göstermektedir; *Yeni Sabah*’ın sabah saatleri daha genel bir kitleye hitap ederken, *Mozaik*’in öğleden sonrası ve *Kıssa*’nın erken akşamı daha özel kitlelerle sınırlı kalmaktadır. Bu yapı, TRT Arabi’nin kitle gruplarında çeşitliliği gözettiğini ancak yayın saatlerinin erişim potansiyelinde programlar arasında farklılıklar yarattığını ortaya koymaktadır. Tekrar sayıları ve kitle odaklı yorumlar, her programın izleyiciyle bağ kurma biçimini yansıtmaktadır.

**Tablo 3** Yayın Saatleri ve Bölgesel Uyum

Program Adı	Yayın Saati (GMT)	Yerel Saat (Kahire)	Yerel Saat (Riyad)	Tüm Kitleye Ulaşım Oranı (%)
<b>Yeni Sabah</b>	07:00	09:00	10:00	50
<b>Mozaik</b>	15:30	17:30	18:30	20
<b>Kıssa ve mâ fihâ</b>	17:30	19:30	20:30	35

Tablo 3 Yayın Saatleri ve Bölgesel Uyum, TRT Arabi'nin kültürel programlarının yayın saatleri ve kitleye ulaşım dinamiklerini ortaya koymaktadır. Yeni Sabah, 07:00 GMT'de yayınlanmakta ve aylık %15.7'lik yayın oranıyla kanalın en yoğun programı konumunda bulunmaktadır. Kahire'de 09:00, Riyad'da 10:00'a denk gelen bu saat, %50 kitleye ulaşım oranıyla sabah izleme alışkanlıklarına hitap etmektedir. Mozaiq, 15:30 GMT'de yayınlanmakta ve aylık %3.0'luk oranıyla daha sınırlı bir yer kaplamaktadır. Kahire'de 17:30, Riyad'da 18:30'a karşılık gelen saat, %20 kitleye ulaşım oranıyla öğleden sonraki zaman diliminde daha az izleyiciyle buluşmaktadır. Kıssa ve mâ fihâ, 17:30 GMT'de yayınlanmakta ve aylık %6.3'lük oranıyla orta düzeyde bir yayın sıklığına sahip bulunmaktadır. Kahire'de 19:30, Riyad'da 20:30'a denk gelen erken akşam saati, %35 kitleye ulaşım oranıyla tematik izleyicilere yönelik bir zaman diliminde yer almaktadır. Tablo, programların yayın saatlerinin farklı izleyici gruplarına ulaşma kapasitelerini yansıttığını göstermektedir. Yeni Sabah'ın sabah saati, düzenli izleyicilere ulaşmada daha yüksek bir etkiye sahipken, Mozaiq'in öğleden sonrası düşük ulaşım oranıyla daha sınırlı bir kitleye hitap etmektedir. Kıssa'nın erken akşam saati, orta düzeyde bir ulaşım oranıyla tematik içeriği izleyicilere sunmakta, ancak yeni bölümlerin iki haftada bir olması bu etkiyi şekillendirmektedir. Yayın saatlerinin bölgesel yerel saatlere göre dağılımı, programların izleyici alışkanlıklarına göre planlandığını ortaya koymaktadır. Yeni Sabah'ın sabah saatleri, Mozaiq'in öğleden sonrası ve Kıssa'nın erken akşamı, kanalın farklı zaman dilimlerini hedeflediğini göstermektedir. Kitleye ulaşım oranları, bu saatlerin izleyiciyle buluşma potansiyelini farklı düzeylerde yansıtmaktadır; Yeni Sabah daha geniş bir erişim sağlarken, Mozaiq daha dar bir kitleyle sınırlı kalmaktadır. Kıssa, ulaşım oranıyla dengeli bir konumda yer almaktadır. Bu yapı, TRT Arabi'nin yayın saatleriyle kitle erişimini çeşitlendirmeye çalıştığını, ancak programlar arasında ulaşım potansiyeli açısından belirgin farklılıklar bulunduğunu ortaya koymaktadır.

**Tablo 4** Tekrar Sıklığı ve Erişim

<b>Program Adı</b>	<b>Günlük Tekrar Sayısı</b>	<b>Tekrar Saatleri (GMT)</b>	<b>Haftalık Tekrar Dağılımı</b>	<b>İlk yayında izleyiciye ulaşım (%)</b>	<b>Tekrar Başına İzleyici artışı (%)</b>
<b>Yeni Sabah</b>	1	23:16	5 (Pazartesi-Cuma)	55	10
<b>Mozaiq</b>	2	19:51, 22:31	4 (Pazartesi, Cuma)	20	5
<b>Kıssa ve mâ fihâ</b>	2	19:56, 19:20	13.5 (Cumartesi)	45	7

Tablo 4 Tekrar Sıklığı ve Erişim, TRT Arabi'nin kültürel programlarının tekrar yayınlarının sıklığını, zamanlamasını ve izleyici üzerindeki etkisini yansıtmaktadır. Yeni Sabah, günlük bir tekrar ile yayınlanmakta ve hafta içi her gün (Pazartesi-Cuma) toplam 5 tekrar şeklinde dağılmaktadır. Tekrarların 23:16 GMT'de gerçekleşmesi, gece saatlerinde erişimi artırır ve her tekrar %10 izleyici etkisiyle programın genel erişimini destekler. Mozaiq, günlük iki tekrar sunmakta ve Pazartesi ile Cuma günleri toplam 4 tekrar şeklinde planlanmaktadır. Tekrarlar, 19:51 ve 22:31 GMT saatlerinde akşam ve gece geç saatlerde yer alır; her tekrar %5 izleyici etkisiyle sanatsal temalı içeriğin niş kitleye ulaşmasını sağlar. Kıssa ve mâ fihâ, günlük iki tekrar ile erişimini artırmakta ve Cumartesi gününe odaklanan 13.5 tekrar ile orta düzeyde bir yoğunluk sergiler. Tekrarlar, 19:56 ve 19:20 GMT saatlerinde gece ve sabaha karşı dilimlerde konumlanır; her tekrar %7 izleyici etkisiyle tarihî anlatıların tematik kitleyle buluşmasına katkı sağlar. Tablo, programların tekrar stratejilerinin farklı erişim dinamiklerini hedeflediğini net biçimde gösterir. Yeni Sabah'ın tek gece tekrarı, geniş kitlelere düzenli erişim sağlar ve yüksek etki oranıyla öne çıkar. Mozaiq'in akşam ve gece tekrarları, özel bir kitleye hitap eder ve düşük etki oranıyla sınırlı kalır. Kıssa'nın yoğun Cumartesi tekrarları, seyrek yeni bölümleri dengeler ve orta etki oranıyla dengeli bir yapı sunar. Tekrar saatlerinin gece ve

sabaha karşı ağırlıklı olması, ana yayın saatlerinden farklı dilimlerde izleyiciyle buluşmayı amaçladığını belli eder. İzleyici etkisi oranları, tekrarların kitleye ulaşma potansiyelini programlar arasında farklılaştırır; Yeni Sabah en yüksek etkiye sahipken, Mozaik en düşük etkiyle sınırlıdır. Kıssa, orta düzey bir etkiyle dengeli bir konumda yer alır. Bu yapı, TRT Arabi'nin tekrar yayınlarla erişimi çeşitlendirmeye çalıştığını ve saat stratejilerinin programlara göre farklı etkiler yarattığını netleştirir.

**Tablo 5** Yayın Süresi Yoğunluğu

Program Adı	Aylık Toplam Yayın Süresi (dk)	En Yoğun Yayın Periyodu	Kuzey Afrika Yoğunluk Oranı (%) (Fas, GMT+1)	Orta Doğu Yoğunluk Oranı (%) (Riyad, GMT+3)
Yeni Sabah	3600	Sabah	55.0	65.0
Mozaik	672	Öğleden Sonra	15.0	10.0
Kıssa ve mâ fihâ	1456	Erken Akşam	30.0	25.0

Tablo 5 Yayın Süresi Yoğunluğu, TRT Arabi'nin kültürel programlarının yayın sürelerinin bölgesel izleyici alışkanlıklarına göre yoğunluğunu yansıtmaktadır. Yeni Sabah, aylık 3600 dakikalık yayın süresiyle en baskın program olarak sabah periyodunda öne çıkmaktadır. Sabah saatlerinde yayınlanması, Fas'ta (GMT+1, 08:00) %55 yoğunluk oranıyla sabah izleyicilerine hitap etmekte, Riyad'ta (GMT+3, 10:00) ise %65 oranıyla daha yüksek bir erişim sağlamaktadır. Mozaik, aylık 672 dakikalık süresiyle sınırlı bir yer kaplamakta ve öğleden sonrası periyodunda düşük yoğunluk sergilemektedir. Öğleden sonrası yayınları, Fas'ta (16:30) %15 oranla düşük etkiye sahipken, Riyad'ta (18:30) %10 oranla daha az izleyiciye ulaşır. Kıssa ve mâ fihâ, aylık 1456 dakikalık süresiyle orta düzeyde yoğunluk sunmakta ve erken akşam periyodunda dengeli bir konumdadır. Erken akşam yayınları, Fas'ta (18:30) %30 oranla tematik izleyicilere ulaşmakta, Riyad'ta (20:30) %25 oranla prime time başlangıcına denk gelmektedir. Tablo, programların yayın sürelerinin bölgesel saat dilimlerine göre farklı yoğunluklar sergilediğini net biçimde

gösterir. Yeni Sabah'ın sabah periyodu, Riyad'da daha yüksek yoğunluk (%65) sunarken, Fas'ta biraz daha düşük (%55) kalır. Mozaik'in öğleden sonrası, her iki bölgede de düşük yoğunluk oranlarıyla niş kitleye odaklanır. Kıssa'nın erken akşam saatleri, Fas'ta daha yüksek yoğunluk (%30) sağlarken, Riyad'da hafif düşüş (%25) gösterir. Yayın periyotları, programların izleyici alışkanlıklarına göre planlandığını belli eder; sabah geniş erişim için, öğleden sonrası estetik ilgi için, erken akşam tarih merakı için optimize edilmiştir. Yoğunluk oranları, yayın sürelerinin bölgesel uyumunu ortaya koyar; Yeni Sabah geniş kitlelerde önde, Mozaik sınırlı, Kıssa dengeli konumdadır. Bu yapı, TRT Arabi'nin yayın sürelerini bölgesel saat dilimlerine göre çeşitlendirdiğini ve yoğunluk oranlarının programlar ile bölgeler arasında farklılıklar gösterdiğini netleştirir.

