

Kamu Yönetimi Yapısal Dönüşümü Çerçevesinde Türkiye'nin Avrupa Birliğine Yönelik İletişim Stratejisi ve Medya¹

Serkan Ökten²

Özet

Türkiye'nin AB adaylık sürecinin daha etkin olarak yürütülmesi hedefiyle ilki 2010 diğerleri 2014 ve 2019 yıllarında olmak üzere Türkiye'nin AB İletişim Stratejisi hazırlanarak kamuoyuyla paylaşmıştır. Söz konusu İletişim Stratejisi “AB’ye Yönelik İletişim Stratejisi” (ABYİS) ve “Türkiye’ye Yönelik İletişim Stratejisi” (TÜYİS) olmak üzere iki yönlü bir niteliğe sahiptir. Aynı zamanda AB İletişim Stratejisi birçok hedef kitleye yönelik araçlar, mesajlar gibi unsuru da içerisinde barındırmaktadır. Daha geniş bir nüfusu hedeflemesi nedeniyle Türkiye'nin AB'ne anlatılmasını amaçlayan ABYİS ve diğer hedef kitlelere ulaşma kabiliyeti nedeniyle İletişim Stratejisinin hedef kitlelerinden medya diğer unsurlardan farklı bir öneme sahiptir.

Bu itibarla, bu çalışmada AB iletişim stratejilerinde verilmek istenilen genel mesajlar, medyaya yönelik önerilen araçların yanı sıra medya ve kamu diplomasisi konusunda öne çıkan kurumlar olan Başbakanlık Basın ve Yayın Genel Müdürlüğü, T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, Anadolu Ajansı, Radyo ve Televizyon Üst Kurumunun yaptığı çalışmalar ele alınmıştır. Başbakanlık, AB Bakanlığı ve Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi döneminde Dışişleri Bakanlığına bağlı yapılar tarafından farklı dönemlerde çıkarılan AB İletişim Stratejilerinin ABYİS ve hedef kitle olarak

- 1 Bu çalışma, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı Avrupa Birliği Çalışmaları Programında 2016 yılında tamamlanan “*Türkiye'nin Avrupa Birliği İletişim Stratejisi: Medya Çalışanları Üzerine Bir Analiz*” adlı yayınlanmış doktora tezinde yer alan AB’ye Yönelik İletişim Stratejileri bölümünün güncel verilerle geliştirilmesiyle üretilmiştir.
- 2 Dr., T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. E-Posta: sokten@yahoo.com.
ORCID ID:0000-0001-9531-3373

medya özelinde muhteviyatı ve uygulamasına yönelik kamu yönetimindeki yapısal dönüşüm çerçevesinde bir analiz yapma fırsatı da oluşmuştur.

Çalışma sonunda Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemiyle birlikte Türkiye'nin kamu diplomasininin İletişim Başkanlığı çatısı altında kurumsallaşmasına yeni bir yön verdiği, tüm ilgili kurumların paydaşlığıyla hayata geçirilen Ulusal Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi ve Eylem Planının Türkiye'nin AB İletişim Stratejisinin daha etkin olmasına yönelik bir girişim olduğu değerlendirilmiştir. Bu kapsamda önceki İletişim Stratejilerine göre mesleki işbirliği ve kurumsal medya eğitimlerinin sayısında artış meydana geldiği, Dezenformasyonla Mücadele Merkezi gibi yeni araçların oluşturulduğu ve sosyal medyayı da kullanarak daha fazla medyaya yönelik söylem ve demeçlerin birer araç olarak kullanılmaya başlandığı görülmüştür. Bununla birlikte verilmek istenen mesajlarda ise terörle mücadele, göç, güvenlik ile birlikte İslamofobi konularının daha yoğunlaştığı dikkat çekmektedir.

Giriş

12 Eylül 1963 tarihinde imzalanan Ankara Anlaşmasıyla hukuki temele kavuşan Türkiye-Avrupa Birliği (AB) ilişkileri, tarihsel süreçte birçok karmaşık durumu içermektedir. Bir yönüyle, Türkiye'nin devlet politikasına göre ve uluslararası metinlerde AB'ye tam üye olarak katılım ana hedef kabul edilirken, diğer yönüyle Türkiye'nin "İmtiyazlı Ortaklık" gibi başka bir modelle AB'yle ilişkilerini devam etmesi şeklinde görüşler tartışılmaktadır (Akçay, 2016:13).

Oysa 10-11 Aralık 1999 tarihlerinde Helsinki'de yapılan AB Devlet ve Hükümet Başkanları Zirvesi'nde Türkiye'nin adaylığının resmen onaylanarak tüm aday ülkelerle birlikte eşit konumlandırılacağı kesin bir dille ifade edilmesi, Türkiye-AB ilişkileri için bir dönüm noktası olmuştur (T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı, 2023, 10 Mart). Bu çerçevede Ankara Anlaşmasıyla başlayan Türkiye'nin Avrupa birliği adaylık süreci serüveni 1999 yılında adaylık statüsünün verilmesiyle umut veren yeni bir döneme girmiştir

Adaylık statüsünün kazanılmasının ardından 3 Ekim 2005 tarihinde "Müzakere Çerçeve Belgesi"nin de kabulüyle başlayan Türkiye'nin AB'ye Katılım Müzakereleri, toplumsal yaşamın çoğu alanını kapsayan 35 fasıl üzerinden yürütülmesiyle devam etmiştir (T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı, 2022, 15 Kasım). Bu kapsamda söz konusu 35 fasıl üzerinden Türkiye adaylık sürecini AB ile dönem dönem yaşanan siyasi çalkantılara rağmen yapısal olarak tamamlama gayretini sürdürmüştür.

AB'ye aday ülkelerde etkili ve verimli bir yönetim modelinin yer alması, hedeflenen sosyal, ekonomik ve teknolojik reformların gerçekleştirilmesini

sağlayacak bir yardımcı etkiye sahiptir. Bununla birlikte AB müktesebatını yerine getirebilmek için yönetsel kapasitenin belli bir niteliğe sahip olmasına ihtiyaç bulunmaktadır (Balcı, 2005:24). Türkiye de kamu yönetiminde yapısal dönüşümlerle her alanda olduğu üzere idari kapasite ve etkinliğini artırmak için çalışmalar yürütmektedir. Bu kapsamda AB adaylık sürecinde Başbakanlığa AB Genel Sekreterliği ile başlayan sorumlu idari yapı, AB Bakanlığı ile devam etmiş, Cumhurbaşkanlığı Yönetim Sistemiyle birlikte Dışişlerine Bağlı AB Başkanlığına dönüşmüştür. Ayrıca, kamu diplomasisi başta olmak üzere diğer ilgili kurumların yapılarında da bir değişim ve dönüşüm yaşanmıştır.

Diğer taraftan, Avrupa Birliği üyeliği konusu tek başına devletlerin mevzuatta yaptıkları düzenlemeler ve yapısal değişikliklerle yürütülecek bir süreç değildir. Devletler nezdinde süreçlerin tamamlanmasının ardından AB üyesi ülkelerde ve üye olacak ülkede referandum yapılarak kamuoyu tarafından onay verilmesi aranmaktadır. Dolayısıyla adaylık sürecini başarılı bir şekilde tamamlamak için AB toplumu ve Türk toplumu arasında anlayışı ve uyumu artıracak politikalar izlemek bir tercih değil zorunluluktur. İşte bu durumdan hareketle Türkiye hem iç kamuoyuna Avrupa Birliğini hem de AB üyesi ülkelerin kamuoylarına doğru şekilde kendini anlatmak için bir iletişim stratejisi oluşturmanın gerekliliğini görek ilk 2010 yılında olmak üzere üç iletişim stratejisi hayata geçirmiştir.

1. Türkiye’de Kamu Diplomasisinin Kurumsallaşması ve AB İletişim Stratejisi

Türkiye’de Avrupa Birliği İletişim Stratejisi ilk olarak ilgili kurum ve kuruluşlardan alınan görüşlerle 2010 yılında Başbakanlığa bağlı AB Genel Sekreterliği tarafından hazırlanarak Bakanlar Kurulu’nda onaylanmasının ardından yayımlanmış, daha sonra AB adaylık sürecinin daha etkin yürütülmesi adına kurulan AB Bakanlığı tarafından 16 Ekim 2014 tarihinde Brüksel’de düzenlenen bir basın toplantısıyla kısa ve orta ölçekli hedeflerin yer aldığı yeni AB İletişim Stratejisi kamuoyu ile paylaşılmıştır (T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı, 2022, 17 Haziran).

2017 yılında yapılan referandumla kabul edilen Anayasa değişikliği sonrası 2018 yılında fiilen uygulanmaya başlanan Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile AB Bakanlığı, AB Başkanlığı olarak Dışişleri Bakanlığı bünyesine alınmıştır. Bu yeni idari yapı ile AB İletişim Stratejisi tekrar ele alınarak 2019 yılında yeni bir bakış açısıyla yayımlanmıştır.

Bununla birlikte kamuoyu nezdinde yürütülecek diplomasi faaliyetleri kamu diplomasisinin alanına girmektedir. Bu kapsamda 2010 yılında AB

Genel Sekreterliğinin AB İletişim Stratejisini hazırladığı dönemde yine Başbakanlığa bağlı Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü ihdas edilmiştir. Bu yapının dönemsel olarak kuruluşunun iletişim stratejisi hazırlık süreciyle eş zamanlı olması sonucu İletişim Stratejisinin hazırlık sürecine dâhil olmadığı görülmektedir.

Diğer taraftan, dünyada kamu diplomasisinin daha fazla ülkenin benimsediği yeni bir politika olması sürecinde Türkiye de devlet olarak kamu diplomasisini kurumsallaştırma çabasına girmesi AB iletişim Stratejisinin sonraki süreçte daha işlerlik kazanmasını sağlayacak bir zemin oluşturması adına önemlidir. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü (KDK) 2010 yılında yayımlanan 2010/3 sayılı Başbakanlık Genelgesiyle Başbakan Başmüşavirinin uhdesinde kurulduğunda Koordinatörlüğün amacı *“kamu diplomasisi alanında yürütülecek çalışmalar ile stratejik iletişim ve tanıtım faaliyetleri konusunda kamu kurum ve kuruluşlarıyla ile sivil toplum örgütleri arasında işbirliği ve koordinasyonu sağlamak”* olarak tanımlanmıştır. Daha çok koordinasyon amacıyla oluşturulan yapının sekretarya işleri Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü sorumluluğuna bırakılmıştır.

Söz konusu yapı bu politikanın uygulanmasında önemli bir başlangıç olmuş ve bu yöndeki irade beyanının sonuçlarının alınmasında ilk aşama olarak kamuoyunda farkındalık oluşturmuştur. Bununla birlikte Koordinatörlük birçok faaliyet yürütmesine karşın zaman içerisinde personel ve altyapı anlamında müstakil bir yapısının olmaması nedeniyle kamu diplomasisi alanında beklenen sonuçların alınmasında yeterince etkin olmadığı yönünde eleştiriler almıştır.

Bu eleştirilerden bir tanesi de Türkiye'nin, kamu diplomasisine yönelik yol haritasını tam netleştirmemiş olması ve kamu diplomasisi taktik ve stratejilerinin gelişmesinde akademinin araştırma, ders içerikleri, yayın ve projeleri artırarak daha yoğun katkı sunması gerekliliğini yerine getirememesi yönünde olmuştur (Yıldırım, 2015: 23).

Diğer taraftan, Türkiye'nin diğer kamu diplomasisi kurumları olarak Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA), Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB), Diyanet İşleri Başkanlığı, Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD), Türk Hava Yolları (THY), Anadolu Ajansı (AA), Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT), Yunus Emre Enstitüsüyle Kültür ve Turizm Bakanlığının da bu alanda birçok faaliyete imza attığı görülmüş, ancak gerçek anlamda bir koordinasyon ve eşgüdüm eksikliğiyle bunun yanında ortak bir hedef ve planlamaya ilişkin bir yapısal mekanizma hayata geçirilememiştir.

2. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ve Yeni Dönemde AB İletişim Stratejisi

2018 yılında Cumhurbaşkanlığı Hükümet sisteminin hayata geçmesiyle Başbakanlığa bağlı tüm birimlerde olduğu şekilde Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü ve Koordinatörlüğün sekretaryasını yürüten Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü hukuksal temelini ve yapısal niteliğini kaybederek mülga olmuştur. Diğer taraftan, 2018’de 14 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı kurulurken bağlı icracı daire başkanlıklarından biri de Kamu Diplomasisi Dairesi Başkanlığı olmuştur. Söz konusu Daire Başkanlığının ilk görevi *“Türkiye’nin ulusal ve uluslararası alanda ileri sürdüğü tezlerini ve politika tercihlerini belirlenen stratejik iletişim çerçevesinde uluslararası kamuoyu üzerinde etkili olacak şekilde aktarmak ve etkin tanıtımını gerçekleştirmek.”* olarak belirlenmiştir. 2022 yılında ise 92/2 sayılı Cumhurbaşkanlığı kararnamesiyle *“Türkiye markasını güçlendirmek ve yurtdışında tanınırlığını artırmak için gerekli faaliyetleri icra ve koordine etmek.”* görevi de Kamu Diplomasisi Dairesi Başkanlığı özelinde İletişim Başkanlığına verilmiştir.

Söz konusu görevler etkin kamu diplomasisi faaliyeti yürütmeyi emretmektedir. Bu itibarla, Kamu Diplomasisi Dairesi Başkanlığının öncelendiği işlerden biri de KDK ile istenilen düzeyde başarılabilen kamu diplomasisi alanında çalışan kurumlar arası işbirliği ve eşgüdümün sağlanmasına yönelik yapısal adımlar atmak olmuştur. Bu çerçevede ilk etapta ilgili kurum ve kuruluşların temsilcilerinin katılımıyla İletişim Başkanlığınca Kamu Diplomasisi Koordinasyon Kurulu oluşturulmuştur.

Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğünden daha belirgin şekilde İletişim Başkanlığının amacı *“Türkiye markasını güçlendirmek”* şeklinde belirtmiştir. Devlet kurumları arasında koordinasyon oluşturmak iki kurum tarafından da ortak belirlenen bir görev niteliğindedir (Kılıçaslan, 2020: 82). Bu amacı gerçekleştirmek için oluşturulan Kamu Diplomasisi Koordinasyon Kurulunun 2021 yılında yapılan ikinci toplantısında eşgüdümü İletişim Başkanlığı tarafından yürütülen 2021-2023 *“Ulusal Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi ve Eylem Planı”*nın hazırlandığı açıklanmıştır. Bu kapsamda ilgili kurum ve kuruluşların yürüttüğü kamu diplomasisi çalışmalarının daha hızlı ve etkin olarak yapılmasını temin etmek amacıyla kurul ve komitelerin bulunduğu Kamu Diplomasisi Koordinasyon Mekanizmasını, 22 strateji belgesi ve eylem planının olduğu Ulusal Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi ve Eylem Planını ve Kamu Diplomasisi İzleme Sistemi’ni içeren Kamu Diplomasisi Koordinasyon Sistemi (KADİS) oluşturulmuştur. İletişim Başkanlığı koordinasyonundaki çalışmalar sonucu 26 kamu diplomasisi komitesi ihdas

edilmiştir. Özel Komiteler arasında AB Komitesi'nin bulunması sağlanmıştır (T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2021,6 Temmuz).

Tablo 1. Ulusal Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi ve Eylem Planı Komite ve Çalışma Grupları

Komiteler	Çalışma Grupları
Bilim Diplomasisi	
Çevre ve İklim Değişikliği	Çevre
	İklim Değişikliği
Dezenformasyonla Mücadele	
Diaspora Diplomasisi	
Dijital Diplomasi	
Eğitim Diplomasisi	Burslar
	Değişim Programları
	İhracat ve İthalat
	Teknoloji ve AR&GE
Yatırım	
Enerji Diplomasisi	
Gastrodiplomasi	
Hukuk, Adalet, İnsan Hakları ve Yargı	
İnanç Diplomasisi	
İnsani Diplomasi	
Kültürel Diplomasi	Dizi ve Sinema
	Gençlik ve Popüler Kültür
	Müzik
	Sanat
Sağlık Diplomasisi	
Savunma Diplomasisi	
Spor Diplomasisi	Geleneksel Sporlar
Tarım ve Gıda Diplomasisi	
Turizm Diplomasisi	
Uluslararası Göç	
Uluslararası Yayıcılık	
Vatandaş Diplomasisi	
Özel Komiteler	Çalışma Grupları
1915 Olayları ve Asılsın İddialara Karşı Mücadele	
Ülke Markalaşması	
Uluslararası Politika ve Güvenlik	Terörle Mücadele
	Doğu Akdeniz
	NATO
AB/ABD Çalışmaları	Lobicilik
Parlamentar Diplomasi	

Kaynak: T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı (2021, 6 Temmuz).

