



6th INTERNATIONAL ANATOLIAN SCIENTIFIC RESEARCH CONGRESS





FULL TEXT BOOK

EDITORS
Assoc. Prof. Dr. Mustafa Göktuğ KAYA
Prof. Dr. Savaş ÇEVİK

ISBN: 978-625-367-992-7

NOVEMBER 08-10, 2024
Selçuk University, Konya, Türkiye

6.International Anatolian Scientific Research Congress

November 08-10, 2024 / Konya, Türkiye

FULL TEXT BOOK

" Bu kongre Selçuk Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından 24702008 numaralı proje ile desteklenmiştir."

EDITORS:

Assoc. Prof. Dr. Mustafa Göktug KAYA

Prof. Dr. Savas ÇEVIK

by
IKSAD PUBLISHING HOUSE®

All rights of this book belong IKSAD Publishing House
Authors are responsible both ethically and juridically
IKSAD Publications – 2024©
Issued: 6.12.2024

ISBN: 978-625-367-992-7

CONGRESS ID

CONGRESS TITLE
6. INTERNATIONAL ANATOLIAN SCIENTIFIC RESEARCH CONGRESS

DATE and PLACE
NOVEMBER 08-10, 2024 / KONYA, TÜRKİYE

PARTICIPATION
Keynote & Invited

ORGANIZATIONS
IKSAD Institute

ORGANIZING BOARD
Prof. Dr. Baki YILMAZ - Selçuk University
Assoc. Prof. Dr. Perihan Hazel KAYA - Selçuk University
Res. Assist. Mustafa TEK - Selçuk University
Res. Assist. Rumeysa GEVHER - Selçuk University
Res. Assist. Atiye Nur GÜLER - Selçuk University
Res. Assist. Şükrü SÜRÜCÜ - Selçuk University
Res. Assist. Mustafa Serdar ACAR - Selçuk University
Res. Assist. Mustafa AY - Selçuk University
Dr. Ayşenur ŞAKALAK - Selçuk University
Yiğit YILDIZ - Ministry of Treasury and Finance

CONGRESS COORDINATOR
Ülkü EKSİN

PARTICIPANTS COUNTRY
Türkiye, Azerbaijan, Algeria, India, Jordan, Morocco, Pakistan, Iran, Bulgaria, Indonesia, Uzbekistan, Romania, Nigeria, Tunisia, Canada, Hungary, Republic of South Africa, Macedonia, Serbia, Philippine, Ukraine, Oman

Number Of Accepted Papers- 352
Number Of Rejected Papers- 45
Total number of (accepted) Papers from Other Countries- 181
Total number of (accepted) Papers from Türkiye- 170

SCIENTIFIC AND ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Ahmad Ali (University of Mumbai, India)

Prof. Dr. Alberto Crescentini, (University of Applied Sciences and Arts of Souther Switzerland, Switzerland)

Prof. Dr. Baki YILMAZ (Selçuk University, Türkiye)

Prof. Dr. Davide Antognazza (University of Applied Sciences and Arts of Southern Switzerland, Switzerland)

Prof. Dr. Géza Dávid (Eötvös Loránd University, Hungary)

Prof. Dr. Jaya Bishnu Pradhan (Tribhuvan University, Nepal)

Prof. Dr. Konstantinos Andriotis (Middlesex University, London)

Prof. Dr. Ramesh Chander Sharma (Dr. B. R. Ambedkar University, India)

Prof. Dr. Mehmet Göküş (Selçuk University, Türkiye)

Prof. Dr. Mehmet Okan Taşar (Selçuk University, Türkiye)

Prof. Dr. Fatih Mangır (Selçuk University, Türkiye)

Prof. Dr. Haldun Soydal (Selçuk University, Türkiye)

Prof. Dr. Muammer Zerenler (Selçuk University, Türkiye)

Prof. Dr. Yunus Ceran (Selçuk University, Türkiye)

Prof. Dr. Şaban Halis Çalış (Selçuk University, Türkiye)

Prof. Dr. Hakan Acet (Selçuk University, Türkiye)

Prof. Dr. Murat Demir (Harran University, Türkiye)

Prof. Dr. Harun Yeniçeri (Bandırma University, Türkiye)

Prof. Dr. Bilge AFŞAR (KTO Karatay University, Türkiye)

Prof. Dr. Yüksel BAYRAKTAR (Ankara University, Türkiye)

Prof. Dr. Med Manole Cojocaru (Titu Maiorescu University, Romania)

Prof. Habil. Cristian C. POPESCU ("Al. I. Cuza" University of Iasi, Romania)

Prof. Dr.Samir Ladaci (National Polytechnic School, Algeria)

Assoc. Prof. Dr. İbrahim Özmen (Selçuk University, Türkiye)

Assoc. Prof. Ihor PONOMARENKO (Kyiv National University, Ukraine)

Dr. Ali Gökhan Gölçek (Niğde Ömer Halisdemir University, Türkiye)

Dr. Enkeleda Lulaj (Haxhi Zeka University, Kosovo)

Dr. Vahid Ghasemi (Universidade Europeia, Portugal)

Dr. Sándor Földvár (Debrecen University, Hungary)

Dr. Nguyen Huy Hoang (Tra Vinh University, Viet Nam)

Dr. Zohaib Hassan SAIN (Superior University, Pakistan)

Dr. Raja Mohammad Latif (Prince Mohammad Bin Fahd University, Saudi Arabia)





6th INTERNATIONAL ANATOLIAN SCIENTIFIC RESEARCH CONGRESS





CONGRESS PROGRAM

Online & In-peson Presentations

www.discoveranatolia.org / info@discoveranatolia.org

NOVEMBER 08-10, 2024
Selçuk University, Konya, Türkiye

İLETİŞİM FAKÜLTESİNDEKİ ANABİLİM DALLARINDA YAZILAN "YUMUŞAK GÜÇ" İLE İLGİLİ TEZLERİN ANALİZİ: METODOLOJİK BİR İNCELEME

ANALYSIS OF THESES ON "SOFT POWER" WRITTEN IN THE DEPARTMENTS OF THE FACULTY OF COMMUNICATION: A METHODOLOGICAL REVIEW

Arş. Gör. Aydın YEŞİLYURT

Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi

ORCID: 0000-0003-3136-2437

ÖZET

Türkiye, Amerika Birleşik Devletlerinden sonra dünyaya en çok dizi ihraç eden ikinci ülke konumunda bulunmaktadır. İhraç edilen dizilerin yumuşak güç kavramı üzerinden analizi yapılabilmektedir. Buradan hareketle bu çalışmada Türkiye'de iletişim fakültesinde bulunan bölümlerde (gazetecilik, halkla ilişkiler, iletişim bilimleri, radyo, televizyon ve sinema ve yeni medya) "yumuşak güçle" ilgili yazılan tezlerin metodolojik analizi yapılmıştır. Bu bağlamda; hangi bölümde kaç tane tez yazıldığı, analizi yapılan tezlerde yumuşak gücün; "hangi bağlamda, hangi yöntemle, hangi evren ve örneklemde, hangi yumuşak güç unsuru üzerinden" ele alındığı saptanmaya çalışılmıştır. Veriler YÖKTEZ sayfasından alınmış, Maxquda paket programı yardımıyla analiz edilmiştir. Bu çalışma, alana katkı sağlaması için literatürde neyin boşlukta kaldığını belirleme gayreti içerisinde oluşturulmuştur.