**Tablo 6** Yayın Günleri ve Kitle Uyumu

<b>Program Adı</b>	<b>Yayın Günleri</b>	<b>Kuzey Afrika Uyumu (%) (Fas, GMT+1)</b>	<b>Orta Doğu Uyumu (%) (Riyad, GMT+3)</b>	<b>Kitle Uyum Oranı (%)</b>	<b>Ana Yayın Günü Etkisi</b>
<b>Yeni Sabah</b>	Pazartesi-Cuma	40	70	55	Hafta içi, düzenli erişim
<b>Mozaik</b>	Pazartesi, Cuma	30	60	45	Hafta ortası, sınırlı erişim
<b>Kıssa ve mâ fihâ</b>	Cumartesi	80	50	65	Hafta sonu, tematik erişim

Tablo 6 Yayın Günleri ve Kitle Uyumu, TRT Arabi'nin kültürel programlarının yayın günlerinin bölgesel izleyici alışkanlıklarına uyumunu yansıtmaktadır. Yeni Sabah, Pazartesi-Cuma günleri yayınlanmakta ve aylık %15.7'lik yayın oranıyla kanalın en sık programı konumunda bulunmaktadır. Kuzey Afrika'da (Fas, GMT+1) %40 uyum oranı, hafta içi günlerin Cumartesi-Pazar hafta sonuna uymadığını göstermektedir. Orta Doğu'da (Riyad, GMT+3) %70 uyum, Cuma'nın Suudi Arabistan'da tatil olmasıyla yüksek erişim

sağlamaktadır. Kitle uyum oranı %55 olup bölgeler arası farklılıkları dengelemektedir. Ana yayın günü etkisi, hafta içi düzenli erişimi vurgulamaktadır. Mozaik, Pazartesi ve Cuma günleri yayınlanmakta ve aylık %3.0 oranıyla sınırlı bir yer kaplamaktadır. Kuzey Afrika'da %30 uyum, Cuma'nın hafta sonu dışında kalmasıyla düşük kalmaktadır. Orta Doğu'da %60 uyum, Suudi Arabistan'daki Cuma tatiliyle desteklenmekte ancak BAE'de Cumartesi-Pazar tatiline uymamaktadır. Kitle uyum oranı %45 olup niş kitleye hitabını yansıtmaktadır. Ana yayın günü etkisi, hafta ortası sınırlı erişimi ortaya koymaktadır. Kıssa ve mâ fihâ, Cumartesi günleri yayınlanmakta ve aylık %6.3 oranıyla orta düzeyde bir yer tutmaktadır. Kuzey Afrika'da %80 uyum, Cumartesi'nin hafta sonu olmasıyla yüksek erişim sağlamaktadır. Orta Doğu'da %50 uyum, BAE'de Cumartesi tatiline uyarken Suudi Arabistan'da Cuma tatiline uymamaktadır. Kitle uyum oranı %65 olup tematik kitleye güçlü hitabını göstermektedir. Ana yayın günü etkisi, hafta sonu tematik erişimi vurgulamaktadır. Tablo, yayın günlerinin bölgesel tatil günlerine göre farklı uyumlar sergilediğini ortaya koymaktadır. Yeni Sabah'ın hafta içi günleri Orta Doğu'da daha uyumlu bulunurken, Kuzey Afrika'da düşük kalmaktadır. Mozaik'in Cuma yayınları Suudi Arabistan'da etkili olmakta, diğer bölgelerde sınırlı kalmaktadır. Kıssa'nın Cumartesi yayınları Kuzey Afrika ve BAE'de yüksek uyum sağlarken, Suudi Arabistan'da orta düzeyde kalmaktadır. Kitle uyum oranları, programların izleyici alışkanlıklarına göre farklı erişim potansiyelleri sunduğunu göstermektedir. Yeni Sabah düzenli erişim sağlarken, Mozaik sınırlı; Kıssa ise tematik erişim sunmaktadır. Bu yapı, TRT Arabi'nin yayın günlerini bölgesel tatillere göre çeşitlendirmeye çalıştığını, ancak uyum oranlarının programlar ve bölgeler arasında farklılık gösterdiğini yansıtmaktadır.

**Tablo 7** Bölüm Sayısı ve Frekans

<b>Program Adı</b>	<b>Dört Aylık Yeni Bölüm Sayısı</b>	<b>Aylık Yeni Bölüm Ortalaması</b>	<b>Bölüm Frekans Aralığı</b>	<b>Yeni Bölüm Erişim Oranı (%)</b>
<b>Yeni Sabah</b>	60	15	Haftada 5	80
<b>Mozaik</b>	16	4	Haftada 2	40

<b>Kıssa ve mâ fihâ</b>	8	2	İki haftada 1	60
-------------------------	---	---	---------------	----

Tablo 7 Bölüm Sayısı ve Frekans, TRT Arabi'nin kültürel programlarının yeni bölüm üretim sıklığını ve kitle erişim potansiyelini yansıtmaktadır. Yeni Sabah, dört ayda 60 yeni bölüm üretmekte ve aylık %15.7'lik yayın oranıyla kanalın en yoğun programı konumunda bulunmaktadır. Aylık 15 yeni bölüm ortalaması, haftada 5 bölüm frekansıyla düzenli bir yayın akışını ortaya koymaktadır. %80 yeni bölüm erişim oranı, yüksek bölüm sayısının geniş kitlelere ulaşmada etkili olduğunu göstermektedir. Mozaiq, dört ayda 16 yeni bölüm sunmakta ve aylık %3.0'luk oranıyla daha sınırlı bir üretim sergilemektedir. Aylık 4 yeni bölüm ortalaması, haftada 2 bölüm frekansıyla niş bir kitleye hitap etmektedir. %40 erişim oranı, düşük bölüm sıklığının kitle erişimini kısıtladığını yansıtmaktadır. Kıssa ve mâ fihâ, dört ayda 8 yeni bölüm üretmekte ve aylık %6.3'lük oranıyla orta düzeyde bir yayın yoğunluğu sergilemektedir. Aylık 2 yeni bölüm ortalaması, iki haftada bir bölüm frekansıyla tematik içeriğin seyrek olduğunu göstermektedir. %60 erişim oranı, sınırlı bölüm sayısının tematik kitleye orta düzeyde ulaştığını ifade etmektedir. Tablo, programların yeni bölüm üretim sıklıklarının kitle erişiminde farklı dinamikler oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Yeni Sabah'ın yüksek frekansı, düzenli izleyici kitlesiyle güçlü bir bağ kurarken, Mozaiq'in düşük frekansı niş kitleyle sınırlı kalmaktadır. Kıssa'nın seyrek bölümleri, tematik içeriğin erişimini dengelemektedir. Bölüm frekans aralıkları, programların izleyici alışkanlıklarına göre planlandığını yansıtmaktadır; Yeni Sabah'ın haftada 5 bölümü günlük izleme rutinlerine, Mozaiq'in haftada 2 bölümü özel ilgi alanlarına, Kıssa'nın iki haftada bir bölümü ise derinlemesine içeriğe hitap etmektedir. Yeni bölüm erişim oranları, bölüm sıklığının kitleyle buluşma potansiyelini doğrudan etkilediğini göstermektedir; Yeni Sabah en yüksek, Mozaiq en düşük, Kıssa ise orta düzeyde erişim sağlamaktadır. Bu yapı, TRT Arabi'nin bölüm üretiminde çeşitliliği hedeflediğini, ancak programlar arasında frekans ve erişim açısından belirgin farklılıklar bulunduğunu ortaya koymaktadır.

### **3.7.2.İletişim Stratejileri ve Tematik Örtüşme:**

**Tablo 8 Genel Tematik Kodlar ve Oranlar**

<b>Program Adı</b>	<b>Baskın Tematik Kod</b>	<b>Tematik Kod Oranı (%)</b>	<b>İkincil Tematik Kod</b>	<b>Örnek Sahne</b>
<b>Yeni Sabah</b>	Modern Yaşam	50	Kültürel Temsil	Şehir yaşamı röportajı
<b>Mozaiq</b>	Sanat ve Mimari	60	Edebiyat	Şiir okuma etkinliği
<b>Kıssa ve mâ fihâ</b>	Tarihî Anlatı	70	Ortak Hafıza	Arap-Türk tarihî bağ anlatısı

Tablo 8 Genel Tematik Kodlar ve Oranlar, TRT Arabi programlarının tematik içeriklerini yansıtmaktadır. Yeni Sabah, %15.7 aylık yayın oranıyla %50 oranında modern yaşam temasına odaklanmakta, kültürel temsil ikincil tema olarak öne çıkmakta ve şehir yaşamı röportajları bunu örneklendirmektedir. Mozaiq, %3.0 yayın oranıyla %60 oranında sanat ve mimari temasına ağırlık vermekte, edebiyat ikincil tema olarak şiir etkinlikleriyle desteklenmektedir. Kıssa ve mâ fihâ, %6.3 yayın oranıyla %70 oranında tarihî anlatı temasına odaklanmakta; ortak hafıza ikincil tema olarak Arap-Türk tarihî bağ anlatılarıyla güçlendirilmektedir. Tablo, programların tematik odaklarının kitlelere farklı mesajlar sunduğunu ortaya koymaktadır. Yeni Sabah modernliği, Mozaiq sanatsal estetiği, Kıssa tarihî derinliği vurgulamaktadır. Tematik kod oranları, her programın ana temasının baskın olduğunu ve ikincil temaların içeriği zenginleştirdiğini yansıtmaktadır. Bu yapı, TRT Arabi'nin iletişim stratejilerinde tematik çeşitliliği hedeflediğini göstermektedir.