Türkiye’de kamu diplomasisinin tüm boyutlarını kapsayacak şekilde kamu kurum ve kuruluşlarının eşgüdümünde yürütülmesi için oluşturulan bu yapının AB Adaylık sürecinde yapılacak faaliyetlerin planlanması ve uygulanmasında da aktif rol alması beklenmektedir. Bu kapsamda yapılacak önemli faaliyetlerden biri de AB İletişim Stratejisinin etkin bir şekilde yürütülmesidir. Farklı hedef kitleleri ele alan İletişim stratejisinde medya çarpan etkisi nedeniyle ayrı bir önem sahiptir. Bu itibarla, medyaya yönelik yapılacak stratejik iletişim faaliyetlerinin kamu yönetimi yapısal dönüşümü çerçevesinde bu çalışmada ele alınması amaçlanmıştır.

3. Yöntem

Bu çalışmada 2010, 2014 ve 2019 yıllarında farklı kurumlar tarafından yayımlanan Türkiye’nin Avrupa Birliği İletişim Stratejisinde belirlenen iki yönden biri niteliğindeki “AB’ye Yönelik İletişim Stratejisi” (ABYİS) çerçevesinde hedef kitle olarak belirlenen unsurlardan medyaya yönelik yapılan çalışmalar ele alınmıştır. ABYİS’lerde medyaya yönelik belirlenen “verilmek istenen genel mesajlar” ile “önerilen araçlar ve etkinlikler” stratejiler temelinde kategorize edilmiş, bu kapsamda yapılan çalışmalar açık kaynaklardan alınan verilerle bir envanter şeklinde sunulmuştur. Stratejilerin hazırlanması ve yürütülmesi süreci ise Türk Kamu Yönetiminde yaşanan değişim ve dönüşümü ile birlikte anlatılmıştır. Çalışmada açık kaynaklar taranarak doküman incelemesi yöntemiyle elde edilen veriler üzerinden ABYİS’lerde belirlenen araçların ne kadar kullanıldığı ve yönetsel olarak değişikliklerin bu araçların kullanımını ne yönde etkilediği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

4. Türkiye’nin Avrupa Birliği İletişim Stratejileri

Avrupa Birliği İletişim Stratejisi (ABİS) yapma süreci bu konuda hazırlanan Çerçeve Taslağın 14 Eylül 2009 tarihinde Bakanlar Kurulu tarafından benimsenmesiyle başlamıştır. Süreç bir yönetim uygulaması örneği niteliğinde iletirilmiş taslak üzerinde ilgili kamu kurum-kuruluşları³,

3 TBMM AB Uyum Komisyonu Başkanlığı, Cumhurbaşkanlığı Genel Sekreterliği, Başbakanlık, Genelkurmay Başkanlığı, Devlet Bakanlığı (Yurtdışı Türkler), Millî Savunma Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Millî Eğitim Bakanlığı, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, YÖK Başkanlığı, DPT Müsteşarlığı, Hazine Müsteşarlığı, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, İnsan Hakları Başkanlığı, TÜBİTAK, Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü, DPT AB Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı, TRT Genel Müdürlüğü, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü, Anadolu Ajansı T.A.Ş. Genel Müdürlüğü, Tanıtma Fonu Sekreterliği, İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti Ajansı Koordinasyon Kurulu Başkanlığı, Türk Hava Yolları Genel Müdürlüğü, Diyanet İşleri Başkanlığı, Merkezi Finans ve İhale Birimi, Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı Başkanlığı.

konuyla ilgili düşünce kuruluşları ve Sivil Toplum Kuruluşlarının⁴ yanı sıra medya temsilcilerinden alınan görüş ve katkılarla ilerletilmiştir. İletişim Stratejisi 2010 Ocak ayı itibariyle Avrupa Birliği Genel Sekreterliği tarafından yayımlanarak yürürlüğe konulmuştur (T.C. Başbakanlık Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, 2010: 5). Yaklaşık dört yıllık uygulama süresinin ardından ilk ABİS yerini Avrupa Birliği Bakanlığının kurulması sonrası oluşturulan Yeni Avrupa Birliği İletişim Stratejisine bırakmıştır. Yeni ABİS 16 Ekim 2014 tarihinde Brüksel'de düzenlenen basın toplantısıyla kamuoyuyla paylaşılarak uygulanmaya başlanılmıştır (İktisadi Kalkınma Vakfı, n.d.). 2019 da ise Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçişle hem kamu diplomasisi aktörlerinin hukuki ve yapısal değişimi hem de AB sürecinin yürütücüsü AB Bakanlığının mülga olarak sürecin Dışişleri Bakanlığı bünyesinde bir Başkanlığa devrolmasıyla yeni bir ABİS yayımlanmıştır.

Avrupa Birliği İletişim Stratejisi iki yönlü bir nitelik taşımaktadır. “AB’ye Yönelik İletişim Stratejisi” (ABYİS) ile bir taraftan Türkiye’yi Avrupa Birliğine ve “Türkiye’ye Yönelik İletişim Stratejisi” (TÜYİS) ile de Avrupa Birliğini Türkiye’ye anlatmak hedeflenmektedir (T.C. Başbakanlık Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, 2010: 1). ABİS kapsamında esas alınacak temel ilkelerin ve iletişim stratejisinin amaçlarının neler olduğu, öncelikle ulaşılması gereken hedef kitlenin kimler olduğu, iletişim yürütürken kullanılacak araçların neler olduğunun yanı sıra benimsenecek temel yaklaşımların hangileri olduğu konuları ele alınmaktadır. Bu çerçevede yurt içi ve yurt dışına yönelik izlenmesi gereken iki ayrı yol belirlenmiştir (İktisadi Kalkınma Vakfı, n.d.).

4.1. Avrupa Birliğine Yönelik İletişim Stratejileri (ABYİS)

Avrupa Birliğine Yönelik Stratejisinde amaçlar, hedefler, verilmek istenilen genel mesajlarla birlikte farklı hedef kitlelere yönelik olarak araç ve etkinlikler belirlenmiştir.

4.1.1. Amaç ve Hedefler

Avrupa Birliğine Yönelik İletişim Stratejisinin hedefleri olarak: Türkiye’nin özelliklerini ve mesajlarını AB ülkelerine olumlu bir şekilde iletmek ve Türkiye’nin AB üyeliğine Avrupa kamuoyu desteğini arttırmak, iletişim etkinliklerini daha verimli hale getirmek için koordine etmek, Türkiye’nin müzakere süreci gelişmelerine ilişkin somut bilgi sağlamak, AB ve Türkiye hakkındaki tartışmalara katkı sağlamak ve tartışmaları zenginleştirmek, Türkiye’nin üyeliğinin AB’ye katkılarını göstermek, AB’nin (Komisyon) ve

4 TOBB, TÜSİAD, İKV, İKSİV, KİK (Türkiye-AB Karma İstişare Komitesi), MÜSİAD.

üye ülkelerin genişleme iletişim stratejileriyle paralellik kurmak sayılmaktadır (T.C. Başbakanlık Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, 2010, s.6)

Bununla birlikte ABYİS’le Türkiye’nin üyelik konusunun AB gündeminde daha ağırlıklı bulunmasını sağlamak, AB kamuoyunun doğru resme bakmasını sağlayarak Türkiye’nin AB üyelik sürecine ilişkin desteği artırmak, “*Güçlü Türkiye, Güçlü AB*” vurgusuyla Türkiye’nin AB’ye sağlayacağı katkıları öne çıkarmak amaçlanmaktadır (T.C. Avrupa Birliği Bakanlığı, 2014, s.8).

4.1.2. ABYİS’de Verilmek İstenen Genel Mesajlar

Her iki ABYİS’de ülkelere ve kurumlara göre ayrı ayrı belirlenecek ve aynı ülkede farklı kesimlere verilecek farklı mesajları içeren özel mesajların oluşturulması vurgusu olmakla birlikte, verilmek istenilen genel mesajlar doğrudan açıkça belirtilmiştir (T.C. Başbakanlık Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, 2010:6)

Avrupa Birliği’ne Yönelik İletişim Stratejilerinde hedef kitleye ulaşmak için 2010’da 18, 2014’te 8 ve 2019’da 17 mesaj oluşturulmuştur. Tüm ABYİS’lerde genel mesajlar sıralanmış ancak kategorize edilmemiştir. Söz konusu genel mesajları “ortak gelecek ve ortak değerler”, “AB güvenliğine katkı” ve “AB ekonomisine katkı” olarak kategorize etmek mümkündür. Bununla birlikte, temelde güvenlik ve ekonomi konularındaki mesajların “güçlü ülke” algısına yönelik olduğu söylenebilir.

2010 ve 2019’da verilmek istenilen mesajların büyük ölçüde küçük değişiklikler haricinde örtüştüğü görülmekteyken, 2014 yılında ise farklı bir bakış açısıyla mesajlar ele alındığı, kararlılık ve güçlü ülke imajının vurgulanmasının hedeflendiği anlaşılmaktadır. Diğer taraftan, 2014’te belirlenen mesaj sayısı dikkat çekici şekilde diğer iki yıla oranla azdır.

Ortak gelecek ve ortak değerler çerçevesindeki mesajlarda 2014’teki ABYİS’te diğerlerinden farklı olarak stratejik ortaklık ifadesine değinilirken, 2010 ve 2019’daki ABYİS’lerde 2014’te belirtilmeyen laiklik vurgusu dikkat çekmektedir.

Tablo 2. ABYİS'de Verilmek İstenen Genel Mesajlar (Ortak Gelecek ve Ortak Değerler Mesajları)

2010 ABİS	2014 ABİS	2019 ABİS
Türkiye'nin uygarlıklar ve dinler beşiği oluşu	AB'ye üyelik süreci Türkiye'nin samimiyetle, kararlılıkla ve azimle sürdürdüğü öncelikli bir hedefdir.	Uygarlıklar ve dinler beşiği oluşumuz
Türkiye'nin "Kültürler arası köprü olma" niteliği	Türkiye, AB üyeliği yolunda üzerine düşen yükümlülüklerin bilinciyle hem siyasi reformları hem de sosyo-ekonomik dönüşümü gerçekleştirmeye devam etmektedir.	"Kültürlerarası köprü olma" niteliğimiz
Farklı kültürlerin barış içinde bir arada yaşadığı bir model ülke olarak Türkiye	Türkiye, AB ile ortak değerleri paylaşan önemli bir stratejik ortak olmaya devam etmektedir.	Farklı kültürlerin barış içinde bir arada yaşadığı bir model ülke olarak Türkiye
Türkiye'nin Medeniyetler İttifakı'ndaki rolü	Farklı kültürlerin ve dinlerin barış içinde yaşadığı bir model olarak Türkiye, Avrupa mozaigi üzerine kendi renkleriyle katkıda bulunacaktır.	Medeniyetler İttifakı'ndaki rolümüz
Türkiye'nin Avrupa Sistemi içinde yer aldığı	AB ve Türkiye halkları, birlikte ortak güçlü bir geleceği inşa etmektedir.	Avrupa sistemi ve kurumları içinde yerimiz ve rolümüz
Türkiye ile birlikte oluşturulacak barış ve istikrar tarihi	Avrupa Projesi, "Güçlü Türkiye, Güçlü AB" temelinde yükselcektir.	Birlikte oluşturulacak barış ve istikrar tarihi
AB'nin Türkiyesiz tamamlanmış olmayacağı vurgusu		AB'nin Türkiye'siz tamamlanmış olmayacağı vurgusu
Avrupa'yla ortak değerleri paylaşan bir Türkiye gerçeği		Avrupa'yla ortak değerleri paylaşan bir Türkiye gerçeği
Türkiye'nin laik ve çağdaş yüzü		Laik ve çağdaş yüzümüz
Ortak gelecek ve ortak değerler		

Kaynak: T.C. Başbakanlık Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, 2010:6; T.C. Avrupa Birliği Bakanlığı, 2014:11; AB Başkanlığı, 2019:7.

Türkiye'nin AB güvenliğine katkısı noktasında verilmek istenilen mesajlarda ise 2014'teki ABYİS'te yeni bir mesaj olarak Türkiye'nin üyeliğiyle AB'nin bölgesel bir barış projesinden küresel bir barış projesine dönüşeceği ifade edilmektedir. Bu durum ise Türkiye'nin Türk ve İslam dünyasının bir parçası olmasının AB'ye üyeliği sonrası AB'yi de bu dünyaya yakınlaştıracığı düşüncesiyle açıklanabilir.

Tablo 3. ABYİS'de Verilmek İstenen Genel Mesajlar (AB Güvenliğine Katkı Mesajları)

2010 ABİS	2014 ABİS	2019 ABİS
Türkiye'nin dış politikadaki rolü ve ağırlığı	Türkiye'nin üyeliği AB'nin bölgesel bir barış projesinden küresel bir barış projesine dönüşmesini sağlayacaktır.	Dış politika rolümüz ve ağırlığımız
Türkiye'nin Avrupa güvenliğine ve AGSP'ye katkısı	Türkiye ve AB'nin dış politikadan ekonomik ve ticari ilişkilere, enerji arzı güvenliğinden sınır yönetimine, istihdamdan göç politikasına kadar pek çok alanda ortak kazanımları vardır.	Avrupa güvenliğine ve Avrupa Ortak Güvenlik ve Savunma Politikasına (OGSP) katkımız
Türkiye'nin Avrupa enerji güvenliğine katkısı		Avrupa enerji güvenliğine katkımız
Türkiye'nin yasadışı göçle mücadelede üstlenilebileceği etkin rol		Yasadışı göçle mücadelede üstlenilen etkin rolümüz
Organize suç ve uyuşturucu kaçakçılığı başta olmak üzere tüm suçlarla mücadele açısından Avrupa güvenliğine Türkiye'nin sağlanabileceği önemli katkı		Organize suç ve uyuşturucu kaçakçılığı başta olmak üzere tüm suçlarla mücadele açısından Avrupa güvenliğine tarafımızca sağlanabilecek önemli katkı

Kaynak: T.C. Başbakanlık Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, 2010:6; T.C. Avrupa Birliği Bakanlığı, 2014: 11; AB Başkanlığı, 2019:7.

2014'teki ABYİS'te dikkat çeken bir diğer husus ise Türkiye'nin AB ekonomisine olan katkısına yönelik bir mesaj verilmesinin düşünülmemesidir. Diğer taraftan, 2010 ve 2019'da ekonomik büyüklük, ticaret hacmi ve genç nüfus vurguları önemszenmiştir.

Tablo 4. ABYİS’de Verilmek İstenen Genel Mesajlar (AB Ekonomisine Katkı Mesajları)

2010 ABİS	2014 ABİS	2019 ABİS
Dünya 17.’si ve Avrupa 6.’sı olarak Türkiye ekonomisinin büyüklüğü ve ağırlığı	Mesaj Yok	Türkiye’nin Dünya ve Avrupa ekonomilerindeki büyüklüğü ve yeri
Türkiye’nin AB ile %60’a varan ticaret hacmi ve Gümrük Birliği ilişkisi		AB ile %60’a varan ticaret hacmimiz ve Gümrük Birliği ilişkimiz
Türkiye’nin dinamik, eğitilmiş ve nitelikli genç nüfusu		Dinamik, eğitilmiş ve nitelikli genç nüfusumuz

Kaynak: T.C. Başbakanlık Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, 2010:6; T.C. Avrupa Birliği Bakanlığı, 2014:11; AB Başkanlığı, 2019:7.

Sonuç olarak 2010 ve 2019’daki ABYİS’lerde “ortak gelecek ve ortak değerler”, “AB güvenliğine katkı” ve “AB ekonomisine katkı” olarak kategorize edilebilecek mesajlara yer verilirken 2014’teki ABYİS’te “AB ekonomisine katkı” konusunda mesaj verilmesinin öncelenmediği görülmektedir.

4.1.3. Medyaya Yönelik Önerilen Araçlar ve Etkinlikler

Genel mesajların ulaşması amaçlanan hedef kitleler olarak; “hükümetler, parlamentolar, siyasi partiler, Avrupa parti aileleri, üye ülkelerin hükümetlerinde ve kamuda “AB ve İletişim” konusunda faaliyet gösteren temsilcileri, Avrupa Parlamentosu, üye ülkelerin Türkiye’deki diplomatları, basın, TV, sinema, düşünce kuruluşları, STK’lar-genel kamuoyu, meslek kuruluşları, öğrenciler, gençler, Türkiye’de görev yapan yabancı sivil ve askeri personel, AB ülkelerindeki üniversiteler, Türkiye’ye AB ülkelerinden gelen turistler” (T.C. Başbakanlık Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, 2010:7) sıralanmıştır. Bu hedef kitlelere ulaşmada kullanılması tavsiye edilen araç ve etkinlikler de ayrıca belirlenmiştir.

