

UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI  
FACULTATEA DE ISTORIE ȘI FILOSOFIE  
ȘCOALA DOCTORALĂ DE RELAȚII INTERNAȚIONALE ȘI STUDII DE SECURITATE

Republica Turcia  
între  
Diplomație Culturală și Industrie Cultural Creativă.

Coordonator științific:

Prof.univ.dr. Adrian Liviu IVAN

Student-doctorand:

Margareta RĂCHITĂ (căs. ASLAN)

Cluj-Napoca

2022

## Cuprins

Introducere .....	3
Capitolul I. Cultura. Între Diplomatie Culturală și Industrie Cultural Creativă. ....	9
1.1. Definiții. Concepte. ....	9
1.2. Turcia, o putere socio-culturală emergentă în contextul geopolitic internațional .....	14
1.3. Solii și Ambasadori culturali. Strategii. Modele. ....	25
1.4. Inteligența Culturală .....	37
1.5. Simboluri și coduri. ....	45
1.6. Interferențe între politicile de diplomatie culturală și direcțiile de producție ale Industriei Cultural Creative. Planul de Dezvoltare XI (2019-2023) .....	74
1.7. Industria Cultural Creativă. ....	77
1.8. Branding și Securizarea de brand cultural .....	88
Capitolul II. Educația și Diplomația Culturală .....	97
2.1. Sistemul educațional otoman, ca o politică de toleranță pentru grupurile socio-culturale din imperiu .....	98
2.2. Mecanisme socio-umane în Diplomația cultural-educatională .....	101
2.2.1. Instituțiile de învățământ ale Fundației Maarif .....	105
2.2.2. YTB- Ministerul Diasporei și a Comunităților de Neam.....	113
2.2.3. YEE- Institutul Cultural Yunus Emre.....	116
2.3. Cartea, manuscrisul și artefactele în economia Diplomației culturale. ....	124
Capitolul III. Festivalurile și activități muzeale Open Space. ....	139
3.1. Festivaluri.....	144
3.2. Muzeul între clasic și rebranding.....	168
Capitolul IV. Serialele turcești de televiziune pe piața competițională externă .....	178
Concluzii .....	203
Abrevieri .....	208
Bibliografie .....	209

## REZUMAT

Evoluțiile Diplomației Culturale ale Turciei au fost analizate în cadrul studiului prin raportare la unele realități existențiale pe scena internațională. Turcia, până să devină o putere emergentă pe arena globală, nu a dispus de un *mecanism socio-uman oficial* bine definit și extins care să îi reprezinte interesele de diplomație culturală și de imagine. În anul 2007 se înființează Centrul Cultural Yunus Emre, ridicat ulterior la rangul de Institut, care își va asuma acest rol. Pe plan global, politica culturală a marilor puteri precum Marea Britanie, Franța, Germania, Rusia, China, era funcțională de mult timp prin structuri și direcții clar stabilite prin Institutele Culturale reprezentative.

Turcia avea de recuperat un spațiu de activitate de un secol, ceea ce a și reușit să facă rapid, ajungând la cifre absolut impresionante după o activitate de doar un deceniu și jumătate.

Privită din această perspectivă, dezvoltarea diplomației culturale turcești trebuie văzută ca o recuperare de spațiu de acțiune, o muncă pe care statul nu și-a asumat-o la nivel oficial până nu demult. Rezultatele studiului subliniază una din cauzele importante care au stat la baza unei nereprezentări suficiente: pe atunci, Turcia se mulțumea cu poziția de putere regională, de la fondare și până la conturarea intereselor Turciei Noi. Politicile culturale din vremea lui Turgut Özal au încercat o relansare a direcțiilor Ministerului Diasporei și Comunităților de Neam –YTB, în anul 1992, și se viza educarea în Turcia a elevilor aparținând grupurilor vorbitoare de limbi turcice, însă rezultatele au fost de scurtă durată, la fel ca și guvernarea sa.

Turcia Nouă vine cu noi direcții și strategii de reprezentare statală pe eșichierul politic internațional, își dorește relații bilaterale prospere cu statele cu care are un trecut istoric comun și nu numai, iar în întărirea și fundamentarea relațiilor se va baza în bună măsură pe utilizarea fondului cultural comun. Cultura este un veritabil instrument soft power care va susține interesele Turciei în strategiile geopolitice globale. Rezultatul demersurilor arată că putem vorbi tot mai mult de o geopolitică a culturii marcată de ariile geo-culturale unde Turcia urmărește un interes aparte.

Așadar, Cultura are un rol major în făurirea unei imagini pozitive a Turciei în spațiul internațional, în stabilirea și dezvoltarea relațiilor interstatale existente, facilitarea și stabilirea de noi raporturi multilaterale, sau de restabilire a unora temporar sensibilizate, de deschidere spre noi piețe de desfacere pentru mărfurile turcești, etc.

Politicile și viziunea Turciei Noi nu se mai regăsesc în cele vechi, cu care eram obișnuiți până nu demult, ci are direcții clare, strategii dinamice, politici ce urmăresc interesul național în plan internațional.

Sistemul clasic trece printr-o metamorfozare și se transformă într-un sistem multifuncțional, cu mecanisme socio-umane ce funcționează organizat. Planul cincinal 2019-2023 realizat de Ministerul Dezvoltării este o analiză amănunțită a poziționării Culturii, stabilește obiective, direcții și strategii care trebuie urmate, lucrează pe statistici și analize ale pieței elaborate de către mari specialiști ai lumii culturale academice, universitare, științifice și din domeniul privat. Mecanismele socio-umane sunt capacitate la cele mai ridicate nivele de lucru, iar oficialul și privatul conlucrează și se susțin în urmărirea interesului național.

Dacă în spațiile democratice oficialul acționează separat de mediul privat, iar nivelul de interacțiune este (de)limitat, observăm că în statele autoritare ale Asiei (China etc.) privatul este controlat/subordonat de stat, este în slujba statului. Modelul Turciei Noi este un model constructiv, în care statul susține privatul și conlucrează în interes național. Acest model poate fi asumat și poate avea funcționalitate doar la statele care tind să își redimensioneze puterea, imaginea și înțelesul de stat în geopolitica internațională, prin adaptarea la cerințele actuale de secol XXI. Așadar, Turcia, atât prin mecanismele Diplomatiei Culturale, cât și prin cele ale Industriei Cultural Creative a folosit inteligența culturală pentru a-și disemina produsele pe piața globală de consum, urmând cinci piloni geo-culturali majori, ca și canale de diseminare a informațiilor culturale către grupurile țintă.

Transformările care amprentează cultura turcă se încadrează în linii generale evoluțiilor culturale ale marilor puteri, care, prin sistemele și strategiile aplicate își mențin poziția de lider în eșichierul politic internațional.

Deși lucrarea se plasează în sfera Culturii, conține abordări din domenii conexe, care vin să aducă un plus valoare studiului prin noi direcții de interpretare și analiză. Așadar, prima parte a lucrării *Cultura. Între Diplomatie Culturală și Industria Cultural Creativă* a fost consacrată unor analize extinse pe diplomatie culturală, geopolitica Turciei ca putere

emergentă în lume, geostrategie culturală, inteligență culturală, simboluri și coduri, industrie cultural creativă, securizarea brandurilor culturale. A fost structurat un cadru teoretic ce să explice triumphiul diplomației culturale, a industriei cultural creative, și rolul incontestabil ca factor cheie al inteligenței culturale în construirea unui brand, de la idee *in nuce*, la aducerea sa la stadiul de simbol, și mai apoi la obținerea brandului cultural. Ulterior s-a încercat corelarea prezenței simbolurilor și codurilor din producțiile vizuale turcești cu creșterea numărului de turiști ai Turciei ca urmare al impactului înregistrat după consumul de producții culturale turcești (vizionarea unor seriale TV renumite, produse cultural-educaționale, festivaluri, mass media).

În analiza direcțiilor de interpretare, Diplomația culturală este catalizatorul schimbării și transformării sociale, fiind totodată un generator de schimbare perceptuală și comportamentală. De dialogurile și cooperările inițiate pe diverse căi va beneficia diplomația culturală, care prin instrumentele sale va câștiga încrederea și va culege sentimentul de stimă între state. Poate cea mai clară definiție pentru diplomația culturală a Turciei o oferă Selçuk Aydın – absolvent al Academiei de Diplomație Culturală YEE 2019, ca pe o întregă gamă de preocupări care sunt depuse pentru a crea un impact pozitiv în culturile alteritare, pentru a stabili încredere și reputație, și pentru a stabili relații pe termen lung; „*atinge suflete și inimi*”, fiind lipsită de interese perfide.

Lucrarea a creat un cadru comparativ și explicativ, dezvoltând studii de caz pe producțiile culturale diseminate (de la seriale TV cu teme de inspirație militară sau cotidiană, la simboluri de festivaluri și alte activități culturale) care au permis evidențierea aspectelor de inteligență culturală în utilizarea simbolurilor și codurilor comportamentale. Au fost stabiliți cei cinci piloni, canale geo-culturale de diseminare a produselor culturale în mediul extern: pilonul turcic al Asiei Centrale, pilonul etnic minoritar din bazinul geo-cultural balcanic, pilonul diasporic din mediul internațional, pilonul de factură islamică cu precădere din Orientul Mijlociu și Africa, și în final, pilonul global care cuprinde restul consumatorilor de cultură turcească, ocazionali sau cu frecvență relevantă. Pentru fiecare canal de diseminare se potrivește mai mult un anumit tip de produs cultural. Spre exemplu, în zonele relativ conflictuale, seriile TV centrate pe marile clanurile turcești și lupta bărbaților în a-și face singuri dreptatea, înregistrează o audiență ridicată (Karadayı, Kurtlar Vadisi, Deli Yürek etc.).

