

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**İNSANİ DİPLOMASİ ARACI OLARAK SOSYAL
MEDYANIN KULLANIMI: TÜRK KIZILAY ÖRNEĞİ**

Yaşar ŞEKERCİ

2501171041

TEZ DANIŞMANI

Prof. Dr. Abdullah ÖZKAN

İSTANBUL – 2020

ÖZ

İNSANİ DİPLOMASİ ARACI OLARAK SOSYAL MEDYANIN

KULLANIMI: TÜRK KIZILAYI ÖRNEĞİ

YAŞAR ŞEKERCİ

1990 sonrası uluslararası sistemin yapısının değişmesi ve küreselleşmenin tüm boyutlarıyla artan etkisi, yeni dünya düzeninin çok merkezli ve çok aktörlü bir yapıya dönüşmesini sağlamıştır. Bu düzende, uluslararası karar alma süreçlerine devlet dışı aktörlerin de müdahil olabilmesi, yeni iletişim teknolojileriyle halkların enformasyona erişim kolaylığı ve uluslararası kamuoyunun görece bilinçlenmesi; devletlerin ikna kapasitesinin artırılmasını zorunlu kılmıştır.

Devletlerin sistemdeki değişen rolü, uluslararası alandaki meşruiyetlerinin korunması ya da artırılması amacıyla diplomasinin de rolünü değiştirmiştir. Cezbetme ya da ikna etmenin hayati bir öneme sahip olduğu günümüzde, aktörler stratejik iletişim faaliyetlerinde kullanabilecekleri yumuşak güç kaynaklarına yönelmiştir. Bu bakımdan yeni düzendeki aktörler; kültür, sanat, eğitim, sağlık gibi kendilerini güçlü kabul ettikleri yumuşak güç kaynaklarını belirledikleri amaç ve hedeflere göre uluslararası kamuoyunu ve yabancı halkları ikna etmeye yönelik kamu diplomasisi faaliyetlerinde kullanmaktadır.

Günümüzde devletler, faaliyetlerinin birçoğunda “insan odaklı” olma vurgusu yapmaktadır. İzleyicileri ikna etmenin çok önemli olduğu bu küresel düzende, devletlerin savaş, çatışma, terörizm, yoksulluk gibi insanlar üzerinde doğrudan etkisi olan gerçekliklere karşı duyarlılığının artması, insani diplomasinin iletişim ve uluslararası ilişkiler disiplinlerinde ön plana çıkmasını sağlamıştır.

Bu çalışmada uluslararası sistemdeki değişime eşlik eden yumuşak güç ve kamu diplomasisi kavramlarının çerçevesi çizilmiş, Türk dış politikası ile TİKA, AFAD ve Kızılay’ın insani yardım faaliyetleri arasındaki bağ derinlemesine görüşme yöntemiyle niteliksel olarak incelenmiş, insani krizlere çözüm bulma amacındaki insani diplomasi faaliyetlerinin sosyal medyadaki uygulamaları ise “Türk Kızılay International” örneğinde analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Diplomasisi, İnsani Diplomasi, Sosyal Medya, Uluslararası Sistem, Yumuşak Güç

ABSTRACT

THE USE OF SOCIAL MEDIA AS A TOOL FOR HUMANITARIAN DIPLOMACY: EXAMPLE OF TURKISH RED CRESCENT YAŞAR ŞEKERCİ

The change in the structure of the international system after 1990 and the increasing effect of globalization in all its dimensions have led to the transformation of the new order into a multi-centered and multi-actor structure. In this order, the involvement of non-state actors in international decision-making processes, the ease of access to information through new communication technologies, and the relative awakening of the world public opinion have entailed the increase of the persuasive capacity of the states.

The changing role of states in the system has shifted the role of diplomacy to protect or increase their legitimacy in the international arena. In today's new order, where allurements and persuasion are vital, actors have turned to their soft power. To this aim, actors in the new order conduct public diplomacy activities to convince the international public and foreign people based soft power sources such as culture, art, education, health.

Nowadays, the vast majority of state and non-state actors emphasize being “people-oriented” in public diplomacy and international public relations activities. In this global order, where convincing the audiences is very important, increased sensitivity of the state to realities that have a direct impact on people such as war, conflict, terrorism, poverty, has enhanced the role of humanitarian diplomacy in communication and international relations.

In this study, firstly, a frame has been drawn for the concept of soft power and public diplomacy accompanying the change in the international system. Then, the link between Turkish foreign policy and Turkish Cooperation and Coordination Agency, Disaster and Emergency Management Presidency and Red the Crescent's humanitarian aid activities have been examined qualitatively through in-depth interviews. Additionally, within the Turkish Red Crescent sample, the social media practices of humanitarian diplomacy activities, which aim at finding solutions to humanitarian crises, have been analyzed.

Key Words: Public Diplomacy, Humanitarian Diplomacy, Social Media, International System, Soft Power.

ÖNSÖZ

Küreselleşme sürecinin farklı boyutlarda yaşandığı, ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki imkanların zorunlu bir ihtiyaca dönüştüğü web 3.0 dünyasında kamu diplomasisi, devletlerin uluslararası kamuoyu ve yabancı halklarla iletişime geçmesinde, onların ikna edilmesinde ve ülkelerin kendi hikayelerinin anlatılmasında daha fazla öneme sahiptir. Günümüzde kamu diplomasisi, hem kuramda hem de uygulamada önemli gelişmeler kaydetmiş, özellikle devletlerin ve devlet dışı aktörlerin ihtiyaçlarına yönelik kamu diplomasisi uygulama alanlarında birçok kavramsallaşma ve uzmanlaşma yaşanmıştır. Bu noktada insani diplomasi kavramı da kamu diplomasinin yeni bir uygulama alanı olarak karşımıza çıkmaktadır.

İnsani diplomasi, dünya üzerinde giderek daha fazla insanın maruz kaldığı iklim, açlık, yoksulluk, savaş ve çatışma gibi insani krizlerin çözümü için önemli bir çözüm imkanı sunmaktadır. Uluslararası ilişkiler, hukuk ve iletişim disiplinlerini yakınlaştıran insani diplomasi kavramının, insani krizlerin çözümü için eklektik bir yaklaşımla ele alınması gerekmektedir. Ancak bugüne kadar insani diplomasi çalışmaları uluslararası ilişkiler disiplini perspektifiyle incelenmiş, yöntem ve çözüm yaklaşımı olarak uluslararası ilişkiler araçları tercih edilmiştir. Bu çalışmada ise insani diplomasinin iletişim boyutu ele alınmış, sosyal medyada insani diplomasi aktörlerinin çalışmalarına dikkat çekilmiştir. Çalışmanın, insani krizlerin çözümü için bu alandaki yeni çalışmaları desteklemesi amaçlanmıştır.

Bu çalışmanın gerçekleşmesinde desteklerini esirgemeyen danışman hocam Prof. Dr. Abdullah Özkan'a çok teşekkür ederim. Değerli görüşleriyle tezime katkı sağlayan ve asistanlığını yürüttüğüm değerli hocam Prof. Dr. İnci Çınarlı'ya, insani diplomasi konusunu keşfetmemi sağlayan, lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca sonsuz emeği geçen, yazım sürecinde görüşleriyle katkı sağlayan ve asistanlığını yürüttüğüm Doç. Dr. Gaye Aslı Sancar'a tüm destekleri için çok teşekkür ederim.

Araştırma sürecinde derinlemesine görüşmelere katılarak değerli görüşleriyle katkı sağlayan Türk İş birliği ve Koordinasyon Ajansı Başkan Vekili Serdar Kayalar, Türk Kızılay Uluslararası Politikalar ve İş Birlikleri Direktörü Kaan Saner, İnsan Hak ve Hürriyetleri Yardım Vakfı (İHH) Yönetim Kurulu Üyesi İzzet Şahin, Cansuyu Derneği Genel Başkanı Mustafa Köylü ve T.C. Cumhurbaşkanlığı İnternet Yayıncılığı Şube Müdürü İbrahim Sığın'a ve T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Kamu Diplomasisi Daire Başkanı Ömer Faruk Tanrıverdi'ye çok teşekkür ederim.

Çalışma sürecinde araştırma verilerinin toplanmasında destek olan Ticktockboom Dijital Halkla İlişkiler Ajansı Pazarlama ve Müşteri İlişkileri Direktörü Emrah Adıtatar'a ve değerli destekleri için Özge Kodaz'a çok teşekkür ederim.

Tez çalışmam sürecinde sabırla beni dinleyen ve yanımda olan çalışma arkadaşlarım Araştırma Görevlisi Betül Aydoğan, Araştırma Görevlisi Onurcan Güden'e ve her daim destekleriyle güç katan değerli arkadaşlarım Araştırma Görevlisi Kardelen Kıraç, Şeyma Özin ve Hacer Aydın'a çok teşekkür ederim.

YAŞAR ŞEKERCİ

İSTANBUL, 2020

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	ii
ABSTRACT	iii
ÖNSÖZ.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	ix
RESİMLER LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

YENİ DÜNYA DÜZENİNDE STRATEJİK İLETİŞİM

1.1. Yeni Dünya Düzeninde Uluslararası Sistem	5
1.1.1. Küreselleşme	8
1.1.2 Yeni Dünya Düzeninde Uluslararası Aktörler	11
1.1.2.1 Devlet	13
1.1.2.2 Uluslararası Örgütler	14
1.1.2.3 Çok Uluslu Şirketler	15
1.1.2.4 Sivil Toplum Kuruluşları.....	16
1.1.2.5 Birey	18
1.1.3 Diplomasinin Yeni Yapısı ve Kamuoyunun İknası.....	18
1.2 Uluslararası Politikada Meşruiyet Sağlanmasında Stratejik İletişim	20
1.2.1 Stratejik İletişim Kavramı	22
1.2.2 Uluslararası Politikada Stratejik İletişim Uygulamaları.....	24
1.2.2.1 İmaj Yönetimi.....	25
1.2.2.2 Algılama Yönetimi	26
1.2.2.3 İtibar Yönetimi	28
1.2.2.4 Sosyal Medyada Stratejik İletişim Yönetimi.....	29

1.3 Uluslararası Politikada Yumuşak Güç.....	33
1.3.1 Meşruiyet Aracı Olarak Yumuşak Güç	38
1.3.2. Yumuşak Gücün Kaynakları	40

İKİNCİ BÖLÜM

KAMU DİPLOMASİSİ ARACI OLARAK İNSANİ DİPLOMASİ

2.1 Kamu Diplomasisi Kavramı	44
2.1.1. Geleneksel Kamu Diplomasisi	47
2.1.2 Yeni Kamu Diplomasisi	48
2.1.3 Kamu Diplomasisi Aktörleri	51
2.1.4 Kamu Diplomasisinin Uygulama Alanları	57
2.1.4.1 Kültürel Diplomasisi	58
2.1.4.2 Yurttaş Diplomasisi	59
2.1.4.3 İnanç Diplomasisi	61
2.1.4.4 İnsani Diplomasisi.....	62
2.2. İnsani Diplomasisi Kavramı.....	62
2.3 İnsani Diplomasisi Aktörleri	65
2.4 İnsani Diplomasisi Uygulamaları.....	68
2.4.1 İnsani Yardım	68
2.4.2 İnsani Destek	70
2.4.3 İnsani Koruma	71
2.5 Sosyal Medyada İnsani Diplomasisi Uygulamaları	72

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYADA İNSANİ DİPLOMASİ UYGULAMALARI: TWİTTER TÜRK KIZILAY ÖRNEĞİ

3.1. Sorunsal	77
3.2. Hipotezler	77
3.3 Araştırma Kapsamı ve Sınırlılıkları.....	78

3.4. Araştırma Yöntemi	79
3.5. Araştırma Bulguları	80
3.5.1. Türk Dış Politikasına Yönelik Bulgular	80
3.5.2 Türkiye'nin İnsani Yardım Uygulamalarına Yönelik Bulgular	86
3.5.2.1. AFAD	87
3.5.2.2. TİKA.....	89
3.5.2.3. Kızılay	91
3.5.3 The Soft Power 30.....	96
3.5.4 Nation Brands İndeks	102
3.5.5 Derinlemesine Görüşme Bulguları.....	106
3.5.6 “Türk Kızılay International” Twitter Hesabına Yönelik Bulgular.....	115
3.5.6.1 Sosyal Medyada Analiz ve Takip.....	116
3.5.6.2 Sosyal Medyada Etkileşim	117
3.5.6.3 Türk Kızılay International Hesabı Genel Durum	119
Şekil 3.2 Türk Kızılay International Takipçi Durumu	119
3.5.7 American Red Cross, British Red Cross, Canadian Red Cross, German Red Cross ve Türk Kızılay International Twitter Hesapları Karşılaştırmalı Analiz Bulguları	123

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN DEĞERLENDİRİLMESİ

4.1. Literatür Değerlendirilmesi	133
4.2. Derinlemesine Görüşme Bulgularının Değerlendirilmesi	135
4.3. Türk Kızılay International Hesabının Değerlendirilmesi	136
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	142
BİBLİYOGRAFYA	150
EKLER.....	174

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 Güç Tipolojisi	36
Tablo 2.1 Kamu ve Diplomasi Farkları.....	46
Tablo 3.1 Kızılay'ın Uluslararası İnsani Yardımları (2008-2019).....	93
Tablo 3.2 2015-2019 Ülkelerin Yumuşak Güç Sıralaması	98
Tablo 3.3 Hipotez Sınama Sorusu.....	106
Tablo 3.4 Temel Veri Analiz Ölçütleri	116
Tablo 4.1 Hipotez 1 Test Sonuçları.....	135
Tablo 4.2 Sosyal Medya Performans Ölçeği 1	137
Tablo 4.3 Rival IQ Twitter Ortalama Etkileşim Oranları	137
Tablo 4.4 Ölçek 1 Performans Sonuçları	138
Tablo 4.5 Sosyal Medya Performans Ölçeği 2	138
Tablo 4.6 Rival IQ Twitter Ortalama Etkileşim Oranları	139
Tablo 4.7 Ölçeği 2 Performans Sonuçları	140
Tablo 4.8 Sosyal Medya Performans Ölçeği 3	140
Tablo 4.9 Ölçek 3 Performans Sonuçları	141

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 Stratejik İletişim ve Disiplinlerarası İlişkisi	23
Şekil 3.1 Türkiye Ulus Marka Değeri 2010-2019.....	105
Şekil 3.2 Türk Kızılay International Takipçi Durumu	119
Şekil 3.3 Türk Kızılay International Tweet Dağılımı	120
Şekil 3.4 Türk Kızılay International Gönderi Türü ve Etkileşim	121
Şekil 3.5 Gün ve Saate Göre Gönderi Paylaşım Durumu	122
Şekil 3.6 Karşılaştırmalı Takipçi Durumları	124
Şekil 3.7 Karşılaştırmalı Gönderi Durumu	126
Şekil 3.8 Karşılaştırmalı Etkileşim Sayıları	128
Şekil 3.9 Karşılaştırmalı Etkileşim Dağılımı	129
Şekil 3.10 Karşılaştırmalı Etkileşim Oranları	130

RESİMLER LİSTESİ

Resim 2.1 Dr. Öz Türk Mutfağını Öğreniyor	54
Resim 2.2 Dr. Mehmet Öz Türk Usulü El Yıkama.....	55
Resim 2.3 Ronaldo Suriye Paylaşımı.....	67
Resim 2.4 Rusya Dışışleri Bakanlığı Twitter Gönderisi	73
Resim 2.5 Birleşmiş Milletler Suriye Özel Elçisi Twitter Hesabı	74
Resim 2.6 IFRC Twitter Paylaşımı	74
Resim 2.7 TRT World Araştırma Merkezi Twitter Paylaşımı	75
Resim 3.1 İran'a Yönelik İnsani Yardım Faaliyetleri	88
Resim 3.2 Karadağ'a Yönelik Kalkınma Yardımı	89
Resim 3.3 Tacikistan'da Kurulan Çağdaş Diyabet Okulu	91
Resim 3.4 Suriye İnsani Yardım Faaliyetleri	92
Resim 3.5 2015-2019 Türkiye Yumuşak Güç Sıralaması.....	101
Resim 3.6 2019 En Değerli Ulus Markalar	103
Resim 3.7 En Hızlı Büyüyen Ulus Markalar 2019	104

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletler
AFAD	: Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı
ARC	: Amerikan Kızılhaçı (American Red Cross)
BBC	: Britanya Yayın Kuruluşu (British Broadcasting Corporation)
BM	: Birleşmiş Milletler
BRC	: İngiliz Kızılhaçı (British Red Cross)
CRC	: Kanada Kızılhaçı (Canadian Red Cross)
GRC	: Alman Kızılhaçı (German Red Cross)
GSYH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
IFRC	: Uluslararası Kızılhaç ve Kızılay Dernekleri Federasyonu
İHH	: İnsan Hak ve Hürriyetleri İnsani Yardım Vakfı
NATO	: Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü
SCCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TİKA	: Türk İş birliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı
TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği
UNDP	: Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
USIA	: ABD Enformasyon Dairesi (United States Information Agency)
VOA	: Amerikan Yayın Kuruluşu (Voice of America)
WB	: Dünya Bankası
WTO	: Dünya Sağlık Örgütü

GİRİŞ

Soğuk savaşın bitmesiyle ABD ve SCCB arasında bölünmüş iki kutuplu uluslararası sistem, çok kutuplu, çok aktörlü ve çok merkezli bir yapıya dönüşmüştür. Uluslararası sistemdeki bu köklü değişim, küreselleşme sürecini çok boyutlu bir biçimde hızlandırmış ve günümüz küresel sisteminin temellerini yaratmıştır. Bu yeni düzen, küreselleşmenin de etkisiyle uluslararası politik, ekonomik, kültürel ve teknolojik olmak üzere birçok yapıyı değiştirmektedir. Bu dönüşüm, yeni aktörlerin etkisiyle devletlerin rolünü ve yapısını da değişime zorlamıştır.

Devletin uluslararası ilişkilerde değişen rolü, dış politikada diplomasinin yapısında da değişime neden olmuştur. Devlet tekelinden çıkan diplomasi, çok oyunculu bir yapıya evrilmiştir. Sisteme katılan yeni oyuncular, karar alma süreçlerine dâhil olmak ve uluslararası politikayı etkilemek amacıyla yumuşak güç araçlarını kullanmaya başlamıştır. İletişim teknolojilerinin enformasyona erişimi kolaylaştırması ve uluslararası kamuoyunun görece “daha bilinç hale gelmesi” yumuşak gücün “ikna etme” potansiyelini ön plana çıkarmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde dünya sisteminin dönüşüm sürecinin genel çerçevesi çizilecek, mevcut sistem ve küreselleşme arasındaki ilişkilerin uluslararası aktörler ve diplomasi yapısı üzerindeki etkisi tartışılacaktır. Aynı şekilde, yeni düzende diplomasinin değişen yapısıyla devletlerin meşruiyetlerinin sağlamasında kamuoyunun önemine, uluslararası politikada bu meşruiyetin devamlılığı için gerçekleştirilen stratejik iletişim uygulamalarına ve gücün değişen yapısına göre yumuşak gücün yeni aktörler üzerindeki etkisine değinilecektir.

İkinci bölümde, diplomasinin niteliğindeki değişim, devlet dışı aktörler ve kamuoyunun artan etkisi bağlamında kamu diplomasisi ele alınacaktır. Çalışmada, kamu diplomasisinin kavramsal çerçevesinin çizilmesinden sonra geçmişten günümüze kamu diplomasisinin farklı uygulamaları incelenecektir. Bu noktada, dünya üzerinde giderek artan kompleks insani sorun ve krizlere çözüm bulmayı hedefleyen insani diplomasi kavramı, yeni bir kamu diplomasisi aracı olarak farklı uygulamaları ve yaklaşımlarıyla birlikte tartışılacaktır.

Üçüncü bölümde, öncelikle Türkiye'nin dış politikası ile birer devlet dışı aktör olan TİKA, AFAD ve Kızılay'ın insani diplomasi faaliyetleri arasındaki bağın incelenmesi amacıyla aşağıda yer alan Hipotez 1 derinlemesine görüşme yöntemiyle test edilecektir. Ayrıca çalışmada, Türk dış politikası ile insani diplomasi faaliyetleri arasındaki bağın kavramsal olarak çerçevesinin çizilmesi, çalışmanın ikincil araştırmalarla da desteklenmesi amacıyla; 2002 sonrası Türk dış politikası, Kızılay, TİKA ve AFAD'ın insani diplomasi faaliyetleri ile The Soft Power 30 ve Nation Brands Indeks de incelenecektir.

H1: "Türkiye'nin insani diplomasi aktörü olan Kızılay, TİKA ve AFAD'ın uygulamaları ile Türk dış politikası arasında olumlu bir bağ vardır."

Daha sonra, Türkiye'nin yumuşak güç kapasitesinin sosyal ağlardaki kullanımının araştırılması amacıyla aşağıda yer alan Hipotez 2; Twitter'daki "Türk Kızılay English" adlı hesap örneğinde sosyal medya dinleme ve izleme (Monitoring) yöntemiyle test edilecektir.

H2 "Türkiye insani diplomasi faaliyetleri ile ortaya çıkan yumuşak güç kapasitesini sosyal ağlarda yeterince kullanamamaktadır."

Dördüncü bölümde ise Türk dış politikasının çerçevesi, hipotezlerin sınanması amacıyla gerçekleştirilen derinlemesine görüşmede ortaya konulan görüşler ile sosyal medya takip ve izleme aracılığıyla toplanan veriler değerlendirilecektir. H1 için derinlemesine görüşmelerdeki ifadeler temel alınacak, H2 için ise tespit edilen etkileşim oranları interval ölçek yardımıyla değerlendirilecektir.

BİRİNCİ BÖLÜM

YENİ DÜNYA DÜZENİNDE STRATEJİK İLETİŞİM

Uluslararası ilişkiler ve iletişim disiplinleri; doğaları gereği disiplinler arası iki alan olarak amaç ve araçsal çıkış noktaları farklı olmakla birlikte; birey, devletler ve küresel sistemin dinamikleri sonucu birbirleriyle sürekli etkileşime girmektedir.¹ Günümüzde devlet ve devleti etkileyen diğer aktörler bağlamında küreselleşmenin bir sonucu olarak doğan uluslararası krizlerin karmaşıklaşması, iletişim ve uluslararası ilişkiler disiplinlerinin birlikte çalışmasını zorunlu kılmıştır.² Uluslararası ilişkiler disiplininin başlangıcı, hukuksal anlamda ilk defa egemen devlet yapılarının kurulduğu 1648 Vestfalya Antlaşması olarak kabul edilmektedir. Avrupa'daki 30 yıllık savaşı bitiren bu antlaşma sonucunda devletler, birbirlerinin egemenlik alanlarını tanıyarak günümüz modern ulus-devlet yapısının temellerini atmıştır.³

Her devletin kendi toprağı üzerinde tek hak sahibi olmasını sağlayan modern devlet yapılarının kurulması; devletin en önemli siyasal, ekonomik ve toplumsal bir varlık haline gelmesini sağlamıştır. Bu durum, devlet egemenliğine dayanan, modern uluslararası sistemin temelini oluşturan Vestfalya dönemini başlatmıştır. Bu dönemde aynı toprak üzerinde yaşayan insan topluluğunu ise ancak “*yönetime tabi olan, boyun eğen, bağlı kalan, emir altında bulunan*”⁴ anlamlarına gelen “tebaa” olarak adlandırmak mümkündür. Ancak günümüzdeki modern devlet yapılanmalarına ise 19. yüzyılın başlarına rastlanmaktadır. Devletler sistemi olarak adlandırılan, devletin tek başat aktör olduğu bu düzen, soğuk savaşın sonuna kadar devam etmiştir.⁵

Benzer şekilde stratejik bir iletişim faaliyeti olan halkla ilişkiler disiplininin ortaya çıkışı ise 19. yüzyılın ikinci yarısına denk gelmektedir. Özellikle bu dönemdeki ekonomik, siyasi ve teknolojik gelişmeler, iletişimde özel şirketler aracılığıyla

¹ İrfan Erdoğan, **İletişimi Anlamak**, Pozitif Matbaacılık, Ankara, 4. Baskı, 2011, pp. 102-108.

² Davut Ateş, Uluslararası İlişkiler Disiplininin Oluşumu: İdealizm / Realizm Tartışması Ve Disiplinin Özerkliği, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 10(1), 2009, pp. 12-13., (Çevrimiçi) <http://journal.dogup.edu.tr/index.php/duj/article/viewFile/55/72>, 15 Aralık 2018.

³ James A. Caporaso, **Changes in the Westphalian Order: Territory, Public Authority, and Sovereignty**, Wiley on behalf of International Studies Association, p.2. (Çevrimiçi) <http://www.jstor.org/stable/3186426>, 12 Aralık 2018.

⁴ Ferit Devellioğlu, **Osmanlıca Türkçe Ansiklopedik Lügat**, Ankara, Aydın Kitapevi Yayınları, 2008, p. 1011.

⁵ Andrey Heywood, **Küresel Siyaset**, Ankara, Adres Yayınları, 2014, p. 150.

“tebaadan halka” geçiş sürecini başlatmış ve modern halkla ilişkiler faaliyetlerinin ilk örnekleri verilmiştir.⁶

Öte yandan, soğuk savaşın sonuna kadar devam eden dönemde hem uluslararası sistemde kutuplaşma hem de iletişim faaliyetlerinde devlet aktörünün baskın olduğu, propaganda temelli tek taraflı iletişim faaliyetlerinin kullanımı ağır basmaktadır. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra ortaya çıkan iki kutuplu uluslararası sistem, soğuk savaşın bitmesiyle çok kutuplu bir sisteme dnşmştir. Değişen uluslararası sistem, küreselleşme sürecini çok boyutlu bir şekilde hızlandırarak günümüzün yeni küresel düzenini oluşturmaktadır.⁷ Küreselleşme dinamiğinin bir sonucu olarak yeni küresel düzen; uluslararası siyasi, ekonomik, kültürel ve teknolojik ilişki yapılarını değişirmiştir. Ayrıca siyasi ve ekonomik küreselleşme, sisteme katılan devlet dışı yeni aktrlerin etkisiyle devletin rolünü ve yapısını dnştrmştir.⁸

Uluslararası ilişkilerde devletin rolünün değişmesi, uluslararası politikadaki diplomatik araçların önemini artırmıştır. Diplomasinin çok aktörlü bir yapıya dönüşmesi, devletlerin ulusal çıkarları için yeni aktrleri ikna etmesini zorunlu kılmıştır. Bu sebeple devletler, ulusal çıkarlarına uygun kamuoyu oluşturmamak ve yeni aktrleri kendi politikalarına ikna etmek amacıyla sert güç araçlarını bırakıp yumuşak güç araçlarını kullanmaya başlamışlardır. Bu değişim devletleri, uluslararası anlamda meşruiyet kazanmaları ve kamuoyu oluşturmaları amacıyla bir yumuşak güç aracı olarak kamu diplomasisine yönlendirmiştir.⁹

Bu çalışmada, küreselleşmeyle beraber oluşan yeni küresel düzen ele alınarak, bu düzen içerisindeki devletin sivil toplum örgütleri, çok uluslu şirketler ve birey gibi yeni aktrlerle olan ilişkisi incelenecektir. Küresel sistemdeki devlet ve devlet dışı aktörü arasındaki ilişki biçimi, sisteme çok merkezli bir nitelik kazandırmıştır. Bu ilişkinin bir sonucu olarak, çalışmada devletlerin karar alma süreçlerinde diplomasinin değişen yapısı ve rolü ele alınacaktır. Daha sonra, yeni düzende diplomasinin değişen yapısıyla devletlerin meşruiyetlerinin sağlamasında kamuoyunun önemine,

⁶ İnci ınarlı, **Stratejik İletişim Yönetimi**, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.ř., 2009, pp. 2-6.

⁷ Joseph P., Nye, **What New World Order?**, Foreign Affairs, Vol. 71, No. 2, 1992, pp. 83-86.

⁸ Heywood, **Op.Cit.**, pp. 156-157.

⁹ Gaye Aşlı Sancar, **Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler**, İstanbul, Beta Basım Dağıtım, 2012, p.22.

uluslararası politikada bu meşruiyetin devamlılığı için gerçekleştirilen stratejik iletişim uygulamalarına ve gücün değişen yapısına göre yumuşak gücün yeni aktörler üzerindeki etkisine değinilecektir.

1.1. Yeni Dünya Düzeninde Uluslararası Sistem

Sistem kelimesi “systema” Yunanca’da düzenleme anlamına gelmektedir. Türk Dil Kurumu Sözlüğü ise “sistem” kelimesini “düzen” olarak tanımlamaktadır.¹⁰ Bir başka deyişle sistem, “*Belli yöntem, ilke veya yasalara göre kurulmuş olan durum, uyum veya nizam*” anlamlarında kullanılmaktadır.¹¹ Yine Oxford Sözlük’te sistem kelimesi “*Hakim siyasi ya da sosyal düzen*”¹² olarak tanımlanmaktadır. Kelimenin bu anlam ve tanımlamaları, günümüz uluslararası ilişkiler literatüründeki kullanımıyla ilgili bize önemli ipuçları vermektedir. Ayrıca, düzen ve sistem kelimelerinin benzer anlamlara sahip olması, bu kelimelerin birbirlerinin yerlerine kullanılmasını da beraberinde getirmektedir.

Öte yandan, uluslararası sistem kavramı ise kelime kökeniyle bağlantılı olarak devletlerarası bir düzeni temsil etmektedir. Zaten, uluslararası sistemin oluşturulmasının sebebi, egemen devletler arasında belirli kurallar belirleyerek, kaos durumunu ortadan kaldırmaktır.¹³ Holsti, uluslararası sistemi, bağımsız siyasi birimlerin kompozisyonu olarak tanımlamakta ve uluslararası ilişkiler tarihindeki farklı siyasi yapıları uluslararası sistemin bütünlüğü içerisinde değerlendirmektedir.¹⁴ Kısacası sistem, aynı özelliklere sahip siyasi birimler arasında birbirini etkileyen düzenli değişkenler dizisi olarak ifade edilmektedir.¹⁵ Devlet merkezli ilişkileri

¹⁰ Türk Dil Kurumu Sözlüğü, “**Sistem**”

(Çevrimiçi) <https://sozluk.gov.tr/?kelime=sistem> , 11 Aralık 2018.

¹¹ **Ibid.**, (Çevrimiçi)

http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTP.566f1b968244a6.77865299
13 Aralık 2018.

¹² Oxford Learner's Dictionaries, “**System**” (Çevrimiçi)

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/system?q=system+>, 6 Kasım 2019.

¹³ Mehmet Gönübol, **Uluslararası Politika**, Ankara, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın-Yayın Yüksekokulu Basımevi, 1985, p.48.

¹⁴ K. J. Holsti, **International Politics A Framework For Analysis**, London, Prentice/Hall, 1974, p. 29.

¹⁵ Tayyar arı, **Uluslararası İlişkiler Teorileri Çatışma, Hegemonya, işbirliği**, Bursa, MKM yayıncılık, 2008, p. 491.

açıklamak için kullanılan bu kavram, düzenle ile ilgili farklı bakış açılarını yansıtmaktadır.

Bununla birlikte, uluslararası sistem ile ilgili farklı sınıflandırma yöntemleri bulunmaktadır. Uluslararası ilişkilerde teorisyenlere göre değişen bu sınıflandırmalar, bölgesel ve fonksiyonel gibi çeşitli özelliklere göre kategorize edilmektedir.¹⁶ Bu modeller, uluslararası ilişkiler tarihinin farklı dönemlerini tanımlamak ve açıklamak için kullanılmaktadır. Bundan dolayı, farklı şartlara ve değişkenlere göre devletlerarası ilişkiler değişmekte, buna bağlı olarak uluslararası düzen de değişmektedir. Kaplan'a göre bir sistemin dönüşmesinin sebebi, sistemin temel kurallarının işlemez hale gelmesidir.¹⁷

Tarihsel olarak uluslararası sistemin günümüzdeki yeni küresel düzene dönüşümü incelendiğinde, dönüşümün farklı parametrelerle uzun bir dönemde gerçekleştiği görülmektedir. Bu çerçevede, ilk devletlerarası sistem 1648 Vestfalya Barış Antlaşması ile kurulmuştur. Aynı şekilde, modern devletin kurulmasını da temsil eden bu tarih, geleneksel diplomatik ilişkilerin ilk adımıdır. Bu antlaşma ile birlikte, türdeş egemen devletler ortaya çıkmıştır. Böylece 1914 tarihine kadar devam eden bu düzen, 1815 yılındaki Viyana Kongresi ile birlikte daha da pekişmiştir.¹⁸

Rousseau kurulan bu sistemle ilgili, *“Bu yapı devam ettiği sürece, Avrupa’nın dengesi asla bozulmayacaktır, hiçbir hükümdar herhangi bir rakibi tarafından tahtan edilme korkusu taşımayacaktır ve bu sistem uluslararası sistemimizin temeli olarak kalmaya devam edecektir.”*¹⁹ diyerek sistemi tanımlamış ve sistemden beklentilerini ifade etmiştir.

Gerçekten de devletler arası ilişkiler tarihi içerisinde güçler dengesi sistemi olarak adlandırılan bu düzen, devletlerin en uzun kullandığı uluslararası sistemdir. Sistemin en önemli temel bileşeni olan güçler dengesi, sosyo-kültürel olarak türdeş ve bağımsız devletler arasındaki etki kapasitelerinin yakın olması sonucunda ortaya çıkan

¹⁶ Morton A. Kaplan, **System and Process in International Politics**, New York, 1957, p. Chapter 2.

¹⁷ **Ibid.**, p. 27.

¹⁸ Faruk Sönmezoglu, Hakan Güneş, Erhan Keleşoglu, **Uluslararası İlişkilere Giriş**, İstanbul, Der Yayınları, 2011, p. 12-15.

¹⁹ Torbjon L. Knutsen, **Uluslararası İlişkiler Teorisi Tarihi**, İstanbul, Açılım Kitap, 2006, p.

yapı olarak tanımlanmaktadır. Kaplan, uluslararası sistemdeki güçler dengesini şöyle tanımlamaktadır: “*siyasi alt sistemin bir bileşeni olmayan uluslararası bir sosyal sistem*” olarak tanımlar.²⁰

Devletler arasındaki bu klasik denge mekanizması 1648 yılından 1914 yılına kadar devam etmiştir.²¹ Daha sonra iki büyük savaş arasında bir geçiş dönemi yaşayan dünyada, İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra, klasik güç dengesi sistemi, iki kutuplu sisteme dönüşmüştür. Soğuk Savaş’ın sonuna kadar devam eden iki kutuplu sistem, dünyayı iki temel bloğa bölmüştür.²² Bu düzen içerisinde, bloklar arasında sınırlı bir etkileşim ve iletişim bulunur, devletlerarası iletişim yoktur. Bu noktada, temsiliyet kavramı ön plana çıkmaktadır.²³ Bununla birlikte, iki kutuplu sistemde blok mantığının olması devletler arasındaki karşılıklı bağımlılığı daha da artırmıştır. Yine bu dönemde bloklar arasındaki güç dengesi devam etmektedir.²⁴ Bir başka önemli nokta, bu dönemde devlet-dışı aktörler ortaya çıkmaya başlasa da sistemi etkileyecek nitelikte bir güç kapasitesine sahip olmamalarıdır. Bu sebeple, sistemin başat aktörü halen devletlerdir.²⁵

Aynı şekilde, Soğuk Savaş sonrası kurulan günümüz küresel dünya düzeni birçok açıdan diğer sistemlerden ayrılmaktadır. Her şeyden önce, günümüzün düzeni ile ilgili ortak bir tanım ve perspektif yoktur. Özellikle düzenin çok kutupluluğu ile ilgili ciddi tartışmalar vardır. Ayrıca bu küresel sistem, “Yeni Dünya Düzeni” olarak da tanımlanmaktadır.²⁶ Genel olarak, yeni küresel düzen, Soğuk Savaş’ın bitmesi ve küreselleşme dinamiklerinin etkisiyle birbirleri arasında sürekli iletişim ve etkileşim bulunan, iş birliğinin ve karşılıklı bağımlılığın arttığı, çok-merkezli, çok aktörlü ya da

²⁰ Morton A. Kaplan, “Balance of Power, Bipolarity and Other Models of International Systems”, **The American Political Science Review**, Vol. 51, No. 3 American Political Science Association, p.686, (Çevrimiçi) <http://www.jstor.org/stable/1951855>, 2 Nisan 2019.

²¹ Faruk Sönmezoğlu, **Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi**, İstanbul, Der Yayınları, 2012, p. 842-843.

²² Bilgehan Emeklier, **soğuk savaş Sonrası Uluslararası Sistemin Analizi**, (Çevrimiçi) <http://www.bilgesam.org/incele/1901/-soguk-savas-sonrasi-uluslararasi-sistemin-analizi/#.Vm8nAvmLTIU>, 11 Aralık 2018.

²³ Gönlübol, **op.cit.**, p. 56.

²⁴ Sönmezoğlu, **op.cit.**, p. 674-680.

²⁵ Gönlübol, **op.cit.**, p. 58-60.

²⁶ Kantarcı, Şenol: “Soğuk Savaş Sonrası Uluslararası Sistem:Yeni Sürecin Adı Koalisyonlar Dönemi Mi?”, **Güvenlik Stratejileri**, (Çevrimiçi) <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423902038.pdf>, 5 Mayıs 2019.

çok taraflı bir yapıdır.²⁷ Kay, bu yeni düzeni, “Küreselleşmenin etkisi ile çeşitli sınır ötesi mekanizmaların birbirlerini etkilemesi ve karşılıklı ekonomik, politik ve güvenlik konularındaki bağımlılıkların hızlanması olarak”²⁸ tanımlamaktadır. Bununla birlikte sisteme, devlet dışı yeni aktörler katılmıştır. Bu aktörler, devletlerle birlikte uluslararası karar alma süreçlerine katılmaktadır.

Yeni aktörlerin karar alma süreçlerine müdahil olması, günümüz küresel sistemin temel fenomenlerinin etkileşim ve iletişim olmasına olanak tanımıştır. Bu sebeple uluslararası ilişkiler kavramı, devletlerarası uygulamalar için kullanılırken, “etkileşim elemanlarının tümü” olarak tanımlanmaktadır.²⁹ Bu etkileşim hızlı iletişim ve ulaşım teknoloji sayesinde gerçekleşmektedir. Küresel düzenin temel katalizörü olan etkileşim, beraberinde aktörler arasındaki karşılıklı bağımlılığın artmasını da getirmektedir. Bu durum, bir taraftan uluslararası iş birliklerini arttırırken, diğer taraftan devlet aktörünün rolünü değiştirmiştir.

Benzer şekilde, karşılıklı ekonomik bağımlılıkların artması, güç kavramının tanımını da değiştirmiştir. Yine, devletlerin güç kapasite analizlerinde siyasi ve askeri araçların yanında mali araçlar da önemli hale gelmiştir. Dış politika araçlarındaki bu değişim, devletler ve devlet dışı aktörler arasındaki ilişkilerde diplomatik araçların önemini artırmıştır.³⁰ Artık devlet dışı aktörler, uluslararası politikayı etkileyebilmektedir. Bu durum, ekonomik, siyasi, çevresel, askeri birçok ulusal konuyu ulus-aşırı bir konuya dönüşmüştür.³¹ İşte bu çok boyutlu dönüşüm sürecinde küreselleşme, başat bir faktör konumundadır.

1.1.1. Küreselleşme

Dünya üzerindeki dönüşümleri açıklamak için kullanılan küreselleşme için farklı perspektifler ışığında birçok tanım ve yaklaşım bulunmaktadır. Toplumlar arası ilişkilerin genişlemesi, derinleşmesi ve yayılması olarak tanımlanan küreselleşme,

²⁷ Sönmezoğlu, **op.cit.**, p. 698-703.

²⁸ Sean Kay, Globalization, Power, and Security, **Security Dialogue**, 2004, pp. 9-25.

²⁹ Bruce Russett, Harwey Starr, **World Politics The Menu For Choice**, New York, W. H. Freeman and Company, 1992, p.16-20.

³⁰ Arı, **op.cit.**, p. 180-185.

³¹ **Ibid.**, p.74-77.

doğrusal bir süreç olmayıp zıtlıkların bir arada olduğu kompleks bir olgudur.³² Bu sebeple ortak bir küreselleşme tanımı olmayıp küreselleşme ile ilgili iki temel yaklaşım bulunmaktadır. Bir taraftan, küreselleşme “süreçsel” olarak tanımlanırken, diğer taraftan “yapısal” olarak ele alınmaktadır.³³ Süreçsel yaklaşıma göre küreselleşme, ulaşım ve iletişim altyapısının desteği ile ekonomik ve teknolojik güçlerin dünyayı hızla şekillendirmesi, dünyanın bir bölgesindeki ekonomik, ticari, sosyal gelişmelerin diğer birey ve toplulukları etkilemesi olarak kabul edilebilir. Yapısal bakış açısına göre küreselleşme, “ulus-devletlerin siyaseti, sınırları, sosyal, kültürel, hukuksal yapısını etkilemesi sonucunda meydana gelen küresel benzeşimdir”³⁴

Toplumsal yaşamın her alanında etkili olan küreselleşme, devlet ve devlet dışı aktörler arasındaki karşılıklı bağımlılıkları artırmaktadır.³⁵ Bu noktada, Keohane ve Nye da küreselleşmeyi, “birçok kıtanın karşılıklı olarak birbirlerine bağımlı olduğu bir dünya devleti”³⁶ olarak tanımlamaktadır. Küresel karşılıklı bağımlılık ağları ise para, mal, bilgi, düşünce, toplum ve güç ilişkileri ile kurulabilmektedir. Ayrıca ağlar birbirlerini hızlı bir şekilde etkilemektedir. Bu sebeple, “Singapur’daki artan bir kentin refahı ile yerel ürünleri dünya piyasasında rekabet edemeyen Pittsburgh’taki bir bölgenin fakirleşmesi arasında küresel ekonomik ilişkiler ağı yoluyla bir ilişki kurulabilir.”³⁷

Küreselleşme olgusu, çok boyutlu ve karmaşık bir şekilde ilerleyen bir süreçtir. Bu fenomenin ekonomik, siyasi, kültürel, çevresel, askeri ve iletişim boyutları bulunmaktadır. Aynı zamanda, küreselleşme ile ilgili birçok farklı zıt yaklaşım vardır. Bu farklı perspektifleri ise küreselleşme bakış açılarını tamamen reddeden küreselleşme karşıtlarından, tüm sorunların anahtarı olduğuna inanan hiper-

³²Kudret Bülbül, **Küreselleşmeler ve Sonrası: Bir Dikotomiler Dizgesi**, Ankara, Orion Kitapevi, 2009, p. 18.

³³ Ramazan Gözen, **Uluslararası İlişkiler Sonrası Küreselleşme, Çoğulculuk ve 11 Eylül**, İstanbul, Alfa Yayınları, 2004, p.70-71.

³⁴ **Ibid.**, p.72.

³⁵David Held, Antony McGrew, Davit Goldblatt, Jonathan Perraton, **Global Transformation: Politics, Economics and Culture**, Stanford, Stanford University Press, 1999, p.1-28.

³⁶ Robert O. Keohane, Joseph P. Nye., **Gouvernance In A Globalizing World**, Brookings Institution Press, 2000, p.2

³⁷ Anthony Giddens, **The Consequence of Modernity**, Stanford, Stanford University Press, 1991, p. 64-65.

küreselleşmeciler ya da küresel değişimi açıklamaya çalışan dönüşümcüler olarak sınıflandırılabilir.³⁸ Tüm bu farklı yaklaşımlar küreselleşme olgusunun girift yapısına işaret etmektedir.

Küreselleşme ilk olarak zaman ve mekân kavramlarını etkilemiştir. Ulaşım ve iletişim imkânlarının gelişmesi, bilgi, mal ve hizmetlerin dolaşımını hızlandırmıştır. *“Saat zamanı yerine anlık zamanın önem kazanması, enformasyon, iletişim ve mali transferler açısından mekânsal uzaklığın önemini ortadan kaldırmış durumdadır.”*³⁹ Bu yüksek hareketlilik ise dünyanın tek bir mekân olarak küresel köy haline gelmesini sağlamıştır.⁴⁰ Böylece, zaman ve mekân sınırı olmadan küresel piyasalar üzerinden para, mal ve hizmetler çokuluslu ve ulus-aşırı şirketler arasında karşılıklı olarak dolaşabilmektedir.⁴¹

Küreselleşmenin ekonomik boyutu ise, soğuk savaş sonrası dünyayı şekillendiren en etkili güçtür. Artık uluslararası ticaret ve uluslararası para akışı küresel pazar içerisinde önemini giderek arttırmıştır. Bu noktada, ekonomik küreselleşmeyi sağlayan iki önemli katalizör bulunmaktadır. Bunlar, enformasyon devriminin etkisiyle, özel sektördeki ulaşım ve iletişim maliyetlerinin düşmesi ve devletin ticaret ve yatırım bariyerlerini kaldırmasıdır. Böylece küresel ekonomik bütünleşme süreci hızlanmıştır.⁴² Bu entegrasyon süreci ile birlikte, *“Gün boyunca internet ve diğer iletişim araçları sayesinde dünyanın herhangi bir noktasından diğer bir noktasına anında sermaye transferi yapılabilmesi, sermayenin küresel bir karar alma sürecine dönüştüğünü göstermektedir.”*⁴³ Yine çok uluslu şirketler ürünlerini farklı noktalarda üretip, dünya pazarına sunmaktadır. Öte yandan bu dönüşüm süreci,

³⁸ David Held, Antony McGrew, Davit Goldblatt, Jonathan Perraton, **op.cit.**, p. 3-7

³⁹ Mehmet Zeydin Yıldız, Faruk Alaeddinoğlu, **Küreselleşme Çağında Değişen Mekân Algılayışları**, T.C Başbakanlık Atatürk Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, p. 856-857., (Çevrimiçi) <http://www.ayk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/01/yildiz-mehmet-zeydin-yildiz-alaeddin-c4%b0no-c4%9elu-faruk-k-c3%9creselle-c5%9eme-c3%87a-c4%9eında-de-c4%9e-c4%b0-c5%9een-mek-c3%82n-algılayı-c5%9eları.pdf> , 16 Aralık 2018.

⁴⁰ Mehmet Kaya, Küreselleşme Yaklaşımları, **Dicle University Journal of Ziya Gokalp Education Faculty** 13, 2009, p. 11.

⁴¹ Keohane, Nye Jr., **op.cit.**, p. 4.

⁴² Jeffrey Frankel, “Globalization of the Economy”, **Governance in A Globalizing World**, John D. Donahue, Joseph P. Nye Jr, ed., Washington D.C, Brookings Institution Press, 2000, p. 45-46.

⁴³ Anthony Giddens, “The Globalizing of Modernity”, **The Global Transformations Reader**, David Held, Antony McGrew, ed., Polity Press, 2000, p. 95.

ulus-devlet ve egemenlik bağlamlarında siyasetin küreselleşmesi tartışmalarını başlatmıştır.

Kapitalist sistemde küresel ekonomik aktörler büyük bütçeleri sayesinde günümüz siyasal düzenin başat aktörleri olan ulus-devletlerin politikalarını etkileyebilmektedirler. Bu bakımdan devlet, küresel ekonomik piyasalardan, uluslararası siyasi ve ekonomik kuruluşlardan, çok uluslu şirketlerden ve bireyden tamamen bağımsız değildir. Yeni küresel düzende, devlet ve devlet dışı aktörler birbirlerini karşılık bağımlılık ilkesi çerçevesinde birbirlerini sınırlandırabilmekte, ya da egemenlik alanlarının genişletebilmektedir.⁴⁴ Bu sebeple devletin egemenliğinin tamamen kaybetmesi tezi aşırı kabul edilebilir.⁴⁵ Ancak belirtmek gerekir ki günümüzdeki bu yeni yapı, doğal olarak, çok uluslu şirket, uluslararası organizasyon ya da sivil toplum örgütleri gibi devlet dışı aktörlerin küresel politikadaki etkinliğini arttırmıştır. Bu diyalektik süreç, askeri, ekolojik, kültürel küresel ağları da etkileyen temel bir olgudur.

1.1.2 Yeni Dünya Düzeninde Uluslararası Aktörler

Uluslararası ilişkiler disiplininde uluslararası aktör kavramı *“bağımsız eylemler gerçekleştirebilme yeteneğine sahip, organize varlık olarak”*⁴⁶ tanımlamaktadır. Sönmezoğlu ise uluslararası aktörün belirleyici özelliklerini tespit etmiştir. Ona göre aktör, özerk ve diğer aktörlerle güç ilişkisine girebilmedir. Benzer şekilde, Osiba ise uluslararası aktör özellikleri, otonomluk, kaynakları çıkarları doğrultuda mobilize etme ve devlet veya devlet dışı aktörleri etkileme kapasitesi olarak sıralamıştır.⁴⁷ Bu tanımlar, uluslararası aktörün belirleyici özelliklerini göstermektedir.

⁴⁴ **Ibid.**

⁴⁵ Kenichi Ohmae, “Ulus-devletin Sonu”, **Küreselleşme Temel Metinler**, Kudret Bülbül, ed., İstanbul, Orion Kitapevi, 2009, p. 201.

⁴⁶ James E. Dougherty, "The Study of the Global System." **World Politics: An Introduction**, 1976, pp. 597-624.

⁴⁷ Hideki Kan, **Actors in World Politics**, Gouvernement and Politics Vol II, Encyclopedia of life support systems, 2009, ed. Masashi Sekiguchiayteta, p. 242-244., (Çevrimiçi) <http://www.eolsp.net/sample-chapters/c04/e6-32-05-03.pdf>, 14 Mayıs 2019.

Soğuk savaş sonrası kurulan küresel sistem devlet ve devlet dışı aktörlerden oluşan çok aktörlü bir sistemi temsil etmektedir. Uluslararası politikayı etkileyen bu aktörler, kapasiteleri, temsil nitelikleri ve sistemi etkileme biçimleri bakımından farklı başlıklar altında kategorize edilmektedir. Capplin, uluslararası politikadaki bu aktör türlerini 4 başlık altında sınıflandırmaktadır.⁴⁸

Tablo 1.1: Uluslararası Politikadaki Aktör Türleri

Tablo 1.1: Uluslararası Politikadaki Aktör Türleri	
Hükümetin Temsili	
(+) Ulusal (a)	(-) (b)
Uluslararası (c)	(d)

Kaynak: William D. Coplin, **Introduction to International Politics**, 3.eme ed., , New Jersey, Prentice: Hall, 1980, Chapter 5.

Caplin'nin bu sınıflandırmasına göre 4 tip aktör vardır. Bunlar a) hükümeti temsil eden ulusal aktörler, b) hükümetin temsil edilmediği ulusal nitelikli aktörler c) hükümetin temsil edildiği uluslararası aktörler, d) hükümetin temsil edilmediği uluslararası aktörler olarak sınıflandırılmıştır.⁴⁹ Bunlardan sadece “a) hükümeti temsil eden ulusal aktörler” kategorisindeki devletler, uluslararası sistemin başat aktörüdür. Diğer aktörler ise egemenlik açısından devletlerle bir rekabet içerisinde. Bu sebeple, bu aktörler devlet ve devlet dışı aktörler olarak da ele alınmaktadır.

Aynı zamanda, günümüz küresel sistemi içerisinde son yıllarda sayıları hızla artan devlet dışı aktörleri(b-c-d) karakterize ederek bir tipoloji oluşturmak oldukça zordur. Çünkü bu aktörleri birbirinden ayıran kesin bir çizgi olması gibi devlet dışı aktörler devlerle birlikte aynı platformlarda iç içe yan yana yer almaktadırlar.⁵⁰ Bu

⁴⁸ William D. Coplin, **Introduction to International Politics**, 3.eme ed., , New Jersey, Prentice: Hall, 1980, Chapter 5.

⁴⁹ **Ibid.**

⁵⁰ Sönmezoğlu, **op.cit.**, p.36-37.

bağlamda, çalışmada uluslararası sisteme etki kapasiteleri bakımından devlet, uluslararası örgütler, çok uluslu şirketler, sivil toplum kuruluşları ve birey aktörü incelenecektir.

1.1.2.1 Devlet

Küresel sistemin başat aktörü devletlerdir. Uluslararası sistemin ilk aktörü olan devletler, kendi alanları içerisindeki egemen yapılarıyla diğer tüm sistemlerin belirleyicisi ve toplumların temsilcisi olmuştur. Bu bakımdan devletlerin başat aktör olma özelliği uluslararası ilişkiler literatüründe kabul edilen bir olgudur.⁵¹ Genel olarak *“devlet bir toprak parçası üzerinde belirli bir insan topluluğunun kabul edilen bir otorite tarafından yönetilmesi”* şekliyle tanımlanmaktadır.⁵² Russett ve Starr, devletlerin sistemde başat aktör olmasının sebeplerini egemenlik, kaynak kullanımı ve kontrol edebilme özellikleriyle açıklamaktadır.⁵³

Öte taraftan, küresel sistemde birçok aktör vardır. Sistemdeki aktör sayısının fazla olması, küresel siyaseti sadece devlet aktörünün şekillendirmediğini göstermektedir. Bir başka ifadeyle uluslararası politikada devlet oyun kurucu olma özelliğini yitirmiştir. Bu noktada, devletin egemenliği ile ilgili olarak Strange, *“devletlerin otoritelerini kaybettiklerini ve bunu kabullenmek istemedikleri”* söylemektedir.⁵⁴

Dünya siyaseti içerisindeki her devlet ulusal çıkarını maksimize etmek amacıyla dış politika, dış ticaret, yenilik ve teknoloji konularında diğer devletlerle rekabet içerisinde. Bu amaçla, devletler sürekli yeni bir pazar aramaktadır.⁵⁵ Öte yandan bu devletler siyasi, ekonomik, askeri ve teknolojik çıkar ve ihtiyaçlarının karşılanması açısından birbirlerine karşılıklı olarak bağımlıdır.⁵⁶

⁵¹ **Ibid.**, p.21.