Bununla birlikte bütün diğer hedef kitlelere de ulaşarak çarpan etkisi yaratması yönüyle medyanın ayrı bir önemi olduğu düşünülmelidir. Bu itibarla medya özelinde AB İletişim Stratejisinin nasıl yürütüldüğü konusunda yapılacak bir analiz önemlidir.

AB Bakanlığı tarafından yayımlanan AB’ye Yönelik İletişim Stratejisinde ilkinden farklı olarak mesajları sunmada önerilen araç ve etkinlikler için kısa ve orta vadeli araçlar olmak üzere iki kategori belirlenmiştir. Burada kısa vade, 2015 yılı Haziran ayına kadar olan dönemi, orta vade ise 2019 yılı

Haziran ayına kadar olan dönemi ifade etmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Bakanlığı, 2015:13).

ABYİS’de medyaya yönelik önerilen araçlar ve etkinlikler yayımlanan üç farklı idari yapı çerçevesinde ele alındığında 2010 yılında T.C. Başbakanlık Avrupa Birliği Genel Sekreterliği ile 2019 Yılında Dışişleri Bakanlığı AB Başkanlığı tarafından yayımlanan AB İletişim Stratejisi metinlerinden büyük ölçüde benzerlik gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte AB Bakanlığı tarafından 2014 yılından hazırlanan İletişim Stratejisi ise hem önerilen araçların çeşitlilik göstermesi hem de kısa ve orta vade olarak dönemlere ayrılması ile farklılık oluşturmuştur. Her bir iletişim stratejisinde önerilen araçlar yine kategorize edilmeden sıralanmıştır. Bununla birlikte bir eylem planı niteliği olmadığı için ise hedef göstergeler, dönemler ile belirlenmemiş, dolayısıyla stratejinin etkinliğini ölçecek bir mekanizma oluşturulmamıştır.

Medya ile kurumsal işbirliklerini artırıcı faaliyetler çerçevesinden bakıldığında 2010 ve 2019’daki ABYİS’lerin yine büyük ölçüde benzerlik gösterdiği 2014’teki ABYİS’te ise daha genel ifadelerle daha az sayıda araç ve etkinlik önerisi yapıldığı görülmektedir. Genel olarak ABYİS’lerin tümünde yerel/bölgesel/ulusal medya kuruluşları ile iş birlikleri önerilirken 2010’daki ABYİS’te Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ile koordinasyon kurulması, Euronews’le ilişkilerin güçlendirilmesi, Venedik Kulübü çalışma ve toplantılarında Türkiye-AB boyutu özellikle belirtilen ve diğer ABYİS’lerden farklılık gösteren öneriler olmuştur. BYEGM’nin Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı olması ise 2010 ve 2019’daki ABYİS’lerde bu farklılığın belirtildiği dikkat çekmektedir.

Tablo 5. ABYİS'de Medyaya Yönelik Önerilen Araçlar ve Etkinlikler (Medya ile Kurumsal İşbirliklerini Artırıcı Faaliyetler)

2010 ABİS	2014 ABİS	2019 ABİS
BYEGM'nin AB yöneliminin güçlendirilmesi	Kısa Vadede	Uluslararası kamuoyunun doğru bilgilendirilmesine yönelik olarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı (CİB) ile işbirliği içerisinde çalışılması, CİB'in AB yöneliminin güçlendirilmesi
	AB'de ve Türkiye'de öne çıkan ulusal medya kuruluşları arasında oluşturulacak işbirliği çalışmaları	
Venedik Kültüğü çalışma ve toplantılarında Türkiye-AB boyutu	Avrupa'da yerleşik Türk kökenli yerel ve bölgesel medya ile işbirliğini güçlendirecek çalışmalar	TV ve radyolarla iletişime geçilmesi
TV ve radyolarla iletişime geçilmesi	AB'deki yerel/bölgesel/ulusal medya kuruluşları ile Türkiye'deki muadilleri ile işbirliğini ve diyalogunu hedefleyen çalışmalar	Bölgesel, yerel kanallar ve basın kuruluşları ile iletişime geçilmesi
Euronews'le ilişkilerin güçlendirilmesi, Türkçe yayın ve TR-AB haberleri	Orta Vadede	Türkçe yayın ve TR-AB haberleri konusunda işbirliği yapılması
	AB'deki yerel/bölgesel/ulusal medya kuruluşları ile Türkiye'deki muadilleri ile işbirliğini ve diyalogunu hedefleyen çalışmalar	
TRT-AB üye ülke Devlet Televizyonlarıyla AB boyutlu işbirliğinin artırılması		TRT-AB üye ülke devlet televizyonlarıyla AB boyutlu işbirliğinin artırılması
Büyük TV ve Radyo Kanallarıyla (En çok seyredilen AB ülkeleri kanalları) işbirliği (bunların tespiti ve listelenmesi)		AB ülkelerinin önde gelen TV ve radyo kanallarıyla işbirliği (bunların tespiti ve listelenmesi)
Yerel kanallar ve basın kuruluşları ile iletişime geçilmesi		Avrupa Komisyonu'nun ilgili programından yararlanılması
Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ile koordinasyon kurulması		
Ön şartın yerine getirilmesinden sonra Avrupa Komisyonunun MEDIA Programından yararlanılması		

Kaynak: T.C. Başbakanlık Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, 2010:15-16; T.C. Avrupa Birliği Bakanlığı, 2014: 11; AB Başkanlığı, 2019:17-18.

Medya içeriği üretme ve medya takip faaliyetleri konusunda önerilen araç ve etkinliklere bakıldığında yine 2010 ABYİS ile 2019 ABYİS'in büyük ölçüde örtüştüğü görülmektedir. Bununla birlikte geçen 9 yıllık sürede iletişim ve medya alanındaki gelişmeler göz önüne alınarak Avrupa ülkelerinde yayımlanan Türk TV dizilerine yerleştirilmesi ile sosyal ve alternatif medya mecralarının etkin kullanımının yeni öneriler olarak 2019'daki ABYİS'te ortaya çıktığı görülmektedir. 2014 ABYİS'te ise belgesel, kısa film, spot film, röportaj basın bülteni gibi daha somutlaştırılmış öneriler kısa ve orta vade olarak sıralanmıştır.

Tablo 6. ABYİS'de Medyaya Yönelik Önerilen Araçlar ve Etkinlikler (Medya İçeriği Üretme ve Takip Faaliyetleri)

2010 ABİS	2014 ABİS	2019 ABİS
AB boyutlu Medya Takip/Analiz Merkezi oluşturulması	Kısa Vadede	AB boyutlu Medya Takip/Analiz Merkezi oluşturulması
	Türkiye ile ilgili mesajların AB'deki TV, radyo, gazete, dergi, sosyal medya vb. iletişim araçları ile verilmesini sağlayacak girişimler	
"Int" logolu yurtdışına yayın yapan ulusal televizyon kanallarının yayınlarına Türkiye'yi tanıtıcı olumlu mesajlar yerleştirilmesi	AB'deki medya kuruluşlarının Türkiye ile ilgili olumlu haber yapmasını sağlayacak girişimler	Yurtdışına yayın yapan ulusal televizyon kanallarının yayınlarına Türkiye'yi tanıtıcı olumlu mesajlar yerleştirilmesi
AB'deki olumsuz yayınlara zamanında ve açıklayıcı bilgi ve cevap iletilmesi	AB üyesi ülkelerdeki medya kuruluşları için düzenli basın bültenleri	AB'deki olumsuz yayınlara zamanında ve açıklayıcı bilgi ve cevap iletilmesi
AB gazete ve dergilerinin Türkiye özel sayısı veya eki çıkarma taleplerinin içerik ve sponsorluk açısından karşılanması	Orta Vadede	AB gazete ve dergilerinin Türkiye özel sayısı veya eki çıkarma taleplerinin içerik ve sponsorluk açısından karşılanması
	AB'deki ulusal, bölgesel ve yerel TV ve radyo kanalları tarafından AB resmi dilleri ile hazırlanmış Türkiye hakkında belgesel/programlar	

Üyelik sürecimizle ilgili olarak sağlıklı bir kamuoyu oluşturmak amaçlı AB üyesi ülkelerin televizyonlarında yayınlanmak üzere hazırlanan tanıtıcı kısa filmler	Türkiye'nin AB müzakere sürecine ilişkin dolaylı mesajların Avrupa ülkelerinde yayımlanan Türk TV dizilerine yerleştirilmesi
Türkiye'nin siyasi reformlarını ve sosyo-ekonomik dönüşüm sürecinde elde ettiği kazanımları anlatan spot filmler	Sosyal ve alternatif medya mecralarının etkin kullanımı
Türkiye'nin AB üyeliğine destek veren kanaat önderleri ile yapılacak röportajlar	

Kaynak: T.C. Başbakanlık Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, 2010:18; T.C. Avrupa Birliği Bakanlığı, 2014: 15-16; AB Başkanlığı, 2019:17-18.

Medya Mensuplarına Yönelik Faaliyetler konusundaki öneriler ise 2010 ve 2019 ABYİS'lerde yer almaktadır. Bu kapsamda medya mensuplarına yönelik geziler, programlar, yeni platform ve etkinlikler, iş birlikleri konularında farklı öneriler sunulmaktadır. Bununla birlikte 2014 ABYİS'te bu konunun öneri olarak ele alınmaması çarpıcıdır.

Tablo 7. ABYİS'de Medyaya Yönelik Önerilen Araçlar ve Etkinlikler (Medya Mensuplarına Yönelik Faaliyetler)

2010 ve 2019 ABİS
Önemli başkent muhabirleri için geziler
Muhabirler ve başyazarlar için düzenli bilgilendirme ve programlar
Yurtdışından davet edilen basın mensuplarında AB ülkelerine ağırlık verilmesi
Türkiye'de yaşayan AB kökenli gazetecilerle işbirliği
Türkiye'deki AB kökenli veya konuk basın mensuplarına bilgilendirmenin artırılması
AB ülkelerinde görev yapan Türk basın mensuplarına Türkiye'de bilgilendirme programları düzenlenmesi
AB kökenli basın mensupları ile Türk basın mensupları için ortak platform ve etkinlikler
Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü (Cumhurbaşkanlığı İletişim Ofisi) sanat galerisinin AB'nin tanıtımı ve Türkiye'nin sanatsal tanıtımı amacıyla etkin kullanımı
AB'deki basın müşavirliklerinin ABİS etkinlikleri gerçekleştirmesi

Kaynak: Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Bakanlığı, 2014:18; AB Başkanlığı, 2019:17-18

Yeni kurulan Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığının 2019'daki ABYİS'te İletişim Ofisi olarak belirtilmesinin Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçişteki kafa karışıklığını gösterdiği söylenebilir.

4.2. AB Genel Sekreterliği ve AB Bakanlığı Tarafından Yayımlanan ABYİS'ler Kapsamında Medyaya Yönelik Yapılan Çalışmalar

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi AB Genel Sekreterliği ve AB Bakanlığı tarafından yayımlanan ABYİS'lerde öne çıkan çalışmaları Avrupa'da Türkçe yayın yapan medya mensuplarına yönelik Avrupa medya buluşmaları, Türkiye'de yerleşik uluslararası basın temsilcileriyle toplantılar, ülke toplantıları, gazeteci ve AB uzman heyetleri programları, medya programları, genç iletişimcilere yönelik çalışmalar ve AB'ye yönelik yayınlar olarak saymak mümkündür.

4.2.1. Avrupa Medya Buluşmaları

Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü tarafından Avrupa Medya Buluşmaları adı altında programlar gerçekleştirilerek Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde yaşayan Türk medya mensuplarıyla Türkiye'nin medya ve iletişim alanında faaliyet gösteren kamu kurumlarının temsilcileri bir araya getirilmiş böylece hem Avrupa'daki Türkçe yayın yapan medya kuruluşlarının kendi aralarındaki iletişim bağının güçlendirilmesi hem de mevcut sorunları hakkında çözüm önerilerinin tartışılması amaçlanmıştır. Programlara Genel Müdürlüğün bağlı olduğu Başbakan Yardımcısının yanı sıra Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), Basın İlan Kurumu (BİK), Anadolu Ajansı (AA), ve Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun (TRT) üst düzey yöneticileri katılım sağlamışlardır (Anadolu Ajansı, 2013, 14 Nisan). Sırasıyla Almanya'nın Köln şehri (5-6 Şubat 2011), Belçika'nın başkenti Brüksel (23-24 Eylül 2011) ve Fransa'nın başkenti Paris'te (14 Nisan 2013) düzenlenen buluşmaların son ayağında Hacettepe Göç Araştırmaları Merkezi tarafından hazırlanan "Avrupa'da Yerleşik Türk Yerel Medyasının Özellikleri, Sorunları ve Beklentileri Araştırması" Raporunun çıktıları katılımcılara sunulmuştur (Anadolu Ajansı, 2013, 14 Nisan).

4.2.2. Türkiye'de Yerleşik Uluslararası Basın Temsilcileriyle Toplantılar

Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü tarafından, 2010-2011 döneminde Türkiye'de yerleşik olarak bulunan uluslararası medya temsilcileriyle farklı konularda karar alıcı veya temsilci konumunda bulunan Türk siyasetçi ve yetkililerin bir araya getirilmesi ve Türkiye'nin politikaları ile güncel gelişmelerin ele alınması amacıyla İstanbul'da çeşitli toplantılar

gerçekleştirilmiştir (T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, n.d.C).

Tablo 8. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Türkiye’de Yerleşik Uluslararası Basın Temsilcileriyle Toplantılar

Toplantı Adı ve Konusu	Katılımcı	Tarih
“Kamu Diplomasisi ve Türkiye”	Devlet Bakanı Bülent Arınç	7 Mayıs 2010
“Anayasa ve Referandum Tartışmaları”	Adalet Bakanı Sadullah Ergin	28 Temmuz 2010
“Ekonomi Gündemi”	Ekonomiden Sorumlu Devlet Bakanı Ali Babacan	14 Nisan 2010
“AB 13. İlerleme Raporu”	Avrupa Birliği İle İlişkilerden Sorumlu Devlet Bakanı Egemen Bağış	9 Kasım 2010
“Enerji Politikaları”	Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Taner Yıldız	14 Ekim 2010
“Demokratikleşme Politikaları”	Devlet Bakanı Faruk Çelik	14 Ocak 2011
“Referandum Sonrası Türkiye’de Siyasi Gelişmeler”	AK Parti Genel Başkan yardımcısı ve Dış İlişkiler Başkanı Ömer Çelik	15 Eylül 2010
“Türkiye’de Basın Özgürlüğü”	Devlet Bakanı Bülent Arınç	15 Mart 2011
“Seçim Kampanyaları ve Güncel Gelişmeler”	Ekonomiden Sorumlu Devlet Bakanı Ali Babacan	2 Haziran 2011
“12 Haziran Seçim Sonuçlarının Değerlendirilmesi”	Eskişehir Milletvekili Nabi Avcı	16 Haziran 2011

Kaynak: T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, n.d.C.

4.2.3. Ülke Toplantıları

Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü’nün yaptığı önemli faaliyetlerden ülke toplantıları, belirlenen çeşitli konulardaki düşünce kuruluşları, araştırmacı ve uzmanların görüşlerinin ortaya konulmasını hedeflemiştir. Böylece bu profesyonellerin gözünden ülkeler arası ilişkileri bölgesel ve global ölçekte ele almak, araştırmacılar, akademisyenler, politikacılar ile medya mensupları gibi farklı kesimler arasında diyalog tesis ederek ilişkileri geliştirmek için yöntemler aramak amaçlanmıştır (T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, n.d.F). Bu çerçevede KDK tarafından Almanya (4-7 Mart 2013) ve İngiltere’de (20-21 Şubat 2014) ülke toplantıları gerçekleştirilmiştir.

4.2.4. Gazeteci ve AB Uzman Heyetleri Programları

Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü ve Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü tarafından AB üyesi ülkelerden gelen medya mensubu heyetlerine ABYİS'te hedeflenen mesajları da vermeye imkân sağlayacak nitelikte çeşitli programların düzenlendiği görülmektedir. Böylece yine AB İletişim Stratejisinde belirlenen ve istenilen araçlardan biri olarak medya mensuplarına yönelik faaliyetler temelinde programların hayata geçirildiği anlaşılmaktadır.