Analiza unor filme istorice precum Suleyman Magnificul, Ertuğrul: Diriliş, Payitaht: Abdulhamit, deși au fost realizate pentru întreaga piață internațională, prin actul

cinematografic, evenimentele relatate, mesaje și simboluri, indică un succes ridicat pe paliere diferite. Primul, a spart toate recordurile de audiență internațională, fără a fi egalat de vreo altă producție până în zilele noastre, dar oferind greutate culturii otomane, a avut acces rapid în trei canale geo-culturale: pilonul etnic minoritar din bazinul geo-cultural balcanic, pilonul diasporic din mediul internațional, pilonul de factură islamică cu precădere din Orientul Mijlociu și Africa. În structurarea analizelor serialelor de inspirație militară s-a ținut cont și de studii anterioare focalizate pe prezența puternică a mesajelor cultural-militare, precum cele ale lui Ökmen Y. E. și Göksu O., (*Kültürel diplomasisi bağlamında Türk dizilerinin ihracatı ve kültür aktarımına katkısı: Diriliş Ertuğrul Örneği*) sau Tokdoğan N. (*Yeni Osmanlılık: Hınç, Nostalji, Narsisizm*).

Evoluția evenimentialului cultural a reliefat o relație interdependentă a trinomului Diplomație Culturală – Industrie Cultural Creativă – Economie (Revitalizare), relație ce a fost clar stabilită și explicată prin analize aplicative și exemple: (ICC) Serialul Suleyman Magnificul – (Economie și Comerț) Inelul marca sultana Hürem / Turism cultural- turismul platourilor de filmare – diplomația culturală este insuficient percepută. Serialele turcești au un potențial turistic extraordinar. Pornind de la promovarea unor clădiri, palate, locații de înaltă valoare istorico-culturală, la peisaje și locații cu valoare geostrategică, sau locații țintă alese special pentru a deveni puncte cu potențial cultural pentru turismul cinematografic. Dacă avem în vedere că filmul a fost turnat și difuzat între 2011-2014 atunci vom înțelege și cauza creșterii de vizitatori înregistrată de Turcia în anul 2013 în circuitul muzeal, cea mai mare creștere cu peste 1 milion la Palatul Topkapı Sarayı și cu aproape 3.500.000 la Muzeul Palatului Topkapı. Calculând procentual din perspectiva economiei muzeale naționale, procentul distribuit vizitării Haremului și Muzeul Palatului Topkapı Sarayı este de 6,55%. Doar la nivelul metropolei Istanbul, 23% din cartelele muzeale s-au vândut pentru Haremul și Muzeul Palatului Topkapı în anul 2013. Era primul an în care Palatul imperial a reușit să devanseze Lăcașul de cult Aya Sofya după ani de zile și avea să își mențină tendința ascendentă și după ce filmul își încheiase difuzarea, până în anul 2018 când înregistra deja o ușoară scădere.

Sau un alt exemplu este dat de serialul TV Ertuğrul (ICC) – inele tamga/proverbiale din fondul turcic vechi /Turism cultural pe platourile de filmare (Economie) – (Diplomația culturală) punct de vizită inclus pe agenda vizitelor de spectru diplomatic – președintele Venezuelei a vizitat platoul de filmare Ertuğrul deoarece era un serial pe care îl urmărea cu mare interes. Pe lângă acestea se poate trece în revistă potențarea domeniilor economice

conexe: industria chirurgicală și turismul medical prin utilizarea frumosului - actori frumoși (frumusețea se poate cumpăra), peisaje frumoase (turism) etc.

Analiza a reușit să stabilească cele trei etape majore de pătrundere a Culturii turcești în spațiul internațional, astfel:

1. **Etapa interesului comercial** sau a tatonării de oportunități, când imaginea culturii turcești a fost reprezentată prin diverși actori ai Industriei Cultural Creative, începând cu precădere de prin anul 1990, când țări din Balcani ies din sistemul de guvernare comunist și are loc căderea blocului sovietic. Se contura o piață concurențială masivă, în care produsele culturale turcești trebuiau comercializate. Drumul este deschis de oamenii de afaceri turci, care au găsit în piețele ex-comuniste o piață de desfacere virgină, cu foarte mult potențial. Alături de ei pătrunde și Industria Cultural Creativă. Inițial prin sistemele de difuzare TV aduse de antreprenorii turci pentru consumul propriu, apoi prin intrarea directă pe piață.

2. **Etapa dualismului** sau a conștientizării importanței culturale în mediu extern, când statul în anul 2005 oferă Industriei Cultural Creative, respectiv producțiilor culturale, o susținere de ordin legislativ. Altfel spus, perioada coincide într-un spectru mai larg luptei duse de administrația turcă cu afacerile semilegale, când încerca să impună soluții pentru înregistrarea și evidența centralizată a tranzacțiilor cu exteriorul. Este etapa în care se deschid instituțiile culturale și educaționale turcești, iar actorii oficiali își desfășoară activitatea în paralel cu cei privați. În paralel, o puternică structură educațională particulară își desfășura activitatea pe plan extern, urmărindu-și propriile interese de imagine.

3. **Etapa unității în acțiune** sau a susținerii Culturii, începând cu 2015, când statul nu doar că a conștientizat adevărata valoare de imagine realizată de producțiile culturale vizuale, dar elaborează Planuri complexe de acțiune (2019), și capacitează Industria Cultural Creativă în această direcție. Instituțiile cultural-educaționale și-au structurat o rețea puternică: Institutul Cultural Yunus Emre este funcțional în peste 60 de țări cu 60.000 de cursanți (2019: virtual), Rețeaua de unități educaționale a Fundației Maarif a reușit să își mărească fondul instituțional prin cele 218 unități educaționale din totalul de 767 școli deținute de organizația FETÖ. Cu un număr de peste 300 de școli Maarif are 50.000 de elevi în 49 de țări (plus activități de cooperare derulate cu alte 67 de țări); Ministerul Diasporei și a Comunităților de Neam (YTB) înregistra în 2021 - 165.511 dosare de aplicații pentru burse de studii pe teritoriul Turciei din 178 de țări, cu o creștere a cerințelor de studiu de 165 de ori doar pe parcursul unui deceniu. Instituția Agenția de Cooperare și Coordonare Turcă - TIKA susține financiar proiectele

culturale de interes ale țărilor aplicante, având o activitate impresionantă, alături de celelalte trei mari instituții turcești.

Demersul de față a ținut cont de semenea de studii ce vizau intrarea agresivă sau percepția negativă față de serialele turcești. Mesajele serialelor TV, în special cele cu temă de inspirație istorică, au fost percepute diferit de unii cercetători din diverse geopolitici internaționale. Dacă unii le găseau agresive, alții le catalogau excesiv de fictive ce nu respectau adevărul istoric. Deși, procentual, aceste seriale sunt de-a dreptul infime față de cele cu tematică cotidiană. S-a constatat însă, că și serialele cu tematici cotidiene au fost în măsură să provoace rețineri, nu doar în rândul specialiștilor. Maria Eugenia Costa avea să realizeze în anul 2014 o analiză despre intrarea serialelor turcești pe piața latino-americană, căutând cauza și vulnerabilitățile care au favorizat consumul atât de ridicat de producții de cultură turcă, în detrimentul celor latino-americane. În Serbia, sociologul sârb Ratko Bozovic – își exprima îngrijorarea față de popularitatea dramelor turcești care subliniau valorile tradiționale turcești și asemănările cultural-lingvistice dintre Turcia și statele balcanice. Cercetătorul Miriam Berg, derulând cercetări cu privire la impactul serialelor TV turcești în Orientul Mijlociu, pe eșantioane de 100 de tineri din Qatar, concluzionează că serialele TV duc la ruperea prejudecăților împotriva societății și statului Turcia.

Dacă reacția față de elementele fictive din seriale sunt justificabile, reacțiile față de elementele culturale transmise fac să transpară mai degrabă anumite îngrijorări (pierderea poziției de mare furnizor de seriale TV pe piața internațională în defavoarea Turciei - clasată din 2019 pe locul 2 în lume după America, sau pe fondul percepțiilor alteritare negative acumulate în educația balcanică ante 1990 ca dușmani cotropitori, ori rețineri de ordinul altor interese avute în spațiul geopolitic definit, etc.) S-a realizat ca urmare, o introducere în identificarea prezenței și frecvenței mesajelor și codurilor în seriale, ca factor de explicare a impactului acestora asupra unor transformări de percepție, comportamente sociale etc.

Studiul dovedește că acea „agresivitate” pe care o sugerează anumite opinii, nu este altceva decât un produs al Industriei Cultural Creative în încercarea de a reda unele scene mult mai expresive și cu impact emoțional mai puternic prin comportament gestic, cuvinte, sonorizări etc, pentru a transmite anumite emoții și în mediile geo-culturale în care codurile comportamentale turcești nu au un fond tradițional comun și nu puteau fi activate. Rezultatul scontat era așadar de natură economică și financiară, printr-o politică agresivă de imagine de poziționare pe piață a Industriei Creative, și un marketing de fond tradițional de fidelizare a clienței prin costuri simbolice (30\$/serial în 1997 intrarea pe piața din Kazahstan).