⁵² Russett, Starr, **op.cit.**, p. 57.

⁵³ **Ibid.**, p.26

⁵⁴ Susan Strange, **The Retreat of the state: The Diffusion of Power in World Economy**, Cambridge University Press, 1996, p. 3-4.

⁵⁵ Gözen, **op.cit.**, p. 127-128.

⁵⁶ Robert O. Keohane, Joseph P. Nye, **Power and Interdependence**, Boston, Longman, 2001, p. 9-15.

Karşılıklı bağımlılık, devlet ve devlet dışı aktörler arasından en az iki aktörün eylemlerinin birbirleriyle bağlantılı olması ya da birbirlerini etkilemesidir.⁵⁷ Bir başka deyişle, uluslararası politikadaki karşılıklı bağımlılık, tarafların etkileri ile karakterize edilen bir durumdur.⁵⁸ Küresel siyasette, karşılıklı bağımlılığın artması, devletleri iş birliğine yönlendirmiştir. Bu sebeple devletler, ortak bir paydada buluşmak amacıyla uluslararası örgütler kurmaktadır.⁵⁹ Ayrıca bu durum, devletlerarası küresel rekabetin diplomatik araçlara yöneldiğinin de bir göstergesidir.

1.1.2.2 Uluslararası Örgütler

20. yüzyılın başlarında kurulmaya başlayan uluslararası örgütler günümüzde uluslararası toplumun güvenlik, ekonomik, çevre, sağlık gibi birçok konuda gereksinimlerine cevap veren uluslararası aktörlerdir. Özellikle Soğuk Savaş sonrası küreselleşmenin etkisiyle artan hükümetler arası örgütler, devletlerin küresel sisteme hâkim olma çabası olarak görülmektedir. Çok aktörlü bu düzende bir taraftan devlet dışı aktörler, uluslararası sistemde devletleri sınırlandırırken diğer taraftan devletler de ekonomik, siyasi ve teknolojik çıkarlarını maksimize etmek amacıyla hükümetler arası örgütlenmeler, bir başka ifadeyle uluslararası örgütler, çerçevesinde iş birliklerini yapmaktadır. Böylece dünya bir topluluk haline dönüşürken küresel siyaseti yönlendirmek amacıyla diplomasi ve iş birliği temelinde hükümetler arası kuruluşlar artmaktadır.

Devletlerin bir araya gelerek kurucu bir metinle kurdukları uluslararası örgütler, devletlerden bağımsız kararlar alabilen özerk aktörler olarak kabul edilmektedir. Bu örgütler, birçok konuda devletlerin dış politikalarıyla uyuşmayan kararlar alabilmektedir. Bu konuda Birleşmiş Milletler yapısı içerisinde birçok örnek bulunmaktadır. Bu açıdan, Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi üyesi olan Rusya'ya karşı Uluslararası Adalet Divanının Ukrayna ile ilgili kararlarını ve Rusya'nın yargı yetkisi itirazlarının reddedilmesini örnek göstermek mümkündür.⁶⁰

⁵⁷ Rosenau, James N., Kenneth W. Thompson, and Gavin Boyd, *World politics: an introduction*, Free Pr, 1976, p. 660-663.

⁵⁸ *Ibid.*, p.7.

⁵⁹ Sancar, *op.cit.*, p.35.

⁶⁰ Uluslararası Adalet Divanı, "Application of The International Convention For The Suppression of The Financing of Terrorism and of The International Convention on The Elimination of All

Yine uluslararası çevrede, örgütler bazen devletler üstü bir rol almaktadır. Güncel olarak Türkiye-Suriye krizinde NATO'nun Rusya'ya karşı siyasi ve askeri inisiyatif alması, uluslararası örgütlerin küresel siyasetteki etkilerinin bir göstergesidir. Bununla birlikte, her örgüt, özerk bir karar alma mekanizmasına sahip değildir. Bu bakımdan, örgütlerin etkisi kuruluş yapıları, karar alma biçimleri ve çalışma mekanizmaları ile yakından ilgilidir. Örgüt içi güç ilişkileri, simetrik ya da asimetrik bir şekilde yapılanması, uluslararası örgütlerin uluslararası sistemde etkisini belirleyen temel ölçütlerdir. Tüm bunlara rağmen, uluslararası örgütler, birçok devletten oluşan yapılar, farklı bürokratik mekanizmaları ve yönetim organları ile küresel siyasetin önemli birer uluslararası aktörüdür.

1.1.2.3 Çok Uluslu Şirketler

Çok uluslu şirketler, ekonomik küreselleşmenin etkisiyle ulusal piyasaların küresel pazara dönüşmesi ile kurulmuşlardır. İletişim ve ulaşım imkânlarının artması, devletlerin küresel piyasalarla entegre olma çabaları, küresel piyasalarda şirketlerin faaliyetlerinin ulus aşırı bir alana yayılmasını sağlamıştır.⁶¹ Ayrıca piyasa ekonomisinin ülkeler üzerindeki etkisinin artması ve piyasaların serbestleşmesi çok uluslu firmaların önemini artırmaktadır.⁶²

Küresel ekonominin önemli bir aktörü olan çok uluslu şirketler, uluslararası üretim zincirlerini ve para piyasalarını kontrol etmektedir. *“Çok uluslu şirketler hangi bölge veya ülkelerin istihdamı ve refahı artıran yatırımları çekeceğini, yeni üretim birimlerinin nerelerde inşa edileceğini belirleyen kurumlardır.”*⁶³ Devletlerin büyüme hedeflerinin belirlenmesinde ve tutturulmasında çok uluslu şirketlerin, yabancı yatırımcıların ve uluslararası sermayenin etkisinin büyük olması, devletlerin politikaları etkilemektedir. Bu bakımdan devletler, yatırım ve sermaye çekebilmek amacıyla şirketlere cazip imkânlar sunmaktadır. Özellikle son dönemde Türkiye'nin

Forms of Racial Discrimination” (Çevrimiçi) <https://www.icj-cij.org/files/case-related/166/166-20191108-JUD-01-00-EN.pdf>, 10 Mart 2020.

⁶¹ O. Murat Koçtürk, Murat Eker, Dünyada ve Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Çok Uluslu Şirketlerin Gelişimi, **Tarım Ekonomisi Dergisi**, 2012, 18(1), p. 37.

⁶² Oğuz Kaymakçı, Küresel Ekonomide Çok Uluslu Şirketler ve Türkiye’deki Yansımaları, **Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi** 2013,11(1), p.226.

⁶³Koçtürk, **op.cit.**, p. 36.

ve Bulgaristan'ın⁶⁴ Volkswagen yatırımının ülkelerine çekilmesi için sağladıkları teşvikler ve gerçekleştirdiği üst düzey görüşmeler önemli bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır.⁶⁵ Bu durum, çok uluslu şirketlerin uluslararası bir aktör olarak devletler üzerindeki gücünü göstermektedir.

Çok uluslu şirketler, küresel piyasaları etkiledikleri gibi gelişmekte olan ülkelerin siyasi ve ekonomik karar alma süreçlerinde etkili olmaktadır. Dünyada birçok ülkenin gayri safi yurtiçi hasılasından daha fazla sermayeye sahip şirketler, devletlerin egemenlik alanlarına müdahale etmektedir.⁶⁶ Bu şirketler, oyları satın alma yetenekleri, siyasi partilerin fonlarına egemen olarak demokratik süreci etkilemektedir.⁶⁷ Tüm bu durumlar, bir yandan devletin egemenlik alanını kısıtlarken, diğer yandan çok uluslu şirketlerin uluslararası bir aktör olarak küresel politikadaki etkisini arttırmaktadır.

1.1.2.4 Sivil Toplum Kuruluşları

II. Dünya Savaşı sonrası kurulan sivil toplum kuruluşları, devletleri doğrudan temsil etmeyen uluslararası örgütlenmelerdir. Uluslararası sistemde, devletlerin denetiminin bulunmadığı alanlarda siyasi, ekonomik, dini ve kültürel birçok konuda kurulan bu örgütler, ortak çıkar sahipleri tarafından oluşturulmaktadır. Herhangi bir kar amacı gütmeyen bu kuruluşlar, uluslararası toplumda bireylerin sorunlarını devlet ve devlet dışı aktörlere karşı savunmaktadır. Bu bakımdan, sivil toplum kuruluşları, uluslararası çevrenin etkisiyle bir baskı aracı olarak diğer uluslararası aktörleri etkilemektedir.⁶⁸

Uluslararası sivil toplumun kendisini ifade etmesini sağlayan bu örgütler, özellikle Soğuk Savaş sonrası küreselleşme, teknolojik yenilik ve ekonomik bütünleşme çabalarının etkisiyle oluşan çok aktörlü küresel sistemde sayılarını

⁶⁴ Sputnik, “**Bulgaristan, Volkswagen fabrikası için teşviki ikiye katladı**” (Çevrimiçi) <https://tr.sputniknews.com/ekonomi/201910161040402699-bulgaristan-volkswagen-fabrikasi-icin-tesviki-ikiye-katladi/>, 10 Mart 2020.

⁶⁵ Reuters, “**Turkey, Volkswagen close in on production plant deal: sources**” (Çevrimiçi) <https://www.reuters.com/article/us-volkswagen-turkey/turkey-volkswagen-close-in-on-production-plant-deal-sources-idUSKCN1VQ150>, 10 Mart 2020.

⁶⁶ Fortune, “**Global 500**”, (Çevrimiçi) <http://fortune.com/global500/>, 3 Ekim 2019.

⁶⁷ Giddens, **op.cit.**, p. 77-78.

⁶⁸ Arı, **op.cit.**, p. 90-95.

artırmışlardır.⁶⁹ Giddens’a göre enformasyon çağı ile birlikte, sivil toplum örgütleri devletlere göre daha inandırıcıdır. Bu sebeple, uluslararası kamuoyunda bu kuruluşların etki kapasitesi, diğer aktörlere oranla daha yüksektir.⁷⁰

Günümüzde sivil toplum kuruluşları, sadece devletleri değil uluslararası kamuoyunu ve uluslararası örgütleri de etkileme kapasitesine sahiptir. Özellikle, Uluslararası Af Örgütü ve Greenpeace gibi örgütlerin talepleri uluslararası kamuoyu baskısıyla devletlerin politikalarının değişmesine neden olmaktadır.⁷¹ Bu konuda, 2013 yılındaki “Arctic Sunrise” olayında Hollanda bandıralı küresel bir çevre örgütü olan Greenpeace gemi mürettebatlarının eylemleri sırasında Rusya tarafından gözaltına alınmaları ve beraberindeki olaylar başta Hollanda-Rusya ilişkileri olmak üzere uluslararası toplumu yoğun olarak etkilemiştir.⁷²

Olay sırasında, “*Bariş ödülü sahipleri tarafından Rusya Devlet Başkanı’na yazılan mektuplar, ikili resmi görüşmeler sırasında konu ile ilgili özel başlıkların açılması, protestolar*”⁷³ ve Rusya’nın uluslararası deniz hukuku mahkemesi tarafından suçlu bulunması ve sonucunda Rusya’nın sivilleri serbest bırakması, sivil toplum örgütlerinin uluslararası çevredeki etki kapasitesini göstermektedir. Benzer şekilde Sınır Tanımayan Doktorlar tarafından COVID-19 pandemisi⁷⁴ sürecinde Afrika ve Ortadoğu’daki özellikle Suriye, Yemen ve Afganistan insani krizi mağdurlarının tıbbi ihtiyaçlarının gündeme getirilmesi uluslararası medyada ön plana çıkmaktadır.⁷⁵ Bu sebeple, küresel siyasette sivil toplum örgütleri önemli bir uluslararası aktördür.

⁶⁹ Paul R. Viotti, Mark V. Kauppi, **Uluslararası İlişkiler ve Dünya Siyaseti**, ed., Ayşe Özbay Erozan, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, 2014, p. 10.

⁷⁰ Joseph Nye, **Soft Power**, New York, Public Affairs, 2004, p. 90-94.

⁷¹ Sancar, **op.cit.**, p. 21.

⁷² Katıman, Esra: “Arctic Sunrise (UDHM, Hollanda Krallığı/Rusya Federasyonu) Davası Işığında, Uluslararası Hukuk ve Çevre Koruma Eylemleri”, **İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, Cilt: 5 Sayı:1, 2014, (Çevrimiçi) <http://static.dergipark.org.tr/article-download/6820/b734/6596/imp-JA34ZU78MB-0.pdf?>, 7 Temmuz 2019.

⁷³ **Ibid.**, p. 144.

⁷⁴ “Yeni Koronavirüs Hastalığı (COVID-19), ilk olarak Çin’in Vuhan Eyaleti’nde Aralık ayının sonlarında solunum yolu belirtileri (ateş, öksürük, nefes darlığı) gelişen bir grup hastada yapılan araştırmalar sonucunda 13 Ocak 2020’de tanımlanan bir virüstür.”

bkz. <https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/covid-19-yeni-koronavirus-hastaligi-nedir>, 25 Nisan 2020.

⁷⁵ Medecins Sans Frontières, “**Coronavirus COVID-19 pandemic**” <https://www.msf.org/covid-19>, 2 Mayıs 2020.

1.1.2.5 Birey

Küresel sistemde bireyler, otonom olarak tek başlarına uluslararası politikayı etkileyen kararlar alabilmektedir. Özellikle liderler çerçevesinden değerlendirilen birey aktörü, küresel sistemi etkileyebilmektedir.⁷⁶ Örneğin Soğuk Savaş'ın bitmesinde önemli bir etkiye sahip Sovyetler Birliği Cumhurbaşkanı Mihail Gorbaçov, uluslararası sistemi etkileyen otonom bir birey olarak görülmektedir. Gorbaçov'un açıklık ve yeniden yapılandırma anlamlarına gelen “*Glasnost ve Perestroyka*” politikaları, onun devlet politikasından ayrı hareket ettiğini göstermektedir.

Günümüz çoğulcu teorisyenler tarafından kabul edilen bu bakış açısı, kurum-birey ayrımı yaparak kurumlardaki karar verici kişileri birey olarak kabul etmektedir. Bir başka deyişle, aslında devletleri ve diğer devlet dışı kurumları yönetenler bireylerdir. Bu bakış açısına göre “*George Bush değil de Al Gore kazanmış olsaydı ABD, Mart 2003'te Irak'ı işgal eder miydi? 2008 başkanlık seçiminde John McCain, Barack Obama'yı yenseydi ABD müttefikleri ve koalisyonları Irak ve Afganistan'dan bu kadar hızlı asker çeker miydi?*”⁷⁷

Diğer taraftan, klasik bakış açısına göre bireylerin kurumlar çatısı altında kararlar almaları, onların bağımsız aktör olmalarını engellemektedir. Bir başka ifadeyle birey aktörün kurumlardan bağımsız bir etki kapasitesi yoktur. Sonuç olarak denilebilir ki bireyler uluslararası sistemi ve devletleri belirli bir derecede etkileyebilmektedir. Ancak bireylerin uluslararası aktör olarak kabul edilmesi tartışmalı bir konudur.⁷⁸

1.1.3 Diplomasinin Yeni Yapısı ve Kamuoyunun İknası

Kökenleri tarih öncesi döneme dayanan diplomasinin yapısı, uluslararası konjonktüre bağlı olarak kullanım alanı ve yöntemi sürekli değişmiştir.⁷⁹ Görüşme sanatı olarak da kabul edilen diplomasi, devletlerarası iletişimi sağlayan önemli bir araçtır.⁸⁰ Klasik anlamda ise diplomasi, devletlerin görüşlerini doğrudan doğruya

⁷⁶ Arı, **op.cit.**, p.

⁷⁷ Viotti, Kauppi, **op.cit.**, p. 14.

⁷⁸ **Ibid.**, p.15-17.

⁷⁹ Hüner Tuncer, **Eski ve Yeni Diplomasi**, Ankara, Dış Politika Enstitüsü, 1991, p. 1-5.

⁸⁰ Jacques Chazelle, **La Diplomatie**, Paris, Press Universitaire de France, 1962, p. 10-12.

iletmesi süreci olarak tanımlanmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde, 16. yüzyıla kadar tek taraflı ve geçici bir nitelik taşıyan diplomasi, 1815 Viyana Kongresi'nden sonra karşılıklı devletlerarası ilişkileri temsil eden daimi bir sürece dönüşmüştür.⁸¹ Devletlerarasında güç dengesinin olduğu bu dönemde diplomasi, *“iktidar sahibi tarafından halktan kopuk bir şekilde seçilen elit kesimle gizli olarak yürütülmektedir.”*⁸² Yine bu dönemde Avrupalı devletler tarafından gerçekleştirilen gizli diplomatik faaliyetler tüm dünyayı etkilemektedir.

Öte yandan, I. Dünya Savaşı sonrasında, uluslararası sistemin değişmesi ve dünya barışını koruma çabalarının artması uluslararası kamuoyunun önemini arttırmıştır. Özellikle ABD Eski Başkanı Woodrow Wilson'un uluslararası ilişkilerde şeffaflık sağlayacak açık diplomasi ilkesi, diplomasinin kamuoyuna açılmasını sağlamıştır.⁸³ Çünkü bu diplomasi biçiminde diplomatik görüşmeler ve uluslararası antlaşmalar, kamuoyunun katılımıyla gerçekleştirilmektedir. Ulusal çıkarla ilgili konular ise gizli kalmaktadır. Ayrıca bu dönemde BM üye devletlerin yapılan antlaşmaları kodifikasyon yaptırma zorunluluğu açık diplomasi uygulamalarını arttırmıştır.⁸⁴

Soğuk Savaş'ın sonuna kadar devam eden bu diplomasi yöntemi, küreselleşmeyle birlikte kurulan çok kutuplu sistemde yerini küresel diplomasiye bırakmıştır. Uluslararası sisteme devlet dışı aktörlerin katılması, küreselleşmeyle birlikte uluslararası toplumun oluşması diplomasiyi çok taraflı bir süreç haline getirmiştir. Bu durum, uluslararası kamuoyunun diplomatik ilişkileri etkileyen başat bir aktör olmasını sağlamıştır.

Sembolik, kullanım amacına göre kişisel niyetlerin iç içe geçtiği bir kavram olarak kamuoyu, çoğunluğun aklındaki ve gönlündeki resmi belirleme ya da uyma zorunluluğunu da beraberinde getirmiştir. Devlet ya da devlet dışı aktörler, mevcut

⁸¹ Gönübol, **op.cit.**, p. 118-122.

⁸² Demet Şefika Acar, Küreselleşen Dünyada Diplomasi, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi**, sayı 9.1-2, 2006, p. 423.

⁸³ Office of Historian, **Wilson's Fourteen Points**, 1918, (Çevrimiçi) <https://history.state.gov/milestones/1914-1920/fourteen-points>, 10 Aralık 2019.

⁸⁴ Sönmezoğlu, **op.cit.**, p. 40-45.

konjonktürde ancak hem iç hem de uluslararası kamuoyunu ikna ederek kendi politikalarını uygulayabilme imkânına sahiptir.

Bu noktada, kamuoyu kavramının içerdği anlam önem arz etmektedir. Kamuoyu, gerek siyasetçiler tarafından gerekse günümüz iletişim profesyonelleri tarafından farklı bağlamlarda ve değişik anlamlarda kullanılmaktadır. Kamuoyunun iknası ise devlet ya da devlet dışı aktörler tarafından “ilgili hedef kitleye” yönelik planlı mesajların gönderilmesi ve hedef kitlenin de mesajı kabul ederek içselleştirmesiyle mümkün olabilmektedir. Karşılıklı anlayışın gelişmediği ya da mesajın kabul görmediği durumlarda ise kamuoyu ikna edilememektedir.

Bu bakımdan günümüzde, diplomasi Sancar’ın da belirttiği gibi “*sadece devlet adamlarının birbirleriyle ilişkisi olan klasik diplomasi anlayışı yerini kamuoyunun ikna edilmesini ve kazanılması amacı güden yeni bir anlayışa bırakmıştır.*”⁸⁵ Bu sebeple diplomasinin bu yeni yapısı devlet dışı aktörlerin ikna edilmesini ve uluslararası karar alma süreçlerine katılmalarını gerekli kılmıştır. Bu aktörlerin ikna edilmesi ise enformasyona kolaylıkla erişme imkânına sahip kamuoyunun daha akılcı ve karmaşık stratejik iletişim yöntemlerinin uygulanmasına bağlıdır.⁸⁶

1.2 Uluslararası Politikada Meşruiyet Sağlanmasında Stratejik İletişim

Devletlerin, kendi politika ve çıkarlarına uygun olarak diğer devlet, devlet dışı ve devlet üstü aktörlerle girmiş oldukları ilişkiler uluslararası politika kavramının özünü oluşturmaktadır. Uluslararası politikayı, tüm bu aktörlerin kendi politikaları için birbirleriyle resmi diplomatik kanallar ya da gayri resmi kanallar üzerinden gerçekleştirdikleri ilişki ve iletişim faaliyetlerinin bir bütünü olarak ele almak mümkündür. Bu bakımdan uluslararası politika, dış politika kavramına göre daha bütünlüyci ve sistemseldir.⁸⁷

Öte yandan, uluslararası politika kavramında aktör, analiz düzeyi ya da sistemsel yaklaşım farklılıkları bulunmaktadır. Çalışmada, çok kutuplu uluslararası

⁸⁵ Sancar, **op.cit.**, p. 22.

⁸⁶ Çınarlı, **op.cit.**, p.25

⁸⁷ Faruk Sönmezoğlu, **Ansiklopedik Politika Sözlüğü**, İletişim Yayınları, p.190.

sistem teorisi kabulüyle günümüz dünyasını yansıtan devlet aktörünün yanında devlet üstü ya da devlet dışı aktörlerin etkisinin varlığı üzerine kurulmuştur.

Günümüz dijital enformasyon çağında devletler başta olmak üzere çok uluslu şirketler, uluslararası örgütler ve kar amacı gütmeyen kurumlar gibi devlet dışı aktörler kendi ürettikleri, satın aldıkları ya da paylaştıkları iletişim kanalları üzerinden kendi politikalarını diğer devletlere yönelik veyahut diğer devletlerinin halklarını etkilemek amacıyla iletişim faaliyetleri gerçekleştirmektedir. 20. yüzyılda başlayan ve Soğuk Savaş sonrası artan bu stratejik faaliyetler devletlerin uluslararası kamuoyundaki temel politikaları ile ilgili temel meşruiyet kaynaklarına dönüşmüştür.

Sönmezoğlu, devletlerin bu meşruiyet yaratma durumunu şu şekilde açıklamıştır:

“Basından gerilla hareketlerine, entelektüel faaliyetlerden, uluslararası sivil toplum kuruluşlarına, TV yayınlarından çeşitli kültürel faaliyetlere kadar bütün bu ‘gayri resmi nüfuz etme’⁸⁸ araçları bir devlete başka bir devletin hukuki anlamda mutlak egemenlik haklarının geçerli olduğu ülke sınırlarından içeri sızarak kendi amaçları doğrultusunda faaliyette bulunmak imkânı vermektedir.”⁸⁹

Günümüzde devlet ve devlet dışı aktörler uluslararası arası politikadaki bu meşruiyet yaratma çabalarını çok daha kapsayıcı, örtük ve girift bir yapıda stratejik iletişim faaliyetleri ile gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla stratejik iletişim kavramı, uluslararası politikada devletlerin diğer aktörler ve halklarla olan iletişimini, uluslararası kamuoyundaki hareket kabiliyetini belirleyen ana motor konumuna dönüşmüştür.

⁸⁸ “Gayri Resmi Nüfuz etme” kavramı Andrew M. Scott tarafından yaratılmış olup devletlerin uluslararası ilişkilerdeki propaganda faaliyetlerini tanımlamak amacıyla kullanmıştır.

⁸⁹ Sönmezoğlu, **Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi**, p.35.

1.2.1 Stratejik İletişim Kavramı

İletişimin stratejik bir alan olarak planlı ve amaç odaklı ön plana çıkmaya başlaması, 21. yüzyıl başlarında 11 Eylül olayları sonrasına denk gelmektedir. Günümüzde küreselleşmenin etkisi, teknolojik gelişmeler ve karmaşık ilişki ağlarının yarattığı sağlık, eğitim, iklim ve çatışma kaynaklı karmaşık problemler karşısında kamuoyu daha bilinçli, yöneltilen mesajlara karşı daha duyarsızdır. Bu sebeple iletişimin stratejik boyutu hayati bir öneme sahiptir.

Kavramsal olarak askeri kökenli bir terim olan stratejik iletişim, mesajı gönderen kaynağın kendi hedef ve amaçlarına yönelik gerçekleştirdiği iletişim faaliyetleridir.⁹⁰ Çınarlı'nın vurguladığı gibi “*müttefikleri ve dostları sizinle ikna olmaya ikna etmektir*”⁹¹

Frandsen ve Johansen ise stratejik iletişimi örgütsel iletişim perspektifiyle “*kurumların misyonlarının ifa edilmesi amacıyla gerçekleştirilen iletişim aktiviteleri*” olarak tanımlanmaktadır.⁹²

Birçok disiplinin kesişim kümesi olan stratejik iletişim kavramı, farklı disiplinlerden beslenerek günümüz devletlerin, şirketlerin, sivil toplum kuruluşlarının ya da bireylerin amaçlarına ulaşmada etkili bir role sahiptir. Aşağıda Falkhemier ve Heide tarafından tasarlanan modele göre, stratejik iletişim, “iletişim ve medya teorisi, örgüt ve işletme teorisi ile sosyal teorinin birleşiminden ortaya çıkan bir alan olarak ele alınmaktadır.”⁹³

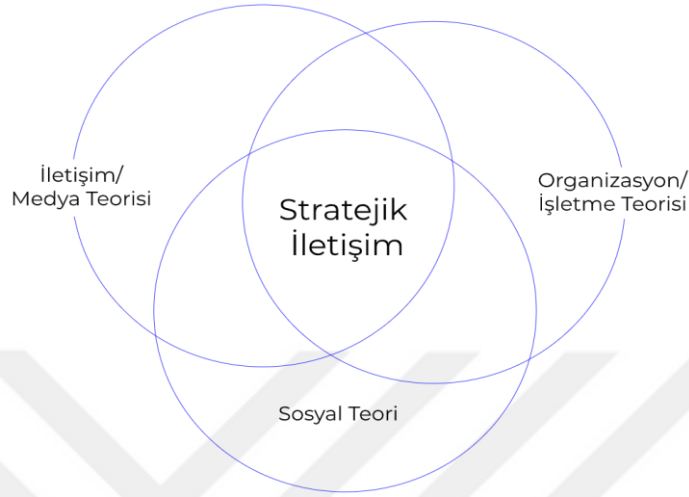
⁹⁰ **Ibid.**, p.20.

⁹¹ **Ibid.**, p.22

⁹² Finn Frandsen, Winni Johansen, **Organizational Crisis Communication: A Multivocal Approach**, London, Sage, 2016, pp.106-121

⁹³ Jesper Falkheimer, Mats Heide, From Public Relations to Strategic Communication in Sweden, The Emergence of a Transboundary Field of Knowledge, **Nordicom Review** 35 (2014) 2, pp. 134.

Şekil 1.1 Stratejik İletişim ve Disiplinlerarası İlişkisi



Kaynak: Jesper Falkheimer, “Mats Heide, From Public Relations to Strategic Communication in Sweden The Emergence of a Transboundary Field of Knowledge”, **Nordicom Review** 35 (2014) 2, p. 134.

Bu bakımdan değerlendirildiğinde stratejik iletişim yönetimi, holistik bir yaklaşımla günümüz devletlerin, kurumların, şirketlerin ya da sivil toplum kuruluşlarının; toplumları, kamuoyları, paydaşları ya da hedef kitleleriyle olan ilişkilerinin yönetilmesinde karşılaştıkları kompleks sorun, risk ya da krizlere karşı çözüm bulunmasında etkili bir role sahiptir.

Günümüz “geç modernite” ya da “post modern” olarak adlandırdığımız toplumlarının beklentileri, talepleri ve sorunları açısından stratejik iletişim kavramı ele alındığında ise Giddens’in tabiriyle “*belirsizliklerin ve çoktan seçmeli durumların varlığında güven ve riskin özel bir uygulaması gereklidir*” ifadesi stratejik iletişimin rolüne ilişkin önemli ipuçları vermektedir. Post-modern bir toplumda stratejik iletişim, “*anlamların şekillendirilmesi, güvenin inşa edilmesi, algının yaratılması, sembolik ilişkilerin yönetilmesi ve meşruiyetinin yaratılması için*”⁹⁴ kullanılmaktadır.

⁹⁴ Howard Nothhaft, “Kelly Page Werder, Dejan Verčič and Ansgar Zerfass”, **Future directions of Strategic Communication**, Routledge Taylor & Francis Group, London, 2020, p.73

Stratejik iletişim kavramı teorik olarak örgütsel ya da sosyal teori açısından farklı yaklaşımlarla ele almak mümkündür. Bu durum stratejik iletişim kavramının ihtiyaca yönelik esnekliğini ve kavramının rezonansını artırması açısından da değerlidir. Ancak stratejik iletişimin önemli belirleyeni toplumsal değişimin itme gücüdür.

Karmaşık ve ilişkisel ağların izlerinin sürülmesinin giderek zorlaştığı bir dünyada, Bauman'ın belirttiği gibi “*akışkan bir toplumda*” artık stabil bir şey kalmamıştır. Zaman ve mekânın izlerinin kaybolduğu bu toplumda artık gönderici alıcı kültürü yerine herkesin katılımcı, üreten ya da gönderen olabilmesine olanak tanıyan bir ekosistem mevcuttur.⁹⁵

Stratejik iletişim ise bu politik, teknolojik ve sosyolojik değişimlerin bir yansıması olarak değerlendirilmektedir. Hallahan, Holtzhausen, Ruler, Vercic ve Sriramesh, stratejik iletişim kavramının 20. yüzyılın modern toplumunda inşa edildiğini, 21. yüzyılda bu kavramın giderek artan parçalara ayrılmış hedef kitleler ve kanal çokluğu karşısında daha holistik bir yaklaşıma ihtiyaç duyulduğunu belirtmişlerdir.⁹⁶

Bilginin; üretim, erişim, değerlendirme ve yeniden üretim süreçlerinde sınır ötesi bir yapıya sahip olması, yeni medya olanakları ile gelişen katılımcı kültür stratejik iletişim uygulamalarının da holistik ve kapsayıcı bir bakış açısıyla ele alınması gerekliliğini ortaya çıkartmıştır.

1.2.2 Uluslararası Politikada Stratejik İletişim Uygulamaları

Günümüzde şemsiye bir kavram olarak stratejik iletişim, devlet, kurum ya da şirketlerin kendi misyonlarını gerçekleştirmek amacıyla kamuoyu, paydaş ya da hedef kitlelerine yönelik halkla ilişkiler, kurumsal iletişim, örgütsel iletişim, sorun yönetimi, risk yönetimi, kriz iletişimi ve kamu diplomasisi gibi farklı alanlardaki ikna edici iletişim faaliyetlerini kapsamaktadır.⁹⁷

⁹⁵ Zygmunt, Bauman, **Akışkan Modernite**, Okan Çavuş, Çev., İstanbul, Can Yayınları, 2017, p.12.

⁹⁶ Hallahan, Kirk, ve diğerleri, Defining Strategic Communication, **International Journal of Strategic Communication**, 2007, 1.1, p.4

⁹⁷ Nothhaft, Werder, Verčič, Zeffass, **Op.cit.**, pp.74-78.

1.2.2.1 İmaj Yönetimi

Oxford Sözlük imaj kavramını “birinin/bir şeyin neye benzediğine veya neye benzediğine dair sahip olduğunuz zihinsel bir resim”⁹⁸ olarak tanımlanmaktadır. Kavramı iletişim perspektifiyle de tanımlayan Oxford sözlü imajı, “bir kişinin, bir kuruluşun, bir ürünün, kamuoyuna verdiği izlenim”⁹⁹ olarak tanımlamıştır. Türk Dil Kurumu ise imaj kavramını “imge” ile tanımlayarak kavramın insanlar tarafından asıl algılanan izlenim yönüne vurgu yapmaktadır.¹⁰⁰

Tüm bu tanımlamalardan yola çıkarak belirtilebilir ki imaj, gösterilenden daha çok görünenin zihinler tarafından nasıl algılandığı ile ilgili bir durumdur. Bu sebeple imajın üretilmesi ya da yaratılması sürecinde kilit nokta, resmi görececek olanların gösterilecek resim ile ilgili nasıl bir algılamanın içine girebilme potansiyelinin olduğunun tespit edilmesi ve ona göre imgelerin dizilmesidir.

İmaj, bir algılanma süreci olması sebebiyle herkes ve her şeye dair bir imge yaratır. İmajı oluşturan noktalar gerçek ya da üretilmiş olabilir. Önemli olan imajın nasıl algılanacağını yönetilebilmesidir. Aksi taktirde hali hazırda zihinler boşluğa yer bırakmayarak bir kurum, kişi, ulus ya da toplum ile ilgili subjektif bir değerlendirmeye ulaşacaktır.¹⁰¹

Gerçekten de kurum ve şirketler, kendi “kurum imajlarının” korunması, kamuoyu veya hedef kitleleri tarafından istedikleri gibi olumlu algılanması amacıyla marka ve kurumlarına yatırım yapmaktadır. Bu şekilde kurum ve şirketler, “paydaşları ve hedef kitlelerinin zihinlerinde inşa ettikleri beklentileri ve algıları”¹⁰² karşılamaya çalışmaktadır. Bu noktada kurum imajının asıl belirleyici unsuru ise somut çıktıları, ortaya koyduğu kimliği, yansıttığı kültürü ve sunduğu değerlerinin toplamıdır.

⁹⁸ Oxford Learner's Dictionaries, **Image**, (Çevrimiçi) <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/image?q=image>, 10 Şubat 2020.

⁹⁹ Oxford Learner's Dictionaries, **Loc. cit.**

¹⁰⁰ Türk Dil Kurumu, **İmaj**, (Çevrimiçi) <https://sozluk.gov.tr/?kelime=itibar>, 10 Şubat 2020.

¹⁰¹ Prof. Dr. Ayla Okay, **Kurum Kimliği**, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., Ankara, 2000, pp.255-258.

¹⁰² Z. Beril Akıncı Vural, Mikail Bat, **Teoriden Pratiğe Kurumsal İletişim**, İletişim Yayınları, İstanbul, 2015, p.123.

Günümüzde kurum ve şirketler kadar uluslararası politikada devletler de imaj yönetimini kullanmaktadır. Bir devletin veya toplumun nasıl imgelendiği ya da algılandığı meselesi, uluslararası toplumda ve diğer yabancı halklar nezdindeki değerini, o topluma karşı tutum ve davranışlarını belirlemektedir. Bu sebeple imaj yönetimi, stratejik bir iletişim uygulaması olarak günümüz “*gösteri toplumunun*” vazgeçilmezidir.¹⁰³

Bir ulusun imajını, o topluğun kimliği, kültürü, değerleri, politik yapısı ekonomik durumu, teknolojik gelişmişliği ya da uluslararası medyadaki yer alış biçimi gibi birçok faktör belirler. Burada ulusun imajını mevcuttaki somut ve nesnel gerçeklikleri de etkileyebilir veyahut ulus imajı gerçekdışı sübjektif yargılamalara da maruz kalabilir. Uluslararası imajının yönetilmesinde imajın istenildiği gibi yaratılma kolaylığı önemli bir avantajken, resmin diğer devletler, toplumlar ve kanallar tarafından nasıl gösterildiği, anlatıldığı ya da algılandığı da aşılması gereken ciddi bir sorundur.

İmajın doğası gereği stereotipleştirme kaçınılmazdır. Bir ulusu çeşitli resim, imge ve kavramlarla değerlendirme eğilimi hem zihinsel hem de toplumsal olarak sıkça karşılaşılan bir durumdur. Aynı şekilde bir ulusun imajı, her toplumun kendi dünya görüşü, değer ya da kültürüne göre değişmekte ya da kasıtlı olarak üretilmektedir. Devletler ya da toplumlar, kasıtlı olarak kendileriyle ilgili üretilen imaj konusunda stratejik davranarak, ulus imajının korunmasını ya da amaçlandığı gibi algılanmasını sağlamalıdır. Bu noktada, imajı doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen algının yönetilmesi gerekmektedir.

1.2.2.2 Algılama Yönetimi

İnsanların kendileri haricindeki “dış görünüm ve (imaj yoluyla) oluşan düşünce, inanış ve fikirlerin” tamamı algıyı oluşturmaktadır. Buradaki en önemli nokta, insanın ürettiği bu fikir, inanış ve düşüncelerin içsel bir idrak ile değil, dış görünümlere bağlı olarak oluşturulan üretimler olmasıdır. Dolayısıyla algı kavramının dışsallığı, algılama yönetiminin nüvesinin anlaşılmasına imkan tanıyacaktır.

¹⁰³ Guy Debord, **Gösteri Toplumu**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Askeri bir terim olan algılama yönetimi kavramı ABD ordusu tarafından geliştirilmiştir.¹⁰⁴ Günümüzde ise bir stratejik iletişim uygulaması olarak kurum, kuruluş ve devletler tarafından kullanılabilmektedir. ABD Savunma Bakanlığı tarafından her yıl düzenli olarak yayınlanan Askeri ve İlişkili Terimler Sözlüğünde algılama yönetimi;

*“Yabancı hedef kitlelerinin duygu, güdü ve nesnel düşünme biçimlerini etkilemek için seçilmiş enformasyon ve göstergeleri iletme ve/veya inkar(reddetme) eylemleridir. ...algılama yönetimi; farklı yollarla gerçeğin tasarlanmasını, operasyon güvenliği, örtbas ve aldatma ile psikolojik operasyonları birleştirmektedir ”*¹⁰⁵

Özellikle kaynağın çıkarları doğrultusunda arzu edilen algılamanın inşa edilmesi ve “aldatılacak/ikna edilecek” hedef kitlenin istenildiği gibi eyleme geçmesi için kasıtlı olarak enformasyonun bozulması, çarpıtılması ya da engellenmesi algılama yönetiminde ön plana çıkmaktadır.¹⁰⁶ Algılama yönetiminde bu yaklaşımın “etik dışı” dengesiz güç ilişkilerini pekiştirdiğini söylemek mümkündür.

Öte yandan, algılama yönetimi, uygulama yöntemi olarak uluslararası toplumun beklentilerine göre farklılaşmakla birlikte temelinde hedef grup ya da kitlelerin ikna edilmesini amaçlamaktadır. Bir başka deyişle, Derrida’nın ifadesiyle algılama yönetimi kullanım yönetimi, şekil ve amacına göre bir ulusun “Pharmakonu” olabilir.¹⁰⁷ Günümüzde uluslararası politikada algılama yönetimi faaliyetlerinin eskisi kadar sert askeri terimler yerine “daha uzlaşmacı, daha gizli ve ilişki temelli” olduğu gözlerden kaçmamaktadır.

Her ne olursa olsun devletlerin ya da devlet dışı aktörlerin kendi ulusları ile ilgili yansıttıkları, ürettikleri veya hedefledikleri imajı; “amaçlandığı/hedeflendiği” gibi yabancı izleyici/alıcı/kullanıcı toplulukları nezdinde yansıtması, devletlerin kendi uluslarını cezbedici yönleriyle öne çıkarmaları etkili bir itibar yönetimi için vazgeçilmez bir koşuldur. Aynı şekilde, bir devletin şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkeleri

¹⁰⁴ Çınarlı, **op.cit.**, p.104.

¹⁰⁵ Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms As Amended Through 19 August 2009, **Joint Publication** 1-02, p. 145. (Çevrimiçi) https://www.bits.de/NRANEU/others/jp-doctrine/jp1_02%2808-09%29.pdf, 15 Şubat 2020.

¹⁰⁶ Joint Chiefs Of Staff, **DOD Dictionary Of Military And Associated Terms As January 2020**, p.63. (Çevrimiçi) <https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/pubs/dictionary.pdf>, 16 Şubat 2020.

¹⁰⁷ Jacques Derrida, **La Pharmacie De Platon**, Flammarion, 1995.

çerçevesinde kendi ulusunu uluslararası topluma ve yabancı halklara anlatması, ulusal itibarın inşasında önemli bir role sahiptir.

Algının dışsal ve etkiye açık yapısından kaynaklı sürekli üretildiğini düşünürsek, devlet ya da devlet dışı aktörler tarafından kendi toplumları ile ilgili “enformasyon akışının yönetilmemesi”¹⁰⁸ itibara karşı ciddi bir risk teşkil etmektedir. Aksi takdirde bir devletin ya da ulusun itibarına yönelik “*siber uzay geliştikçe, (enformasyona erişim ve internete) giriş maliyeti azaldıkça ve ulusal egemenliğin sınırları bulanıklaştıkça, ustalaşmış devlet dışı ve devlet aktörlerinin algıların anahtarı olan bilgileri manipüle etme şansı artacaktır.*”¹⁰⁹ Bu durum, itibar yönetiminin de stratejik olarak yönetilmesini zorunlu kılmaktadır.

1.2.2.3 İtibar Yönetimi

Latince “Reputare” kelimesinde türeyen itibar, “re” yeniden birçok kez üzerine düşünmek ile “putare” yargılamak, varsaymak, inanmak, sanmak” kelimelerinin birleşiminden türemiştir. Bu durum, itibarın doğasına yönelik tekrar eden eylemler ve düşünceler sonrasında oluştuğu ile ilgili önemli ip uçları vermektedir.¹¹⁰

İtibar kavramı birçok sözlükte benzer olarak “*Toplumun ya insanların geçmişteki olay, olgu ve yaşanmışlıklardan yola çıkarak biri ya da bir şey ile ilgili sahip olduğu genel düşünce, fikir*”¹¹¹ olarak tanımlanmaktadır. Aynı şekilde itibar kavramı, güvenilirlik, saygınlık kelimeleri ile de ilişkilendirilmektedir.¹¹² Bu bakımdan incelendiğinde itibar kavramının dinamik bir şekilde geçmişteki deneyimlerden yola çıkarak üretildiği, değiştiği ya da dönüşebildiğini söylemek mümkündür.

İletişim ve halkla ilişkiler disiplinlerinde ise itibar kavramı, kurumların itibarı, kurumsal itibar terimleriyle birlikte sıkça anılmaktadır. Kurumsal itibar, kuruluşun

¹⁰⁸ Çınarlı, **op.Cit.**, pp. 30-33.

¹⁰⁹ Roger C, Molander, Adrew P. Riddile, Peter A. Wilson, **Strategic Information Warfare: A New Face Of War**, Rand Corporation, 1996, p.22.

¹¹⁰ Online Etymology Dictionary, “**Reputation**” (Çevrimiçi) https://www.etymonline.com/search?q=reputation&ref=searchbar_searchhint, 15 Şubat 2020.

¹¹¹ Cambridge Dictionary, **Reputation**, (Çevrimiçi) <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/reputation>, 15 Şubat 2020.

¹¹² Türk Dil Kurumu, **İtibar**, (Çevrimiçi) <https://sozluk.gov.tr/?kelime=itibar>, 15 Şubat 2020.

çevresine ve paydaşlarına yönelik gerçekleştirdiği eylem, tepki ve stratejilerin bir yansıması olarak değerlendirilmektedir.¹¹³ Benzer ancak daha bütünleyici bir şekilde Fombrun, kurumsal itibarı “*bir şirketin geçmişteki eylemler ve gelecekteki perspektifine yönelik algıların kolektif bir biçimde temsil edilmesi*”¹¹⁴ olarak tanımlanmaktadır. Bu temsil algısını ise paydaşların beklentileri ile karşılıklı inşa edilen ilişkilerin sürdürülebilirliği belirlemektedir.¹¹⁵ Bu bakımdan, neo-liberal ekonomik dinamiklerin giderek etkisini arttırdığı kar temelli kuruluşlar olan şirketler için hiç şüphesiz kurumsal itibar, şirketlerin hayatta kalmasını ve “piyasada” tutunmasını sağlayan belirleyici bir role sahiptir.

Günümüzde kurum ve kuruluşların itibar yönetimi olduğu gibi bir ulusun, toplumun ve devletin de itibarı günümüzde stratejik olarak yönetilmesi gereken önemli bir olgu haline gelmiştir. Bir ulusun itibarının temel belirleyicileri, o toplumun kültür, eğitim, teknoloji, politik yapısı ile geçmişteki eylemlerinin bir sonucu olan yumuşak güç kapasitesinin toplamıdır.¹¹⁶

Uluslararası toplum nezdinde bir ulusun itibarının yönetilmesi, kurum ve şirkete göre çok boyutlu ve karmaşık dinamiklerin bir arada yürütülmesini gerektirmektedir. Devletlerin yumuşak güçleri, itibarlarının yönetilmesi için değerli bir kapital sunmaktadır. Bu noktada bu kapitalin etkili bir şekilde yönetilebilmesi için stratejik iletişim faaliyetleri hem kitle iletişim kanalları ile hem de dijital medyanın sunduğu yeni imkan ve olanaklar dahilinde bütünleşik bir şekilde uygulanmalıdır. Böylece bir ulusun itibarının yönetilmesindeki tüm etki faktörlerine dokunma ve ikna etme potansiyeli oluşacaktır.

1.2.2.4 Sosyal Medyada Stratejik İletişim Yönetimi

Sosyal medyada iletişimin nasıl stratejik olarak yönetileceğini açıklamadan önce kavramsal bir belirsizliği ve yaklaşım biçimini netleştirmek yerinde olacaktır. 2000 sonrası ortaya çıkan ve gerçek bir iletişim sürecine yakınlaştıran web 2.0

¹¹³ Akıncı Vural, Bat, **Op.cit.**, pp.128-129.

¹¹⁴ Raffaella Cassano, Corporate Global Responsibility and Reputation Risk Management, **Emerging Issues in Management**, n. 1, 2019, p. 133.

¹¹⁵ Manto Gotsi, Alan M. Wilson, Corporate Reputation: Seeking A Definition, **Corporate Communications: An International Journal**, Vol. 6 Iss 1 p.29

¹¹⁶ Joseph Nye, **Public Diplomacy and Soft Power**, p. 94.

teknolojisi ile dijital medya ön plana çıkmaya başlamıştır. Teknolojik gelişme sonrası yine aynı döneme denk gelen sosyal ağlar ve platformlarda sosyal medya kavramının doğmasına olanak tanımıştır.

Ancak hem akademide hem de iletişim profesyonelleri tarafından son yirmi yıl içerisindeki medyanın bu köklü dönüşüm ve değişimi dijital medya, sosyal medya veya yeni medya kavramının birbirinin yerine kullanılmasına neden olmuştur. Öncelikle belirtmek gerekir ki kavramsal kullanım farklılıkları ya araçsal yaklaşımdan ya da teknolojiyle olan ilişkisel farklılıklardan kaynaklanmaktadır.

Dijital medya kavramı, görece daha uzun bir geçmişe sahip yazılı ve görsel medya ile her türlü veri, enformasyon ve bilginin sıfır ve birden oluşan seri içerisinde elektronik olarak kayıt edilmesi, üretilmesi, değiştirilmesi ya da yeniden üretilmesiyle oluşan tüm içerikleri kapsamaktadır.¹¹⁷ Bu bakımdan dijital medya, verinin kayıt sistemine aktarımı ile ilgili olduğundan bilgisayar ve internet ağları üzerinden iletilen tüm yazılı, “görsel, video, ses ve grafik içerikleri”¹¹⁸ dijital medya olarak tanımlanmaktadır.

Öte yandan sosyal medya kavramı ise dijital ortamlardaki etkileşime dayalı sosyal ağ, platform ve mecraları kapsamaktadır. Bu bakımdan dijital medyanın içerik olarak daha geniş bir alanı kapsadığını belirtmek gerekmektedir.

Yeni medya kavramı ise Binark’a göre “*dijital kodlama sistemine temellenen, iletişim sürecinin aktörleri arasında eş anlı ve çok yoğun kapasitede, yüksek hızda karşılıklı ve çok katmanlı etkileşimin gerçekleştiği multimedya biçimselliğine sahip iletişim araçları*”¹¹⁹ olarak tanımlanmaktadır.

Bu noktada yeni medyanın hem dijital medya içeriklerini hem de sosyal medya ağlarını kapsadığını belirtebiliriz. Ancak yeni kavramındaki “yenilik” vurgusu ile ilgili tartışmalar da devam etmektedir. Özellikle yeni medya kavramındaki “yeni” ifadesinin

¹¹⁷ Cambridge Dictionary, **Digital Media**, Çevrimiçi
<https://dictionary.cambridge.org/tr/spellcheck/ingilizce/?q=digital+media>, 20 Şubat 2020.

¹¹⁸ Guelph University, Technology Brief, **Teaching Support Service**, p. 1, Çevrimiçi
<https://www.yumpu.com/en/document/read/24320707/digital-media-university-of-guelph>, 20 Şubat 2020.

¹¹⁹ Mutlu Binark, **Yeni Medya Çalışmaları**, Dipnot Yayınları, Ankara, 2007, p.5, (Çevrimiçi)
<https://yenimedya.filep.wordpress.com/2009/07/yeni-medya-calismalari.pdf>, 20 Şubat 2020.

zamansal bir referans olarak güncellik vurgusu mu yoksa devam eden teknolojik bir dönüşümü mü işaret ettiği noktasında tartışmalar devam etmektedir.¹²⁰ Ayrıca “yeni” kavramının göreceli bir öznellik içermesi tartışmaların daha da ateşlenmesine neden olmaktadır.

Kavramsal tartışmaların ötesinde çalışmada uluslararası sistemdeki devlet ve devlet dışı aktörlerin sosyal ağlar üzerinden gerçekleştirdikleri stratejik iletişim faaliyetlerinin incelenmesi amaçlandığından sosyal medya kavramı kullanılmıştır. Sosyal medyanın doğası gereği iletişimin stratejik olarak planlaması da değişmektedir. Stratejik iletişim faaliyetlerindeki bu değişimin çekirdeğinde ise sosyal medyanın etkileşime dayalı akışkan “hipermedyatik”, erişilebilir ve ulaşılabilir olması yatmaktadır.¹²¹

Yeni dünya düzeninde devlet ve devlet dışı aktörler hem kendi kamuoyunu ikna etmek hem de hedefindeki yabancı halkları cezbetmek amacıyla stratejik iletişim faaliyetlerine başvurmaktadır. Ancak 21. yüzyıl sonrasında sosyal medyanın yaşamın tüm alanlarını kapsamaması devlet ya da devlet dışı aktörler için efektif sosyal medya iletişim stratejilerini de zorunlu kılmıştır.

Etkili bir sosyal medya stratejisi için ise aktörlerin sosyal medya ekosistemi ile uyumlu bir plan uygulamaları gerekmektedir. Sosyal medyanın hızlı bir akış içerisinde hipermetinsel bir şekilde kullanıcıların birbirleriyle etkileşime girmesine olanak tanınması, stratejik iletişim faaliyetlerinin planlanırken göz önünde bulundurulması gereken ilk kritik noktadır. Bu noktada hükümetlerin iletişim tonu, mesaj kurgusu vb. bir parametrede yapacağı yanlış bir tercih negatif bir etkileşime neden olacaktır.

Diğer önemli bir nokta ise aktörlerin mesajlarını etkili bir şekilde kurgulayabilmeleri için sosyal ağlardaki iletişim kanallarının doğru seçilmesidir. Bu sebeple sosyal medyada izler kitleyle bir iletişime girmeden önce sosyal ağlarda

¹²⁰ Akan Yanık, Yeni Medya Nedir Ne Değildir?, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 9 Sayı: 45, 2016, p.902.

¹²¹ Başak Ürkmez, *Bir Anlatı Biçimi Olarak Hipermedya*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir, 2002, (Çevrimiçi) <http://libra.anadolu.edu.tr/tezler/2002/164507.pdf>, 20 Şubat 2020.

“izleme, dinleme, takip ve analiz”¹²² çalışmalarının düzenli olarak gerçekleştirilmelidir. Özellikle sosyal medyadaki hedeflenen kitlenin/toplumun sosyal ağlar üzerinden dinlenmesi, hedeflenen halkların gündemi, kültürel yönelimleri, beklenti ve duyguları hakkında önemli veriler sağlayacaktır. Böylece devlet ya da devlet dışı aktörlerin yabancı hakları ikna etmeleri görece daha kolay olacaktır.