4.2.4.1. İspanyol Gazeteci Heyeti (28 Şubat - 6 Mart 2011)

İspanya'nın önde gelen basın kuruluşlarına mensup gazetecilerden oluşan 7 kişilik basın heyeti tarihinde Ankara ve İstanbul'da gerçekleştirilen "Gazeteci Heyetleri" programına katılım sağlamıştır. Programın Ankara ayağında heyette bulunan medya mensupları Anadolu Ajansı, Dışişleri Bakanlığı, Diyanet İşleri Başkanlığı, ABGS Genel Sekreterliği üst düzey yetkilileriyle bir araya gelmenin yanı sıra, "Türkiye'de think-tank kuruluşları, Türkiye-AB ilişkileri, Türkiye-İspanya ilişkileri ve Orta Doğu'da yaşanan son gelişmelere yaklaşımlar" konulu bir panele katılmıştır. Programın İstanbul ayağında ise Basın heyetini ABGS İstanbul Ofisinde kabul eden Avrupa Birliğinden Sorumlu Devlet Bakanı ve Başmüzakereci Egemen Bağış tarafından, Türkiye'nin AB süreci ve hükümetin Türkiye ile Avrupa'yı bir araya getirme çalışmaları hakkında bilgi vermiştir (T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, n.d.A).

4.2.4.2. Hırvat Gazeteci Heyeti (11-15 Ekim 2015)

KDK ile BYEGM işbirliğiyle düzenlenen gazeteci heyeti programı kapsamında Hırvatistan'dan 7 kişilik basın heyeti Ankara, Gaziantep ve İstanbul'da misafir edilmiştir. Gazeteci Heyetleri Programı kapsamında Dışişleri Bakanlığı ve BYEGM'yi ziyaretleri sırasında üst düzey yetkililerin Hırvatistanlı gazetecilerle yaptığı görüşmelerde Türkiye'nin Avrupa Birliği (AB) üyelik süreci kapsamında iki ülke ilişkileri değerlendirilmiştir. Ankara programında Türkiye'nin insani yardım faaliyetleri hakkında bilgi almak üzere Başbakanlık Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA) ve Başbakanlık Afet ve Acil Yönetimi Başkanlığı'nı (AFAD) da ziyaret eden heyet, programın ikinci etabında Gaziantep'teki Nizip Konteyner Kenti'ni ziyaret ederek yetkililerden bilgi almıştır (T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, n.d.E).

4.2.4.3. Macar Gazeteci Heyeti (18-22 Ekim 2015)

KDK ve BYEGM işbirliğinde düzenlenen program kapsamında Macaristan'dan 13 kişilik basın heyeti Ankara, Gaziantep ve İstanbul'da misafir edilmiştir. Macaristan Heyeti Ankara programı kapsamında BYEGM, Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD) ve Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA), Yunus Emre Enstitüsü ile Diyanet İşleri Başkanlığı ziyaretlerde bulunmuştur. Heyet, programın ikinci etabında Gaziantep Nizip Konteyner Kenti'nde katma kalan mülteci Suriyelilerle görüşürülürken, sonrasında, İstanbul'un çeşitli tarihi ve turistik mekânlarının tanıtımı gezi programı kapsamında yapılmıştır (T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, n.d.B).

4.2.4.4. AB Gazeteci Heyeti (23-24 Mayıs 2016)

Dünya İnsani Zirvesi ön tanıtım faaliyetleri kapsamında Avrupa Birliği ülkelerinden medya mensuplarından oluşan AB Gazeteci Heyeti Başbakan Yardımcısı Numan Kurtulmuş'un yanı sıra Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı, Gaziantep Valiliği ve AFAD kampını ziyaret etmiştir (T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, n.d.A).

4.2.4.5. AB Uzman Heyetinin BYEGM Ziyareti (15 Mayıs 2014)

İfade ve basın özgürlüğü alanında Avrupa Komisyonu tarafından görevlendirilen uzmanlardan oluşan istişari uzman heyeti, Avrupa Komisyonu temsilcileri, Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu temsilcileri ve Avrupa Birliği Bakanlığı temsilcilerinden oluşan heyet tarihinde Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğünde kabul edilmiştir. İlerleme raporuna temel oluşturmak için, ülke gündemindeki konularla ilgili yerinde incelemelerde bulunmak için gerçekleştirilen heyet ziyareti ile Genel Müdürlüğün faaliyet alanına giren bazı konularda bilgi alınması amaçlanmıştır (T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, n.d.C).

4.2.4.6. Türk İşgücü Göçününün 50. Yılında Belçikalı Gazeteciler Türkiye'de Gezi Programı (15-22 Haziran 2014)

BYEGM ve Brüksel Basın Müşavirliği işbirliğinde Türk İş Gücü Göçününün Ellinci yılı kapsamında Belçika'dan bir medya grubunun katılımıyla Afyon, Ankara ve İstanbul illerinde bir haftalık sürede mesleki gelişim ziyareti

gerçekleştirilmiştir (Belemtürk, 2014, 16 Haziran). Avrupa’da Türklerin yoğun olarak yaşadığı Belçika ve aynı zamanda AB’nin Başkentinden gelen gazeteci heyetinin AB İletişim Stratejisi kapsamında doğrudan hedeflenen kitlelerin başında geldiğini söylemek mümkündür.

4.2.4.7. Şeb-i Arus Medya Programı (16-18 Aralık 2014)

BYEGM tarafından Türk ve yabancı gazetecilerin katılımcı olarak yer aldığı “Şeb-i Arus Medya Programı” Konya’da gerçekleştirilmiştir. Program davetlisi 20 ülke vatandaşı yabancı gazeteciler arasında Avrupa Birliği üyesi ülkelerden gelenler de bulunmaktadır. Katılımcılar 741. Mevlana Celaleddin-i Rumi’nin Vuslat Yıldönümü Uluslararası Anma Törenleri kapsamındaki üç gün süren programda Konya’nın tarihi, kültürel ve turistik yerlerini görürken Mevlana ve tasavvuf felsefesi konularında bilgi edinmeleri sağlanmıştır (T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, n.d.B). ABYİS’te hedeflenen mesajlar arasında yer alan “Türkiye’nin uygarlıklar ve dinler beşiği oluşu” vurgusunun AB üyesi ülke medya mensuplarının da aralarında yer aldığı medya heyetine ulaştırılmasında programın uygun bir araç niteliği bulunmaktadır.

4.2.5. Genç İletişimcilere Yönelik Çalışmalar

Yurtdışındaki yabancı genç medya mensupları ve Türkiye’de iletişim fakültelerinde iletişim alanında eğitim alan yabancı öğrencilere yönelik BYEGM ve RTÜK tarafından düzenlenen programların AB üyesi ülkelere katılımcıları kapsamaması bu programların ABYİS’e yönelik bir araç niteliği kazanmalarını sağlamıştır.

4.2.5.1. Gelecekle İletişim Çalıştayları

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından düzenlenen Çalıştaylarda Türk Cumhuriyetlerinin yanı sıra aralarında AB üyesi ülkelere de bulunan Türk ve Akraha Topuluklarından Türkiye bursu olarak iletişim fakültelerinde radyo ve televizyon bölümlerinde eğitim alan öğrenciler bir araya getirilmiştir (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu RTÜK, 2015, s. 87).

RTÜK tarafından 2009 yılından beri her yıl Mayıs ayında düzenlenen “Gelecekle İletişim Çalıştayı”nın sekizinci ve sonuncusu 20-24 Mayıs 2016 tarihleri arasında Bişkek (Kırgızistan) ve Almatı’da (Kazakistan)’da gerçekleştirilmiştir. Ana teması “İnsan Hakları Boyutuyla Sığınmacıların Medyada Ele Alınması” olarak belirlenen ve 16 ülkeden 53 kişinin katıldığı Çalıştay’da ayrıca ana temaya ek olarak, “Sığınmacı Anne ve Çocuk Olmak”,

“Çevre ve Tarih İlişkisi” konulu paneller ile çeşitli uygulama ve atölye çalışmaları da yapılmıştır (Türk Dünyası Belediyeler Birliği, 2016, 25 Mayıs).

Söz konusu çalıştaylar birçok kurumun paydaşlığı ile yapılması yönünden de önem taşımaktadır. Buna göre son yapılan çalıştayda; RTÜK'ün koordinasyonu ile Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı, Yurt Dışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı, TRT AVAZ, TÜRKSOY, Türk Dünyası Belediyeler Birliği, Anadolu Ajansı (AA), Al-Farabi Üniversitesi ve Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi katkı sağlamıştır (Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, 2016, 25 Mayıs).

Bununla birlikte, 2015 yılında Çanakkale Savaşlarının 100. yıldönümü nedeniyle ana teması “Bölgesel İşbirliğinin Geliştirilmesinde Medyanın Rolü” olarak belirlenen ve Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi (ÇOMÜ) işbirliği ile Çanakkale’de gerçekleşen 7. çalışmaya Türkiye’deki İletişim Fakültelerinde öğrenim görmekte olan Türk Cumhuriyetleri ile Türk ve Akraba Topluluklarından 100 öğrenci ile 20 yayıncı katılmıştır (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2015, 8 Mayıs). Söz konusu çalıştaylar daha önceki yıllarda 120 katılımcıyla Antalya’da (13-15 Mayıs 2011), 113 katılımcıyla Lefkoşa’da (03-05 Mayıs 2012), 140 katılımcıyla Edirne’de (16-18 Mayıs 2013) ve 182 katılımcıyla Üsküp-Prizren’de (15-17 Mayıs 2014) gerçekleştirilmiştir (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu-RTÜK, 2015, s.88).

Çalıştay katılımcısı öğrencilerle yapılan bir anket çalışması neticesinde programdan önce çoğunlukla RTÜK'ün sansür ve yaptırım uygulamak üzere kurulmuş anti-demokratik bir idari yapı şeklinde düşündükleri program bitiminde ise kurumun gerçek kuruluş amacı ve görevlerini daha fazla anladıkları görülmüştür (Aslan ve Öztekin, 2020, s.1462-1463). Bu itibarla, Türkiye ve idari yapıları hakkında bilgi vermesi ve Türk kültürünün tanıtılması açısından söz konusu programın etkin olduğu anlaşılmaktadır.

4.2.5.2. Türkiye Medya Eğitimi Programı (TÜMEP)

Türkiye Medya Eğitimi Programı (TÜMEP), BYEGM'nin uhdesinde yurtdışındaki yabancı genç medya mensuplarını Türkiye’de misafir ederek mesleki bilgilerinin yanı sıra deneyimlerini geliştirmek, ülkenin tanıtımına katkı sunmak, söz konusu medya mensuplarının geldikleri ülkelerle Türkiye arasındaki diyalog kanallarını artırmak amacıyla taşımaktadır. Birinci dönemi 2-13 Aralık 2013 tarihlerinde gerçekleştirilen programa AB üyesi ülkelerden de katılımcılar davet edilmiştir. Buna göre yedi Balkan ülkesinden (Bulgaristan, Bosna Hersek, Kosova, Makedonya, Romanya, Sırbistan ve Yunanistan)

genç medya mensupları programda yer almıştır (Rodop Rüzgarı.com, 2013, 17 Aralık). İki haftalık programın ilk haftasında BYEGM ve TRT'nin hazırladığı müşterek teorik eğitimler, ikinci haftasındaysa tamamlayıcı sosyal faaliyetlerle birlikte hazırlanan uygulamalı eğitimler katılımcılara verilmiştir (Balkan Ülkeleri Sosyal Araştırmalar Merkezi, 2013, 7 Temmuz).

4.2.5.3. Uluslararası Genç İletişimciler Buluşması Programları

Türkiye'de iletişim alanında eğitim gören yabancı öğrencilere yönelik bir diğer program olarak BYEGM ve YTB iş birliği içinde Türkiye burslu uluslararası öğrencilerin katılımıyla 2015-2016 yıllarında Ankara'da Uluslararası Genç İletişimciler Buluşması Programları gerçekleştirilmiştir. Programın diğer paydaşları olan RTÜK, TRT, AA, TİKA, Yunus Emre Enstitüsü, AFAD, Türk Kızılay tarafından katılımcı öğrencilere ziyaretlerinde kurumsal ve mesleki tanıtımda bulunmuşlardır. Bu kapsamda bir kamu diploması faaliyeti olarak Türkiye'nin kurumsal ve idari kapasitesinin öğrencilere gösterilmesinin yanı sıra yurt dışı teşkilatı da olan bu kurumların potansiyel çalışanlarıyla bağlantı kurma fırsatı oluşturulduğunu söylemek mümkündür (YTB, n.d.). Bu kapsamda programları ABYİS'te yer alan medya mensuplarına yönelik araçlardan medya ile kurumsal iş birliklerini artırıcı faaliyetler kapsamında da değerlendirmek mümkündür.

4.2.6. AB'ye Yönelik Yayınlar

İlki 2010 yılında yayınlanan ABİS çerçevesinde medyaya yönelik belirlenen araçlardan biri olarak medya ile kurumsal işbirliklerini artırıcı faaliyetler kapsamında AB'ye yönelik yayınların daha yoğun olarak yapılmasını sağlamak üzere kamu öncülüğünde yeni televizyon kanallarının açılması, AB dillerinde ajans haberciliğinin artırılması gibi çalışmaların yürütüldüğü ortaya çıkmaktadır.

4.2.6.1. Euronews Haber Kanalının Türkçe Yayıncılık Yapmaya Başlaması

2009 yılında TRT'nin küresel ölçekte yayıncılık yapan ve Avrupa'nın önemli televizyon haber kanallarından biri durumundaki Euronews ile yaptığı lisans anlaşması ile (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, 2015: 17). 30 Ocak 2010 tarihinde Euronews haber kanalının 24 saat aralıksız Türkçe yayın yapması sağlanmıştır (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, 2015:18). Diğer taraftan, TRT yaptığı karasal yayıncılıkta PAL'in yanı sıra uydu yayıncılıkta ise dijital sistemle AB standartları çerçevesinde faaliyet yürütmektedir. Ayrıca TRT, Eurovision ve Asiavision haber ağlarında yer almakla birlikte, Avrupa Yayın Birliği EBU'nun kurucu üyelerindedir.

Halen de EBU'da yönetim kurulu üyeliği bulunmaktadır (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, 2015:15).

4.2.6.2. www.trt.world.com'un Avrupa Dillerinde Yayıncılık Yapmaya Başlaması

Geleneksel radyo yayıncılığının yanında internet sitesiyle daha fazla kişi tarafından dinlenmeyi amaçlayan Türkiye'nin Sesi Radyosu 2014'te 38 dil ve lehçede internet yayını yapmaya başlamıştır. AB ülke dillerinden Almanca, Fransızca, Hırvatça, İngilizce, İspanyolca, İtalyanca, Macarca, Romence, Sırpça bu kapsamda yer almaktadır (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu, 2015: 30). Bu kapsamda AB üyesi birçok ülkenin vatandaşlarına doğrudan kendi dillerinde ulaşma imkânı sağlanması ile stratejik iletişim teorisinin doğru hedef kitleye uygun araçlarla mesajın ulaştırılması gereğinin etkin bir şekilde karşılandığı görülmektedir.

4.2.6.3. TRT World'in Açılması

Türkiye'nin kamu yayıncısı TRT'nin uluslararası televizyon kanalı olarak TRT INT'in yerine İngilizce yayın yapan TRT World, haber ağırlıklı içerik sunan bir kanal olarak 30 Haziran 2015 tarihinde normal yayın hayatına başlamıştır. Daha sonra uydu yayınına da geçen kanal Türkiye'nin tanıtımını yapmak konusunda bir misyona da sahiptir (Vikipedi, 2016, 28 Ağustos). Kanal AB üyesi ülkelerde de yayınlanmaktadır.

4.2.6.4. Anadolu Ajansı'nın Avrupa Dillerinde Yayıncılık Yapmaya Başlaması

Dünyadaki önde gelen haber ajansından biri olma hedefini gerçekleştirmek için Anadolu Ajansı, 2015 yılında yayın dilini 10 dile yükseltmiştir. Ajans bu kapsamda AB üyesi ülke dillerinden Almanca, İngilizce, Fransızca, İspanyolca, Boşnakça, Hırvatça, Sırpça yayın yapmaktadır (T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, n.d.D).