Noutatea studiului este, pe lângă tematica aleasă, și abordarea surselor de lucru în proporție de aprox. 90% fiind surse turcești. Buna cunoaștere a evoluției Turciei (geopolitic, cultural, istoric, lingvistic, mentalități etc.), au permis realizarea unei cercetări ce acoperă un spectru larg de domenii.

Conturarea metodelor și modelelor turcești de acțiune ca putere dinamică în geopolitica internațională, oferă fundament pentru sistemul de forțe socio-umane puse în mișcare.

Deși direcțiile de acțiune ale Culturii turcești permit interpretări variate datorită politicilor de vânzări ale Industriei Cultural Creative, prin strategiile de Diplomatie Culturală, prin metodele de modelare de percepție stabilite prin Inteligență Culturală, nu trebuie scăpată din vedere istoria politicilor culturale care au urmat trinomul: Dialog politico-diplomatic – Consolidare rețele comerciale externe – Imagine și Putere statală. Direcția este redimensionată conform cerințelor actuale. Acest lucru a fost dovedit pe parcursul tezei prin statistici ce ilustrează impactul elementelor culturale din producțiile creative asupra a diverse domenii ale economiei.

Tot ca noutate, se cuvine subliniată ancheta realizată pe un eșantion de 34 de antreprenori turci, care au răspuns la un set de întrebări dintre care au fost redactate cele mai importante. Aceste întrebări ne-au ajutat să înțelegem cât de importantă este cultura pentru turci, care nu pot sta în afara țării lor lipsiți de un mediu unde se vorbește limba turcă. Ancheta a arătat că în prima fază a pătrunderii culturii turcești în spațiul internațional după anii 1990 s-a făcut prin intrarea oamenilor de afaceri turci ca întreprinzători în spațiile geografice respective. Răspunsurile lor au permis concluzionarea, de asemenea, cum că nu se poate vorbi de o diplomatie culturală în spațiile balcanice și fost sovietice înainte de înființarea Institutelor Culturale Yunus Emre (30/34), deoarece activitățile culturale erau foarte puține și nu aduceau imagine Turciei (30/34). Totodată, ancheta a arătat că activitățile culturale sunt și așa destul de limitate, iar copiii din diasporă nu beneficiază de suficientă educație culturală pe cât s-ar dori (34/34).

Crearea unui cadru teoretic și analitic viabil pentru structurarea procesului evoluțiilor culturale din Turcia, evidențiază transformările petrecute în marele domeniu al Culturii, cu implicații imediate asupra altor domenii precum Economia, Comunicațiile etc. Cultura a depășit granițele spațiului instituțional și a intrat în spațiul privat, și-a redimensionat direcțiile de propagare a produselor, iar dialogul multicultural în acest sector câștigă o importanță

covârșitoare. Ca urmare, demersul a încercat o delimitare a strategiilor Diplomației Culturale de cele ale Industriei Cultural Creative pentru a înțelege mai profund evoluțiile ce au loc.

Mai mult, exemplificările utilizate au avut în vedere explicarea rolului simbolurilor în economia culturală a unui stat, și s-a urmărit traiectoria unor subiecte istorice/obiecte în evoluția lor spre simbol, apoi în devenirea sa de brand cultural. În capitolul al III-lea *Festivaluri și activități muzeale open space*, și cel următor acordă importanță impactului avut de crizele de pe scena politică asupra producției Industriei Cultural Creative, respectiv a celorlalte domenii economice ale Turciei (Turismul, Comerțul, Sistemul medical privat, etc.) Colaborarea administrației centrale cu spațiul academic și universitar, și cu mediul privat al ONG-urilor, au marele beneficiu de a aduce vechi obiceiuri turcești sau teme noi în veritabile branduri de festival sau de evenimente open space.

Capitolul al IV-lea *Serialele turcești de televiziune pe piața competițională externă* analizează producția de materiale vizuale de divertisment de tip seriale TV. Stabilind etapele evolutive ale intrării pe piața internațională și momentul intervenției administrației centrale în procesul de producție și comercializare pe piața externă; intensitatea intervenției și măsurile dispuse pentru trasarea strategiilor democrației culturale turcești, s-a putut realiza evidențierea și explicarea metodelor pe care Turcia le-a implementat pentru ieșirea pe piața internațională, demersurile realizate, natura nevoilor care au dictat direcția și poziția emergentă de pe piața globală. A fost stabilită totodată măsura în care diseminarea produselor culturale turcești în bazinele geostrategice ale Turciei au reușit să dărâme barierele de percepție alteritară și să creeze noi oportunități de dialog, cu precădere în perimetrul pilonilor geo-culturali (canale de diseminare a produselor creativ culturale). Cunoscând linia politică a Turciei de „creare de punți” de dialog și „zero probleme cu vecinii”, politici implementate cu succes, factorul cultural pentru politicile Turciei Noi joacă un rol primordial.

Noutatea studiului este că nu avem lucrări de referință care să se pleze pe procesul evoluției Culturii între oficial și privat. În bună măsură studiul a vizat coroborarea informației obținute din analize cu surse oficiale și de presă, studii ce au permis interpretări și explicații prin abordările metodologice. Am ales o metodă mai simplă, prin explicații și exemple, mici studii de caz, pentru a putea face studiul mai accesibil și celor ce nu sunt foarte familiarizați cu abordările de specialitate din domeniul Turcologiei.

Analiza științifică a rapoartelor, statisticilor, studiilor științifice au permis crearea unei viziuni reale asupra stadiului evolutiv al Culturii, iar anchete sociale care au fost

efectuate pe un grup de 34 de oameni de afaceri turci din România, au susținut demersurile științifice. Tot ca material brut utilizat, au fost interviurile realizate cu absolvenții Academiei de Diplomație Culturală de la Istanbul 2019, care vin să ofere noi perspective de a înțelege valoarea Culturii ca instrument soft power în politicile oficiale și private ale Turciei.

Hermeneutica calitativă de cercetare a producțiilor culturale, are în vedere conturarea unei viziuni mai exacte a intereselor avute de mecanismele socio-umane ce diseminează cultură. S-a ținut cont de impactul generat de o activitate culturală, și în același timp, demersul acordă spații largi analizei simbolismelor și codurilor aplicate în filme.

Studiul propune o nouă perspectivă de analiză științifică a unei teme neabordate până acum, ce a cunoscut abordări fragmentare, o perspectivă din viziunea unui turcolog ce consideră că Turcia va deveni un model de inspirație și pentru alte state ce vor să se afirme într-o geopolitică culturală în plină redimensionare. La baza acestei analize stă un interes spre chestiuni ce țin de lumea turcică prin competențe lingvistice, educaționale și de cercetare, dezvoltat de autor în activitatea sa de peste două decenii ca turcolog prin activități științifice, educaționale, și culturale cu mediul oficial turc, având ca scop general dezvoltarea interferențelor culturale româno-turce, etc. La fel și specializarea la Academia de Diplomație Culturală YEE din Istanbul (2019), finalizată prin proiectul Festivalul Lalelelor din Transilvania, proiect prin care autorul intră și în Industria Cultural Creativă prin marca înregistrată obținută. Așadar, analiza de față a fost realizată din perspectiva unui analist care face parte din mecanismele socio-umane ale culturii turcești, atât prin activitățile instituționale, cât și prin cele de ONG pe care le desfășor în domeniu. Pornind de la expertiza posedată în domeniu, s-a obținut un studiu de actualitate, consacrat pe evoluțiile și transformările ce au loc în domeniul culturii turcești, respectiv metodele de valorificare a unor obiecte/subiecte istorice și includerea lor în circuitul international.

**CUVINTE CHEIE: Republica Turcia, Diplomație Culturală, Industrie Cultural Creativă, Branduri culturale, Festivaluri, Seriale turcești, Simboluri, Coduri, Inteligență culturală.**

## **BIBLIOGRAFIE:**

### **Surse orale:**

1. Interviu realizat cu Selçuk Aydın, lector la Universitatea Istanbul, absolvent Academia de Diplomație Culturală 2019 (biblioteconomie), Istanbul via online, 10-15 mai 2022:
2. Recep Kankal, Drd., Istanbul Medeniyet Üniversitesi, Departamentul de Istorie, (bursier YÖK 100/2000), absolvent al Academiei de Diplomație Culturală 2019 (arhivistică, presă), ORCID no: 0000-0003-3021-9057.
3. Atilla Can, artist al Ministerului Culturii –Turcia, absolvent Academia de Diplomație Culturală 2019, iulie 2019, 26-29 mai 2022.
4. Hatice Süruri, absolventă Academia de Diplomație Culturală 2019 .
5. Subiectul nr. 1: K.K., 50 ani, Cluj-Napoca, interviu realizat 10 iulie 2020, orele 13.30.
6. Subiectul nr. 2: O.K., 49 ani, Cluj-Napoca, interviu realizat 20 iulie 2020, orele 14.30.
7. Subiectul nr. 3: O.W., 51 ani, Cluj-Napoca, interviu realizat 29 iulie 2020, orele 11.30.
8. Subiectul nr. 4: N.A., 53 ani, București, interviu realizat 28 august 2020, orele 11.00.
9. Subiectul nr. 5: T.G., 54 ani, București, interviu realizat 28 august 2020, orele 12.30.
10. Subiectul nr. 6: K.R., 56 ani, București, interviu realizat 28 august 2020, orele 14.00.
11. Subiectul nr. 7: M.G., 60 ani, Ploiești, interviu realizat 28 august 2020, orele 17.00.
12. Subiectul nr. 8: W.W., 55 ani, Ploiești, interviu realizat 28 august 2020, orele 18.30.
13. Subiectul nr. 9: R.M., 53 ani, București, interviu realizat 29 august 2020, orele 12.20.
- Subiectul nr. 10: M.M., 55 ani, București, interviu realizat 29 august 2020, orele 13.30.
14. Subiectul nr. 11: C.D., 55 ani, București, interviu realizat 29 august 2020, orele 17.00.
15. Subiectul nr. 12: R.A., 51 ani, Cluj-Napoca, interviu realizat 5 septembrie 2020, orele 12.00.
16. Subiectul nr. 13: M.A., 45 ani, Izmir, interviu realizat 15 iulie 2021, orele 14.00.
17. Subiectul nr. 14: C.K., interviu realizat 24 aprilie 2021, orele 17.30. București