**Tablo 9** Mozaik Tematik Çözümleme

<b>Tematik Kod</b>	<b>Alt Kategori</b>	<b>Alt Kategori Oranı (%)</b>	<b>Örnek Sahne</b>	<b>Anlamlandırma</b>
<b>Sanat</b>	Geleneksel Resim	30	Minyatür sanatı sergisi	Kültürel miras vurgusu
<b>Sanat</b>	Modern Sanat	20	Çağdaş heykel tanıtımı	Yenilikçi estetik sunumu
<b>Mimari</b>	Tarihi Yapılar	25	Camii restorasyon belgeseli	Tarihî estetik bağ kurma
<b>Mimari</b>	Modern Tasarım	15	Yeni müze binası turu	Çağdaş mimari tanıtımı
<b>Edebiyat</b>	Şiir	10	Arapça şiir okuma	Duygusal ve kültürel bağ
<b>Edebiyat</b>	Öykü	5	Kısa hikâye anlatımı	Anlatı yoluyla bağ kurma

Tablo 9 Mozaik Tematik Çözümleme, Programın tematik içerik dağılımını yansıtmaktadır. Aylık %3.0 yayın oranıyla Mozaik, sanatsal temalara odaklanmakta; sanat teması %50'yi oluşturmakta, geleneksel resim %30 ile minyatür sergileri aracılığıyla kültürel mirası, modern sanat %20 ile heykel tanıtımlarıyla yenilikçi estetiği vurgulamaktadır. Mimari teması %40'lık paya sahip bulunmakta; tarihî yapılar %25 ile camii restorasyon belgeselleri aracılığıyla tarihî bağ kurmakta, modern tasarım %15 ile müze turlarıyla çağdaş mimariyi sunmaktadır. Edebiyat teması %15'lik oranla daha az yer kaplamakta; şiir %10 ile Arapça okumalar aracılığıyla duygusal bağ kurmakta, öykü %5 ile kısa hikâyeler aracılığıyla anlatı sunmaktadır. Tablo, Mozaik'in sanat ve mimari ağırlıklı içeriğinin niş bir kitleye hitap ettiğini ortaya koymaktadır. Geleneksel ve modern unsurların dengesi, kültürel miras ile yeniliği birleştirmektedir. Edebiyatın düşük oranı,

programın daha az anlatsal odaklandığını yansıtmaktadır. Anlamlandırmalar, estetik ve kültürel bağ kurma hedefini göstermektedir.

**Tablo 10** Kıssa ve mâ fihâ Tematik Çözümleme

<b>Tematik Kod</b>	<b>Alt Kategori</b>	<b>Alt Kategori Oran (%)</b>	<b>Örnek Sahne</b>	<b>Anlamlandırma</b>
<b>Tarihî Anlatı</b>	Osmanlı Dönemi	40	Osmanlı sarayı hikâyesi	Tarihî bağ kurma
<b>Tarihî Anlatı</b>	Arap Tarihi	30	Halife dönemi anlatısı	Kültürel köken vurgusu
<b>Ortak Hafıza</b>	Paylaşılan Miras	20	Türk-Arap dostluk öyküsü	Birliktelik mesajı
<b>Ortak Hafıza</b>	Dini Bağlar	10	İslami değerler anlatısı	Manevi bağ güçlendirme

Tablo 10 Kıssa ve mâ fihâ Tematik Çözümleme, Programın tematik içerik dağılımını ortaya koymaktadır. Aylık %6.3 yayın oranıyla Kıssa tarihî anlatı temasına odaklanmakta ve bu tema %70'lik paya sahip bulunmaktadır. Osmanlı dönemi %40 ile saray hikâyeleri aracılığıyla tarihî bağ kurmakta, Arap tarihi %30 ile halife dönemi anlatıları yoluyla kültürel kökenleri vurgulamaktadır. Ortak hafıza teması %30'luk oranla ikincil konumda yer almakta; paylaşılan miras %20 ile Türk-Arap dostluk öyküleri aracılığıyla birliktelik mesajı vermekte, dini bağlar %10 ile İslami değerler anlatıları aracılığıyla manevi bağı güçlendirmektedir. Tablo, Kıssa'nın tarihî ve ortak hafıza temalarının tematik kitleye derinlemesine hitap ettiğini ortaya koymaktadır. Tarihî anlatıların baskınlığı, programın geçmişe odaklandığını yansıtmaktadır. Ortak hafıza teması, kültürel ve manevi bağları destekleyerek içeriği zenginleştirmektedir. Anlamlandırmalar, tarihî ve birleştirici mesajların kitleyle bağ kurma hedefini göstermektedir.

**Tablo 11** Yeni Sabah Tematik Çözümleme

<b>Tematik Kod</b>	<b>Alt Kategori</b>	<b>Alt Kategori Oran (%)</b>	<b>Örnek Sahne</b>	<b>Anlamlandırma</b>
<b>Modern Yaşam</b>	Şehir Kültürü	30	İstanbul'da yaşam röportajı	Çağdaş yaşam sunumu
<b>Modern Yaşam</b>	Teknoloji Kullanımı	20	Akıllı şehir projesi tanıtımı	İnovasyon vurgusu
<b>Kültürel Temsil</b>	Geleneksel Değerler	25	Aile toplantısı sahnesi	Kültürel bağ koruma
<b>Kültürel Temsil</b>	Festivaller	15	Kültür festivali görüntüsü	Toplumsal birliktelik

Tablo 11 Yeni Sabah Tematik Çözümleme, Programın tematik içerik dağılımını yansıtmaktadır. Aylık %15.7 yayın oranıyla Yeni Sabah, modern yaşam temasına %50 oranında odaklanmakta; şehir kültürü %30 ile İstanbul yaşam röportajları aracılığıyla çağdaş hayatı sunmakta, teknoloji kullanımı %20 ile akıllı şehir projeleri yoluyla inovasyonu vurgulamaktadır. Kültürel temsil teması %40 paya sahip bulunmakta; geleneksel değerler %25 ile aile toplantısı sahneleri aracılığıyla kültürel bağları korumakta, festivaller %15 ile kültür festivali görüntüleriyle toplumsal birlikteliği öne çıkarmaktadır. Tablo, Yeni Sabah'ın modern ve geleneksel unsurları dengeleyerek geniş bir kitleye hitap ettiğini ortaya koymaktadır. Modern yaşam teması, çağdaş ve yenilikçi bir imaj çizerken kültürel temsil teması geleneksel değerler ve toplumsal bağlar aracılığıyla kitleyle bağ kurmaktadır. Anlamlandırmalar, programın hem yeniliği hem de kültürel kökenleri vurgulama hedefini göstermektedir.

**Tablo 12** Coğrafi Referanslar ve Oranlar

<b>Program Adı</b>	<b>Baskın Coğrafi Referans</b>	<b>Baskın Coğrafi Referans Oran (%)</b>	<b>İkincil Coğrafi Referans</b>	<b>Örnek Sahne</b>
<b>Yeni Sabah</b>	Türkiye (Şehirler)	60	Arap Ülkeleri	İstanbul'da yaşam
<b>Mozaiq</b>	Kuzey Afrika	50	Osmanlı Coğrafyası	Tuareg müziği
<b>Kıssa ve mâ fihâ</b>	Arap Yarımadası	70	Kuzey Afrika	Bedevî yaşamı hikâyesi

Tablo 12 Coğrafi Referanslar ve Oranlar, TRT Arabi programlarının coğrafi odaklarını yansıtmaktadır. Yeni Sabah, %15.7 yayın oranıyla %60 oranında Türkiye şehirlerine odaklanmakta ve İstanbul çağdaş yaşamını sunmaktadır. Arap ülkeleri %40 oranıyla ikincil bir referans olmakta ve bölgesel bağları desteklemektedir. Mozaiq, %3.0 yayın oranıyla %50 oranında Kuzey Afrika'yı öne çıkarmakta ve Tuareg müziği kültürel zenginliği yansıtmaktadır. Osmanlı coğrafyası %50 oranıyla ikincil konumda yer almakta ve tarihî bağları vurgulamaktadır. Kıssa ve mâ fihâ, %6.3 yayın oranıyla %70 oranında Arap Yarımadası'na odaklanmakta ve Bedevî hikâyeleri tarihî kökenleri anlatmaktadır. Kuzey Afrika %30 oranıyla ikincil bir odak olarak ortak mirası güçlendirmektedir. Tablo, programların coğrafi referanslarının tematik hedeflerle uyumlu olduğunu ortaya koymaktadır. Yeni Sabah modern Türkiye'yi, Mozaiq Kuzey Afrika'nın kültürel estetiğini, Kıssa ise tarihî Arap anlatılarını öne çıkarmaktadır. Oranlar, baskın referansların program kimliğini şekillendirdiğini ve ikincil referansların kültürel bağları desteklediğini yansıtmaktadır.

**Tablo 13** Görsel Simgesellik Detay

<b>Program Adı</b>	<b>Baskın Görsel Simgesi</b>	<b>Baskın Görsel Simgesi Oranı (%)</b>	<b>Bağlam</b>	<b>Örnek Sahne</b>
<b>Yeni Sabah</b>	Şehir Manzaraları	50	Modern yaşam	İstanbul Boğazı görüntüsü
<b>Mozaik</b>	Tarihi Eserler	60	Kültürel estetik	Ayasofya mozaikleri
<b>Kıssa ve mâ fihâ</b>	Çöl Manzaraları	55	Tarihî anlatı	Bedevî kampı görüntüsü

Tablo 13 Görsel Simgesellik Detay, TRT Arabi programlarının görsel öğelerini yansıtmaktadır. Yeni Sabah, %15.7 yayın oranıyla %50 oranında şehir manzaralarına odaklanmakta; İstanbul Boğazı görüntüleri modern yaşam bağlamında çağdaşlığı sunmaktadır. Mozaik, %3.0 yayın oranıyla %60 oranında tarihî eserleri öne çıkarmakta; Ayasofya mozaikleri kültürel estetik bağlamında sanatsal mirası yansıtmaktadır. Kıssa ve mâ fihâ, %6.3 yayın oranıyla %55 oranında çöl manzaralarına ağırlık vermekte; Bedevî kampı görüntüleri tarihî anlatı bağlamında kökenleri vurgulamaktadır. Tablo, görsel simgelerin her programın tematik kimliğiyle uyumlu olduğunu ortaya koymaktadır. Yeni Sabah modernliği, Mozaik sanatsal mirası, Kıssa ise tarihî derinliği görsel olarak aktarmaktadır. Oranlar, baskın simgelerin program içeriklerinde merkezi bir rol oynadığını ve bağlamların kitleyle tematik bağ kurduğunu yansıtmaktadır.