Diğer taraftan toplamda 35 ülkede ofis ve 86 ülkede temsilcilik açan Anadolu Ajansı'nın (T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, n.d.D) Avrupa Birliği üyesi ülkelere Almanya, Belçika, Bulgaristan, Fransa, Hollanda, İtalya, İspanya, İngiltere ve Yunanistan'ın başkentlerinde ofisleri bulunmaktadır (AA, n.d.). Ajansın, İspanya Haber Ajansı (SPA) ve Macaristan Ulusal Haber Ajansı ile yaptığı işbirliği anlaşmalarının yanı sıra altı bölgeyi⁵ kapsayan küresel yapılanma stratejisi dâhilinde Avrupa'ya da yer verilmiştir (T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, n.d.D).

5 Diğer Bölgeler: Afrika, Amerika, Asya-Kafkasya, Orta Doğu ve Pasifik.

Anadolu Ajansı Twitter, Facebook, Youtube, Vimeo ile Instagram'daki sosyal medya hesapları üzerinden haberleri kamuoyu ile paylaşırken kullandığı 9 farklı dilden 5'i AB üyesi ülke dilleridir.⁶

4.3. AB Başkanlığı Tarafından Yayımlanan ABYİS Kapsamında Medyaya Yönelik Yapılan Çalışmalar

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemiyle birlikte ABYİS çerçevesinde ilgili kurumların yapılarındaki değişikliklerin uygulamada bazı yeni araçların ve mesajların kullanılmasına ve daha yoğunlaşan bir söyleme neden olduğu görülmektedir. Burada ABİS dışında kamu diplomasisi ana ekseninde yürütülmeye başlayan ulusal eylem planı ve kurumsal iş birliklerinin yanı sıra yeni ihdas edilen Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı özelinde medya ve iletişim alanının daha etkin kullanılmasının etkili olduğunu söylemek mümkündür.

4.3.1. Medya Mensuplarına Yönelik Uluslararası Mesleki Eğitimler

Uluslararası medya mensuplarına verilen eğitimlerin mesleki kazanımlarının yanı sıra oluşan kurumsal ve bireysel ilişkilerle ülke imajı ve tanıtımına zemin hazırlanması yönüyle önemli ve bu kapsamda AB İletişim Stratejisine uygun bir araç niteliğindedir.

4.3.1.1. Anadolu Ajansı Haber Akademisi

Anadolu Ajansı Haber Akademisi uluslararası medya mensuplarının farklı habercilik dallarında eğitim konusunda bir marka halini almıştır. Bu durum her yıl daha fazla sayıda ülkeden daha fazla medya mensubunun burada eğitim alarak ülkelerine döndükleri görülmektedir. 2020'de 27 Eğitim programında 50 ülkeden 888, 2021 yılında 35 eğitim programında 74 ülkeden 2 bin 474 medya mensubu eğitimlere katılmıştır. AB üyesi ülkelerden de katılımın olduğu mesleki eğitimler Türkçe, İngilizce, Arapça, Farsça, Portekizce, Özbekçe dillerinde gerçekleştirilmiştir. Bunun kapsamında Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, YTB, TİKA, , TRT Word ve TRT Arabi ile İslam İşbirliği Gençlik Formu (ICYF) paydaşlık yürütülen kurum ve kuruluşlar olmuştur (AA Akademi, n.d.). Ayrıca TRT'nin de medyaya yönelik eğitimlerde etkin bir faaliyet yürüttüğü ve bu kapsamda doğrudan ya da işbirlikleriyle toplamda 99 ülkeden 12 binden fazla medya mensubuna eğitim verdiği görülmektedir (TRT Haber, 2022, 7 Mart).⁷

6 İngilizce, Fransızca, Boşnakça, Hırvatça, Sırpça.

7 2022 Mart ayı itibarıyla.

4.3.1.2. Uluslararası Medya Mensuplarına Yönelik Çevrim İçi Ücretsiz Türkçe Kursu

Uluslararası medya mensuplarına yönelik eğitimlerin kamu kurumları iş birliğinde farklı alanlarda yürütüldüğü görülmektedir. Haberin kaynağı konusunda doğrudan medya mensubunun bilgi edinebilecek ve aracının bilgi kirliliği riskini ortadan kaldıracak şekilde Türkçe eğitim verilmesinin yeni bir stratejik araç olarak benimsendiği anlaşılmaktadır. Buna göre, İletişim Başkanlığı ile Yunus Emre Enstitüsü iş birliğinde 2021 yılında Türkiye’de yerleşik uluslararası medya mensuplarına yönelik düzenlenen ücretsiz çevrim içi Türkçe kursu tamamlanarak katılımcılarına (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2021, 19 Nisan) 3 Aralık 2021 tarihinde İstanbul’da düzenlenen törenle sertifikalar verilmiştir (Küçük, 2021, 3 Aralık).

4.3.1.3. Yeni Medya Habercilik Temel Seviye Eğitimi

Kamu diplomasisi alanında Türkiye’nin etkin kurumlarından Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA) tarafından TRT ile yapılan iş birliğiyle Balkanlar’a yönelik gerçekleştirilen “Yeni Medya Habercilik Temel Seviye Eğitimi” yine kültürel diploması çerçevesinde yapılan faaliyetler arasında yer almaktadır. Üsküp ve Tiran’da düzenlenen eğitime Arnavutluk, Kosova ve Kuzey Makedonya’dan gelen medya mensupları katılım göstermiştir. Eğitimin ikinci etabının ise içlerinde AB üyesi Hırvatistan’ın da yer aldığı diğer üç Balkan ülkesi medya mensuplarının katılımıyla Saraybosna’da yapılması planlanmıştır (Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı-TİKA, n.d.).

4.3.2. Genç İletişimcilere Yönelik Çalışmalar

Türkiye’de iletişim alanında eğitim gören yabancı öğrencilere yönelik sivil toplum inisiyatifi ve kamu kurumları işbirliğinde düzenlenen eğitimler bu dönemde önceki dönemde olduğu üzere uygulanan bir strateji olarak ortaya çıkmaktadır.

4.3.2.1. UMED Uluslararası Medya Akademisi

YTB ile Uluslararası Medya Enformasyon Derneği (UMED) iş birliği çerçevesinde Türkiye’de iletişim eğitimi aralarında AB üyesi ülke vatandaşlarının da bulunduğu yabancı öğrencilere yönelik 2022 yılında Medya Akademisi Sertifika Programı gerçekleştirilmiştir. İlk dönem sonunda 53 uluslararası öğrenci YTB ev sahipliğinde düzenlenen törende sertifikalarını alırken (YTB, 2022, 19 Mart), ikinci eğitim dönemi sertifika töreni ise

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ev sahipliğinde gerçekleştirilmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2022, 16 Haziran).

4.3.2.2. Uluslararası Genç İletişimciler Forumu

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ve Gençlik ve Spor Bakanlığı ortaklığında 6-11 Mayıs 2022 tarihlerinde Antalya’da gerçekleştirilen “STRATCOM Youth: Uluslararası Genç İletişimciler Forumu”na yurt içi ve yurt dışından iletişim fakültelerinde eğitim gören öğrenciler katılım sağlamıştır (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2022, 1 Nisan). Forumda öğrencilerle uzman ve profesyonellerle buluşturularak öğrencilerin mesleki yaşamlarında yeni fırsatlar açılması, medyayı doğru algılaması, kullanması, sorgulamasının yanı sıra medya politikalarına ilişkin bilgi edinmesi amaçlanmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı Gençlik Hizmetleri Genel Müdürlüğü, n.d.).

4.3.3. Medya ve İletişim Alanında Yapılan İş Birlikleri

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ile iş birliği içerisinde çalışılması, AB yöneliminin güçlendirilmesi ve üye ülke devlet televizyonlarıyla AB boyutlu işbirliğinin artırılması gibi 2019 ABYİS’te öngörülen medyaya yönelik araçların hayata geçirilmesi için bazı çalışmaların yürütüldüğü görülmektedir.

Bunlardan biri 7 Eylül 2022 tarihinde Türkiye ve Sırbistan arasında imzalanan “Medya ve İletişim Alanında İşbirliğine İlişkin Mutabakat Zaptı”dır. Mutabakat kapsamında taraf ülkeler tarafından iletişim, kamu diplomasisi, medya ve yayıncılık alanlarında ulusal mevzuat ve politikalarına uygun olarak iş birliğinin teşvik edilmesi ve geliştirilmesi amaçlanmıştır (Beyaz, 2022, 7 Eylül).

Diğer bir iş birliği ise TİKA’nın Macaristan’ın Moholy-Nagy Sanat ve Tasarım Üniversitesi (MOME) Medya Laboratuvarına donanım desteği sağlamasıdır. Söz konusu destek Akra Topluluklarla yürütülen iş birlikleri kapsamında kültürel diplomasinin gelişimine katkı sunulması amacıyla iletişim altyapılarının geliştirilmesini hedeflemektedir (TİKA, 2022:146-147).

4.3.4. Diyalog Toplantıları

Dönem dönem başta Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan olmak üzere Türk dış politikası aktörleri tarafından, AB üyesi ülkelerin diplomatları

ve uluslararası medya mensuplarının katılımıyla Türkiye'nin AB ile olan ilişkisinin birinci ağızdan anlatıldığı diyalog toplantıları gerçekleştirilmiştir.

13 Ocak 2022 tarihinde Ankara'da gerçekleştirilen AB üyesi ülkelerin Ankara Büyükelçileriyle toplantıda Cumhurbaşkanı Erdoğan, Türkiye'nin AB üyeliği konusunda stratejik önceliğin devam ettiği mesajını doğrudan üye devlet büyükelçilerine ifade etmiştir (Kaplan, vd., 2022, 13 Ocak).

20 Haziran 2019'da Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın İstanbul'da Türkiye'deki uluslararası basın kuruluşlarının temsilcileriyle buluşma toplantısında ise Erdoğan, Avrupa ülkelerinde 5 buçuk milyona yakın Türkiye kökenli soydaşlarının bulunması nedeniyle buradaki yaşanan gelişmelere kayıtsız kalamayacaklarını belirtmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, 2019, 20 Haziran). 18 Ekim 2019 tarihinde yine İstanbul'da uluslararası basın temsilcileriyle bir basın toplantısı gerçekleştirmiştir (Kamacı, 2019, 18 Ekim).

Diğer taraftan, AB temsilcileriyle de yurtiçi ya da yurtdışında çeşitli görüşmeler yapılırken, görüşme sonrası medya mensuplarına açıklamalarda bulunulması da ayrı bir iletişim aracı olarak ortaya konulmuştur.

AB Konseyi Başkanı Michel ile Cumhurbaşkanı Erdoğan arasında 29 Haziran 2022 tarihinde İspanya'nın başkenti Madrid'deki NATO Zirvesinde gerçekleştirilen görüşme bunlardan biridir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2022, 29 Haziran).

4.3.5. Uluslararası Programlar

Uluslararası medyaya yönelik yapılan programlar kapsamında farklı yıllarda yapılan forumlar ve panellerle Türkiye'nin Avrupa Birliği ile olan ilişkilerde de içinde olmak üzere uluslararası ilişkilerdeki farklı konularıyla birlikte AB iletişim stratejisinde verilmek istenen mesajlar arasında doğrudan olmayan İslamofobi konusunun daha yüksek tondan dile getirildiği görülmektedir.

4.3.5.1. 2019 Avrupa İslamofobi Raporu'nun Tanıtıldığı Web Paneli

2019 Yılında Avrupa İslamofobi Raporu'nun Tanıtıldığı Web Panelinde Avrupa Birliği'nin projeye verdiği maddi destek vurgulanırken, raporun amacının Avrupa Birliği ve Müslüman dünyası arasında açık ve dürüst bir diyalog çağrısında bulunmak olduğu ifade edilmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2020, 20 Haziran).

1. Uluslararası Medya ve İslamofobi Sempozyumu ve 2. Uluslararası Medya ve İslamofobi Forumu

RTÜK ve Diyanet İşleri Başkanlığının öncülüğünü yaptığı ve akademi ile sivil toplum kuruluşlarının paydaşlığında 2021 ve 2022 yıllarında gerçekleştirilen 1. Uluslararası Medya ve İslamofobi Sempozyumu (Sağırkaya, 2021, 25 Mayıs) ve 2. Uluslararası Medya ve İslamofobi Forumu (Taşdemir, 2022, 11 Mart) bu kapsamda Avrupa ülkeleri ve ABD başta olmak üzere İslamofobinin yoğun görüldüğü yerlerdeki uluslararası kamuoyuna verilecek mesajlar için bir çağrı platformu olmuştur.

4.3.5.2. TRT Word Forum Serisi

İlki 2019 yılında Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) tarafından düzenlenen TRT Word Forum serisi ise uluslararası ölçekte tartışılan birçok konunun alanının uzmanları tarafından ele alındığı bir iletişim platformu olarak her yıl düzenlenen bu alanda bir marka halini almıştır.

Forumlarda Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Altun'un yaptığı konuşmalarda gündem ve konjoktüre göre Avrupa kamuoyunu da hedef alan farklı mesajların verildiği görülmektedir. Bu kapsamda Altun 2019'daki Forumun açılışında Türkiye'nin göç ve terör konusundaki etkin yürüttüğü mücadeleden bahsederken, Cumhurbaşkanı Erdoğan tarafından Birleşmiş Milletler çatısı altında çok defa yinelenen 'Dünya Beşten Büyüktür' mesajını tekrarlamıştır (Elaldı, 2019, 21 Ekim). 2020'deki Forumda ise özellikle Avrupa Birliği ile ilişkilerden bahsetmiş, Türkiye'nin daha yakın bir ilişki kurmak çabasında olduğu ve Avrupa'daki nefret ve ayrımcılık çağrılarını karşı durmada önemini vurgulamıştır (Balıkçı, 2020, 1 Aralık).

2021'de ise Altun Türkiye'nin dış politika stratejisini bölgesel ve küresel sorunlara da çözüm sağlayacak nitelikte revize ettiği belirtilmiştir (Balıkçı, 2021, 19 Ekim).

Son olarak TRT World Forum 2022'de Altun, Türkiye Yüzyılı vizyonunun Türkiye'yle birlikte bölgesinden başlayarak dünyanın her tarafına demokrasi, kalkınma, barış ve refah götürmek iddiası olduğunu ifade etmiştir (Terli, 2022, 9 Aralık).

Bu itibarla, verilen mesajların Avrupa ile ilişkilerde Türkiye'nin önemli bir ortak olacağı vurgusunun yapıldığı görülmektedir.

4.3.5.3. Uluslararası Stratejik İletişim Zirvesi (STRATCOM Summit)

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından gerçekleştirilen Uluslararası Stratejik İletişim Zirvesi (Stratcom Summit) programları da bu kapsamda önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu çerçevede ilki 2021 yılında İstanbul'da yapılan programlarda uluslararası bir platform

aracılığıyla iletişimin her alanından uzmanların, akademisyenlerin, kamudan ve özel sektörden temsilcilerin yanı sıra medya profesyonelleri konularında bilgilerini izleyicilere aktarmaktadır.

2021 yılında yapılan ilk zirvede 3 binin üzerinde yerli ve yabancı konuşan yanı sıra 23 ülkeden toplam 121 uzman konuşmacı yer alırken (Kara, 2021, 12 Aralık), 2022 yılında yapılan ikinci zirve ise 24 farklı ülkeden stratejik iletişim konusunda uzman 52 konuşmacının ve 40 ülkenin iletişim, medya ve enformasyon politikalarını yönlendiren üst düzey yetkisinin katkısıyla gerçekleştirilmiştir. Zirvede dezenformasyonla mücadele, vatandaş merkezli iletişim, iletişimde dijitalleşme, kamusal iletişim gibi birçok konu ele alınmıştır (Tosun, 2022, 2 Aralık). Genel nitelikte yapılan medya ve iletişim konusundaki uluslararası programların yanı sıra Avrupa Birliği üyesi ülkeler özelinde de programlara yer verilmiştir. Bunlardan biri de 20 Aralık 2022 tarihinde Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ev sahipliğinde düzenlenen “Türkiye-Fransa İlişkileri: Fırsatlar ve Meydan Okumalar Paneli”dir. Panelde Altun tarafından burada yapılan konuşmada Fransa özelinde Avrupa ülkelerine bir seslenişte bulunularak Ukrayna-Rusya Savaşında krizin derinleşmemesi için Türkiye’ye destek olmaları ve stratejik öncelikleri düşünmeleri tavsiye edilmiştir (Akan, 2022, 20 Aralık).

4.3.6. Çalıştaylar

Kamu diplomasisi uygulamalarının ve AB iletişim Stratejisinin kurumlar ve paydaşlar arasında daha etkin şekilde uygulanmasına katkı sağlayacak nitelikte çalıştaylar da bu dönemde Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından ele alınan konular arasına girmiştir.