Benzer şekilde devletler, diğer toplumlar ve yabancı izler kitleler tarafından hedefledikleri/kurguladıkları imajları üzerinden algılanmak istediğinde uluslararası etkiye veyahut seçilen toplumda bir etkileme kapasitesine sahip sosyal medya fenomenlerini kullanabilmektedir. İran’ın kendi kültürünü, değerlerini tanıtmak ve daha fazla turist çekmek amacıyla Youtube ve Instagram fenomenleri ile anlaşmalar yapmaktadır.¹²³ Bu konuda İran’ın Türk toplumuna anlatılması amacıyla Türk fenomenler ile çalışılması hedef kitleye uygun doğru içerik ve kanal seçiminin tercih edildiği iyi bir stratejik iletişim faaliyeti bir örneğidir.¹²⁴ Söz konusu Türk Youtube fenomeni Durmuş, gerçekleştirdiği video çekimlerin amacını şu şekilde ifade etmiştir:

*“İran hakkında önyargıların yıkılması ve doğru konumlandırılmasının önemli olduğunu düşünüyorum. İran ekonomisinden iran 'nın günlük yaşamına sokaklardaki hayattan insanlarına kadar her şeyi objektif bir şekilde değerlendirip gözlemlerimi paylaştığım Yazd şehrinde çektiğim video sizinle paylaşıyorum.”*¹²⁵

Burada altı çizilmesi gereken diğer bir nokta ise tanıtım faaliyetlerinin İranlı fenomenler ile Türk fenomenlerin işbirliğinde gerçekleşmesidir. Bu bakımdan, devletin direkt müdahil olmadan halklardan halklara, bireylerden bireylere bir uluslararası stratejik iletişim faaliyeti gerçekleşmiştir.

Sosyal medyadaki diğer stratejik iletişim uygulamaları incelendiğinde ise özellikle devletlerin ya da sivil toplum kuruluşlarının sosyal ağlardaki düzenli

¹²² Sosyal Medyadaki izleme, dinleme, takip ve analiz faaliyetlerini ingilizce “monitoring” ve “listening” kavramı karşılamaktadır.

¹²³ Alexandra Ma, “Iran detained 2 travel influencers who were traveling the country trying to 'break the stigma' around it with posts on YouTube and Instagram”, **Insider** (Çevrimiçi) <https://www.insider.com/iran-detains-travel-influencers-trying-to-break-stigma-youtube-instagram-2019-9>, 20 Şubat 2020.

¹²⁴ Emre Durmuş, “İRAN'ın EFSANE sokak yemeklerini deniyorum - 1 Kilo Safran 1000 Dolar”, (Çevrimiçi) <https://www.youtube.com/watch?v=ANcLrLHHg3Y>, 20 şubat 2020.

¹²⁵ Emre Durmuş, “İRAN 'ı daha önce hiç böyle görmediniz! - İran'da günlük yaşam”, (Çevrimiçi) <https://www.youtube.com/watch?v=Vd9GdTfI0Ks>, 20 şubat 2020.

hesaplarının yönetimleri, hedef halkların ağlar üzerinde dinlenmesi, farklı dillerde gerçekleştirilen canlı yayınlar, önemli günler ve haftalardaki özel kampanya ve prodüksiyonları örnek göstermek mümkündür. Aynı şekilde teknolojinin de kullanımıyla sosyal ağlarda bilgilendirici, ilgi çekici, interaktif içerikler de üretilerek hedef kitlenin cezp edilme imkanı da arttırılmaktadır. Bu konuda ülkelerin turistik mekânları ve bazı müzelerinin artırılmış gerçeklik ya da sanal gerçeklik teknolojileri vasıtasıyla kullanıcılara açılması, deneyime dayalı stratejik bir iktidarın da yaratımına imkân tanımaktadır.¹²⁶

Günümüzde uluslararası sistemdeki birçok devlet, kendi çıkarları ve amaçları doğrultusunda kamuoylarını etkilemek ve ikna etmek için stratejik iletişim uygulamalarına yönelmektedir. Bu noktada özellikle devletlerin, uluslararası kamuoyu ya da hedef hakların ikna edilmesi ve cezp edilmesi ile yumuşak güç kapasiteleri arasında doğru orantı kurmak mümkündür. Bir başka ifadeyle, devletlerin stratejik iletişim uygulamalarının başarıya ulaşmasında yumuşak güçleri belirleyici olmaktadır.

1.3 Uluslararası Politikada Yumuşak Güç

*“Güç, diğerini kontrol edebilme ve diğerinin istemediği şeyleri yaptırabilme kapasitesidir.”*¹²⁷ Bir başka deyişle güç, *“istenilen çıktılara ulaşabilmek için diğerlerinin davranışlarını etkileme kapasitesidir.”*¹²⁸ Geçmişten günümüze güç kavramı cazibesini korumuştur. Uluslararası ilişkiler teorisyenleri tarafından, Niccolo Machiavelli’den David Hume’a E. H. Carr’dan Hans Morgenthau’a, güç kavramı önemli bir değişken olarak kabul edilmiştir.¹²⁹ Özellikle uluslararası politikada karmaşık ve derin yapısıyla devletlerarası ilişkilerin temel belirleyicisi güçtür.

¹²⁶ USC Center of Public Diplomacy, Immersive Storytelling Resources, (Çevrimiçi) <https://www.uscpublicdiplomacy.org/story/immersive-storytelling-resources>, 21 şubat 2020.

¹²⁷ Joseph P. Nye, **Soft Power**, Foreign Policy, No.80 Twentieth Anniversary, 1990, p. 154. (Çevrimiçi) <http://www.jstor.org/stable/1148580>, 23 Ocak 2018.

¹²⁸ Joseph Nye, “The Changing Nature of Power”, **Soft Power: The Means to Success in World Politics**, New York, Public Affairs, 2004, p.2.

¹²⁹ David A. Baldwin, **Power Analysis And World Politics: New Trends Versus Old Tendencies**, World Politics, 1979, p. 161., (Çevrimiçi) <https://pdfs.semanticscholar.org/9f76/0fc7c9f020c573a14ccff177dd9a5fa1cfab.pdf>, 7 Mayıs 2019.

Devletler bağımsızlıklarını korumak ve uluslararası çevrede yer edinebilmek için işbirlikleri ya da güç dengeleri oluşturmaktadır.¹³⁰ Bu sebeple uluslararası politikada gücün tanımlanması ve gücün ölçülmesi ile ilgili genel, birleşik ve çok boyutlu ortak bir perspektif olmayıp farklı yaklaşımlar ve bakış açıları mevcuttur.¹³¹ Gücün cazibesinden kaynaklanan bu durumu Nye “*Güç hava durumu gibidir. Herkes hava durumundan etkilenir ve hakkında konuşuyor, ancak birkaçı anlar. Çiftçiler ve meteorologlar havayı tahmin etmeye çalışırlar, politik liderler ve analistler ise güç ilişkilerinde meydana gelen değişiklikleri tarif ve tahmin etmeye çalışırlar. İktidar da aşk gibidir, tanımlamaktan veya ölçmekten daha kolay deneyimlenebilir.*”¹³² şeklinde ifade etmiştir.

Uluslararası ilişkiler disiplininde gücün ilişkisel ve sahiplik olmak üzere iki boyutu bulunmaktadır. Uluslararası politikada analistler ve tarihçiler tarafından kullanılan davranışsal bakış açısına göre gücün ilişkisel bakımdan ölçülmesi, diğerlerinin davranışlarını etkilemesi ve değiştirmesi açısından tanımlanmaktadır.¹³³

Öte yandan, siyasi liderler de gücü “*kaynağa sahip olma*” olarak tanımlamaktadır. Bir başka deyişle güç, kendisini oluşturan bir takım kaynaklara sahip olma durumu olarak değerlendirilmektedir.¹³⁴ Gücü oluşturan bu kaynaklar ise nüfus, toprak, doğal kaynaklar, ekonomik büyüklük, askeri kuvvetler ve politik istikrar vb. olarak kabul edilmektedir.¹³⁵ Bu bakımdan denilebilir ki diğerlerinin davranışlarını etkilemek ve değiştirmek için bazı güç kaynaklarına sahip olmak gerekmektedir. Yumuşak gücü oluşturan bu kaynaklar ise siyasi liderlerin belirttiği gibi sadece somut ve ölçülebilir kaynaklardan ibaret değildir. Bir devlet ya da devlet dışı aktörün “*blöf, aldatma ya da pazarlık yapma*” imkânı da gücün ikinci boyutunu oluşturmaktadır. Gücün tüm bu potansiyel kaynakları “*hedeflenen biçimde arzu edilen davranış değişikliğinin gerçekleşmesine ve bir etkiye dönüşmesine*” olanak tanımaktadır.¹³⁶

¹³⁰ Joseph P. Nye, **Power in a Global Information Age**, London, Routledge, 2004, p.1.

¹³¹ Russett, Starr, **op.cit.**, p. 125.

¹³² Joseph Nye, **The Changing Nature of World Power**, Political Science Quarterly, Vol. 105, No. 2, 1990, p. 140.

¹³³ Sönmezoğlu, **Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi**, p.263.

¹³⁴ **Ibid.**, p. 264.

¹³⁵ Nye, **The Changing Nature of World Power**, p.178.

¹³⁶ **Ibid.**, pp.180-181.

Günümüzde ise güç ilişkisel bir olgu olarak kabul edilmektedir.¹³⁷ Devletlerin etki kapasiteleri ve arzu edilen çıktılar elde edebilmek için kullandıkları etkileme yöntemleri farklıdır. Bu sebeple, diğerlerinin davranışlarını etkilemek için temel 3 yol vardır. *“tehditler (‘sopalar’), teşvikler, ödemeler (‘havaçlar’) ve başkalarının istediğinin istemesini sağlayan cazibe.”*¹³⁸ Devletler, tehditle zorlayabilir rüşvetle kandırabilir ya da diğerlerini cezp ederek veya ikna ederek istediklerini yaptırabilir.¹³⁹ Bu bağlamda devletler kendi politikalarına göre arzu ettikleri sonuçları askeri müdahale, ekonomik yaptırım, tehdit, rüşvet, zorlayıcı diplomasi gibi yöntemleri kullanarak elde edebilir. Bu yöntemler devletlerin sert gücünü oluşturmaktadır.

Yine bir ülke istediği çıktılar kültürü, sosyal ve siyasi değerleri dünya görüşü gibi cazibe oluşturan, diğer devletlerin takip etmesini, esinlenmesini ve örnek almasını sağlayacak kaynaklarla elde edebilir.¹⁴⁰ Bir başka deyişle yumuşak güç, *“dış politikada istenilen bir etkinin karşı tarafı cezalandırarak ona baskı uygulayarak değil de onu ikna ederek, öneriyi ona cazip hale getirerek dolayısıyla diğerleri tarafından kendisinin meşru görülmesini sağlayarak elde edilmesi anlamını taşımaktadır.”*¹⁴¹ Bu durumda devletler, yumuşak güçlerini kullanarak arzu edilen çıktıların diğerleri tarafından da istenmesini sağlayabilmektedir.

Küresel siyasetteki farklı güç davranışları sert güç ve yumuşak güç arasındaki ayrımı ve aralarındaki ilişkiyi göstermektedir. Yumuşak güç kavramının yaratıcısı Nye’a göre sert güçte baskı ve zorlama varken, yumuşak güçte diğerlerine baskı ve zorlama uygulamadan etkileyerek arzu edilen çıktılara ulaşılmaktadır.¹⁴² Yumuşak güç kavramı sadece argümanlar ile ikna etmenin ötesinde akıl çelme ve cezbetme kapasitesidir. Bu bakımdan yumuşak güç cezbedici bir güçtür.¹⁴³

¹³⁷ Sönmezoğlu, **Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi**, p.265.

¹³⁸ Joseph Nye, **Public Diplomacy and Soft Power**, The Annals of the Acedemy of Political and Social Science, no:616, 2008, p. 94.

¹³⁹ Nye, **Soft Power**, p. 2.

¹⁴⁰ Nye, **Public Diplomacy and Soft Power**, p. 95.

¹⁴¹ Sönmezoğlu, **Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi**, pp.265-266.

¹⁴² Joseph Nye, **The Powers The Lead**, Oxford University Press, 2008, pp. 20-45.

¹⁴³ Nye, **Public Diplomacy and Soft Power**, p. 94.

Nye’a göre, uluslararası politikada devletlerin istedikleri çıktıları almak için kullandıkları üç çeşit güç bulunmaktadır. Ayrıca her güç çeşidinin yöntem ve araçları da farklıdır. Bu bağlamda Nye’in güç tipolojisi aşağıda Tablo 1.2’de gösterilmiştir.

Tablo 1.1 Güç Tipolojisi

	Davranışlar	Öncelikli Birimler	Hükümet Politikaları
Askeri Güç	Baskı Caydırma Önlem	Tehditler Güç	Zorlayıcı Diplomasi Savaş İş birlikleri
Ekonomik Güç	Tahrik Baskı	Ödemeler Yaptırımlar	Yardım Rüşvet Yaptırımlar
Yumuşak Güç	Gündem Belirleme Çekicilik Cazibe	Değerler Kültür Politikalar Kuruluşlar	Kamu Diplomasisi İki yönlü ya da çok yönlü diplomasi

Kaynak: Joseph Nye, “**The Changing Nature of Power**”, Soft Power: The Means to Success in World Politics, New York, Public Affairs, 2004, p.73.

Nye’in bu güç tipolojisine göre genel olarak zorlama ve tehdit için askeri kapasiteye ihtiyaç varken, rüşvetle kandırmada ekonomik kapasiteye ihtiyaç vardır. Diğerlerini kendi istedikleri çıktılar doğrultusunda ikna etmek için ise diplomasi kullanılmaktadır. İkna sanatı olarak tanımlanan diplomasi yöntemi ile devletler kendi çıkarlarını diğerlerine meşru bir şekilde kabul ettirmektedirler.¹⁴⁴

Günümüzde güç 3 boyutlu santraç oyununa benzeyen bir model üzerinden yayılmaktadır. Santraç masasının en üstünde ABD’nin baskın olduğu askeri güç varken, masanın orta kısmında çok kutuplu, büyük oyuncuların olduğu ekonomik güç mücadelesi yaşanmakta, masanın alt kısmında ise hükümetlerin kontrollerini aşan

¹⁴⁴ Sancar, **op.cit.**, p. 23.

devlet dışı aktörlerin rol aldığı ulus aşırı ilişkiler bulunmaktadır.¹⁴⁵ Bu ulus aşırı ilişkilerde devlet kontrolü sağlayamamaktadır. Bu sebeple devletler, yumuşak güçlerini kullanarak çok uluslu şirketler, uluslararası örgütler, bireyler gibi devlet dışı aktörleri ikna etmeye çalışmaktadır. Bu durum ise devletlerin istedikleri sonuçları elde edebilmesinde yumuşak gücün önemini arttırmıştır.

Uluslararası alanda, devletler yumuşak güçlerinin kullanma oranlarına göre başarılı olabilmektedir. Yumuşak güç, devletlerin sert güçlerini desteklemekte, sert güçlerine meşruiyet kazandırmaktadır. Bazen sert güçle oluşan kötü imaj yumuşak güç sayesinde düzeltilmesini sağlamaktadır.¹⁴⁶ Ayrıca sert güç kullanımı yumuşak güce zarar verebilmektedir.¹⁴⁷

Bu konuda Suudi Arabistan Krallığı'nın küresel imajını restore etmek ve turist sayısının artırılması amacıyla birçok yabancı sosyal medya fenomeni ile anlaşarak Suudi Arabistan ile ilgili gerçekleştirilen Instagram kampanyasını bir stratejik yumuşak güç hamlesi olarak değerlendirmek mümkündür.¹⁴⁸ Ancak sosyal medya fenomenlerinin Suudi Arabistan için gerçekleştirdikleri bu kampanya, uluslararası medya ve sosyal ağlarda “samimi bulunmamış ve tepkiyle” karşılanmıştır.¹⁴⁹ Bu noktada belirtmek gerekir ki devletler, imaj restorasyonu için planladıkları iletişim faaliyetlerinde uluslararası politikadaki kendi duruşu, kültürü ve sosyal gerçekliklerini de göz önünde bulundurarak ikna edici bir iletişim stratejisi belirlenmelidir. Bir başka deyişle, hükümetler kendi yumuşak güç potansiyelleri dâhilinde eyleme geçmelidir.

Öte yandan yumuşak güç uluslararası arenadaki tüm problemlerin ilacı değildir. “Kuzey Kore lideri Hollywood filmleri izlemekte fakat bu durum Kuzey Kore'nin nükleer silah programını etkilememektedir.”¹⁵⁰ Günümüzde güç uluslararası

¹⁴⁵ Joseph Nye, **The Future of Power**, Public Affairs, 2011, p.xv.

¹⁴⁶ Sancar, **op.cit.**, p. 27.

¹⁴⁷ **Ibid.**, p. 25.

¹⁴⁸ Eden Gillespie, “The Instagram influencers hired to rehabilitate Saudi Arabia's image”, **The Guardian**, (Çevrimiçi) <https://www.theguardian.com/world/2019/oct/12/the-instagram-influencers-hired-to-rehabilitate-saudi-arabias-image>, 20 şubat 2020.

¹⁴⁹ Taylor Lorenz, “Influencers Face Criticism for Saudi Arabia Travel #Ads”, **The New York Times** (Çevrimiçi) <https://www.nytimep.com/2019/10/03/style/saudi-arabia-travel-influencerp.html>, 21 Şubat 2020.

¹⁵⁰ Nye, **The Future of Power**, p. 12-18

politikadaki farklı dinamiklere bağılı olarak değişmektedir. Buna göre devletlerin dış politikadaki başarısı sert güç ve yumuşak güç arasındaki dengenin sağlanması bağlıdır.¹⁵¹ Bu sebeple devletler sert güç ve yumuşak güç kaynaklarını dış politika önceliklerine göre birlikte harmanlayarak bir akıllı güç stratejisi oluşturmaları gerekmektedir. Nye’a göre “akıllı güç” stratejisinde “devletler akıllı gücü güçlerini arttırmak amacıyla kullanmamalı, değişen bağlama uygun sert güç ve yumuşak güç kaynaklarını birlikte kullanarak başarılı stratejiler oluşturmalıdır.”¹⁵² Bu güç kaynakları arasındaki denge ise belirlenen hedeflere, kaynakların uygunluğuna, hedef kitlenin etkilenme oranına ve başarı olasılığına göre belirlenmelidir.¹⁵³

Yine, uluslararası çevrenin durumu, kullanılacak gücün tipini belirlemektedir. Küresel politikada devletler uluslararası bağlama göre bazen sert gücün iticiliğinden faydalanmakta, askeri ve ekonomik güçlerini kullanmakta, bazen de yumuşak gücün çekiciliğinden yararlanarak arzu edilen çıktıları elde etmektedir. Böylece farklı davranış biçimleri aynı sonucu vermektedir. Ancak belirtilmelidir ki baskı, rüşvet, zorlama ve tehdit gibi sert güç uygulamalarına göre gündem belirleme, cezbetme, etkileme hedef kitleler tarafından pozitif meşru görülmektedir.¹⁵⁴

1.3.1 Meşruiyet Aracı Olarak Yumuşak Güç

21.yüzyılın çok aktörlü küresel sisteminde, küreselleşmenin etkisi, demokratikleşme çabalarının artması ve iletişim imkânlarının ulusal sınırları aşarak uluslararası kamuoyunu oluşturması meşruluk kavramının önemini arttırmıştır. Bir başka deyişle yöneticiler siyasi meşruiyetlerini kamuoylarının destekleri sayesinde sağlamaktadırlar. Meşruiyetin kaynağı, dönemlere ve toplumlara göre değişmekle birlikte yöneticilerin toplum tarafından kabul görmesi önemini korumaktadır.¹⁵⁵ Geleneksel toplumlarda meşruluğun kaynağı din ve kutsallık iken, demokratik devletlerle birlikte meşruluğun kaynağı toplumların kabul ettiği insan hakları, hukuk

¹⁵¹ Nye, **Soft Power: The Means to Success in World Politics**, p. 7.

¹⁵² Nye, **The Future of Power**, pp.207-208.

¹⁵³ **Ibid.**, p.209.

¹⁵⁴ **Ibid.**, p.20.

¹⁵⁵ Ayhan Biber, “Bir Meşrulaştırım Yöntemi olarak Halkla İlişkilerin Meşruiyeti”, **Amme İdaresi Dergisi**, 2003, pp.43-49.

devleti, özgürlük ve eşitlik olmuştur.¹⁵⁶ Bu durum ise kamuoyunun ön plana çıkmasını sağlamıştır.

Kamuoyu, hükümetler üzerinde bir baskı aracıdır. Yöneticiler kamuoyu tarafından kabul gören yaygın görüşe karşı hareket etmeyi tercih etmemektedir. Bununla birlikte kamuoyunun devletler tarafından oluşturulması bireylerin algılarının yönetilmesini sağlamaktadır. Arzu edilen kamuoyunu oluşturmak ise devletlerin yumuşak güçlerinin bir sonucudur¹⁵⁷

Devletlerin dış politikaları ile kamuoyu arasında organik bir ilişki vardır. Devletler dış politikayla ilgili karar alma süreçlerinde uluslararası kamuoyunun desteğine ihtiyaç duymaktadır. Bu durum uluslararası kamuoyunun arzu edilen hedefler doğrultusunda ikna edilmesini gerekli kılmaktadır.¹⁵⁸ Bu sebeple devletler, uluslararası kamuoyunun desteği için “zorlama kapasitesi” olarak tanımlanan sert güç bağlamında askeri müdahale, ekonomik yaptırım, zorlayıcı diplomasi gibi yöntemleri daha az kullanmaktadır. Bunun yerine, ülkeler siyasi kültür, dünya görüşleri, teknoloji, eğitim, kültürel ve sosyal değerler gibi cezbeden unsurları kullanarak istediklerini çıktıkları yumuşak güçleriyle almaya çalışmaktadır.¹⁵⁹ Böylece ülkeler sert güçleri yerine yumuşak güçlerini kullanarak isteklerini meşru olarak elde etmektedirler.¹⁶⁰

Günümüz küresel sisteminde iki tür güç mücadelesi gerçekleşmektedir. Bir taraftan devletlerden diğer devletlere doğru bir güç geçişi gerçekleşmekteyken diğer taraftan devletler, küreselleşme ve günümüz bilgi çağının etkisiyle devlet dışı aktörlere doğru bir “güç yayılması” gerçekleştirmektedir.¹⁶¹ Bu güç mücadelesi içerisinde devletler askeri ve ekonomik güçleri açısından devletlerle rekabet içerisinde iken uluslararası kamuoyunu oluşturan diğer yeni aktörler yumuşak güçlerini kullanarak arzu ettikleri sonuçları elde etmektedir.

¹⁵⁶ M. Buhari Çetinkaya, **Hukuksal ve Siyasal Açından Meşruiyet**, pp. 19-20, (Çevrimiçi) <http://www.muhammedbalci.com/hukukdunyasi/makaleler/birikimlerIII/115.pdf>, 3 Ocak 2019.

¹⁵⁷ Sancar, **op.cit.**, p. 39.

¹⁵⁸ **Ibid.**, p. 36.

¹⁵⁹ Ernest J. Wilson, **Hard Power, Soft Power, Smart Power**, The Annals of the Academy of Political and Social Science, no:616, 2008, p. 114.

¹⁶⁰ **Ibid.**

¹⁶¹ Nye, **Future of Power**, pp. 113-114.

1.3.2. Yumuşak Gücün Kaynakları

Genel olarak devletlerin arzu ettikleri çıktıları yumuşak güçleri aracılığıyla elde etmeye çalışırken beslendikleri 3 temel kaynak bulunmaktadır. Bunlar: Devletin kültürü, politik değerleri ve dış politikasıdır.¹⁶² Aynı zamanda devletlerin teknolojileri, eğitimleri, sosyal ve kültürel değerleri de hedef kitleleri etkilemekte kullanılan kaynaklar arasındadır.¹⁶³

Kalın’a göre çok çeşitli faktörler yumuşak gücü beslemektedir. Kalın, yumuşak güç oluşumunu şu şekilde ifade etmiştir:

*“Kültür, eğitim, sanat, yazılı ve görsel medya, film, şiir, edebiyat, mimarlık, yükseköğretim (üniversiteler, araştırma merkezleri vb.), sivil toplum kuruluşları, bilim ve teknoloji, inovasyon kapasitesi, turizm, ekonomik platformlar, işbirliği ve diplomasi. Yumuşak güç, bu unsurların bir birleşimi olarak ortaya çıkar ve bize bir ülkenin kültürel zenginliği ve sosyal sermayesi hakkında bir fikir verir.”*¹⁶⁴

Kültür, ülkelerin temel bir yumuşak güç kaynağıdır. Sosyal davranışları etkileyen, bilgi ve değerlerin taşınmasını sağlamaktadır.¹⁶⁵ İnsanın varoluşuyla paralel bir tarihe sahip kültür *“bir toplumu ya da toplumsal bir grubu tanımlayan belirgin maddi, manevi, zihinsel ve duygusal özelliklerin bileşiminden oluşan bir yapıdır.”*¹⁶⁶ Aynı zamanda kültürün yerel, ulusal ve uluslararası özelliklere sahip olması hedef kitlelerin ilgisini çekmede, onların algılarını pozitif yönde etkilemede önemli bir kaynak olmaktadır. Bu bağlamda günümüzde Tayland, Güney Kore ve Peru’nun mutfak kültürleri önemli bir yumuşak güç kaynağıdır. Ülkelerin yemek kültürleri diğer toplumları cezbetme ve bu ülkelerin diğer toplumlar nezdinde olumlu bir algıya sahip olmasını sağlamaktadır. Böylece devletler yemek kültürleri aracılığıyla değerlerinin

¹⁶² Nye, **Soft Power: The Means to Success in World Politics**, p.85.

¹⁶³ Sancar, **op.cit.**..24.

¹⁶⁴ İbrahim Kalın, Soft Power and Public Diplomacy, **Perceptions**, Autumn 2011, VolumeXVI, 3, pp.5-6.

¹⁶⁵ Nye, **Future of Power**, pp. 84-85.

¹⁶⁶ Esin Sultan Oğuz, “Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı”, **Edebiyat Fakültesi Dergisi**, Cilt 28 Sayı 2, Aralık 2011, pp.128.

ve tutumlarını da aktarabilmektedir.¹⁶⁷ Bir başka deyişle bu ülkeler hedef kitlelerinin “kalplerini, zihinlerini ve karınlarını” kazanmaktadır.¹⁶⁸

Devletlerin diğer bir yumuşak güç kaynakları da politik değerleri ve dış politikalarıdır. Siyasi kültür ile dış politika arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Demokratik bir siyasi kültüre sahip bir ülkenin dış politikasının uluslararası hukuk çerçevesinde gelişmesi beklenmektedir.¹⁶⁹ Bu bakımdan ABD’nin günümüzdeki uluslararası kamuoyunu, demokrasi ve insan haklarını temel alan politikaları ve söylemleri ile siyasi kültürünün önemli bir yapıtaşı olan Amerikan Bağımsızlık Bildirgesi’nde belirtilen tüm insanların eşit olması ve yönetimi halkın belirlemesi arasında bir bağ kurmak mümkündür.¹⁷⁰

Öte yandan, bazen askeri ve ekonomik güç de yumuşak güç kaynağı olabilmektedir. Nye’a göre iyi yönetilen askeri güç, cazibe kaynağı olabilmektedir. Örneğin, karşılıklı geliştirilen askeri işbirlikleri ve tatbikatlar, ülkelerin yumuşak güçlerinin değişimini sağlayan ağlar kurabilmektedir.¹⁷¹

Bununla birlikte yumuşak güç kaynakları ölçülebilir, sınırlı kaynaklar olmayıp, her ülkenin kendi potansiyel kaynağı farklılık göstermektedir. Bir başka deyişle, devletlerin belirledikleri hedefleri ikna, etkileme ve cezbetme gibi yöntemlerle ulaşmasını sağlayan her türlü unsur yumuşak gücün kaynağı olarak sayılabilir. Bu noktada önemli olan bu kaynakların uluslararası politikada bir çıktıya dönüştürülmüş olmasıdır.

Küresel politikada, askeri ve ekonomik güçte olduğu gibi yumuşak güç de devletlerarası bir rekabet unsurudur. Devletlerin dış politika hedeflerine ulaşması için

¹⁶⁷Juyan Zhang, **The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns**, International Journal of Communication, 2015, pp.3-4., (Çevrimiçi) <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/2847/1316>, 4 Şubat 2018.

¹⁶⁸ Braden Ruddy, **Hearts, Minds, and Stomachs: Gastrodiplomacy and the Potential of National Cuisine in Changing Public Perception of National Image**, (Çevrimiçi) <http://publicdiplomacymagazine.com/hearts-minds-and-stomachs-gastrodiplomacy-and-the-potential-of-national-cuisine-in-changing-public-perception-of-national-image/>, 15 Mart 2019.

¹⁶⁹ Gültekin Sümer, “Amerikan Dış Politikasının Kökenleri ve Amerikan Dış Politik Kültürü”, **Uluslararası İlişkiler**, Cilt5, Sayı 9, 2008, pp. 121-126.

¹⁷⁰ National Archives, **The Declaration of Independence**, (Çevrimiçi) <https://www.archives.gov/founding-docs/declaration>, 6 Ocak 2019.

¹⁷¹ Nye, **Future of Power**, p. 86.

etkin kullanabileceği kaynakları tespit etmesi gerekmektedir. bağlamda 2015 yılında Portland, Facebook ve Compress adlı şirketler tarafından hayata geçirilen “The Soft Power 30”¹⁷² projesi ülkelerin yıllık olarak yumuşak güç potansiyelinin ölçülmesini hedeflemektedir. Ayrıca, Nye tarafından en anlaşılır yumuşak güç verisi olarak adlandırılan “The Soft Power 30” devletleri objektif veri kaynakları ile 20 ülkede gerçekleştirilen uluslararası oylama sonuçlarını birleştirerek sıralamaktadır.¹⁷³ “Eğitim, kültür, hükümet, etkileşim, dijital ve şirket” adlı farklı kategorilere göre puanlanan devletlerde her kategori yumuşak gücün farklı kaynaklarını temsil etmektedir. Aynı zamanda öznel bir veri olarak uluslararası oylama da devletlerin diğer toplumlar tarafından nasıl algılandığını göstermektedir.¹⁷⁴ Çalışmanın gelecek bölümlerinde “The Soft Power 30” projesinden detaylı olarak bahsedilecektir.

Uluslararası politikada kaynaklar bağlamında ölçülen güç ile davranışsal çıktılar sağlayan güç farklıdır.¹⁷⁵ Devletlerin bu ölçülen yumuşak güç kaynaklarını belirli hedef ve stratejilerle birlikte arzu edilen olumlu çıktılara dönüştürmesi gerekmektedir. İşte bu noktada kamu diplomasisi, yumuşak gücün etki kapasitesini dış politikayla uyumlu çıktılara dönüştürmesini sağlayan önemli bir enstrümandır.¹⁷⁶

Çalışmanın bu bölümünde detaylı olarak incelenen küreselleşme ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle değişen uluslararası sistemin yapısı, uluslararası ilişkiler disiplindeki analiz çerçevesinin sistem ve devletten, devlet dışı aktörlere kaymasını sağlamış, uluslararası sistemde devletlerin tek aktör olmaktan çıkması, meşruiyetin sağlanmasında bireylerin ve kamuoylarının ikna edilmesini birer ön koşul haline getirmiştir. Bu durum devletlerin kendi politikalarına ilişkin olumlu kamuoyu oluşturulmasında ve aktörler arası diyalog kurulmasında uluslararası ilişkiler ve stratejik iletişim disiplinin birlikte çalışmasını zorunlu kılmıştır. Böylece günümüz imkânları dâhilinde hem devletler hem de devlet dışı aktörler stratejik iletişim

¹⁷² The Soft Power 30, “**Overall Ranking 2019**” (Çevrimiçi) <https://softpower30.com/>, 2 Nisan 2019.

¹⁷³ The Soft Power 30, “**Metodoloji**” (Çevrimiçi) <https://softpower30.com/what-is-soft-power/>, 2 Nisan 2019.

¹⁷⁴ The Soft Power 30, **The Soft Power 30 Report 2019**, p. 18-22.

(Çevrimiçi) <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf>, 6 Şubat 2019.

¹⁷⁵ Nye, **Soft Power**, p.15.

¹⁷⁶ Nye, **Soft Power and Public Diplomacy**, pp.95-97.

faaliyetleriyle diyalog inşa etmeye, kamuoyu oluşturmaya, algı, imaj ve itibarlarını halklar nezdinde yönetmeye çalışmaktadır. Genelde stratejik iletişim şemsiyesi altında değerlendirilen tüm bu faaliyetler, uluslararası halkla ilişkilerin uygulama alanıdır. Uluslararası halkla ilişkiler ve uluslararası ilişkilerin bu denli i içe geçmesi ise kamu diplomasisi kavramının doğmasına olanak tanımıştır.



İKİNCİ BÖLÜM

KAMU DİPLOMASİSİ ARACI OLARAK İNSANİ DİPLOMASİ

Modern sanayi toplumları; küreselleşme, ulaşım ve teknolojik gelişmelerin hızla dönüştürdüğü günümüz dünyasında, farklı hız ve düzeylerde olmakla birlikte birer enformasyon ve bilgi toplumuna dönüşmüştür. Enformasyona ulaşma ve bilgiye erişme imkânının giderek kolaylaştığı, bireysel çoğulculuğun anlamlı bir çıktısının olduğu 21. yüzyıl başında kamu diplomasisi kavramı, hem sistemdeki dönüşümün bir sonucu hem de uluslararası toplum açısından değişen şart, beklenti ve ihtiyaçları karşılayacak, farklı disiplinlerin yaklaşmasından doğan en önemli alanlardan biridir. Bu bağlamda çalışmanın ikinci bölümünde öncelikle kamu diplomasisi kavramı, kavramın tarihsel dönüşüm süreci, kamu diplomasisi stratejilerini belirleyen aktörler ve uygulama alanları ele alınacaktır. Daha sonra, dünya üzerinde hızla artan insani krizlerin çözümünde yeni bir kamu diplomasisi uygulama alanı olan insani diplomasi kavramına değinilecek, krizlerin çözümünde kilit bir role sahip insani diplomasi aktörleri ve uygulamaları detaylı olarak incelenecektir.

2.1 Kamu Diplomasisi Kavramı

Kamu diplomasisi kavramı ilk olarak 1965 yılında Tufts Üniversitesi Fletcher Hukuk ve Diplomasi Dekanı ve Edward Murrow Kamu Diplomasisi Merkezi Kurucusu Edmund Gullion tarafından kullanılmıştır. 1965 Murrow merkezi tarafından uluslararası kültürel propaganda ve basın faaliyetlerini tanımlamak için kullanılan kamu diplomasisi tanımına göre,

“Kamu diplomasisi, kamuoyu tutumlarının dış politikanın oluşumu ve icrası üzerindeki etkisi ile ilgilidir. Uluslararası ilişkilerin geleneksel diplomasinin ötesindeki boyutlarını, hükümetlerin diğer ülkelerde kamuoyu oluşturmalarını; bir ülkedeki özel grupların ve çıkarların diğerinin çıkarları ile etkileşimini, dışişleri raporlarını ve bunların politikaya etkisini; diplomatlar ve yabancı muhabirler arasında olduğu gibi iletişimi ve kültürlerarası iletişim süreçlerini kapsamaktadır.”¹⁷⁷

Potter kamu diplomasisini *“Bir devletin başka bir ulusun halkını ve aydınlarını, bu ulusun politikalarını kendi avantajına döndürmek amacıyla etkilemeye*

¹⁷⁷ Edward Murrow Public Diplomacy Center, “What is The Public Diplomacy”, (Çevrimiçi) <http://fletcher.tufts.edu/murrow/diplomacy>, 10 Ağustos 2019.

çalışması”¹⁷⁸ olarak tanımlamaktadır. Benzer şekilde Tunc’a göre ise “*Kamu diplomasisi, bir hükümetin kendi ulusunun düşüncelerini, ideallerini, kurumlarını, kültürünü, ulusal hedeflerini ve güncel politikalarını yabancı halklara anlatma amacı taşıyan bir iletişim sürecidir.*”¹⁷⁹ Böylece uluslararası bir aktör olarak hükümetler, yabancı halklarla bağlar kurarak uluslararası çevreyi kendi hedefleri ve amaçları doğrultusunda yönetmeye çalışmaktadır.¹⁸⁰

Kamu diplomasisi kavramı, Soğuk Savaş döneminde ortaya çıkmakla birlikte uygulamaları 18. yüzyılda gerçekleşen Fransız İhtilali’ne kadar dayanmaktadır. Özellikle Fransa’da 1883 yılında yabancı ülkelerde okullar kurulmasını amaçlayan “L’Alliance Française” kamu diplomasisinin en eski örneklerinden biri kabul edilmektedir. Aynı zamanda, İngiltere’de 1922 yılında kurulan British Broadcasting Corporation (BBC), ABD’de 1919 yılında öğrenci değişimini amaçlayan Institute of International Education (IIE), Almanya’da ikinci dünya Savaşı sonrası kurulan “Institut pour les relations avec l’étranger (IFA)”, Goethe Enstitüsü ve Alexander von Humboldt Vakfı gibi kurumlar 19. ve 20. yüzyılda eğitim, dil ve kültür alanlarında kamu diplomasisi çalışmaları gerçekleştiren kurumlardır.¹⁸¹

Küresel sistem içerisinde, uluslararası ilişkilerde anlaşmazlıkların kalıcı olarak barışçıl yollarla çözümünde kamu diplomasisi belirleyici bir dış politika aracıdır. Birinci Dünya Savaşı sonunda dünya barışının kalıcı olması amacıyla Wilson prensiplerinde belirtilen açık diplomasi ilkesi, devletlerarası diplomatik faaliyetlerin kamuoyuna duyurulması bakımından kamu diplomasisi uygulamalarının özünü oluşturmaktadır.¹⁸² Daha sonra Soğuk Savaş döneminde farklı kutuplardaki halkları ikna etme temelinde önem kazanan kamu diplomasi uluslararası bir iletişim faaliyeti

¹⁷⁸ Evan H. Potter, **Canada and New Public Diplomacy**, Nederland Institute of International Relations, p. 3, (Çevrimiçi)

http://www.clingendael.nl/sites/default/files/20020700_cli_paper_dip_issue81.pdf, 19 Nisan 2019.

¹⁷⁹ Hans N. Tuch, **Communicating with the World: U.S Public Diplomacy Overseas**, New York, St.Martin’s Press, 1990, p. 3

¹⁸⁰ Nicholas J. Cull, **Public Diplomacy: Lessons From The Past**, Los Angeles ,Figueroa Press, 2009, p. 12.

¹⁸¹ Gustav Johansson, **La diplomatie publique une comparaison entre la France et la Suède**, Institutionen för humaniora, (Çevrimiçi)

<http://www.divaportal.org/smash/get/diva2:227521/FULLTEXT01.pdf>, 10 Şubat 2018.

¹⁸² Meltem Bostan, **Kamu Diplomasisinde Medyanın Rolü ve Önemi**, Birinci Basım, İstanbul, Anahtar Kitaplar Yayınevi, p. 28.

olarak yabancı kamuoylarını kendi tarafına çekmeyi amaçlamaktaydı. Günümüzde ise devletler daha çok yabancı kamuoyları ile karşılıklı bir iletişim stratejisi çerçevesinde hareket etmektedirler.¹⁸³

Sadece ekonomik gelişme ve teknolojik ilerlemenin önemli olmadığı, iletişim, kültür ve bilginin önemli olduğu yeni küresel sistemde, kamu diplomasisi diplomatik ilişkilerin merkezine yerleşmiştir. Geleneksel anlamda devletlerarası resmi ilişkileri temsil eden diplomasi kavramı ile halkı temsil eden kamu kavramlarının birleşmesi küresel sistemdeki diplomatik ilişkilerinin çok boyutluluğunun bir sonucudur. Bu bakımdan Snow, diplomasi ve kamu kavramları arasındaki ayrımı belirtip, aralarındaki ilişkiyi ortaya koyarak kamu diplomasisi kavramı ile ilgili önemli ipuçları vermektedir.¹⁸⁴

Snow'un kamu ve diplomasi arasındaki ayrımı gösteren tablosuna göre kamu, gayri resmi bir alan olup, hükümet dışı aktörler tarafından temsil edilmekteyken, diplomasi kavramının aktörü ise devlet olup diğer devletlerle resmi temasların kurulması sağlamaktadır. Ayrıca kamuyu temsil eden aktörler arasında çift yönlü bir iletişimin olması davranış değişikliğine sebep olmaktadır.¹⁸⁵ Ancak diplomatik ilişkilerde devletler ulusal çıkarlarına bağlı olarak tek yönlü bir irade beyanında bulunmaktadır. Bu sebeple taraflar arasındaki ilişki bir davranış değişikliğine sebep olmamaktadır.¹⁸⁶

Tablo 2.1 Kamu ve Diplomasi Farkları

KAMU	DİPLOMASİ
Hükümet Dışı	Hükümet
Uygulayıcılar	Dışişleri Uzmanları
Gayri Resmi	Resmi
Aktif Kamu	Pasif Kamu
İki yönlü	Tek yönlü bilgilendirici

¹⁸³ Ibid., p.41.

¹⁸⁴ Nancy Snow, Rethinking Public Diplomacy, **Handbook of Public Diplomacy**, Nancy Snow and Philip M. Taylor, Newyork, Routledge, 2009, p.8.

¹⁸⁵ Sancar, **op.cit.**, p. 80.

¹⁸⁶ Snow, **op.cit.**, p.8.

Davranışta Değişim	Davranışta Değişim Yok
--------------------	------------------------

Kaynak: Nancy Snow, Rethinking Public Diplomacy, **Handbook of Public Diplomacy**, Nancy Snow and Philip M. Taylor, Newyork, Routledge, 2009, p.8.

2.1.1. Geleneksel Kamu Diplomasisi

Geleneksel kamu diplomasisi, devletlerin propaganda faaliyetleri ile yabancı kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla iletişime geçmesidir.¹⁸⁷ Snow’a göre “*geleneksel kamu diplomasisi, hükümetlerin ulusal hedeflerini ve dış politikalarını desteklemek amacıyla bilgilendirme ve etkileme yoluyla küresel kamuoyları ile konuşmasıdır.*”¹⁸⁸ Ekşi ve Çevişe göre ise geleneksel kamu diplomasisi, 11 Eylül olaylarına kadar devletten devlete ya da devletten kamuya yönelik ikna faaliyetlerini kapsayan tek yönlü bir iletişim sürecidir.¹⁸⁹ Buna göre geleneksel kamu diplomasisi devletlerden kamuoylarına doğru tek yönlü, sadece etkileme ve ikna odaklı gerçekleşen iletişim faaliyetleridir.

Birinci Dünya Savaşı ile birlikte kitle iletişim araçları vasıtasıyla yaygınlık kazanan kamu diplomasisi uygulamaları, İkinci Dünya Savaşı ve Soğuk Savaş döneminde hükümetlerin propaganda faaliyetleriyle “*müttefikleri ve dostları kendileriyle olmaya ikna etmek*” için kullanılmıştır.¹⁹⁰ Kamu diplomasisi stratejik bir iletişim yöntemi olarak, “*tarafsız olanları kendi tarafınıza çekmek için ya da en azından tarafsız olmaları için, düşmanların gücün sizde olduğunu ikna etmek için*”¹⁹¹ kullanılmaktadır. Bu bağlamda, Voice of America (VOA) radyosu 1953 yılına kadar ABD’nin dış politika hedeflerini destekleyen, bu yönde kamuoyu oluşturan ve uluslararası enformasyon akışını kontrol eden uygulamaları ile ABD’nin resmi sözcülüğünü yapmıştır.¹⁹² Daha sonra Soğuk Savaş döneminde Voice of America

¹⁸⁷ Sancar, **op.cit.**, p. 149.

¹⁸⁸ Snow, **op.cit.**, p.6.

¹⁸⁹ Mehmet Şahin, B. Senem Çevik, Türkiye’de Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç, **Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi**, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim ve Danışmanlık Tic. Ltd. Şti., 2015, p.6.

¹⁹⁰ Çınarlı, **Stratejik İletişim Yönetimi**, p.22

¹⁹¹ **Ibid.**,

¹⁹² Ralph A. Uttaro, The Voices Of America In International Radio Propaganda, **Law and Contemporary Problems**, 45(1), New York, 1982, pp.103-105.

yerine kurulan United States Information Agency (USIA) ABD'nin geleneksel kamu diplomasisi çalışmalarını yürütmüştür.¹⁹³

Uluslararası sistemdeki değişimler, devletlerarası ilişkileri etkilediği gibi devlet ve kamuoyu arasındaki ilişkiyi de etkilemektedir. 20. yüzyıl başlarında devletlerin stratejik olarak gerçekleştirdikleri kamuoyunu etkileme ve şekillendirme çabaları soğuk savaşın bitmesi, özellikle de 11 Eylül'den sonra devlet kamuoyu ilişkisi yeni bir boyut kazanmıştır. Bu noktada devletler tek yönlü, propaganda amacı taşıyan geleneksel kamu diplomasisi faaliyetleri yerine diyalog ve ilişki inşa etmek amacıyla yeni kamu diplomasisi uygulamalarına yönelmiştir.¹⁹⁴

2.1.2 Yeni Kamu Diplomasisi

Küreselleşme ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte toplumların küresel düzeyde enformasyona erişme, karşılaştırma ve eleştirme imkânları da artmıştır. Bu durum, devletlerin kamuoyu üzerindeki enformasyon ve bilgi kontrolünü görece zorlaştırmıştır.¹⁹⁵ Ayrıca 11 Eylül olayları kamu diplomasisi açısından bir dönüm noktasıdır. 11 Eylül saldırısı uluslararası terörü gündeme getirmiş ve terörle mücadele bağlamında devletlerin tek yönlü geleneksel kamu diplomasisi uygulamalarının ikna kapasitesi sorgulanmaya başlamıştır.¹⁹⁶ Bu sebeple, devletler tek yönlü kamuoyunu etkileme uygulamaları yerine kamuoyu odaklı, karşılıklı iletişime dayalı uygulamalara yönelerek yeni kamu diplomasisi politikaları geliştirmeye başlamışlardır.¹⁹⁷

Yeni kamu diplomasisi ya da 21. yüzyıl kamu diplomasisi, temelde geleneksel kamu diplomasisinden farklı olarak kısa süreli hedefler için kurulan tek yönlü çabalar yerine; karşı tarafı dinleyen, onların beklenti ve ihtiyaçları üzerinden uzun vadeli politikalar üreten çift yönlü iletişim modelini temel almaktadır.¹⁹⁸ Melissen ise yeni

¹⁹³ National Archives: “**Records of the U.P. Information Agency**” (RG 306), (Çevrimiçi)<https://www.archives.gov/research/guide-fed-records/groups/306.html>, 16 Kasım 2019.

¹⁹⁴ Bostan, **op.cit.**, p.41.

¹⁹⁵ James Pamment, **New Public Diplomacy in the 21st Century**, New York, Routledge, 2013, p.7.

¹⁹⁶ Jan Melissen, **Beyond American Public Diplomacy, Wielding Soft Power: The New Public Diplomacy**, The Hague, Netherlands Institute of International Relations, 2005, p.

¹⁹⁷ **Ibid.**, p.15.

¹⁹⁸ Jan Melissen, ‘New’ Versus ‘old’ Practice and Beyond, **Beyond The New Public Diplomacy**, The Hague, Netherlands Institute of International Relations ‘Clingendael’, 2011, p.10.

kamu diplomasisini, “sadece devlet-kamuoyu arasında gerçekleşen tek yönlü geleneksel kamu diplomasisinin yeni devlet dışı aktörlerle birlikte etkileşim ve diyalog temelinde değişmesi” olarak tanımlamaktadır.¹⁹⁹ Böylece devletler, sivil toplum kuruluşları, kanaat önderleri, çıkar grupları gibi sosyal aktörler üzerinden yabancı kamuoyları ile simetrik bir iletişim içerisine girmektedir.²⁰⁰ Bu durum, devletlerin uzun soluklu, güvenilir ilişki inşa etmelerini sağlamaktadır.

Szondi ise geleneksel kamu diplomasisi ile 21. yüzyıl kamu diplomasisi arasındaki farkı kullanılan bağlam, amaç, strateji, iletişim kurma yöntemi, mesajın içeriği ve hitap edilen hedef kitle bağlamında karşılaştırmalı olarak analiz etmiştir. Aşağıdaki Tablo 2.2 göre, geleneksel kamu diplomasisi, devletlerin hedefleri ve politikalarına ulaşmak için kamuoylarını ikna edebilmesi çatışma ve gerilimli durumlarda gerçekleştirebiliyorken, 21. yüzyıl kamu diplomasisinde ise yabancı kamuoyları ikna etme, fikirler ve değerler üzerinden devlet ve devlet dışı aktörlerinin işbirliğiyle iki yönlü bir iletişim modeli kapsamında uzun süreli ilişki inşa etme üzerinden gerçekleşmektedir.²⁰¹ Bu bakımdan geleneksel kamu diplomasisi, kısa sürede tutum değişikliği hedeflerken, yeni kamu diplomasisi, uzun soluklu ilişki inşa etmeyi amaçlamaktadır.²⁰²

Tablo 2.2: Geleneksel Kamu Diplomasisi ve 21. Yüzyıl Kamu Diplomasisi

	Geleneksel Kamu Diplomasisi	21. yüzyıl Kamu Diplomasisi
Şartlar	Devletlerarası çatışma ve gerilim	Barış
Amaçlar	Hedef kitle davranışının değiştirilmesi ile siyasi değişim elde etmek	Yabancı kamuoyunda siyasi ve ekonomik çıkarlar için anlayışlı bir çevre yaratmak
Stratejiler	İkna ve kamuları yönetme	İlişki inşa etme ve sürdürme Kamularla etkileşim kurma

¹⁹⁹ Jan Melissen, The New Public Diplomacy: Theory and Practice, **The New Public Diplomacy soft power in international relations**, New York, Palgrave, 2005, p. 11.

²⁰⁰ Ashvin Gonesh, Jan Melissen, **Public Diplomacy: Improving Practice**, The New Public Diplomacy, The Hague, Netherlands Institute of International Relations, 2005, pp.6-9.

²⁰¹ Gyorgy Szondi, Central And Eastern European Public Diplomacy, **Handbook of Public Diplomacy**, Nancy Snow and Philip M. Taylor, Newyork, Routledge, 2009, p.305.

²⁰² Aslı Yağmurlu, **Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi**, İletişim Araştırmaları 1, 2007, pp.16-17.

İletişim yönü	Tek yönlü, monolog	Çift yönlü, diyalog
Araştırma	Gerekliyorsa çok az	Geri dönütün önemli olduğu araştırmaları temel alır.
Mesaj İçeriği	İdeoloji Yararlar	Fikirler Değerler
Hedef Kitleler	Hedef ülkedeki genel hedef kitle, mesajı gönderenler ve alıcılar	Segmente edilmiş, iyi tanımlanmış hedef kitle, iç hedef kitle ve katılımcılar
Araçlar	Geleneksel kitle iletişim araçları	Eski ve yeni medya, kişiselleştirilmiş sosyal ağlar
Bütçe	Hükümetin sponsor olması	Kamu ve özel işbirlikleri

Kaynak: Gyorgy Szondi, Gyorgy Szondi, Central And Eastern European Public Diplomacy, **Handbook of Public Diplomacy**, Nancy Snow and Philip M. Taylor, Newyork, Routledge, 2009, p.305.

Aynı zamanda Szondi'ye göre geleneksel kamu diplomasisi devletlerarasındaki düşük yoğunluklu gerilim ağları sayesinde gerçekleşmektedir. Geleneksel kamu diplomasisi tanımları devletin uygulamalarını ön planda tutan, kamuoylarının kendi devletlerini etkileyeceği varsayımına dayanmakta ve sadece yabancı kamuoylarına odaklı olup, alıcı olan kamuoyu üzerindeki etkilerini hesaba katmamaktadır. Bu sebeple, ilk kamu diplomasisi tanımlarında hedef kitle daha geneldir. Öte yandan, 21. yüzyıl kamu diplomasisinde ise devlet ve özel gruplar iş birliği halinde, hedeflerine ulaşmak için sadece yabancı kamuoyu odaklı çalışmayıp, “intermestic”²⁰³ bir yaklaşımla iç kamuoyunu da etkilemeyi hedeflemektedir.²⁰⁴

Sancar ise geleneksel kamu diplomasisi ve 21. yüzyıl kamu diplomasisinin kullandığı yöntemlerin Grunig ve Hunt'un dört halkla ilişkiler modeliyle benzeştiğini belirtmektedir. Buna göre, geleneksel kamu diplomasisi, basın ajansı ve kamuoyunu bilgilendirme modelindeki tek yönlü asimetrik modeli kullanmaktayken, yeni kamu diplomasisi, genelde çift yönlü asimetrik model kullanılmakla birlikte, çift yönlü

²⁰³ “İntermestic” hem uluslararası hem de iç konularla ilgili anlamında kullanılan bir sıfattır., bkznz., (Çevrimiçi) <https://en.wiktionary.org/wiki/intermestic>, <http://tureng.com/tr/turkce-ingilizce/intermestic>, 13 Mart 2018.

²⁰⁴ Szondi, **op.cit.**, pp.303-304.

simetrik ve asimetrik modeli kullanmaktadır. Bu durum, kamu diplomasisinin uluslararası bir halkla ilişkiler olduğunu kanıtlamaktadır.²⁰⁵

2.1.3 Kamu Diplomasisi Aktörleri

17. yüzyıldan itibaren önemi giderek artan kamuoyu, kitle iletişim araçları ile birlikte 1. Dünya Savaşı döneminde devletlerin etkilemeye ve yönlendirmeye çalıştığı belirleyici bir unsur olmuştur.²⁰⁶ Devletler ise hedef ve amaçlarına göre kamuoylarını etkilemek ve yönlendirmek için kamu diplomasisi uygulamaları gerçekleştirmiştir. Bu bağlamda, kamu diplomasisi uygulamalarının ortaya çıkmaya başladığı 1. Dünya Savaşı'ndan Soğuk Savaş'ın sonuna kadar kullanılan geleneksel kamu diplomasisinde tek aktör, bir başka deyişle tek kaynak, devletlerdir.