**Tablo 14** Dilsel Anlatı ve Anahtar Kelimeler

<b>Program Adı</b>	<b>Baskın Dilsel Anlatı</b>	<b>Baskın Dilsel Anlatı Oran (%)</b>	<b>Anahtar Kelimeler</b>	<b>Örnek Cümle</b>
<b>Yeni Sabah</b>	Güncel Yaşam Hikâyeleri	50	Modernlik, şehir, kültür	“İstanbul’un dinamik yaşamı bizi birleştiriyor.”
<b>Mozaik</b>	Sanatsal Betimlemeler	60	Sanat, estetik, miras	“Bu mozaik, asırlık bir sanat hikâyesini anlatıyor.”
<b>Kıssa ve mâ fihâ</b>	Tarihî Öyküler	70	Tarih, hafıza, bağ	“Çöldeki bu hikâye, atalarımızın izlerini taşıyor.”

Tablo 14 Dilsel Anlatı ve Anahtar Kelimeler, TRT Arabi programlarının dilsel içeriklerini yansıtmaktadır. Yeni Sabah, %15.7 yayın oranıyla %50 oranında güncel yaşam hikâyelerine odaklanmakta; “modernlik, şehir, kültür” anahtar kelimeleriyle İstanbul’un dinamik yaşamı anlatılmaktadır. Mozaik, %3.0 yayın oranıyla %60 oranında sanatsal betimlemelere ağırlık vermekte; “sanat, estetik, miras” kelimeleriyle mozaiklerin tarihî hikâyeleri sunulmaktadır. Kıssa ve mâ fihâ, %6.3 yayın oranıyla %70 oranında tarihî

öykülere odaklanmakta; “tarih, hafıza, bağ” kelimeleriyle çöldeki hikâyeler ataların izlerini yansıtmaktadır. Tablo, programların dilsel anlatılarının tematik kimlikleriyle uyumlu olduğunu ortaya koymaktadır. Yeni Sabah çağdaş yaşamı, Mozaik sanatsal estetiği, Kıssa ise tarihî derinliği dil aracılığıyla aktarmaktadır. Oranlar, baskın anlatıların programların ana mesajlarını şekillendirdiğini ve anahtar kelimelerin kitleyle bağ kurmayı desteklediğini yansıtmaktadır.

**Tablo 15** Kategori Tanımları

<b>Kategori</b>	<b>Tanım</b>	<b>Kriter</b>	<b>Örnek Sahne</b>
<b>Kültürel Temsil</b>	Toplumsal değerler ve geleneklerin sunumu	Aile, festival, gelenek vurgusu	Yeni Sabah’tan aile toplantısı
<b>Ortak Hafıza</b>	Paylaşılan tarihî ve kültürel bağların anlatısı	Tarihî olaylar, dostluk teması	Kıssa’dan Türk-Arap öyküsü
<b>Sanat ve Mimari</b>	Estetik ve mimari unsurların sergilenmesi	Sanat eserleri, yapılar	Mozaik’ten mozaik tanıtımı
<b>Yaşam Kültürü</b>	Günlük yaşam ve yerel pratiklerin yansıması	Şehir, köy yaşamı	Yeni Sabah’tan İstanbul röportajı

Tablo 15 Kategori Tanımları, TRT Arabi programlarının tematik kategorilerini açıklamaktadır. Kültürel temsil, toplumsal değerleri sunmakta; aile ve festivaller gibi kriterlerle Yeni Sabah’ta (%15.7 yayın oranı) aile toplantıları aracılığıyla gelenekleri yansıtmaktadır. Ortak hafıza, tarihî ve kültürel bağları anlatmakta; dostluk temasıyla Kıssa’da (%6.3 yayın oranı) Türk-Arap öyküleri birlik mesajını vurgulamaktadır. Sanat ve mimari, estetik unsurları sergilemekte; sanat eserleri ve yapılar kriteriyle Mozaik’te

(%3.0 yayın oranı) mozaik tanıtımları kültürel mirası aktarmaktadır. Yaşam kültürü, günlük yaşam pratiklerini göstermekte; şehir ve köy yaşamı kriteriyle Yeni Sabah'ta İstanbul röportajları modern hayatı sunmaktadır. Tablo, kategorilerin programların tematik hedefleriyle uyumlu olduğunu, kriterlerin içerikleri netleştirdiğini ve örnek sahnelerin kitleyle bağ kurmayı desteklediğini yansıtmaktadır.

### 3.7.3 Türkiye İmajı ve Kamu Diplomasisindeki Konumu:

**Tablo 16** Söylem Analizi

<b>Program Adı</b>	<b>Baskın Söylem Türü</b>	<b>Baskın Söylem Türü Oran (%)</b>	<b>Anahtar İfade</b>	<b>Örnek Cümle</b>
<b>Yeni Sabah</b>	Modernlik Söylemi	50	Çağdaş yaşam	“Şehirlerimiz modernlikle tarihî dokuyu birleştiriyor.”
<b>Mozaik</b>	Estetik Söylemi	60	Kültürel miras	“Sanat, geçmişle geleceği buluşturuyor.”
<b>Kıssa ve mâ fihâ</b>	Tarihî Söylem	70	Ortak geçmiş	“Hikâyelerimiz atalarımızın mirasını yaşıyor.”

Tablo 16 Söylem Analizi, TRT Arabi programlarının söylem yapılarını yansıtmaktadır. Yeni Sabah, %15.7 yayın oranıyla %50 oranında modernlik söylemine odaklanmakta; “çağdaş yaşam” anahtar ifadesiyle şehirlerin modern-tarihî uyumunu anlatmaktadır. Mozaik, %3.0 yayın oranıyla %60 oranında estetik söylemine ağırlık vermekte; “kültürel miras” ifadesiyle sanatın geçmişle geleceği buluşturduğunu

vurgulamaktadır. Kıssa ve mâ fihâ, %6.3 yayın oranıyla %70 oranında tarihî söyleme odaklanmakta; “ortak geçmiş” ifadesiyle hikâyelerin ataların mirasını yaşattığını aktarmaktadır. Tablo, söylem türlerinin programların tematik hedefleriyle uyumlu olduğunu ortaya koymaktadır. Yeni Sabah modernliği, Mozaiq sanatsal estetiği, Kıssa ise tarihî derinliği söylem yoluyla sunmaktadır. Oranlar, baskın söylemlerin program kimliğini şekillendirdiğini ve anahtar ifadelerin kitleyle bağ kurmayı desteklediğini yansıtmaktadır.

**Tablo 17 Kültürel Bağ Kurma Stratejileri**

<b>Program Adı</b>	<b>Kamu Diplomasisi Stratejisi</b>	<b>Strateji uygulama Oran (%)</b>	<b>Uluslararası Yayıncılık Yaklaşımı</b>	<b>Örnek Uygulama</b>
<b>Yeni Sabah</b>	Kültürel Çeşitlilik Tanıtımı	50	Küresel kitlelere modern yaşam sunumu	İstanbul’un çok kültürlü mahalleleri tanıtımı
<b>Mozaiq</b>	Sanatsal Ortaklık Vurgusu	60	Bölgesel estetik değerlerin ihracı	Kuzey Afrika sanat sergisi tanıtımı
<b>Kıssa ve mâ fihâ</b>	Tarihî Ortak Değerler Anlatısı	70	Tarihî bağlarla kitle birleştirme	Türk-Arap tarihî ortaklık öyküsü

Tablo 17 Kültürel Bağ Kurma Stratejileri, TRT Arabi’nin kamu diplomasisi ve uluslararası yayıncılık odaklı bağ kurma yöntemlerini yansıtmaktadır. Yeni Sabah, %50 oranında kültürel çeşitlilik tanıtımına odaklanmakta; İstanbul’un çok kültürlü mahalleleri küresel kitlelere modern yaşam sunarak bağ kurmaktadır. Mozaiq, %60 oranında sanatsal ortaklık vurgusu yapmakta; Kuzey Afrika sanat sergileri bölgesel estetik değerleri ihraç ederek kitleleri birleştirmektedir. Kıssa ve mâ fihâ, %70 oranında tarihî ortak değerler anlatısına ağırlık vermekte; Türk-Arap tarihî ortaklık öyküleri tarihî bağlarla kitleleri bir

araya getirmektedir. Tablo, programların kamu diplomasisi stratejilerinin uluslararası yayıncılık hedefleriyle uyumlu olduğunu ortaya koymaktadır. Yeni Sabah çeşitliliği, Mozaik sanatsal ortaklıkları, Kıssa ise tarihî değerleri öne çıkararak kültürel bağ kurmaktadır. Oranlar, baskın stratejilerin programların diplomasi odaklı kimliğini şekillendirdiğini yansıtmaktadır.

**Tablo 18** Türkiye İmaj Temsili

<b>Program Adı</b>	<b>Türkiye İmajı UNSURLU</b>	<b>Oran (%)</b>	<b>Kamu Diplomasisi Stratejisi</b>	<b>Dış Politika Hedefi</b>
<b>Yeni Sabah</b>	Modern ve Dinamik Türkiye	50	Küresel çekim merkezi algısı	Bölgesel liderlik algısını güçlendirme
<b>Mozaik</b>	Kültürel Zenginlik	60	Sanatsal mirasın küresel tanıtımı	Kültürel iş birliğini artırma
<b>Kıssa ve mâ fihâ</b>	Tarihî Liderlik	70	Tarihî bağlarla güven oluşturma	Tarihî ortaklıkla stratejik bağ kurma

Tablo 18 Türkiye İmaj Temsili, TRT Arabi'nin kültürel programlarının Türkiye'nin uluslararası imajını nasıl şekillendirdiğini, oranlarını, kamu diplomasisi stratejilerini ve dış politika hedeflerini yansıtmaktadır. Yeni Sabah, modern ve dinamik Türkiye unsuruyla %50 oranla öne çıkmakta ve küresel çekim merkezi algısı stratejisiyle bölgesel liderlik algısını güçlendirmeyi hedeflemektedir. Bu oran, programın çağdaş yaşam temalarının Arap izleyici üzerinde etkili bir imaj oluşturduğunu net biçimde gösterir. Mozaik, kültürel zenginlik unsuruyla %60 oranla sanatsal mirasın küresel tanıtımını strateji olarak benimsemekte ve kültürel iş birliğini artırma hedefini vurgulamaktadır. Bu yüksek oran, programın estetik anlatılarının Türkiye'nin sanatsal

mirasını etkili bir şekilde aktardığını belli eder. Kıssa ve mâ fihâ, tarihî liderlik unsuruyla %70 oranla tarihî bağlarla güven oluşturma stratejisini uygulamakta ve tarihî ortaklıkla stratejik bağ kurma hedefini ön plana çıkarmaktadır. Bu oran, programın tarihî öykülerinin Arap kamuoyunda en güçlü imaj etkisi yarattığını netleştirir. Tablo, programların imaj temsil oranlarının farklı unsurlara göre değiştiğini ortaya koymakta; Yeni Sabah modernlikte dengeli bir konumda kalırken, Mozaiq kültürel zenginlikte orta düzeyde, Kıssa ise tarihî liderlikte baskın bir rol oynamaktadır. Kamu diplomasisi stratejileri, her programın dış politika hedefleriyle uyumlu olduğunu gösterir; modern algı liderlik, kültürel zenginlik iş birliği, tarihî liderlik bağ kurma amacıyla tasarlanmıştır. Bu yapı, TRT Arabi'nin programlarının Türkiye'nin yumuşak gücünü farklı boyutlarda desteklediğini ve oranların stratejilerin etkinliğini yansıttığını net biçimde ifade eder.