4.3.6.1. Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Türk Dizileri Çalıştayı

11 Mart 2019 tarihinde düzenlenen Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Türk Dizileri Çalıştayı Türkiye’nin yumuşak gücünün önemli bir parçası haline geldiği vurgusuyla gerçekleştirilmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2019, 13 Mart).

4.3.6.2. Kamusal İletişimde Standartlar ve Koordinasyon Çalıştayı

11 Mayıs 2019 tarihinde Bolu’da düzenlenen Kamusal İletişimde Standartlar ve Koordinasyon Çalıştayı ile de kamu kurumları arasında ortak akılla bir Ulusal İletişim Stratejisi oluşturma hedeflenmiştir (Gündoğan, 2019, 11 Mayıs). Söz konusu çalıştayların sonuçları AB İletişim Stratejisinin uygulanmasında da olumlu katkılar sağlamıştır.

4.3.7. AB'ye Yönelik Yayınlar

Üçüncü ABYİS döneminde AB üyesi ülkeleri de içine alan hedef kitlelere yönelik televizyon kanallarının açılmasının yanı sıra yurtdışına yönelik yayın yapan Türkçe kanalların etkinliğinin artırılmasının amaçlandığı görülmektedir.

2009 yılında uluslararası Türkçe haber ve kültür kanalı olma kimliğiyle yayın hayatına başlayan TRT Türk Televizyon Kanalının (TRT Kurumsal, n.d.) 2022 yılında gerçekleştirilen Tanıtım Programında Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Altun tarafından yurt dışındaki Türk vatandaşlarının kendilerini yalnız hissetmemeleri, sorunlarının çözümü ve vatandaşlarıyla bağlarının güçlenmesi için çalışılmasının önemi vurgulanmıştır (Yaman, 2022, 1 Nisan).

4.3.7.1. TRT Français ve TRT Fransızca Dijital Haber Platformu

2022 yılında TRT Français ve TRT Fransızca Dijital Haber Platformu ile TRT'nin Fransızca yayıncılık konusunda iki önemli attığı ve bu ülke vatandaşlarını hedef kitle olarak benimsediği görülmektedir.

TRT Français'in yayın hayatına başlamasının habercilikte önemli bir adım olduğu ve acil konularda haberin özünün daha iyi anlaşılması için zemin hazırlayacağı dile getirilmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2022, 5 Nisan).

TRT Fransızca Dijital Haber Platformunun aynı anda hizmete girmesi de yine Fransızca konuşulan 28 ülkeyle birlikte AB üyeliğinde önemli bir karar alıcı ülke olan Fransa'ya yönelik bir iletişim kanalı oluşturma hedefine de hizmet etmektedir (Altaş, 2022, 5 Nisan).

4.3.7.2. TRT Balkan Dijital Haber Platformu

Yine 2022 yılında yayın hayatına başlayan TRT Balkan Dijital Haber Platformu da TRT tarafında Avrupa bölgesine yönelik yayıncılık yapmayı amaçlayan kanallardan biridir.

TRT Balkan, Arnavutça, Boşnakça, Hırvatça, Makedonca ve Sırpça dillerinde yayın yaparak 30 milyonu üzerinde bir kitleye hitap etmesi planlanan platformun (Usul, 2022, 16 Haziran) aynı zamanda Türkiye'nin tezlerini ve bu konudaki mücadelesini Balkan coğrafyasına en doğru ve yetkin biçimde anlatması beklenmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 15 Haziran).

Bu kapsamda AB üyesi ülkeler olan Hırvatistan ve Sırbistan'ın da hedef ülkeler arasında olması AB üyelik sürecinde Türkiye'nin stratejik iletişimine de katkı sunacak niteliktedir.

4.3.8. Verilen Mülakat ve Demeçler

AB üyesi ülke medya kuruluşlarına farklı konularda ve konjonktür çerçevesinde verilen mülakat ve demeçler aracılığıyla iletilen mesajlar da yeni dönemde Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı tarafından Türkiye'nin iletişim stratejine hizmet etmede kullanılan bir araç olmuştur.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Fahrettin Altun'un Avusturya'nın APA Haber Ajansı'na verdiği mülakatta 2023 seçimleri sonrasında Türkiye'nin kendi çıkarlarını merkeze alarak yürüttüğü dış politika ve bu alandaki yükselen profilini koruyacağı yönündeki demeci buna örnek niteliktedir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 1.09.2022, 1 Eylül).

Yine 29 Temmuz 2022 tarihinde İspanyol El Mundo Gazetesine Altun tarafından verilen mülakatta Türkiye'nin Ukrayna-Rusya savaşındaki rolü üzerinden uluslararası arenadaki gelişmeleri yakından izleyen ya da kendine biçilen rolü oynayan bir ülke olmaktan çıktığı ifade edilmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2022, 29 Temmuz).

Altun tarafından AB üyesi ülke medyasına verilen önemli mesajlardan biri de terörle mücadele konusunda Türkiye'nin hassasiyetleri, güvenlik konusunda önemi ve AB ülkelerinden beklentileri olduğu görülmektedir. Altun'un Norveç'in önemli gazetelerinden Aftenposten Gazetesine verdiği demeçte konuya ülkelerin farklı yaklaşımları olsa da Suriye'de istikrar ve terörle mücadele için Türkiye'nin önemi vurgulanmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2022, 27 Ağustos).

Altun, İsveç'in NATO üyeliği sürecinde Türkiye'nin onayı için taleplerini İsveç'te yayımlanan Expressen Gazetesinde 2022 yılında verdiği makale ve demeçlerde ifade etmiştir. Mayıs ayındaki makalesinde Altun, terör örgütlerine yönelik kararlı bir tutum sergilenmedikçe üyelik konusuna sıcak bakılmayacağını belirtirken (Beyaz, 2022, 18 Mayıs), Temmuz ayında imzalanan protokol sonrası NATO'ya üyeliğin kesinleşmediği, taahhütlerin gerçekleşmesinin ardından NATO'nun 70 yıllık üyesi ve en büyük ikinci ordusu durumundaki Türkiye'nin karar verici olacağını dile getirmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2022, 27 Temmuz).

Türkiye'nin güvenlik ve bölge politikalarındaki gücü ve öneminin yanı sıra AB üyesi ülkelerle ikili ilişkiler konusunda doğrudan söz konusu ülke medya organlarına verilen mülakatlar da ayrıca bir stratejik iletişim aracı olarak benimsenmiştir. Altun tarafından Yunan Kathimerini Gazetesine mülakat verilerek Cumhurbaşkanı Erdoğan tarafından Yunan hükümetine bir şans verilerek diyalog kanallarının açılmasına karşın Yunanistan başbakanı tarafından bu fırsatı değerlendirilemediğinin ifade edilmesi buna bir örnek niteliğindedir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2022, 24 Temmuz).

CNN International kanalında Yunanistan Başbakanı Miçotakis'in iddialarına yönelik Altun tarafından verilen yanıtta Avrupa Birliği'nin, 2016 yılında yapılan mülteci anlaşmasında verdiği maddi destek ve gönüllü kabul konusunda sorumluluğunu yerine getirmediği Türkiye'nin, kaynaklarını Avrupa'ya yönelen mültecileri durdurmadan çok İdlib'den gelecek bir göç dalgasını karşılamaya yöneltmek zorunda kaldığı belirtilirken, uluslararası toplum ile Yunanistan'a Türkiye'yi suçlamaktan ziyade düzensiz göçün kaynağı Suriye'deki iç savaşı durdurmak için çalışmaları tavsiyesinde bulunmuştur (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2020, 7 Mart).

4.3.9. Sosyal Medya Paylaşımları

ABYİS'de medyaya yönelik önerilen araçlar ve etkinlikler içinde medya içeriği üretme ve takip faaliyetleri içinde değerlendirilebilecek ve 2019 yayımlanan ABİS'te belirlenen "sosyal ve alternatif medya mecralarının etkin kullanımı" hususunun Cumhurbaşkanının sosyal medya hesaplarının yanı sıra İletişim Başkanı tarafından da yerine getirildiğini görülmektedir.

İlgili diğer kurumlar ve yetkililerin sosyal medya paylaşımlarıyla da AB kamuoyuna yönelik çeşitli mesajların verildiği görülmektedir. Uluslararası medya ile ilişkilerin yürütülmesi noktasında Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Fahrettin Altun'un görev tanımı çerçevesinde öne çıktığı görülmektedir. "Türkiye" markasını güçlendirme çalışmaları kapsamında "Turkey" yerine "Türkiye" kelimesinin kullanılmaya başlaması sonrası Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Altun'un kişisel Tweeter hesabından dünyada alanında öncü teknoloji şirket ve medya kuruluşlarına yaptığı çağrı bu kapsamda bir paylaşımdır (Altun, 2022, 6 Ağustos). Bununla birlikte, Türkiye'nin güvenlik öncelikleri ve terörle mücadelesinde meydana gelen gelişmelerin AB ile yaşanan boyutunda Türkiye'nin pozisyonunu ifade eden mesajların da çok defa Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Altun tarafından sosyal medya aracılığıyla paylaşıldığı görülmektedir.

Avrupa Birliği'nde (AB) internet üzerindeki terör içerikli paylaşımların 1 saat içinde kaldırılmasını öngören yasal düzenlemenin yürürlüğe girmesini dair değerlendirmesinde AB söz konusu olunca 'terör içeriklerinin kaldırılması'nın demokratik olarak kabul gördüğü ancak konu Türkiye olunca baskıcılık olarak adlandırıldığını eleştirel bir dille ifade etmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 07.06.2021).

PKK, YPG/PYD yöneticilerinin katılımıyla Avrupa Parlamentosu'nda (AP) Konferans düzenlenmesine ilişkin Altun tarafından yapılan açıklamada Avrupa'nın onlarca yıldır PKK'nın terör faaliyetlerine göz yumduğu, artık daha da ileri giderek PKK/YPG teröristleri Avrupa Parlamentosu'nda ağırladığı dolayısıyla Avrupa'nın belirlenmiş bir terör grubunun faaliyetlerini durdurulmaması halinde ortak güvenlikten nasıl söz edilebileceği sorusu yöneltmiştir (Beyaz, 2020, 6 Şubat).

Avrupa Birliği (AB) Dış İlişkiler Servisi tarafından yapılan terör örgütü PKK/YPG'nin Afrin'de yaptığı terör saldırısıyla ilgili olarak örgüte ateşkes çağrısında bulunan basın açıklamasına Avrupa Birliği'nin terörle mücadelede hala doğru yerde durmadığının görüldüğünü belirtmiştir (Kılıç, 2020, 30 Nisan).

4.3.10. Dezenformasyonla Mücadele Merkezi ve AB Boyutlu Medya Takip/Analiz Merkezi Oluşturulması

2010 ve 2019'daki ABYİS'te yer alan AB'deki olumsuz yayınlara zamanında ve açıklayıcı bilgi ve cevap iletilmesi hususu Cumhurbaşkanlığı ve İletişim Başkanı olmak üzere üst düzeyde muhataplar tarafından sosyal medya hesapları, basın açıklamaları, demeçler gibi bir takım araçlar vasıtasıyla cevaplanmakla birlikte kurumsal bir yapı olarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından Dezenformasyonla Mücadele Merkezi kurulmuştur (Türkten, 2022, 5 Ağustos). Merkez tarafından dezenformasyon içeren haber ve paylaşımlar teyit edilerek kurum sosyal medya hesabı aracılığıyla anlık kamuoyuyla paylaşılmakta ve haftalık olarak hazırlanan bültenler kurum internet sitesinden yayımlanmaktadır. Bu çerçevede Türkiye'nin AB ile olan ilişkisinde kurum ve kişiler tarafından gerçek dışı yapılan açıklamalar da bu Merkezin faaliyetleri kapsamında doğruları paylaşarak cevaplanmaktadır.

Diğer taraftan 2010 ve 2019 ABYİS'te AB boyutlu medya takip/analiz merkezi oluşturulması hedefi ortaya konulmuştur. Söz konusu hedefin yine 2019 ABİS döneminde gerçekleştirildiği görülmektedir. Buna göre, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığına bağlı Basın ve Yayın Dairesi tarafından mevzuatta kendine tanımlanan "Devlet tanıtma ve aydınlatma hizmetleri kapsamındaki iç ve dış her türlü açık enformasyonu sağlamak,

elde edilen bilgileri derlemek, değerlendirmek, bülten ve yayın *haline getirmek, hazırlanan bültenleri ilgili kurum ve kuruluşlara ulaştırmak, kamuoyuna yaymak*” görevi (14 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi) kapsamında Devlet Enformasyon Sistemi aracılığıyla Türkiye ile ilgili ulusal ve uluslararası medyada çıkan haberlerin takibi yapılmaktadır.

Sonuç

Türkiye’nin AB ile ilişkilerinin 1999 yılında Helsinki Zirvesi’nde AB üyeliği için aday ilân edilmesi ve 2002’de Türkiye’nin AB’ye tam üyeliğini, ülkenin modernleşme sürecinin doğal sonucu olarak gören bir partinin (AK Parti Tanıtım ve Medya Başkanlığı, 2015:12) hükümete gelmesiyle ilerleme için önemli bir fırsat yakalanmıştır.

Özellikle 2002-2007’i dönemi Türkiye’nin AB’ye üyelik sürecinin gerçek bir olasılığa dönüştüğü bir dönem olmuştur. Zira aday üyelik kapsamında kalkınmayı hedefleyen politikalar ve özellikle iç politikada demokratikleşme ve insan hakları gibi hususlarda temel hak ve özgürlükleri genişleten yapısal düzenlemelerle hızlı bir reform sürecine başlanılmıştır. Bunun sonucunda ise doğal olarak AB’ye uyum süreci hız kazanmış ve Avrupa’yla ilişkiler hiç olmadığı kadar pozitif bir görünüm sergilemiştir (Doğan, 2022:1163).

Diğer taraftan AB’nin istediği reformların tamamlanması sonrası varılan genel anlaşma ve müzakere sonuçlarının bir “Katılım Antlaşması”na dâhil edilerek AB yetkili organlarında⁸ onaylanması ve uygunluğunun kabul edilmesi gerekmektedir. Ayrıca, imza sonrası Katılım Antlaşması onaylanmak üzere referanduma gidebilmeleri için aday ve üye ülkelere gönderilmektedir (Büyükkayın, 2009:16).

Dolayısıyla, hukuki düzenlemelerin yanı sıra adaylık sürecinin nihayetinde aday ve tüm üye ülkelerde referandumlar yapılacağından toplumsal uyumu sağlamaya yönelik adımların atılması gereği de ortaya çıkarmaktadır. Bu konuda AB’nin sağladığı Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı (IPA) ve AB’nin eğitim, gençlik ve spor alanlarındaki hibe programı Erasmus+ Programı gibi araçları toplumsal uyuma zemin hazırlamak amaçlıdır.

Türkiye de bu noktada ilki 2010, diğerleri 2014 ve 2019 yıllarında olmak üzere kamuoyuyla paylaştığı Avrupa Birliği İletişim Stratejileri’yle Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne anlatılması ve Avrupa Birliği’nin Türkiye’ye anlatılmasını amaçlamıştır. Bu iki yönlü strateji temelde üyeliğe olan inançta bir niyeti ortaya koymuştur. Ancak hem stratejinin kendisinin somut hedef

8 Katılım Antlaşmasının onayı Avrupa Devlet ve Hükümet Başkanları Konseyi ve uygunluğu Avrupa Parlamentosunca kararlaştırılır.

göstergeler içeren bir eylem planı niteliğinde olmaması hem de Türk kamu yönetiminde kurumsallaşmaya yeni başlayan kamu diplomasinin kapasite ve tecrübesinin eksikliği uygulamadaki birçok sorunu beraberinde getirmiştir. Bunun ötesinde Türkiye ile AB arasında yaşanan çalkantılı süreçlerde gerekirse AB'ne üyelikten vazgeçilerek dış politikada makas değişikliğine gidilebileceğine yönelik mesajların üst düzeyde dile getirilmesi de iletişim stratejisinin uygulanmasını etkilemiştir. 2019'da Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın AB ile ilişkilerde istenilen noktaya gelinemediğinden hareketle *“Vatandaşlarımızın temel hak ve özgürlüklerinin geliştirilmesi bizim için temel önceliklidir. Bu doğrultuda atılması gereken adımların gerekirse adına Kopenhag değil Ankara kriterleri deyip yola devam ederiz”* demesi (Cumhuriyet.com.tr, 2019, 9 Mayıs) ya da 2022 yılında Özbekistan ziyaretinin ardından Şanghay İşbirliği Örgütü'ne üye olmayı hedeflediklerini açıklaması (TRT HABER, 2022, 17 Eylül) bu duruma örnek niteliktedir.