Soğuk Savaş'ın bitmesi ve küreselleşmenin etkisiyle birlikte uluslararası sistem, farklı adlandırmalar olmakla birlikte, çok aktörlü, çok boyutlu, sivil toplum temelli ve kamuoyu odaklı bir yapıya bürünmüştür. Devletin siyasi olarak tek başına karar alamadığı bu küresel sistemde devlet; “uluslararası örgütler, çok uluslu şirketler, sivil toplum kuruluşları gibi devlet dışı aktörlerle” işbirlikleri yapmaktadırlar.²⁰⁷ Bu bakımdan yeni kamu diplomasisinde, yabancı kamuoyuyla interaktif ve simetrik bir iletişim kurulmasında devlet dışı aktörler başat bir role sahiptir. Kamu diplomasisinin bu yeni aktörleri ise “sivil toplum kuruluşları, üniversiteler ve okullar, kanaat önderleri, çok uluslu şirketler, devlet üstü kuruluşlar, baskı grupları” olarak sıralanabilir.²⁰⁸

*“Toplum yararına çalışan ve bu yönde kamuoyu oluşturan, kâr amacı gütmeyen, sorunların çözümüne katkı sağlayarak çoğulculuk ve katılımcılık kültürünü geliştiren, demokratik işleyişe sahip sivil toplum kuruluşları”*²⁰⁹ kamuoylarını temsil eden, yönlendiren, ulusal ve uluslararası karar alma süreçlerine dâhil olan küresel

²⁰⁵ Sancar, **op.cit.**, p. 151.

²⁰⁶ Ekşi, **op.cit.**, pp.59-64.

²⁰⁷ Pamment, **op.cit.**, pp.25-27.

²⁰⁸ Sancar, **op.cit.**, p.91.

²⁰⁹ Seyfi, Murat: Uzunçarşılı Soydaş, Ayda, “Sivil toplum kuruluşlarında Hikâyeleştirme”, **Marmara İletişim Dergisi**, Sayı 22, 2014, p.163., (Çevrimiçi) <http://static.dergipark.org.tr/article-download/imported/5000171210/5000154517.pdf?>, 11 Mayıs 2019.

sistemin yeni aktörleridir. Kamuoyunun desteğinin sağlanmasında önemli bir yumuşak güç aracı olan sivil toplum kuruluşları yeni kamu diplomasisinde belirleyici bir aktördür.²¹⁰ Sivil toplum kuruluşları bazen devletlerle işbirliği yaparken, bazen özerk olarak sivil toplumun çıkarlarını savunmaktadır.²¹¹ Bu bağlamda, Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği'nin (TÜSİAD), Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne tam üyelik yolundaki sorunları aşmak için gerçekleştirdiği çalışmalar, Türk dış politikasını destekleyen²¹² ve bu yönde diğer ülkelerde kamuoyu oluşturmaya amaçlayan örneklerdir.²¹³ Öte yandan, Greenpeace, Doğal Hayatı Koruma Vakfı, Uluslararası Af Örgütü gibi uluslararası sivil toplumun çıkarlarını korumayı hedefleyen sivil toplum kuruluşları, küresel çapta gerçekleştirdiği çalışmalar, kampanyalar ile uluslararası kamuoyu tarafından büyük destek görmektedir.²¹⁴

Yine, sivil toplum kuruluşlarının kamuoyu nezdinde güvenilirliklerinin ve itibarlarının yüksek olması gönderilen mesajların kabul edilmesini kolaylaştırmaktadır. Bu durum, kamu diplomasisi uygulamalarında STK'ların etkisini arttırmaktadır.²¹⁵ Bu bağlamda, Greenpeace'in her yıl "İz bırakanlar"²¹⁶ başlığı altında hazırladığı detaylı raporda zararlı kimyasal içerikli elbiseler üreten markaları açıklaması kamuoyunda geniş yer bulmakta ve tüketicileri etkilemektedir.

Üniversiteler ve okullar ise eğitim kurumların olmalarının yanında bilimsel araştırma merkezleri olmaları ve kültürel diplomasi taşıyıcıları olmaları bakımından

²¹⁰ **Ibid.**,

²¹¹ Sancar, **op.cit.**, p.90.

²¹² Sputnik Türkiye, "TÜSİAD'dan ABD ve AB yetkililerine 'Barış Pınarı' mektubu"(Çevrimiçi)<https://tr.sputniknews.com/ekonomi/201910171040416941-tusiaddan-abd-ve-ab-yetkilelerine-baris-pinari-mektubu/>, 9 Kasım 2019.

²¹³ TÜSİAD: "TÜSİAD Yönetim Kurulu, AB Komisyonu'nun Genişleme ve Komşuluk Politikasından Sorumlu Komiseri Stefan Füle'yi ağırladı" (Çevrimiçi)<https://tusiad.org/tr/component/k2/item/12-tusiad-yonetim-kurulu--ab-komisyonunun-genisleme-ve-komsuluk-politikasindan-sorumlu-komiseri-stefan-fuleyi-agirladi>, 9 Kasım 2019.

²¹⁴ Türkrus, "Rusya'da tutuklu üyelerini kurtarmak için 1 milyon imza topladı", (Çevrimiçi) <http://www.turkrus.com/62740-greenpeace-rusyada-tutuklu-uyelerini-kurtarmak-icin-1-milyon-imza-topladi--xh.aspx>, 5 Mayıs 2019.

²¹⁵ Abdullah Özkan, **21. Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi İmkânları**, TASAM, http://www.tasam.org/Files/PDF/Raporlar/STR70_21_Yuzyilin_Stratejik_Vizyonu.pdf_66fb77c9-cd79-481e-a185-9a9c26ffe7b7.pdf, 16 Mart 2019.

²¹⁶ Greenpeace, "Leaving Traces The Hidden Hazardous Chemicals In Outdoor Gear Greenpeace Product Test 2016", (Çevrimiçi) http://detox-outdoor.org/assets/uploads/Report_Product_Testing.pdf, 20 Temmuz 2019.

kamu diplomasisinde devletlerin sosyal paydaşlarıdır. Bu sebeple üniversiteler, kamu diplomasisi uygulamalarının mesajlarını direkt olarak hedef kitlelere aktarma işlevine sahiptir.²¹⁷ Bu anlamda, üniversiteler ve okullar “Erasmus+, Socrates ve American Field Service (AFS) gibi uluslararası öğrenci değişimine imkân sağlayan programlar vasıtasıyla, kültürlerarası iletişimin kurulmasına olanak sağlamaktadır. Özellikle “yurttaş diplomasisi” bağlamında üniversite öğrencileri gittikleri ülkelere yaşam tarzını, dünya görüşünü, geleneklerini kısacası maddi ve manevi değerlerini de taşıması diğer toplumlarla etkileşime girmesini ve bu toplumların kamuoyunu etkilemesine aracılık etmektedir.²¹⁸

Üniversiteler ve okullar, kültürel diplomasi faaliyetlerine aracılık etmelerinin yanında devletler tarafından dış politika aracı olarak da kullanılabilmektedir. Buna örnek olarak, 2015 yılında Türkiye’nin Suriye’deki Rus savaş uçağını düşürmesinden²¹⁹ sonra Türkiye ve Rusya arasındaki diplomatik krizde Rusya, Türk üniversiteleri ile bilimsel işbirliğini bitirerek akademik ilişkileri dondurması²²⁰, Türkiye’de eğitim gören Rus üniversite öğrencilerinin elçilik aracılığıyla geri çağırması üniversitelerin dış politikadaki diğer rolünü göstermektedir.²²¹

Yine, kanaat önderlerinin kamuoyu üzerinde belirli bir etkiye sahip olmaları ve kamuoyu tarafından güvenilir bir kaynak olarak kabul edilmeleri, onların kamu diplomasisi uygulamalarında etkin birer aktör olmasını sağlamıştır. Özellikle, kamuoyunun tutum, tercih ve beklentilerinin değiştirilmesinde enformasyonun anlaşılabilir ve kaynağın güvenilir olması hedef kitleyi etkilemek için önemlidir. Bu noktada, kanaat önderleri merkezi bir role sahiptir.

²¹⁷ Sancar, **op.cit.**, p.93.

²¹⁸ Fırat Purtaş, Türk Dış Politikasının Yükselen Değeri: Kültürel Diplomasi, **Akademik Bakış**, Cilt 7 Sayı 13, 2013, pp.4-5.

²¹⁹ The Washington Post, “This is The Russian Plane That Turkey Just Shot Down”, (Çevrimiçi) <https://www.washingtonpost.com/news/checkpoint/wp/2015/11/24/this-is-the-russian-plane-that-turkey-just-shot-down/>, 16 Mart 2018.

²²⁰ Milliyet, “Rus üniversiteler Türkiye ile ilişkileri kesiyor”, (Çevrimiçi) <http://www.milliyet.com.tr/rus-universiteler-turkiye-ile/dunya/detay/2156678/default.htm>, 16 Mart 2018.

²²¹ Hürriyet, “Rusya krizi eğitimi de vurdu”, (Çevrimiçi) <http://www.hurriyet.com.tr/rusya-krizi-egitimi-de-vurdu-40022612>, 5 Mayıs 2019.

Kanaat önderleri, iki aşamalı yaklaşımla kamuoyunu etkileme kapasitesine sahiptir. Bu noktada, bir toplumun siyaset, ekonomi, sanat, eğitim, kültür ve din gibi konular ile ilgili kamuoyunun izlediği ve takip ettiği kanaat önderlerinin görüşleri önemlidir. Hükümetler, kendi değerleri, kültürleri ve politikaları ile ilgili yabancı halklar nezdinde olumlu bir algı oluşturmak için öncelikli olarak kanaat önderlerini etkilemeleri gerekmektedir. Böylece kanaat önderleri aracılığıyla ülkelerin kendi mesajlarını yabancı halklara ulaştırmaları ve ikna etmeleri kolaylaşacaktır. Bu bakımdan, Türkiye’de bilim alanında Nobel Ödüllü Aziz Sancar’ın, Edebiyat alanında Nobel Ödüllü yazar Orhan Pamuk’un, müzik alanında Fazıl Say’ın görüşleri ve açıklamaları yabancı kamuoyunu etkileme kapasitesi bakımından yüksektir. Bu noktada, hükümetler hedef kamuoyuna göre ilgili kanaat önderlerini belirlemeli ve kamu diplomasisi çalışmaları için kanaat önderlerini ikna etmelidir. Bu konuda Amerika Birleşik Devletleri’nde yaşayan ünlü Türk hekimi Dr. Mehmet Öz’ün kendi sosyal medya kanalları ve katıldığı programlar üzerinden Türk yemek kültürünü tanıtmaları ve Türk kültürü ile ilgili olumlu fikirlerini paylaşması, son dönemde ise COVID-19 pandemisi sürecinde “Türk işi el yıkama” akımını başlatması kanaat önderlerinin etkisini gösterilmesi açısından önemli örneklerdir.

Resim 2.1 Dr. Öz Türk Mutfağını Öğreniyor



Kaynak: Doctoroz, “Dr. Oz Learns How to Cook Turkish Cuisine in Istanbul” (Çevrimiçi)
<https://www.youtube.com/watch?v=hrbOvTaoAAY>, 15 Nisan 2020.

Resim 2.2 Dr. Mehmet Öz Türk Usulü El Yıkama



Kaynak: The Tonight Show Starring Jimmy Fallon, “Dr. Oz Shows Jimmy Surgical Handwashing Tips, Ways to Slow Coronavirus Transmission” (Çevrimiçi)
<https://www.youtube.com/watch?v=ggHtoeQrGxQ>, 15 Nisan 2020.

Diğer önemli bir kamu diplomasisi aktörü küresel ölçeklerdeki şirketlerdir. Üretim biçimlerine göre çok uluslu ve ulus aşırı olarak tanımlanan bu şirketler, küreselleşmenin etkisiyle ulaşım ve iletişim maliyelerinin azalması, serbest piyasa ekonomine geçilmesi ile dünyanın küresel bir Pazar haline gelmesi çok uluslu şirketleri önemli bir aktör haline dönüştürmüştür. Küresel işletmeler, ülkelerin gayri safi yurt içi hasıllarını geçen hacimleriyle devletlerin egemenlerini kısıtlamakta, küresel bir aktör olarak devletlerin ve uluslararası karar alma süreçlerine katılmaktadırlar.

Kamu diplomasisinin yeni boyutunda ise ulus aşırı şirketler tüketicilere karşılıklı bağımlılık çerçevesinde hizmet vermelerinin yanında kurumsal kamu diplomasisi bağlamında ülkelerinin temsilcisidirler. Ülkelerinin değerlerini ve kültürlerini taşıyan küresel işletmeler, hükümetlerinin inisiyatiflerinden bağımsız, benzer diplomatik amaçların peşinden gidebilirler. Böylece şirketler, üretim ya da hizmet lisanslarının yanında kendilerini yeni bir meşruiyet alanıyla genişletebilirler.²²² Bu bakımdan, ulusal kimliğiyle şirketler, diğer ülkelerin kamu düzenleyicileri ve otoriteleri ile işbirliği yaparak ekonomik ve sosyal aktörleri etkileyebilmekte, kurumsal yapıları itibarıyla barındırdıkları sosyal gücü ve etkiyi toplumlar üzerinde

²²² Enric Ordeix-Rigo, João Duarte, “From public diplomacy to corporate diplomacy: Increasing corporation’s legitimacy and influence”, **American Behavioral Scientist**, 2009, 53.4: pp. 549-564.

kullanabilmektedirler.²²³ Şirketler bu güçlerini devletlerle işbirliği yaparak ya da bağımsız kurumsal kamu diplomasisi faaliyetlerinde gösterebilmektedirler. Aynı zamanda, ulus aşırı şirketlerin menşei etkisiyle marka imajları ile ülke imajlarına katkıda bulunmaktadır.²²⁴ Bu konuda ulus aşırı bir şirket olan Türk Hava Yolları, Türkiye'nin bayrak taşıyıcı hava yolu olarak uçtuğu tüm ülkelerde verdiği hizmetle Türkiye'nin algısına olumlu katkı sağlamaktadır.²²⁵

Küresel sistemin devlet dışı aktörleri olarak devlet üstü kuruluşlar, devletlerin egemenliklerini sınırlandırmalarının yanında, kurucu üye devletleriyle olan ilişkileri ile de ön plana çıkmaktadırlar. Devlet üstü kuruluşlar, karar alma mekanizmaları bakımından tarafsız bir yapıya sahip olsalar da, kurucu devletlerin dış politikalarına uyumlu hareket etmektedirler.²²⁶ Kamu diplomasisi aktivitelerini meşrulaştırması bakımından araç olarak kabul edilmektedir. Bu noktada bir devlet üstü uluslararası örgüt olarak Avrupa Birliği, kurumları ve yapıları ile üye devletlerin kamu diplomasisi uygulamalarını desteklemektedir. Özellikle AB kültür programları, Erasmus+ gibi faaliyetler, üye devletlerin kamu diplomasisi uygulamalarını meşrulaştırmaktadır.²²⁷ Bir başka ifadeyle AB kurumları, işleyiş yapısı, dünya görüşü ve kamu diplomasisi uygulamaları ile AB üye devletlerin tek başına bir yumuşak gücüdür.

Medya, tarihsel olarak kaynak, araç ve mecra bakımından bir değişime uğrasa da günümüzde halen hedef kitlelere mesajın ulaştırılmasındaki temel rolünü korumaktadır. Kamu diplomasisi uygulamalarında medyanın temel görevi uluslararası kamuoyu oluşturmaktır. Uluslararası ve ulusal alanda kamuoyu tarafından algılanacak konuların belirlemesi bakımından en güçlü kurum, medya olarak tanımlanmaktadır.²²⁸

²²³ Alberto Asquer, What is corporate diplomacy? And, why does it matter?, **Journal of Multidisciplinary Research**, 2012, 4:3, pp.53-56, (Çevrimiçi) http://paperp.ssrn.com/sol3/paperp.cfm?abstract_id=2009812, 20 Mart 2019.

²²⁴ Sancar, **op.cit.**, pp. 218-220.

²²⁵ Orçun Selçuk, Bir Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Türk Hava Yolları, Ed., Mehmet Şahin, B. Senem Çevik, **Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi**, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 2015, pp.327-330.

²²⁶ Sömezoğlu, **op.cit.**, pp.75-79.

²²⁷ Ulusal Ajans, Erasmus+ Programı (2014-2020), (Çevrimiçi) https://www.ab.gov.tr/-erasmus_49613.html, 8 Kasım 2019.

²²⁸ Ulrich Steger, **Corporate Diplomacy The Strategy for a Volatile, Fragmented Business Environment**, International Institute for Management Development, The Atrium, Wiley, 2003, p. 68.

Enformasyon akışının büyük bir kısmını kontrol altında tutan medya, gündem belirleme, çerçeveleme gibi yöntemleri kullanarak yabancı kamuoylarında kaynak ülke ile ilgili mesajı kamuoyuna sunarak hedeflenen etkinin oluşmasına ve istenilen algının oluşmasında yardımcı olmaktadır.²²⁹ Bu bakımdan, medya, kamu diplomasisi uygulamalarındaki mesajın ulaştırılması için bir araçtır. Bu sebeple, devletler kamu diplomasisi faaliyetleri aracılığıyla ürettikleri mesajların uluslararası medyada istenilen şekilde yansımalarının sağlanmalıdır.²³⁰ Öte yandan, uluslararası yayın yapan organların fazlalığı, uluslararası kamuoyundaki kamuoyu oluşturma ve enformasyonu kontrol edebilme kapasitesini hem arttırmakta hem de zorlaştırabilmektedir.

Kamu diplomasinin uygulanmasında rol oynayan aktörler ve sosyal paydaşların farklı alanları temsil etmesi, yeni kamu diplomasisinin karmaşık yapısına işaret etmektedir. Yine, ülkelerin hedeflenen algının oluşturulmasında ve yabancı kamuoylarının cezbedilmesinde kamu diplomasisi faaliyetleri gerçekleştiren farklı kurumların stratejik işbirliği yapması, ülkelerinin mesajının ikna gücünü ve etkisini arttıracaktır. Bu bakımdan, ülkeler hedef kamuoylarına göre bu farklı aktörleri kendi amaçlarına göre yönlendirebilmelidir.²³¹ Türkiye’de bu noktada farklı alanlarda uzmanlaşmış kurumların “ortak bir kamu diplomasisi stratejisi” üzerinden faaliyetlerini yürütmesi olumlu çıktıların oluşmasını sağlayacaktır.

2.1.4 Kamu Diplomasisinin Uygulama Alanları

Ülkelerin yabancı kamuoylarını etkileyebilmelerini sağlayan yumuşak güç kaynakları kültürleri, değerleri ve dış politikalarıdır.²³² Aynı zamanda bilim, teknoloji, sanat, medya, üniversiteler, turizm, sağlık, yemek ve müzik gibi birçok alan da ülkelerin yumuşak güç kaynağıdır.²³³ Devletler, bu kaynakları kullanarak hedef kamuoyu ile iletişim kurmakta ve ilişki inşa etmektedir. Genelde geleneksel diplomasinin konuları olan bu alanlar, artık kamu diplomasisinin farklı uygulama

²²⁹ Robert M. Entman, Framing Bias: Media in the Distribution of Power ,Washington, **Journal of Communication**, 57(1), 2007 p.164.

²³⁰ Sancar, **op.cit.**, p.99.

²³¹ Özkan, **op.cit.**, p. 11.

²³² Nye, **Soft Power: The Means to Success in World Politics**, p. 18.

²³³ Kalın, **op.cit.**, pp. 5-6.

alanlarını temsil etmektedir.²³⁴ Bu bakımdan denilebilir ki kamu diplomasisi birçok farklı uygulama alanına sahiptir. Günümüzde kamu diplomasisinin uygulama alanları çok genişlemiştir. Bu uygulama alanlarından birkaçını kültürel diplomasi, turizm diplomasisi, yurttaş diplomasisi, din diplomasisi, dijital diplomasi, sağlık diplomasisi, gastrodiploamasi, müzik diplomasisi ve insani diplomasi olarak sıralamak mümkündür. Aynı şekilde kamu diplomasisi uygulamalarının yaygınlaşması ve gelişmesi ile birlikte “bilim diplomasisi, edebiyat diplomasisi, çevre diplomasisi, panda diplomasisi” gibi farklı yeni alanlar da oluşmaktadır. Bu çalışma kapsamında ise kültürel diplomasi, yurttaş diplomasisi, inanç diplomasisi ve insani diplomasi kavramları detaylı olarak ele alınacaktır.

2.1.4.1 Kültürel Diplomasi

Latince 'de “colere” kelimesinden gelen kültür kavramı birçok alanda farklı anlamlarda kullanılması sebebiyle üzerinde uzlaşılmış ortak bir tanıma sahip değildir.²³⁵ Bu sebeple, kültürün tanımlanması güç bir kavramdır. Genel olarak kültür, bir toplumun yemek, törenler, giyim, davranışlar, medya, anıtlar gibi maddi öğeler, tarih, din, değerler, dünya görüşü, felsefe, iletişim tarzı gibi manevi öğelerin oluşturduğu bir bütündür.²³⁶ Kültürün tüm bu öğeleri ise toplumdaki bireylere oyunun kurallarını öğretmektedir. Kültürel diplomasi ise kültürü oluşturan tüm bu bileşenler aracılığıyla ülkelerin yabancı toplumlar nezdinde hem kendilerini tanıtmaları hem de onlarla diyalog kurmasıdır. Bu bakımdan kültürel diplomasi; değerler, fikirler, kültür ve sanat öğeleri vasıtasıyla karşılıklı bir anlayış inşa etme amacı taşımaktadır.²³⁷

Nye'a göre ise kültür, bir devletin yabancı kamuoylarını cezbetmesini, belirledikleri kendi hedef ve amaçlarına ulaşmalarını sağlayan üç temel yumuşak güç kaynağından biridir. Kültürel öğeler aracılığıyla hedef kitleye gönderilen mesajlar, kaynakla ilgili olumlu bir algı oluşturma amacı taşımaktadır.²³⁸ Kültürlerarası ilişkiler,

²³⁴ Ekşi, **op.cit.**, p.129.

²³⁵ A. Kadir Çüçen, Kültür, Uygarlık, Evrensellik ve Çok-Kültürlülük, **Kaygı Dergisi**, 2005, p. 111.

²³⁶ Yaşar Özüçetin, Küreselleşme ve Küreselleşme Bağlamında Kültürler, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 2017, (Çevrimiçi)
http://www.sosyalarastirmalar.com/cilt10/sayi51_pdf/2tarih_siyaset_uluslararasiliskiler/ozucetin_yasar.pdf, 18 Mart 2018.

²³⁷ Ekşi, **op.cit.**, p.

²³⁸ Nye, **Soft Power and Public Diplomacy**, p.95.

toplumların birbirleriyle bağlantı kurmasını, birbirlerini iyi niyetle dinlemesini ve birbirleriyle uzun soluklu karşılıklı faydalı ilişkiler kurmasını sağlamaktadır. Uzun dönemde inşa edilen ilişkiler ise toplumlar arasında karşılıklı anlayışı geliştirmesinin yanında, terör, küresel ısınma, kuraklık gibi küresel sorunlarla ilgili işbirliği yapılmasını kolaylaştırmaktadır.²³⁹ Bu durum kültürel diplomasinin uluslararası toplum üzerindeki etki kapasitesini göstermektedir.

Devletlerin kültür aracılığıyla farklı kurumlar ve yapılar altında toplumların değerlerini ve fikirleri etkilemeye çalışması 19. yüzyıla dayanmaktadır. 1883 yılında Fransa'nın diğer dost devletlerle ilişki kurmasını sağlayan L'Alliance Française derneği kurması, 1910 yılında Fransız Dışişleri Bakanlığına bağlı Fransız kültür merkezleri, İngiltere'de 1922 yılında BBC ve British Council, ABD'de 1910 yılında Uluslararası Eğitim Enstitüsü, Almanya'da İkinci Dünya Savaşı sonrası kurulan Goethe Enstitüsü, Alexander Van Humboldt Vakfı gibi kurumlar devletlerin ilk kültürel diplomasi çalışmalarına aracılık etmişlerdir. Günümüzde ise devletlerin kültürel diplomasi çalışmaları eğitim, dil programları, öğrenci değişimleri, burs programları medya, sanat gibi farklı alanlardaki uygulamalar üzerinden çok daha kapsamlı şekilde yürütülmektedir.

2.1.4.2 Yurttaş Diplomasisi

Yurttaş diplomasisi ya da gayri resmi diplomasi, vatandaşların diğer kültürlerle etkileşime geçmesini ve bağlantılar kurmasını sağlayan karşılıklı anlayış yaratmaya dayalı kişilerarası iletişimdir.²⁴⁰ Kamu diplomasisinin bir parçası olan yurttaş diplomasisi, devletlerin kamu diplomasisi hedeflerinin gerçekleştirilmesinde önemli bir araçtır. Bu bakımdan, yurttaş diplomasisinin temelini kamu diplomasisi hedeflerini geliştirecek, vatandaşlar oluşturmaktadır.²⁴¹ Küresel ilişkilerde fark yaratmayı, uluslararası çatışmaların çözümünü amaçlayan sivil bireylerin gayri resmi,

²³⁹ Martin Davidson, Cultural Relations: Building Networks to Face Twenty-First-Century Challenges, Jim Murphy, **Engagement Public Diplomacy In A Globalized World**, London, Foreign and Commonwealth Office, 2008, p. 77.

²⁴⁰ The Center for Citizen Diplomacy, " Why is citizen diplomacy important?" (Çevrimiçi) <https://www.centerforcitizendiplomacy.org/>, 10 Eylül 2019.

²⁴¹ Rajika Bhandari, Raisa Belyavina, **Evaluating and Measuring the Impact of Citizen Diplomacy: Current Status and Future Directions**, New York, Institute of International Education, 2011, p.3.

kurumsal olmayan etkileşimleri ve uygulamaları geleneksel diplomasiyi desteklemektedir. Devletler de dış politikalarını destekleyici bir unsur olarak vatandaşları yurttaş diplomasisi konusunda teşvik etmektedir.²⁴²

ABD Dışişleri Bakanlığı, yurttaş diplomasisini, bireylerin ABD dış politikasına yardım etme hakkı olarak tanımlamaktadır. Ayrıca ABD, yurttaş diplomat kavramını uluslararası bir işe sahip, evinde, çalışma alanında ya da bir topluluk içinde diğer ülkelerin bireylerini ağırlamaktan hoşlanan, pasaport sahibi herkes olarak tanımlayarak yurttaş diplomasisi konusunda vatandaşlarını teşvik etmektedir.²⁴³ Bu bakımdan yurttaş diplomasisi uygulayıcıları olarak farklı statü ve rollerde kendi ülkesini olumlu yönde temsil edebilecek bir ülkenin tüm vatandaşları olarak kabul etmek mümkündür. Bireyler, devlet sponsorluğunda ya da sivil toplum kuruluşları destekleriyle gençlik değişim programları, mesleki değişim programları, zirveler, uluslararası liderlik programları altında yurttaş diplomasisi faaliyetlerini gerçekleştirmektedirler.²⁴⁴

Aynı zamanda, yurtdışındaki diaspora da yurttaş diplomasisi aktörü olarak kabul edilmektedir. Yabancı ülkelerde, diğer toplumlarla çok daha rahat iletişime geçme imkanına sahip diaspora, ülkesini temsil etme kapasitesine sahiptir. Diasporalar, kişisel temaslar ve kurdukları ağlar aracılığıyla yaşadıkları ülkelerde kendi ülkelerinin kültürlerinin ve değerlerinin tanıtımını yaparak ülkeler arasında dostluk ve işbirliklerini teşvik etmektedir.²⁴⁵ Özellikle yabancı bireyler nezdinde diğer devletlerle ilgili temel algının kendi ülkesinde yaşayan, kendileriyle direkt iletişime geçen göçmenler aracılığıyla oluşması diasporanın önemini artırmaktadır. Bu noktada diasporalar, yabancı toplumlarla kurdukları sosyal, kültürel ve ekonomik ilişkiler ve

²⁴² John W. McDonald, Citizen Diplomacy, Washington, Institute for Multi-Track Diplomacy, **Modern Science and Vedic Science Journal**, Volume 5, Numbers 1–2, 1992, pp.118-119.

²⁴³ The Museum of American Diplomacy, “You are a Diplomat” (Çevrimiçi) <https://diplomacy.state.gov/discover-diplomacy/you-are-a-diplomat/>, 5 Ekim 2019.

²⁴⁴ The Center for Citizen Diplomacy, “Programs” (Çevrimiçi) <https://www.centerforcitizendiplomacy.org/reKaynaks/>, <http://worldboston.org/what-we-do/citizen-diplomacy/citizen-diplomacy-programs/>, 30 Ocak 2020.

²⁴⁵ Bengü Çelenk, Diaspora ve Markalaşma: Avrupa’daki Türk Diasporasının Marka Gücü ve Eksiklikleri, Ed., Mehmet Şahin, B. Sinem Çevik, **Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi**, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 2015, pp. 75-76.

Lobicilik faaliyetleri aracılığıyla anavatanlarının dış politika hedeflerine yardımcı olarak yurttaş diplomasisine katkıda bulunmaktadır.²⁴⁶

2.1.4.3 İnanç Diplomasisi

Din, bireylerin “*Tanrı'ya, doğüstü güçlere, çeşitli kutsal varlıklara inanmayı ve tapınmayı sistemleştiren toplumsal bir kurum*” olarak tanımlanmaktadır.²⁴⁷ Oxford sözlük ise dini, tapınma ve inançlar sistemi olarak tanımlamaktadır.²⁴⁸ Topluluklar üzerinde derin bir etkiye sahip din, devletlerin dış politikasını ve uluslararası ilişkileri etkilemektedir. Haçlı Seferleri, Ortaçağda kralların Papa'nın onayı olmadan tahta geçememesi, Osmanlı'nın Hilafete sahip olması dinin başat aktör olduğu güç ilişkilerine örnektir.²⁴⁹ İnanç diplomasisi ya da dini diplomasi, farklı inanç ve yaklaşımlara sahip toplumlar arasında diyaloglar kurarak, karşılıklı anlayışın gelişmesini, bu durumun uluslararası ilişkilerdeki çatışmaları önlemesini ve barışı sağlamasını hedeflemektedir.²⁵⁰ Bu noktada, din ile diplomasi işbirliği yaparak dinin toplumlar üzerindeki etkisini kullanarak, diplomasiin uluslararası ilişkilerdeki barışı sağlama ve koruma görevini desteklemektedir.

İnanç diplomasisinin aktörleri olan dini liderler, kurumlar ve topluluklar hem çatışmaları önleyebilmekte, barışı sağlayabilmekte hem de var olan barışı bozabilme kapasitesine sahiptir. Bir başka deyişle, 21. yüzyılda din, hem siyasi istikrarı ve barışı sağlayabilmekte hem de barışı ve istikrarı bozan derin uçumlar oluşturabilmektedir.²⁵¹ Bu bakımdan, kamu diplomasisinin bir parçası olan bu önemli yumuşak güç, karşılıklı anlayış ve hoşgörü çerçevesinde uluslararası politikadaki hedefler doğrultusunda kamuoyları ile iletişime geçmek için kullanılmalıdır.

²⁴⁶ Burcu Sunar Cankurtaran, Türk Dış Politikasında "Diaspora Diplomasisi Açılımı" ve Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, , Ed., Mehmet Şahin, B. Sinem Çevik, **Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi**, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 2015, pp. 94-96.

²⁴⁷ Türk Dil Kurumu, "Din" (Çevrimiçi)<https://sozluk.gov.tr/?kelime=din>, 20 Mart 2019.

²⁴⁸ Oxford Learner's Dictionaries, "**Religion**" (Çevrimiçi)

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/religion?q=religion> , 6 Mayıs 2019.

²⁴⁹ Sancar, **op.cit.**, p.179.

²⁵⁰ Allen Keiswetter, Bishop John Chane, Diplomacy and Religion: Seeking Common Interests and Engagement in a Dynamically Changing and Turbulent World, The Brookings Project on U.P. Relations with the Islamic World U.P, **Islamic World Forum Papers**, 2013, p.3

²⁵¹ **Ibid.**, p.1

2.1.4.4 İnsani Diplomasi

Uluslararası sistemdeki dönüşüm, sistemin aktörlerini, aralarındaki diplomatik ilişkileri ve yeni kavramları ortaya çıkarmıştır. İki kutuplu sistemden çok merkezli ve çok boyutlu küresel sisteme geçiş sürecinde egemen aktörlerin dönüşümü, diplomasiğin birey, toplum ve kamuoyunu dikkate alan çok boyutlu bir kavrama dönüşmesine imkân tanımıştır. Günümüzde küresel olarak açlık, su kıtlığı, temel kalkınma ve alt yapı sorunları, terör, iç savaş ve insan hakları ihlalleri gibi birçok sosyal, siyasi, ekonomik kriz insanları tehdit etmektedir. Küresel insani sorunların giderek arttığı bu küresel sistem, kamu diplomasisi aracı olarak insani diplomasi kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır.

2.2. İnsani Diplomasi Kavramı

Diplomasi ve insan kavramı arasında organik bir ilişki vardır. Diplomasiğin devletleri resmi olarak temsil eden insanlar arasında bir uzlaşma aracı olması doğal olarak insanı merkezde tutmaktadır. Diplomasi tarihi boyunca geçmişten günümüze kadar devam eden bu temel diplomasi ve insan ilişkisi tarihteki şartların, uluslararası konjonktürün ve ilişki biçimlerinin değişmesi ile beraber çok boyutlu karmaşık bir yapıya bürünmüştür.

Uluslararası toplumdaki köklü değişim ve dönüşümler, dünya üzerindeki birçok sorun ve krize karşı devlet aktörünün temel sorumluluğunun yanında, “devlet dışı yeni aktörlerin” de karar alma süreçlerini etkilemeleri diplomaside “insanı merkeze alan” bir yaklaşımın ön plana çıkmasını sağlamıştır.²⁵²

Mevcut uluslararası sistem içerisinde insanı, yaşadığı mekânı ve ekosistemi doğrudan ya da dolaylı olarak birçok doğal afet veya karmaşık insani kriz etkilemektedir.²⁵³ Yaşanan sorun ve problemlerin temel kaynağını ise yine insan

²⁵² Mert Gökırmak, **Küreselleşen Dünyada Diplomasi: Kamu Diplomasisi**, (Çevrimiçi) http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/Kamu_Diplomasisi-Mert_Gokirmak.pdf, 6 Mayıs 2019.

²⁵³ Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, “İnsani Diplomasi Uluslararası İlişkilerin Anahtarı Olmalıdır.”, (Çevrimiçi) <http://www.tccb.gov.tr/haberler/410/38699/insani-diplomasi-uluslararasi-iliskilerin-anahtari-olmalidir.html>, 9 Kasım 2018.

kaynaklı savaş ve çatışma gibi karmaşık insani krizler oluşturmaktadır. Bu krizlerin “olağan ve sıradan” olarak kabul edildiği post modern yenedünya düzeninde ise insani diplomasi, günümüz insani krizler için anlamlı bir çözüm potansiyeli taşımaktadır.

“Uluslararası Kızılhaç ve Kızılay Dernekleri Federasyonu” insani diplomasi kavramını şu şekilde tanımlamaktadır:

*“karar alıcıların ve kanaat önderlerinin her durumda savunmasız insanların çıkarını düşünerek temel insani değerlere saygı çerçevesinde hareket etmeye ikna edilmesidir”*²⁵⁴

“İnsan Hak ve Hürriyetleri İnsani Yardım Vakfı” ise insani diplomasiyi daha detaylı olarak şöyle açıklamaktadır: *“kriz, savaş ve doğal afet yaşanan bölgelerde sivillerin korunması, kayıpların bulunması, esirlerin kurtarılması, krizlerin sonlandırılması için gerekli adımların atılmasına olanak sağlayan ve devletlerarası geleneksel diplomasinin uluslararası sorunların çözümünde yeterli olmadığı durumlarda aktif olarak kullanılan bir diplomasi şeklidir.”*²⁵⁵

2007 yılında insani diplomasi ile ilgili ilk kavramsallaştırmayı yapan Minear ve Smith ise insani diplomasi yaklaşımını şu şekilde ifade etmiştir:

*“İnsani diplomasi, insani organizasyonlar tarafından yürütülen faaliyetleri kapsamaktadır. Bu aktiviteler ise insani organizasyonların konuk ülkedeki varlığını tesis etme, yardım ve koruma gibi ihtiyaçlara muhtaç olan sivil halka ulaşma, yardım programlarını yönetme, uluslararası hukuk ve normlara saygı gösterme, yerel halkı ve merkezleri destekleme ve insani amaçlara sahip birey ve kurumlara savunma gibi amaçlara sahiptir.”*²⁵⁶

Gelişmekte olan bir alan olarak insani diplomasi kavramının hem teorik çerçevede hem de uygulamadaki yaklaşımları ile ilgili belirsizlikler devam

²⁵⁴ The International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies, “Humanitarian diplomacy policy”, (Çevrimiçi) <http://www.ifrc.org/en/what-we-do/humanitarian-diplomacy/humanitarian-diplomacy-policy/>, 3 Ocak 2020.

²⁵⁵ Ayşe Aktaş, “İnsani Diplomasi Kavramına Genel Bir Giriş Denemesi (III)”, (Çevrimiçi) https://insamer.com/tr/insani-diplomasi-kavramina-genel-bir-giris-denemesi-iii_46.html, 27 Nisan 2019.

²⁵⁶ Larry Minear ve Hazel Smith, **Humanitarian Diplomacy: Practitioners and Their Craft**, New York, United Nations Press, 2007, pp. 37-40.

etmektedir.²⁵⁷ Kavramın sınırları ve çözüm potansiyeli gibi konular cevaplanmayı beklemektedir. Bu bakımdan insani diplomasi kavramının fırsat ve sınırlılıklarını da içeren bütüncül, “insani sorun ya da krizlerin” hiçbir tarafını dışarda bırakmayan çok merkezli holistik bir yaklaşıma ihtiyacı bulunmaktadır.

İnsani krizlerin çözümünde etkili ve kalıcı bir çözüm iddiasında bulunabilecek bütüncül bir insani diplomasi tanımı için öncelikle kavramın uygulamadaki “habitusunu” incelemek gerekmektedir. İnsani bir problemin kaynağının tespit edilmesi, ihtiyaç sahiplerine yardımların ulaştırılması gibi sadece operasyonel faaliyetleri insani diplomasi sınırları içerisine sokmak yerine, sorunun özünü teşkil eden siyasi boyutu ile uluslararası hukuk çerçevesindeki çözüm çalışmalarının da kavramın içerisine dahil edilmesi gerekmektedir.²⁵⁸

Bu bakımdan değerlendirildiğinde insani diplomasi kavramının çerçevesini günümüz yeni dünya düzenindeki doğal ve insan kaynaklı tüm “sorun, risk ve krizlere” karşı insanın korunması ve refah içinde yaşaması için “devlet ve devlet dışı aktörler tarafından” gerçekleştirilen her türlü faaliyet olarak çizmek mümkündür.

İnsani krizlerin çözümlenmesi için gerçekleştirilen faaliyetler ile ilgili farklı motivasyonlar görülmektedir. Özellikle “inanç ve ahlak” temelli motivasyonların ağır bastığı insani eylemlerde, “evrensel normların” temel alınması, meşruiyetinin inşası ve krizle ilgili uluslararası toplumun dikkatinin çekilmesi açısından önem arz etmektedir. Bu noktada ise insani diplomasi aktörlerine ciddi bir sorumluluk düşmektedir.²⁵⁹ Her insani kriz doğası gereği özgün bir yapıya sahiptir. Bu sebeple insani krizlerin çözümü için esnek yaklaşımların belirlenmesi gerekmektedir. Aktörlerin insani problemlere özgü geliştirecekleri stratejiler, çözümün de temel belirleyicisi olacaktır.

²⁵⁷ Philippe Regnier, “The emerging concept of humanitarian diplomacy: identification of a community of practice and prospects for international recognition”, **International Review of Red Cross**, Volume 93 Number 884, Geneva, 2011, p.1211.

²⁵⁸ Jonathan Whitall, “‘It’s like talking to a brick wall’: humanitarian diplomacy in the occupied Palestinian territory”, **Progress in Development Studies**, Vol. 9, No. 1, January 2009, p. 38.

²⁵⁹ Whitall, **op.cit.**, p.37.

2.3 İnsani Diplomasi Aktörleri

Uluslararası çevrede oluşan açlık, fakirlik, savaş, terör, çevre, eğitim ve sağlık sorunları gibi küresel insani sorunlar karmaşık bileşenlerin bir sonucudur. Küresel sistem içerisindeki karmaşık karşılıklı bağımlılık problemlerin nedenlerini de karmaşıktır. Bu nedenle, bir ülkedeki çevre probleminin sorumlusu sadece devlet politikası ile ilgili olmayıp, sosyal, ekonomik ve siyasi vb. iç ve dış dinamiklerin bir yansıması olabilmektedir.²⁶⁰

Sorunların derinleşmesi ve etkilerinin küresel boyutta hissedilmesi insani sorunların çözümünü de zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla da böyle bir uluslararası ortamda insani sorunların çözümünde birçok ulusal ve uluslararası aktöre ihtiyaç duyulmaktadır.

İnsani diplomasi tanımları, sorunların çözümünde aktif rol oynayan aktörler hakkında ipuçları vermektedir. Smith ve Minear ise insani eylemlerin kapsamını “*İnsani yardım kuruluşları tarafından gerçekleştirilen faaliyetler*”²⁶¹ şeklinde ifade etmiştir. IFRC ise bu noktada insani diplomasinin temel aktörlerini karar alıcılar ve kanaat önderleri olarak belirterek bu aktörlerin insani problemlerin çözümünde ikna edilmesi gerektiğini belirtmiştir.²⁶² Bu açıdan değerlendirildiğinde insani krizlerin çözümü ve barışın tesis edilmesi için siyasi, hukuki, operasyonel ve iletişimsel süreçlerde rol alan tüm aktörleri insani diplomasi aktörü olarak tanımlamak mümkündür.

Küresel sistemin başat aktörü olarak devlet, sorunların oluşumunda ve çözümünde temel bir sorumluluğa sahiptir. Küresel ısınmadan, fakirleşmeye, savaşlardan, alt yapı sorunlarına diğer tüm insani sorunlarda devletin bireyi koruma sorumluluğu bulunmaktadır.²⁶³ Ayrıca devletlerin bireyleri koruma sorumluluğu uluslararası insan hakları bildirgelerinde ve uluslararası insancıl hukukta

²⁶⁰ Waheeda Rana, Theory of Complex Interdependence: A Comparative Analysis of Realist and Neoliberal Thoughts, **International Journal of Business and Social Science**, Vol. 6, No. 2, 2015, pp.291-295.

²⁶¹ Smith, Minear, **op.cit.**, p. 32-38.

²⁶² IFRC, “What is Humanitarian Diplomacy”, (Çevrimiçi) <https://www.ifrc.org/en/what-we-do/humanitarian-diplomacy/>, 12 Nisan 2019.

²⁶³ Kennedy Maranga, The Changing Role of State Responsibility: Comparative Approach, **Journal of Global Affairs And Public Policy**, Volume 1, Number 1, 2011, pp. 10-13.

belirtilmektedir.²⁶⁴ Devletler ise bu sorumluluğu yerine getirmeye çalışmaktadır. Bu noktada 2019 Küresel İnsani Yardım Raporu'na göre 2018 yılında yapılan toplam 28,9 milyar dolar insani yardımın 22,6 milyar doları hükümetler tarafından karşılanmaktadır.²⁶⁵ Dolayısıyla insani diplomaside temel aktör devletlerdir.

Diğer taraftan, günümüzde sivil toplum örgütlerinin gelişmesiyle beraber insani krizlerin çözümünde devlet dışı aktörlerin de rolü artmaktadır. Bu noktada, başta uluslararası sivil toplum kuruluşları olmak üzere devlet dışı aktörler, savaş ve çatışma bölgelerindeki ihtiyaç sahibi insanlara yardımların ulaştırılmasında ve krize neden olan hükümetlerin çözüm için ikna edilmesinde önemli bir role sahiptir.

*“Sivil toplum kuruluşlarının çoğu, genel kamu yararını temsil ettiklerini ve küresel vicdanı gibi hareket ettiklerini ileri sürerek devletlerin politikalarının değiştirilmesinde baskı yaparak doğrudan, devletlerin ne yapması gerektiği ile ilgili halkın görüşlerini etkilemesi bakımından dolaylı bir etkiye sahiptirler.”*²⁶⁶ Ayrıca sivil toplum kuruluşları, devletlerle işbirliği içerisinde güvenilir bir kanal olarak devletlerin mesajlarını iletmekte, insani sorunların çözümüne aracılık etmektedir. Bazen de sivil toplum kuruluşları “Uluslararası Af Örgütü, Oxfam International, Sınır Tanımayan Doktorlar” gibi devletlerden bağımsız bir aktör olarak, devletlerle çatışmacı biçimde sorunların çözümü için çalışmaktadır.²⁶⁷

Benzer şekilde uluslararası örgütler de insani sorunların çözümü için çabalamaktadır. Başta Birleşmiş Milletler olmak üzere, Dünya Bankası(WB), Dünya Sağlık Örgütü(WHO), Gıda ve Tarım Örgütü(FAO), Uluslararası Çalışma Örgütü(ILO), Uluslararası Adalet Divanı(ICJ) gibi örgütler de insani krizlerin çözümü için gerekli olan siyasi, operasyonel ve hukuki süreçlerin başarıya ulaşması için çalışmaktadır. Özellikle Birleşmiş Milletler, İnsani Kalkınma Programı(UNDP)

²⁶⁴ Sassoli, Marco: “State responsibility for violations of International Humanitarian Law”, **International Committee of the Red Cross**, Vol. 84 No 846, 2002, p. 401-432., (Çevrimiçi) https://www.icrc.org/eng/assets/files/other/401_434_sassoli.pdf, 9 Mayıs 2019.

²⁶⁵ Global Humanitarian Assistance Report 2019, “**Executive Summary**” (Çevrimiçi) <https://devinit.org/publications/global-humanitarian-assistance-report-2019/>, 10 Nisan 2019.

²⁶⁶ Begüm Kurtuluş, “Türkiye’nin Kamu Diplomasisinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü: İnsani Yardım Kuruluşları ve İnsani Diplomasi Perspektifi”, Ed., Mehmet Şahin, B. Senem Çevik, **Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi**, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 2015, p.191.

²⁶⁷ **Ibid.**, pp.192.193.

kapsamında düzenli olarak her insani krizle ilgili insani gelişme raporları yayınlayarak küresel sorunlara dikkat çekilmesini sağlamaktadır.²⁶⁸

Öte yandan, kanaat önderleri de insani problemlerin çözümünde kamuoyunu etkileyerek dolaylı olarak devletler üzerinde bir baskı unsuru olabilmektedir. Yine, kanaat önderlerinin gerçekleştirdikleri insani yardımlar ve insani destekler insani diplomasiye katkıda bulunmaktadır. Böylece toplumlar üzerinde önemli bir etkiye sahip kanaat önderleri insani problemlerle ilgili kamuoyunun dikkatini çekmekte, yapmış oldukları yardımlar ile insani diplomasiye katkıda bulunmaktadır.

Bill ve Melinda Gates'in "Bill and Melinda Gates Vakfı" aracılığıyla yaptığı insani yardımlar,²⁶⁹ İrlandalı ses sanatçısı Bono'nun(Paul David Hewson) Suriyeli sığınmacılara destek ziyareti²⁷⁰, Cristiano Ronaldo ve Lionel Messi'nin sosyal medyada Suriye sorunu ile ilgili açıklamaları²⁷¹ ve yardım çalışmaları²⁷² kanaat önderlerinin insani diplomasi uygulamalarına örnek gösterilebilir.

Resim 2.3 Ronaldo Suriye Paylaşımı



²⁶⁸ UNDP Human Development Report 2019, "Human Development" (Çevrimiçi) <http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr2019.pdf>, 25 Şubat 2019.

²⁶⁹ Bill and Melinda Gates Foundation, "How We Work", (Çevrimiçi) <http://www.gatesfoundation.org/How-We-Work>, 20 Mart 2019.

²⁷⁰ Aljazeera Turk, "Bono Suriyeli Sığınmacıları Ziyaret Etti" (Çevrimiçi) <http://www.aljazeera.com.tr/haber/bono-suriyeli-siginmacilari-ziyaret-etti>, 18 Nisan 2019.

²⁷¹ "GazeteVatan, "Ronaldo ve Messi Onun için Harekete Geçti" (Çevrimiçi) <http://www.gazetevatan.com/ronaldo-ve-messi-o-nun-icin-harekete-gecti-617556-dunya/>, 6 Kasım 2019.

²⁷² Independent, "Barcelona superstar Lionel Messi funds construction of 20 new classrooms in Syria" (Çevrimiçi) <https://www.independent.co.uk/sport/football/european/barcelona-superstar-lionel-messi-funds-construction-of-20-new-classrooms-in-syria-a7715781.html>, 7 Ekim 2019.

Kaynak: Twitter, “Cristiano Ronaldo” (Çevrimiçi)

<https://twitter.com/Cristiano/status/842077615288651776>, 12 Nisan 2020.

Özellikle Ronaldo’nun Twitter üzerinden yayınladığı “Bugün Ömer gibi berber olma hayali taşıyan çocukları düşünüyorum” paylaşımı Suriye krizinin gündeme getirilmesi açısından önemlidir.

2.4 İnsani Diplomasi Uygulamaları

Küresel sistem içerisinde doğal afetler, savaş, iç çatışma, fakirlik, açlık, kuraklık, bulaşıcı hastalıklar, siyasal şiddet gibi farklı boyutlardaki insani krizlerin çözümü giderek zorlaşmaktadır. Sorunların ve krizlerin çözümü için devlet ve devlet dışı aktörlerin çok boyutlu müdahaleleri gerekmektedir. Bu sebeple, insani krizlerin durum ve boyutlarına göre insani diplomasi uygulamaları da değişmektedir.

2.4.1 İnsani Yardım

Dünya üzerinde gerçekleşen insani krizlere yönelik verilen ilk tepki uluslararası insani yardımlardır. Uluslararası insani yardım, “*afet, savaş, terör gibi olağanüstü ve olağan zamanlarda yerel, ulusal ve uluslararası ihtiyaç sahiplerine gıda, giyim, sağlık eğitim, yakacak gibi insana dair tüm ihtiyaçların aynı, nakdi ve her türlü maddi ve manevi yardımlardır*”²⁷³

Küresel insani yardım raporunda ise insani yardım “*acil durumlar sırasında ve sonrasında hayat kurtarmak, acıyı hafifletmek ve insan onurunu korumak için tasarlanan eylemler*”²⁷⁴ olarak tanımlanmaktadır.

Uluslararası insani yardımların fon akış trafikleri değerlendirildiğinde ise yardım kaynaklarının büyük bir çoğunluğu “devlet ya da devletlerarası örgütler” tarafından sağlanmaktadır. Bu açıdan, yardımların ihtiyaç sahibi bireylere ulaştırılmasında devletlerarası enformasyon ağının güçlü olması ve gerektiğinde doğru

²⁷³ Kurtuluş, **op.cit.**, p. 207.

²⁷⁴ Global Humanitarian Assistance Report 2015, p.20., (Çevrimiçi)

http://www.globalhumanitarianassistance.org/wp-content/uploads/2015/06/GHA-Report-2015-Interactive_Online.pdf, 15 Nisan 2018.

noktalara hızlıca yardımın ulaştırılması gerekmektedir. Aksi bir tabloda, ciddi bir kaynak kaybı oluşacaktır.

İnsani diplomasi kavramı, teorik olarak yakın bir geçmişe sahip olmasına rağmen kapsamlı insani yardımlar uzun bir geçmişe sahiptir. Özellikle soğuk savaşın bitmesi, yeni çok merkezli uluslararası sistem ve küreselleşmenin etkisiyle ortaya çıkan insani krizlere bağlı olarak insani yardımlar da artmıştır. Bu bakımdan küresel sorunlar ile insani yardımlar arasında doğrudan bir bağ görülmektedir.²⁷⁵

2019 yılı Küresel İnsani Yardım Raporu'na göre insani krizler için toplam 28,9 milyar dolar harcanmıştır. Yapılan insani yardımların yarısından fazlasını ABD, İngiltere ve Almanya karşılamıştır.²⁷⁶ Bu anlamda devletlerin yardım faaliyetleri arasında ciddi rakamsal farklılıkların olduğu görülmektedir. Aynı raporda, Türkiye ise 8,3 milyar dolarlık bir yardımla en çok yardım yapan ülke olmasına rağmen yardım yapan ülkeler sıralaması içerisine dahil edilmemiş, Türkiye'nin gerçekleştirdiği yardımların büyük bir çoğunluğunun ülke içerisindeki Suriyeli göçmenlere yapılması sebebiyle raporda Türkiye'nin yardımları, uluslararası yardım olarak kabul edilmemiş ve diğer ülkelerle karşılaştırma yapılamayacağı belirtilmiştir.²⁷⁷

Aynı zamanda, rapora göre 2019 yılında en çok insani yardım Suriye, Yemen, Sudan, Irak ve Somali'ye yapılmıştır. Küresel insani krizler anlamında Suriye'deki iç savaş, Sudan ve Güney Sudan arasındaki petrol kaynaklı çatışmalar ve uzun yıllardır devam eden Irak'taki siyasi sorunlar insani krizlerin ana kaynağını oluşturmaktadır. Yoğun insani krizlerin yaşandığı bu ülkelerdeki ortak özellik insani krizlerin sebebinin siyasi olmasıdır.²⁷⁸ Bir başka deyişle, bu krizler siyasal çatışma ve siyasal şiddetin sebep olduğu insani krizlerdir.