### **Surse oficiale:**

1. *Almanya Basını: "İstanbul Yeni Havalimanı Dengeleri Değiştirecek"*, in İgairport, <https://www.igairport.aero/tr/basin-bultenleri/almanya-basini-istanbul-yeni-havalimani-dengeleri-degistirece>.
2. *Babahariz Türbesi, Türbelerimiz*, accesat 03.05.2022, <http://mengen.gov.tr/turbelerimiz>
3. Biletix Bilet Dağıtım Basım ve Tic. A.Ş 2011.
4. Gül Baba Alapitvány: <https://gulbabaalapitvany.hu/>.
5. IKSŞ: <https://film.iksv.org/tr/haberler/41-istanbul-film-festivali-programi-aciklandi>.
6. IKSŞ: <https://tiyatro.iksv.org/tr/haberler/23-istanbul-tiyatro-festivali-basladi>.
7. INSAMER, <https://www.insamer.com/tr/ulke-profil-i-arnavutluk/>
8. INSAMER: Emin Emin, *Kuzey Makedonyanın Nüfus sayımı sinavi*, 09.09.2021, <https://www.insamer.com/tr/kuzey-makedonyanın-nufus>.
9. Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü: <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-43980/ozel-muzeler.html>.
10. Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü: <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-108408/2016-2020-yillari-arasinda-yeni-yenilenen-muzelerturbel-.html>.
11. Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü: <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-43336/muze-istatistikleri.html>.
12. Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü: <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-43336/muze-istatistikleri.html>2000.
13. Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü: <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44423/dunya-miras-listesi.html>.
14. On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023), Görsel Hizmetler Sektörünün Geliştirilmesi Çalışma Grubu Raporu, TC Kalkınma Bakanlığı, Ankara 2018, pp. 71-72.
15. Raport YEE 2019  
[https://www.yee.org.tr/sites/default/files/yayin/yee\\_2019\\_v2\\_31122020.pdf](https://www.yee.org.tr/sites/default/files/yayin/yee_2019_v2_31122020.pdf).
16. UNESCO: <https://whc.unesco.org/en/list/1572/>.
17. Uniunea Europeană, Aderarea la UE, [https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/joining-eu\\_ro](https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/joining-eu_ro)
18. Türksoy: *Türksoy, Türk Dünyasında Birlik ve beraberlik Sembolu: Nevruz*, in „Türksoy, Türk Kültür Teskilatı”, 15.03.2010, accesat 03.05.2022, [https://www.Türksoy.org/tr/news/2010/03/15/Türk\\_dunyasinda\\_birlik\\_ve\\_beraberlik\\_sem\\_bolunevruz](https://www.Türksoy.org/tr/news/2010/03/15/Türk_dunyasinda_birlik_ve_beraberlik_sem_bolunevruz)

19. TİKA:

<https://www.tika.gov.tr/upload/2018/G%C3%BCI%20Baba/G%C3%9CL%20BABA.pdf>.

20. TCK - TÜRK CEZA KANUNU (Dreptul Penal Turc), Legea nr. 5224 din 2005

„Legea pentru Evaluarea și Clasificarea și Sprijinul Filmelor Cinematografice”.

21. Türkiye Cumhuriyeti Dışışleri Bakanlığı, Yurtdışında yaşıyan Türk Vatandaşlarımız,

[https://www.mfa.gov.tr/yurtdisinda-yasayan-Turkler\\_.tr.mfa](https://www.mfa.gov.tr/yurtdisinda-yasayan-Turkler_.tr.mfa).

22. Türkiye Maarif Vakfi: Maarif Bülten, an 5, nr. 20, iunie 2022, p. 14.

23. Türkiye Maarif Vakfi: *Maarif Vakfi, Türk Üniversitelerini Dünyaya Açıyor, Son Eğitim Fuarı Erbil’de*, Türkiye Maarif Vakfi, 28.04.2019,

<https://Turiyemaarif.org/post/309-maarif-vakfi-Turk-universitelerini-dunyaya-aciyor-son-egitim-fuari-erbilde-657?lang=tr>.

24. Türkiye Maarif Vakfi: *Türkiye Eğitim Fuarı Mali’de Yapıldı*, în Türkiye Maarif Vakfi, 04.02.2019,

<https://Turiyemaarif.org/post/309-Turkiye-egitim-fuari-malide-yapildi-613?lang=tr>.

25. Türkiye Maarif Vakfi 10. İstışare Toplantısı Düzenlendi, 22.03, 2021.

26. Türkiye Maarif Vakfi: <https://Turiyemaarif.org/post/-Turiye-maarif-vakfi-10-istisare-toplantisi-duzenlendi-1450?lang=tr>.

27. Türkiye Maarif Vakfi: Türkiye Maarif Vakfi: *Türkiye Maarif Vakfi Ukrayna’da Eğitim Alanında Aktif Rol Üstlenmeye Hazırlanıyor*, web: Türkiye Maarif Vakfi,

21.06.2022, <https://Turiyemaarif.org/post/7-Turkiye-maarif-vakfi-ukraynada-egitim-alaninda-aktif-rol-ustlenmeye-hazirlaniyor-2122?lang=tr>.

28. Türkiye Maarif Vakfi: *FETÖ’nün yurt dışındaki 218 okulu Maarif Vakfi’nda*, în „Türkiye Maarif Vakfi”, 17.07.2019, <https://maarifschool.org/post/7-fetonun-yurtdisindaki-218-okulu-maarif-vakfinda-732?lang=tr>.

29. Türkiye Maarif Vakfi: *Türkiyenin Yeni Yumuşak Güç Unsuru: Eğitim Diplomasisi*, în „Türkiye Maarif Vakfi”, 30.05.2022,

30. Türkiye Maarif Vakfi: "Yabancılar Türkçe Öğretim Müfredatı" în „Türkiye Maarif Vakfi”, 30.05.2022.

31. Türkiye Maarif Vakfı: *Gambiya Maarif Okullarında Mezuniyet Heyecanı*, web: Türkiye Maarif Vakfı, 21.06.2022, <https://Türkiyemaarif.org/post/7-gambiya-maarif-okullarinda-mezuniyet-heyecani-2123?lang=tr>
32. Türkiye Maarif Vakfı: *Türkiye Maarif Vakfı Belçika 'da Faaliyetlerini Genişletiyor*, in „Türkiye Maarif Vakfı”, 26.06.2022, <https://Türkiyemaarif.org/post/7-Türkiye-maarif-vakfi-belcikada-faaliyetlerini-genisletiyor-2132?lang=tr>.
33. Türkiye Maarif Vakfı: *Afganistan'da Türkçe Çalıştayı*, web: Türkiye Maarif Vakfı, 29.06.2022, <https://Türkiyemaarif.org/post/7-afganistanda-Türkce-calistayi-2134?lang=tr>.
34. Türkiye Maarif Vakfı: *Maarif Okul Öncesi Öğretmen Eğitim Programı Tamamlandı*, in Türkiye Maarif Vakfı, 14.06, 2022, <https://Türkiyemaarif.org/post/7-maarif-okul-oncesi-ogretmen-egitim-programi-tamamlandi-2119?lang=tr>.
35. Türkiye Maarif Vakfı: *Türkiye-Sudan Eğitim ve Kültür Fuarı Başladı*, in Türkiye Maarif Vakfı, 05.01.2018, <https://Türkiyemaarif.org/post/309-Türkiyesudan-egitim-ve-Kültür-fuari-basladi-354?lang=tr>.
36. Türkiye Maarif Vakfı: *Türkiye-Sudan Eğitim ve Kültür Fuarı Başladı*, in Türkiye Maarif Vakfı, 05.01.2018, <https://Türkiyemaarif.org/post/309-Türkiyesudan-egitim-ve-Kültür-fuari-basladi-354?lang=tr>.
37. Türkiye Maarif Vakfı: *Türkiye Maarif Vakfı Eğitim Fuarın 3'üncüsünü Tunus'ta düzenlendi*, in Türkiye Maarif Vakfı, 02.03.2019, <https://Türkiyemaarif.org/post/309-Türkiye-maarif-vakfi-egitim-fuarin-3uncusunu-tunusta-duzenlendi-620?lang=tr>.
38. „Maarif Bülteni”, nr. 20, p. 4, [https://www.Türkiyemaarif.org/uploads/bulten/MaarifBulten\\_Sayi20.pdf](https://www.Türkiyemaarif.org/uploads/bulten/MaarifBulten_Sayi20.pdf).
39. Türkiye Maarif Vakfı: *Kosova Uluslararası Maarif Okullarında Bilim Şenliği*, web: Türkiye Maarif Vakfı, 27.06.2022, <https://Türkiyemaarif.org/post/7-kosova-uluslararasi-maarif-okullarinda-bilim-senligi-2133?lang=tr>.
40. UNESCO: <https://whc.unesco.org/en/list/1572/>.
41. YAYINCI RTUK: [http://yayinci.rtuk.org.tr/web/web\\_giris.php](http://yayinci.rtuk.org.tr/web/web_giris.php).
42. [https://yee.org.tr/sites/default/files/yayin/faaliyet\\_raporu\\_2021\\_28.06\\_kucuk.pdf](https://yee.org.tr/sites/default/files/yayin/faaliyet_raporu_2021_28.06_kucuk.pdf).
43. *Türkiye Maarif Vakfından Arnavutluk'ta "Türkiye Eğitim Fuarı"*, in Türkiye Maarif Vakfı, 28.05.2019, <https://Türkiyemaarif.org/post/309-Türkiye-maarif-vakfindan-arnavutlukta-Türkiye-egitim-fuari-684?lang=tr>.
44. *Dünyada Türkiye Maarif Vakfı*, in „Türkiye Maarif Vakfı”, <https://Türkiyemaarif.org/page/553-DUNYADA-MAARIF-16>.
45. IFEA: <https://www.ifea.com>