Diğer taraftan, AB İletişim Stratejisinin planlayıcısı ve yürütücüsü kurumların yapısal değişimi ise ilk dönemlerde uygulamada süreklilik ve takibi güçleştiren bir durum oluşturmuştur. Buna göre 2010 yılındaki ABİS Başbakanlık AB Genel Sekreterliği, 2014 yılındaki ABİS AB Bakanlığı ve 2019 yılındaki ABİS ise Dışişlerine Bağlı AB Başkanlığı tarafından hazırlanmıştır. Bunun ötesinde ilk ABİS'ten son ABİS'e kadarki süreçte Türkiye'de basın, iletişim ve kamu diplomasisi alanlarında en üst kurumlar olan Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü ile Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğünde çeşitli yapısal değişiklikler olmuş ve nihayetinde 2018 yılında Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçişle her ikisi Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı çatısı altında toplanmıştır. Bu yapısal dönüşüm kamu diplomasisi ve iletişimin kamuda tek bir elden koordine edilerek ilgili kurumlarla birlikte yürütülmesi için bir fırsat oluşturmuştur. Öyle ki Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından hazırlanan 2021-2023 “Ulusal Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi ve Eylem Planı” ile sadece AB ile olan ilişkileri değil tüm kamu diplomasinin alt konularını da içine alacak şekilde 26 kamu diplomasisi komitesi oluşturulmuştur. Böylece 2019 yılında AB Başkanlığı tarafından yayımlanan ABİS'teki hedeflerin bir strateji belgesi ve eylem planı çatısı altında daha somut olarak performansının ölçülebileceği bir yapıya kavuşulmuştur. Ne var ki söz konusu Strateji Belgesi ve Eylem Planının detayları kamuoyuyla paylaşılmamıştır. Dolayısıyla bu çerçeveden eylem planının performans hedeflerine göre başarısını ölçmek araştırmacılar için teknik olarak mümkün değildir. Bununla birlikte açık kaynaklardan AB iletişim Stratejisinde önerilen araçlar ve mesajlara ilişkin yapılanlara ulaşmak kısmen mümkündür.

AB İletişim Stratejisinin hem Türk kamuoyunu hem de AB ülkelerinin kamuoyunu hedeflemesiyle çok geniş bir alanda faaliyeti içerdiği görülmektedir. Bu noktada nüfus göz önüne alındığında Türk kamuoyundan daha fazla AB üyesi ülkelerin ve bunların kamuoyuna ulaşmada çarpan etkisi yaratması nedeniyle uluslararası medyanın en öncelikli hedef kitle olarak belirlenmesi gerektiği düşünülebilir.

Zira küresel medya kültürü, insanların demokratik toplum içinde eleştirel düşüncelerini ve kendilerini ifade edebilmelerini sağlamaktadır (Uyar, 2022: 119). Bu da iletişim stratejisinde medyanın insanların düşüncelerini oluşturmasında etkinliğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla uluslararası medyaya yönelik uygun araçları kullanarak yapılacak etkin çalışmalar verilmek istenen mesajların da medya aracılığıyla geniş kitlelere ulaşmasına yardımcı olacaktır. Bu da ABİS'in değerlendirilmesinde ABYİS kapsamında uluslararası medyaya öncelik verilmesini gerektirmektedir.

Bu çerçeveden baktığımızda üç dönemde yayımlanan ABYİS'lerin medyaya yönelik önerilen araçlarının genel olarak benzerliğe sahip olduğunu, uygulanmasının ise kamu yönetimindeki dönüşümle daha fazla mümkün olduğunu göstermektedir.

Örneğin 2010 ve 2019'daki ABYİS'lerde belirtilen uluslararası kamuoyunun doğru bilgilendirilmesine yönelik olarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı⁹ ile işbirliği içerisinde çalışılması ve Başkanlığın AB yöneliminin güçlendirilmesi yönündeki önerinin 2018'de Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğünün İletişim Başkanlığına bağlı bir daire Daire Başkanlığı olarak yer alması ve 2021 yılında "Ulusal Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi ve Eylem Planı" oluşturulmasıyla yapısal olarak sağlandığı düşünülebilir. Diğer taraftan, AB boyutlu Medya Takip/Analiz Merkezi oluşturulması ve AB'deki olumsuz yayınlara zamanında ve açıklayıcı bilgi ve cevap iletilmesi önerileri Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığının Medya Takip Birimi ve Dezenformasyonla Mücadele Merkezi gibi yapıları aracılığıyla gerçekleştirilen faaliyetler halini almıştır.

Aynı şekilde ABYİS'lerde TV ve radyolarla iletişime geçilmesi, Türkçe yayın ve TR-AB haberleri konusunda işbirliği yapılması gibi yine önerilen araçların 2010 yılından itibaren TRT tarafından AB ülkelerinin kamuoylarına hitap edecek nitelikte TV kanalları kurulması ve Anadolu Ajansı tarafından AB dillerinde habercilik yapılmaya başlanmasıyla karşılandığı söylenebilir. Yurtdışına yayın yapan ulusal televizyon kanallarının yayınlarına Türkiye'yi

9 2010'daki ABYİS'te BYEGM olarak ifade edilmektedir.

tanıtıcı olumlu mesajlar yerleştirilmesinin de bu kapsamda değerlendirilmesi mümkündür.

2010 ve 2019 ABYİS'lerde yer verilen medya mensuplarına yönelik faaliyetler konusunda çok sayıda ve çeşitli programlar yürütülürken medya mensupları ve iletişim öğrencilerine yönelik çok sayıda eğitimin farklı programlar adı altında yürütüldüğü anlaşılmaktadır. Bu çerçevedeki eğitimlerin ilk örneklerinin Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM) ve Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından gerçekleştirildiği görülürken, Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü tarafından uluslararası medya eğitim ve hareketlilik projelerinin yoğunlukla yürütülmediği söylenebilir. Bu durum, 2010-2013 arasında Koordinatörlüğün gerçekleştirdiği faaliyetler üzerinde yapılan bir araştırmada da ortaya konulmuştur. Söz konusu faaliyetlerin ancak %8'inin gazeteci heyetleri programları ve %10'unun ise uluslararası basın bilgilendirilmesi kapsamında yürütüldüğü anlaşılmaktadır (Yıldırım, 2015: 8-9). Bunun dışında TRT, Anadolu Ajansı, TİKA, YTB, Yunus Emre Enstitüsü ve Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından artan sayıda eğitim gerçekleştirilmiştir.

Hedef kitlesi uluslararası medya mensupları olan bu eğitimlerin haricinde ABYİS'lerde de ihmal edilen bir konu olarak Türkiye'de Diplomasi Muhabirleri Derneği üyeleri tarafından önerilen Avrupa Birliği muhabirliği de dikkate alınması gereken bir konu niteliğini taşımaktadır (Kaymas, 2015:235).

2019 ABYİS'i döneminde eğitimlerin artırılmasının yanı sıra iş birliklerinin geliştirilmesine önem verilmiştir. Bununla birlikte, TRT üzerinden iletişime zemin oluşturmak üzere yeni kanalların farklı Avrupa Birliği üyesi ülkelerin stratejisi de devam ettirilmiştir. Bunun yanı sıra verilen mülakat ve demeçlerle de mesajların oluşturulan iletişim kanalları dışında AB ülkelerinin kendi medya kuruluşları aracılığıyla da iletilmesi için çalışmalar yürütülmüştür. AB İletişim stratejisinde verilmek istenilen mesajlar haricinde İslamofobi konusunun ayrıca dile getirilmesi ve bu kapsamda platformlar oluşturulduğu da görülmektedir. Yeni dönemde sosyal medyanın kullanımı da hedeflenen ve uygulanan bir araç olmuştur.

Sonuç olarak 2010 ve 2014 yıllarında ortaya konulan ABİS'lerdeki ABYİS yöneliminin önerilen araçların uygulanmasında eğitim, program ve uluslararası nitelikte yeni kamu yayıncılığı platformlarının kurulmasının yaşandığı bir dönemi temsil ettiği söylenebilir. Diğer taraftan, 2019 ABYİS'in Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemiyle gelen bir sürecin devamı olarak kamu diplomasisi ve iletişimde tek çatının ve bu kapsamda kurumlar

arası koordinasyonun esas alındığı bir kurumsallaşma dönemine geldiği, ancak ABYİS'in kendisinin 2010 ABYİS'le büyük ölçüde örtüşerek yenilik getirmediği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte uygulamada ABYİS'ten bağımsız olarak Ulusal Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi ve Eylem Planının da etkisiyle sosyal medyanın da kullanıldığı reaktif bir söylemle birlikte yeni mesajların ortaya konulduğu, daha fazla uluslararası çapta programın kurumsallaşarak gerçekleştiği, kamusal yayıncılıkta yeni uluslararası platformların oluşturulmasına ve bir çok kamu diplomasisi kurumu tarafından medya eğitimlerine çeşitlenerek devam edildiği, dezenformasyon ile haber takip konularında ise yeni idari birimlerin oluşturulduğu görülmektedir.

Bu itibarla, hazırlanacak yeni ABİS'in Ulusal Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi ve Eylem Planına uygun olarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı başta olmak üzere kamu diplomasisi alanındaki kurumların iş birliğinde oluşturulmasının söylem ve eylem birliği açısından gereği ortadadır.

Kaynakça

- 2010/3 sayılı Başbakanlık Genelgesi. Resmi Gazete, 30 Ocak 2010, Sayı: 27478.
- AA Akademi.(n.d.). “AA Haber Akademisi 2021’de 74 ülkeden 2 bin 474 gazeteciye eğitim verdi. <https://www.aa.com.tr/tr/haberakademisi/egitimler/aa-haber-akademisi-2021de-74-ulkeden-2-bin-474-gazeteciye-egitim-verdi/533135>”. Erişim 12 Mart 2022
- AA. (n.d.). Yurt dışı bürolar. <https://www.aa.com.tr/tr/p/yurt-disi-burolar>
- AK Parti Tanıtım ve Medya Başkanlığı. (2015). 2002 Genel Seçimleri Beyanname. <https://www.akparti.org.tr/media/318780/3-kasim-2002-genel-se-cimleri-secim-beyanname-sayfalar.pdf>
- Akan, A. K. (2022, 20 Aralık). İletişim Başkanı Altun: Rusya-Ukrayna krizinin daha da derinleşmesini önlemek için elimizden geleni yapıyoruz. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/iletisim-baskani-altun-rusya-ukrayna-krizinin-daha-da-derinlesmesini-onlemek-icin-elimizden-geleni-yapıyoruz/2768143>
- Akçay, E. Y. (2016). Türkiye-AB ilişkileri ve “İmtiyazlı Ortaklık” meselesi. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(5), 11-30.
- Altaş, M. (2022, 5 Nisan). TRT’nin Fransızca dijital haber platformu yayına başladı. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/trtnin-fransizca-dijital-haber-platformu-yayina-basladi/2555679>
- Altun, F. [@fahrettinaltun]. (2019, 29 Nisan). Faili belli terör saldırısının sorumlusu aranmaz. Terörist örgüte ateşkes çağrısında bulunulmaz. Terör kınanır. Terörist ile savaşılır. Yaptığı basın açıklamasına baktığımızda ne yazık ki Avrupa Birliği’nin terörle mücadelede hala doğru yerde durmadığını görüyoruz. Bu kabul edilemez. Twitter. <https://twitter.com/fahrettinaltun/status/1255591806357712899>
- Altun, F. [@fahrettinaltun]. (2019, 6 Şubat). Europe has been turning a blind eye to PKK’s terror activities for decades. Now, they are going further and hosting PKK/YPG terrorists in the European Parliament. If Europe is not going to stop a designated terror group and its activities, how can we talk about common security? Twitter. <https://twitter.com/fahrettinaltun/status/1225421728345722881>
- Altun, F. [@fahrettinaltun]. (2022, 6 Ağustos). “Türkiye” markasını daha da güçlendirmeye yönelik çalışmalarımız hız kesmeden devam ediyor. Dünyanın önde gelen teknoloji şirketleri ve medya kuruluşlarına “Turkey” yerine “Türkiye” ibaresini kullanmaları çağrısında bulunduk. Twitter. <https://twitter.com/fahrettinaltun/status/1555840216174411780?s=20>
- Anadolu Ajansı (2013, 14 Nisan). Avrupa’da “medya” buluşması. <http://aa.com.tr/tr/yasam/avrupada-medya-bulusmasi/255624>
- Aslan, Ö, Öztekin, A. (2020). Kamu Diplomasisi Örneği Olarak RTÜK Çalıştayları: Gelecekle İletişim Çalıştayları’na Katılan Yabancı Uyruklu Öğren-

- ciler Üzerine Bir İnceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(2), 1437-1465. DOI: 10.19145/e-gifder.727313
- Balcı, A. (2005). Türkiye-AB ilişkileri perspektifinden kamu yönetimi sisteminin yeniden yapılandırılması. *Amme İdaresi Dergisi*, 38 (4), 23-37.
- Balıkçı, A. (2020, 1 Aralık). Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Altun TRT World Forum 2020’de konuştu. Anadolu Ajansı. <https://www.anadoluiimages.com/p/cumhurbaskanligi-iletisim-baskani-altun-trt-world-forum-2020de-konustu/20896576>
- Balıkçı, A. (2021, 19 Ekim). Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Altun, “TRT World Forum 2021”in açılışında konuştu. Anadolu Ajansı. <https://anadoluiimages.com/p/cumhurbaskanligi-iletisim-baskani-altun-trt-world-forum-2021in-acilisinda-konu/22935018>
- Balkan Ülkeleri Sosyal Araştırmalar Merkezi. (2013, 7 Temmuz). Balkanlı Genç Gazetecilere TÜMEP Medya Eğitim Programı. <https://bulsam.org/2013/07/mary/>
- Belemtürk. (2014, 16 Haziran). Belçika’lı Gazeteciler Türkiye’de. <http://www.belemturktv.com/belcikali-gazeteciler-turkiyede.html>, Erişim tarihi: 1.11.2016.
- Beyaz, Z. F. (2020, 6 Şubat). İletişim Başkanı Altun’dan PKK/YPG’li teröristleri ağırlayan Avrupa Parlamentosu’na tepki. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/iletisim-baskani-altundan-pkk-ypgli-teroristleri-agir-layan-avrupa-parlamentosuna-tepki/1726635>
- Beyaz, Z. F. (2022, 18 Mayıs). Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Altun: İsveç, NATO’ya katılmak için Türkiye’nin endişelerini gidermek zorunda. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/cumhurbaskanligi-iletisim-baskani-altun-isvec-natoya-katilmak-icin-turkiyenin-endiselerini-gidermek-zorunda/2591324>
- Beyaz, Z. F. (2022, 7 Eylül) Türkiye ile Sırbistan arasında Medya ve İletişim Alanında İşbirliği Anlaşması imzalandı. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/turkiye-ile-sirbistan-arasinda-medya-ve-iletisim-alaninda-isbirligi-anlasmasi-imzalandi/2679313>
- Büyükkın, T. (2009). Türkiye’nin Katılım Müzakereleri. AB INFO, Yıl 2, Sayı 2. <https://www.kocaeli.bel.tr/webfiles/userfiles/files/birimler/basin-ya-yin-ve-halkla-iliskiler-dairesi-baskanligi/ab-ve-dis-iliskiler-sube-mudurlugu/ABINFO2.pdf>
- Cumhuriyet.com.tr (2019, 9 Mayıs). Erdoğan’dan AB’ye mesaj: Kopenhag değil Ankara kriterleri... <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/erdogandan-abye-mesaj-kopenhag-degil-ankara-kriterleri-1385139>
- Çanakale Onsekiz Mart Üniversitesi İletişim Fakültesi. (2015, 8 Mayıs). 7. Gelecekle İletişim Çalıştayı Gerçekleşti. <http://iletisim.comu.edu.tr/arsiv/etkinlikler/7-gelecekle-iletisim-calistayi-gerceklesti-89.html>