Sonuç olarak iletişim fakültesi çatısı altında yumuşak güç ile ilgili en fazla tezin Halkla ilişkiler bölümünde, en az tezin ise Radyo Televizyon ve Sinema bölümünde yazıldığı saptanmıştır. Türkiye'de yumuşak güç konulu ilk tez 2001 yılında yazılırken iletişim bölümlerinde ilk tez 2010 yılında yazıldığı, evrenin genelde Arap Ülkeleri olduğu belirlenmiştir. Türkiye'nin Amerika'dan sonra en çok dizi ihraç eden ülke olmasına rağmen ihraç edilen dizileri yumuşak güç bağlamında ele alan yalnızca üç tane tez olduğu saptanmıştır. Bu eksiklik, gelecek çalışmalara öneri olarak sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yumuşak güç, İletişim Fakültesi Bölümleri, Tez, YÖKTEZ, Metodolojik Analiz.

ABSTRACT

Türkiye is the second country that exports the most TV series to the world after the United States. Exported TV series can be analyzed through the concept of soft power. Based on this, in this study, a methodological analysis was made of the theses written about "soft power" in the departments of the communication faculty in Turkey (journalism, public relations, communication sciences, radio, television and cinema and new media). In this context; how many theses were written in which department, soft power in the theses analyzed; It has been tried to determine "in which context, with which method, in which universe and sample, through which soft power element". The data was taken from the YÖKTEZ page and analyzed with the help of the Maxquda package program. This study was created in an effort to determine what remains vacant in the literature in order to contribute to the field.

As a result, it was determined that under the umbrella of the faculty of communication, the most theses on soft power were written in the Public Relations department, and the least theses were written in the Radio, Television and Cinema department. While the first thesis on soft power in Turkey was written in 2001, the first thesis in communication departments was written in 2010, and it was determined that the population was generally Arab Countries. Although Turkey is the country that exports the most TV series after America, it has been determined that there are only three theses that discuss the exported TV series in the context of soft power. This deficiency is presented as a suggestion for future studies.

Key Words: Soft power, Faculty of Communication Departments, Thesis, YÖKTEZ, Methodological Analysis.

GİRİŞ

Yumuşak güç; sert güç kullanmadan, top, tüfek kullanmadan ve savaş yapmadan, halkların, toplumların, bireylerin bile isteye, gönül rızasıyla kabul etmesinin bir sonucu olarak ülkelerin birbirleri üzerinde kurdukları ve oluşturdukları güç durumudur. Buna bazen "algı" da denilmektedir. Sağlık, eğitim, yardım kuruluşları, iş kuruluşları, turizm, radyo, televizyon, sinema, büyükelçilikler vb. kurum ve kuruluşlar yumuşak güç unsurları olarak kullanılabilmektedirler. Bu yumuşak gücü kullanan ülkeler ve bu ülkelerin toplumları, dilleri, kültürleri, gelenek ve görenekleri diğer ülke devletleri ve toplumları tarafından merak edilmekte, öğrenilmekte ya da bu ögelere karşı sempati beslenebilmektedir. İşte böylesine önemli bir görevi bulunan yumuşak güç araştırılmaya değer olarak görüldüğü için bu çalışmanın yapılması önemli görülmektedir. Bulgu ve tartışmaya geçmeden önce literatürde yumuşak güçle ilgili bazı çalışmaları incelemek araştırmaya derinlilik kazandıracaktır.

Uluslararası ilişkilerdeki dinamik değişimle birlikte, "yumuşak güç" kavramı, ülkelerin küresel etkilerini göstermek ve dünya çapındaki algıları şekillendirmek için önemli bir araç haline gelmiştir (Fan, 2008: 150). 1980'lerin sonlarına doğru Joseph Nye tarafından geliştirilen yumuşak güç, bir ülkenin kültürü, ideolojik değerleri ve politikalarının çekiciliği aracılığıyla, zor kullanmak yerine, başkalarını cezbetme ve ikna etme kapasitesini ifade etmektedir (Nye, 1990; Blechman, 2004: 681). Yumuşak güç, askeri ve ekonomik gücün geleneksel "sert gücünün" aksine, dünya genelinde nüfuz sahibi olmanın daha incelikli ve stratejik bir yöntemini sunmaktadır (Rugh, 2009).

Kamu diplomasisi, bir ülkenin yumuşak gücünü artırma aracı olarak uzun bir geçmişe ve köklü bir geleneğe sahiptir (Nye, 2017: 2). Soğuk Savaş dönemi boyunca, kamu diplomasisi, küresel kamuoyunun gönüllerini ve düşüncelerini etkilemek ve küresel anlatıyı şekillendirmede kritik bir rol oynamaktaydı. Bugün ise, ülkeler, ulusötesi terörizm ve otoriter yönetimlerin yıkıcı stratejilerinin yol açtığı zorluklarla mücadele ederken, kamu diplomasisinin önemi daha da artmış durumdadır.

Yumuşak güç ve kamu diplomasisi, devletlerin uluslararası alandaki statülerini güçlendirmek ve arzu ettikleri sonuçlara ulaşmak için başvurdukları kritik araçlardır. Soğuk Savaş dönemi sırasında, özellikle Amerika Birleşik Devletleri ile Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği arasındaki rekabet içinde, yumuşak güç ve kamu diplomasisi belirleyici bir rol üstlenmiştir. Günümüzde ise, otoriter rejimlerin yeni teknolojiler ve çeşitli yöntemler aracılığıyla demokratik ülkelerdeki siyasi süreçlere müdahale etmeleriyle, yumuşak gücün sınırları ve kamu diplomasisi için etkili politikalar geliştirilmesi konusunda yoğun tartışmalar devam etmektedir (Nye, 2019: 15).

Kültür, siyasi ilkeler ve dış politika, yumuşak gücün temel bileşenlerini oluşturur. **Kültür:** Kültürel ürünler ve faaliyetler, diğer toplumları etkilemek amacıyla kullanılmaktadır. Örneğin, Amerikan popüler kültürü ve Hollywood sineması. **Siyasi İlkeler:** Demokrasi, özgürlük ve insan hakları gibi evrensel değerler, yumuşak gücün önemli unsurlarındandır. **Dış Politika:** Bir ülkenin dış politika tutumu ve adaletli uygulamaları, o ülkenin yumuşak gücünü pekiştirebilir (Nye, 2004).

Türkiye, Orta Asya'da tarihsel ve kültürel bağları bulunan ülkelerde yumuşak güç stratejilerini hayata geçirmektedir. Ancak, bu kapsamda yürütülen kamu diplomasisi faaliyetlerinde bazı eksiklikler ve uyumsuzluklar gözlenmektedir. Örneğin, TRT ve Anadolu Ajansı (AA) gibi medya kuruluşları bölge dillerinde yayın yapmamaktadır, bu da bölge halklarına ulaşılabilirliği sınırlamaktadır. Diğer yandan, TİKA ve Diyanet İşleri Başkanlığı, hükümet politikalarına uygun projeler geliştirmede ön planda yer almaktadır. Buna karşın, YTB ve YEE'nin bölgedeki etkinliği yeterli düzeyde görülmemektedir. Türkiye'nin yumuşak gücünü sadece kültürel ve tarihsel bağlara dayandırması, uluslararası ilişkilerde bazı olumsuz algılara yol açabilir (Kılıçoğlu ve Yılmaz, 2016).