46. [https://www.Turkiyemaarif.org/uploads/Maarif\\_Global\\_Education\\_Series.pdf](https://www.Turkiyemaarif.org/uploads/Maarif_Global_Education_Series.pdf).
47. Türksoy: <https://www.Turksoy.org/Turksoy/about>.
48. [https://www.Turkiyemaarif.org/uploads/bulten/MaarifBulten\\_Sayi20.pdf](https://www.Turkiyemaarif.org/uploads/bulten/MaarifBulten_Sayi20.pdf).

### **Surse generale:**

1. AKSOY, Z., *Kültürlerarası iletişim ve yönetimde başarının anahtarı: kültürel zekâ*, în „Yeni İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Dönüşüm” II. Uluslararası İletişim Sempozyumu, Manas Üniversitesi, Türkiye, 2012, pp. 1098-1111.
2. ARIK, B. M., “Popüler Kültüre Temel Yaklaşımlar” İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Istanbul University Faculty Of Communication Journal, 0 (19), 2012, <http://Dergipark.Gov.Tr/luifd/Issue/22874/244408>,
3. ASLAN, Margareta, *Dezvoltarea studiilor de Intelligence și aplicarea practică în lupta împotriva terorismului. Turcia 2010-2021*, în *GeoPolitica*, nr. 1(92), 2022, <https://www.geopolitic.ro/2022/02/dezvoltarea-studiilor-de-intelligence-si-aplicarea-practica-lupta-impotriva-terorismului-turcia-2010-2021/>
4. BEĞEN, Emre, KAYA, Mustafa, KELEŞ, Salih, KARADAĞ, Bora, ÇUBUKÇU, Ceren, ATIKER, Berrin, *Sosyal Medya ve Bilişim Suçları*, în „Enformatik, Toplum ve Hukuk”, Legal Yayıncılık, pp. 1-35,
5. CHUN, Sadi Yang Chao, *Türkiye ve Çin arasındaki Kültür Mücadelesinin tarihi Geçmişi*, în „Dergipark”, pp. 749-772. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/692715>.
6. DEMİREL, H. G., KİŞMAN, Z. A., *Kültürler arası liderlik*, în „Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic”, 9(5), 2014, pp. 689-705.
7. DOĞAN, Recai, *Osmanlı Eğitim kurumları ve eğitimde ilk yenileşme hareketlerinin batılılaşma açısından tahlili*, pp. 407-442.
8. EHTİYAR, R., *Kültürel sinerji: uluslararası işletmelere yönelik kavramsal bir irdeleme*, Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 3(5), 2003, 66-78.
9. FELEZEU, Călin, *Statutul Principatului Transilvaniei sub suzeranitatea Porții otomane (1541-1688)*, Cluj-Napoca, 2018.
10. FUGER, Ilter, *Ankara'nın Eski Kent Dokusunda Yahudi Mahallesi ve Sinagog*, în „Belleten,,, Aralık 1996, vol. 60, nr. 229, pp. 719-732.



11. GOLEMAN, Daniel, *Inteligența socială*, Curtea veche, București, 2001, 420 p.
12. IDEM, *Inteligența emoțională*, Curtea veche, București, 2001, 411.
13. GÜNGÖR, Tunga, DAYI, Müslim, ÇİFTÇİ, Hakan, *Sosyal Medya ortamlarında Türkçe dil özelliklerine dayalı olarak sahte hesap tespiti*, în „Boğaziçi Üniversitesi Dergisi”, accesat 18.12.2021,
14. HENZE, Raphaela, *Why we have to overcome paternalism in times of populism*, în „CDAFG”, eds. Milena Dragičević Šešić, Ljiljana Rogač Mijatović, Nina Mihaljinac, Belgrade, 2017, pp. 73-87.
15. İÇDUYGU, Ahmet et. alii, *Türkiye'nin Uluslararası Göç Politikaları, 1923-2023: Ulus-Devlet Oluşumundan Ulus-Ötesi Dönüşümlere*, İstanbul, Koç Üniversitesi Araştırmaları Merkezi, MiReKoç Araştırma Raporları 1/2014, pp. 140-141.
16. KAYA, Mehmet, *Sanayi 4.0da Yapay Zeka ve Türkiye*, Fırat Üniversitesi. IIBF Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, vol. 5, nr. 2, 2021, p. 82.
17. MOKRE, Monika, *Cultural Diplomacy from Below: Artistic Projects with Refugees and Migrants*, în „CDAFG”, eds. Milena Dragičević Šešić et alii, Belgrade, 2017, pp. 61-71
18. KIRDEMİR, Barış, *Türkiye`de Dijital haber ortamı. Kutuplaşma, Sosyal Medya ve Yükselen Trendler*, în „Ekonomi ve Dış Politika Araştırmalar Merkezi”, 03/2020,
19. LAGGIARD FUENTES, Leda Celia, *Cities and Regions in International Cultural Relations: Fostering Cooperation Through Cultural Networks*, în „CDAFG”, eds. Milena Dragičević Šešić et alii, Belgrade, 2017, pp. 211-218
20. LIVERMORE, D., *Leading with Cultural Intelligence: The Real Secret to Success*, New York: Amacom, 2015.
21. ONAL, Buket, *Çin`in Kültürel Diplomasisi: Konfucus Enstitülerinin Rolu ve Eleştiriler*, în „International Journal of Politics and Security”, vol. 2, nr. 4, iulie 2020, pp. 217-245.
22. PALADI, Oxana , CAUŞ-AVRAM, Olga, *Relația dintre inteligența emoțională și motivația pentru succes la preadolescenți*, Psihologie, 2/2013, pp. 14-21.
23. VICKERY, Jonathan, *Since internationalism: diplomacy, ideology, and a political agency for culture*, în „CDAFG”, eds. Milena Dragičević Šešić et alii, Belgrade, 2017, pp. 35-49.
24. ÖZDEMİR, Gloria Shkurti, *Türkiye`nin ulusal yapay zeka stratejisi bundan sonra ne beklenmeli?*, în „SETA Perspektif,” septembrie 2021, nr. 317, pp. 1-6.

25. OKAY, Bülent, *Çin Seddinin yapılış nedeni hakkında değişik bir görüş*, în „Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi”, vol. 36, nr. 1-2, 1993, pp. 143-158.
26. Du PLESSIS, Y., Cultural intelligence as managerial competence. *Alternation*, 2011, 18(1), pp. 28-46.
27. SIMILEANU, Vasile, *România. În ochiul Uraganului*, în „Geopolitica”, TopForm, Bucureşti, 2016, p. 27.
28. ŞENER, Gülüm; ABINIK, Nilay, *Türkiyede dijital şiddet araştırması*, în „Toplumsal Bilgi ve İletişim Derneği”, pp.5-17,
29. THOMAS, D. C., *Domain and development of cultural intelligence: the importance of mindfulness*, în „Group and Organization Management”, 2006, 31, pp. 78– 99.
30. UZUN, Hilal, Sosyal Medyanın Bilgi Kalitesine Etkisi: Sahte Hesaplar, în „Academia Journal of Social Sciences”, 2016, 2(1), pp. 1-31.
31. ŽUVELA, Ana, *The Dialectics of Cultural Diplomacy – Example of the Dubrovnik Summer Festival*, în „CDAFG”, eds. Milena Dragičević Šešić et alii, Belgrade, 2017, pp. 173-207.
32. YEŞİL, S , Kültürel farklılıkların yönetimi ve alternatif bir strateji: kültürel zeka. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 11(16), 2009, pp. 100-131.
33. WARR, C. , ELLIOTT, J. *Introduction: Reassessing Naples, 1266–1713*, în „Art History”, 2008, 31, pp. 423–37.
34. YILDIRIM, Kürşat, *Türk menşeli Çin aileleri*, în „Türkiyat Mecmuası”, 25/Bahar, 2015, pp. 315-330. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/173159>.