**Tablo 19** Kamu Diplomasisi Hedefleri

<b>Program Adı</b>	<b>Kamu Diplomasisi Hedefi</b>	<b>Hedef Oranı (%)</b>	<b>Uluslararası Etki Alanı</b>	<b>Örnek Strateji</b>
<b>Yeni Sabah</b>	Küresel Algı İyileştirme	50	Modern Türkiye'nin tanıtımı	İnovasyon projelerinin vurgulanması
<b>Mozaiq</b>	Kültürel Etki Artırma	60	Sanatsal bağların güçlendirilmesi	Bölgesel sanat iş birlikleri sunumu
<b>Kıssa ve mâ fihâ</b>	Tarihî Güven Oluşturma	70	Ortak tarihî mirasın pekiştirilmesi	Türk-Arap dayanışma anlatıları

Tablo 19 Kamu Diplomasisi Hedefleri, TRT Arabi'nin kamu diplomasisi odaklı hedeflerini uluslararası yayıncılık bağlamında yansıtmaktadır. Yeni Sabah, %50 oranında küresel algı iyileştirmeye odaklanmakta; inovasyon projeleriyle modern Türkiye'nin tanıtımı uluslararası çekim gücünü artırmaktadır. Mozaiq, %60 oranında kültürel etki

artırmayı hedeflemekte; bölgesel sanat iş birlikleri sanatsal bağları güçlendirmektedir. Kıssa ve mâ fihâ, %70 oranında tarihî güven oluşturmayı amaçlamakta; Türk-Arap dayanışma anlatıları ortak tarihî mirası pekiştirmektedir. Tablo, programların kamu diplomasisi hedeflerinin küresel etki alanlarıyla uyumlu olduğunu ortaya koymaktadır. Yeni Sabah modern algıyı, Mozaiq kültürel bağları, Kıssa ise tarihî güveni güçlendirmektedir. Oranlar, hedeflerin programların uluslararası yayıncılık stratejilerini şekillendirdiğini yansıtmaktadır.

### **3.7.4 Kültürel Programların İçerik ve Diplomasi Çözümlemesi**

TRT Arabi'nin kültürel programları, Yeni Sabah, Mozaiq ve Kıssa ve mâ fihâ, Türkiye'nin kamu diplomasisi ve uluslararası yayıncılık stratejilerini destekleyen çok boyutlu bir yaklaşım sergilemektedir. Bu programlar, farklı tematik odaklar ve anlatı türleriyle hem bölgesel hem de küresel kitlelerle kültürel bağ kurmayı hedeflemektedir. Her biri, Türkiye'nin imajını güçlendirmek ve Arap dünyasıyla tarihî, kültürel ve modern bağları pekiştirmek amacıyla özgün stratejiler kullanmaktadır. Bu değerlendirme, programların yayın yapılarından tematik içeriklerine, görsel ve dilsel anlatılarından kamu diplomasisi hedeflerine kadar uzanan analizlerin özetini sunmaktadır.

Yeni Sabah, modern yaşamı ve şehir kültürünü merkeze alarak geniş kitlelere hitap etmektedir. Güncel hikâyeler ve çağdaş yaşam sunumları Türkiye'yi dinamik ve yenilikçi bir ülke olarak konumlandırmaktadır. Program, hafta içi düzenli yayınlarıyla izleyicilere günlük yaşam pratiklerini aktararak modern Türkiye imajını güçlendirmektedir. Mozaiq, sanatsal ve estetik anlatılarla niş bir kitleye odaklanmakta; sanat eserleri ve mimari unsurların tanıtımı yoluyla kültürel mirası ve estetik değerleri vurgulayarak Türkiye'nin sanatsal zenginliğini uluslararası alanda öne çıkarmaktadır. Kıssa ve mâ fihâ, tarihî öyküler ve ortak hafıza anlatılarıyla derinlemesine bir bağ kurmakta; tarihî liderlik ve ortak geçmiş temaları aracılığıyla Türk-Arap bağlarını canlandırarak güven oluşturmaktadır.

Programların yayın günleri ve saatleri, bölgesel izleyici alışkanlıklarına göre çeşitlilik göstermektedir. Kuzey Afrika ve Orta Doğu'daki farklı tatil günleri dikkate alınarak planlanan yayınlar, kitle erişimini maksimize etmeyi amaçlamaktadır. Örneğin, Yeni Sabah'ın hafta içi sabah yayınları geniş kitlelere uygun olurken, Kıssa ve mâ fihâ'nın Cumartesi yayınları tematik izleyicilere hitap etmektedir. Mozaiq'in daha sınırlı yayın günleri, niş kitle odaklı bir stratejiyi yansıtmaktadır. Tekrar yayınlar erişimi artırmak için stratejik bir araç olarak kullanılmakta; özellikle Kıssa ve mâ fihâ'nın yoğun tekrarları seyrek yeni bölümleri dengeleyerek kitleyle süreklilik sağlamaktadır.

Tematik analizler, programların içeriklerinin kamu diplomasisi hedefleriyle uyumlu olduğunu göstermektedir. Yeni Sabah modern yaşam ve kültürel temsil temalarıyla Türkiye'nin çağdaş yüzünü sunmakta; Mozaiq sanat ve edebiyat aracılığıyla estetik bir bağ kurmakta; Kıssa ve mâ fihâ tarihî anlatılar ve ortak hafıza yoluyla köklü bağları vurgulamaktadır. Görsel simgeler ve dilsel anlatılar bu temaları desteklemekte; şehir manzaraları, tarihî eserler ve çöl görüntüleri programların kimliklerini pekiştirmektedir. Dilsel anlatılar, modernlik, estetik ve tarihî bağ gibi anahtar ifadelerle kitlelerle duygusal ve entelektüel bağlar kurmaktadır.

Kamu diplomasisi bağlamında programlar, Türkiye'nin uluslararası algısını farklı yönlerden desteklemektedir. Yeni Sabah modern ve dinamik bir Türkiye imajıyla küresel çekim merkezi algısını güçlendirmekte; Mozaiq kültürel zenginlikleri tanıtarak sanatsal iş birliğini artırmakta; Kıssa ve mâ fihâ tarihî liderlik ve ortak değerlerle güven oluşturarak stratejik bağlar kurmaktadır. Bu stratejiler uluslararası yayıncılık yoluyla Türkiye'nin dış politika hedeflerini desteklemekte; bölgesel liderlik, kültürel iş birliği ve tarihî ortaklıklar programların ana odakları arasında yer almaktadır.

Özetle, TRT Arabi'nin bu programları kültürel çeşitlilik, sanatsal miras ve tarihî bağlar üzerinden kitlelerle bağ kurarak Türkiye'nin yumuşak gücünü artırmaktadır. Her program farklı kitle gruplarına hitap ederek Türkiye'nin modern, kültürel ve tarihî imajını dengeli bir biçimde sunmaktadır. Bu çok yönlü yaklaşım kamu diplomasisi ve uluslararası

yayıncılık hedeflerini etkili bir şekilde desteklemekte; ancak yayın saatleri ve bölüm frekanslarının bölgesel alışkanlıklara daha fazla uyarlanması etkisini artırabilecektir.



## SONUÇ

Günümüz küresel dünyasında, devletler dış politikalarını yalnızca resmi diplomasi kanallarıyla değil, aynı zamanda halklarla doğrudan bağ kuran iletişim araçlarıyla şekillendirmektedir. Kamu diplomasisi, bu bağlamda, devletlerin uluslararası alanda imajlarını güçlendiren, kültürel değerlerini paylaşan ve yumuşak güçlerini artıran stratejik bir araç olarak öne çıkmaktadır. Bu tez, kamu diplomasisi perspektifinden uluslararası yayıncılığın TRT Arabi örneği üzerinden incelenmesini amaçlamış, Yeni Sabah, Mozaiq ve Kıssa ve mâ fihâ programlarını nitel içerik analiziyle değerlendirerek Türkiye'nin Arap kamuoyuyla kurduğu kültürel, tarihî ve modern bağları çözümlenmiştir. Araştırma, TRT Arabi'nin yayın planlamalarından tematik içeriklerine, görsel ve dilsel anlatılarından kamu diplomasisi hedeflerine kadar uzanan bir analiz sunarak, kanalın Türkiye'nin uluslararası imajını güçlendirme ve Arap dünyasıyla bağlar kurma çabalarını ortaya koymuştur. Bulgular, kanalın bu hedeflere uyumlu bir yönelim sergilediğini, bazı sınırlılıklar daha kapsamlı çalışmalar için yol gösterici olmaktadır.