Türk dizilerinin 170 ülkeye ihraç edilmesi (Garip, Rana, & Kuş, 2024) ve Türkiye'nin Amerika Birleşik Devletlerinden ve İngiltere'den sonra en çok dizi ihraç eden ülke konumunda bulunması (https://anlatilaninotesi.com.tr/20240217/turkiye-dunyaya-en-cok-dizi-ihrac-eden-ucuncu-ulke-oldu-1080829266.html, 2024) böyle bir konunun çalışılmasındaki önemli gerekçeleri göstermektedir.

METOT

Yumuşak güç konusuyla ilgili yazılan tüm tezler araştırmanın evrenini temsil etmektedir. İletişim bilimlerinde yazılan tezler ise örneklemi oluşturmaktadır. Araştırmada analizi yapılan tezler YÖKTEZ merkezinin internet sayfasındaki arama motoru kullanılarak elde edilmiştir. Gelişmiş aramalar bölümünden başlıkta, özette ya da anahtar kelimelerde "yumuşak güç" yazan tüm tezler çalışmaya dahil edilmiştir. Bu veri, bulgular kısmında tablo 1'de gösterilmektedir. Ardından tüm tezler tek tek incelenerek anabilim dalları saptanmış ve iletişim fakültesindeki bölümlerde yazılan tezler indirilmiş metodolojik olarak analiz edilmiştir.

Metodolojiden kasıt: Araştırmada kullanılan yumuşak güç unsuru, araştırmaya dahil edilen kurum ve kuruluşlar, Araştırmanın örneklemi, araştırmanın bağlamı, araştırmanın yöntemi, araştırmada kullanılan mecralar (ortam, medya, internet vb.) ve son olarak araştırmaya dahil edilen ülkeler.

İletişim bilimlerinde yazılan yumuşak güçle ilgili tezleri inceleyerek söz konusu alanla ilgili literatürdeki boşlukları saptamak çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

AS1. İletişim Fakültesindeki anabilim dallarında "yumuşak güç" ile ilgili yazılan lisansüstü tezlerin yıllara ve bölümlere göre dağılımı nasıldır?

AS2. İletişim Fakültesindeki anabilim dallarında "yumuşak güç" ile ilgili yazılan lisansüstü tezlerde hangi metodolojiler nasıl kullanılmıştır?

BULGULAR

Tablo 1: Yumuşak Güçle İlgili Yazılan Lisansüstü Tezlere Dair Genel Bilgi Tablosu (Yeşilyurt, 2024)

Yıl	Tez Türü			Üniversite Türü		Dil Türü				Toplam (Yıllara göre)
	Yüksek L.	Doktora	Sanatta Yeterlik	Kamu	Vakıf	Türkçe	İng.	Fr.	Çince	
2024	14	14		22	6	25	2	1		**28**
2023	79	25		90	14	84	19	1		**104**
2022	90	25		101	14	98	17		1	**115**
2021	84	19		88	15	87	15		1	**103**
2020	56	19		62	13	63	12			**75**
2019	119	20		117	22	108	31	1		**139**
2018	66	13		67	12	59	20			**79**
2017	33	12		32	13	36	9			**45**
2016	34	10		31	13	36	7	1		**44**
2015	22	7		20	8	21	8			**29**
2014	27	11		26	12	28	9	1		**38**
2013	14	5		14	5	15	4			**19**
2012	16	3		14	5	14	5			**19**
2011	10	1		6	5	9	2			**11**
2010	6			4	2	2	4			**6**
2009	9	1		9	1	7	3			**10**
2008	1	1	1	3		2	1			**3**
2007	2			1	1	1	1			**2**

2005	1				1		1			**1**
2001	1				1		1			**1**
Toplam (birime göre)	**684**	**186**	**1**	**707**	**163**	**695**	**170**	**5**	**2**	**871**

Tablo 1 incelendiğinde yumuşak güç ve kamu diplomasisiyle ilgili Türkiye'de ilk tezin, özel bir üniversitede İngilizce dilinde (1 tane de olsa) 2001 yılında yazıldığı saptanmıştır. 2001 ile 2005 yılları arasında hiçbir tez yazılmadığı görülmektedir. 2001, 2005, 2007,2010 yıllarında konuyla ilgili sadece yüksek lisans tezinin yazıldığı, ilk doktora tezinin ise 2011 yılında yazıldığı belirlenmiştir. Yüksek lisans tezinin en fazla yazıldığı yıl 2019 (119 tane), en fazla doktora tezinin yazıldığı yıllar ise 2022 (25 tane), 2023 (25 tane) olduğu görülmektedir. Çok istisnai bir durum olarak sanatta yeterlilikte iki tez yazıldığı görülmüştür.

Özel üniversitelerle kıyaslandığında (163) en çok tezin kamu üniversitelerinde (707 tane) yazıldığı saptanmıştır. Tezlerin büyük çoğunluğu Türkçe (695), ardından İngilizce (170), Fransızca (5) ve Çince (2) yazıldığı belirlenmiştir. Yüksek lisans tezlerinin sayısı (684) doktora (186) ve sanatta yeterlik (1) sayılarına göre çok fazla olduğu saptanmıştır.

Genel yorum olarak 2001 yılından günümüze doğru yaklaştıkça yumuşak güç ve kamu diplomasisinin lisansüstü tezlerde bir yöntem olarak kullanım durumunun arttığı belirlenmiştir.

Tablo 2 İletişim Fakültesindeki Anabilim Dallarında Yazılan "Yumuşak Güç" ile İlgili Tezlerin Sayısal Dağılımı

	İletişim Fakültesindeki Anabilim Dallarında Yazılan "Yumuşak Güç" ile İlgili Tezlerin Sayısal Dağılımı									
ABD	**Tez Türü**			**Üniversite Türü**		**Dil Türü**				**Toplam Tez**
	Yüksek L.	**Doktora**	**Sanatta Yeterlik**	**Kamu**	**Vakıf**	**Türkçe**	**İng.**	**Fr.**	**Çince**	
Gazetecilik	16	15		31		30	1			**31**
Halkla İlişkiler	68	29		88	9	95	2			**97**
İletişim Bilimleri	11	4		8	7	12	3			**15**
Radyo Televizyon ve Sinema	11	5		16		13	3			**16**
Yeni Medya	2	0		2		2				**2**
Toplam	**106**	**53**		**142**	**16**	**150**	**9**			

Tablo 2 incelendiğinde en fazla tezin halkla ilişkiler tanıtım ve reklamcılık bölümünde yazıldığı ardından sırasıyla gazetecilik, radyo televizyon ve sinema ve iletişim bilimlerinde yazıldığı saptanmıştır. En az tezin ise yeni medya bölümünde yazıldığı belirlenmiştir. Tezlerin büyük çoğunluğu yüksek lisans tezleri tarafından oluşmaktadır. Yine tezlerin büyük çoğunluğu kamu üniversitelerinde yazıldığı da bulgular arasındadır. İletişim fakültesi bölümlerinde Fransızca ve Çince dillerinde yazılan tezlerin olmadığı fakat İngilizce dilinde yazılan tezlerin olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3 Tezlerde Araştırılan "Yumuşak Güç Unsurları"

Kod Sistemi	HİT	İletişim Bilimleri	GZT	RTS	Yeni Medya	TOPLAM
Yumuşak Güç Unsuru						1
NATO						1
Mustafa Kemal Atatürk						1
Belediyecilik Faileteleri						3
Dini						1
Teknoloji, şirketler ve markalama						3
Eğitim						2
uluslararası öğrenciler						3
yeni medya						3
Yunus Emre Enstitüsü						3
THY						1
Türk Dizileri						6
tuizm						1
YTB						1
TİKA						2
TRT World						2
TRT Avaz						2
spor						3
sosyal medya						8
kültür ve sanat						7
Siyasi						3
haberler						2
Basın ve Medya						7
Sağlık						7
Sinema Filmi						3
Çizgi film						1
AFAD						1
TOPLAM	53	10	6	7	2	78