#### **Surse speciale:**

1. AKSOY, A., ROBINS, K., *Peripheral vision: Cultural industries and cultural identities in Turkey. Environment and Planning*, vol. 29, 2009, pp. 1937–1952.
2. ANG, S., Van DYNE, L., *Conceptualization of Cultural Intelligence: Definition, Distinctiveness and Nomological Network*, Eds. Soon Ang and Linn Van Dyne, Handbook of Cultural Intelligence: Theory, Measurement, and Applications, New York: M.E. Sharp Inc., 2008, pp.3-15.
3. ANG, S., LINN, V., CHRISTINE, K., KEE, N., Klaus., J. T., CHERLY, T. ve CHANDRASEKAR, N. *Cultural intelligence: its measurement and effects on cultural*

- judgment and decision making, cultural adaptation, and task performance. Management and Organization Review*, 3(3), 2007, pp. 335-371.
4. AVŞAR, Zakir, *Kültürel Diplomasi ve İletişim, İstanbul*, 2022 p. 159; Faruk Şen, *Türkiye`de Kültür (Kreatif) Ekonomisinin Boyutları, Ocak 2017*, TAVAK, Turkish European Foundation for Education and Scientific Studies. Paschalidis, G. *Exporting national culture: Histories of cultural institutes abroad. International Journal of Cultural Policy*, 15(3), 2009, pp. 275-289.
  5. AYCAN, Ersin, ÇALIŞKAN, Sadık, *Dijital Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Türkçe Öğretimi: Yunus Emre Enstitüsü İnternet Sitesi İncelemesi*, in „Sanat ve İnsan Degisi”, 2020, nr. 4, pp. 133-140.
  6. AYDEMİR, E., *Kamu Diplomasisi*, İstanbul, Kalkedon Yayıncılık, 2018
  7. BURCAK, Evren, *Balkanların ve Türk Sinemasının İlk Yönetmenlerinden: Manaki Kardeşler*, in „Türk Sinema Araştırmaları,” 21 mai 2014.
  8. COSTA, Maria Eugenia, *El Desplazamiento de la Telenovela Latinoamericana en el Mercado Televisivo Croata*, Buenos Aires, Universidad Torcuato di Tella, Escuela de Negocios, iunie 2014, 78 p.
  9. CUMMINGS, M. C. Jr., *Cultural diplomacy and the United States government: A survey*, Washington, Center for Arts and Culture, 2003.
  10. EKŞİ, Muharrem, *Kültürel Diplomasi ve Yunus Emre Enstitüsü, Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi*, eds. Mehmet Şahin, Senem Çevik, 2015, pp. 345-364.
  11. ERZEN, M. Ü., *Kamu Diplomasisi*, İstanbul, Ed. Derin, 2004.
  12. FİŞEKÇİOĞLU, Aşlı, *Yabancılarla Türkçe Öğretiminde Diller için Avrupa Ortak Örneklerin Çerçevesi Ölçütlerine Göre Türk Kültürü Tanımlayıcılarının Oluşturulması: B1 Dil Düzeyi Model Önerisi*, tezâ de doctorat, ianuarie 2019, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Canakkale, pp. 90-100.
  13. van GRAAN, Mike, *Theatre, theatre festivals and cultural diplomacy*, in „CDAFG”, eds. Milena Dragičević Šešić et alii, Belgrade, 2017, pp. 185-192.
  14. de GREEF, Hugo, *Arts Festivals are our voices in society. Opening Speech @ BITEF Belgrade Conference*, in „CDAFG”, eds. Milena Dragičević Šešić et alii, Belgrade, 2017, pp. 123-132.
  15. JOVICEVIC, Aleksandra, *Festivals as Social Dramas and Metaphors: Between Popular and Subversive*, in „CDAFG”, eds. Milena Dragičević Šešić et alii, Belgrade, 2017, pp. 133-142.

16. KARAKÖK, T., *Yüksek Öğretim Kurumu olarak Osmanlı`da Medreseler. Bir değerlendirme*, in "BÜEFAD, vol. 2, nr. 2, iarna 2013, pp. 208-234.
17. KARTARI, Asker, *Kültür, Farklılık ve İletişim, Kültürlerarası İletişimiz Kavramsal Dayanakları, İletişim*, 2014, 315 p.  
<https://iletisim.com.tr/Images/UserFiles/Documents/Gallery/farklilik.pdf>.
18. KAYA, Metin, *Eğitim Diplomasisi: Kavramsal Bir Çerçeve*, in „Türkiye Eğitim Dergisi”, 2019, vol. 4, nr. 1, pp. 1-12.
19. KENDI, Alper, *Yapay Zekanın Milli Güvenlik Politikalarına Etkileri*, in „ThinkTech STM Teknolojik Düşünce Merkezi, Trend Analizi” Mart 2019, pp. 1-7, accesat vineri, 10 decembrie 2021, orele 20.00, [https://thinktech.stm.com.tr/uploads/docs/1608998557\\_stm-yapay-zekanin-milli-guvenlik-politikalarina-etkileri.pdf](https://thinktech.stm.com.tr/uploads/docs/1608998557_stm-yapay-zekanin-milli-guvenlik-politikalarina-etkileri.pdf)?
20. KIRDEMİR, Barış, *Türkiye'nin Dezenformasyon Ekosistemi. Genel Bakış*, in Ekonomi ve Dış Politika Araştırmalar Merkezi, Siber Politikalar ve Dijital Demokrasi (EDAM), <https://edam.org.tr/wp-content/uploads/2020/07/Turkiyenin-Dezenformasyon-Ekosistemi-Genel-Bakis-Baris-Kirdemir.pdf>
21. KJULAVKOVSKY, Biljana Tanurovska, *Cultural Diplomacy, a dialogue with the civil society*, in „CDAFG”, eds. Milena Dragičević Šešić et alii, Belgrade, 2017, pp. 219-226.
22. LUKIC, Darko, *Inclusive Practices at the International Performing Arts Festivals*, in Cultural Diplomacy: Arts, Festivals and Geopolitics, eds. Milena Dragičević Šešić, Ljiljana Rogač Mijatović, Nina Mihaljinac, Belgrade, 2017, pp. 163-170.
23. MERCAN, Nuray, *Çok Kültürlü ortamlarda Kültürlerarası farklılıkları yönetme sanatı: Kültürel zeka*, Anadolu Üniversitesi, Acikogretim Uygulamaları ve Arastirmalari Dergisi, 2016, 2, pp. 32-49.
24. NEMLIOĞLU, Candan, *Osmanlı Mimari bezemelerinde sarayın nazlı çiçeği, Lale*, in „Tulips. The Symbol of Friendship and Multiculturality”, ed. Margareta Aslan, Cluj-Napoca, 2022, in press, 23 p.
25. NISBETT, Melissa, *Who Holds the Power in Soft Power?*, in „CDAFG”, eds. Milena Dragičević Šešić et alii, Belgrade, 2017, pp. 107-120.
26. OCON, David, *Cultural diplomacy and co-operation in ASEAN: The role of arts and culture festivals*, The Hague Journal of Diplomacy 17, 2022, 1-29, BRILL, pp. 1-29.
27. ÖKMEN, Yunus Emre; GÖKSU, Oğuz, *Kültürel diplomasisi bağlamında Türk dizilerinin İhracatı ve Kültür Aktarımına Katkısı: Diriliş Ertuğrul Örneği*, pp. 247-291.

28. ÖZEL, Meltem, *Eğitim Diplomasisi bağlamında uluslararası değişim programları: Erasmus+ programı örneği*, in The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC, iulie 2021, vol. 11, nr. 3, pp. 943-966.
29. ÖZTÜRK, Melek, ATİK, Abdulkadir, *Ulusal Pazardan Küresel Pazarlara Uzanan Süreçte Türk Dizilerinin Gelişimi*, Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2016, 3(2), güz, pp. 66-82.
30. POPOVIC, Mina, *The Roles and Practices of Fashion in Cultural Diplomacy*, in „CDAFG”, eds. Milena Dragičević Šešić et alii, Belgrade, 2017, pp. 251-262.
31. RODRIGUEZ, David, *Cultural Diplomacy and Arts Festivals. The case of the Montreux Jazz Festival in Switzerland*, Open University of Catalonia, June 2019, <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/99568/6/rodriguezvitTFM0619dissertation.pdf>.
32. SEÇKİN, Sevim, *Türkiye'deki Yerli Televizyon Dizileri; Film Enflasyonundan Dizi Enflasyonuna*, in „Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi”, 4/31, Ekim 2016, pp. 288-301.
33. ŞAHİN, Muhammed Mazhar, *Yunus Emre Enstitüsünün Türkçe Öğretimi Kapsamında Ortadoğu'daki Varlığı ve 2020 Faaliyet Raporu'na Göre Ortadoğu Vatandaşlarının Türkçe Öğretim Portalı'na İlgisi*, in „Uluslararası Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretimi Dergisi”, nr. 5, an 2022, pp. 55-71.
34. ŞAHİN, Mehmet ÇEVİK, Senem, *Türk Dış politikasında diaspora diplomasisi açılımı*, 2015, pp. 92-129.
35. ŞEN, Faruk, *Türkiye'de Kültür (Kreatif) Ekonomisinin Boyutları*, Ocak 2017, TAVAK, Turkish European Foundation for Education and Scientific Studies, 214 p.
36. TOKDOĞAN, Nagehan, *Yeni Osmancılık: Hinc, Nostalji, Narsisizm*, [https://books.google.ro/books?id=L7rcDwAAQBAJ&pg=PT78&lpg=PT78&dq=başbakanı+muhtesem+Yüzyıl+dizi+setini&source=bl&ots=varL8bl6pe&sig=ACfU3U1A6Se488d3tdp1pRVJJ6gM8glO0Q&hl=ro&sa=X&ved=2ahUKEwitj8rA0v\\_4AhXvhP0HHeOvCWgQ6AF6BAhAEAM#v=onepage&q=başbakanı%20muhtesem%20Yüzyıl%20dizi%20setini&f=false](https://books.google.ro/books?id=L7rcDwAAQBAJ&pg=PT78&lpg=PT78&dq=başbakanı+muhtesem+Yüzyıl+dizi+setini&source=bl&ots=varL8bl6pe&sig=ACfU3U1A6Se488d3tdp1pRVJJ6gM8glO0Q&hl=ro&sa=X&ved=2ahUKEwitj8rA0v_4AhXvhP0HHeOvCWgQ6AF6BAhAEAM#v=onepage&q=başbakanı%20muhtesem%20Yüzyıl%20dizi%20setini&f=false)
37. TORUN, Halime, LALE, Tahsin, *Istanbul'dan Japonyaya lale*, 01.05.2022, <https://www.sondakika.com/haber/haber-istanbul-dan-japonya-ya-lale-2157127/>
38. TÜRKMENOĞLU, Dilek, *Sanatsal Bir Belge Olarak Surname-î Hümayun Minyatürleri ve Toplumsal Anlamları*, in „Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi”, Güz-2008, vol.7, pp. 98-116.