Dünyadaki en büyük insani krizlerin siyasi kaynaklı olması, insani yardımların krizlerin çözümünde ve sürdürülebilir barış ortamının sağlanmasındaki etkisini

²⁷⁵ Neil Narang, *Assisting Uncertainty: How Humanitarian Aid can Inadvertently Prolong Civil War*, **International Studies Quarterly**, 2015, p.185.

²⁷⁶ Global Humanitarian Assistance Report 2019, p.2., <http://devinit.org/wp-content/uploads/2019/09/GHA-report-2019.pdf>, 10 Eylül 2019.

²⁷⁷ **Ibid.**, p. 11.

²⁷⁸ **Ibid.**, p.3.

azaltmaktadır. Bu sebeple, sorunların çözümü ve barış ortamının sağlanması için insani yardımların yanında siyasi çabalar da gerekmektedir.

2.4.2 İnsani Destek

Genel olarak insani yardım kavramı ile eşanlamli kullanılan insani destek kavramı kapsam ve uygulama süresi bakımından farklılıklar barındırmaktadır. Bu iki kavram açısından kavramsal çerçevenin gelişmemiş olması aynı anlamda kullanılmalarına neden olmaktadır.²⁷⁹

İnsani yardım kavramı ile bazı benzerlikler içeren insani destek kavramı, eğitim, sağlık ve alt yapı sistemi, kültürel değerlerin korunması gibi ülkelerin farklı alanlarda geliştirmesi gereken konuların desteklenmesi ve uzun vadede sorunların tamamen ortadan kaldırılarak ülkelerin güçlendirilmesini kapsamaktadır. Bir başka deyişle, insani destek, *“eğitimden sağlığa, altyapıdan tarım ve balıkçılık alanlarına kadar ülkenin doğal kaynakları ölçüsünde ihtiyaç duyduğu alanlarda o ülkeyi desteklemektir.”*²⁸⁰

Bu açıdan, insani destek kavramı tanım itibariyle kalkınma yardımları ile örtüşmektedir. Kalkınma yardımları, acil yardımlardan farklı olarak sorunlu bölgelerdeki sorun ve krizlerin çözülmesi ve uzun vadede kalıcı çözüm bulunabilmesi için gerçekleştirilen faaliyetlerdir. Bu bağlamda kalkınma yardımlarını insani destek olarak kabul etmek mümkündür.

Kalkınma yardımları, ülkelerin uzun vadede eğitim, sağlık, çevre, teknoloji, kültür gibi geliştirilmesi gereken farklı alanlara yapılan yardımları kapsamaktadır. Yine kalkınma yardımları, *“gelişmekte olan ülkelerin sosyal ve ekonomik kalkınmalarına destek olmak amacıyla verilen muhtelif yardım türlerini*

²⁷⁹ Halil İbrahim Alegöz, **Uluslararası İlişkilerde İnsani Diplomasinin Rolü: Türkiye-Somali Örneği**, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2013, p.9.

²⁸⁰ *Ibid.*, p.10.

kapsamaktadır.”²⁸¹ Böylece kronik insani problemlerin çözümlenmesi beklenmektedir.

2.4.3 İnsani Koruma

İnsani diplomasi bağlamında insani koruma kavramı “uluslararası insancıl hukuk, uluslararası mülteci hukuku ve uluslararası insan hakları hukukuna uygun olarak bireyin evrensel insan haklarına saygı göstermeyi amaçlayan tüm faaliyetler” olarak tanımlanmaktadır.²⁸² Ayrıca koruma “insan onuruna yakışır bir ortamın yaratılması, çatışma bölgelerindeki insanların korunması, rehabilite edilmesi ve gerektiğinde de mağdurlara tazminat ödenmesi” gibi uygulamaları da kapsamaktadır.”²⁸³

Krizlerin çözümü ve “kalıcı barışın tesisi” için daha uzun vadeli bir amaca hizmet eden insani koruma, aslında kriz bölgesindeki temel insani ihtiyaçların karşılanması sonrasında sivililerin çatışma alanlarından uzaklaştırılması ve bu konuda uluslararası kamuoyu vasıtasıyla çatışmacı taraflara baskının artırılması açısından hayati bir öneme sahiptir.²⁸⁴

Genel olarak insani koruma faaliyetleri beş temel alanda gerçekleşmektedir. Bunlar ulusal ve uluslararası silahlı çatışmalar, çatışma sonrası durumlar açlık, doğal afetler, müzmin iç savaş olarak tanımlanabilir. Bu alanlardaki koruma faaliyetleri insani diplomasinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır.²⁸⁵

Tüm bunların yanında denilebilir ki sorunların ve krizlerin kalıcı olarak çözümlenmesi için insani diplomasi uygulamaları sorunların kaynağına göre çok

²⁸¹ Türk İşbirliği Koordinasyon Ajansı Başkanlığı, **Türkiye Kalkınma Yardımları Raporu 2010**, (Çevrimiçi) <http://www.tika.gov.tr/upload/oldpublication/KalkinmaYardimlariRaporu2010.pdf>, 5 Ekim 2019.

²⁸² Nasih Sarp Ergüven, Beyza Özturanlı, Uluslararası Mülteci Hukuku ve Türkiye, **International Refugee Law And Turkey**, Aühfd, 62 (4) 2013, Pp.1010-1015, (Çevrimiçi), <http://Dergiler.Ankara.Edu.Tr/Dergiler/38/1882/19732.Pdf>, 9 Nisan 2019

²⁸³ Relief Web, “Glossary of Humanitarian Terms”, p.44, (Çevrimiçi) <http://www.who.int/hac/about/reliefweb-aug2008.pdf>, 15 Nisan 2018.

²⁸⁴ **Ibid.**

²⁸⁵ Slim, Hugo, Bonwick Andrew: “Protection An ALNAP guide for humanitarian agencies”, **Overseas Development Institute**, London, 2005, p. 13., (Çevrimiçi) <http://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/2346.pdf>, 11 Mayıs 2019.

boyutlu stratejilerle ele alınmalıdır. Bu noktada sorun ve krizlerin insani boyutlarının yanında siyasi, hukuki ve sosyal boyutlarının da incelenmesi gerekmektedir.

2.5 Sosyal Medyada İnsani Diplomasi Uygulamaları

Kamu diplomasisinin farklı uygulama alanlarında olduğu gibi insani diplomasi faaliyetleri de internet ve yeni iletişim teknolojilerinden doğrudan etkilenmiştir. Özellikle “Facebook, Twitter ya da Instagram” gibi sosyal ağların yaygın kullanım oranı, hızlı ve yüksek erişim imkanları sayesinde insani diplomasi çalışmalarında ön plana çıkmaktadır. Bu sebeple hem devletler hem de sivil toplum kuruluşları, uluslararası örgütler ve bireysel kullanıcılar da dahil olmak insani krizlere çözüm bulma, yardım etme amacı taşıyan tüm aktörler tarafından sosyal medya sıklıkla kullanılmaktadır.

İnsani diplomasi faaliyetlerinde sosyal medya, insani krizlerle ilgili yardım çağrısında bulunmak, kamuoyunu bilgilendirmek, farkındalık yaratmak, işbirliği ve dayanışmayı arttırmak gibi amaçlar taşımaktadır. Bu konuda özellikle sosyal medya doğası gereği uluslararası kamuoyunda infial yaratacak konularla ilgili hızlıca gündem oluşturabilmektedir. Özellikle Twitter’ın ülke ve kişilere göre “trend topic” özelliğinin bulunması önemli konuların hızlıca gündeme gelmesine sağlamaktadır.

Öte yandan, insani diplomasi faaliyetlerinde sosyal medyanın hangi aktör tarafından hangi amaçla kullanıldığı uygulamanın kapsam ve boyutlarını değiştirmektedir. Bir başka deyişle, sosyal ağlarda farklı aktörler kendi amaçlarına göre çeşitli insani diplomasi uygulamalarına yönelmektedir. Bu konuda devletler insani diplomasi amaçlı sosyal medya kullanımında ön plana çıkmaktadır. Sosyal ağlarda özellikle de Twitter özelinde devletler, kendi dış politikalarıyla uyumlu dikkat çekmek istedikleri, yardımda bulundukları veya kamuoyuna mesaj vermek istedikleri insani krizlerle ilgili dışişleri bakanlıkları, büyükelçilikler gibi resmi Twitter hesapları üzerinden paylaşımda bulunmaktadır.

Resim 2.4 Rusya Dışışleri Bakanlığı Twitter Gönderisi



Kaynak, Twitter, “MFA Russia”, (Çevrimiçi) https://twitter.com/mfa_russia?lang=tr , 10 Nisan 2020.

Bu konuda Resim 2.4’te görüldüğü gibi Rusya Dışışleri Bakanlığı’nın resmi Twitter hesabından yaptığı gibi devletler, dış politikalarıyla uyumlu bir şekilde gerçekleştirdikleri insani faaliyetlerini kamuoyu ile paylaşmaktadır. Rusya, ilgili Twitter paylaşımında 5.000 kişiye yemek dağıtıldığı duyurusunu yapmıştır. Aynı şekilde bu tür paylaşımlar, çıkar çatışmalarının olduğu insani kriz alanlarında siyasi bir mesaj niteliği de taşıyabilmektedir.

Benzer şekilde insani krizlerin uzun süreli ve yoğun yaşandığı, çözüm müzakerelerinin sonuçsuz kaldığı durumlarda devletler ve uluslararası örgütler yaşanan insani krize özel resmi Twitter hesapları da açmaktadır. Böylece devletler ya da uluslararası örgütler, söz konusu krizin çözümüne yönelik daha detaylı bilgilendirme veya yardım çağrılarında bulunabilmektedir. Bu tür Twitter hesapları insani krizin çözümüne yönelik bir taraftan gündem yaratmayı amaçlamakta bir taraftan da ilgili aktör tarafından söz konusu insani krize verilen “değeri” ve insani önceliği yansıtmaktadır.

Resim 2.5 Birleşmiş Milletler Suriye Özel Elçisi Twitter Hesabı



Kaynak, Twitter, “UN Special Envoy For Syria”, (Çevrimiçi)

<https://twitter.com/UNEnvoySyria/status/1255578745064300547>, 10 Nisan 2020.

Sosyal ağlarda en sık karşılaşılan insani diplomasi uygulamalarından biri ise insani yardım kampanyaları ve çağrılarıdır. Devletler, uluslararası örgütler ya da sivil toplum kuruluşları hem gerçekleştirdikleri yardım faaliyetlerini duyurmakta hem de yeni yardım çağrılarında bulunabilmektedir. Aşağıda Resim 2.6’da görüldüğü gibi küresel sivil toplum kuruluşu ağları söz konusu insani krizlerin azaltılması için somut yardım çağrılarında bulunabilmektedir. Özellikle son dönemde COVID-19 pandemi sürecinde ihtiyaç sahibi birey, bölge ve ülkeler için kapsamlı çalışmalar yapılmaktadır.

Resim 2.6 IFRC Twitter Paylaşımı



Kaynak: Twitter, “IFRC Twitter Account”, (Çevrimiçi)

<https://twitter.com/ifrc/status/1265986211409276935>, 10 Nisan 2020.

Türkiye ise insani diplomasi çalışmaları ile ilgili farklı kurumları vasıtasıyla sosyal ağlar üzerinden uluslararası medya ve kamuoyunu bilgilendirmektedir. Türkiye özellikle farklı sosyal ağlar üzerinden dış politikası kapsamında insani diplomasi çalışmaları ile ilgili kapsamlı faaliyetler yürütmekte, dış politika hedefini belirli bir söylemle sosyal medyada çerçeveye oturtmaktadır.

Resim 2.7 TRT World Araştırma Merkezi Twitter Paylaşımı



Kaynak: Twitter, “TRT World Araştırma Merkezi”, (Çevrimiçi)

<https://twitter.com/TRTWorldRC/status/1047777179294212096>, 10 Nisan 2020.

Türkiye’nin sosyal medyada önemli bir kamu diplomasisi alanı olan insani diplomasi çalışmaları ile ilgili stratejik iletişim faaliyetlerine yönelmesi, dijitalleşen geleceğin dünyası içerisinde kendisine bir yer edinmesine olanak tanıyacaktır. Bu kapsamda çalışmanın üçüncü bölümünde Türkiye’nin sosyal medyadaki insani diplomasi uygulamaları, Türk dış politikası ve Türkiye’nin insani diplomasi aktörlerinin faaliyetleri Twitter’daki Türk Kızılay International örnekleminde detaylı olarak analiz edilecektir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYADA İNSANİ DİPLOMASİ UYGULAMALARI: TWİTTER TÜRK KIZILAY ÖRNEĞİ

Küreselleşmenin etkisiyle sistemin çok kutuplu, çok aktörlü ve çok merkezli bir yapıya dönüşmesi geleneksel diplomatik ilişkileri etkilemiştir. Uluslararası örgütler, çokuluslu şirketler ve sivil toplum kuruluşları gibi devlet dışı aktörlerin, uluslararası karar alma süreçlerindeki ağırlığının artması kamuoyunun doğrudan ya da dolaylı olarak devletlerarası ilişkilerdeki etkisini arttırmıştır. Artık savaş, çatışma, terörizm sağlık, çevre, iklim, açlık gibi bölgesel ve küresel sorunlarda insan aktörü ve faktörü daha fazla dikkate alınmaktadır.

Küresel sistemde devam eden bu değişim ve dönüşüm süreci Türkiye'nin de dış politika vizyonunu etkilemiştir. Kuruluşundan Adalet ve Kalkınma Partisi dönemine kadar dış politikada denge politikası, batı eksenli ve statükocu bir yaklaşım benimseyen Türkiye, gerekmedikçe var olan uluslararası dengeyi korumaya çalışmıştır.²⁸⁶ Bu bağlamda, dış politika söyleminde jeo-stratejik önemine dikkat çeken Türkiye doğu ve batı arasındaki köprü olma işlevine vurgu yapmıştır. Adalet ve Kalkınma Partisi hükümetiyle birlikte, özellikle de 2008 sonrası, Türk dış politikasının geleneksel dinamikleri değişmiştir.²⁸⁷

Geleneksel dış politika anlayışından farklı olarak Türkiye *“dış politikada aktif, çok boyutlu, bölgesel sahiplenme ve kapsayıcılık ilkeleriyle bölgesel ve küresel sorun ve krizlerin çözümünde rol almakta barış, istikrar ve güvenin tesis edilmesi için mücadele etmektedir.”*²⁸⁸ Türkiye insan odaklı dış politika yaklaşımı doğrultusunda ulusal, bölgesel ve küresel düzeyde gerçekleştirdiği insani diplomasi faaliyetleri ile ön plana çıkmaktadır.

Türkiye'nin insan odaklı dış politikası doğrultusunda gerçekleştirdiği insani diplomasi uygulamaları ile küresel sistemde dikkat çekmesi ve küresel bir insani

²⁸⁶ Baskın Oran, **Türk Dış Politikası Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar Cilt III-1919-1980**, İstanbul, İletişim Yayınları, 20 baskı, 2015, p.14.

²⁸⁷ Baskın Oran, **Türk Dış Politikası Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar Cilt III 2001-2012**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2013, p.27.

²⁸⁸ T.C Dışişleri Bakanlığı, **“Genel Görünüm”**, <http://www.mfa.gov.tr/dis-politika-genel.tr.mfa>, 16 Nisan 2019.

aktöre dönüşebilme kapasitesini arttırmaktadır. Özellikle de gelişen iletişim teknolojileri ve sosyal medya sayesinde Türkiye gerçekleştirmiş olduğu insani yardım ve destek faaliyetlerinde ortaya çıkacak yumuşak güç kapasitesini etkin bir şekilde kullanma imkânına sahiptir.

3.1. Sorunsal

Soğuk savaşın bitmesi ve küreselleşmesinin etkisiyle uluslararası sistem çok boyutlu, çok merkezli ve çok aktörlü karmaşık bir yapıya dönüşmüştür. Uluslararası sistemdeki dönüşümle birlikte geleneksel devletlerarası diplomatik ilişkilerin değişmesi devlet dışı aktörlerin uluslararası karar alma süreçlerindeki etkinliğini arttırmıştır. Bu çerçevede egemenliğini devam ettirmek isteyen devletler, günümüz küresel sisteminde insani ve çevresini etkileyen savaş, çatışma, terörizm sağlık, çevre, iklim, açlık problemlere daha fazla duyarlıdır.

Öte yandan, 2000 sonrası gelişen teknoloji ve web 2.0 ile birlikte devlet dışı aktörler insani sorun ve krizlerin çözümünün desteklenmesi, uluslararası karar alıcı merkezlerin harekete geçirilmesi ya da insani kriz ile ilgili kamuoyu oluşturulması amacıyla sosyal ağlardan faydalanmaktadır. İşte tam da bu noktada birkaç soru belirmektedir, devletlerin insani krizlerin çözümü için yaptıkları insani yardımlar ile dış politikaları arasında bir bağ kurmak mümkün müdür? Türkiye'nin devlet dışı aktörler vasıtasıyla gerçekleştirdiği insani yardım faaliyetlerinde ortaya çıkan yumuşak güç kapasitesinin kullanılmasında sosyal ağların bir rolü var mıdır?

3.2. Hipotezler

Türkiye, son yıllarda insani krizlerde daha fazla rol almaktadır. Türkiye özellikle son 10 yıl içerisinde giderek artan bir ivmeyle küresel ve bölgesel boyuttaki insani sorunlara müdahalesini arttırmıştır. Bu bağlamda,

H1: *“Türkiye'nin insani diplomasi aktörü olan Kızılay, TİKA ve AFAD'ın uygulamaları ile Türk dış politikası arasında olumlu bir bağ vardır.”*

H2 *“Türkiye insani diplomasi faaliyetleri ile ortaya çıkan yumuşak güç kapasitesini sosyal ağlarda yeterince kullanamamaktadır.”*

3.3 Araştırma Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu çalışma, belirlenen hipotezlerin sınanması amacıyla 2002 yılı sonrası Türk dış politikası literatür taramasını, Ocak 2018-Haziran 2020 tarihleri arasında gerçekleştirilen Derinlemesine Görüşmeleri ve “Türk Kızılay International”, “American Red Cross (ARC)” , “British Red Cross(BRC)” , “German Red Cross Worlwide (GRC)” ve “Canadian Red Cross (CRC)” Twitter hesaplarının Mart 2018-Mart 2020 tarihleri arasındaki takipçi, gönderi, etkileşim sayısı ve etkileşim oranı verilerinin analizini kapsamaktadır. Ayrıca araştırmada “The Soft Power 30” ve “Nation Brands” adlı raporlarından faydalanılmıştır.

Araştırmada Hipotez 1’nin belirlenmesinde ve derinlemesine görüşme yapılacak kurum ve kişilerin tespitinde Türkiye’nin kamu diplomasisi ve insani diplomasi çalışmalarıyla ilgili yetkin kurumları belirleyici olmuştur. Türkiye’de insani diplomasi ile ilgili dört yetkili kamu kurumu vardır. Bunlar; T.C Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Kamu Diplomasisi Daire Başkanlığı, Kızılay, AFAD ve TİKA’dır. Bununla birlikte birçok sivil toplum kuruluşu da insani diplomasi çalışmaları için çalışmaktadır. Bu sebeple çalışmada ilgili kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarına yer verilmiştir.

Çalışmada Türk Kızılay International örnekleminde karşılaştırmalı analiz için diğer Twitter hesaplarının belirlenmesinde 2019 yılı Küresel İnsani Yardım Raporundaki en çok yardım yapan ülkelerin hesapları temel alınmıştır.²⁸⁹ Rapora göre dünyada en çok yardım yapan ilk 10 arasında Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık, Almanya ve Kanada bulunmaktadır. Bu sebeple araştırmada Türkiye’nin Türk Kızılay örnekleminde sosyal medyadaki performansının etkili bir şekilde değerlendirilmesi ve karşılaştırılması açısından bu devletlerin Twitter’daki muadil hesapları incelenmiştir. Ayrıca karşılaştırmalı analizdeki etkileşim oranları sadece niceliksel bir değerlendirme ile sınırlandırılmıştır. Etkileşim verilerinin niteliksel olarak etkisinin ölçülmesi farklı ve kapsamlı bir araştırma konusudur.

²⁸⁹ Global Humanitarian Assistance, “Global Humanitarian Assistance Report 2019”, p.11., (Çevrimiçi) <http://devinit.org/wp-content/uploads/2019/09/GHA-report-2019.pdf> , 10 Nisan 2019.

3.4. Araştırma Yöntemi

Araştırmada, literatür taraması, derinlemesine görüşme, sosyal medya izleme (monitoring) ve eşit aralıklı (interval)²⁹⁰ ölçek yöntemleri kullanılacaktır. Öncelikle Hipotez 1'in sınanması amacıyla Türkiye'nin açıklamış olduğu dış politika ile AFAD, TİKA ve Türk Kızılay'ının insani yardım faaliyetleri arasındaki bağ literatür taraması ve derinlemesine görüşme yöntemiyle incelenmiştir. Bu çerçevede bilimsel çalışmalardan, kurumların açıklamalarından, raporlardan, The Soft Power 30 ve Nation Brands İndeks'ten faydalanılmıştır.

Hipotez 2'nin sınanması amacıyla araştırma örneklemini olan "Türk Kızılay International"²⁹¹ adlı Twitter hesabının Mart 2018-Mart 2020 yılları arasındaki verileri monitoring(izleme) aracı ile toplanmıştır. Toplanan etkileşim verileri ise hem tek başına hem de "American Red Cross (ARC)"²⁹², "British Red Cross(BRC)"²⁹³, "German Red Cross Worldwide (GRC)"²⁹⁴, "Canadian Red Cross (CRC)"²⁹⁵ hesapları ile karşılaştırmalı olarak interval ölçek yardımıyla analiz edilmiştir.

Hipotez 2'nin sınanması için kullanılacak yöntem süreci aşağıdaki gibi uygulanmıştır:

1. Dataların Toplanması (Monitoring)
2. Dataların Analizi (Etkileşim Oranların Hesaplanması)
3. Dataların Değerlendirilmesi (Interval Ölçek)

²⁹⁰ Eşit aralıklı(interval) ölçek yöntemi yardımıyla örneklem dâhilindeki Twitter hesaplarının etkileşim verilerinin karşılaştırılarak analiz edilmesi amaçlanmıştır.

²⁹¹ Twitter, "**Türk Kızılay International**", (Çevrimiçi) <https://twitter.com/TurkKizilay>, 2 Şubat 2019.

²⁹² Twitter, "**American Red Cross**", (Çevrimiçi) <https://twitter.com/RedCross>, 02 Şubat 2019.

²⁹³ Twitter, "**British Red Cross**", (Çevrimiçi) <https://twitter.com/BritishRedCross>, 2 Şubat 2019.

²⁹⁴ Twitter, "**German Red Cross Worldwide**", (Çevrimiçi) <https://twitter.com/DRKvorOrt>, 2 Şubat 2019.

²⁹⁵ Twitter, "**Canadian Red Cross**", (Çevrimiçi) <https://twitter.com/redcrosscanada>, 2 Şubat 2019.

3.5. Araştırma Bulguları

Araştırmada önce Türkiye'nin Adalet ve Kalkınma Partisi dönemi dış politikası, TİKA, AFAD, Türk Kızılay'ın insani yardımları ile The Soft Power 30 ve Nation Brands adlı çalışmalar bağlamında Türkiye'nin yumuşak güç kapasitesi incelenmiştir. Bu noktada, Türkiye'nin dış politikası, insani yardım faaliyetleri ile ilgili ipuçları vermektedir. Ayrıca, Türkiye'nin yumuşak gücünü kullanabilme kapasitesinin değerlendirilmesinde “*The Soft Power 30*”²⁹⁶ ve “*Nation Brands*”²⁹⁷ adlı çalışmalar Türkiye'nin uluslararası pozisyonunu yansıtmaları açısından önem arz etmektedir. Daha sonra araştırmada hipotezlerin sınanması için sosyal medya izleme (monitoring) yöntemi ve mevcut toplanan veriler, interval ölçek ile anlamlı bir çıktı haline getirilecektir.

3.5.1. Türk Dış Politikasına Yönelik Bulgular

Uluslararası çevredeki değişimler, devletlerin karar alma süreçlerini ve dış politika hedeflerini etkilemektedir. Küreselleşmenin etkisiyle birlikte dönüşen uluslararası sistem çok aktörlü ve çok merkezli bir yapıya bürünmüştür. Karşılıklı ekonomik bağımlılık, hukuki meşruiyet, insan hakları ve kamuoyu desteği bu yapının temel dinamikleridir. Ulaşım ve iletişim imkânlarının hızlı bir şekilde gelişmesi günümüz küresel çağındaki olay ve olguların hızlı bir dönüşüm ve değişim göstermesine neden olmaktadır. Devletler de bu sürekli değişen ve dönüşen farklı dinamiklere sahip küresel sistem içerisinde kendi ulusal çıkarlarına uygun politikalar üretmektedirler.

Türkiye'nin mevcut dış politikası birçok farklı dinamikten oluşmaktadır. Türkiye dış politika alanında tek bir söylemle sınırlı kalmayıp, faaliyet alanları ve dış politika hedefleri doğrultusunda “vizyon odaklı”, “çok boyutlu diplomasi”, “proaktif diplomasi”, “merkez ülke” “komşularla sıfır sorun” gibi birçok farklı dış politika

²⁹⁶ The Soft Power 30: “**Home**”, (Çevrimiçi) <https://softpower30.com/>, 2 Nisan 2019.

²⁹⁷ Brand Finance, “**Brand Finance Nation Brands 2015**”, (Çevrimiçi) https://brandfinance.com/images/upload/nation_brands_2015_for_print.pdf, 20 Mart 2019.

söylemine sahiptir.²⁹⁸ Ancak Türkiye'nin bu farklı dış politika söylemleri birbirleriyle bağlantılı olup Türkiye'nin mevcut dış politikasının çerçevesini oluşturmaktadır.

Türkiye mevcut dış politikasını küresel ve bölgesel gelişmeler çerçevesinde “dinamik ve vizyoner” bir dış politika olarak tanımlanmaktadır. Bu noktada Türkiye dış politikadaki hedeflerine ulaşmak için “çok boyutlu, sağduyulu, yapıcı, önalıcı, gerçekçi ve sorumlu”²⁹⁹ bir dış siyaset uygulayacağını belirtmiştir.

Türkiye'nin dış politikasındaki temel hedefi “merkez ülke” olma idealidir. 64. Hükümet tarafından vurgulanan merkez ülke olma hedefi Türkiye'nin geleneksel dış politika söylemi olan doğu ve batı arasındaki köprü ülke olma söylemine bir eleştiridir.³⁰⁰ Türkiye merkez ülke olma hedefi doğrultusunda uluslararası sistemde ve bölgesinde “çok taraflı manevra kabiliyeti sayesinde kurucu, yapıcı ve düzen kurucu bağımsız bir aktöre dönüşecektir.”³⁰¹ Böylece Türkiye küresel ve bölgesel değişmelere paralel olarak oluşan yeni dünya düzeninde yerini alacaktır.

Merkez ülke olma hedefi, Türkiye'yi “aktif ve çok boyutlu bir dış politikaya” yönlendirmiştir. Türkiye “çok boyutlu aktif bir politika anlayışıyla” bölgesindeki Afrika Ortadoğu ve Balkan ülkeleriyle olan diplomatik ilişkileri geliştirmiştir. 65. Hükümet tarafından da vurgulanan Türkiye'nin aktif dış politika hedefini Dönemin Başbakanı Binali Yıldırım:

*“Dış politikamızda, 2023 hedeflerine ulaşmak için azami gayreti sarf edeceğiz. Bu çerçevede, insani hassasiyetlerden ödün vermeyecek; hukuk, adalet ve evrensel değerlerden sapmayacak; gerçekçi olacak, gelişmeleri seyreden değil yönlendiren bir yaklaşım içinde hareket edecek, gerekmesi halinde gelişmeler karşısında inisiyatif ve sorumluluk almaktan çekinmeyeceğiz.”*³⁰² şeklinde ifade etmiştir.

²⁹⁸ Murat Yeşiltaş, Ali Balcı, “AK Parti Dönemi Türk Dış Politikası Sözlüğü: Kavramsal Bir Harita”, Bilgi Dergisi, No.23, 2011, pp.3-26.

²⁹⁹ Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, “Dış Politika Genel Görünüm”, (Çevrimiçi) (Çevrimiçi) <http://www.mfa.gov.tr/dis-politika-genel.tr.mfa>, 5 Mart 2019.

³⁰⁰ TRT Haber: “Türkiye aktif bir dış politika ortaya koydu”, (Çevrimiçi) <http://www.trthaber.com/haber/gundem/turkiye-aktif-bir-dis-politika-ortaya-koydu-129348.html>, 15 Mayıs 2019.

³⁰¹ Yeşiltaş, Balcı, *op.cit.*, pp.12-13

³⁰² T.C 65. Hükümet Programı Konuşma Metni, p.34 (Çevrimiçi)

<https://webdosya.csb.gov.tr/db/strateji/icerikler/65-hukumet-programi-20180125142728.pdf>, 6 Mart 2019.

Özellikle Afrika açılımı ve Afrika ile ortaklık girişimi siyasi, ekonomik ve kültürel ilişkilerin geliştirilmesi ve Türkiye'nin uluslararası sistemdeki manevra alanını güçlendirmesi açısından önemlidir.³⁰³ Ayrıca “Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü”, “Yunus Emre Enstitüsü” gibi yeni diplomasi aktörleri çok boyutlu dış politika bağlamında kabul edilmektedir.³⁰⁴

Türkiye, merkez ülke olma hedefinde “aktif ve çok boyutlu bir politika” anlayışıyla “bölgesel sahiplenme ve kapsayıcılık” ilkelerini benimsemiştir. Türkiye, *“bölgesel sahiplenme ve kapsayıcılık vizyonu çerçevesinde ülkemizin yakın çevresiyle siyasi, ekonomik ve kültürel ilişkileri geliştirme girişimleri dış politika gündemimizde daha fazla yer bulmaktadır.”*³⁰⁵ Aynı zamanda bölgesel sahiplenme ve kapsayıcılık yaklaşımı, barış, güvenlik ve istikrarı bozan bölgesel sorun ve krizlerde Türkiye'nin duruma dâhil olmasını gerektirmektedir.³⁰⁶

*“Küreselleşmenin hız kazandığı günümüz dünyasında, bir yerdeki çatışma veya sorun, diğer bölgelerde de istikrarsızlık yaratma ve küresel ölçekte yan etkiler doğurma potansiyeline sahiptir.”*³⁰⁷ Bu bakımdan Türkiye bölgesel sahiplenme vizyonu çerçevesinde Balkanlarda, Ortadoğu'da ve Afrika'daki tüm sorun ve krizler için siyasi, ekonomik ve insani çalışmalar yürütmektedir. Barış, istikrar ve güvenin tesis edilmesi için gerçekleştirilen bu çalışmalarda ise Türkiye insan odaklı dış politika yapmayı benimsemiştir.

Mevcut durum içerisinde Türk dış politikasının önemli bir boyutunu insan odaklı dış politika oluşturmaktadır. Türkiye'nin bölgesinde merkez ülke olabilmesi için gerçekleştirdiği aktif ve çok boyutlu diplomasinin dayanak noktasını insan odaklı dış politika oluşturmaktadır. Türkiye dış politikasını moral, etik, sorumluluk ve iyi

³⁰³ Soner Karagül, İbrahim Arslan, Türkiye'nin Afrika Açılım Politikası: Tarihsel Arka Plan, Stratejik Ortaklık ve Geleceği, **Uluslararası Hukuk ve Politika**, Cilt: 9, Sayı: 35, 2013, pp. 29.31.

³⁰⁴ Ekşi, op.cit., p. 148.

³⁰⁵ T.C Dışişleri Bakanlığı, “**2014 yılına girerken Dış Politikamız**”, p.157. (Çevrimiçi) http://www.mfa.gov.tr/site_media/html/2014-yilina-girerken-dis-politikamiz.pdf, 21 Kasım 2018.

³⁰⁶ T.C Dışişleri Bakanlığı, “**2016 yılı Başında Dış Politikamız**”, T.C Dışişleri Bakanlığı, p.6., http://www.mfa.gov.tr/site_media/html/2016-yili-basinda-dis-politikamiz.pdf, 21 Kasım 2018.

³⁰⁷ T.C Dışişleri Bakanlığı, **Sorularla Dış Politika**, (Çevrimiçi) <http://www.mfa.gov.tr/sorular.tr.mfa>, 12 Mayıs 2019.

niyet üzerine inşa etmiştir.³⁰⁸ Bu bağlamda, Türkiye'nin dönemin 64. hükümeti izlemiş olduğu dış politika yaklaşımını şöyle açıklamıştır. *“Türkiye pasif bir izleyici değil, inisiyatif ve sorumluluk alan bir ülkedir. Bölgemizdeki gelişmelere cevap üretmenin ötesine geçerek, küresel meselelerde pozisyonlarını belirlemiş olan Türkiye, insanların hak ve hukuk taleplerini merkeze koyan, ahlaki ve vicdanî yaklaşımı samimiyetle içselleştiren çok boyutlu dış politikasıyla, son derece çalkantılı bir dönemde unutulmuş veya dışlanmış mazlum halklar için bir ümit ışığı olmuştur.”*³⁰⁹

Türkiye'nin bu insan ve değer temelli dış politika vizyonu geleneksel diplomasi ile birlikte insanı referans alan ve tüm imkânların bu doğrultuda kullanılmasını sağlayan insani diplomasi uygulamalarını dış politikanın merkezi oturtmuştur.³¹⁰ Türkiye insani diplomasi yaklaşımını *“İrk, din, dil, köken ayırt etmeksizin, yakın çevremizden başlayarak, tüm dünyada açlıkla, yoksullukla, çatışmalarla, afetlerle ve diğer küresel sorunlarla mücadeleyi destekliyoruz. Bu anlayışla, başta en az gelişmiş ülkelerde yaşayanlar olmak üzere küresel düzeyde refahtan pay alma çabasında olan tüm insanlara yardımcı olmayı, onlarla kalkınma tecrübemizi paylaşmayı dış politikamızın temel öncelikleri arasında görüyoruz.”* şeklinde ifade etmiştir.³¹¹

Yakın dönemde ise Türkiye, dış politikadaki insani yaklaşımı ile ilgili bölgesel ve küresel somut hedef ve amaçlar belirlemiştir. Türkiye insani diplomasi politikasında bölgesel olarak Suriye, Irak, Filistin ve Afganistan'daki insani krizlerde acil ve insani yardım politikasını devam ettirirken, küresel olarak Birleşmiş Milletler Kalkınma Programlarının uygulanmasında işbirliğini sürdürmüştür.³¹²

³⁰⁸ Senem Çevik, **Uluslararası İlişkilerde İnsani Yardımlar: Kamu Diplomasisi Boyutu**, İstanbul, Stratejik Düşünce Enstitüsü Yayınları, 2015, p.56.

³⁰⁹ Anadolu Ajansı, **“T.C 64. Hükümet Programı Vizyoner ve Öncü Ülke”**, p.138. (Çevrimiçi)https://www.aa.com.tr/uploads/TempUserFiles/64.hukumet_programi.pdf, 9 Kasım 2019.

³¹⁰ T.C Dışişleri Bakanlığı, **“Beşinci Büyükelçiler Konferansı Sonuç Bildirisi”**, (Çevrimiçi) http://www.mfa.gov.tr/disisleri-bakani-sayin-ahmet-davutoglu_nun-besinci-buyukelciler-konferansi-kapsaminda-izmir-universiteler-platformu-tarafindan-d.tr.mfa, 18. Nisan 2018.

³¹¹ T.C 64. Hükümet Programı, **“Vizyoner ve Öncü Ülke”**, p.146. (Çevrimiçi) http://www.basbakanlik.gov.tr/docs/KurumsalHaberler/64.hukumet_programi.pdf, 18 Nisan 2018.

³¹² T.C Strateji ve Bütçe Başkanlığı, **“2019 yılı Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programı”** (Çevrimiçi)http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/2019_Yili_Cumhurbaskanligi_Yillik_Programi.pdf, 22 Mart 2019.

Öte yandan Türkiye dış politikasında insani diplomasiyi merkeze alan yaklaşımını 2018 yılında açıklanan 100 günlük icraat programında “*Kamu diplomasisi ve sosyal medya faaliyetleri yoluyla tanıtılmak üzere Dünyanın en büyük beşinci diplomatik ağıyla yürüttüğümüz Girişimci ve İnsani Dış Politikamıza yönelik bir plan hazırlanarak uygulamaya konulması*” şeklinde ifade etmiştir.³¹³

Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu ise Türkiye’nin belirlediği “girişimci ve insani dış politikasını” şu şekilde açıklamıştır:

*“Ülkemiz Sayın Cumhurbaşkanımızın liderliğinde artan imkân ve kabiliyetleri çerçevesinde, gerek yakın çevresinde gerek uluslararası düzeyde güvenlik, istikrar ve refahın sağlanması amacıyla, dış politikasını, kurucu felsefesini oluşturan Yurtta Barış, Dünyada Barış ilkesi doğrultusunda ve Girişimci ve İnsani bir yaklaşımla yürütmektedir. Bu yaklaşım kapsamında, dış politika gündemimizdeki tüm meselelere sorumluluk sahibi, insan odaklı, vicdani ve ilkeli bir anlayışla yaklaşılmakta; girişimlerimizin bölgesel ve uluslararası düzeyde olumlu ve somut sonuçlara yol açması, barış, istikrar ve sürdürülebilir kalkınmayı güçlendirecek şekilde yürütülmesi hedeflenmektedir.”*³¹⁴

Türkiye’nin insani diplomasinin uygulamalarının üç boyutu bulunmaktadır. Türkiye kendi vatandaşları, kriz bölgelerindeki insan odaklı yaklaşım, küresel düzeyde kapsayıcı insani yaklaşımdır.³¹⁵ Türkiye başta kendi vatandaşlarının sorunlarını çözmeye ve hayatlarını kolaylaştırmaya çalışmaktadır. Bu bağlamda Türkiye’nin liberal vize politikası yurt dışındaki kendi vatandaşlarının rahat hareket etmesini sağlamaktadır.³¹⁶

Türkiye’nin ikinci insani boyutu ise insan odaklı yaklaşımdır. Türkiye, bölgesel ve ulusal tüm sorun ve krizlerde sivillere yardım ve koruma hassasiyeti göstermiştir. Bu noktada “2004 sonunda meydana gelen Güneydoğu Asya depremi, 2005’teki Pakistan depremi, 2006’da Lübnan’da yaşanan insani krizde, 2008 yılının sonunda patlak veren Gazze Krizi, 2010 yılı başında meydana gelen Haiti ve Şili depremleri, aynı yıl Ağustos ayında Pakistan’da yaşanan sel, 2011 yılında meydana

³¹³ T.C Cumhurbaşkanlığı, **100 Günlük İcraat**

Programı,(Çevrimiçi)https://www.tccb.gov.tr/assets/dosya/100_GUNLUK_ICRAAT_PROGRAMI.pdf, 22 Mart 2019

³¹⁴ Mevlüt Çavuşoğlu, 2020 Yılına Girerken Girişimci Ve İnsani Dış Politikamız,

³¹⁵ Ahmet Davutoğlu, **Stratejik Derinlik**, İstanbul, Küre Yayınları, 100.baskı, 2001, p. 45.

³¹⁶ **Ibid.**, p.48.

gelen Japonya depremi” Somali’den Myanmar, Suriye krizinde, Ebola krizinde ve ülkelere istikrarlı şekilde yaptığı kalkınma yardımları ile kriz bölgelerindeki insani diplomasi faaliyetlerini devam ettirmektedir.

Türkiye, bölgesinde devam eden insani sorun ve krizlere olan çözüm anlayışını yakın dönemde de devam ettirmiştir.

Bu noktada Türkiye “2016 yılında insani yardımların milli gelire oranı 0,69 iken 2017 yılında bu oran 0,85’e ulaşmıştır. Bu sayede Türkiye insani yardımların milli gelire oranı bakımından birinci sırada olmaya devam ederken, sağladığı 7,3 milyar ABD doları insani yardım tutarıyla önceki yılda en fazla insani yardım yapan ABD’yi geride bırakarak en çok insani yardım yapan ülke olmuştur.”³¹⁷ 2019 yılında ise 8,3 milyar dolarlık insani yardımla Türkiye, dünyada en çok yardım yapan ülkelerden biri olmuştur.³¹⁸

Türkiye’nin üçüncü insani diplomasi uygulama alanı ise küresel düzeyde insani hassasiyetleri vurgulamak ve geliştirilmesini sağlamaktır. Özellikle Birleşmiş Milletler içerisindeki Güvenlik Konseyi’nin kararlarının tüm uluslararası toplumu bağlaması uluslararası karar alma süreçlerinde temsiliyet problemini ortaya çıkarmaktadır.³¹⁹ Bu noktada Türkiye BM’deki Arabuluculuk Dostlar Grubu³²⁰, Suriye Dostları Grubu³²¹ işbirlikleri ile küresel barışa hizmet etmesi ve insani hassasiyeti geliştirmeyi hedeflemektedir. Özellikle Suriye krizin çözülmesi ve diyalog çağrılarının oluşturulmasında Türkiye aktif rol almaktadır.³²²

³¹⁷ T.C Strateji ve Bütçe Başkanlığı, **op.cit.**, p.302.

³¹⁸ Development Initiatives, **Global Humanitarian Assistance Report 2019**, p.11 (Çevrimiçi) <http://devinit.org/wp-content/uploads/2019/09/GHA-report-2019.pdf>, 20 Mart 2020.

³¹⁹ A. Fusün Arsava, “**BM Güvenlik Konseyi’nin İnsan Haklarını Koruma Rolü ve Güvenlik Konseyi’nin Yetkilerinin Dayanağı ve Sınırları**”, Uluslararası Hukuk ve Politika, Cilt 4, No: 13, 2007, pp.3-7.

³²⁰ T.C Dışişleri Bakanlığı, “**Dışişleri Bakanı Çavuşoğlu BM Arabuluculuk Dostlar Grubu Toplantısına Eşbaşlık Yaptı**”, (Çevrimiçi) http://www.mfa.gov.tr/disisleri-bakani-cavusoglu_-bm_deki-arabuluculuk-dostlar-grubu-toplantisi_na-esbaskanlik-yapti.tr.mfa, 7 Mayıs 2018.

³²¹ T.C Dışişleri Bakanlığı, “**Suriye Halkının Dostları Grubu İkinci Konferansı Başkanlık Sonuçları**” (Çevrimiçi) http://www.mfa.gov.tr/chairman_s-conclusions-second-conference-of---the-group-of-friends-of-the-syrian-people-istanbul_-1-april-2012.tr.mfa, 12 Nisan 2018.

³²² T.C Dışişleri Bakanlığı, “**Suriye Ulusal Diyalog Kongresi Nihai Bildirisi**”, (Çevrimiçi) <http://www.mfa.gov.tr/suriye-ulusal-diyalog-kongresi-nihai-bildirisi.tr.mfa>, 7 Eylül 2018.

Denilebilir ki Türkiye mevcut hükümet doğrultusunda dış politikasında *merkez ülke olma, aktif ve çok boyutlu ve insan odaklı dış politika*³²³ yaklaşımlarıyla harmanlamıştır. Bu noktada Türkiye dış politikada hedeflerine ulaşmada ve küresel sorunların çözümünde insani diplomasiye kilit bir rol yüklemektedir.³²⁴

Aynı şekilde yakında dönemde Türkiye, diplomasinin farklı araçlarını kullanacağını kararlılıkla ifade etmiştir. Özellikle Türkiye'nin yakın coğrafyasında meydana gelen insani sorun ve krizlerle ilgili masada ve sahada olacağını belirtmektedir.

Türkiye'nin dış politikasındaki bu kararlılığı Cumhurbaşkanlığı Sözcüsü Kalın: *“Türkiye yumuşak ve sert gücün, siyasetin ve diplomasinin bütün imkânlarını kullanarak hem sahada, hem de masada olmaya devam edecek. Sayın Cumhurbaşkanımızın liderliğinde akıllı güç unsurları seferber edilmek suretiyle ülkemizin çıkarları, vatandaşlarımızın can ve mal güvenliği her satıhta, her vakitte teminat altına alınmaya devam edecek”* şeklinde ifade etmiştir.³²⁵

Öte yandan Türkiye'nin insani diplomasi araçlarını sahada uygulanması bakımından Acil Yardım ve Afet Durum Koordinasyon Başkanlığı(AFAD), Türk İşbirliği Koordinasyon Ajansı(TİKA) ve Türk Kızılay'ı adlı kurumlar vasıtasıyla gerçekleştirdiği resmi insani yardımlar bu politikayı doğrulamaktadır.

3.5.2 Türkiye'nin İnsani Yardım Uygulamalarına Yönelik Bulgular

Türkiye, insani krizlere paralel olarak farklı bölgelerde farklı kurumlar aracılığıyla insani yardımlarda bulunmaktadır. Hükümet bu resmi yardımları ise yardımların türlerine göre ve kurumların faaliyet alanlarına göre AFAD, TİKA ve Kızılay çerçevesinde gerçekleştirmektedir.

³²³ Yeşiltaş, Balcı, **Op.cit.** p. 3-7.

³²⁴ Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, **“İnsani Diplomasi Uluslararası İlişkilerin Anahtarı Olmalıdır.”**, (Çevrimiçi) <http://www.tccb.gov.tr/haberler/410/38699/insani-diplomasi-uluslararasi-iliskilerin-anahtari-olmalidir.html>, 9 Kasım 2018.

³²⁵ İbrahim Kalın, *“Türkiye yumuşak ve sert gücün, siyasetin ve diplomasinin bütün imkânlarını kullanarak hem sahada hem de masada olmaya devam edecek”*, **T.C cumhurbaşkanlığı Kurumsal İnternet Sayfası**, (Çevrimiçi) <https://www.tccb.gov.tr/haberler/410/101594/cumhurbaskanligi-sozcusu-kalin-turkiye-yumusak-ve-sert-gucun-siyasetin-ve-diplomasinin-butun-imk-nlarini-kullarak-hem-sahada-hem-de-masada-olmaya-devam-edecek->, 20 Mart 2019.

3.5.2.1. AFAD

2009 yılında üç farklı bakanlık bünyesinde bulunan sivil savunma müdürlüğü, “Afet İşleri Genel Müdürlüğü” ve “Türkiye Acil Durum Yönetimi Genel Müdürlüğü” kapatılarak yerine “Afet Acil Yönetimi Başkanlığı(AFAD)” kurulmuştur. Türkiye’deki afet ve acil durumlarda sistemli ve planlı hareket etmek amacıyla kurulan AFAD’ın görev tanımını şöyle yapmıştır:

*“ Afetlerin önlenmesi ve zararlarının azaltılması, afetlere müdahale edilmesi ve afet sonrasındaki iyileştirme çalışmalarının süratle tamamlanması amacıyla gereken faaliyetlerin planlanması, yönlendirilmesi, desteklenmesi, koordine edilmesi ve etkin uygulanması için ülkenin tüm kurum ve kuruluşları arasında işbirliğini sağlayan, çok yönlü, çok aktörlü, bu alanda kaynakların rasyonel kullanılmasını gözeten, faaliyetlerinde disiplinler arası çalışmayı esas alan iş odaklı, esnek ve dinamik yapıda teşkil edilmiş bir kurumdur.”*³²⁶ Böylece afetlere karşı dirençli toplum oluşturma misyonlarını yerine getireceklerdir.

2018 yılında 2 milyar 265 milyon bütçesiyle AFAD, “afetlere karşı dirençli toplum oluşturma” misyonu çerçevesinde “sürekli gelişen ve öğrenen bir kurum olmak, risk odaklı afet yönetim sistemi kurmak, afetlere hazırlık için eğitim seferberliği oluşturmak gibi amaçları bulunmaktadır.” AFAD’ın diğer bir amacı uluslararası alanda öncü bir kurum olmaktır. Bu bağlamda AFAD, her geçen yıl uluslararası insani yardımlardaki performansını arttırmaya çalışmaktadır.

³²⁶ AFAD, “AFAD Hakkında”, (Çevrimiçi) <https://www.afad.gov.tr/TR/IcerikDetay.aspx?ID=1>, 21 Nisan 2019.

Resim 3.1 İran'a Yönelik İnsani Yardım Faaliyetleri



Kaynak: AFAD, “İran’da Türkiye sınırı yakınlarında meydana gelen 5,9 büyüklüğündeki deprem sonrası Van ilimize ulaştırılan yardımlar” (Çevrimiçi) <https://bit.ly/39nYyQF>, 25 Şubat 2020.

2018 yılında Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile birlikte İçişleri Bakanlığı’na bağlanan AFAD, Yurt içinde deprem, heyelan, su baskını gibi doğal afetlerle mücadele ederken, dünyadaki her yerinde iç savaş, çatışma, yoksulluk, doğal afetler gibi nedenlerde zor durumda kalan 45 ülkeye uluslararası insani yardımlar gerçekleştirmektedir.³²⁷

AFAD, bu insani yardımların büyük bir çoğunluğunu ise Suriyeli sığınmacılara yapmaktadır. Yaklaşık 3 milyon Suriyeli sığınmacının bulunduğu Türkiye’de, AFAD sığınmacıların temel gıda, barınma, eğitim ve sağlık hizmeti desteğinde bulunmaktadır.³²⁸ Özellikle AFAD’ın barınma merkezlerinde bulunan toplam

³²⁷ AFAD, **2014 yılı İdare Faaliyet Raporu**, Ankara, p.4., (Çevrimiçi) <https://www.afad.gov.tr/kurumlar/afad.gov.tr/3903/xfiles/idarifaaliyetraporu.pdf>, 21 Nisan 2019.

³²⁸ AFAD, “**Suriyeli Sığınmacılara Yapılan Yardımlar**”, (Çevrimiçi) https://www.afad.gov.tr/upload/Node/2373/files/Suriyeli_Siginmacilara_Yapilan_Yardimlar+7.pdf, 01 Ocak 2019

80.742³²⁹ çocuğu eğitime kazandırması insani krizin etkilerinin azaltılmasında önemli bir role sahiptir.

Öte yandan sığınmacıların sağlık hizmetlerinde de kapsayıcı bir insani destekte bulunan AFAD, “Suriye ve Iraklı sığınmacıların tedavileri kapsamında 953.466 bin ameliyat gerçekleştirildi; 1.143.393 yatan hasta ve 25.919.750 milyon poliklinik hizmeti”³³⁰ sağlamıştır. AFAD’ın gerçekleştirdiği bu kapsamlı insani yardımlar Türkiye’nin insani diplomaside bir aktör olmasını katkı sağlamaktadır.

3.5.2.2. TİKA

Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA), 1992 yılında “yeni kurulan Türk Cumhuriyetlerinin yeniden yapılanma, uyum ve kalkınma ihtiyaçlarına cevap verebilmek amacıyla” kurulan TİKA dünya’nın birçok yerindeki ülkeye kalkınma yardımları sağlamaktadır. 90’lı yıllarda TİKA’nın temel amacı yeni Türk Cumhuriyetlerin uluslararası toplum tarafından tanınması ve “Türk Cumhuriyetlerinin kendi sosyal yapısını üretmesi, kendi kimliğini sağlıklı bir şekilde inşa etmesi, kültürel ve siyasi hakların gelişmesi, teknik alt yapı konusunda eksiklerin giderilmesi”³³¹ olarak tanımlanmıştır. Böylece Türki Cumhuriyetlerle var olan sosyal ve kültürel bağların geliştirilmesi hedeflenmiştir.

Resim 3.2 Karadağ’a Yönelik Kalkınma Yardımı



³²⁹ Ibid.

³³⁰ Ibid.

³³¹ TİKA, “Hakkımızda”, (Çevrimiçi) <http://www.tika.gov.tr/tr/sayfa/hakkimizda-14649>, 4 Mayıs 2019.

Kaynak:TİKA, “TİKA’dan Karadağ Biyelo Polye Devlet Hastanesine Destek”
https://twitter.com/Tika_Turkey/status/1234902280153026560, (Çevrimiçi), 2 Mart 2020.

2000 sonrası Türki Cumhuriyetlerindeki ekonomik ve sosyal alt yapılarının gelişmesine paralel olarak Türkiye, dış politikada çok yönlü ve proaktif bir yaklaşım benimsenmiştir. Bu çerçevede Türkiye, Dünya’da ve bölgesinde önemli bir aktör olma hedefi doğrultusunda faaliyet coğrafyasını genişletmiştir.³³² 2011 yılında kurumsal yapısında yeniden yapılanan TİKA, Balkanlarda, Ortadoğu’da ve Afrika’da hizmet veren TİKA’nın özellikle idari ve fiziki alt yapı çalışmalarına kullanılmaktadır.

TİKA, Türkiye’nin proaktif dış politikasının en önemli araçların biri olarak tanımlanmaktadır. Bu noktada Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi sonrası TİKA’nın faaliyetlerinden sorumlu Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy TİKA’nın Türk dış politikasındaki yerini şöyle açıklamıştır : *“Türkiye başta Suriye krizinde gösterdiği yaklaşım olmak üzere, çeşitli vesilelerle tüm toplumların sıkıntılarından kurtulması ve refaha ulaşması yolunda samimiyetini göstermeye devam etmektedir. OECD verilerine göre dünyada milli gelirine oranla en çok insani yardım ve yine milli gelirine oranla en çok insani kalkınma yardımı yapan ülke Türkiye’dir.”*³³³

³³² Ibid.