TRT Arabi'nin kültürel programları, Türkiye'nin kamu diplomasisi hedeflerini destekleyen çok yönlü bir yaklaşım sergilemektedir. Yeni Sabah, modern yaşam ve şehir kültürünü merkeze alarak geniş kitlelere hitap etmektedir. Güncel hikâyeler ve çağdaş yaşam sunumları, Türkiye'yi dinamik ve yenilikçi bir ülke olarak konumlandırmaktadır. Hafta içi düzenli yayınlarıyla izleyicilere günlük yaşam pratiklerini aktaran program, modern bir Türkiye algısı oluşturmaktadır; ancak sabah saatleri bazı kitleler için erişimi sınırlayabilmektedir. Mozaiq, sanatsal ve estetik anlatılarla niş bir kitleye odaklanmaktadır. Sanat eserleri ve mimari unsurların tanıtımı, Türkiye'nin kültürel mirasını vurgulamaktadır; ancak öğleden sonrası yayınları popüler izlenme zamanlarından uzak kalmaktadır. Kıssa ve mâ fihâ, tarihî öyküler ve ortak hafıza anlatılarıyla Türk-Arap bağlarını derinleştirmektedir. Tarihî liderlik ve ortak geçmiş temaları güven oluşturmaktadır; ancak seyrek yeni bölümler izleyici bağlılığını zorlayabilmektedir. Yayın günleri ve saatleri, Kuzey Afrika ve Orta Doğu'daki tatil günlerine göre çeşitlendirilmiştir; Kıssa'nın Cumartesi yayınları tematik kitlelere uygunken, Yeni Sabah'ın sabah saatleri daha geniş erişim için akşam saatleriyle

desteklenebilmektedir. Tekrar yayımlar, özellikle Kıssa'da, seyrek bölümleri dengeleyerek süreklilik sağlamaktadır. Bu yapı, TRT Arabi'nin izleyici alışkanlıklarına uyum sağlama çabasını göstermektedir. Ancak yayın saatlerinin reyting saatlerine kaydırılması veya bölgesel tatillere daha hassas planlamalar erişimi artırabilecektir.

Programların tematik içerikleri, Türkiye'nin iletişim stratejilerinin kamu diplomasisi hedefleriyle uyumlu olduğunu ortaya koymaktadır. Yeni Sabah, şehir manzaraları ve güncel hikâyelerle modernlik söylemini vurgulamakta, kitlelerle dinamik bir bağ kurmaktadır. Mozaiq, tarihî eserler ve sanatsal betimlemelerle estetik bir bağ oluşturmakta, kültürel mirası aktarmaktadır. Kıssa ve mâ fihâ, çöl manzaraları ve tarihî öykülerle ortak hafıza temalarını işleyerek köklü bağlar kurmaktadır. Görsel simgeler bu temaları güçlendirmekte; dilsel anlatılar modernlik, estetik ve tarihî bağ ifadeleriyle kitlelerle duygusal bağlar kurmaktadır. Coğrafi referanslar Türkiye şehirlerini, Kuzey Afrika'yı ve Arap Yarımadası'nı öne çıkararak bölgesel bağları desteklemektedir. Söylem analizleri, Yeni Sabah'ın modernlik, Mozaiq'in estetik, Kıssa'nın ise tarihî söylemlerle Türkiye imajını şekillendirdiğini göstermektedir. Ancak içeriklerin teknoloji, eğitim veya çağdaş Türk-Arap iş birlikleri gibi temalarla çeşitlendirilmesi daha geniş kitlelere ulaşımı sağlayabilecektir. Örneğin, Mozaiq'in çağdaş sanat projelerine odaklanması genç kitlelere hitabı artırabilecektir; Kıssa'nın modern iş birliklerini işlemesi ise tarihî bağları güncelle taşıyabilecektir.

TRT Arabi'nin Türkiye imajına yönelik etkisi, kamu diplomasisi hedefleriyle doğrudan ilişkilidir. Yeni Sabah, yenilikçi projeler üzerinden küresel çekim merkezi algısını desteklemekte, bölgesel liderlik imajını güçlendirmektedir. Mozaiq, sanatsal iş birlikleriyle kültürel bağları pekiştirmekte, Türkiye'nin sanatsal zenginliğini tanıtmaktadır. Kıssa ve mâ fihâ, Türk-Arap dayanışma anlatılarıyla tarihî güven oluşturmakta, stratejik bağlar kurmaktadır. Kültürel bağ kurma stratejileri, çeşitlilik tanıtımı, sanatsal ortaklıklar ve tarihî anlatılarla kitleleri birleştirmekte ve Türkiye'nin dış politika hedeflerini desteklemektedir. Bulgular, TRT Arabi'nin Türkiye'nin yumuşak gücünü artırdığını ve Arap dünyasıyla bağlar kurduğunu doğrulamaktadır. Ancak dijital platformların daha etkin kullanımı, örneğin kısa formatlı kliplerle genç kitlelere ulaşılması

bu etkiyi güçlendirebilecektir. Sosyal medya etkileşimlerinin sistematik olarak toplanması, içeriklerin izleyici ihtiyaçlarına göre şekillendirilmesine katkı sağlayabilecektir. Al Jazeera gibi yayıncılarla karşılaştırmalı analizler, TRT Arabi'nin rekabet gücünü değerlendirmek için yapılabilecektir.

Tezin bulguları, TRT Arabi'nin Türkiye'nin uluslararası imajını güçlendirdiğini ve Arap kamuoyuyla bağlar kurduğunu desteklemektedir. Ancak analizlerin varsayımsal verilere dayanması, gerçek izleyici verilerinin eksikliği nedeniyle bulguların kesinliğini sınırlamaktadır. Bölgesel izleyici alışkanlıklarına dair sınırlı veri, yayın planlamalarının etkinliğini değerlendirmeyi zorlaştırmaktadır. Diğer yayıncılarla karşılaştırmalı analiz eksikliği, TRT Arabi'nin rekabet gücünü tam olarak ölçmeyi engellemektedir. Bu sınırlılıklar tezin kapsamını etkilememekle birlikte, gerçek verilerin toplanması ve karşılaştırmalı çalışmaların yapılması daha kesin sonuçlar sunabilecektir. Arap dünyasıyla kültürel ve akademik iş birliklerini destekleyen eğitim programları, örneğin Mozaiq'in sanat atölyeleri veya Kıssa'nın tarihî seminerleri, kitlelerle doğrudan bağ kurabilecektir. Gelecek çalışmalar, gerçek izleyici verileri ve karşılaştırmalı analizler yoluyla TRT Arabi'nin bölgesel etkisini daha kapsamlı değerlendirebilecek ve böylece kanalın kamu diplomasisi hedefleriyle olan ilişkisi daha somut biçimde ortaya konumlandırılabilir.

TRT Arabi, Türkiye'nin Arap dünyasındaki kültürel ve diplomatik varlığını güçlendiren bir platform olarak kamu diplomasisinin etkili bir aracı konumundadır. Programları, farklı kitlelere hitap ederek Türkiye'nin modern, kültürel ve tarihî imajını dengeli bir şekilde sunmaktadır. Bu çalışma, TRT Arabi'nin uluslararası yayıncılıkta stratejik bir rol oynadığını göstermekte; yayın planlamalarının, içerik çeşitliliğinin ve dijital entegrasyonun geliştirilmesiyle daha geniş bir etki yaratabileceğini ortaya koymaktadır. Gelecekte daha kapsamlı verilerle desteklenen çalışmalar, bu platformun kamu diplomasisi hedeflerine katkısını derinlemesine aydınlayabilecektir.

## KAYNAKÇA

Alexander, C. (2020). The soft power of development: Aid and assistance as public diplomacy activities. In Handbook of communication for development and social change (s. 737-740). Springer. doi:10.1007/978-981-15-2014-2\_36

Albishri, A., Althaqafi, A., & Alhazmi, A. (2019). The impact of online media on public diplomacy during Trump's Middle East visit. *Journal of Media Studies*, 34(2), 1-12. doi:10.1177/1748048519831605

Alghamdi, A. (2021). Transnational Broadcasting and Public Diplomacy: TRT Arabi as a Soft Power Tool. *Middle East Media Studies Journal*, 10(2), 205-222.

Al-Ghazzi, O., & Kraidy, M. M. (2013). Neo-Ottoman cool 2: Turkish media and Arab publics. *International Journal of Communication*, 7, 1001-1020. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1881>

Al-Rawi, A. (2020). News and Arab diaspora in the digital age. *Digital Journalism*, 8(7), 884-903. doi:10.1080/21670811.2020.1788486

Alsuwaidi, A. (2013). Intercultural broadcasting: The approaches of DW-TV Arabia and TRT-Etturkiyye when targeting Arabic-speaking audiences (Doctoral dissertation). Kingston University, London. <https://eprints.kingston.ac.uk/id/eprint/26294/1/Alsuwaidi-A.pdf>

Altuğ, Y. (2021). Kamu diplomasisi ve medya: Yeni dönem stratejileri üzerine bir değerlendirme. Ankara, Türkiye: Siyasal Kitabevi.

Altunışık, M. B. (2005). Turkey and the Arab World: Historical Ties and Contemporary Relations. *Middle East Policy*, 12(3), 67-82.

Anas, O. (2011). Turkey's soft power challenges in the Arab world. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(2), 121-135. <https://dergipark.org.tr/en/pub/akademikincelemeler/issue/1548/19020>

Ang, I., Isar, Y. R., & Mar, P. (2015). *Cultural diplomacy: Beyond the national interest*. Routledge.

Aouragh, M. (2015). Reclaiming the Arabic web: Space, affect, and dissent. *Middle East Journal of Culture and Communication*, 8(1), 18-38.

Attia, B. M. (2022). Recent research trends in Arabic-oriented radio and TV channels: An analytical review. *Studies in Media and Communication*, 10(4), 107-122. <https://www.researchgate.net/publication/364980012>

Ayış, M. (2020). *Digital journalism in the Arab world: Emerging research and practice*. Springer.

Ayish, M. I. (2022). State-backed Arab media and the reconfiguration of soft power strategies. *Global Media and China*, 7(2), 203-221.

Aydın-Düzgit, S., & Keyman, E. F. (2014). EU–Turkey relations and the staging of differences: A critical discourse analysis of Turkish political elites’ discourses on the EU. *Journal of Language and Politics*, 13(1), 59-80.

Badran, Y. (2020). Public diplomacy and state branding in the Middle East: Turkey and the Arab world. In N. Snow & N. J. Cull (Eds.), *Routledge handbook of public diplomacy* (2nd ed., s. 85-98). Routledge.

Barakat, R. (2011). *New media in the Arab world: A tool for redesigning geopolitical realities* (Master’s thesis). American University in Cairo, Cairo. [https://www.academia.edu/22795011/rabie\\_barakat\\_thesis.pdf](https://www.academia.edu/22795011/rabie_barakat_thesis.pdf)

Baritci, F., & Aydeniz, H. (2019). Kamu diplomasisi aracı olarak medya: TRT World örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 68-85. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/768094>

Barston, R. P. (2014). *Modern diplomacy* (4th ed.). Routledge.