39. VICKERY, Jonathan, *Since internationalism: diplomacy, ideology, and a political agency for culture*, în „CDAFG”, eds. Milena Dragičević Šešić et alii, Belgrade, 2017, pp. 35-49.
40. YAĞMURLU, Aslı, *Kamu Diplomasisi Bakışından Spor Diplomasisi*, în „Gaziantep University Journal of Social Sciences,” 18(4), pp. 1367-1380.
41. YILMAZ, M., PACOLARI, E., *Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler Açısından Yunus Emre Enstitüsü'nün Kosova'daki Faaliyetlerinin Analizi*, în „Turkish Studies Social Sciences,” 14 (4), 2009, pp. 1905- 1929.

#### **Surse electronice:**

1. AA, *Irak, Bayraktar ve ATAKa talip*, în „TRT Haber”, 31 august 2021, accesat 19 decembrie 2021, orele 19.22, <https://www.trthaber.com/haber/dunya/irak-bayraktar-tb2-ve-ataka-talip-605212.html>.
2. *Almanya`da dört kişiden biri göçmen kökenli*, în „Deutsche Welle Türkçe”, 28.07.2020, <https://www.dw.com/tr/almanyada-dört-kışiden-biri-göçmen-kökenli/a-54352822>.
3. *Almanya`da 2,8 milyon Türk kökenli yaşıyor*, în „Deutsche Welle Türkçe”, 30.07.2020. <https://www.dw.com/tr/almanyada-28-milyon-türkiye-kökenli-yaşıyor/a-54385723>.
4. ALEMDAR, Ahmet, *Bayraktar TB2 SİHA Libya`da darbeci Hafta`e mühimmat taşıyan kargo uçağını vurdu*, în „Defence Türk.net”, 13 aprilie 2020, accesat 19 decembrie 2021, orele 19.13, <https://www.defenceTürk.net/bayraktar-tb2-siha-libyada-darbeci-haftere-muhimmat-tasiyan-kargo-ucagini-vurdu>.
5. Art Station – *Türkey Map Design of Mural Wallpaper*, <https://www.artstation.com/artwork/XnyzWy>.
6. *Azerbaycan ordusundan 'Karabağ Fatihı' Bayraktar TB2 SİHA'ları ile tatbikat*, în „Yeni Şafak”, 4 mai 2021, accesat 19 decembrie 2021, orele 19.05, <https://www.yenisafak.com/dunya/azerbaycan-ordusundan-karabag-fatihı-bayraktar-tb2-sihalari-ile-tatbikat-3621734>.
7. Aslan: Kurkuş Katip Elmas în Box Office Mojo by IMDbPro , [https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr1605718533/?ref\\_=bo\\_ydw\\_table\\_105](https://www.boxofficemojo.com/releasegroup/gr1605718533/?ref_=bo_ydw_table_105)
8. AYDOĞAN, Bekir, *TIKA Orta Doğu ve Afrika Daire Başkanı Korkmaz: TIKA bütün mezhep ve etnik gruplara eşit yaklaşan bir kalkınma kuruluşu*, în „AA Gazetesi”,

- 04.12.2020., accesat 01.07.2022, orele 15.25, <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/tika-ortadogu-ve-afrika-daire-baskani-korkmaz-tika-butun-mezhep-ve-etnik-gruplara-esit-yaklasan-bir-kalkinma-kurulusu/2065791>.
9. *Bakan Çavuşoğlu: Orta Asya`da Açılacak ilk Maarif Vakfı Okulu Olacak*, 11 martie 2021, <https://orasam.manas.edu.kg/index.php/tr/kirgizistan/4194-bakan-avu-o-lu-orta-asya-da-a-ilacak-ilk-maarif-vakfi-okulu-olacak>.
10. *Bakan El Veda Rumeli setinde*, în „Yeni Şafak Gazetesi”, 28 mai 2009, <https://www.yenisafak.com/hayat/bakan-elveda-rumeli-setinde-188988>.
11. *Beyaz Perde*: <https://www.beyazperde.com/haberler/filmler/haberler-100804/>
12. *Beyaz Perde*: <https://www.beyazperde.com/sanatcilar/sanatici-596981/>
13. *BoxOfficeMojo*: [https://www.boxofficemojo.com/year/world/?ref=bo\\_nb\\_se\\_tab](https://www.boxofficemojo.com/year/world/?ref=bo_nb_se_tab).
14. *BoxOfficeMojo*: accesat 10 iulie 2022, orele 18.00, <https://www.boxofficemojo.com/charts/overall/?area=TR>
15. *Bükreş Maarif Okulu burslu öğrenci alacak*, în „Balkan Gazetesi”, 05.04.2022, <https://gazetebalkan.ro/2022/04/05/bukres-maarif-okulu-burslu-ogrenci-alacak/>.
16. *Cele 218 şcoli ale FETÖ din străinătate sunt la Fundația Maarif*, în „AA Gazetesi”, 16.07.2019, <https://www.aa.com.tr/tr/Türkiye/fetonun-yurt-disindaki-218-okulu-maarif-vakfinda/1533402>.
17. CONGAR, Kerem, *Ukrayna istedi, Hürrem Sultan türbesindeki Rus asıllı yazısı kaldırıldı*, în „EuroNews Press”, 30.01.2019, <https://tr.euronews.com/2019/01/30/ukrayna-istedi-Hürrem-sultan-turbesindeki-rus-asilli-yazisi-kaldirildi>.
18. COSTEA, Cătălin, *Ucraina a primit un nou lot de drone Bayraktar TB2. Aparatele vor lucra conjugat cu sistemul propriu de rachete de coastă “Neptun”*, în „Defence Romania”, [https://www.defenseromania.ro/ucraina-a-primit-un-nou-lot-de-drone-bayraktar-tb2-aparatele-vor-lucra-conjugat-cu-sistemul-propriu-de-rachete-de-coasta-neptun\\_614163.html](https://www.defenseromania.ro/ucraina-a-primit-un-nou-lot-de-drone-bayraktar-tb2-aparatele-vor-lucra-conjugat-cu-sistemul-propriu-de-rachete-de-coasta-neptun_614163.html).
19. *Cumhurbaşkanı Erdoğan Macaristan`a gidecek*, în „AA Gazetesi”, <https://www.aa.com.tr/tr/Türkiye/cumhurbaskani-Erdogan-macaristana-gidecek/1637198>.
20. ÇETİNKAYA, Behlül, *Yunus Emre Enstitüsü 60 bin kişiye çevrim içi derslerle Türkçe öğretiyor*, în „AA Anadolu Ajansı”, 30.03.2021, <https://www.aa.com.tr/tr/egitim/yunus-emre-Enstitüsü-60-bin-kisiye-cevrim-ici-derslerle-Türkce-ogretiyor/2192432>.
21. *Emlak Kulisi*: <https://emlakkulisi.com/guncel/topkapi-sarayi-ziyaretci-sayisi/564467>
22. EREMIA, Cristian, *Supremația la Marea Neagră în dispută*, în „Monitorul Apărării și securității”, 23 decembrie 2019, accesat 12 iulie 2022, orele 11.50, <https://monitorulapararii.ro/suprematia-militara-la-marea-neagra-in-disputa-1-25649>.