Tezlerin yumuşak gücü ne üzerinden ölçtüğünü saptamaya çalıştığım tablo 3'ü incelediğimizde bölümler arası ortak çalışılan yumuşak güç unsurlarının olduğunun yanı sıra ağırlık süzgeçlerinin çok farklı olduğu yumuşak güç unsurlarının varlığından da bahsetmek mümkündür. Tablo 3'ü bölümlere göre analiz ettiğimde sırasıyla: Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünde (HİT): basın ve medya, uluslararası öğrenciler, yeni medya Yunus Emre Enstitüsü (YEE) ve ardından siyasi ve kültür sanat unsurları en çok yumuşak güç unsuru olarak analizi yapılan ortam, kurum ve kuruluşlar olduğu saptanmıştır. İletişim Bilimleri bölümünde: daha çok kültür sanat ve Türk dizileri alanları yumuşak güç unsuru olarak analize dahil edilirken, sinema filmleri, siyasi ve haberler de az da olsa yumuşak güç unsuru olarak çalışılan alanlar olduğu belirlenmiştir. Gazetecilik bölümünde: kültür sanat, Yunus Emre Enstitüsü (YEE), az da olsa Türk Hava Yolları (THY), TRT Avaz, basın ve medya gibi kurum ve kuruluşlar yumuşak güç unsuru olarak analizi yapılan alan olduğu saptanmıştır. Radyo Televizyon ve Sinema Bölümünde (RTS) çok sık bir şekilde Türk Dizileri ve Sinema filmleri yumuşak güç ögeleri olarak karşımıza çıkarken az da olsa haberler ve TRT World de yumuşak güç ögesi olarak analizi yapılan kurumlar olduğu saptanmıştır. Son olarak Yeni Medya Bölümünde ise: uluslararası öğrenciler ve yeni medya ortamları yumuşak güç olarak analizi yapılan ögeler olarak belirlenmiştir.

Beş bölümde de tezlerde analizi yapılan ortak yumuşak güç ögesi saptanamamıştır. En fazla 3 bölümde ortak yumuşak güç ögeleri kullanıldığı belirlenmiştir. Buna göre Türk dizileri (HİT, İletişim Bilimleri, RTS), Kültür ve Sanat, Basın ve Medya (HİT, İletişim Bilimleri, GZT) üçer bölümde ortak yumuşak güç unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 4 Tezlerde Kullanılan Yöntemler

Kod Sistemi	Yeni Medya	İletişim Bilimleri	GZT	RTS	HİT	...
Yöntem						0
Karma Araştırma Yöntemi						6
Nicel Araştırma Yöntemi						1
İçerik Analizi						4
Frekans Analizi						1
Anket						13
Nitel Araştırma Yöntemi						2
gözlem						2
Durum Çalışması (+)						5
Yapılandırılmış Görüşme						1
görüşme						16
eleştirel söylem analizi						4
belge inceleme						2
söylem analizi						10
göstergebilimsel analiz						1
doküman incelemes						5
İçerik Analizi						32
Kategorisel analiz						1
Betimsel Analiz						4
Vaka Araştırması						3
Yarı Yapılandırılmış Görüşme						7
TOPLAM	3	20	15	8	74	120

Tablo 4'te metodolojik analizi yapılan tezlerde kullanılan yöntemlerin frekans ve ağırlık süzgeçleri gösterilmektedir. Buna göre yazılan tezlerde yöntem olarak en çok nitel yöntemlerin tercih edildiği, nitel yöntemlerden de en çok içerik analizi kullanıldığı saptanmıştır. Az da olsa karma yöntem kullanan tezlerin varlığından bahsetmek mümkün. Sayısal bazda ifade etmek gerekirse 96 kere nitel, 18 kere nicel ve 6 kere de karma yöntemin kullanıldığı saptanmıştır. Ayrıca nicel ve nitel analizlerin kullanılmadığı hiçbir bölüm olmazken, karma yöntemi kullanmayan sadece Radyo Televizyon ve Sinema ve Yeni Medya bölümlerinde kullanılmadığı saptanmıştır. Bölüm bazında en çok dikkat çeken yöntemlere baktığımızda sırasıyla:

Yeni Medya Bölümünde en çok nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüme yöntemi, ardından nicel araştırma yöntemlerinden de içerik analizi kullanıldığı, karma yöntemin ise hiç kullanılmadığı belirlenmiştir.

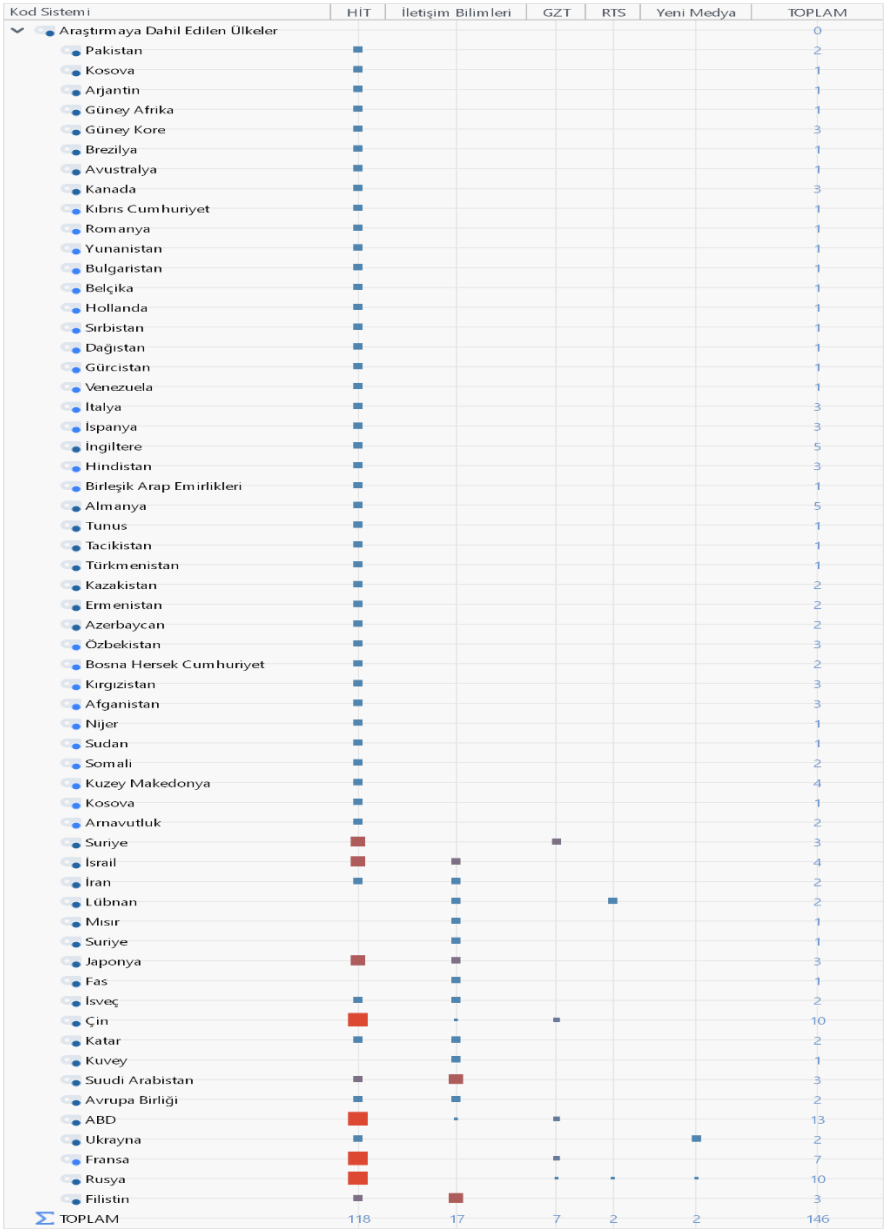
İletişim Bilimlerinde: Karma yöntemin çok kullanıldığı görülmektedir. Nicel yöntemlerden de en fazla içerik analizi kullanıldığı saptanmıştır. Nitel yöntemlere baktığımızda en fazla durum çalışması, doküman analizi, betimsel analiz ve vaka araştırmasının kullanıldığı belirlenmiştir.