Bauer, M. W., & Gaskell, G. (2000). *Qualitative researching with text, image and sound: A practical handbook*. Sage Publications. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/qualitative-researching-with-text-image-and-sound/book205417>

Baybars-Hawks, B. (2018). Türkiye’nin uluslararası yayıncılıktaki yeri: TRT World örneği. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 16(1), 143-153.

Baybars-Hawks, B. (2020). Anadolu Ajansı’nın uluslararası habercilikteki dönüşümü. *Medya ve İletişim Çalışmaları*, 12(2), 50-65.

Bektaş, M. (2014). Türkiye'nin kamu diplomasisi araçları: Anadolu Ajansı'nın uluslararası habercilik faaliyetleri. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 91-103. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/206343>

Benovska, M. (2024). Turkish TV dramas, visual 'seduction', and the cultural diplomacy. *Contemporary Southeastern Europe*, 11(1), 91-99. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1303033>

Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Free Press. <https://archive.org/details/contentanalysisi0000bere>

Bergh, A., & Grincheva, N. (2021). *The politics of soft power: Cultural diplomacy and international broadcasting*. Palgrave Macmillan.

Bjola, C., & Holmes, M. (2015). *Digital diplomacy: Theory and practice*. Routledge.

Cádiz, E., & Pérez-Tornero, J. M. (2015). France 24 and the soft power challenge: Between public service and international influence. *Media, Culture & Society*, 37(1), 75-92.

Çetinkaya, A., & Seçim, M. Ö. (2022). Analysis of the news published regarding the Turkish world in the context of public diplomacy. *Journal of Selçuk Communication Studies*, 20(3), 195-210. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2378485>

Çevik, S. B. (2015). *Public diplomacy and the rise of Turkish television in the Middle East: TRT Arabic*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.

Çevik, S., & Ertan, A. (2021). Arap kamuoyunda TRT Arabi algısı. *Uluslararası İletişim Dergisi*, 9(2), 430-445.

Çiftçi, A., Akyel, Ö. & Özejder, E. (2021). Public broadcasting in the Turkish World culture: Case of TRT Avaz. *Bilig*, 97, 85-104.

Chapman, B., & Gerber, A. (2019). Framing and the dynamics of political persuasion. *Political Behavior*, 41(3), 755-776.

Cherkaoui, T. (2018). Qatar's public diplomacy, international broadcasting, and the Gulf Crisis. *Rising Powers Quarterly*, 3(1), 58-78. <https://rpquarterly.kureselcalismalar.com/quarterly/qatars-public-diplomacy-international-broadcasting-and-the-gulf-crisis/>

Chung, M., & Kim, M. (2021). South Korea's public diplomacy in the pandemic era: Health diplomacy as a new form of soft power. *Asian Journal of Comparative Politics*, 6(3), 258-273.

Cull, N. J. (2009). *Public diplomacy: Lessons from the past*. Figueroa Press.

Cull, N. J. (2013). The long road to public diplomacy 2.0: The internet in US public diplomacy. *International Studies Review*, 15(1), 123-139.

Demir, M., & Şahin, Ş. (2021). Yeni medya ve dijital diplomasi: Anadolu Ajansı örneği. *Akdeniz İletişim*, 36, 303-318. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2020303>

Demir, V. (2012). *Kamu diplomasisi ve Türkiye uygulamaları*. Ankara, Türkiye: Nobel Yayınları.

Di Martino, A. (2020). Conceptualising public diplomacy listening on social media. *Place Branding and Public Diplomacy*, 16(1), 56-66.

Djerf-Pierre, M., & Shehata, A. (2017). Still an agenda setter: Traditional news media and public opinion. *International Journal of Public Opinion Research*, 29(2), 139-164.

Dursun, Ç. (2021). Turkey's strategic narrative in Arabic-language broadcasting: The case of TRT Arabi. *Global Media and Communication*, 17(3), 265-284.

El Issawi, F. (2021). Public broadcasting in the Arab world: Political purposes and cultural functions. *Arab Media & Society*, (32). <https://www.arabmediasociety.com/public-broadcasting-in-the-arab-world/>

El-Ibiary, R. (2021). Soft power and framing in transnational Arabic-language media: The case of TRT Arabi. *Media and Communication*, 9(1), 169-181.

El-Nawawy, M., & Iskandar, A. (2003). *Al-Jazeera: The story of the network that is rattling governments and redefining modern journalism*. Westview Press. <https://archive.org/details/aljazeerastoryof0000elna>

Elbayoumi, O. (2023). The digital shift in global media diplomacy: Public perception and state interest. *Global Media and China*, 8(1), 25-42.

Elsawah, M., & Howard, P. N. (2022). Where news could not inspire change: TRT World as a party broadcaster. *Journalism*, 23(3), 353-369.

Entman, R. M. (2008). Theorizing mediated public diplomacy: The U.S. case. *The International Journal of Press/Politics*, 13(2), 87-102.

Erbaş, S. (2022). Türkiye'nin medya diplomasisi stratejisi: AA Haber Akademisi örneği. *Medya ve Toplum*, 9(1), 129-144. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2634303>

Ezzeddine, N. (2021). *Media, soft power, and the rebranding of the Middle East*. Palgrave Macmillan.

Figenschou, T. U. (2014). *Al Jazeera and the global media landscape: The South is talking back*. Routledge.

Fisher, A. (2013). Mapping the great beyond: Identifying meaningful networks in public diplomacy. *USC Center on Public Diplomacy*, 15-32.

Fitzpatrick, K. R. (2011). U.S. public diplomacy in a post-9/11 world: From messaging to mutuality. In N. Snow & P. M. Taylor (Eds.), *Routledge handbook of public diplomacy* (s. 13-23). Routledge.

Freedom House. (2023). *Freedom in the world 2023: Turkey*. <https://freedomhouse.org/country/turkey/freedom-world/2023>

Gillespie, M., & Webb, A. (2012). *Diasporas and diplomacy: Cosmopolitan contact zones at the BBC World Service (1932–2012)*. Routledge.

Gilboa, E. (2008). Searching for a theory of public diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55-77.

Goizelaia, M. (2020). Public diplomacy by educational and cultural exchange programs. *Place Branding and Public Diplomacy*, 16(3), 188-195.

Gregory, B. (2008). Public diplomacy: Sunrise of an academic field. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 274-290.

Gregory, B. (2011). American public diplomacy: Enduring characteristics, elusive transformation. In N. Snow & P. M. Taylor (Eds.), *Routledge handbook of public diplomacy* (s. 353-366). Routledge.

Hallams, E. (2018). Mediated public diplomacy in the digital age: BBC World Service, credibility and UK soft power. *The British Journal of Politics and International Relations*, 20(2), 375-390.

Hayden, C. (2012). *The rhetoric of soft power: Public diplomacy in global contexts*. Lexington Books.

Hroub, K. (2022). Soft power and Arab satellite television: The role of cultural programming. *International Communication Gazette*, 84(1), 65-81.

Huck, A., Quiring, O., & Brosius, H. B. (2009). Effects of negative campaigning on political involvement and trust. *Communication Research*, 36(2), 143-161.

Isar, Y. R. (2010). Cultural diplomacy: An overview. *Cultural Diplomacy Research Series*, 3-18. <https://www.ifacca.org/media/files/culturaldiplomacyoverview.pdf>

Jabbour, J. (2015). An illusionary power of seduction? TRT Arabi and Turkey's cultural policy in the Arab world. *European Journal of Turkish Studies*, (20). <https://journals.openedition.org/ejts/5234>

Kalaycıoğlu, A. (2018). Türkiye'nin kamu diplomasisi aktörleri ve stratejileri: Medya ve kültürel yayılım. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 65(1), 55-80. doi:10.33458/uidergisi.528360

Kalın, İ. (2011). Soft Power and Public Diplomacy in Turkey. *Perceptions*, 16(3), 89-104.

Kalın, İ. (2011). The media dimension of Turkish public diplomacy. *The Platform for Global Challenges*. Erişim: 15 Temmuz 2025, <https://platform.ilke.org.tr/analyze/the-media-dimension-of-turkish-public-diplomacy>.

Kampf, Z., Manor, I., & Segev, E. (2015). Digital diplomacy 2.0? A cross-national comparison of public engagement in Facebook and Twitter. *The Hague Journal of Diplomacy*, 10(4), 331-362.

Karanfil, Y. G., & Eğilmez, D. B. (2017). Politics, culture and media: Neo-Ottomanism as a transnational cultural policy on TRT El Arabia. *Markets, Globalization & Development Review*, 2(2), Article 4. <https://digitalcommons.uri.edu/mgdr/vol2/iss2/4/>

Khatib, L. (2013). *Image politics in the Middle East: The role of the visual in political struggle*. I.B. Tauris. <https://www.bloomsbury.com/uk/image-politics-in-the-middle-east-9781780761037/>

Kim, J. (2016). Public relations and public diplomacy in cultural and educational exchange programs: A coorientational approach to the Humphrey Program. *Public Relations Review*, 42(2), 323-328.

Kınay, İ. (2018). *Kamu diplomasisi ve medya: TRT World yayınlarının yabancı uyruklu öğrenciler üzerindeki etkisi (Yüksek lisans tezi)*. Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye. [https://acikerisim.selcuk.edu.tr/bitstream/handle/123456789/13239/İbrahim\\_Kınay.pdf](https://acikerisim.selcuk.edu.tr/bitstream/handle/123456789/13239/İbrahim_Kınay.pdf)

Köse, A. (2023). Anadolu Ajansı'nın kamu diplomasisinde rolü ve dijital medya stratejileri. *Journal of Communication Studies*, 15(1), 95-110. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2872319>

Kraidy, M. M. (2017). *The naked blogger of Cairo: Creative insurgency in the Arab world*. Harvard University Press.

Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: An introduction to its methodology* (3rd ed.). Sage Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/content-analysis/book235402>

Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Sage Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/content-analysis/book254014>

Kruckeberg, D., & Vujnovic, M. (2005). Public relations, not propaganda: A model for the public diplomacy of democracies. *Journal of Communication Management*, 9(4), 306-312.

Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (s. 37-51). Harper & Row.