³³³ TİKA, 2019 Faaliyet Raporu, p.9.,
(Çevrimiçi)<https://www.tika.gov.tr/upload/2020/02/T%C4%B0KA%20FAAL%C4%B0YET%20RAPORU%202019/TIKAFaaliyet2019WebKapakli.pdf>, 10 Mart 2020.

Resim 3.3 Tacikistan’da Kurulan Çağdaş Diyabet Okulu



Kaynak: TİKA, “TİKA, Tacikistan’da çağdaş diyabet okulu kurdu” https://twitter.com/Tika_Turkey/status/1234429983302483969/photo/1, (Çevrimiçi), 3 Mart 2020.

Türkiye, bir yandan ülkelerde siyasi ilişkilerini geliştirirken, öte yandan dış yardımlarını oranı giderek artmıştır. TİKA ise Türkiye’nin kalkınma yardımlarında önemli bir aktör olmasını sağlamıştır. Türkiye, pro-aktif dış politikasına bağlı olarak 2013 yılında³³⁴ 1,816 proje gerçekleştirmiştir.³³⁵

3.5.2.3. Kızılay

*“Varlığı zamanla sınırlı olmayan ve Türkiye Cumhurbaşkanının yüksek himayeleri altında bulunan”*³³⁶ Türk Kızılay Derneği 1868 yılında "Mecruhin ve Mardayı Askeriyeye İmdat ve Muavenet Cemiyeti" adı altında kurulmuştur. Tarihsel süreç içerisinde birçok farklı ihtiyaca cevap veren Kızılay, kuruluş amacını şöyle açıklamaktadır:

³³⁴ TİKA en son 2013 yılında faaliyet raporu yayınladığı için 2013 verileri kullanılmıştır. (Çevrimiçi) http://www.tika.gov.tr/tr/yayin/liste/tika_faaliyet_raporlari-22, 9 Mayıs 2018.

³³⁵ Türk İşbirliği Ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı, “TİKA’nın Kuruluş Amacı ve Görevleri”, Faaliyet Raporu, 2013, p. 16., (Çevrimiçi) <http://www.tika.gov.tr/upload/oldpublication/faaliyet-raporu-2013.pdf>, 22 Nisan 2018.

³³⁶ Resmi Gazete, **Türkiye Kızılay Derneği Tüzüğü**, 19 Şubat 2009, Sayı:27146, (Çevrimiçi) <http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/02/20090219.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/02/20090219.htm>, 24 Nisan 2018.

*“Her koşulda, yerde ve zamanda, hiçbir ayırım yapmaksızın, her ne sebeple ortaya çıkarsa çıksın insan ızdırabını dindirmek amacıyla, korunmasız insanlara yardım etmek, insan hayatını ve sağlığını koruyarak onun kişiliğine saygı gösterilmesini sağlamak ve insanlar arasındaki karşılıklı anlayışı, dostluğu, saygıyı, işbirliğini ve sürekli barışı geliştirmeye destek olarak insan onurunu korumaktır.”*³³⁷

*“Kızılay, insanlık, ayırım Gözetmemek, tarafsızlık, bağımsızlık, gönüllü hizmet, birlik, evrensellik ilkeleri”*³³⁸ *“çerçevesinde sağlık, acil ve sosyal yardım, kan ihtiyacının giderilmesi, göç ve mülteci sorunlarıyla ilgilenmektedir. Aynı zamanda, uluslararası alanda küresel bir aktör olma hedefi doğrultusunda “dil, din, ırk ayrımı gözetmeden dünyanın birçok ülkesine yardım etmektedir.”*³³⁹

Günümüzde Kızılay, uluslararası alandaki insani krizlerin çözümünde insani yardımları ile ön plana çıkmaktadır. Bununla birlikte, Kızılay Genel Başkanı Veli Kınık, *“Kızılay’ın insani sorunların çözümünde çatışma çözümleme, insani arabuluculuk, barışın tesis edilmesi, güven artırıcı tedbirler gibi uluslararası insani diplomasi alanında aktör olacağını”*³⁴⁰ belirtmiştir.

Resim 3.4 Suriye İnsani Yardım Faaliyetleri



³³⁷ Ibid.

³³⁸ Türk Kızılay, **Türk Kızılay 2016-2020 Stratejik Plan**, p.3., (Çevrimiçi) [https://www.kizilay.org.tr/Upload/Editor/files/T%C3%BCrk%20K%C4%B1z%C4%B1lay%C4%B1%202016-2020%20Stratejik%20Plan%C4%B1\(1\).pdf](https://www.kizilay.org.tr/Upload/Editor/files/T%C3%BCrk%20K%C4%B1z%C4%B1lay%C4%B1%202016-2020%20Stratejik%20Plan%C4%B1(1).pdf), 24 Nisan 2019.

³³⁹ Kızılay: **“Neler Yapıyoruz”**, (Çevrimiçi) <https://www.kizilay.org.tr/neler-yapiyoruz>, 7 Temmuz 2019.

³⁴⁰ Anadolu Ajansı, **“Türk Kızılayı 'insani diplomasi'de güçlü aktör olacak”**, (Çevrimiçi) <http://aa.com.tr/tr/turkiye/turk-kizilayi-insani-diplomaside-guclu-aktor-olacak/542328>, 24 Nisan 2019.

Kaynak: Kızılay, “Suriye İnsani Yardım Faaliyeti”, (Çevrimiçi),
<https://twitter.com/Kizilay/status/1206484045829459968/photo/>, 2 Mart 2020.

Aynı şekilde Türk Kızılay’ı 2016-2020 Stratejik Planında insani diplomasi ve küresel insani yardımlar ile ilgili ulaşmak istediği amaç ve hedeflerini net bir şekilde belirtmiştir. Türk Kızılay’ı 2020 yılına kadar insani diplomasi alanında insani krizlerde diğer küresel insani aktörlerle işbirliği içerisinde önemli bir aktör olmayı hedeflemektedir. Bu hedefi ise Türk Kızılay’ı insani sorunların çözümünde kapsayıcı ve bütünlük bir yaklaşımla hareket edilmesi gerektiğinin de altını çizmektedir.³⁴¹

Kızılay, doğal afet, kuraklık, yoksulluk, sel, savaş, iç çatışma gibi koşullarda zor durumda kalan insanların ihtiyaçlarını karşılamak için dünya üzerinde birçok farklı ülkeye yardım etmektedir. 2008-2019 yılları arasında Kızılay’ın gerçekleştirdiği uluslararası insani yardımlar şu şekildedir.

Tablo 3.1 Kızılay’ın Uluslararası İnsani Yardımları (2008-2019)

Ülke	Yardım Nedeni	Yardım Yılı
Filistin	Savaş, Yoksulluk	2008-2015
Kırgızistan	Etnik iç çatışma	2010
Özbekistan	Etnik iç çatışma	2010
Pakistan	Deprem	2010
Haiti	Deprem	2010
Somali	Açlık, Kuraklık	2011
İran	Deprem	2012
Moritanya,	Yoksulluk	2013
Senegal	Yoksulluk	2013
Nijer	Yoksulluk	2013

³⁴¹ Türk Kızılay, **Türk Kızılay 2016-2020 Stratejik Plan**, p. 14.

Filipinler	Deprem	2012
Bangladeş	Yoksulluk, Dini atışma	2012
Afganistan	Sel	2014
Irak	İç çatışma	2014
Bosna Hersek	Sel	2014
Suriye	İç çatışma, g	2012-2019

Kaynak: Kızılay, **Raporlar**, <https://www.kizilay.org.tr/Raporlar>, “T.C Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulu, **Türkiye Kızılay Derneğinin 2010, 2011 ve 2012 Yıllarına İlişkin Faaliyet ve İşlemlerinin Denetimi**”, 2014, p.921., <https://www.tccb.gov.tr/assets/dosya/20140130-2014-01.PDF>, 22 şubat 2019

Yukarıdaki tabloya göre Kızılay birçok farklı bölgeye yardımda bulunmaktadır. Kızılay insani yardım türü bakımından sel, deprem gibi doğal afetlerde acil yardım; yoksulluk, açlık, iç çatışma, g gibi kronik sorunlarda kalkınma yardımlarını da kapsayan uzun süreli yardımlarda bulunmaktadır. Yardımların bölgesel dağılımı açısından en fazla yardımın Ortadoğu ve Afrika lkelerindeki ülkelere yapıldığı görülmektedir.

Yardımların nedeni incelendiği zaman, acil yardımlarda tüm bölgelere yardımda bulunan Kızılay, yoksulluk, açlık ve kuraklık gibi kronik sorunlarda Ortadoğu ve Afrika bölgelerine yoğunlaşmaktadır. Ayrıca Suriye krizinin devam etmesi sebebiyle yardımlar devam etmektedir.³⁴² Bu durum Kızılay’ın bölgesel ve küresel insani krizlerdeki aktif bir politika uyguladığını ancak bölgesel sorunlara daha fazla yoğunlaştığını göstermektedir.

Gelecek dönemlerde de Kızılay, insani diplomasi çalışmalarına ağır vereceğini belirtmiştir. Bu noktada Türk Kızılay’ı 2016-2020 Strateji Planı’na göre Kızılay insani krizlerdeki mağduriyeti azaltmak amacıyla btcesinin %30’unun

³⁴² T.C Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulu, **Türkiye Kızılay Derneğinin 2010, 2011 ve 2012 Yıllarına İlişkin Faaliyet ve İşlemlerinin Denetimi**, 2014, p.921.,(evrimii)<http://www.memurlar.net/common/news/documents/456926/20140130-2014-01.pdf>, 9 Kasım 2019.

uluslararası insani diplomasi ve insani yardım faaliyetlerine ayırmayı hedeflemektedir.³⁴³

Aynı şekilde, Türk Kızılayı 2016-2020 Strateji Planı'na göre insani diplomasi alanındaki amaçlarını “ *İnsani diplomasi ve uluslararası insani yardım faaliyetleriyle zarar görebilirliği ve afetlerdeki mağduriyeti azaltmaya katkıda bulunmak, bu yöndeki katkısını artırarak Uluslararası Kızılay/Kızılhaç hareketinde önde gelen aktörlerden olmak*”³⁴⁴ şeklinde açıklamıştır.

Kızılay devlete bağlı diğer kurumlarla işbirliği içerisinde çalışmaktadır. Kızılay, afetlerde etkin mücadele edebilmek amacıyla kurulan AFAD'la yakın işbirliği içerisinde. Günümüzde Kızılay, AFAD'ın ana çözüm ortakların biridir.³⁴⁵

Türk Kızılay'ın faaliyetleri Türkiye'nin dış politikası ile yakından ilişkilidir. Bu konuda Cumhurbaşkanı Erdoğan ise “*Kızılay'ımızı daha da yaygınlaştıracğız. Daha yaygın bir coğrafyada Kızılay'ımızın etki alanını geliştireceğiz.*”³⁴⁶ şeklinde Kızılay'a olan desteğini göstermiştir.

Türk Kızılay'ı bir yandan uluslararası insani yardımlar ve destekler gerçekleştirirken bir yandan da Türkiye'nin küresel bir insani aktör olması yolunda uluslararası sivil toplum kuruluşları ile stratejik iş birlikteliklerini güçlendirmektedir.

Bu noktada, İslam İşbirliği Teşkilatı (İTT) bölgesinde bulunan Kızılhaç ve Kızılay derneklerini bir araya getiren Türk Kızılay'ı OIC Red Network'ün kurulmasını sağlayarak Türkiye'nin bölgesel bir insani aktör olması için önemli bir adım atmıştır. İlk zirvesini Ocak 2019 tarihinde gerçekleştirilen OIC Red Network İTT bölgesindeki insani kriz ve sorunların ortak koordinasyon ve işbirliği ile hızlıca çözümlenmesini hedeflemektedir.³⁴⁷

³⁴³ Türk Kızılay 2016-2020 Stratejik Plan, **op.cit.**, p. 10.

³⁴⁴ **Ibid.**, p.14.

³⁴⁵ Sabah, “**Güçlü Türkiye'nin Yardım Yüzüğü**”, (Çevrimiçi)

<http://www.sabah.com.tr/gundem/2016/04/11/guclu-turkiyenin-yardim-yuzuyuz>, 17 Nisan 2019.

³⁴⁶ Doğan Haber Ajansı, “Erdoğan Türk Kızılayı Genel Kurulu'nda konuştu”,

http://www.dha.com.tr/erdogan-turk-kizilayi-genel-kurulunda-konustu_1186729.html, 24.04.2018.

³⁴⁷ Türk Kızılay, “**İnsani Yardım Sektöründe Tarihi Buluşma OIC Network**”, (Çevrimiçi)

<https://www.kizilay.org.tr/Haber/KurumsalHaberDetay/4559>, 15 Mart 2019

İslam İşbirliği Teşkilatı üye ülkelerde Kızılay ve Kızıllaçlar yanında uluslararası diğerk STK'larında da katıldığı zirvede Türk Kızılay Başkanı Kınık, OIC Red Netwok'un amacını:

*“İşbirliğini ve bilgi alışverişini artırmak, sorunlara ortak çözüm aramak, birbirimizle sıkıntılarımızı ve kaynaklarımız paylaşmak, İİT'nin bünyesindeki politik mekanizmalara etki ederek insani sorunları gündeme getirmek, Birleşmiş Milletlerden sonra dünyanın en büyük teşkilatı olan İİT bünyesinde Kızılay ve Kızıllaç hareketini daha fazla görünür kılmak”*³⁴⁸ şeklinde ifade etmektedir.

Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın insani krizlerin çözümü için yapmış olduğu “vicdan” çağrısının bir sonucu olarak kurulan bu insani ağ, Türkiye'nin dış politikasında ifade ettiği “girişimci ve insani bir dış politika” yaklaşımını bölgesinde uygulamaya başladığını göstermektedir.³⁴⁹ Tüm bu açıklama, yaklaşım ve uygulamalar Türkiye'nin dış politikası ile Türk Kızılay'ı arasındaki ilişkiyi ve dış politikada Türk Kızılay'ına yüklenen rolü göstermektedir.

3.5.3 The Soft Power 30

Yumuşak gücün üç temel kaynağı bulunmaktadır. Bunlar politik değerler, kültür ve dış politikadır.³⁵⁰ The Soft Power 30, yumuşak gücün bu 3 dinamiğini temel olarak ülkeleri eğitim, teknoloji, ekonomi, kültür, etkileşim ve uluslararası oylama gibi 7 farklı kategoriye göre analiz etmekte ve ülkelerin yumuşak güç kapasitelerini sıralamaktadır. Bu noktada, The Soft Power 30, ülkelerin yumuşak güç kapasitelerini nesnel ve öznel metriklere göre ayrı ayrı hesaplayarak ortak bir indekste değerlendirmektedir.

İndeks nesnel metriklerde hükümet faaliyetlerine odaklanırken öznel bir metrik olan uluslararası oylamada ise 25 farklı ülkede gerçekleştirdiği anketler üzerinden

³⁴⁸ Türk Kızılay, “İİT Bölgesindeki “Ulusal Dernekler İşbirliği Ağı-OIC Red Network” İstanbul'da kuruldu”, (Çevrimiçi) <https://www.kizilay.org.tr/Haber/KurumsalHaberDetay/4563>, 15 Mart 2019

³⁴⁹ T.C Dışişleri Bakanlığı, “Türkiye'nin Girişimci ve İnsani Dış Politikası”, (Çevrimiçi), (Çevrimiçi) <http://www.mfa.gov.tr/dis-politika-genel.tr.mfa>, 12 Şubat 2019

³⁵⁰ Nye, **Soft Power: The Means To Success In World Politics**, PublicAffairs, 2005, p.

sıralama yapmaktadır. ³⁵¹ İndekste metrikler açısından ağırlık ise %70 objektif metriklere verilmişken %30'u ise öznel metriğin ağırlığı bulunmaktadır.³⁵² Bu durum, indekstin görece nesnelliğinin sağlanması bakımından önem arz etmektedir.

The Soft Power 30, Facebook, İngiliz siyasi danışmanlık ve halkla ilişkiler ajansı olan Portland ve kamu diplomasisi çalışmaları ile ön plana çıkan Güney Kaliforniya Üniversitesi Kamu Diplomasisi Merkezi'nin ortak çalışmaları ile 2015 yılından beri her yıl düzenli olarak yayınlanmaktadır.³⁵³

1990 yılında Soft Power kavramının yaratan Joseph Nye, bu çalışmanın sonuçlarını *“küresel yumuşak gücün durumunu açıklayan, çalışmalarda kullanılabilir en açık fotoğraf”* ³⁵⁴ olarak tanımlamaktadır. Kavramın kurucusu Nye tarafından Soft Power 30 için yapılan bu tanımlama, indekstin nesnel ve öznel verileri bir arada toplaması, günümüz dijital iletişim ağı olan sosyal medyayı da baz alması ve küresel yumuşak gücün ülkeler arasında dağılımının değerlendirilmesi bakımından önemli bir kaynak teşkil ettiğini göstermektedir.

Öte yandan, The Soft Power 30'un hazırlanmasında rol oynayan Portland Halkla İlişkiler ajansı sahibinin bir dönem Birleşik Krallık Hükümeti ve Tony Blair ile politik ilişkilerinin bulunması, günümüzde Brexit³⁵⁵ iletişim sürecini yürütmesi; Birleşik Krallığın indekslerin birçoğunda ilk 3 içerisinde yer alması da indeksi tartışmaya açık bir hale getirmektedir.³⁵⁶ Ayrıca Portland şirket misyonunu *“ülkelerin ve liderlerin itibarlarının inşa edilmesi, korunması ya da karar alıcıların etkilenecek*

³⁵¹ The Soft Power 30, **“What is Soft Power”**, (Çevrimiçi) <https://softpower30.com/what-is-soft-power/>, 14 Mart 2019

³⁵² **Ibid.**,

³⁵³ The Soft Power 30: **“Find Out More”**, <https://softpower30.com/find-out-more/>, 2 Nisan 2019.

³⁵⁴ The Soft Power 30, A Global Ranking of Soft Power 2015, **“Foreword”**, p.7., (Çevrimiçi) https://portland-communicationp.com/pdf/The-Soft-Power_30.pdf, 7 Mayıs 2019.

³⁵⁵ The New York Times, **“What Is Brexit? A Simple Guide to Why It Matters and What Happens Next”** (Çevrimiçi), <https://nyti.ms/2CXslRB>, 20 Eylül 2019

³⁵⁶ Bloomberg, **Company Overview of Portland Ltd**, (Çevrimiçi) <https://www.bloomberg.com/research/stocks/private/snapshot.asp?privcapId=192143578>, 14 Mart 2019

kamu politikalarını biçimlendirmek”³⁵⁷ olarak tanımlamaktadır. Bu durum akıllardaki soru işaretlerinin kuvvetlenmesine neden olmaktadır.

İndeks içerisinde, ülkeler hakkında bilgiler verilmekte ve ülkelerin sıralama sonuçları nedenleriyle birlikte açıklanmaktadır. The Soft Power 30 Index’in metrik ve değerlendirmelerinden yola çıkarak diyebiliriz ki indeks uluslararası yumuşak gücün devletlerarası dağılımının ölçülmesi ve devletlerin yumuşak güç kaynaklarının incelenmesi açısından anlamlı bir çıktı olarak değerlendirilmektedir. Aynı şekilde, indeksin yöntem ve ölçüm tekniklerinin şeffaf olması devletlerin hangi kriterlere göre yumuşak güç kapasitesini arttırabileceği ile ilgili de önemli ip uçları vermektedir.

Tablo 3.2 2015-2019 Ülkelerin Yumuşak Güç Sıralaması

Sıralama	2015	2016	2017	2018	2019
01	İngiltere 75.61	ABD 77.96	Fransa 75.75	İngiltere 80.55	Fransa 80.28
02	Almanya 73.89	İngiltere 75.97	İngiltere 75.72	Fransa 80.14	İngiltere 79.47
03	ABD 73.68	Almanya 72.60	ABD 75.02	Almanya 78.87	Almanya 78.62
04	Fransa 73.64	Kanada 72.53	Almanya 73.67	ABD 77.80	İsveç 77.41
05	Kanada 71.7	Fransa 72.14	Kanada 72.50	Japonya 76.22	ABD 77.40
06	Avustralya 68.92	Avustralya 62.29	Japonya 71.66	Kanada 75.70	İsviçre 77.04
07	İsviçre 67.52	Japonya 67.78	İsviçre 70.45	İsviçre 74.96	Kanada 75.89
08	Japonya 66.86	İsviçre 67.78	Avustralya 70.15	İsveç 74.77	Japonya 75.71

³⁵⁷ Vice, “A Former Blair Advisor Who Runs a PR Firm with Dodgy Clients Gave a Major Donation to Change UK” (Çevrimiçi), https://www.vice.com/en_uk/article/pajk9m/a-former-blair-advisor-who-runs-a-pr-firm-with-dodgy-clients-gave-a-major-donation-to-change-uk, 12 Eylül 2019

09	İsveç 66.49	İsveç 66.97	İsveç 69.32	Hollanda 73.99	Avustralya 73.16
10	Hollanda 65.21	Hollanda 64.14	Hollanda 64.14	Avustralya 72.91	Hollanda 72.03

Kaynak: The Soft Power 30, **Country Years**, (Çevrimiçi),
https://softpower30.com/?country_years=2017%2C2018%2C2019, 12 Ekim 2019

Yukarıdaki Tablo 3.2’de ülkeler yumuşak güç kapasiteleri bakımından en yüksekten düşüğe doğru yıllara göre sıralanmıştır. Ülkeler arası sıralamada yumuşak güç açısından ilk 10 ülke temel alındığında dünya üzerinde devletlerin yumuşak güçlerini derinden değiştirecek bir olay, durum ya da şartların oluşmadığını söylemek mümkündür. Coğrafi olarak ise yumuşak güç sıralamasında yoğun olarak Kuzey Amerika, Batı Avrupa ve Asya Pasifik bölgesinin yumuşak güç sıralamasında başı çektiği görülmektedir.

Aynı şekilde, Tablo 3.2’deki yumuşak güç sıralamasına göre İngiltere ve Fransa küresel yumuşak güç kaynaklarına sahip olma noktasında başı çekerken onu sırasıyla Almanya ve ABD takip etmektedir. İngiltere ve Fransa’nın göreceli lider konumu, yumuşak gücün sivil toplum ve özel sektör tarafından yönetilmesinden kaynaklanmaktadır.³⁵⁸

Almanya ise yumuşak güç kaynakları bağlamında Avrupa Birliği’ndeki başat rolü, kaliteli ürün üretimi, mühendislik teknolojisi ve sağlam ekonomisiyle öne çıkmaktadır. ABD ise Amerikan kültürü, teknolojik öncülük ve uluslararası öğrenci kabulüyle ön plana çıkmaktadır. Bununla birlikte ABD dış politikasına olan muhalefet eğilimi 2016 yılı hariç ABD’nin başı çekememesine neden olmuştur.³⁵⁹ Tüm bu sonuçlar, diğerlerini etkileyerek arzu edilen çıktıların elde edilmesini sağlayan

³⁵⁸ The Soft Power 30, **A Global Ranking of Soft Power 2019** , pp. 41-42.
(Çevrimiçi)<https://softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf>, 6 Şubat 2019.

³⁵⁹ **Ibid.**, pp. 43-44.

yumuşak gücün farklı kaynaklarını ve bu kaynakların diğerleri tarafından algılanış biçimini yansıtmaktadır.

Öte yandan, 2015-2019 yılları arasındaki ülkelerin yumuşak güç sıralaması incelendiğinde ülkelerin yumuşak güç puanlarında ciddi değişimlerin olmadığı görülmektedir.³⁶⁰ Sadece teknoloji, eğitim, kültür gibi alt metriklere göre gerçekleştirilen sıralamalarda önemli yükseliş ya da azalışların olduğunu söylemek mümkündür. Bu durum, ülkelerin yumuşak güç kapasitesinin artmasının ya da azalmasının uzun bir süreç olduğuna işaret etmektedir. Bir başka deyişle; ülkelerin “algılanma”, değiştirme ve ikna etme potansiyeli, farklı parametrelere göre değişen sürdürülebilir bir stratejiye bağlıdır.³⁶¹

Türkiye 2015-2019 yılları arasındaki genel yumuşak güç sıralamasında dengeli bir yükseliş sağlayamamıştır. 2016 ve 2018 yıllarında ilk 30 ülke içerisinde yer alamayan Türkiye, 2015 yılında 28’inci, 2017 yılında 30’uncu ve 2019 yılında ise 29’uncu olmuştur.³⁶²

Aşağıdaki Resim 3.1’de görüldüğü gibi Türkiye yumuşak güç kapasitesini “eğitim”, “kültür” ve “girişim” gibi alt metriklerde yükseltememişken “dijital” ve “etkileşim” alt metriklerinde ise Türkiye, yüksek bir gelişme kaydederek yumuşak güç sıralamasında üst sıralara yerleşmiştir. Türkiye’nin son yıllarda özellikle “etkileşim” ve “Digital” indekslerinde ciddi bir performans artışı gözlemlenmektedir.³⁶³

2015 yılında yayınlanan The Soft Power 30 raporuna göre Türkiye, kendi diplomatik ağ yapısı, sosyal medyadaki uluslararası kamuoyu ve yabancı halklarla bağ kurma noktasında ilk sıralarda yer alamamıştır. Bu durum, devletin farklı kurumlarının sosyal medyadaki varlıkları ve mesaj trafiğinin artması ve buna bağlı olarak da dijital mecralardaki yabancı kullanıcılar ile kurulan bağ ile doğru orantılıdır.³⁶⁴

³⁶⁰ The Soft Power 30, **Country Years**, (Çevrimiçi), (Çevrimiçi)

https://softpower30.com/?country_years=2017%2C2018%2C2019, 12 Ekim 2019

³⁶¹ Özkan, 21. **Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye’nin Kamu Diplomasisi İmkânları**, p.12, (Çevrimiçi) <https://www.abdullahozkan.com/wp-content/uploads/2019/01/Kamu-Diplomasisi-ve-T%C3%BCrkiye.pdf>, 12 Nisan 2019

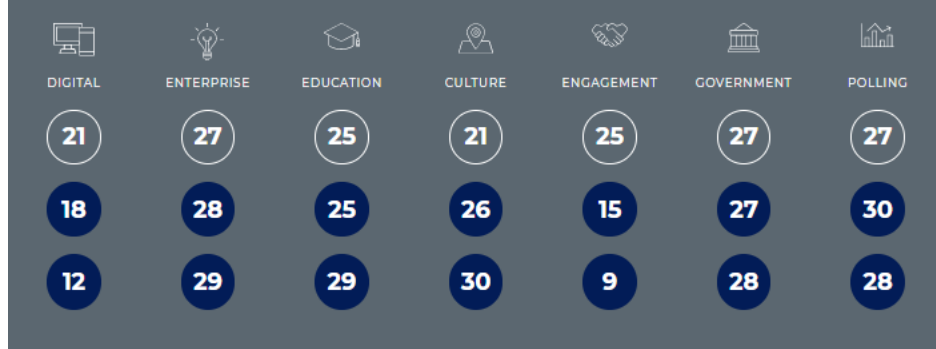
³⁶² The Soft Power 30, **Turkey Country Years**, (Çevrimiçi),

https://softpower30.com/country/turkey/?country_years=2015%2C2017%2C2019, 02 Kasım 2019

³⁶³ **Ibid.**

³⁶⁴ The Soft Power 30, **A Global Ranking of Soft Power 2015**, pp.30-35.

Resim 3.5 2015-2019 Türkiye Yumuşak Güç Sıralaması



Kaynak: The Soft Power 30, “Turkey Country Years”, (Çevrimiçi), https://softpower30.com/country/turkey/?country_years=2015%2C2017%2C2019, 02 Kasım 2019

2017 yılındaki The Soft Power 30 raporunda ise Türkiye’nin yumuşak güç indeksinde ilk 30 içerisinde yer almasında “etkileşim”³⁶⁵ metriğinin etkili olduğu belirtilmiştir. Özellikle Türkiye’ye milyonlarca sığınmacının yerleştirilmesi ve bu mültecilerin ihtiyaçlarının karşılanmasındaki gönüllü çalışmaları ile sorunların çözümü için daimi olarak uluslararası kuruluşlarla yaptığı işbirliklerinin etkili olduğunun altı çizilmiştir. Ayrıca Türk Hava Yolları gibi güçlü bir ulus marka elçisi üzerinden gerçekleştirilen faaliyetlerin de Türkiye’nin yumuşak gücüne olumlu yansıdığı belirtilmiştir.³⁶⁶

2019 yılındaki raporda ise Türkiye’nin sosyal medyadaki dijital diplomatik ağ yapısının uluslararası etkileşimin arttırılmasına önemli katkılar sağladığı belirtilmiştir. Özellikle Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın sosyal medyadaki uluslararası takipçilerinin Türkiye’nin “dijital” sıralamadaki yumuşak güç performansını arttırdığı ifade edilmiştir. Aynı şekilde, Türk bakanlık, büyükelçilik ve konsoloslukların da sosyal medyadaki etkileşimi arttırdığı tespit edilmiştir.³⁶⁷

Buna karşın 2019 yılında Türkiye’nin yumuşak güç sıralamasını “yönetişim” ve “eğitim” alt indekslerinin negatif etkilediği belirtilmiştir. Ayrıca yabancı halklar tarafından gerçekleştirilen uluslararası oylamada Türkiye’ye olan desteğin zayıf

³⁶⁵ Etkileşim: Devletlerin ve diğer devlet dışı aktörlerin kendi hedef kitle ve paydaşları ile olan iletişim, koordinasyon, koopesyon ve dijital medyadaki sosyal etkileşimi kapsamaktadır.

³⁶⁶ The Soft Power 30, “A Global Ranking of Soft Power 2017”, (Çevrimiçi)https://softpower30.com/wp-content/uploads/2018/07/The_Soft_Power_30_Report_2017-1.pdf, 12 Mart 2019.

³⁶⁷ The Soft Power 30, **2019 Overview**, (Çevrimiçi), <https://softpower30.com/country/turkey/>, 3 Kasım 2019.

olduğu, bu sebeple Türkiye'nin küresel algısını yeniden düşünmesi gerektiği tavsiye edilmiştir.³⁶⁸

Bu noktada belirtmek gerekir ki Türkiye, yumuşak güç açısından birçok zengin kaynağa sahiptir. Türkiye'nin yumuşak gücünü ve yabancı halklar nezdindeki uluslararası ikna kabiliyetini arttırmak için durağan durumdaki alt indeksleri geliştirmesi gerekmektedir. Öte yandan, Türkiye'nin dijitalleşmeyle birlikte sosyal medyadaki “dijital” yumuşak gücünü yüksek performansla etkileşime dönüştürdüğü de görülmektedir.³⁶⁹

3.5.4 Nation Brands İndeks

Ulus marka somut bir ürün olmayıp, ülkelerin politik, ekonomik, kültürel boyutları bağlamında yüklenen değerdir. Bu noktada Fransız şıklığı, Alman mühendisliği, İsveç tasarımı ülkelere yüklenen ulus marka değerleridir.³⁷⁰ Ülkelerin imajlarını düzenlemek ve destelemek amacıyla markalama ve pazarlama iletişim yöntemleri kullanılmaktadır.³⁷¹

“Ulus markada, marka bir ulus ve devlettir. Ulus Marka “benzersiz olarak elemanların çok boyutlu harmanlandığı ve bir ulusun kültürel derinliğinin farklılaştırılması ve tüm hedef kitlelerine ilişkilendirilmesi”³⁷² olarak tanımlanmaktadır. Yer markalaması(place branding) özel bir kategorisi olarak tanımlanan ulus markalamanın amacı menşei etkisi oluşturmaktır. Böylece olumlu ülke imajı, ülkelerin politik, ekonomik ve kültürel değerlerinin artmasını sağlayacaktır.³⁷³

Brand Finance tarafından her yıl gerçekleştirilen Nation Brands İndeks, ülkelerin marka değerlerini politik, ekonomik ve sosyal parametreler çerçevesinde ölçmektedir. Ülkelerin marka değerleri yatırım, toplumsal yetenekler, yönetim, bağ

³⁶⁸ Ibid.

³⁶⁹ Ibid.

³⁷⁰ Sancar, **op.cit.**, p.138.

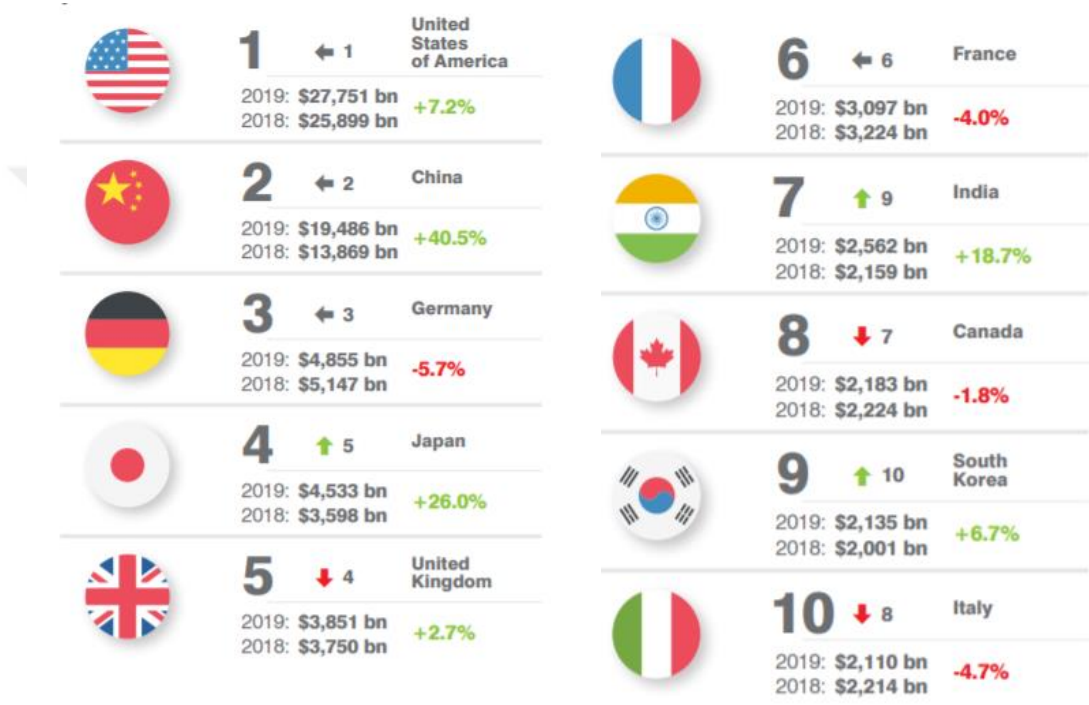
³⁷¹ Ying Fan, “Branding The Nation: What is Being Branded?”, **Journal of Vacation Marketing**, 12:1, 2006, p.6., <http://bura.brunel.ac.uk/bitstream/2438/1286/3/BrandingNat.pdf>, 22 Kasım 2019.

³⁷² Gyorgy Szondi, **Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences**, The Hague, Netherlands Institute of International Relations, 2008, p.4.

³⁷³ Sancar, **op.cit.**, p.139.

kurma, ürün, hizmetler ve turizm gibi farklı parametreler ışığında ele alan Nation Brands Index, markaların geçmiş yıllara göre marka değeri karşılaştırması da yapmaktadır. Bu bağlamda, 2019 yılında dünyadaki en değerli ulus markalar aşağıda gösterilmiştir.

Resim 3.6 2019 En Değerli Ulus Markalar



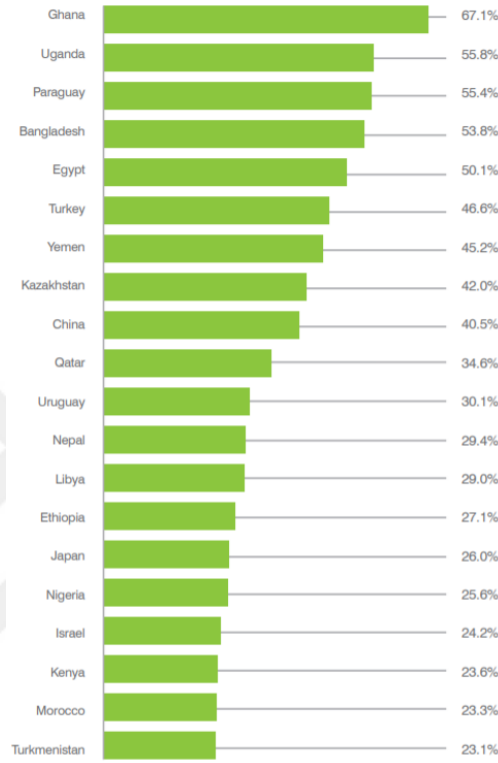
Kaynak: Brand Finance, **Nation Brands 2019**, p.8., (Çevrimiçi)
http://brandfinance.com/images/upload/brand_finance_nation_brands_2015.pdf,
31.10.2019

Yukarıdaki resme göre 2019 yılında dünyanın en değerli ulus markalarına sahip ülke 27.751 Milyar Dolar ile ABD'dir. Ulus marka sıralamasında 2018 yılına göre ilk 3 ülke olan ABD, Çin ve Almanya'nın sıralaması 2019 yılında da değişmemiştir. Öte yandan, Çin 2018 yılına göre ulus marka değerinde %40'luk bir artış sağlayarak dikkat çekmekte, Almanya ise %5.7'lik bir düşüş sergilemektedir.

2019 yılında Türkiye ise ulus marka değerini en hızlı büyüten 20 ülke içerisinde 6. sırada tamamlamıştır. Türkiye'nin ulus marka değerindeki %46.6'luk bir artış yüksek olmakla birlikte 2018 yılındaki ekonomik durgunluk ve Türk lirasındaki

değer kaybına karşılık sadece bir dengeleme sağlanmıştır. Ayrıca Suriye konusun da Türkiye'nin tekrar ulus marka değerini tehlikeye soktuğu belirtilmektedir.³⁷⁴

Resim 3.7 En Hızlı Büyüyen Ulus Markalar 2019

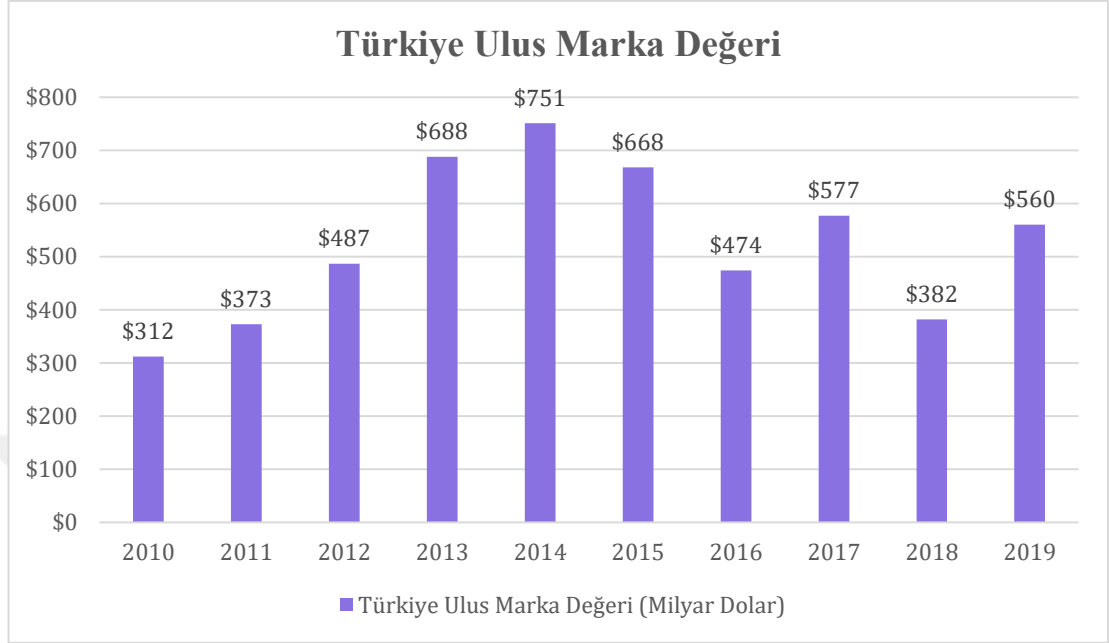


Kaynak: Brand Finance, **Nation Brands 2019**, p.12., (Çevrimiçi)
http://brandfinance.com/images/upload/brand_finance_nation_brands_2015.pdf, 31 Ekim 2019.

Türkiye'nin ulus marka değerinin kapsamlı bir şekilde analiz edilebilmesi için geçmiş yıllardaki dalgalanmalar, yıllar arasındaki değişim oranlarının incelenmesi gerekmektedir. Bu sebeple Türkiye'nin 2010-2019 yılları arasındaki ulus marka değerleri incelenmiştir.

³⁷⁴ Brand Finance, **Nation Brands 2019**, pp.12-14., (Çevrimiçi)
http://brandfinance.com/images/upload/brand_finance_nation_brands_2015.pdf, 31 Ekim 2019.

Şekil 3.1 Türkiye Ulus Marka Değeri 2010-2019



Kaynak: Brand Finance, **Raporlar**, (Çevrimiçi), <https://brandirectory.com/reports>, 22 Ekim 2019.

Yukarıdaki Şekil 3.1'e göre Türkiye'nin yıllara göre ulus marka değeri 2014 yılına kadar istikrarlı bir şekilde artmış, daha sonra ise aralıklı sert düşüşler ve dalgalanmalar ile yaklaşık olarak 2012 yılı ulus marka değerine düştüğü görülmektedir. Türkiye'nin ulus marka değerini temelde politik çalkantılar, Suriye meselesi gibi bölgesel sorunlar, ekonomik durgunluk ve terör kaynaklı olduğu belirtilmiştir.³⁷⁵ Özellikle 2019 yılında ulus marka değerini önemli bir oranda büyüten Türkiye, böylece 2017 yılındaki değerine yaklaşmıştır.

Öte yandan, Türkiye ulus marka değeri sıralamasında 2011 yılında 19. sıraya yükselmişken, 2019 yılı itibarıyla 31 sırada yer almaktadır.³⁷⁶ Bu bakımdan, Türkiye'nin son beş yıl içerisinde ulus marka değeri açısından bir türbülansa olduğunu belirtmek yerinde olacaktır. Ayrıca 2019 yılı raporunda mevcut bölgesel politik kırılganlıklar ve Suriye meselesinin Türkiye'nin gelecekteki ulus marka değerini negatif yönlü etkileme riskine işaret edilmiştir.³⁷⁷ Bu noktada diyebiliriz ki

³⁷⁵ Brand Finance, **Raporlar**, (Çevrimiçi), <https://brandirectory.com/reports>, 22.10.2019.

³⁷⁶ Brand Finance, **Nation Brands 2019**, pp.12-18

³⁷⁷ **Ibid.**

Türkiye insani yardımlarının büyük bir bölümünü Suriye'ye ayırmasına rağmen Suriye'deki iç savaş Türkiye'nin var olan itibarına zarar verme potansiyeline sahiptir. Bu durum insani yardımlar sonucunda ortaya çıkan yumuşak güç potansiyelinin kullanılmadığını göstermektedir.³⁷⁸

3.5.5 Derinlemesine Görüşme Bulguları

Araştırmada, Hipotez 1'in sınanması amacıyla aşağıdaki soruya cevap aranmıştır. Soruya aranacak cevaplar derinlemesine görüşme yapılarak gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine görüşme ise şu kurum temsilcileri ile yapılmıştır: “İnsan Hak ve Hürriyetleri İnsani Yardım Vakfı(İHH)”, “Cansuyu Derneği”, “Türk İşbirliği Koordinasyon Ajansı Başkanlığı(TİKA)”, “Kızılay”, “Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı”, “Cumhurbaşkanlığı İdari İşler Başkanlığı”

Tablo 3.3 Hipotez Sınama Sorusu

Hipotezler	Sorular
H1	Soru 5: Kızılay, AFAD ve TİKA'nın insani yardım faaliyetleri ile Türkiye'nin dış politikası arasında bir bağ bulunmakta mıdır?

Hipotezin test edilmesi amacıyla aşağıda isimleri belirtilen kişiler ile soru-cevap şeklinde derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine görüşme yapılan kişiler, alfabetik sırayla şu şekildedir:

- İbrahim Sığın/Cumhurbaşkanlığı İnternet Yayıncılığı Şube Müdürü
- İzzet Şahin/ İHH Yönetim Kurulu Üyesi
- Kaan Saner/ Türk Kızılay Uluslararası Politikalar ve İş Birlikleri Direktörü
- Mustafa Köylü/ Cansuyu Derneği Genel Başkanı
- Ömer Faruk Tanrıverdi/Cumhurbaşkanlığı Kamu Diplomasisi Daire Başkanı
- Serkan Kayalar/ TİKA Başkan V.

³⁷⁸ Ibid.

Hipotez 1 : “Türkiye’nin insani diplomasi aktörleri olan Kızılay, AFAD, TİKA’nın uygulamaları ile Türk dış politikası arasında olumlu bir bağ vardır.”

Günümüzde uluslararası sistem içerisinde ve devletlerin dış politikalarında insani diplomasi faaliyetleri giderek daha fazla yer bulmaktadır. Türkiye de son yıllarda uluslararası insani yardım bağlamında insani diplomasi faaliyetlerine katılmaktadır. Bu bakımdan hipotezin test edilmesi amacıyla sorulan soru şudur: *“TİKA, AFAD ve Kızılay’ın insani yardım faaliyetleri ile Türkiye’nin dış politikası arasında bir bağ bulunmakta mıdır?”* Bu soruya verilen cevaplar şöyledir:

Mustafa Köylü, hipotezi doğrulayarak şu cevabı vermiştir: *“TİKA, AFAD, Kızılay devletin resmi ve yarı resmi kurumlarıdır. Kızılay devletin monopolüdür. Devlete önemli hizmetleri olmuştur. AFAD Türkiye’de bir boşluğu doldurdu. Eskiden afetlere müdahale konusunda bir yetki karmaşası vardı AFAD’ın kurulmasıyla bu boşluk ortadan kalktı. TİKA teknik işbirliği amacıyla kurulmuş bir teşkilattır. Bu kurumlar hükümetin inisiyatifleriyle çalışmak zorundadır. Bunlar da hükümetin elini güçlendiren, devlete artı puan kazandıran çalışmalardır.”*

Köylü şu şekilde devam etmiştir: *“TİKA, AFAD, Kızılay devletle koordineli ve uyum içerisinde çalışıyor. AFAD her konuda devlete yardımcı olmaktadır. Ben bu kurumların dış politikayla uyumlu çalıştıklarını görüyorum. Hatta bazen bizler(sivil toplum kuruluşları) AFAD, TİKA ve Kızılay’la toplantılar yapıyoruz ve Türkiye’ye problem oluşturacak alanlara girmemeye dikkat ediyoruz. Bu çalışmaları dışişleri bakanlığına ve Cumhurbaşkanlığına bildiriyoruz. Tabi ki bu uyum ana çerçevededir.”*

İzzet Şahin hipotezi doğrulayarak şu cevabı vermiştir: *“Devletin hem sert yüzü hem de şefkat boyutu vardır. Türkiye’nin yardımları içeride ve dışarıda ilişkileri düzeltir. Türkiye bu yardımları bir enerjiye dönüşmeyi amaçlamaktadır. Bu minvalde Arakan’da, Somali’de yapılan yardımları örnek gösterilebiliriz. TİKA 3 kıtada geçmişten bugüne ihtiyaç sahiplerine cevap vermektedir. TİKA, AFAD ve Kızılay’ın kimlik gözetmeksizin yaptıkları yardımlar dünya genelinde devletin elini ve ilişkilerini güçlendirmektedir.”*

Şahin dış politika ve bu kuramlar arasındaki bağı şöyle açıklamaktadır: *“Devlet, AFAD, TİKA ve Kızılay aynı hedeflere ve sonuçlara ulaşmak üzere*

birbirleriyle eşgüdümlü hareket ediyorlar. Mesela, Balkanlarda Türkiye hem arabulucu oluyor hem de insani kartını kullanıyor. Bu noktada tüm imkanlarını seferber ediyor. Sonuçta bu çalışmaların Türkiye'ye diplomatik bir kredi olarak dönmesi kaçınılmaz bir vakadır."

Kaan Saner bu soruya direkt şu cevabı vermiştir: *"Tabi ki kurabiliriz. 20.yy savaş diplomasisi vardı şimdi insani diplomasi var. İnsani diplomasi bir dış politika enstrümanıdır. Türkiye son on yılda politikasını çok boyutluluğa taşıdı. TİKA önce teknik bir kuruluştur şimdi uluslararası insani yardım kuruluşuna dönüştü. AFAD Akut döneminden beri birçok bölgede, özellikle de Filistin'de devleti temsil anlamında aktif rol aldı. Türk Kızılay'ının faaliyetleri ile Türk dış politikasını arasında bir paralellik söz konusudur. Çünkü Türkiye insani anlamda ağırlıklı olarak inisiyatif alan bir ülke. Somali'deki kriz de Libya'daki iç savaşın ilk safhalarında ve daha birçok kontekste Türkiye, insani ihtiyaçların giderilmesinde ağırlık olarak rol alan bir ülke. Ayrıca dünyanın insani yardıma en çok kaynak ayıran ülkesi konumunda. Ayırıyeten kendi coğrafyasına yakın insani krizlerde de açık kapı politikasıyla sınırlarımıza kitlesel sığınan insanları koruma altına almasıyla bu yaklaşımı teslim ediyor. Dolayısıyla insani politikaları bu denli ağırlık taşıyan bir ülkede Kızılay'a düşen bir takım görevler de oluyor. Bu zaten kamu otoritelerine insancıl hizmetlerindeki yardımcı rol oynama teamülüyle de taban tabana oturuyor. Bunları, Türkiye'nin insani faaliyetlerinin aktif politikası bağlamında kabul edebiliriz."*

Devletle TİKA, AFAD, Kızılay arasındaki koordinasyon ve uyumda ise ABD'deki Dışişleri ve USAID arasındaki kadar olmasa da bir eşgüdüm çabası vardır. Somali bu konuda büyük bir örnektir. 3 örgüt birbirini tamamlayıcı kuruluşlardır."

Saner, hükümet, AFAD, TİKA ve Kızılay arasındaki ilişkiyi hipotezi doğrulayarak şöyle açıklamıştır: *" Özellikle Türk Kızılay'ının kamu otoritelerine yardımcı rolünün bulunması sebebiyle işbirliği ve koordinasyon anlamında bir etkileşim vardır. Burada altı çizilmesi gereken nokta, Türk Kızılay'ı bağımsız ve tarafsız bir insani aktördür. İnsani yardımlarla ilgili çoğunlukla iç karar mekanizmasını çalıştırır. Ancak yardım gerçekleştireceği bazı kontekslerin politik çıktılarına ilişkin Dışişleri Bakanlığı'nın görüşünü alır. Türk Kızılay'ına farklı*

kanallardan yardım talebi gelebilir. Bunlar devletlerden devletlere ya da sivil toplum kuruluşlarından sivil toplum kuruluşlarına gerçekleşebilir. Bu noktada, Dışişleri bakanlığı kendisine gelen talebi TİKA, AFAD ve Kızılay'a iletir. Bizler kapasitemiz ölçüsünde cevap veririz."

Serkan Kayalar ise hipotezini doğrulayarak: *"Kesinlikle kurabiliriz. Bu kurumlar bir saç ayağının parçalarıdır. Başta Cumhurbaşkanımız ve kabinenin belirlediğin bir dış politika vardır. Bu politikanın kuvveden fülîyyeye(düşünceden uygulamaya) geçmesi bakımından hayati öneme sahiptir. Sonuçta siz insani krizlere kayıtsız kalmıyoruz diyorsunuz. Bu söylemin hayata geçirilmesi ve ikili ilişkilerin geliştirilmesi çok önemlidir."*

Kayalar düşüncesini şu örnekle desteklemiştir: *"Mesela Ekvatordaki depremde elçiliğimiz hızlı bir şekilde Ekvator makamlarıyla iletişime geçti. Onların acil bir insani yardım talebi hakkında bilgi aldı. Çok hızlı bir şekilde TİKA'ya, AFAD'a, Kızılay'a çağrıda bulundu. 3 kurum da kendi görev alanına giren konularda destek oldular. AFAD, hızlı acil yardım alanında faaliyet gösterdi. TİKA afet sonrası zarar gören, işlevini kaybeden alanların kalkındırılması amacıyla destek oldu. Alt yapı alanında eğitim, sağlık alanında. Kızılay aş evleri, fırınlar kurdu. Sonuçta bu kurumlar Türkiye'nin sahadaki hareket mekanizmasıdır. İlk bakışta aramızda bir fark yok gibi gözükse de sahada çalışmalarımız farklıdır."*

İbrahim Sığın ise hipotezi doğrulayarak Türkiye'nin insani diplomasi faaliyetleri ile ilgili mevcut ve gelecekteki durumlarıyla ilgili önemli ipuçları vermiştir: *"Önceden kamu diplomasisi faaliyetleri Başbakanlık Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü altında faaliyet gösteriyordu. Gerek insani diplomasi gerek kültürel diplomasi çalışmaları da buradaki koordinasyon üzerinden yürütülüyordu. İnsani diplomasi faaliyetlerinde Kızılay ve AFAD'ın yönlendirilmesi, uluslararası basın ile ilişkiler de bu kurumlar vasıtasıyla yapılmaya çalışılıyordu. Ancak bazı idari temel sorunlar vardı. Günümüzde ise bu faaliyetler Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Kamu Diplomasisi Daire Başkanlığı tarafından yürütülüyor. Tüm faaliyetlerin daire başkanlığı aracılığıyla yürütülmesi fikri var."*

Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerinde temelde insani diplomasi odaklı ilerliyoruz. Bu bölgemizdeki sorunlardan da biraz kaynaklanıyor.”