Gazetecilik Bölümü: karma yöntemin kullanıldığı bölümlerden bir tanesidir. Nicel yöntemlerden sadece içerik analizinin bir kere kullanıldığı belirlenmiştir. Nitel yöntemlerden de en çok eleştirel söylem analizi ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniklerinin kullanıldığı saptanmıştır.

Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü: karma yöntemin kullanılmadığı iki bölümden bir tanesidir. Nicel Yöntemlerden de sadece Anket tekniği çok sık bir şekilde kullanılmıştır. Nitel yöntemlerden de en fazla eleştirel söylem analizi tekniğini ve birer kere olmak kaydıyla da en az içerik analizi ve görüşme tekniklerini yöntem olarak kullanıldığı saptanmıştır.

Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü: en fazla tezin yazıldığı bölüm olması münasebetiyle HİT bölümünde hem karma hem nicel hem de nitel yöntem tekniklerinin çok sık bir şekilde kullanıldığı saptanmıştır. Nicel yöntemlerden anketi, nitel yöntemlerden de durum çalışması, görüşme, söylem analizi, içerik analizi ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniklerinin kullanıldığı belirlenmiştir.

Tablo 5 Tezlerde Kullanılan Ülkeler



Kod Sistemi	HİT	İletişim Bilimleri	GZT	RTS	Yeni Medya	TOPLAM
Araştırmaya Dahil Edilen Ülkeler						0
Pakistan						2
Kosova						1
Arjantin						1
Güney Afrika						1
Güney Kore						3
Brezilya						1
Avustralya						1
Kanada						3
Kıbrıs Cumhuriyet						1
Romanya						1
Yunanistan						1
Bulgaristan						1
Belçika						1
Hollanda						1
Sırbistan						1
Dağıstan						1
Gürcistan						1
Venezuela						1
İtalya						3
İspanya						3
İngiltere						5
Hindistan						3
Birleşik Arap Emirlikleri						1
Almanya						5
Tunus						1
Tacikistan						1
Türkmenistan						1
Kazakistan						2
Ermenistan						2
Azerbaycan						2
Özbekistan						3
Bosna Hersek Cumhuriyet						2
Kırgızistan						3
Afganistan						3
Nijer						1
Sudan						1
Somali						2
Kuzey Makedonya						4
Kosova						1
Arnavutluk						2
Suriye						3
İsrail						4
İran						2
Lübnan						2
Mısır						1
Suriye						1
Japonya						3
Fas						1
İsveç						2
Çin						10
Katar						2
Kuvey						1
Suudi Arabistan						3
Avrupa Birliği						2
ABD						13
Ukrayna						2
Fransa						7
Rusya						10
Filistin						3
TOPLAM	118	17	7	2	2	146

Yumuşak güçle ilgili tüm bölümlerde yazılan lisansüstü tezlerde analizi, evrene ya da örnekleme dahil edilen ülkelerin incelendiği tablo 5'e göre toplamda 59 ülkenin çalışmalara dahil edildiği görülmüştür. Tüm bölümlerin analize tabi tuttuğu ortak ülke olmadığı saptanmıştır. Ancak Rusya; Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Gazetecilik, Radyo Televizyon ve Sinema olmak üzere 4 bölümde de ortak analize tabi tutulan tek ülke olduğu saptanmıştır. Ardından Çin ve ABD; HİT, İletişim Bilimleri, GZT olmak üzere 3 bölümde ortak analizi yapılan ülkeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Tezlerde analizi yapılan ülkeler bölüm bazlı kategorilendirildiğinde:

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü: en çok ülkenin bu bölümde ele alındığı belirlenmiştir (54). Fransa, Rusya, ABD, Çin, Suriye ve İsrail HİT bölümünde tezlere en çok dahil edilen ülkeler olduğu belirlenmiştir.

İletişim Bilimleri: HİT bölümünden sonra tezlerde en çok ülke dahil edilen bölüm iletişim bilimleridir (14) ve yine bu bölümde "Suudi Arabistan, Filistin, Japonya ve İsrail" tezlerde en çok kullanılan ülkeler olduğu belirlenmiştir.

Gazetecilik: Gazetecilik bölümünde yazılan tezlerde 5 ülke ele alınırken bunlar içerisinde de Suriye'nin tezlere en sık dahil edilen ülke olduğu saptanmıştır.

Radyo Televizyon ve Sinema: bu bölümde yazılan tezlerde Rusya ve Lübnan olmak üzere araştırmalara iki ülke dahil edildiği belirlenmiştir.

Yeni Medya: bu bölümde yazılan tezlerde Ukrayna ve Rusya olmak üzere araştırmalara iki ülke dahil edildiği belirlenmiştir.

Tablo 6 Tezlerde Kullanılan Mecralar (Ortamlar, Medyalar) ve Ağırlık Süzgeçleri

Kod Sistemi	Yeni Medya	İletişim Bilimleri	GZT	RTS	HİT	TOPLAM
Mecra						0
Youtube					1	1
Dergi					1	1
Günlük/Haftalık Gazete					12	12
sinema				1		1
sosyal medya			4			4
Vkontakte					1	1
Youtube		3				3
Twitter	1	1			10	12
Facebook		1	1		3	5
İnstagram	1		1		2	4
Web Sitesi			1		4	5
Radyo			2			2
İnternet Gazeteleri		1			4	5
Haber Ajansları			1		13	14
İnternet: Haber Web Sitesi		1	1		60	62
Televizyon		1	1	1	20	23
TOPLAM	2	8	15	5	125	155

İncelemesi yapılan tezlerde analize dahil edilen ortam/mecraların (medya, kanal, internet sitesi, gazete gibi) incelendiği tablo 6'ya bakıldığında 15 ortamın tezlerde çok sık kullanıldığı görülmektedir. Beş bölüm tarafından analizi yapılan ortak bir ortam olmasa, "Televizyon" dört bölüm tarafından (HİT, RTS, GZT ve İletişim Bilimleri) analizi yapılan tek ortak mecra olarak karşımıza çıkmaktadır. Mecralar bölüm bazlı incelendiğinde:

Yeni Medya: bu bölüm en az teze sahip olması dolayısıyla analiz edilen ortamlar sıralamasında da en sonuncu olarak görülmektedir. Buna göre yazılan tezlerde Twitter/X ve Instagram analize dahil edilen medya ortamları olduğu belirlenmiştir.

İletişim Bilimleri: Bu bölümde en çok YouTube, Twitter ve Facebook gibi sosyal medya ortamları tezlerde kullanılmıştır. İnternet gazeteleri, internet haber web siteleri ve televizyon az da olsa kullanılan ortamlar olduğu saptanmıştır.