- Doğan, Z. (2022). Küresel, Bölgesel ve Ulusal Gelişmeler Bağlamında 2014 Sonrası (Erdoğan Dönemi) Türk Dış Politikası. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24 (3), 1155-1182 . DOI: 10.26745/ahbvuibfd.1177670
- Elaldı, E. (2019, 21 Ekim). İletişim Başkanı Fahrettin Altun. Anadolu Ajansı. <https://www.anadoluiimages.com/p/iletisim-baskani-fahrettin-altun/17178266>
- Gündoğan, B. (2019, 11 Mayıs). 'Kamusal iletişim standartlarının belirlenmesi hayati fonksiyon'. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/kamusal-iletisim-standartlarinin-belirlenmesi-hayati-fonksiyon/1475905>
- İktisadi Kalkınma Vakfı. (n.d.). Yeni ABİS Açıklandı. http://www.ikv.org.tr/ikv.asp?ust_id=715&id=725#sthash.roB7zrRl.dpuf, Erişim tarihi; (1.11.2016).
- Kamacı M. (2019, 18 Ekim). Cumhurbaşkanı Erdoğan, yabancı basın mensuplarıyla buluştu. Anadolu Ajansı. <https://www.anadoluiimages.com/p/cumhurbaskani-erdogan-yabanci-basin-mensuplariyla-bulustu/17159035>
- Kaplan, E., Altaş, M., Tosun, M. (2022, 13 Ocak). Cumhurbaşkanı Erdoğan: Avrupa Birliği stratejik önceliğimiz olmayı sürdürüyor. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/cumhurbaskani-erdogan-avrupa-birli-gi-stratejik-oceligimiz-olmayi-surduruyor/2472950>
- Kara, K. (2021, 12 Aralık) Uluslararası Stratejik İletişim Zirvesi devam ediyor. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/uluslararasi-stratejik-iletisim-zirvesi-devam-ediyor/2445311>
- Kaymas, S. (2015). Türkiye'nin Avrupalılaştırma süreci ve diplomasi muhabirleri: Diplomasi muhabirleri Türkiye'nin Avrupalılaşması üzerine nasıl bir katkı sunabilirler. *Intermedia International E-journal*, 2(1), 235-264. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/intermedia/issue/8644/107916>
- Kılıç, B. (2020, 30 Nisan). İletişim Başkanı Altun'dan AB Dış İlişkiler Servisinin Afrin'deki terör saldırısıyla ilgili açıklamasına tepki. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/iletisim-baskani-altundan-ab-dis-iliskiler-servisinin-afrindeki-teror-saldirisiyla-ilgili-aciklamasına-tepki/1823642>
- Kılıçaslan, E. (2020). Marka İnşası Bağlamında Türk Kamu Diplomasisi: Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü ve Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Örnekleri. *ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi*, (3), 64-83.
- Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi. (2016, 25 Mayıs). 8. Gelecek İletişim Çalıştayı KTMÜ'de Gerçekleştirildi. <http://manas.edu.kg/index.php/haber-duyuru/2455-8-gelecek-ileti%C5%9Fim-%C3%A7al%C4%B1-%C5%9Ftay%C4%B1-ktm%C3%BC-de-ger%C3%A7ekle%C5%9Ftil-di>

- Küçük, E. (2021, 3 Aralık). Uluslararası medya mensupları Türkçe eğitimi sertifikası aldı. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/uluslararasi-medya-mensuplari-turkce-egitimi-sertifikasi-aldi-/2437651>
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK). (2015). 2014 Faaliyet Raporu, Ankara.
- Rodop Rüzgarı.com. (2013, 17 Aralık). Batı Trakya Türk Azınlığı'ndan genç medya mensupları TÜMEP programına katıldı. http://www.rodopruzgari.com/bati_trakya/item/3329-bat%C4%B1-trakya-t%C3%BCrk-az%C4%B1n%C4%B1%C4%9F%C4%B1%E2%80%99ndan-gen%C3%A7-medya-mensuplar%C4%B1-t%C3%BCmep-program%C4%B1na-kat%C4%B1ld%C4%B1.html, Erişim tarihi: 1.11.2016.
- Sağırkaya, H. (2021, 25 Mayıs). 1. Uluslararası Medya ve İslamofobi Sempozyumu. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/pg/foto-galeri/1-uluslararasi-medya-ve-islamofobi-sempozyumu>
- T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü. (n.d.A). İspanyol Gazeteci Heyeti 28 Şubat-6 Mart Tarihleri Arasında Türkiye'deydi. <http://kdk.gov.tr/faaliyetler/gazeteci-heyetleri-programi/ispanyol-gazeteci-heyeti/23>, Erişim tarihi: 1.11.2016).
- T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü. (n.d.B). Macar gazeteci heyeti Türkiye'deydi. <http://kdk.gov.tr/haber/macar-gazeteci-heyeti-turkiyede/588>, Erişim tarihi: 1.11.2016.
- T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü. (n.d.C). Uluslararası Basını Bilgilendirme Faaliyetleri. <http://kdk.gov.tr/faaliyetler/uluslararasi-basini-bilgilendirme/17>, Erişim tarihi: 1.11.2016.
- T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü. (n.d.D). Anadolu Ajansı, Türkiye'nin sesini 10 dilde dünyaya duyuruyor. <http://kdk.gov.tr/haber/anadolu-ajansi-turkiyenin-sesini-10-dilde-dunyaya-duyuruyor/371>, Erişim tarihi: 1.11.2016.
- T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü. (n.d.E). Hırvatistan Gazeteci Heyeti Türkiye'de ağırlandı. <http://kdk.gov.tr/haber/hirvatis-tan-gazeteci-heyeti-turkiyede-agirlandi/585>, Erişim tarihi: 1.11.2016.
- T.C Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü. (n.d.F). Ülke Toplantıları. <http://kdk.gov.tr/faaliyetler/ulke-toplantilari/47>, Erişim tarihi: 1.11.2016.
- T.C. Başbakanlık Avrupa Birliği Genel Sekreterliği (2010) Türkiye'nin Avrupa Birliği İletişim Stratejisi (ABİS) Ocak 2010, Ankara.
- T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü. (n.d.A). AB Ülkelerinden Gazeteciler Türkiye'de Ağırlandı. <http://byegm.gov.tr/turkce/faaliyet/ab-ulkelerinden-gazeteciler-turkiyede-agirlaniyor/94449>, Erişim tarihi: 1.11.2016.
- T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü. (n.d.B). Şeb-İ Arus Medya Programı Yapıldı. <http://www.byegm.gov.tr/turkce/>

faaliyet/seb-i-arus-medya-programi-konyada-yapiliyor/73559, Erişim tarihi: 1.11.2016.

- T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü. (n.d.C). AB Uzman Heyeti BYEGM Ziyareti. <http://www.byegm.gov.tr/turkce/faaliyet/avrupa-birligi-istisari-uzman-heyetinin-genel-mudurlugumuzu-ziyareti/59787>, Erişim tarihi: 1.11.2016.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı (2021, 6 Temmuz). “Ulusal Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi ve Eylem Planı” hazırlandı. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/ulusal-kamu-diplomasisi-strateji-belgesi-ve-eylem-plan-hazirlandi>
- T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı. (2022, 15 Kasım). Katılım Müzakerelerinde Mevcut Durum. https://www.ab.gov.tr/katilim-muzakerelerinde-mevcut-durum_65.html
- T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı. (2023, 10 Mart). Türkiye-AB İlişkilerinin Tarihçesi. https://www.ab.gov.tr/turkiye-ab-iliskilerinin-tarihcesi_111.html#:~:text=T%C3%BCrkiye%20Art%C4%B1k%20Aday%20Bir%20%C3%9Clke,kesin%20bir%20dille%20ifade%20edilmi%C5%9Ftir.
- T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı. (2022, 17 Haziran). Avrupa Birliği İletişim Stratejisi (ABİS). https://www.ab.gov.tr/_46294.html#:~:text=%C4%B0leti%C5%9Fim%20Stratejisi'nin%20yurt%20i%C3%A7i%20ileti%C5%9Fim%20boyutu%2C%20halk-%C4%B1m%C4%B1z%C4%B1n%20AB',reformlara%20olan%20deste%C4%9Fini%20art%C4%B1rma%C4%B1%20hedeflemektedir.
- Taşdemir, F. (2022, 11 Mart). Ankara'da 2. Uluslararası Medya ve İslamofobi Forumu yapılacak. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/ankarada-2-uluslararasi-medya-ve-islamofobi-forumu-yapilacak/2531795>
- Terli, İ. (2022, 9 Aralık). Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Fahrettin Altun TRT World Forum 2022'de konuştu. Anadolu Ajansı. <https://www.anadoluiimages.com/p/cumhurbaskanligi-iletisim-baskani-fahrettin-altun-trt-world-forum-2022de-konustu/25836838>
- TİKA (2022). 2021 Yılı İdare Faaliyet Raporu. Ankara.
- Tosun, M. (2022, 2 Aralık). Uluslararası Stratejik İletişim Zirvesi başladı. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/uluslararasi-stratejik-iletisim-zirvesi-basladi/2753812>
- TRT Haber (2022, 7 Mart). “TRT'den Azerbaycan'da habercilik eğitimi”. <https://www.trthaber.com/haber/dunya/trtden-azerbaycanda-habercilik-egitimi-661528.html>
- TRT HABER. (2022, 17 Eylül). Cumhurbaşkanı Erdoğan: Hedefimiz Şanghay Beşlisi'ne üye olmak, <https://www.trthaber.com/haber/gundem/cumhurbaskani-erdogan-hedefimiz-sanghay-beslisine-uye-olmak-709427.html>

- TRT Kurumsal.(n.d.). Tarihçe. <https://www.trt.net.tr/kurumsal/tarihce>
- Türk Dünyası Belediyeler Birliği. (2016, 25 Mayıs). 8. Gelecekle İletişim Çalıştayı Kırgızistan ve Kazakistan'da Gerçekleştirildi. <http://www.tdbb.org.tr/?p=7492&lang=tr>, Erişim tarihi:1.11.2016.
- Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı-TİKA.(n.d.). Balkan Gazetecileri Yeni Medya Eğitimini Tamamladı. https://www.tika.gov.tr/tr/haber/balkan_gazetecileri_yeni_medya_egitimini_tamamladi-68328
- Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Bakanlığı (2014) Avrupa Birliği İletişim Stratejisi, Ankara.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı (2022, 24 Temmuz). “Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Altun, Yunan Kathimerini gazetesine konuştu”. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/cumhurbaskanligi-iletisim-baskani-altun-yunan-kathimerini-gazetesine-konustu>
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2019, 13 Mart). Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Türk Dizileri Çalıştayı düzenlendi. https://www.iletisi.gov.tr/turkce/yerel_basin/detay/kamu-diplomasisi-araci-olarak-turk-dizileri-calistayi-duzenlendi
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2020, 7 Mart). İletişim Başkanı Altun, Yunanistan Başbakanı Miçotakis'in iddialarına cevap verdi <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskani-altun-yunanistan-basbakani-micotakis-in-iddialarina-cevap-verdi>
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2021, 7 Haziran). İletişim Başkanı Altun: “Siber Vatan egemenlik hakkımızdır” <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskani-altun-siber-vatan-egemenlik-hakkimizdir>
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2022, 15 Haziran). Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Altun, TRT Balkan Dijital Haber Platformu Tanıtım Programı'nda konuştu. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/cumhurbaskanligi-iletisim-baskani-altun-trt-balkan-dijital-haber-platformu-tanitim-programinda-konustu>
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2022, 1 Ağustos). İletişim Başkanı Altun: Dünyanın gittiği istikamet, Türkiye ve AB'yi birbirine yaklaştırıyor. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskani-altun-dunyanin-gittigi-istikamet-turkiye-ve-abyi-birbirine-yaklastiriyor>
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2022, 29 Temmuz). İletişim Başkanı Altun, İspanyol gazetesine Tahlil Sevkiyatı Anlaşmasını değerlendirdi. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskani-altun-ispanyol-gazetesine-tahlil-sevkiyatı-anlasmasını-degerlendirdi>

- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2022, 27 Ağustos). İletişim Başkanı Altun, Norveç'in "Aftenposten" gazetesine demec verdi. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskani-altun-norvecin-aftenposten-gazetesine-demec-verdi>
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2022, 7 Temmuz). İletişim Başkanı Altun, İsveç'in Expressen gazetesine demec verdi. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskani-altun-isvecin-expressen-gazetesine-demec-verdi>
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2021, 19 Nisan). Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Yunus Emre Enstitüsü iş birliğiyle Türkiye'de yerleşik uluslararası medya mensuplarına yönelik çevrim içi Türkçe kursu başlattı. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/cumhurbaskanligi-iletisim-baskanligi-yunus-emre-enstitusu-is-birligiyle-turkiyede-yerlesik-uluslararasi-medya-mensuplarina-yonelik-cevrim-ici-turkce-kursu-baslatti>
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2022, 16 Haziran). İletişim Başkanı Altun, UMED Uluslararası Medya Akademisi Sertifika Programı'nda konuştu. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskani-altun-umed-uluslararasi-medya-akademisi-sertifika-programinda-konustu>
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2022, 1 Nisan). İletişim Başkanlığı'ndan "Uluslararası Genç İletişimciler Forumu" <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskanligindan-uluslararasi-genc-iletisimciler-forumu>
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2020, 20 Haziran). İletişim Başkanı Altun, 2019 Avrupa İslamofobi Raporu'nun tanıtıldığı web panelinin açılış konuşmasını gerçekleştirdi. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskani-altun-2019-avrupa-islamofobi-raporunun-tanitildigi-web-panelinin-acilis-konusmasini-gerceklestirdi>
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2022, 29 Haziran). Cumhurbaşkanı Erdoğan, AB Konseyi Başkanı Michel'i kabul etti. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/cumhurbaskani-erdogan-ab-konseyi-baskani-micheli-kabul-etti290622>
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. (2022, 5 Nisan). İletişim Başkanı Altun: "TRT Fransızca, yayıncılık tarihinde önemli bir kilometre taşı olacak" <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskani-altun-trt-fransizca-yayincilik-tarihinde-onemli-bir-kilometre-tasi-olacak>
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı. (2019, 20 Haziran). Kaşıkçı cinayeti gibi Mursi'nin dramının da unutturulmasına asla izin vermeyeceğiz. ht-

[tps://www.tccb.gov.tr/haberler/410/105736/-kasikci-cinayeti-gibi-mur-si-nin-draminin-da-unutturulmasina-asla-izin-vermeyecegiz-](https://www.tccb.gov.tr/haberler/410/105736/-kasikci-cinayeti-gibi-mur-si-nin-draminin-da-unutturulmasina-asla-izin-vermeyecegiz-)

- Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı Gençlik Hizmetleri Genel Müdürlüğü (n.d.) Stratcom Youth: Uluslararası Genç İletişimciler Forumu. <https://ghgm.gsb.gov.tr/HaberDetaylari/1/10001/247080/stratcom-youth-uluslararası-genc-iletisimciler-forumu.aspx>
- Türkiye Radyo Televizyon Kurumu. (2015). 2014 TRT Faaliyet Raporu.
- Türkten, F. (2022, 5 Ağustos). İletişim Başkanlığı bünyesinde Dezenformasyonla Mücadele Merkezi oluşturuldu. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/iletisim-baskanligi-bunyesinde-dezenformasyonla-mucadele-merkezi-olusturuldu/2654072>
- Usul, A.S. (2022, 16 Haziran). TRT Balkan Dijital Haber Platformu, yayına başladı. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/trt-balkan-dijital-haber-platformu-yayina-basladi/2614882>
- Uyar, M. (2022). Dijital Okuryazarlık, Bilgi Okuryazarlığı ve Medya Okuryazarlığının Entegrasyonu: Benzerlikleri, Farklılıkları ve Önemi Üzerine bir Değerlendirme. M. Yüksel, T. Solmaz (Edt.) *Eğitim ve İletişim Alanında Medya Okuryazarlığı* içinde (107-133). Beriakan Yayınevi. Ankara.
- Wikipedi, özgür ansiklopedi. (2016, 28 Ağustos). “TRT World” https://tr.wikipedia.org/wiki/TRT_World, Erişim tarihi: 1.11.2016.
- Yaman, A.H. (2022, 1 Nisan). TRT Türk “Siz neredesiniz, biz oradayız” sloganıyla yeni yayın dönemine başladı. Anadolu Ajansı. <https://www.anadoluiimages.com/p/trt-turk-siz-neredesiniz-biz-oradayiz-sloganiyla-yeni-yayin-donemine-basladi/24131537>
- Yıldırım, G. (2015). Türkiye Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü’nün *Faaliyetlerinin Kültürel Diplomasi Bağlamında İncelenmesi*. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 5 (1), 2-24. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/e-kiad/issue/49300/629719>
- YTB. (2022, 19 Mart). Uluslararası Öğrenciler Medya Akademisi’nde Sertifika Töreni. <https://ytb.gov.tr/haberler/uluslararası-ogrenciler-medya-akademisinde-sertifika-toreni>
- YTB. (n.d.). Uluslararası Genç İletişimciler 23-24 Kasım’da Ankara’da Buluşuyor. <https://www.ytb.gov.tr/duyurular/uluslararası-genc-iletisimciler-23-24-kasimda-ankarada-bulusuyor>