Sığın insani diplomasideki kamu kurumların koordinasyonunu ise şu şekilde örneklendirmiştir: *“Yakın zamanda gerçekleştirdiğimiz Barış Pınarı harekâtında bölgedeki sivillerin insani ihtiyaçlarının karşılanması ve yaralarının sarılması amacıyla Kızılay, Türk Silahlı Kuvvetleri işbirliği içinde bölgedeki insanlara yardım ulaştırıyor”*

Ömer Faruk Tanrıverdi öncelikle günümüzdeki kamu diplomasisi faaliyetlerindeki gelişim ve değişim ile ilgili şu bilgileri paylaşmıştır:

“Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile birlikte Türkiye'nin yeni dönemdeki ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla Devletin tüm kurumları yeniden gözden geçirilerek yapılandırıldı, yeni kurum ve kuruluşlar oluşturuldu.

Günümüzde devletlerin kendilerini doğru tanıtmaları ve ulusal ve uluslararası kamuoyuna küresel ve bölgesel gelişmelere dair bakış açılarını stratejik iletişim anlayışıyla anlatmaları bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu zorunluluk devletin ve kamu kurumlarının iletişiminin artık bütüncül olarak yürütülmesini gerektirmektedir. Bu çerçevede, yaklaşık ikinci yılını doldurmak üzere olan yeni Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminin en önemli sacayaklarından birisi Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığıdır. İletişim Başkanlığının temel misyonu Türkiye'nin her alanda nitelikli temsilini sağlamak ve Türkiye markasını güçlendirmektir. İletişim Başkanlığı'nın varlığı yeni sistemin doğasında bulunan etkinlik, hız ve koordinasyon değerlerinin iletişim alanında benimsendiğini göstermektedir.

Tarihsel süreç içinde değerlendirdiğimizde ülkemizin kamu diplomasi alanında birçok faaliyet gerçekleştirmiş olmasına karşın KDK'nın oluşturulması, kamu diplomasisi faaliyetlerinin kurumsallaşması açısından büyük önem taşımaktadır. Devam eden süreçte, özellikle son yıllarda uluslararası alanda ortaya çıkan gelişmeler ve kamu diplomasisinin artan önemine binaen, kamu diplomasisi faaliyetlerini kurumsallaştırmak amacıyla bu yapıyı Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi içerisinde kendisine ait bir bütçesi ve personeli olan bir sisteme dönüştürdük. Yeni sistemde kamu diplomasisi alanı stratejik iletişim yönü ağır basan bir alan olması sebebiyle Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı altında yapılandırıldı.”

“Bu kapsamda, Kamu Diplomasisi Daire Başkanlığı da Cumhurbaşkanlığı 14 nolu kararnamesi gereğince İletişim Başkanlığı’nın en önemli dairelerinden birisi olarak hayata geçti. Türkiye’nin yükseliş hikayesini, değerlerini, insanı temel alan yaklaşımlarını ülke ve dünya kamuoyuna etkin ve etkili şekilde anlatmak en önemli görevlerimizden biri. Öncelikle günlük krizlere, aktüel konulara, dönemsel sorunlara ilişkin pozisyonumuzu uluslararası kamuoyuna çeşitli enstrümanlar kullanarak anlatıyoruz. Ayrıca stratejik iletişim kampanyaları düzenleyerek dezenformasyon ve negatif algı faaliyetlerine karşı mücadele veriyoruz. Bu noktada, ayrıca belirtmek isterim ki lider diplomasisi bağlamında Sayın Cumhurbaşkanımızın diplomasi faaliyetleri de hızlı sonuç alma ve mesajımızı en doğru şekilde iletme noktasında en başarılı kamu diplomasisi olarak ortaya çıkıyor.

Şimdi burada Türkiye’de kamu diplomasisi alanında bu zamana kadar yapılması gereken neydi? Bizler bu önemli görevi üstlendikten sonra, Türkiye’nin farklı alanlarda elde ettiği başarı hikayelerini anlatmak, tarihi birikimini ve gelecek vizyonunu, uluslararası topluma açık, şeffaf ve doğru bir şekilde sergilemek, ülkemizin dünya kamuoyu nezdinde saygın bir konum kazanmasına katkı sağlamak amacıyla ülkemizde farklı kurum ve kuruluşlarca yürütülen kamu diplomasisi faaliyetlerini koordine edebilmeyi, kamu diplomasisi faaliyetlerini etkin bir şekilde planlanıp yürütülmesini amaçladık.

Bu çerçevede, koordinasyonu etkin bir şekilde yürütebileceğimiz bir mekanizmaya yani Kamu Diplomasisi Koordinasyon Kurulu ve Komitelere, Kamu Diplomasisi Koordinasyon Planına ve Ulusal Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi ve Eylem Planına ihtiyaç olduğunu ortaya koyduk. Bu yıl hayata geçirdiğimiz Kamu Diplomasisi Koordinasyon Kurulu, faaliyetleri kamu diplomasisi alanına giren tüm kurum ve kuruluşlarımızın koordinasyonunu ve bütünlük içerisinde çalışmasını sağlayan bir mekanizmadır. Bu kurul içerisinde sadece kamu kurum ve kuruluşları değil, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK), Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) gibi sivil kuruluşlar, ilgili akademisyen ve alanında uzman kişiler de bulunuyor.”

Türkiye'nin insani diplomasi yaklaşım ve çalışmaları ile ilgili fikirlerini paylaşan Tanrıverdi, son dönemdeki gelişmeleri şu şekilde değerlendirmiştir:

“Türkiye, insani yardımlar konusunda tarihinden ve kültüründen kaynaklanan güçlü bir geleneğe sahiptir ve doğal afet, savaş, yoksulluk ve toplumsal çatışmalar nedeniyle zor durumda kalan ülkelere yardımda bulunmayı insani bir görev olarak görmektedir. Türkiye insani diplomasi hususunda attığı adımlarla dünyada öncü bir hüviyete sahiptir. Bu çerçevede Kamu Diplomasisi Dairesi olarak izlenen insani diplomasının ulusal ve uluslararası ölçekte duyurulması için tanıtım ve bilgilendirme faaliyetleri icra etmekteyiz. Bilhassa yeni medyanın etkin şekilde kullanıldığı bu süreçte atılan adımların dünya kamuoyuna duyurulması için video, infografik gibi görsel paylaşımlar yapılmakta, uluslararası basınla irtibat kurularak medya buluşmaları tertip edilmekte ve buna binaen faaliyetlerimizi içeren kitapçıklar hazırlanmaktadır. Ayrıca yurtdışında kurumumuzun koordinasyonunda organize edilen konferans ve sempozyumlarda söz konusu adımların duyurulması amacıyla dünyadan uzman isimlerin çağırıldığı insani diplomasi temalı oturumlar organize edilmektedir. Buna ek olarak, uluslararası basın mensuplarının iştirak ettiği basın heyeti programları düzenlenmekte ve bu sayede gazeteciler insani diplomasi alanında çalışan kamu kurum ve kuruluşlarına ziyaret olanağı bulmaktadır.”

“Öte yandan, Türkiye'nin insani diplomasi alanında gerçekleştirdiği faaliyetlerin güncel örneklerini pandemi sürecinde de görebilirsiniz. KOVID-19 sürecinde yaptığımız sağlık yardımı açısından gerçekleştirdiğimiz insani diplomasi çalışmaları dünya için çok büyük bir örnek teşkil ediyor. Bugün Uzakdoğu ülkelerinin medyalarına baktığımızda maske diplomasisi kavramının üretildiğini görüyoruz. Bu kavramın üretilmesine katkı sağlayan en temel ülkelerden birisi de Türkiye'dir ve Türkiye bu süreci çok başarılı bir şekilde yürütmüştür. Türkiye bu konuda yüzün üzerinde ülkeye yardım faaliyeti gerçekleştirmiştir. Aynı şekilde, insani diplomasi faaliyetlerini gerçekleştirirken “bu ülkeden çıkarımız var, yardım edelim” gibi bir mantık yürütmüyoruz. Tabii ki öncelikli ülkelerimiz var ancak bizim önceliğimiz insani ihtiyaç, sonra hedef ülkedir. Türkiye, insani diplomasi çalışmalarında her zaman

önceliğimizi ihtiyaca göre belirliyor, sonra uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri üzerine yoğunlaşıyoruz.”

Son dönemde uluslararası medya üzerinden gerçekleştirilen kamu diplomasisi faaliyetleri ve kurumlar arası işbirliğini örneklendiren Tanrıverdi şu önemli örneği paylaşmıştır:

“Bu dönemde, hem sosyal medyada hem de uluslararası yazılı ve görsel medyada Türkiye ile ilgili çıkan haberlerin hepsini tek tek takip ediyoruz. Ülkemiz hakkındaki yalan haberlerin tümüyle mücadele ediyoruz. Pandemi kapsamında Türkiye ABD’ye ve çeşitli Avrupa ülkelerine sağlık malzemeleri yardımlarında bulundu. Bu konuda BBC ve New York Times başta olmak üzere Türkiye ile ilgili yapılan yalan haberler için birçok tekzip yayınlattık. Özellikle şu somut örneği paylaşabilirim. İngiltere basınında Türkiye’den gönderilen sağlık ekipmanlarının kullanılamaz halde olduğu ve gönderiminin geciktiğine dair haberler yayımlandı.

Aslında Türkiye, İngiltere’ye tıbbi malzemenin ulaşması için tüm imkanlarını seferber etmiştir. Çıkan haberlerin aksine, Türkiye’nin hibe ettiği ve yine devamında tedarik ettiği ürünlerin tamamına ait CE ve ISO sertifikaları İngiliz hükümetine önceden ibraz edilmiştir. Tüm bu ürünler, kamusal sağlık sisteminin idaresini ve koordinasyonunu yürüten National Health Service’in (NHS) onayının ardından İngiltere’ye gönderilmiştir. Bahse konu haberler üzerine İngiltere makamlarıyla temasa geçilmiş, Türkiye tarafından gönderilen ürünlerle ilgili hiçbir sorun olmadığı NHS yetkilileri tarafından yazılı olarak teyit edilerek Sağlık Bakanlığı’na bildirilmiştir. Türkiye ayrıca, özel bir şirketin siparişleri yetiştirememesi üzerine 68 bin sağlık ekipmanının temini için harekete geçmiş, ihracat izinlerini de hızlandırmıştır. Biz bu haberlerin hepsi ile ilgili düzeltme yayımlattık.”

Türkiye'nin girişimci ve insani diplomasi dış politikası ile insani yardım faaliyetleri arasındaki ilişkiyi ise Tanrıverdi şu şekilde açıklamıştır:

“Ülkemiz Sayın Cumhurbaşkanımızın ifadesiyle milletimizin girişimci ruhunu ve insani değerlerini yansıtan bir dış politika izlemektedir. 2016'da İstanbul'da düzenlenen ilk “Dünya İnsani Zirvesi”ne ev sahipliği yapan ülkemiz, kalkınma ve insani yardımlar alanında dünyanın en cömert ülkesi konumundadır.

Baktığımızda bütün bu bahsettiğimiz enstrümanlarımızı ülkemizin hedefleri doğrultusunda kullanıyoruz. Bu enstrümanlar arasında TİKA da var AFAD da var Kızılay da var. Öncelikle tüm bu kurumlar birlikte koordineli bir şekilde çalışıyor. Girişimci ve insani diplomasi yaklaşımı açısından ise Türkiye dış politika gündemindeki tüm meseleleri insan odaklı, sorumluluk sahibi, vicdani ve ilkeli bir anlayışla yürütüyor. Böylece Türkiye, girişimleriyle bölgesel ve uluslararası düzeyde olumlu ve somut sonuçlara ulaşmayı, istikrar ve sürdürülebilir kalkınmayı güçlendirmeyi hedefliyor. Girişimci ve insan diplomasi de bu anlama geliyor. Bu açıdan Türkiye, girişimci olmak zorundadır. Çünkü Dünya'daki çatışmaların büyük bir bölümü bizim coğrafyamızda gerçekleşiyor. Uluslararası sistem ise bu konuda yetersiz kalıyor. Kovid-19 süreci ise bunu bir kez daha göstermiş oldu.”

Tanrıverdi, hipotezi açık bir şekilde doğrulayarak Türk dış politikası ile Kızılay, TİKA ve AFAD'ın insani yardım faaliyetleri arasındaki olumlu ilişkiyi şekilde ifade etmiştir:

“İnsani diplomasi alanında faaliyet gösteren tüm kurumlarımız yeni hükümet sistemimiz çerçevesinde Cumhurbaşkanlığı'na bağlıdır. Bu kurumlar birlikte koordineli bir şekilde hareket etmektedir. Kamu diplomasisi açısından baktığımızda, Kamu Diplomasisi Koordinasyon Kurulu altında çalışan 16 genel komitemiz beş tane de özel komitemiz bulunuyor. Ticari diplomasi, sağlık diplomasisi, turizm diplomasisi, kültürel diplomasi ve insani diplomasi gibi hiçbir konu açıkta kalmayacak şekilde kamu diplomasisi alanlarının bütün konularını kapsayan farklı komitelerimiz bulunuyor. Bu komitelerin başkanlığını İletişim Başkanlığı olarak biz yapıyoruz. Soru

özelinde örneğin insani diplomasi komitesi içerisinde Dışişleri Bakanlığı, Kızılay, AFAD, TİKA ve diğer birkaç kurum var.”

“Yakın bir gelecekte düzenleyeceğimiz komite bazlı çalıştaylarla strateji belgesini ortaya koyacağız ve ardından da eylem planını oluşturacağız. Bu stratejiyi geliştirirken dış politika önceliklerimiz ile kamu diplomasisi alanındaki önceliklerimizi bir araya getiriyor ve ulusal bir kamu diplomasisi stratejisi ortaya koymayı amaçlıyoruz. Tüm kurumlarımızın da kamu diplomasisi alanındaki çalışmalarını ve projelerini bu strateji çerçevesinde gerçekleştirmelerini bekliyoruz. Bu strateji belgesini katılımcı bir anlayışla, ilgili tüm kurumların fikirlerinin alınması ile oluşturacağız.”

Çalışmada, Hipotez 1’in test edilmesi amacıyla gerçekleştirilen derinlemesine görüşme bulguları 4. bölümde değerlendirilecektir. Aynı şekilde, Hipotez 2’nin sınanması amacıyla ise niceliksel bir yöntem olan sosyal ağlarda takip ve analiz araçları ile “Türk Kızılay International” hesabının genel durumu ve etkileşim verileri toplanmıştır. Elde edilen etkileşim verileri ise aralıklı interval ölçek yöntemiyle 4. bölümde Hipotez 2’nin sınanması amacıyla kullanılacaktır.

3.5.6 “Türk Kızılay International” Twitter Hesabına Yönelik Bulgular

Günümüzde teknolojik gelişmelere bağlı olarak sosyal ağlar aracılığıyla farklı dillerde gerçekleştirilen iletişim faaliyetleri hedef kitle ve paydaşlara kendilerini anlatarak “etkileme ve ikna” kapasitesinin kullanılması açısından önemli birer araç haline gelmiştir. Kurum, marka, grup ya da kişilerin amaçlarına göre içerik yayınladıkları bu sosyal ağlar, “cazibe” yaratarak ikna etmeyi imkanı sağlayan bir yumuşak güç aracı haline dönüşmektedir.

Türk Kızılay’ı ise Facebook, Twitter ve Instagram gibi farklı sosyal ağlarda varlık göstermektedir. Türk Kızılay’ı insani diplomasi faaliyetleri ile ilgili kendisini takip eden veya izleyen mevcut ya da potansiyel kullanıcılar için bilgilendirme, farkındalık yaratma ya da çağrıda bulunma amaçlarıyla paylaşımlar yapmaktadır.

Sosyal ağlarda farklı dillerde gerçekleştirilen bu paylaşımlar, insani kriz ve sorunların çözülmesi için yabancı halkları ve paydaşları etkileme, ikna etme,

sorunlarla ilgili farkındalık yaratma ya da karar alıcıların üzerinde çözüm amaçlı kamuoyu oluşturma gibi devlet ya da devlet dışı aktörler tarafından anlamlı bir insani diplomasi aracı olarak kullanılabilmektedir.

Bu bakımdan araştırmada insani diplomasi aracı olarak sosyal medya kullanımı “Türk Kızılay International” Twitter Hesabı örnekleminde izlenmiştir. Hızla değişen, anlık ve etkileşimli bir yapıya sahip olan sosyal ağlarda, hedeflenen amacın uygulanması ve düzenli kontrol edilebilmesi amacıyla izleme (monitoring) yöntemine ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu bakımdan araştırmada, “Türk Kızılay International” Twitter hesabı ve karşılaştırmalı analizde kullanılan “American Red Cross (ARC)”, “British Red Cross(BRC)”, “German Red Cross Worlwide (GRC)”, “Canadian Red Cross (CRC)” hesapları, “BoomSocial³⁷⁹ ve “Sociality³⁸⁰” sosyal medya ölçümleme ve analiz araçları ile incelenmiştir.

3.5.6.1 Sosyal Medyada Analiz ve Takip

Araştırmada, Hipotez 2’nin sınanması için “Boomsocial” ve “Sociality” Monitoring (analiz, takip ve izleme)³⁸¹ araçları, Twitter örnekleminde belirlenen kurumların hesaplarındaki veri akışını analiz etmiştir. “Monitoring” araçları ile toplanan verilerin temel metrikleri şu şekildedir:

Tablo 3.4 Temel Veri Analiz Ölçütleri

Veri Ölçütü	Kapsam
Tweet	Kurumun Yaptığı Paylaşımlar
Takipçi	Hesabı Takip Eden Toplam Kişi Sayısı
Beğeni	Gönderi Başına Beğeni ve Toplam Beğeni
Retweet	Gönderi Başına Retweet ve Toplam Retweet

³⁷⁹ BoomSocial, **Anasayfa**, (Çevrimiçi) <https://www.boomsocial.com/>, 24 Şubat 2019

³⁸⁰ Sociality, **Anasayfa**, (Çevrimiçi) <https://sociality.io/tr/> 24 Şubat 2019

³⁸¹ Literatürde “Monitoring” ifadesi olarak geçtiğinden sektörel anlamı karşılaması bakımından İzleme yerine kullanılmıştır.

Yukarıdaki belirtilen temel metriklerin yayında Monitoring araçları, takipçi değişim oranlarını, paylaşım saatlerine göre değişen erişim, etkileşim, gösterim ve belirli hashtag'ler üzerinden etki analizi gibi detaylı bilgiler de sunabilmektedir. Ancak araştırma, yukarıdaki metrikler ve bu metrikler üzerinden hesaplanan etkileşim sayıları ve oranları ile sınırlandırılmıştır. Bu sebeple araştırmanın kapsamını çizen ve sosyal ağlarda performans ölçümleri için temel bir parametre olan sosyal medyada etkileşimin ele alınması gerekmektedir.

3.5.6.2 Sosyal Medyada Etkileşim

4.3 milyar kişinin internet kullandığı günümüzde, sosyal medya yüksek bir hızla büyüyen bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır. 2019 yılı itibariyle dünya üzerinde 3,5 milyara yakın insan sosyal medyayı kullanmaktadır.³⁸² Ekosistemi itibariyle kendi algı, davranış ve iletişim biçimlerini oluşturan sosyal medyada en temel kabul noktası etkileşimdir. Sosyal medya etkileşimi farklı amaçlar içerisindeki sosyal medyada yer alan birçok kurum, marka ya da kişiyi için temel bir iletişim parametresi haline dönüşmüştür.

Ölçülebilir ve izlenebilir bir özelliğe sahip sosyal medyada etkileşim kullanıcıların ara yüzle fiziksel olarak etkileşime girmesi sonucunda içeriğe bağlı olarak yapılan bilişsel bir tercihin yine proaktif olarak yayılmasıdır. Bir başka deyişle etkileşim dijital bir ara yüzde içerik odaklı ilerlemekte ve kullanıcı ve kaynak arasında anlamlı bir bağ kurma, ilgi gösterme, etkiyi ölçmeyi sağlayan dolaylı bir metriktir.³⁸³

Ayrıca, sosyal medyadaki etkileşimi görüntüleme, erişim ya da yorumlama gibi tekil parametrelerden ayırmak gerekmektedir. Etkileşim, kaynağın ve

³⁸² We are social, **Digital 2019 Global Internet Use Accelerates**, (Çevrimiçi)
<https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>, 5 Mart 2019.

³⁸³ Koteswar Chirumallaa , Pejvak Oghazic , , Vinit Parida, **Social media engagement strategy: Investigation of marketing and R & D interfaces in manufacturing industry**, (Çevrimiçi)
<http://dx.doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.10.001>, 5 Ekim 2019.

kullanıcıların birbirlerini karşılıklı olarak etkileyebilmesini, bağ kurmasını ya da değiştirmesini sağlayan bu faaliyetlerin bir bütünü ve sonucudur.³⁸⁴

Etkileşimi sosyal medya aktivitelerinin bilişsel ya da bazen duygusal bir yansıması veya bir iletişim çıktısı olarak değerlendirilmek mümkündür. Bu sebeple etkileşim, sosyal medyadaki kilit gösterge rolünü üstlenmektedir. Buradaki temel sorun ölçülebilir bir dünyada ölçülmek istenen verilerin amaçlanan verileri ölçmede ne kadar muktedir olduğudur. Böyle bir problematiğin ortaya çıkmasındaki temel sebep ise sosyal medyanın doğasından kaynaklı anlık olarak etkileme ve değiştirme imkânının olmasının yanında temelde insan doğasının sıfır ve bir rakamlarından teşekkül etmemesinden kaynaklı bir kompleksite paradoksudur.

Öte yandan, kilit gösterge konumundaki etkileşim, uygulanabilirlik ve tutarlılık bakımından kullanıcılar arasında bir karşılaştırma ve “başarı” parametresi olarak da kabul edilmektedir. Her yıl birçok farklı sosyal medya ölçüm ve analiz aracı vasıtasıyla yüksek etkileşimli marka ya da kurumlar yarışmaktadır.³⁸⁵ Bu sebeple araştırmada Türk Kızılay International ve diğer hesaplarının analiz edilmesinde kilit metrik olarak etkileşim oranı temel alınmıştır.

Etkileşim oranının hesaplanması, tüm sosyal ağlarda benzerlik göstermektedir.³⁸⁶ Günlük, aylık ya da yıllık olarak hesaplanabilen etkileşim oranının temel amacı, içerik üreticisi kaynağın kullanıcılarla olan iletişime geçme, etkileme ve bağ kurma oranının niceliksel olarak ölçülmesidir.

Araştırmada aşağıdaki etkileşim oranı hesaplama formülasyonu uygulanmıştır.

Etkileşim Oranı = (Beğeni+Rewet+Yorum)÷(Gönderi Paylaşım Sayısı)÷Takipçi Sayısı³⁸⁷

³⁸⁴ Full Length Article Terms of engagement: Analyzing public engagement with organizations through social media

³⁸⁵ Social Brands, <https://www.boomsocial.com/Social-brands>

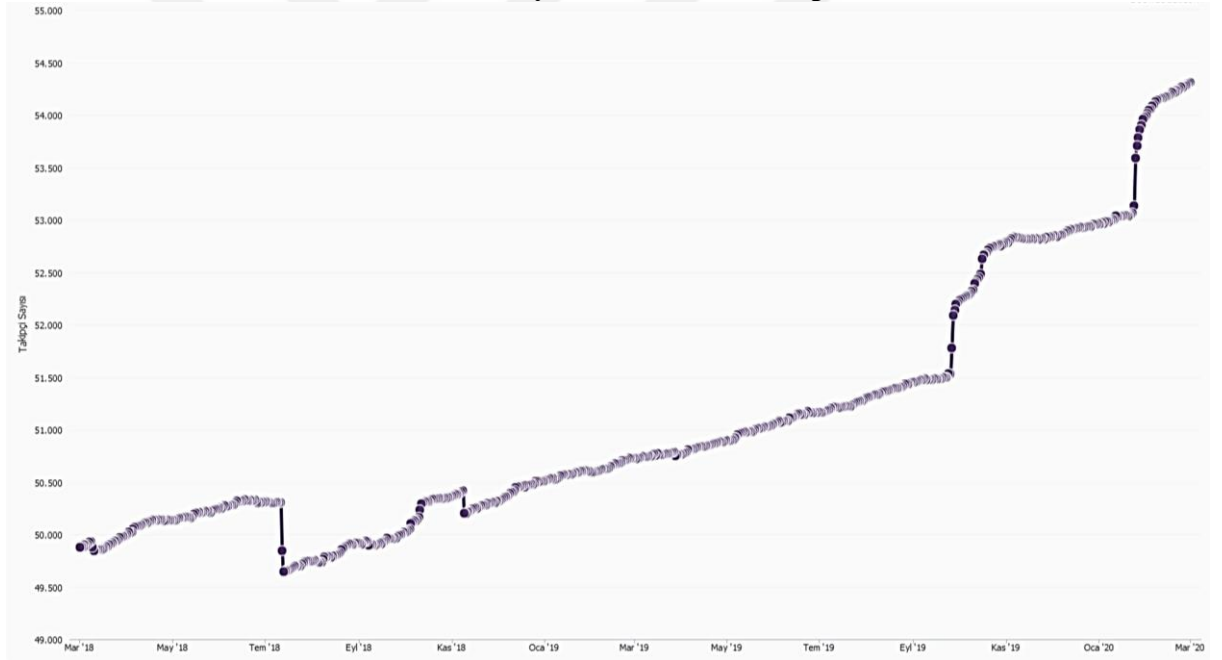
³⁸⁶ Scrunch, **How To Measure An Influencer's Engagement Rate (A Scientific Approach)**, (Çevrimiçi) <https://blog.scrunch.com/measuring-an-influencers-engagement-rate>, 22 Temmuz 2018

³⁸⁷ Scrunch, **What is Good Engagement Rate on Twitter?**, (Çevrimiçi) <https://www.scrunch.com/blog/what-is-a-good-engagement-rate-on-twitter>, 6 Ağustos 2019.

Sosyal medya ölçümleme araçları ile elde ettiğimiz etkileşim verilerinden anlamlı bir sonuç elde etmek ve Türk Kızılay International Twitter hesabının performansını değerlendirmek amacıyla mevcut veriler, yukarıdaki hesaplama formülü temel alınarak etkileşim oranlarına dönüştürülmüştür. Böylece Türkiye'nin bir insani diplomasi aktörü olan Türk Kızılay'ın Twitter'daki performansı ve karşılaştırmalı analizinde tutarlı ve güvenilir bir metrik üzerinden bir değerlendirme yapılması hedeflenmektedir. Araştırmada etkileşim oranlarının değerlendirilmesi daha sonraki bölümlerde detaylı olarak gerçekleştirilecektir.

3.5.6.3 Türk Kızılay International Hesabı Genel Durum

Şekil 3.2 Türk Kızılay International Takipçi Durumu



Kaynak: BoomSocial, **Türk Kızılay International**, (Çevrimiçi)

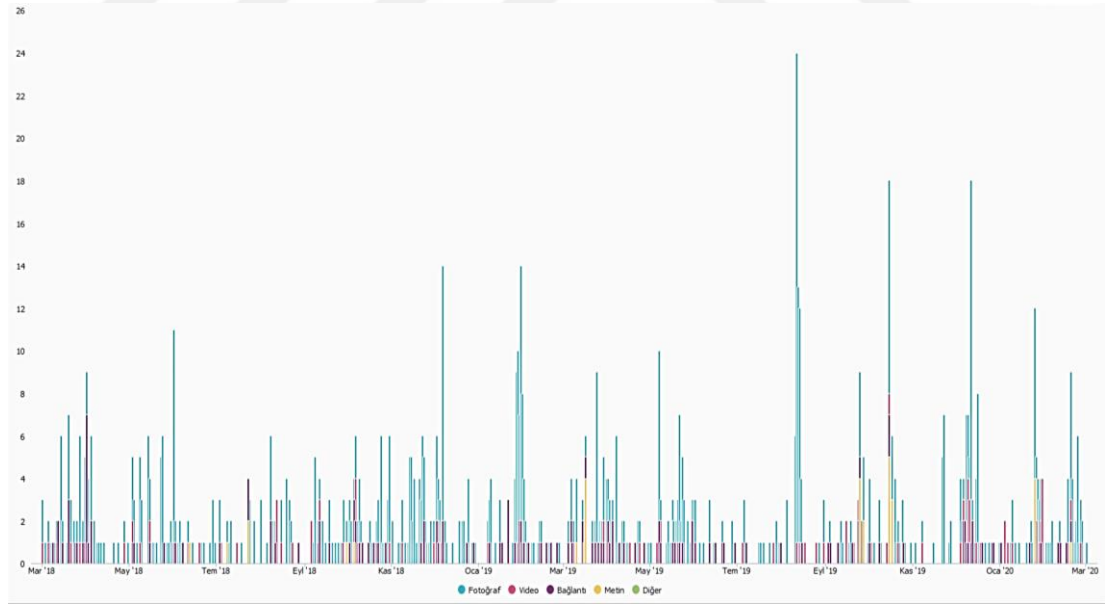
<https://www.boomsocial.com/Twitter/Hesap/TurkKizilay-2430905582>, 7 Nisan 2019

Araştırmada Türk Kızılay International hesabın etkileşim oranlarının ortaya konulmasından önce Mart 2018-Mart 2020 dönemindeki genel durumunu da incelenmiştir. Etkileşim oranlarının incelenmesinin yanında hesabın 2 yıllık kapsamlı olarak genel durumunun bilinmesi sonucu değerlendirmedeki sapma oranlarına karşı gerçekleştirilmiştir.

Şekil 3.2 üzerinde de görüldüğü gibi Türk Kızılay International Twitter hesabı, Mart 2018 ile Mart 2020 tarihleri arasında takipçi sayısını düzenli olarak arttırmıştır. Ancak bazı dönemlerde düşüşler gözlemlenmiştir. Bu noktada takipçi sayısındaki en fazla düşüş oranını %1,65 ile 11-13 Temmuz 2018 tarihlerinde gerçekleştirmiştir. Yine Kasım 2018 tarihinde %0,43'lük bir düşüş yaşanmıştır. Genel olarak takipçi sayısı bakımından hesap incelendiğinde ise toplam takipçi sayısına oranla yaşanan düşüşlerin oranlarının yüksek olmadığını belirtmek gerekmektedir.

Takipçi düşüşlerinin birçok farklı sebebi olabilmektedir. Bu sebepleri içeriksel ya da teknik olarak ayırmak mümkündür. Düşüşlerin yaşandığı tarihlerdeki içerikleri incelediğinde ise 11 Temmuz tarihinde Sırp Katliamı paylaşımı ön plana çıkarken, Kasım ayında düşüşün yaşandığı tarihte Suriye konulu paylaşımlar yapılmıştır. Öte yandan çalışmada takipçi sayısındaki düşüş nedenin içerikle ilgili olup olmadığını test etmek mümkün olmamıştır.

Şekil 3.3 Türk Kızılay International Tweet Dağılımı



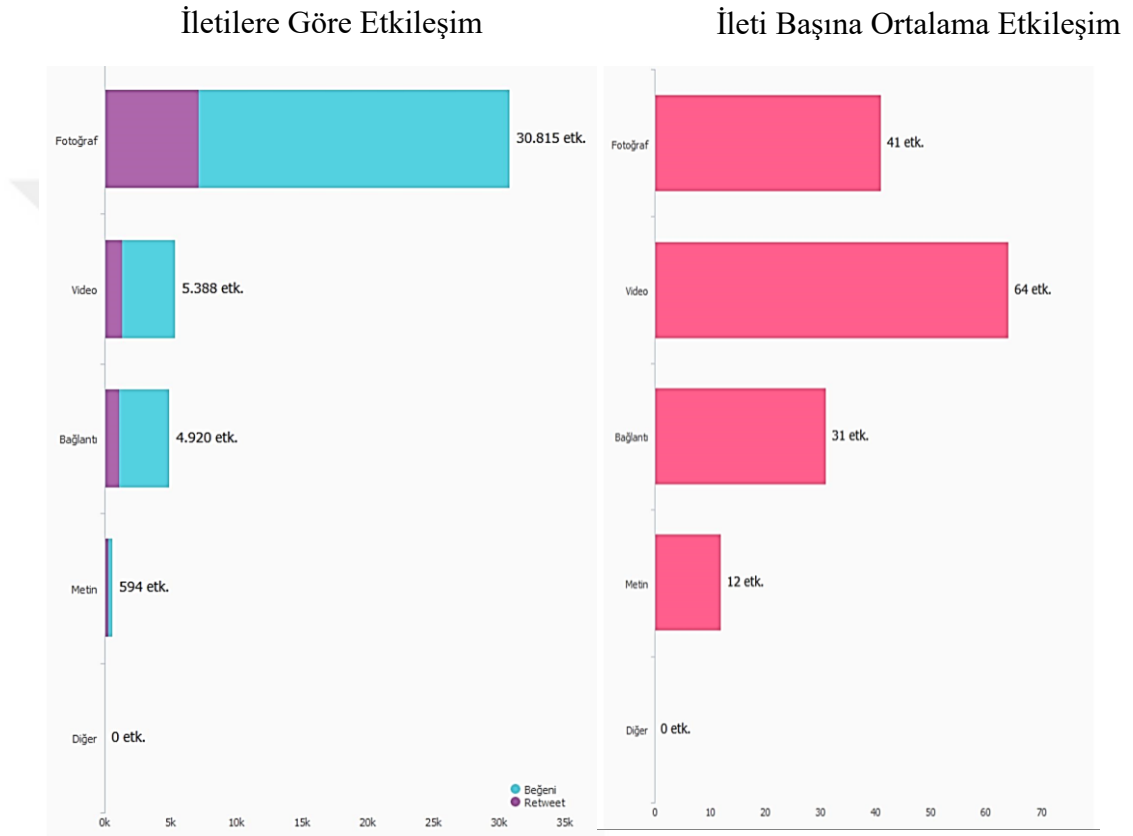
Kaynak: BoomSocial, **Türk Kızılay International**, (Çevrimiçi)

<https://www.boomsocial.com/Twitter/Hesap/TurkKizilay-2430905582>, 7 Nisan 2019

Yukarıdaki grafikte ise Türk Kızılay International hesabının tweet dağılımı yansıtılmıştır. Buna göre Mart 2018-Mart 2020 tarihleri arasında toplamda 1.023 tweet paylaşılmıştır. Hesapta yapılan paylaşımların %73,41'i (751 adet) fotoğraf, %8,11'i

(83 adet) video, %15,44'ü (158 adet) link ve %3,04'ünü (31 adet) metin oluşturmaktadır. Öte yandan, hesap ile kullanıcılar arasındaki etkileşimi paylaşılan gönderinin türü belirlemektedir.

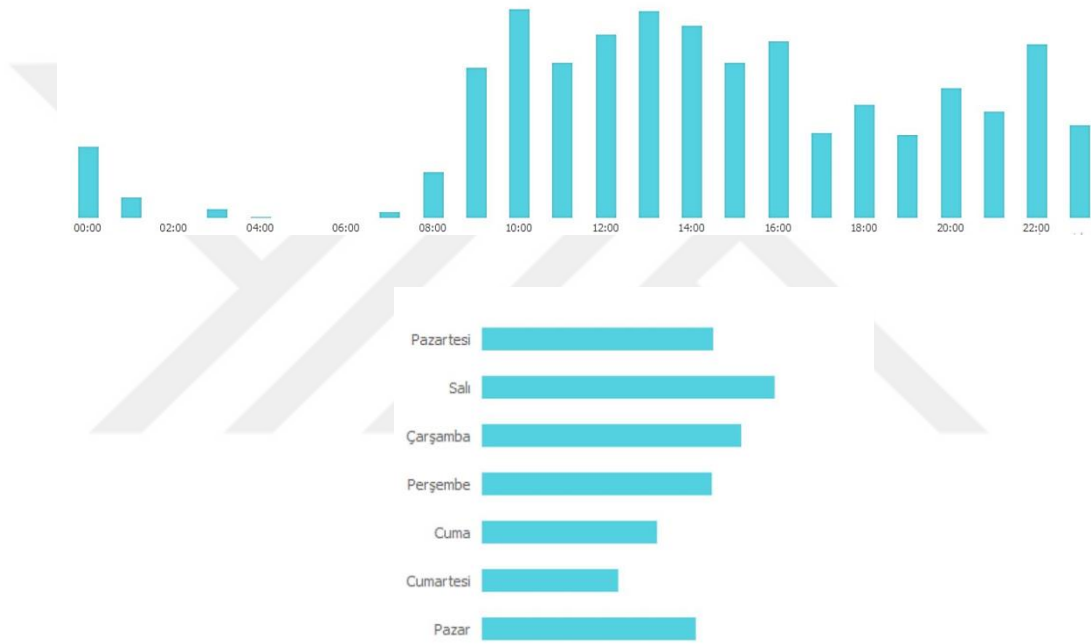
Şekil 3.4 Türk Kızılay International Gönderi Türü ve Etkileşim



Günümüzde sosyal medya kullanıcılarının video içeriklere olan ilgisi giderek artmıştır. Artık kullanıcılar metin ya da fotoğraf yerine daha çok video içerik tüketmektedir. Yukarıda yer alan Şekil 3.4'te görüldüğü gibi Türk Kızılay International hesabı Mart 2018- Mart 2020 tarihleri arasında gerçekleştirdiği gönderi paylaşımlarında en fazla etkileşimi sayısal olarak fotoğraf türündeki gönderiler almıştır. Ancak sayısal olarak alınan etkileşim sayısı, tek başına etkileşim performansını yansıtmakta yeterli olmayıp, gönderi başına ortalama etkileşim performans açısından daha anlamlı bir sonuç vermektedir. Bu bakımdan Şekil 3.3 ve Şekil 3.4 birlikte incelendiğinde fotoğraf türü gönderi paylaşımının fazla olması,

etkileşim sayısını arttırdığı ancak gönderi türü açısından ortalama en fazla etkileşimi (64 etkileşim) video içeriklerin aldığı tespit edilmiştir.

Şekil 3.5 Gün ve Saate Göre Gönderi Paylaşım Durumu



Kaynak: Boomsocial, (Çevrimiçi) <https://www.boomsocial.com/>, 15 Nisan 2020

Her sosyal ağ, mevcut doğası ve ekosistemi içerisinde kendi kurallarını oluşturmaktadır. Sosyal ağlarda kullanıcıların yoğun olarak yer aldıkları prime time³⁸⁸ içerisinde yapılan paylaşımlar ise daha fazla etkileşim almaktadır. Kullanıcıların daha fazla interaktif olduğu bu gün ve saatler; sosyal ağ, ülke, kurum, marka ya da hedef kitlesine göre de farklılık göstermektedir.

³⁸⁸ Hilde A. M. Voorveld, Guda van Noort, Daniël G. Muntinga & Fred Bronner

Engagement with Social Media and Social Media Advertising: The Differentiating Role of Platform Type, Journal of Advertising, (Çevrimiçi)

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00913367.2017.1405754?scroll=top&needAccess=true>, 4 Aralık 2019.

2019 yılında sosyal medyadaki etkin zaman (prime time)³⁸⁹ üzerine yapılan araştırmalara göre Twitter'daki son kullanıcıyı hedefleyen kurumlar için en etkili paylaşım günlerinin salı ve pazar günleri 10.00 ve 14:00 saatleri arası olduğu saptanmıştır.³⁹⁰ Bu minvalde yukarıdaki grafik incelendiğinde Türk Kızılay International'ın yaptığı paylaşımların bir kısmının “prime time” içerisinde yer aldığını görülmektedir. Bununla birlikte prime time'a göre Türk Kızılay International hesabındaki paylaşımların Cuma gününe kaydırılması ya da artırılması gerektiği gözlemlenmektedir.

3.5.7 American Red Cross, British Red Cross, Canadian Red Cross, German Red Cross ve Türk Kızılay International Twitter Hesapları Karşılaştırmalı Analiz Bulguları

Araştırmada Hipotez 2'nin sınanması için temel araştırma parametresini oluşturan etkileşim oranları, Mart 2018- Mart 2020 yıllarına ait veriler üzerinden daha önce belirtilen etkileşim formülüne göre “Türk Kızılay International (TKI)”, “American Red Cross (ARC)”³⁹¹, “British Red Cross(BRC)”³⁹², “German Red Cross Worldwide (GRC)”³⁹³, “Canadian Red Cross (CRC)” hesapları için ayrı ayrı hesaplanmıştır. Hesapların etkileşim oranlarını karşılaştırmadan önce, etkileşim oranını belirleyen takipçi durumu, gönderi paylaşım durumu ve etkileşim sayıları da araştırmada karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Böylece araştırmada, hem Türk Kızılay International hesabının sosyal medya performansı ölçülmüş hem de insani diplomasi faaliyetlerinde önemli birer uluslararası aktör olan kurumların Twitter hesaplarının performans açısından karşılaştırma imkanı elde edilmiştir.

Türk Kızılay International hesabı etkileşim oranlarının birkaç farklı metriğe göre değerlendirilmesi ve paydaş hesaplarla karşılaştırılması Hipotez 2'nin farklı ölçütler yoluyla test edilmesini sağlayacaktır. Ayrıca, araştırmada sosyal medya

³⁸⁹ Prime Time, sosyal ağlardaki kullanıcı trafiğinin en yoğun olduğu zaman dilimini ifade etmektedir.

³⁹⁰ Hootsuite, **The Best Time to Post on Facebook, Instagram, Twitter, and LinkedIn**, (Çevrimiçi) <https://blog.hootsuite.com/best-time-to-post-on-facebook-twitter-instagram/#twitter>, 2 Mart 2019

³⁹¹ Twitter, **American Red Cross**, (Çevrimiçi) <https://twitter.com/RedCross>, 02 Şubat 2018.

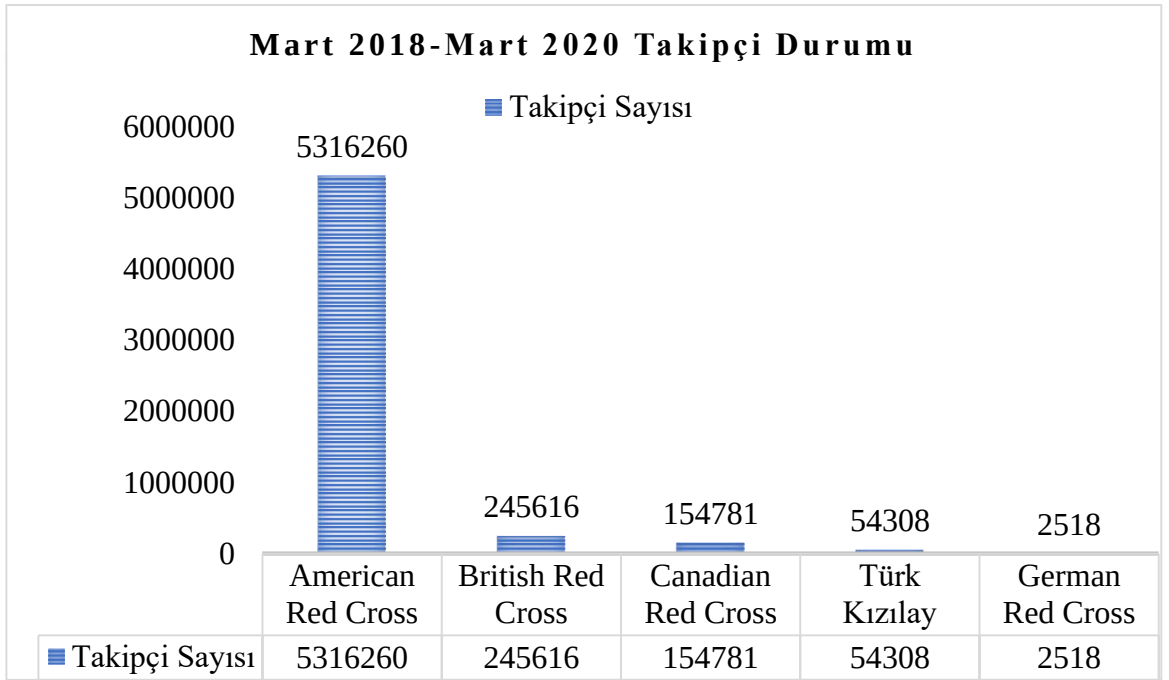
³⁹² Twitter, **British Red Cross**, (Çevrimiçi) <https://twitter.com/BritishRedCross>, 02 Şubat 2018.

³⁹³ Twitter, **German Red Cross Worldwide**, (Çevrimiçi) <https://twitter.com/DRKvorOrt>, 02 Şubat 2018.

hesapları hem etkileşim sayısı, gönderi sayısı ve takipçi durumu gibi etkileşim metriklerine göre hem de bir sonuç olarak etkileşim oranlarına göre analiz edilmiştir.

Araştırmada ortaya konulan hesaplar arası karşılaştırmalı veriler, tek başına sosyal ağlarda performans açısından bir değerlendirme kriteri değildir. Bu sebeple, karşılaştırmalı analiz sonuçları, dördüncü bölümde Hipotez 2'nin sınanmasında kullanılacak interval ölçeğe değerlendirme ölçütü olarak katkı sağlayacaktır.

Şekil 3.6 Karşılaştırmalı Takipçi Durumları



Araştırmada Şekil 3.6'da hesapların aralık sonu itibariyle sahip oldukları takipçi sayısı karşılaştırılmıştır. Buna göre American Red Cross en fazla takipçiye sahip hesaptır. Türk Kızılay'ı ise beş ülke arasında dördüncü sırada yer almaktadır. Öte yandan takipçi sayısı bakımında American Red Cross haricinde diğer kurumların takipçi sayıları arasında ciddi farklar bulunmamaktadır.

Takipçi sayısının az ya da fazla olmasının birçok farklı değişkeni bulunmaktadır. Bunlar, hesabın açılma süresi, hashtag kullanımı, içerik, ücretli reklam yönetiminin olup olmaması gibi farklı değişkenlerdir. Günümüzde kurum ve markalar sosyal medya hesaplarındaki takipçi sayısının yüksek olması ile başarılı olduklarını

ifade edebilmektedir. Takipçi sayısı, hesabın paylaştığı, hizmet ettiği ya da amaçladığı konularla ilgilenen kitleyi yansıtmaları açısından önemlidir.

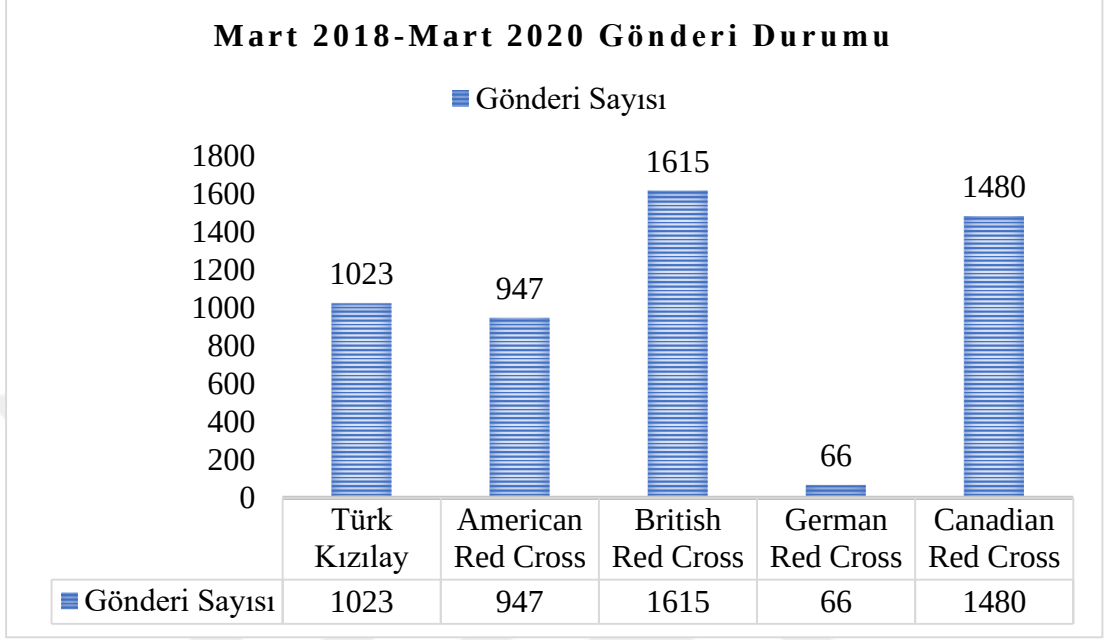
Öte yandan takipçi sayılarının fazla olması hesapların performanslarının ölçülmesi açısından tek başına yeterli değildir. Önemli olan kurum ya da markaların etkileme ya da bağ kurma potansiyeli olan kitlelerle ne kadar etkileşime girdikleridir.

Takipçi sayısı, etkileşim performansının sonucunu etkileyen bir metriktir. Ayrıca sosyal ağlardaki hesapların sahip oldukları takipçiler için bir nevi “sorumlulukları” da bulunmaktadır. Çünkü sahip olunan takipçi ile etkileşime girme arasındaki korelasyon sosyal medya hesaplarının nihai performansını etkilemektedir.

Şekil 3.6 bu bakımdan analiz edildiğinde, American Red Cross’un takipçi sayısının fazla olmasını, yüksek erişim ve etkileşim potansiyeline sahip olması bakımından olumlu bir gelişme olarak değerlendirmek mümkündür. Ancak takipçi sayısı tek başına anlamlı bir metrik olmadığından American Red Cross’un performansının diğer kurumlara göre yüksek çıkması için gönderi durumu ve etkileşim sayılarının da takipçi sayısına oranla optimal bir sayıda olmasını gerektirmektedir.

Aynı durum Türk Kızılay’ı ve diğer kurumlar için de geçerlidir. Türk Kızılay’ının ve diğer kurumlarının takipçi sayısına oranla gönderi durumu ve etkileşim sayılarında yukarı yönlü orantısal bir korelasyonun olması sosyal medya performanslarında belirleyici olacaktır. Bu bakımdan gönderi durumlarını da incelemek gerekmektedir.

Şekil 3.7 Karşılaştırmalı Gönderi Durumu



Yukarıda yer alan Şekil 3.7’de ise hesapların Mart 2018-Mart 2020 tarihleri arasında yaptıkları gönderi paylaşımları incelenmiştir. Bu bakımdan Şekil 3.7’a göre British Red Cross aylık ortalama 67 toplamda ise 1615 gönderi paylaşımı ile en çok paylaşım yapan hesap olmuştur. Türk Kızılay’ı ise aylık ortalama 42 toplamda ise 1023 gönderi paylaşımı ile 5 ülke arasından 3. sırada yer almıştır.

Gönderi paylaşımı, kullanıcıların etkileşim oranlarını etkileyeceğinden kurumlar, gönderi paylaşım sayılarını bulunduğu mecraya, takipçisine, konusuna ya da iletişim stratejisine göre hassas bir dengede tutmaları gerekmektedir. Kullanıcılara gönderilen mesajın azlığı ya da kullanıcıyı rahatsız edecek derece fazla yapılan paylaşımlar, etkileşim oranını olumsuz etkilemektedir.

Sosyal ağlarda gerçekleştirilen her gönderi paylaşımı, okunmama ya da görülmeme riskini de beraberinde getirmektedir. Gönderi paylaşım sayısı ile ilgili üzerinde uzlaşılmış ideal bir rakam bulunmamakla birlikte sosyal medyada hesapların kullanıcıları ile olan etkileşimini düzenli olarak sürdürmesi beklenmektedir. Bu bakımdan kullanıcıları “sıkmadan”, kullanıcılarla olan etkileşimi olumsuz etkilemeden düzenli bağın devam ettirilmesi gerekmektedir.