Gazetecilik Bölümü: En çok Facebook, Instagram ve Web Sitelerini tezlerinde analiz eden bölüm olarak görülmektedir. Tablodan da anlaşılacağı üzere diğer işaretli ortamlar da az da olsa tezlerde kullanıldığı bulgulanmıştır.

Radyo Televizyon ve Sinema: bölümünde yazılan tezlere dahil edilen ortamlar arasında yalnızca sinema ve televizyon olduğu saptanmıştır.

Halkla İlişkiler Bölümü: yazılan tez sayısının en fazla olması dolayısıyla HİT bölümü araştırması yapılan en çok ortama sahip olan bölüm olarak karşımıza çıkmaktadır. Televizyon, haber ajanslar, internet haber web siteleri, haber ajansları, web sitesi, Instagram, Facebook ve Twitter/X analizi en sık yapılan ortamlar olduğu belirlenmiştir. Tez sayısının fazla olması neticesinde HİT bölümü, radyo ve sinema hariç tüm ortamları analiz eden tek bölüm olduğu belirlenmiştir.

Tablo 7 Tezlerde Kullanılan Bağlam ve Ağırlık Süzgeçleri

Kod Sistemi	Yeni Medya	İletişim Bilimleri	GZT	RTS	HİT	TOPLAM
Bağlamı						2
İsrail'in Tehdit Algısı						1
Turizm ve sağlık diplomasisi						2
dini						1
ülkelerarası ilişki ve Stratejik iletişim						10
Belediyecilik ve Ülke seçimi						2
Tarihsel						2
Ticaret, Pazarlama ve Marka						13
Kültürel diplomasi						17
ekonomik						2
dijital ortamlar						2
Türk Dizileri						1
kamu diplomasisi						29
Türkiye'nin dış politikası						10
ulusal						2
uluslararası ve halkla ilişkiler						10
kamuoyu ve algısı						4
Türk algısı						8
TOPLAM	2	13	18	9	76	118

Beş bölümde de yumuşak güçle ilgili yazılan tezlerin hangi bağlamda ele alındığını saptayabilmek için yapılan araştırmada tablo 7 oluşturulmuştur. Beş bölüm tarafından analizi yapılan ortak bağlam bulunmasa da "Türk algısı, kültürel diplomasi, kamu diplomasisi ve ülkelerarası ilişki ve stratejik iletişim" bağlamları HİT, RTS, GZT ve İletişim Bilimleri olmak üzere toplamda 4 bölüm tarafından analizi yapılan ortak bağlamlar olduğu belirlenmiştir. Bölüm bazlı incelendiğinde:

Yeni Medya: tez sayısının az olması dolayısıyla bu bölümde yazılan tezler uluslararası ve halkla ilişkiler bağlamında, kamuoyu ve algısı bağlamında çalışıldığı belirlenmiştir.

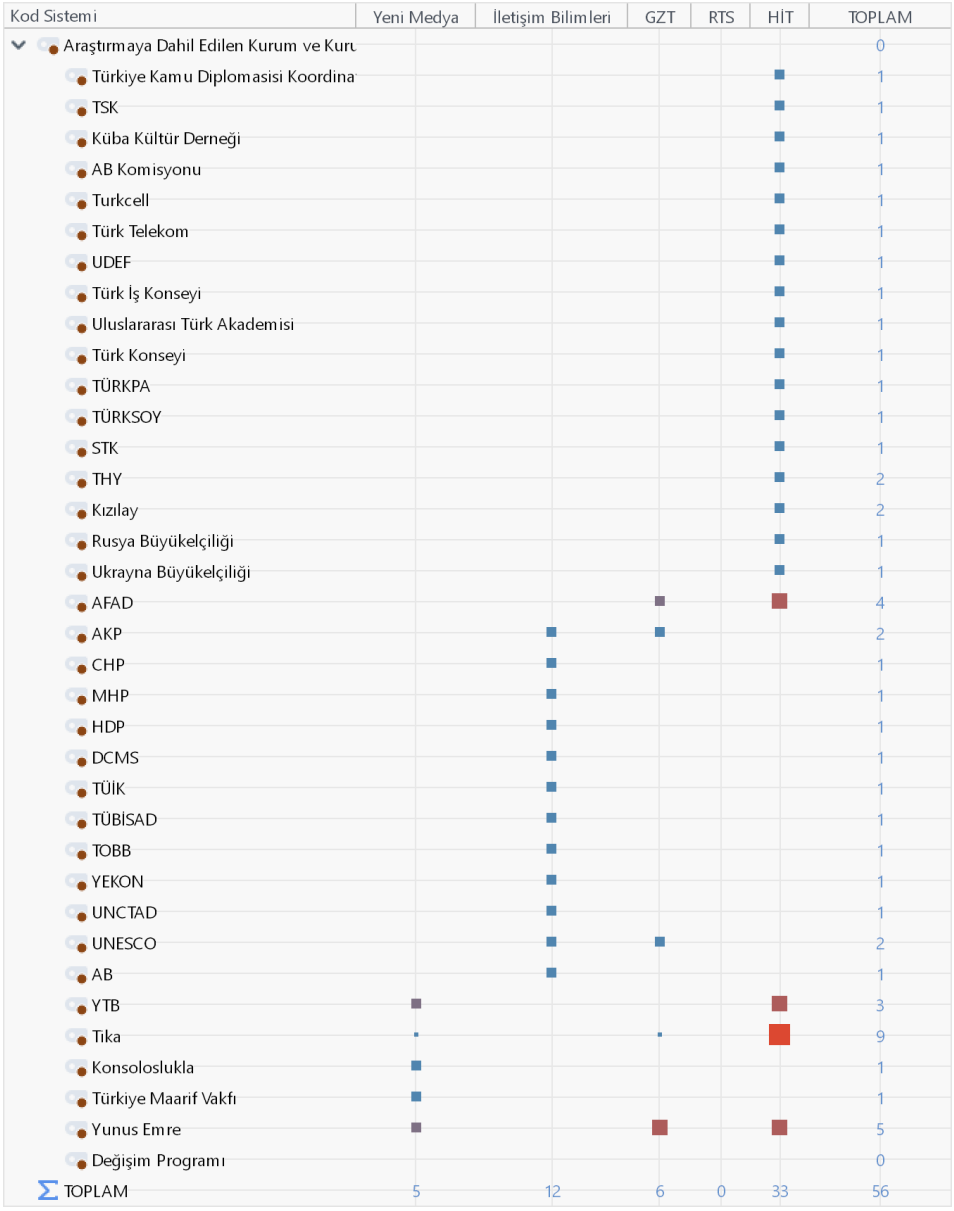
İletişim Bilimleri: Bu bölümde yazılan tezler en çok Türk Algısı bağlamında çalışılmıştır.

GZE: bu bölümde yazılan tezler en çok Türkiye'nin dış politikası bağlamında çalışılmıştır.

RTS: Bu bölümde yazılan tezler en çok Türk Algısı bağlamında çalışılmıştır.

Kamu Bu bölümde yazılan tezler en çok uluslararası ve halkla ilişkiler, Türkiye'nin dış politikası, kamu diplomasisi, kültürel diplomasi, ticaret, pazarlama ve marka, ülkelerarası ilişki ve stratejik iletişim bağlamında çalışıldığı belirlenmiştir.