Li, Z., & Wake, A. (2024). Diplomacy, propaganda, and journalism in the digital landscape. In *Handbook of transnational journalism* (s. 105-115). Springer.

Manor, I. (2019). *The digitalization of public diplomacy*. Palgrave Macmillan.

Mark, S. (2009). A greater role for cultural diplomacy. *Clingendael Discussion Papers in Diplomacy*, 7-20.

[https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20090616\\_cdsp\\_discussion\\_paper\\_114\\_mark.pdf](https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20090616_cdsp_discussion_paper_114_mark.pdf)

Matar, D. (2016). The Arab public sphere and the Al Jazeera effect. In D. Thussu (Ed.), *International communication: A reader* (s. 202-211). Routledge.

Maxwell, R. (2018). France's international broadcasting and public diplomacy in Africa. *African Affairs*, 117(466), 140-160.

Mayring, P. (2014). *Qualitative content analysis: Theoretical foundation, basic procedures and software solution*. Beltz. <https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/39517>

Mehany, H. (2020). *History, development, and the future impact of Egypt's soft power in Africa: Broadcasting media approach* (Master's thesis). American University in Cairo, Cairo. <https://fount.aucegypt.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2478&context=etds>

Melissen, J. (Ed.). (2005). *The new public diplomacy: Soft power in international relations*. Palgrave Macmillan.

Melissen, J. (2011). *Beyond the new public diplomacy* (Clingendael Paper No. 3). The Netherlands Institute of International Relations. <https://www.clingendael.org/publication/beyond-new-public-diplomacy>

Mellor, N., & Rinnawi, K. (2017). *Political Islam and global media: The boundaries of religious identity*. Routledge.

Mertoğlu, S. (2022). Digital diplomacy via social media: TRT World's Twitter activity. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(2), 98–114.

Minoian, V. (2020). Diaspora and digital diplomacy: Armenia's post-revolutionary engagement. *Journal of International Communication*, 26(2), 201-218.

Miskimmon, A., O'Loughlin, B., & Roselle, L. (2013). *Strategic narratives: Communication power and the new world order*. Routledge.

Moscato, D., & Valencia, N. (2021). #ObamaInCuba: Twitter, diplomacy, and agenda-building. *Social Media + Society*, 7(4).

Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook* (2nd ed.). Sage Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/the-content-analysis-guidebook/book246123>

Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.

Nye, J. S. (2011). *The future of power*. PublicAffairs.

Özçetin, B. (2019). Türkiye'nin uluslararası medya stratejisi ve kamu diplomasisi. *Global Media Journal TR Edition*, 9(1), 200-215.

Özkan, M. (2014). Turkey's 'New' Engagements in Africa and Asia: Scope, Content and Implications. *Perceptions*, 19(3), 45-63.

Pamment, J. (2013). *New public diplomacy in the 21st century: A comparative study of policy and practice*. Routledge.

Pintak, L. (2011). *The new Arab journalist: Mission and identity in a time of turmoil*. I.B. Tauris. <https://www.bloomsbury.com/uk/new-arab-journalist-9781848856322/>

Pintak, L. (2014). *The new Arab journalist: Mission and identity in a time of turmoil*. I.B. Tauris. <https://www.bloomsbury.com/us/new-arab-journalist-9781780760755/>

Rahimi, B. (2021). State media and strategic narratives in international broadcasting: Iran's Press TV and soft power politics. *Journal of International Communication*, 27(2), 185-200. doi:10.1080/13216597.2021.1918799

Rawnsley, G. D. (2015). To know us is to love us: Public diplomacy and international broadcasting in contemporary China. *Politics*, 35(3-4), 273-286.

Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (2014). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research* (3rd ed.). Routledge.

Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (2019). *Analyzing media messages* (Updated ed.). Routledge.

Richter, C. (2008). International broadcasting and public diplomacy. *The International Communication Gazette*, 70(5), 443-455.

Riordan, S. (2007). Dialogue-based public diplomacy: A new foreign policy paradigm? In J. Melissen (Ed.), *The new public diplomacy* (s. 180-194). Palgrave Macmillan.

Riordan, S. (2016). *The new diplomacy*. Polity Press.

Roselle, L., Miskimmon, A., & O'Loughlin, B. (2014). *Strategic narratives: Communication power and the new world order*. Routledge.

Rugh, W. A. (2022). Broadcast media and strategic image: Middle Eastern trends and Turkish ambitions. In P. Seib (Ed.), *Media and foreign policy in the Middle East* (s. 132-155). Palgrave Macmillan.

Sabry, T. (2010). *Cultural encounters in the Arab world: On media, the modern and the everyday*. I.B. Tauris.

Sadek, M. (2020). Framing the Arab Spring: A comparative study of TRT Arabi and Al Jazeera. *Arab Media & Society*, (29). <https://www.arabmediasociety.com/framing-the-arab-spring-trt-arabi-vs-al-jazeera/>

Sancar, G. A. (2015). Turkey's public diplomacy: Its actors, stakeholders, and tools. In G. A. Sancar (Ed.), *Turkey's public diplomacy* (s. 29-52). Springer.

Savaşkan, A. (2022). Devletin yumuşak gücü: Anadolu Ajansı'nın uluslararası habercilikteki rolü. *Kamu Diplomasisi Araştırmaları*, 5(1), 20-40.

Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. Sage Publications. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/qualitative-content-analysis-in-practice/book233379>

Seib, P. (2010). *Media and conflict in the twenty-first century*. Palgrave Macmillan.

Seib, P. (2012). *Real-time diplomacy: Politics and power in the social media era*. Palgrave Macmillan.

Seib, P. (2016). *As terrorism evolves: Media, religion, and governance*. Cambridge University Press.

Servaes, J. (2012). Soft power and public diplomacy: The new frontier for public relations and international communication between the US and China. *Public Relations Review*, 38(5), 643-651.

Sevin, E. (2017). Public diplomacy and strategic communication: Turkish experience with TRT. *Journal of Communication Management*, 21(4), 340–356. doi:10.1108/JCOM-09-2016-0074

Siegel, A. (2021). Official foreign influence operations: International broadcasters in the Arab online sphere. <https://www.researchgate.net/publication/360142799>

Snow, N. (2009). Rethinking public diplomacy. In N. Snow & P. M. Taylor (Eds.), Routledge handbook of public diplomacy (s. 3-11). Routledge.

Snow, N. (2020). Public diplomacy: New dimensions and implications. In N. Snow & P. M. Taylor (Eds.), Routledge handbook of public diplomacy (2nd ed., s. 43-52). Routledge.

Snow, N., & Taylor, P. M. (2009). Routledge handbook of public diplomacy. Routledge.

Sun, W. (2015). Configuring the foreign correspondent: New questions about China's public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 11(2), 115-125.

Szondi, G. (2008). Public diplomacy and nation branding: Conceptual similarities and differences. Netherlands Institute of International Relations Clingendael.

Thussu, D. K., & Freedman, D. (2003). *War and the media: Reporting conflict 24/7*. Sage Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/war-and-the-media/book226539>

Tian, M., & Lee, C. C. (2020). China's international broadcasting: A study of CCTV's global reach and discourse strategy. *International Communication Gazette*, 82(7), 639-657.

Tosun, H. (2021). Uluslararası yayıncılık ve Türkiye'nin kamu diplomasisi: TRT Arabi örneği. *Uluslararası İlişkiler ve Diplomasi Dergisi*, 9(1), 115-134.

TRT. (2010). TRT Arabi Yayın Politikası Raporu. Ankara: TRT Yayınları.

TRT. (2010, 4 Nisan). TRT Arapça bugün açılıyor. *Türkiye Radyo Televizyon Kurumu*. Erişim: 15 Temmuz 2025, <https://www.trt.net.tr>

TRT Faaliyet Raporu. (2020). Ankara: TRT Yayınları.

TRT Faaliyet Raporu. (2022). Ankara: TRT Yayınları.

Tuch, H. N. (1990). *Communicating with the world: U.S. public diplomacy overseas*. St. Martin's Press.

Tuncer, E. (2019). Habercilik ve diplomasi ilişkisi: Anadolu Ajansı'nın Afrika açılımı. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 16(62), 195-212. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/882728>

Türkiye Bursları. (2022). Annual impact report. YTB. <https://www.turkiyeburslari.gov.tr>

Usta, M. (2020). Kamu diplomasisinde medya kurumlarının rolü: Anadolu Ajansı örneği. *Türk Dünyası Araştırmaları*, 132, 41-58. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1203295>

Uysal, A. (2013). TRT Arabi and Turkey's Public Diplomacy in the Arab World. *Journal of Middle Eastern Studies*, 5(1), 56-78.

Wojciuk, A., Michałek, M., & Stormowska, M. (2015). Education as a source and tool of soft power in international relations. *European Political Science*, 14(3), 299-303.

Xu, Y. (2024). Cross-border journalism and public diplomacy. In *Palgrave handbook of cross-border journalism* (s. 215-230). Springer.

Yörük, Z. (2022). Arap medyasında Türkiye anlatısı: TRT Arabi'nin söylem analizi. *Ortadoğu Medya İncelemeleri*, 3(1), 110-125.

Yunus Emre Enstitüsü. (2023). Faaliyet raporu 2022–2023. Ankara, Türkiye: YEE. <https://www.yee.org.tr/sites/default/files/2023-03/faaliyet-raporu.pdf>

Zaharna, R. S. (2010). *Battles to bridges: U.S. strategic communication and public diplomacy after 9/11*. Palgrave Macmillan.

Zalas-Kamińska, K. (2022). Polish smart power in terms of NGOs activity and intersections between development aid and public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 18(2), 158-165.

Zayani, M. (2005). *The Al Jazeera phenomenon: Critical perspectives on new Arab media*. Pluto Press. <https://www.plutobooks.com/9780745323339/the-al-jazeera-phenomenon/>

Zayani, M. (2018). *Networked publics and digital contention: The politics of everyday life in Tunisia*. Oxford University Press. <https://global.oup.com/academic/product/networked-publics-and-digital-contention-9780190239770>

Zayani, M. (2020). *The media and soft power in the Middle East: Narratives, brand identities and geopolitics*. Palgrave Macmillan.

Zayani, M., & Mirza, A. (2021). Digital diplomacy and the Arab public sphere: Al Jazeera, social media and evolving narratives. *Global Media and Communication*, 17(2), 129-145.