23. Facebook: <https://www.facebook.com/pinarbasiizmir/photos/1900lu-yılların-başları-pinarbaşı-ayva-nar-festivali-internet-kaynaklı-fotoğraf/449180845193031/>.
24. Facebook: <https://www.facebook.com/ReformMobilya/photos/sultan-süleyman-koltuk-takımıürünü-detayları-httpreformmobilyacomurunlerimizsal0/426084240848731/>.
25. Fest Tr: <https://festtr.com/festival/kakava-senlikleri/>
26. *Fenomeno No Exclusivo Espana Turquia Segundo Exportador*, în *El Espanol*, [https://www.elespanol.com/bluper/20210306/fenomeno-no-exclusivo-espana-turquia-segundo-exportador/563195032\\_0.html](https://www.elespanol.com/bluper/20210306/fenomeno-no-exclusivo-espana-turquia-segundo-exportador/563195032_0.html).
27. Fest Tr, *Urla Enginar Festivali*, accesat 01.05.2022, <https://festtr.com/festival/urla-enginar-festivali/>.
28. *Forumul de investiții Valoarea anuală a schimburilor comerciale*, în „Lumea Banilor”, <https://luba.ro/forum-de-investitii-valoarea-anuala-a-schimburilor-comerciale-romania-turcia-va-depasi-10-miliarde-de-dolari/>.
29. GÜRER, Mahmut, *Muhteşem Yüzyıl dizisi bizi rencide etti*, 4 noiembrie 2012, <https://www.aksam.com.tr/guncel/muhtesem-Yüzyıl-dizisi-bizi-rencide-etti--147697h/haber-147697>
30. LUCA, Felicia, *Inteligența culturală. La ce e bună o graniță, dacă nu să construiești o punte peste ea?*, în „Cariere. Jurnal de leadership”, 9 iulie 2019, accesat luni, 11 aprilie 2022, orele 21.00, <https://revistacariere.ro/leadership/inteligenta-culturala-la-ce-e-buna-o-granita-daca-nu-sa-construiesti-o-punte-pestea/>
31. *Makedonya Türk Dizilerini Yasaklıyor*, în *Doğru Haber Gazetesi*, 14.11.2012, <https://dogruhaber.com.tr/haber/57787-makedonya-Türk-dizilerini-yasakliyor/>.
32. *Muhteşem Yüzyıl*, episodul 135, min. 20.00, accesat 29.04.2022, orele 21.52, <https://www.youtube.com/watch?v=tHKfwxHrcj0>
33. *Muhteşem Yüzyıl: Kösem*, ep. 7, min. 4-7, accesat în 30. 04.2022, <https://www.youtube.com/watch?v=vcUcAfGK3eU>.
34. <https://manaki.com.mk/40-years-festival-monograph/>.
35. Netflix: <https://www.netflix.com/ro/title/81257567>.
36. *Prensen Farya kimdir işte Farya Bethlen`in hayatı!*, în „Internet Haber”, 25.11.2016, accesat 30.04.2022, <https://www.internethaber.com/prenses-farya-kimdir-iste-farya-bethlenin-hayati-1734030h.htm>
37. *Prof. Şimşirgil: Muhteşem Yüzyıl dizisinde anlatılanlar gerçeği yansıtmıyor*, în „İyi Günler Gazetesi”, 25 decembrie 2011, <https://www.iyigunler.net/gundem/prof-simsirgil-muhtesem-Yüzyıl-dizisinde-anlatılanlar-gercegi-yansitmiyor-h62302.html>



38. Prof. Dr. İlber Ortaylı: “Dünyaya Türkçe öğretmek ırkçılık değil, kültür paylaşımıdır”, in „Türkiye Maarif Vakfı” 18.06, 2022, <https://Turiyemaarif.org/post/7-prof-dr-ilber-Ortayli-dunyaya-Turkce-ogretmek-irkcilik-degil-Kultur-paylasimidir-2120?lang=tr>.
39. Rada, Melek, *Asmalı Konak neresi çekildi*, in „Kapadokya Gezi Rehberi,” 30 octombrie 2021, <https://mdchotel.com/blog/asmali-konak-nerede-cekildi/>.
40. *Ruslardan Hürrem Sultan tepkisi*, in „Haber 7 Com”, <https://www.haber7.com/polemik/haber/1032774-ruslardan-Hurrem-sultan-tepkisi>.
41. <https://www.youtube.com/watch?v=3JNcjDOqkaQ>.
42. <http://impresa.elmercurio.com/mermobileiphone//Pages/NewsDetailMobile.aspx?dt=01-10-2015%20:00:00&PaginaID=16&SupplementId=0&BodyID=3&IsNPHR=0&Anchor=>
43. International Cinematographers Film Festival Manaki Brothers, accesat vineri 22 aprilie 2022, [manaki.com.mk/](http://manaki.com.mk/).
44. İzmir Fx: *Altın Kiraz Kültür ve Sanat festivali*, [http://izmirfx.mekan360.com/haberler\\_527,-izmir-haberleri-40-kiraz-festivali-9-gun-surecek.html?](http://izmirfx.mekan360.com/haberler_527,-izmir-haberleri-40-kiraz-festivali-9-gun-surecek.html?)
45. *Kanuni Sultan Süleyman`ın Kayıp Mezarı*, in Haberler, <https://www.haberler.com/kanuni-sultan-suleyman-in-Kayıp-mezarinin-8381582-haberi/>.
46. Kurultaj: <http://kurultaj.hu/kurultaj/>.
47. Luxuri Line Furniture: <https://www.luxurylinefurniture.com/hunkar-classic-living-room>.
48. *Mehmed Abud Efendi ve Boşnakların İş Ahlakı*, in „Dunya Bizim”: <https://www.dunyabizim.com/mehmed-abud-efendi-ve-bosnaklarin-is-ahlaki-makale,38.html>.
49. Monografija 40 godini Manaki Brothers, *Cinematheque of Republic of North Macedonia*, 2019, pp. 8-9.
50. *Muhteşem Yüzyıl dizisi nerede çekildi*, in „Milliyet emlak”, 26.01.2018, <https://www.milliyet.com.tr/emlak/muhtesem-Yüzyıl-dizisi-nerede-cekildi-63859>.
51. Netflix: <https://www.netflix.com/ro/title/81257567>.
52. <https://www.nurdanhaber.com/tr-tr/haberler/41263/dirilis-Ertugrul-arapca-yayinlanacak/>.
53. [https://onedio.com/haber/Türk-televizyon-tarihinin-yurt-disinda-en-cok-sevilen-ve-firtinali-ruzgarlar-estiren-27-dizisi-908023\\_](https://onedio.com/haber/Türk-televizyon-tarihinin-yurt-disinda-en-cok-sevilen-ve-firtinali-ruzgarlar-estiren-27-dizisi-908023_)

54. <https://onedio.com/haber/Türk-televizyon-tarihinin-yurt-disinda-en-cok-sevilen-ve-firtinali-ruzgarlar-estiren-27-dizisi-908023>.
55. Takıda Sanat: <https://www.takidasanat.com/Kayı-boyu-yuzukleri>.
56. Tweeter AA Canlı, 10 martie 2021, <https://twitter.com/AACanlı/status/1369549574675824643>.
57. *Türk dizilerin yurtdışı rekoru*, în „Milliyet Gazetesi”, 15.10.2011, accesat duminică 17.04.2022, <https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/Türk-dizilerinin-yurt-disi-rekoru-1339711>.
58. *Türk Filimleri Yurtdışında*, în „Milliyet Gazetesi”, accesat 10 iulie 2022, orele 20.00, <https://www.milliyet.com.tr/cadde/sina-kologlu/Türk-filimleri-yurt-disinda-2707684>
59. *Türkiye`den gelen nitelikli iş gücü arttı*, în „Deutsche Welle Türkce”, 24.07.2020, <https://www.dw.com/tr/türkiyeden-almanyaya-gelen-nitelikli-iş-gücü-arttı/a-54311343>.
60. Ulusal Yapay Zekâ Stratejisi (2021-2025) ile İlgili 2021/18 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Genelgesi (Circulara prezidențială nr. 2021/18 privind Strategia națională de inteligență artificială (2021-2025), nr. 31574 din 20.08.2021), <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/08/20210820-22.pdf>;
61. UŞTUK, Hilal, *ABD`den sonra en fazla dizi ihraç eden ülke Türkiye*, în „AA Gazetesi”, 11.11.2019, accesat în 9 aprilie 2022, orele 10.31, <https://www.aa.com.tr/tr/Kültür-sanat/abdden-sonra-en-fazla-dizi-ihrac-eden-ulke-Türkiye/1641524>.
62. VARDUHI, Balyan, *Türkiye dizileri Ermenistanda zirvede*, în „Agos Gazetesi”, 25.11.2016, <https://www.agos.com.tr/tr/yazi/17117/Türkiye-dizileri-ermenistanda-zirvede>.
63. YILMAZ, Müzaffer Musab, *Ortadoğuda dizi savaşları*, în „Açık Görüş”, 28.03.2020, <https://www.star.com.tr/acik-gorus/ortadoguda-dizi-savaslari-haber-1526221/>
64. You Tube: <https://www.youtube.com/watch?v=SdeCtflj514>
65. <https://www.youtube.com/watch?v=-oWWFQasKzI>.
66. <https://www.youtube.com/watch?v=gYmfyZBSS40>.
67. <https://www.sensacine.com/series-tv/mejores/genero-13036/pais-5026/>
68. *70 ülkeye 250 milyon dolarlık dizi film ihraç ettik*, în „AA Gazetesi”, 13.01.2016, accesat sâmbătă, 09.04.2022, orele 14.18, <https://www.cnnTürk.com/ekonomi/Türkiye/70-ulkeye-250-milyon-dolarlik-dizi-film-ihrac-ettik>.
69. *250 milyon dolarlık Türk dizisi ihraç ettik*, în „Haber Türk Gazetesi”, 13.01.2016, <https://www.haberTürk.com/ekonomi/is-yasam/haber/1180431-250-milyon-dolarlik-Türk-dizisi-ihrac-ettik>.