Tablo 8 Tezlerde Kullanılan Bağlam ve Ağırlık Süzgeçleri



İncelemesi yapılan 159 tezde 36 kurumun toplamda 56 defa kullanıldığı belirlenmiştir. 5 bölüm tarafından tezlere dahil edilen ortak kurum ve kuruluş olmasa da "Yunus Emre Enstitüsü (YEE) ve TİKA; HİT, GZT ve Yeni Medya olmak üzere 3 bölüm tarafından tezlere dahil edilen ortak kurumlar arasında yer almaktadır. Bölüm bazlı incelendiğinde Halkla ilişkiler ve Tanıtım bölümünde YTB, YEE ve Ukrayna Büyükelçiliği, Gazetecilik bölümünde YEE ve AFAD, Yeni medya bölümünde ise YTB ve YEE en çok analiz edilen kurum ve kuruluşlar arasında yer almaktadır. RTS bölümünde yazılan tezlerde herhangi bir kurum ve kuruluşu rast gelinmediği de bulgular arasında yer almaktadır. Genel olarak yumuşak güçle ilgili yazılan ve analizi yapılan tezlerde AFAD, YTB, TİKA, Yunus Emre Enstitüsü en çok araştırması yapılan kurumlar arasında yer aldığı görülmüştür.

Tablo 9 Tezlerde Ele Alınan Örneklemler

Tezlerde Kullanılan Örneklemler
KTRK, İefimerida.gr, QMagazine, 11 EYLUL, 24 Chasa, ABC News, ABD, AFAD, AFGANİSTAN, Agence France-Press, Agencia EFE, Agenzia Nazionale Stampa Associata, Ak Parti hükümetleri dönemi, Almaty TV, Amerika Birleşik Devletleri, Amerikan Kamu Diplomasisi, Anadolu Ajansı, ANSA Haber Ajansı, Aska News, Associated Press, Associated Press, Avrasya Gündemi, AzerTac, Batumelebi Gazetesi, BBC, BBC NEWS, Bild, Birleşik Krallık, Bosna Hersek Radyo ve Televizyonu Brexi, "Cervantes Enstitüsü", China Daily, CNN, CRI, Çin Büyükelçiliği, Çin Halk Cumhuriyeti, Çin medyası, Daily Mail, Darakchi, Dawn, De Tijd, De Volkskran, "Deutsche Welle (DW) kanalı;", Deutsche Wirtschafts Nachrichten, Dış ilişkiler ofislerinin kurumsal web siteleri, Dış Yardımlar, Diario de Burgos, Die Zeit, Bild Zeitung, Efimerida ve Kathimerini'nin Internet gazeteleri, Digi24, Diriliş Ertuğrul, Dünya Etnospor Konfederasyonu, El Cezire, El Nacional, El-Arabiya, El-Cezire, Ermeni Meselesi, Faktör.ba, Filistin Bilgi Merkezi, Filistin Haber ve Bilgi Ajansı, Filistin Haber ve Bilgi Ajansı, film, Forbes Woman Georgia, Formula 1, FR24 News, Fransız Kültür Merkezi, Georgian Public, Broadcasting, Go Türkiye Twitter sayfası, Goethe Enstitüsü, Gulf Times, Hacettepe Üniversitesi, Handelsblatt, Həftə içi Gazetesi, Het Laatste Nieuws, Hürriyet, İngiltere, İnside Over, İslam Cumhuriyeti Haber Ajansı, İsveç, İtalyan Kültür Merkezi, Jagran New Media, Janta Se Rishta, Kalampir.uz, Kanada, Kanal 5 TV, Kavkaz-uzel.eu, Kayhan, Kazinform, Kırgız Ulusal Haber Ajansı, Kurutluş Osman, Küba Kültür Derneği, La Vanguardia, Le Journal Du Dimanche, Le Telegramme, Libertà, Libertad Digital, Lübnan Üniversitesi, Ma'an, Makfax Haber Ajansı, manga ve animeyi, Mashregh News, Media Information Agency, Mirmol.ru, Musraqbal Media, mutfak şefler, NBC Montan, New York Times, Obama Dönemi, Ortadoğu Basını, öğrenci, öğretim üyeleri, Özbekistan Ulusal Haber Ajansı, Pakistan Büyükelçiliği, People's Daily Online, Politika Online, Preporod, Radio Hıraanweyn, Radio Televizija Tuzlanskog, Kantona, Real TV, RTV Visoko, Rus Haber Ajansı, RUSSKIY MIR, Rusya, Rusya Federasyonu, Rusya Federasyonu Savunma Bakanlığı, "S-400 Haberleri ", Saab TV, Sırbistan Radyo Televizyonu, Sigmalive, "Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA)", Sky News, sosyal medya hesapları, Sputnik, STK, Suriyeli sığınmacılar, Tasmin Haber Ajansı, TeleSUR, The Moscow Times, The Press Room, The Sun, TİKA, TİKA Tunus, Trabzon, Trouw, TRT Avaz, TRT World, Türk Hava Yolları, Türkiye Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, Türkiye konulu makaleler, "Türkiye'de Faaliyet Gösteren Yabancı Temsilcilikler", TV9, Ukrayna-Rusya Savaşı, ULT Medya, Últimas Noticias, uluslararası öğrenciler, Venezüella Krizi, VOA, Xinhua Tongxunshe, Yabancı Akademisyenler, Yabancı Öğrenciler, yemek yazarları, Yeni Delhi Televizyonu, Yeni Şafak, Yıldırım Beyazıt, Yunus Emre Enstitüsü, Zamin.uz, Zeytin Dalı Harekâtı.

Analizi yapılan tezlerin metodolojik olarak belirledikleri ve analizini yaptıkları örneklem türlerinin neler olduğunu ortaya koyma çabası içerisinde oluşturulan tablo 9 incelendiğinde, 159 tezde 182 örneklemin kullanıldığı saptanmıştır. Hepsini tek tek tartılmak mümkün değildir. Ama hem dikkat çeken hem de çok sık kullanılan birkaçını burada vermek anlamlı olacaktır.

Tezlerde; TRT Avaz, TRT World, Almaty TV gibi Televizyon kanalları; Anadolu Ajansı, Associated Press, BBC, BBC News, Tasmin Haber Ajansı, ABC News gibi haber ve haber ajansları; TİKA, YTB, Yunus Emre Enstitüsü (YEE) gibi kurum ve kuruluşlar, Twitter, Instagram gibi sosyal medya ortamları en sık örnekleme dahil edilen mecralar olduğu belirlenmiştir.

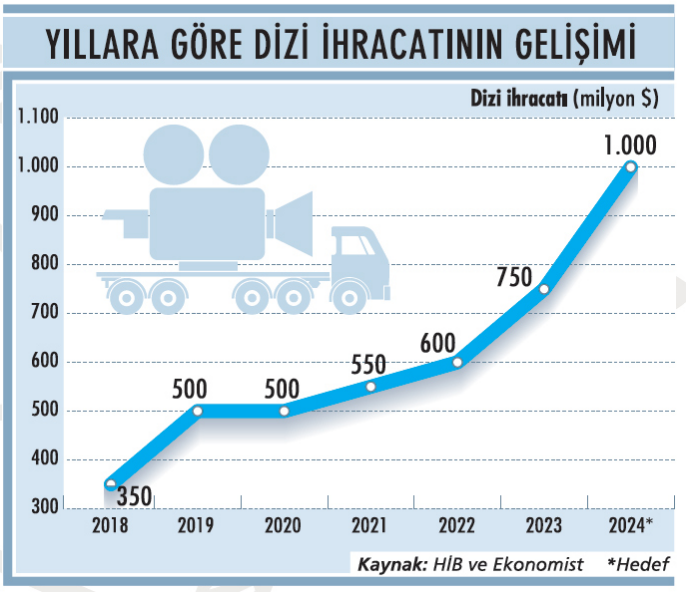
Bunların yanı sıra, uluslararası öğrenciler, zeytin dalı harekâtı, büyükelçilikler, 11 Eylül saldırısı dikkat çeken örneklemler arasında bulunmaktadır. Son olarak Çin, örnekleme en çok dahil edilen ülkeler arasında olduğu saptanmıştır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada İletişim Fakültesinde yer alan Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Radyo Televizyon ve Sinema, Gazetecilik, İletişim Bilimleri ve Yeni Medya bölümlerinde "Yumuşak Güç" ile ilgili yazılan lisansüstü tezlerin yıllara ve bölümlere göre dağılımıyla birlikte metodolojik/yöntemsel analizleri yapılmıştır. Konuyla ilgili literatürdeki yöntemsel, ortamsal, bağlamsal, yumuşak güç unsuru, ülke, kurum ve kuruluş ve örneklem anlamda boşluğu saptayabilmek bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Söz konusu çalışmaya belirlenen bölümlerde yumuşak güçle ilgili yazılan tüm tezler dahil edilmiştir. Buna göre aşağıdaki sonuç ve tartışmaya ulaşılmıştır.

Literatüre göre Türkiye'de yumuşak güçle ilgili ilk tez 2001 yılında yazılmasına rağmen iletişim fakültelerinde (Halkla İlişkilere Tanıtım) ilk tezin 2010 yılında yazıldığı belirlenmiştir. Sırasıyla İletişim Bilimleri 2011, Gazetecilik 2015, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümünde ise 2018 yılında yazıldığı saptanmıştır. Konuyla ilgili tezlerin yazıldığı bu tarihlerin özellikle RTS bölümleri için çok geç kalındığının göstergeleri olduğu kanaatine varılmıştır. İlk ihraç edilen dizilerin 2000'lerin başı olduğu düşünüldüğünde (Uştuk, 2024) ve aşağıdaki tablo incelendiğinde yumuşak güçle ilgili tezlerin iletişim fakültesi bölümlerinde arttırılması gerektiğini düşünüyorum.

Tablo 10 Yıllara Göre Dizi İhracatının Gelişimi (Pehlivan, 2024)



Tablo 10'e göre 2018 yılında dizi ihracatından Türkiye'nin elde ettiği gelir 350 milyon dolar iken 2024 yılında bu gelir 1 milyar dolara ulaşmıştır. Ayrıca Türkiye'nin Amerika Birleşik Devletlerinden sonra en çok dizi ihraç eden ikinci ülke konumunda olması da yine özellikle radyo televizyon ve sinema gibi bölümlerde ihraç edilen Türk dizilerinin yumuşak güçle ilgili, Türk algısında ve Türkiye algısında bir etkisi olup olmadığını araştıran tezlerin çalışılması gerektiği düşünülmektedir.

İhraç edilen dizilerin Türk algısına etkisinin fazla olduğu, yapılan çalışmalarca da kanıtlanmaktadır. Örneğin Aydın Yeşilyurt "Türkiye'nin Kırgızistan'daki Yumuşak Gücü: İhraç Edilen Dizilerin Türkiye Algısındaki Rolü "Pilot Bir Çalışma" adlı çalışmasında Kırgızistan'a ihraç edilen ve Kırgızlar tarafından izlenilen Türk dizilerinin, Kırgız izleyicilerin Türk kültürünü öğrenmelerinde, dizi izlemeye başladıktan sonra Türkiye'yi ziyaret etmek istemelerinde, Türk kahvesi içmeye başladıklarında, Türkiye'yi bölgesel bir güç olarak görmelerinde, Türk insanının yardım sever oldukları hükmüne varmalarında etkileri olduğunu ifade etmektedir (Yeşilyurt, 2024).

Gelecek çalışmalara öneri olarak tezlerin büyük çoğunluğu yüksek lisans tezlerinden oluşmaktadır. Doktora tezlerinde de bu konu çalışılabilir. Örneklem olarak ise tezlere genelde bir ya da birkaç ülke dahil edilmektedir. Birden fazla ülke dahil edilip karşılaştırması yapılabilir. Ayrıca Türk dünyası ülkelerine ihraç edilen dizilerin Türk birliğinin sağlanmasında ve Türkçenin ortak bir dil olarak kullanılmasında etkisi olup olmayacağı yumuşak güç bağlamında analiz edilebilir.

REFERANSLAR

Blechman, B. M. (2004). Soft Power: the Means to Success in World Politics. *Political Science Quarterly, 119*(4), 680-682.

Fan, Y. (2008). Soft power: Power of attraction or confusion?. *Place branding and public diplomacy*, *4*(2), 147-158. https://doi.org/10.1057/pb.2008.4

Garip, E., Rana, A., & Kuş, A. (2024, 11 13). *https://www.aa.com.tr/tr/kultur/170-ulkeye-ihrac-edilen-turk-dizilerinin-yeni-hedefi-dunyanin-en-kalabalik-ulkesi-cin/3169292*. adresinden alındı

Kılıçoğlu, G., & Yılmaz, A. N. (2016). Ortadoğu'da Türkiye etkisi; Yumuşak güç ve kamu diplomasisi açısından bölgedeki siyasi projeksiyonlar. *Yeni Türkiye*, 87, 87-118.

Nye, J. S. 1990. Soft Power. Foreign Policy, 80, 153-171.

Nye, J. S. (2004). *Soft power: The Means to success in World politics*. New York: PublicAffairs.

Nye, J. (2017). Soft power: the origins and political progress of a concept. *Palgrave communications, 3*(1), 1-3. https://doi.org/10.1057/palcomms.2017.8

Nye, J. S. (2019). Soft power and public diplomacy revisited. *The Hague Journal of Diplomacy, 14*(1-2), 7-20.

Pehlivan, A. S. Ulaşılabilir: https://www.ekonomist.com.tr/makale/dizi-ihracatinda-hedef-cin-pazari-49277. [21.10.24)

Rugh, W. A. 2009. The case for soft power. In Toward a new public diplomacy: Redirecting US Foreign Policy (pp. 3-21). New York: Palgrave Macmillan US. https://doi.org/10.1057/9780230100855_1

Uştuk, H. (2024, 10 21). *https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/abdden-sonra-en-fazla-dizi-ihrac-eden-ulke-turkiye/1641524*. adresinden alındı

Yeşilyurt, A. (2024). Türkiye'de Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Alanında Yazılan Lisansüstü Tezler Üzerine Bir İnceleme: Bibliyometrik Bir Analiz. Ş. Arslan, & M. Temel içinde, *Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç: İletişim Perspektifli İncelemeler* (ss. 189-203). Ankara: Nobel Yayıncılık.

Yeşilyurt, A., (2024). Türkiye'nin Kırgızistan'daki Yumuşak Gücü: İhraç Edilen Dizilerin Türkiye Algısındaki Rolü "Pilot Bir Çalışma". Uluslararası Ege Yeni Medya ve İletişim Kongresi (pp.240-264). İzmir, Türkiye.

https://anlatilaninotesi.com.tr/20240217/turkiye-dunyaya-en-cok-dizi-ihrac-eden-ucuncu-ulke-oldu-1080829266.html. (2024, 11 13). adresinden alındı