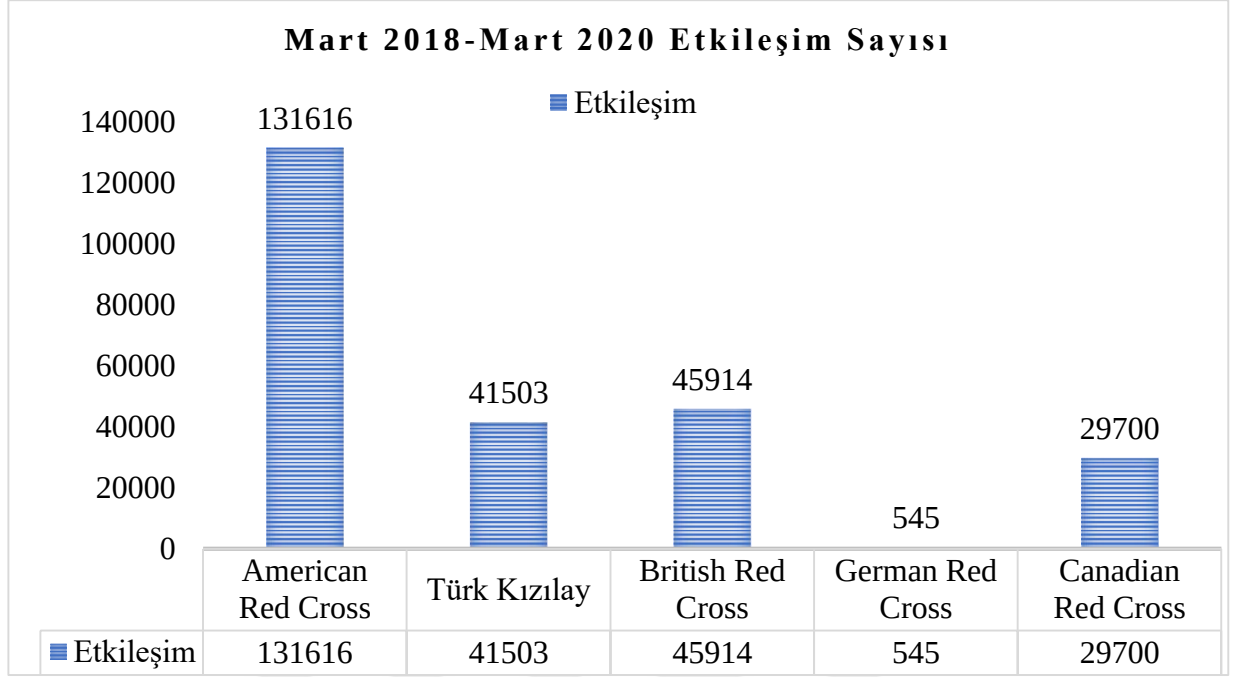
Gönderi paylaşım sayısını etkileyen diğer bir konuda kurum ya da markaların stratejilerine bağlı olarak ulaşmak istedikleri amaçlarıdır. Her kurumun mesajını anlatma biçimi ya da olayın doğasının farklı olması gönderi paylaşım sayısını da etkilemektedir. Uluslararası refahı arttırmayı ya da farkındalık oluşturmayı amaçlayan uzun süreli bir içerik paylaşım planı ile bir bölgede acil olarak ulaştırılması gereken insani yardımlar için çağrı niteliğindeki gönderilerin paylaşım sıklığı ve tonu da farklı olacaktır.

Gönderi paylaşımında aslında temel ölçüt sosyal medya hesabının kendisidir. Ölçülebilir bir mecra olarak sosyal medya, kurum ve markalara eş zamanlı olarak ölçüm ve analiz etme imkânı sunmaktadır. Kurum ve markalar yapmış oldukları paylaşımları anlık, günlük ya da haftalık belirli periyotlarla ya da eş zamanlı olarak ölçebilmektedir.

Gönderi paylaşımlarını anlık olarak ölçme imkanına sahip kurum ya da markalar, paylaşımının elde ettiği etkileşim oranına göre gönderi paylaşım durumunu optimum bir sayıya ulaştırması gerekmektedir. Aksi bir durum ise sosyal medya hesaplarında takipçi, etkileşim sayısı ve etkileşim oranı kaybına neden olacaktır. Bu bakımdan etkileşim sayıları ve oranları kilit bir role sahiptir.

Web 2.0 ile birlikte temeli atılan sosyal medyanın özünü etkileşim oluşturmaktadır. Mesajın artık çiftli yönlü olarak akmaya başlaması, alıcı ile kaynak arasındaki mesajın ölçülmesini de gerekli kılmıştır. Bu durumda kaynağın gönderdiği mesaja yönelik alıcı ile ilgili derin bir sorunsal karşımıza çıkmaktadır. Mesajın kaç alıcıya ulaştığı, alıcının mesaja yönelik bir geri bildirim vermediği ya da verilen geri dönütün anlamlandırılması sorunsalı etkileşimin çıkış noktası olarak değerlendirmek mümkündür. Etkileşim, yapılan paylaşıma kaç kullanıcının hangi geri bildirim cevap verdiğinin ölçülmesi açısından önemlidir. Etkileşim, sosyal medyada iletişim kurulup kurulmadığını ya da etkiyi ölçmeyi sağlayan bir turnusol görevi görmektedir. Dolayısıyla etkileşim, sosyal ağlardaki performansı ölçen anlamlı bir parametredir. Bu sebeple araştırmanın temel noktasını etkileşim sayıları ve etkileşim oranları oluşturmaktadır.

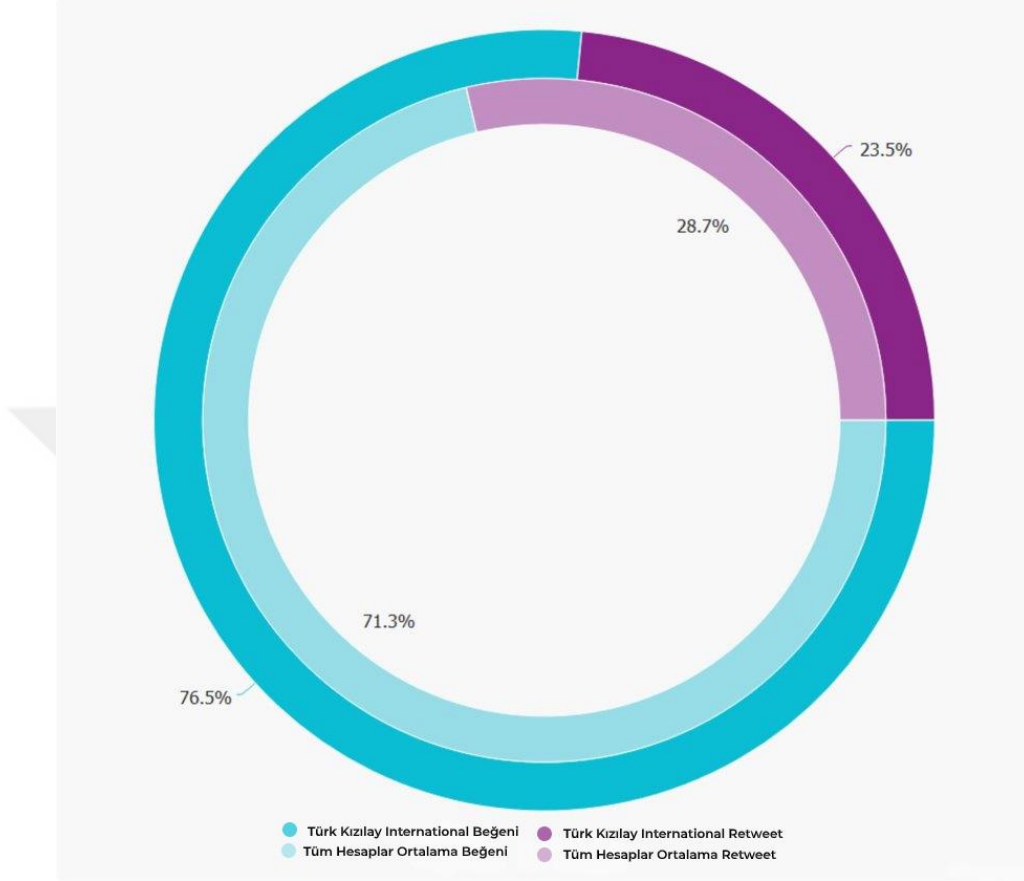
Şekil 3.8 Karşılaştırmalı Etkileşim Sayıları



Yukarıda yer alan Şekil 3.8’deki analize göre beş farklı kurumun Mart 2018-Mart 2020 tarihleri arasındaki Twitter hesabı etkileşim sayıları karşılaştırılmıştır. Karşılaştırmalı olarak analiz edilen etkileşim sayısı da takipçi sayısı ve gönderi paylaşım durumu gibi etkileşim oranını etkileyen temel bir metrik olarak karşımıza çıkmaktadır.

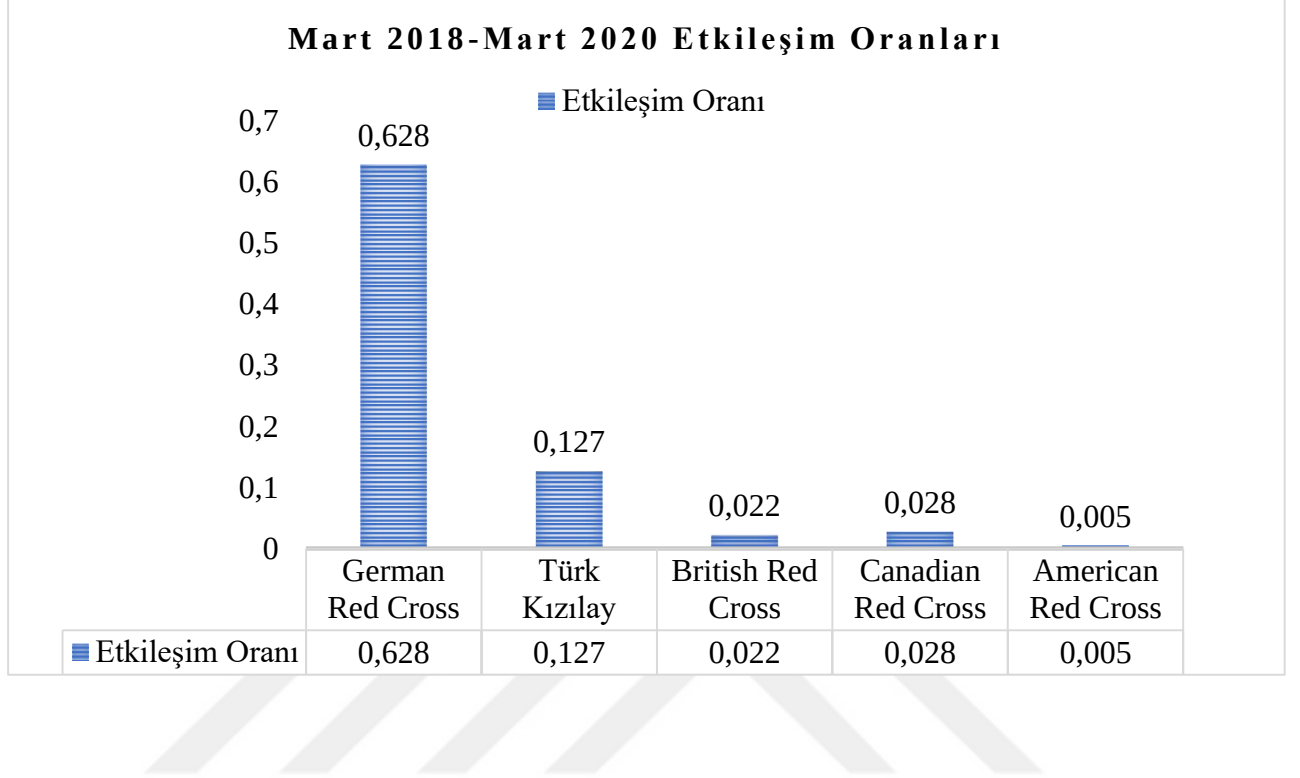
Şekil 3.8’deki kurumların etkileşim sayısı karşılaştırmaları, hangi hesabın kaç defa etkileşime girdiğini göstermesi bakımından değerlidir. Buna göre, sayı olarak takipçileri ile en fazla etkileşime 131.616 ile “American Red Cross” girmiş, onu ikinci olarak 45.914 ile “British Red Cross” takip etmiş ve Türk Kızılay’ı ise 41.502 ile etkileşim sayısı bakımından üçüncü sırada yer almıştır. Etkileşim sayılarının etkisinin daha detaylı olarak incelenebilmesi için karşılaştırmalı olarak gönderi türüne göre etkileşim sayısı dağılımını da analiz etmek gerekmektedir.

Şekil 3.9 Karşılaştırmalı Etkileşim Dağılımı



Yukarıda yer alan Şekil 3.9 karşılaştırmalı etkileşim dağılımında Türk Kızılay International ve diğer dört Twitter hesabının etkileşim sayılarını oluşturan Beğeni ve Retweet oranları ortaya konmuştur. Türk Kızılay International hesabı, etkileşim sayısının %76,5’lik kısmını beğenilerden %23,5’lik kısmını ise retweet içeriklerden elde etmiştir. Buna göre Türk Kızılay International hesabı, tüm hesap ortalamalarının üzerinde bir beğeni alırken, retweet açısından ise ortalamanın altında kalmıştır. Bu durum Türk Kızılay International hesabı içeriklerinin kullanıcılar tarafından paylaşılma oranının düşük olduğunu göstermektedir.

Şekil 3.10 Karşılaştırmalı Etkileşim Oranları



Şekil 3.10’da ise kurumların etkileşim oranları karşılaştırmalı olarak gösterilmektedir. Şunu net olarak ifade etmek gerekir ki Araştırmada farklı farklı grafiklerle gösterilen takipçi durumu, gönderi durumu ve etkileşim sayıları etkileşim oranını belirleyen temel metrikler olmuştur. Sosyal medya ekosistemi içerisinde hesapların performansını ise etkileşim oranları belirlemektedir.

Etkileşim oranının belirleyici olmasının en önemli sebeplerinden biri önceki formülde belirtildiği gibi her gönderi ve takipçi sayısına göre bir etkileşim oranı dağılımını göstermesidir. Bu bakımdan tek başına takipçi sayısının, paylaşım sayısının ya da etkileşim sayısının bir anlamı bulunmamaktadır. Bu metrikler, birlikte değerlendirildiğinde anlamlı bir sonuç sağlayabilmektedir.

Etkileşim oranının sosyal medya ekosistemi içerisinde kabul görmesinin bir diğer nedeni de her sosyal medya hesabının kendi içerisinde özgün metriklerine göre değerlendirilmesidir. Buna göre Şekil 3.10 etkileşim oranlarını değerlendirildiğinde Mart 2018-Mart 2020 tarihleri arasında 0,628 ile en yüksek etkileşim oranına sahip

Twitter hesabı “German Red Cross” olmuştur. “German Red Cross” takipçi sayısı, gönderi durumu ve etkileşim sayısı bakımından diğer kurumlara oranla daha düşük bir sayıya sahipken etkileşim oranı bakımından yüksek çıkmıştır. Bu durum “German Red Cross’un takipçisine oranla yaptığı paylaşımlardaki etkileşiminin yüksek olduğunu göstermektedir. Bir başka deyişle, German Red Cross attığı her gönderiyi hedefe iyi bir şekilde isabet ettirmiştir.

Türk Kızılay International Twitter hesabı ise 0,127 etkileşim oranıyla ikinci sırada yer almaktadır. Türk Kızılay International(TKI), American Red Cross(ARC) ve British Red Cross(BRC)’tan takipçi ve etkileşim sayısı bakımından daha düşük bir sayıya sahipken etkileşim oranı bakımında bu hesapları geçmiştir. Bu durum ARC ve BRC’a göre Türk Kızılay International’ın paylaşım başına daha fazla etkileşime sahip olduğunu göstermektedir.

British Red Cross hesabı için ise en fazla ön plana çıkan nokta gönderi paylaşımlarının çok fazla olmasıdır. Etkileşim sayısı açısından Türk Kızılay’ına göre daha fazla etkileşim sayısına sahip olan British Red Cross’un etkileşim oranı Türk Kızılay’ından düşük çıkmıştır. Bunun sebebi ise BRC’nin paylaşım başına etkileşim sayısının daha düşük olmasıdır. Bu durum ise sosyal medyada atılan her adımın bir dönüşünün beklenmesinden kaynaklanmaktadır. Aynı şekilde Canadian Red Cross da takipçisine oranla paylaşım sayısının fazla olmasından kaynaklı düşük bir etkileşim oranına sahip olmuştur.

Öte yandan American Red Cross’un durumu ise biraz farklıdır. Gönderi durumu ve etkileşim sayısı bakımından yüksek olmasına rağmen ARC, en düşük etkileşim oranına sahip hesap olmuştur. Bunun en temel nedeni takipçi sayısıdır. ARC’nin takipçi sayısına oranla düşük bir etkileşim sayısına sahip olması etkileşim oranını olumsuz etkilemiştir.

Bu bakımdan sosyal medya ekosisteminde performansın yüksek olmasını metrikler arasındaki denge belirlemektedir. Etkileşim oranının yüksek çıkmasında tek metrik bir anlam ifade etmediği gibi yüksek bir performans için metrikler arasında doğrusal bir orantı da gerekmektedir.

Araştırmada kullanılan takip ve izleme yöntemleri ile Twitter hesaplarının birçok verisi ve etkileşim oranları tespit edilmiştir. Bu etkileşim oranları, çalışmanın dördüncü bölümünde Hipotez 2'nin test edilmesi ve değerlendirilmesi amacıyla hazırlanan sosyal medya performans ölçekleri kapsamında kullanılacaktır.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırma sürecinde farklı yöntem ve araçlarla elde edilen verilerin, belirli bir sistem ve ölçütler içerisinde değerlendirilmesi, çalışmanın hem test edilen hipotezleri bağlamında hem de araştırma ile ilgili somut bir çıktıya ulaşılması noktasında önemlidir. Bu sebeple çalışmanın bu bölümünde, üçüncü bölümde ortaya konan Türk dış politikası literatür taraması, derinlemesine görüşme bulguları ve Türk Kızılay International Twitter hesabı ile ilgili bulgular değerlendirilecektir.

Çalışmanın literatür taraması kısmında Türk dış politikasının yaklaşım ve çerçevesi değerlendirilecek, derinlemesine görüşme bulguları ise *“Türkiye’nin insani diplomasi aktörü olan Kızılay, TİKA ve AFAD’ın uygulamaları ile Türk dış politikası arasında olumlu bir bağ vardır.”* adlı Hipotez 1’in test edilmesiyle amacıyla değerlendirilecektir. Daha sonra ise Türk Kızılay International hesap bulguları ile “American Red Cross” , “British Red Cross” , “German Red Cross Worldwide” ve “Canadian Red Cross” Twitter hesaplarının verileri üç farklı şekilde hazırlanan sosyal medya performans ölçeğine göre değerlendirilerek *“Türkiye insani diplomasi faaliyetleri ile ortaya çıkan yumuşak güç kapasitesini sosyal ağlarda yeterince kullanamamaktadır.”* adlı Hipotez 2 sınanacaktır.

4.1. Literatür Değerlendirilmesi

Türkiye’nin dış politikası ile Türk Kızılay, AFAD ve TİKA’nın yardım uygulamaları arasındaki bağın güvenilir ve tutarlı bir şekilde incelenebilmesi, araştırılan bağ ile insani diplomasinin kavramsal gelişiminin eş güdümlü olması amacıyla literatür taramasında 2002 sonrası Türk dış politikası ele alınmıştır.

Literatür taraması, araştırmanın söylem, yaklaşım ve çerçevesi bakımından birinci hipotezin çekirdeğini oluşturmaktadır. Türk dış politikasının yaklaşım ve çerçevesinin çizilmesi, mevcut insani yardım uygulamalarının ortaya konulması, derinlemesine görüşme yöntemiyle sınanacak birinci hipotezin temel çıkış noktası olarak ele alınmıştır.

Bir kamu diplomasisi aracı olarak insani diplomasinin kavramsallaşması ve gelişmesi 2000 sonrası döneme denk gelmektedir. Türkiye ise 2000’li yıllarda bölgesindeki insani krizlere karşı daha proaktif bir rol almaya başlamıştır. Türkiye geniş bir coğrafyada gerçekleştirdiği hem insani hem de kalkınma yardımlarını artık dış politika söylemleriyle de desteklemektedir.

2000’li yıllarda “Cömertlik”, “Vicdan” ve “İnsanlık ” gibi kavramlar üzerine oturtulan Türk dış politikası, Türkiye’nin resmi karar alma mercileri olan Dışişleri Bakanlığı, Dönemin Başbakanlık’ı ve günümüzün Cumhurbaşkanlığı tarafından somut bir dış politika hedefi ve aracı olarak ortaya konulmuştur.

Öte yandan, Türk Kızılay’ı, AFAD ve TİKA’nın söylemlerinde de cömertlik, vicdan ve insanlık vurgusunun ön plana çıktığı görülmektedir. Bu noktada AFAD, Türkiye için “Dünyanın en cömert ülkesi” ibaresini kullanırken, Türk Kızılay’ı ise insani yardımlarda uluslararası işbirliği ve koordinasyonu arttırmak amacıyla Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın tavsiyesi üzerine “Kırmızı Ağ”³⁹⁴ kurmuştur. Kırmızı Ağ’ın ise Türkiye’nin insani yardımlarda bölgesel bir aktör olmasına katkı sağlayacağı ön plana çıkartılmıştır.

Aynı şekilde, Türk Kızılay’ı, AFAD ve TİKA’nın insani yardım uygulamaları da incelendiğinde devletin çözüm arayışında olduğu insani kriz bölgelerine yardım ettiği ya da bizzat devletin işaret ettiği alanlara odaklandığı tespit edilmiştir. Bu konuda devletin iç savaş mağduru Suriye vatandaşlarına uyguladığı “açık kapı politikası” sonucunda Türkiye’ye gelen sığınmacıların gıda, barınma, eğitim, sağlık gibi insani ihtiyaçlarının Türk Kızılay’ı, AFAD ve TİKA tarafından karşılanması Türk dış politikası ve bu kurumlar arasındaki bağın ortaya konulması bakımından önemli bir örnektir. Öyle ki TİKA, dünyanın farklı bölgelerindeki Suriyeli öğrencilere de destek olarak geniş bir coğrafyada Türk dış politikası ile uyumlu bir insani yardım faaliyeti gerçekleştirmektedir.

Araştırmanın literatür taraması kısmında 2000 sonrası Türk dış politikası yaklaşımı ile Türk Kızılay’ı, AFAD ve TİKA’nın insani yardım faaliyetleri arasında

³⁹⁴ Bkz.: OIC RED Network., <http://www.oicred.net/National-Societies-Network-OIC-en.html>, 2 Şubat 2020.

söylem ve uygulama arasındaki bağıın çerçevesi çizilmiştir. Birinci hipotezin sınanması ise derinlemesine görüşme yöntemiyle gerçekleştirilmiştir.

4.2. Derinlemesine Görüşme Bulgularının Değerlendirilmesi

Tablo 4.1 Hipotez 1 Test Sonuçları

Hipotez 1	Soru 5: TİKA, AFAD ve Kızılay'ın insani yardım faaliyetleri ile Türkiye'nin dış politikası arasında bir bağ bulunmakta mıdır?
Hipotezi Destekleyen Cevap Sayısı	6
Hipotezi Desteklemeyen Cevap Sayısı	-
Nötr Cevap	-

Birinci hipotez olan “*Türkiye'nin insani diplomasi aktörleri olan Kızılay, AFAD, TİKA'nın uygulamaları ile Türkiye'nin dış politikası arasında olumlu bir bağ vardır.*” test edilmesi için “*TİKA, AFAD ve Kızılay'ın insani yardım faaliyetleri ile Türkiye'nin dış politikası arasında bir bağ bulunmakta mıdır?*” sorusu sorulmuştur.

Yukarıdaki Tablo 4.1’de de görüldüğü gibi Hipotez 1 yapılan derinlemesine görüşmeler sonucunda doğrulanmıştır. Derinlemesine görüşme katılımcıları düşünmektedir ki TİKA, AFAD ve Kızılay’ın insani yardım faaliyetleri ile Türkiye’nin dış politikası arasında doğrudan ya da dolaylı olarak bir bağ bulunmaktadır.

Tüm katılımcılar Türkiye’nin dış politikası ile Kızılay, AFAD, TİKA’nın uygulamaları arasında olumlu bir bağ var olduğunu düşünmektedir. Mustafa Köylü’nün de dediği gibi “*TİKA, AFAD, Kızılay devletin resmi ve yarı resmi kurumlarıdır. Bu kurumlar hükümetin inisiyatifleriyle çalışmak zorundadır. Katılımcıların çoğu bu kurumların birbirleriyle ve devletle koordinasyon ve işbirliği içerisinde çalıştıklarını örneklerle ifade etmişlerdir.*”

Tüm katılımcılar, bu kurumlar ve devlet arasındaki ilişkiyi dolaylı ve doğrudan ortaya koymuşlardır. Yalnız belirtmek gerekir ki bu kurumlar arasındaki bağ kurumsal olarak zayıftır. Bu sebeple, bu kurumlar, aynı hizmeti veren farklı kurumlar olarak algılanabilmektedir. Hâlbuki aralarındaki olumlu bağ insani krizlerdeki karar verme süreçlerinde ve sahadaki yardım faaliyetlerinde somut olarak ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak birinci hipotez doğrulanmıştır.

Aynı şekilde insani yardımlar yardım yapılan bölgelerde Türkiye sempatisini ve Türkiye'nin o bölgeleri etkileme potansiyelini arttırarak yumuşak güç kapasitesine katkı sağlamaktadır.

Tüm bu sorularının sonucunda Türkiye'nin açıkladığı “aktif, çok boyutlu ve insan odaklı” dış politikası ile AFAD, TİKA ve Kızılay'ın faaliyetleri arasında derinlemesine görüşme cevapları bağlamında olumlu bir bağ kurmak mümkündür. Aynı şekilde, katılımcıların belirttiği gibi yapılan insani yardımlar Türkiye'nin yumuşak gücüne katkı sağlamaktadır. Ancak Türkiye yumuşak gücünü, cazibesini kullanamamaktadır. Bunu hem derinlemesine görüşmelerdeki katılımcıların görüşleri hem de The Soft Power 30, Nation Brands Raporları gibi çalışmalar doğrulamaktadır.

4.3. Türk Kızılay International Hesabının Değerlendirilmesi

Araştırmanın ikinci hipotezi olan “*Türkiye insani diplomasi faaliyetleri ile ortaya çıkan yumuşak güç kapasitesini sosyal ağlarda yeterince kullanamamaktadır.*” test edilmesi amacıyla sosyal medya ölçüm araçlarıyla elde edilen etkileşim oranları, çoklu interval ölçek yöntemiyle ile sınanmıştır.

Araştırmada analiz edilen Twitter hesaplarının etkileşim oranlarının değerlendirilmesinde çoklu ölçek kullanılmıştır. Bunun temel sebebi, etkileşim oranlarının değerlendirilmesinde tek bir geçerli parametrenin bulunmamasıdır. Bu sebeple hesapların performansları farklı ölçeklerle değerlendirilerek Hipotez 2'nin doğru bir şekilde sınanması amaçlanmıştır.

Tablo 4.2 Sosyal Medya Performans Ölçeği 1

Çok Düşük	Düşük	Orta	Yüksek	Çok Yüksek
$\leq 0,020$	$\leq 0,046$	0,046-0,055	0,056-0,3	$> 0,3$

Sosyal Medya Performans Ölçeği 1'in ölçek metriklerinin belirlenmesinde Tablo 4.3'te yer alan 2018, 2019 ve 2020 yılında Rival IQ tarafından gerçekleştirilen sosyal medya etkileşim raporlarındaki tüm sektörlerin ortalama etkileşim oranı temel alınmıştır. Rival IQ, 2012 yılında kurulmuş web ve sosyal medya analiz aracıdır.³⁹⁵

Tablo 4.3 Rival IQ Twitter Ortalama Etkileşim Oranları

Rivaliq Twitter Ortalama Etkileşim Oranları		
Yıl	Kapsam	Etkileşim Oranı
2018	Tüm Sektörler	0,046
2019	Tüm Sektörler	0,048
2020	Tüm Sektörler	0,045
	Aritmetik Ortalama	0,046333333
	Standart Sapma	0,001247219

Kaynak: Rival IQ, “2018 Social Media Industry Benchmark Report”, “2019 Social Media Industry Benchmark Report”, “2020 Social Media Industry Benchmark Report” (Çevrimiçi) <https://www.rivaliq.com/benchmark-reports/>, 10 Nisan 2020.

Tablo 4.3'te görüldüğü gibi 2018, 2019 ve 2020 yıllarında Twitter'daki tüm sektörlerin aritmetik ortama etkileşim oranı 0,046 bu üç etkileşim oranının standart sapması ise 0,001 olarak tespit edilmiştir. Bu sebeple 0,046 ölçek 1 için orta performans değeri olarak belirlenmiştir. 0,046'dan daha az bir etkileşim oranı düşük olarak kabul edilmiş, 0,046 ile 0,055 arası orta, 0,055 ile 0,3 arası yüksek ve 0,3 üstü çok yüksek olarak nitelendirilmiştir. Ölçek 1 içerisinde 0,055 üstünün yüksek performans olarak değerlendirilmesinin nedeni aynı raporlara göre kar amacı gütmeyen kuruluşların ortalama etkileşim oranının bu şekilde belirtilmesidir. Ayrıca

³⁹⁵ Bkz.: <https://www.rivaliq.com/>

yüksek ve üstü etkileşim oranlarının kabul değerlerinin belirlenmesinde Twitter etkileşim oranı ile ilgili yapılmış diğer araştırmalardan da faydalanılmıştır.³⁹⁶

Tablo 4.4 Ölçek 1 Performans Sonuçları

Sosyal Medya Performans Ölçeği 1'e göre hesapların performansları şu şekildedir:

Hesap	Etkileşim Oranı	Sonuç
German Red Cross	0,628	Çok Yüksek
Türk Kızılay International	0,127	Yüksek
British Red Cross	0,022	Düşük
Canadian Red Cross	0,028	Düşük
American Red Cross	0,005	Çok Düşük

Yukarıdaki Sosyal Medya Performans Ölçeği 1'e göre karşılaştırmalı olarak elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde Türk Kızılay International Twitter hesabının, 0,127'lik bir etkileşim oranı ile Ölçek 1 orta aralığı olan 0,055'i geçerek yüksek bir etkileşime sahip olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla Sosyal Medya Performans Ölçeği 1'e göre ikinci hipotez doğrulanamamıştır.

Öte yandan, German Red Cross hesabı 0,628'lik bir etkileşim oranı ile çok yüksek, British Red Cross 0,022'lik bir etkileşim oranı ile düşük, Canadian Red Cross 0,28'lik bir etkileşim oranıyla düşük ve American Red Cross ise 0,005'lik bir etkileşim oranıyla çok düşük bir performans göstermiştir.

Tablo 4.5 Sosyal Medya Performans Ölçeği 2

Çok Düşük	Düşük	Orta	Yüksek	Çok Yüksek
$\leq 0,020$	$< 0,060$	0,060-0,071	0,072-0,3	$> 0,3$

³⁹⁶ Scrunch, “What is Good Engagement Rate on Twitter?”, (Çevrimiçi)
<https://www.scrunch.com/blog/what-is-a-good-engagement-rate-on-twitter> , 2 Nisan 2020.

Sosyal Medya Performans Ölçeği 2'nin ölçek metriklerinin belirlenmesinde Tablo 4.6'da yer alan 2018, 2019 ve 2020 yılında Rival IQ tarafından gerçekleştirilen sosyal medya etkileşim raporlarındaki kar amacı gütmeyen kurumların Twitter hesaplarının ortalama etkileşim oranı temel alınmıştır.³⁹⁷

Tablo 4.6 Rival IQ Twitter Ortalama Etkileşim Oranları

Rivaliq Twitter Ortalama Etkileşim Oranları		
Yıl	Kapsam	Etkileşim Oranı
2018	Kar Amacı Gütmeyen Kurumlar	0,055
2019	Kar Amacı Gütmeyen Kurumlar	0,062
2020	Kar Amacı Gütmeyen Kurumlar	0,063
	Aritmetik Ortalama	0,060
	Standart Sapma	0,003559026

Tablo 4.6'te görüldüğü gibi 2018, 2019 ve 2020 yıllarında Twitter'daki tüm sektörlerin aritmetik ortama etkileşim oranı 0,060, bu üç etkileşim oranının standart sapması ise 0,003 olarak tespit edilmiştir. Bu sebeple 0,060 ölçek 2 için orta performans değeri olarak belirlenmiştir. 0,060'dan daha az bir etkileşim oranı düşük olarak kabul edilmiş, 0,060 ile 0,071 arası orta, 0,071-0,3 arası yüksek, 0,3 üstü olarak nitelendirilmiştir. 0,060 ve üzerinin yüksek performans olarak değerlendirilmesinin nedeni aynı raporlara göre kar amacı gütmeyen kuruluşların aritmetik ortalamasının bu şekilde belirtilmesidir. Yüksek ve üstü etkileşim oranlarının kabul değerlerinin belirlenmesinde Twitter etkileşim oranı ile ilgili yapılmış diğer araştırmalardan da örnek alınmıştır.³⁹⁸

³⁹⁷ Rival IQ, “2018 Social Media Industry Benchmark Report”, “2019 Social Media Industry Benchmark Report”, “2020 Social Media Industry Benchmark Report” (Çevrimiçi) <https://www.rivaliq.com/benchmark-reports/>, 10 Nisan 2020.

³⁹⁸ Scrunch, “What is Good Engagement Rate on Twitter?”, (Çevrimiçi) <https://www.scrunch.com/blog/what-is-a-good-engagement-rate-on-twitter>, 2 Ocak 2020.

Tablo 4.7 Ölçeği 2 Performans Sonuçları

Sosyal Medya Performans Ölçeği 2'e göre hesapların performansları şu şekildedir:

Hesap	Etkileşim Oranı	Sonuç
German Red Cross	0,628	Çok Yüksek
Türk Kızılay	0,127	Yüksek
British Red Cross	0,022	Düşük
Canadian Red Cross	0,028	Düşük
American Red Cross	0,005	Çok Düşük

Yukarıdaki Sosyal Medya Performans Ölçeği 2'ye göre çıkan sonuçlar değerlendirildiğinde Türk Kızılay International Twitter hesabının 0,127 etkileşim oranı ile yüksek bir etkileşime sahip olduğu tespit edilmiştir. Türk Kızılay'ı kar amacı gütmeyen kuruluşların içerisindeki aritmetik etkileşim ortalamasının üzerinde bir performans sergilendiği için Sosyal Medya Performans Ölçeği 2'ye göre de ikinci hipotez doğrulanamamıştır.

Öte yandan, German Red Cross hesabı 0,628'lik bir etkileşim oranı ile çok yüksek, British Red Cross 0,022'lik bir etkileşim oranı ile düşük, Canadian Red Cross 0,28'lik bir etkileşim oranıyla düşük ve American Red Cross ise 0,005'lik bir etkileşim oranıyla çok düşük bir performans göstermiştir.

Tablo 4.8 Sosyal Medya Performans Ölçeği 3

Çok Düşük	Düşük	Orta	Yüksek	Çok Yüksek
$\leq 0,020$	$< 0,028$	0,028-0,033	0,034-0,3	$> 0,3$

Sosyal Medya Performans Ölçeği 3'in metrik değerleri; American Red Cross, British Red Cross, Canadian Red Cross, German Red Cross ve Türk Kızılay

hesaplarının Mart 2018-Mart 2020 tarihleri arasında gerçekleşen etkileşim oranlarının medyan değeri³⁹⁹ ve Twitter ile ilgili yapılmış diğer etkileşim oranı araştırmalarının temel alınmasıyla oluşturulmuştur. Bu noktada, beş kurumun Twitter hesaplarının medyanı 0,028 olarak tespit edilmiştir. Bu sebeple 0,028-0,033 ölçek 2 için orta değer, 0,028'den daha az bir etkileşim oranı düşük, 0,034-0,3 arası yüksek, 0,3 üstü ise çok yüksek olarak belirlenmiştir.

Tablo 4.9 Ölçek 3 Performans Sonuçları

Sosyal Medya Performans Ölçeği 3'e göre hesapların performansları şu şekildedir:

Hesap	Etkileşim Oranı	Sonuç
German Red Cross	0,628	Yüksek
Türk Kızılay	0,127	Yüksek
Canadian Red Cross	0,028	Orta
British Red Cross	0,022	Düşük
American Red Cross	0,005	Çok Düşük

Yukarıdaki Sosyal Medya Performans Ölçeği 3'ye göre çıkan sonuçlar değerlendirildiğinde Türk Kızılay International Twitter hesabı 0,127'lik etkileşim oranı ile 0,033'u geçerek yüksek bir etkileşime sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda, Türk Kızılay International Twitter hesabı Sosyal Medya Performans Ölçeği 3'e göre yüksek bir performans sergilendiği için Sosyal Medya Performans Ölçeği 3'e göre de ikinci hipotez doğrulanamamıştır.

³⁹⁹ Araştırmada, beş kurumun etkileşim verilerindeki standart sapma oranı 0,236 çıkmıştır. Bu sapma oranı, diğer Ölçek 1 ve Ölçek 2'ye göre yüksek bir standart sapma oluşturmakta ve Rival IQ gibi diğer 2018, 2019, 2020 yılı Twitter etkileşim raporlarındaki etkileşim ortalamaları ile güvenilirlik açısından uyumamaktadır. Bu sebeple Ölçek 3'te aritmetik ortalama yerine medyan (ortanca) orta performans değeri olarak kabul edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmanın birinci bölümünde, genel olarak uluslararası sistemin yapısı, değişen uluslararası sistem ve küreselleşmenin etkilediği günümüz yeni dünya düzeni yaklaşımları ele alınmış, bu yeni müesses nizamın yarattığı devlet ve devlet dışı aktörlerin güç kavramını nasıl değiştirdiği incelenmiştir. Bu noktada gücün yapısındaki değişim, uygulama biçimi olarak farklılaşan sert güç ve yumuşak güç kavramlarının, görece kamuoyunu ikna etmenin öncelikli bir politikaya dönüştüğü günümüzde, aktörleri, uygulama alanları, fırsatları ve sınırlılıklarıyla birlikte tartışılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde yumuşak gücün en önemli uygulama alanlarından biri haline gelen kamu diplomasisi kavramının tarihsel olarak gelişim süreci, zamanla çeşitlenen yaklaşımları, aktörleri ve uygulama alanları incelenmiştir. Aynı şekilde, küresel ve bölgesel insani krizlerin çözümünde ikna, diyalog ve ilişki inşa etmenin anahtarı haline gelen insani diplomasi kavramı; uluslararası barışın tesis edilmesinde sunduğu önemli imkan ve potansiyeller ile uygulamadaki sınırlılıkları tartışılmıştır. Yine bu bölüm içerisinde şu başlıkların vurgulanması gerekmektedir:

Devletler ve devlet dışı aktörler, uluslararası kamuoyunda meşruluklarını korumak ya da artırmak amacıyla bir yumuşak güç aracı olarak kamu diplomasisine yönelmiştir. Kamu diplomasisi ise günümüzde devlet ya da devlet dışı aktörlerin kendi çıkarlarına göre hedef kitlesi dâhilindeki yabancı halkları etkileme, ikna etme ve diyalog geliştirebilme imkânı sağlayan en önemli uluslararası halkla ilişkiler araçlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kamu diplomasisi, ilk örneklerinin görüldüğü 19. yüzyıl sonlarından günümüze kadar yöntem, yaklaşım ve uygulama alanı olarak çeşitlenmiştir. Bu durumun en önemli sebebi değişen ve dönüşen politik, ekonomik, sosyal ve teknolojik konjoktüre uygun iletişim stratejilerinin geliştirilme ihtiyacıdır. Gyorgy Szondi'nin de belirttiği gibi kamu diplomasisi; amacı, stratejisi, hedef kitlesi ve iletişim yönü itibarıyla geleneksel kamu diplomasisi ve yeni kamu diplomasisi olarak birbirinden ayrılmıştır. Öte yandan, günümüzde bu iki tür kamu diplomasisi halen uygulanmakta

olup kamuoylarının karar alma süreçlerini daha fazla etkilemeye başlaması ile yeni kamu diplomasisine yapılan vurgular da artmaktadır.

Kamu diplomasisi aktörleri; kültür, inanç, yemek, dijital teknolojiler gibi cezp etme noktasında güçlü buldukları ve ön plana çıkarmak istedikleri yumuşak güç kaynaklarını kamu diplomasinin bir alt uygulama alanı olarak kültürel diplomasi, gastrodiplomasi, dijital diplomasi, müzik diplomasisi vb. olarak sürdürmektedir. Burada altı çizilmesi gereken en önemli nokta kamu diplomasisinin her farklı uygulama alanına göre yöntemi, hedef kitlesi, iletişim yönü ve hassasiyetlerinin farklı olduğudur. Bir başka ifadeyle, bir ülkenin yemek kültürü üzerinden ulus-marka imajına olumlu katkı sağlamayı hedeflemekle, insani bir krizin çözümü için karar alıcıların ikna edilmesi arasında izlenecek yöntem ve yaklaşım farklı olmalıdır.

Öte yandan, 2019 yılı Küresel İnsani Yardım Raporu'na göre dünya üzerinde 1.8 milyar kişi yoksul, 697 kişi ise ekstrem yoksulluk şartları altında yaşamaktadır. Aynı şekilde 206 milyon kişinin acil insani yardıma ihtiyacı vardır. Bu krizlerin büyük bir çoğunluğu deprem, sel gibi doğa sebepli olmayan insanların neden olduğu karmaşık insani krizlerden kaynaklanmaktadır. Bu durum, insani krizlerin kalıcı olarak çözülmesinin güçleştirmiştir.

İnsani krizlerde insanların korunması, sorunlu bölgelere ulaştırılacak insani yardım ve destekler hayati bir öneme sahiptir. Operasyonel olarak ilk hedefin insanların sorunlu bölgeden çıkartılması, korunması ve insani yardımların hızlıca ulaştırılması olmakla birlikte, etkili bir insani diplomasinin asıl amacı sorunun kökünden çözülmesi ve barışın tesis edilmesi olmalıdır. Bu noktada tek taraflı gerçekleştirilecek insani yardımlar, insani krizler için geçici bir tedavi olacaktır. Krizin tedavisi için sorunun asıl kaynağı tespit edilmeli ve insani krizin asıl nedenine göre bir insani diplomasi stratejisi belirlenmelidir.

İnsani diplomasi stratejilerinin belirlenmesinde devlet ve devlet dışı aktörlerin çözüm kapasiteleri krizin sonlandırılması için hayati bir role sahiptir. Günümüzde insani yardımların büyük bir kısmı, devletlerin kurumları tarafından gerçekleştirilmesine rağmen insani diplomasi faaliyetlerinde devlet dışı aktörlerin faaliyetleri daha fazla vurgulanmaktadır. Bu noktada, insani krizlerin çok boyutlu ve

çok taraflı olabileceğinin unutulmaması gerekmektedir. Özellikle birçok devletin neden olduğu bölgesel velayet savaşlarının devam ettiği, terör, iç savaş ve zorunlu göçün birlikte yaşandığı bir insani krizde devlet ve devlet dışı aktörlerin zorunlu bir iş birliği gerekmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde sosyal medyadaki insani diplomasi uygulamaları Kızılay'ın Twitter'daki "Türk Kızılay International" hesabı örnekleminde ele alınmış, araştırma hipotezlerinin test edilmesi amacıyla literatür taraması, derinlemesine görüşme ve sosyal medya takip araçları ile elde edilen veriler ortaya konmuştur.

Araştırmadaki Hipotez 1'in test edilmesi amacıyla 2002 sonrası Türk dış politikasının çerçevesi çizilmiş ve derinlemesine görüşmelerden faydalanarak TİKA, Kızılay ve AFAD'ın faaliyetleri ile Türk dış politikası arasındaki ilişki ele alınmıştır.

Türkiye'nin Dışişleri Bakanlığı, dönemin Başbakanlık ve Cumhurbaşkanlığı gibi resmi kurum ve kuruluşları ile dönemin başbakanları ve cumhurbaşkanlarının çizdiği Türk dış politikasında "insan odaklı" dış politika vizyonu günümüze kadar güçlü bir şekilde vurgulanmıştır. Aynı şekilde, yapılan derinlemesine görüşmelerde TİKA, AFAD ve Kızılay'ın gerçekleştirdiği faaliyetler, yardım edilen bölgeler, koordinasyon ve eyleme geçme gibi farklı konularda devlet kurumlarıyla koordinasyon ve uyum içerisinde çalıştıkları, aralarında kurumsal bir bağ olmamasına rağmen Türkiye'nin insan odaklı dış politika söyleminin eyleme geçmesi açısından bu kurumların önemli olduğu ifade edilmiştir.

Hipotez 2'nin sınanması amacıyla ise niceliksel bir yöntem olan sosyal medya takip ve analiz araçları yardımıyla "Türk Kızılay International" hesabının etkileşim verileri takip ve analiz edilmiştir. Twitter'da Mart 2018- Mart 2020 yılları arasındaki "Türk Kızılay International" verilerini kapsayan araştırmada Türk Kızılay International hesabının toplam gönderi, paylaşım, beğeni sayısı, takipçi durumları ve en çok hangi gün ve saatte etkileşime geçtikleri gibi veriler elde edilmiştir. Aynı şekilde Türk Kızılay International hesabı için karşılaştırmalı bir analiz olabilmesi açısından American Red Cross (ARC), British Red Cross (BRC), German Red Cross Worldwide (GRC) , Canadian Red Cross (CRC) adlı hesapların verileri de izlenmiştir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde farklı yöntem ve araçlarla toplanan veri ve enformasyonlar Hipotez 1 ve Hipotez 2'nin sınanmasına yönelik kullanılmış, araştırmada literatür taraması ve derinlemesine yönelik bulgular Hipotez 1 için niteliksel olarak, “Türk Kızılay International, American Red Cross, British Red Cross, German Red Cross Worlwide, ve Canadian Red Cross” hesaplarıyla ilgili bulgular Hipotez 2 için niceliksel olarak belirlenen interval ölçek yardımıyla değerlendirilmiştir.

Araştırmada beş katılımcıyla gerçekleştirilen derinlemesine görüşmelerin sonuçlarına göre katılımcıların tamamı Türkiye'nin dış politikasından sorumlu kurumların açıklamaları, amaçları ve stratejileri ile AFAD, TİKA ve Kızılay'ın faaliyetleri arasındaki olumlu bir bağın bulunduğu işaret etmiştir. Dolayısıyla birinci hipotez olan *“Türkiye'nin insani diplomasi aktörü olan Kızılay, TİKA ve AFAD'ın uygulamaları ile Türk dış politikası arasında olumlu bir bağ vardır.”* doğrulanmıştır.

Benzer şekilde, araştırmanın niceliksel kısmında sosyal medya takip ve analiz araçlarıyla elde edilen verilerin performansları interval ölçek yardımıyla test edilmiştir. İnterval ölçeğin kriterlerinin belirlenmesinde Rivaliq tarafından hazırlanan 2018, 2019 ve 2020 yıllarında yayınlanan Karşılaştırmalı Sosyal Medya Raporunda belirtilen Twitter'daki tüm hesapların ortalama etkileşim oranı, kar amacı gütmeyen sosyal kuruluşların ortalama etkileşim oranı ile “Türk Kızılay International, American Red Cross, British Red Cross, German Red Cross Worlwide, ve Canadian Red Cross” adlı hesaplarının Mart 2018-Mart 2020 yılları arasındaki etkileşim oranlarının medyan değeri temel alınmış ve üç farklı düzeyde değerlendirme ölçeği oluşturulmuştur.

Araştırma sonucunda net olarak görülmektedir ki Kızılay'ın Twitter'daki “Türk Kızılay International” adlı hesabı Mart 2018-Mart 2020 tarihleri arasında etkileşim performansı bakımından Rivaliq Twitter ortalama etkileşim oranı olan 0,046'dan, yine Rivaliq Twitter kar amacı gütmeyen kuruluşların ortalama etkileşim oranı olan 0,060'tan ve yukarıda karşılaştırılan beş yardım kuruluşun etkileşim oranlarının medyanı olan 0,028'dan daha yüksek bir performans sergileyerek 0,127'lik bir etkileşim oranına ulaşmıştır. Dolayısıyla ikinci hipotez olan *“Türkiye insani*

diplomasi faaliyetleri ile ortaya çıkan yumuşak güç kapasitesini sosyal ağlarda yeterince kullanamamaktadır.” doğrulanamamıştır.

Bu araştırmanın ana eksenini oluşturan kamu diplomasisi alanında bir insani diplomasi aracı olarak sosyal medyanın kullanımı açısından akademik ve sahadaki uygulamalara dair şu noktalara dikkat çekmek gerekmektedir;

- 2000’li yılların başında yoğun olarak işlenmeye başlayan kamu diplomasisi kavramında efektif bir uygulamanın gerçekleşebilmesi için yumuşak güç ve sert güç unsurları birlikte kullanılmalı, güç tercihinde tutarlı ise olunması gerekmektedir.
- Dünya üzerindeki insani sorun ve krizlere çözüm amacıyla ortaya çıkan insani diplomasi kavramında, uygulamaya dair birçok boşluk bulunmaktadır. Konunun farklı disiplinler tarafından ele alınması literatürde bir zenginlik olmakla birlikte insani krizlerin çözümünde uygulamaya dair somut planlar üreten bir yaklaşım gerekmektedir.
- İnsani diplomasi kavramı, doğası gereği insani temel aldığı için insani sorun ve krizlerin çözümü için çok boyutlu bir stratejiye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sebeple insani diplomasi uygulamalarında kalıcı bir çözüm için uluslararası ilişkiler, iletişim, hukuk, sosyoloji ve psikoloji disiplinleri birlikte çalışarak bir insani diplomasi modeli hazırlanmalıdır.
- Günümüzde insani diplomasi faaliyetleri, devlet ya da devlet dışı aktörler tarafından kriz bölgelerine ulaştırılacak insani yardım ve desteklerle sınırlı tutulmaktadır. Bunlar insani krizlerin çözümümüzde pansuman tedavi olup, sorunun ana kaynağı teşhis edilmeli ve çözümü sunabilecek aktörler tarafından eyleme geçilmelidir.
- İnsani diplomasideki bir diğer sorun da aktör/faktör paradoksudur. Bir başka deyişle krize neden olan faktör ile krizi çözme iddiasındaki aktörlerin aynı olabilmektedir. Bu durumda bir yandan krizin çözülme görüşmeleri yapılırken diğer yandan aynı faktör/aktör kriz bölgesine

şiddetle müdahale edebilmektedir. Bu durum insani diplomasının bir çıkmazıdır.

- İnsani diplomasi faaliyetlerinin etik boyutu da dikkat çekmektedir. Krizin çözülmesi ya da insani yardımların ulaştırılması üzerinden devlet ya da devlet dışı bir aktörün ulusal çıkarlarına uygun bir zemin yaratması fikri, temelden sorunlu bir yaklaşımdır. Dolayısıyla böyle bir amaç yerine insanların korunması ya da bölgesel insani krizlerin ortadan kaldırılması temel amaç olmalıdır. Bölgede barışın tesis edilmesi faaliyeti gerçekleştiren tüm aktörlere faydası olacaktır.
- 2019 yılında dünya üzerindeki insani krizlerin büyük bir kısmı insan aktörünün neden olduğu yoksulluk, savaş, göç vb. sorunlardır. Bu sebeple sorunların çözümünde neo-realist bir bakış açısıyla devlet aktörlerinin ya kamuoyu baskısı aracılığıyla dolaylı olarak ya da kar amacı gütmeyen kuruluşlar, uluslararası örgütler tarafından doğrudan çözüm için ikna edilmesi gerekmektedir.
- Bir insani diplomasi aracı olarak sosyal medyanın etkili kullanılması, insani krizler hakkında kamuoyunun bilgilendirilmesine, krizle ilgili gündem oluşturulmasına, yardım çağrılarının hızlıca ulaştırılmasına ve en önemlisi de krizin çözümü için kamuoyunun ikna edilerek sorunun kaynağı aktörler üzerinde ciddi bir baskı kurulmasına bağlıdır. Bu sebeple kullanıcılar ile girilen etkileşim, sosyal medya performansı için kilit bir gösterge olmakla birlikte etkileşimin çok boyutlu olarak ele alınması da gerekmektedir.
- Türkiye açıklamış olduğu genel dış politikasında, hükümet programlarında güçlü bir insani aktör olmak istemektedir. Bu bakımdan gerçekleştirilen uluslararası insani yardımlar, liderliğini yürüttüğü bölgesel/uluslararası iş birliği ve koordinasyon çalışmaları ile insancıl hukuk çağrıları; Türkiye'nin değerli ve anlamlı yumuşak güç kaynaklarıdır.
- Türkiye kendi kültürü bağlamında “Vicdan, Cömertlik ve İyilik” kültürü üzerine kurduğu insani diplomasi çalışmalarını uluslararası iş

birliği ve bölgesel faaliyetlerini farklı mecralardan anlatmaktadır. Türkiye'nin yapmış olduğu bu anlamlı çalışmalar yanında negatif uluslararası algıların da yönetilmesi gerekmektedir.

- Türkiye, eğer insani diplomasi çalışmaları ile ülke imajına olumlu katkıda bulunmak, ikna kabiliyetini artırmak, mevcut ve potansiyel bağlarını güçlendirmek ya da mevcut bağlarını yeniden inşa ederek güçlü bir aktör olmak istiyorsa enformasyon ve bilgiyi yönetme kabiliyetini artırmalıdır.
- Türkiye, son yıllarda gerçekleştiği insani diplomasi faaliyetlerini bir sert güç unsuru olarak da kullanmaya çalışmaktadır. Özellikle son 10 yıldır Türkiye kendi yumuşak güç unsuruna vurgu yaparken böyle bir değişim, tarafların ikna edilmesini daha da zorlaştıracaktır. Bu sebeple Türkiye aynı konular üzerinde ortak bir strateji ve söylem birliği ile ilerlemelidir.
- Türkiye, mevcut durumda insani diplomasi aktörleri olan Türk Kızılay'ı ve diğer STK'lar üzerinden sosyal medyada hedef kamuoyuyla etkileşime girilmesi ve bağ kurulması amacıyla anlamlı çalışmalar gerçekleştirmektedir. Araştırmanın ikinci hipotezinde de test edildiği gibi Türkiye, sosyal ağlarda yüksek bir etkileşim oranına sahiptir. Ancak sosyal ağlardaki niceliksel oranların niteliksel bir çıktı olarak yumuşak güce dönüşmesi gerekmektedir. Bu bakımdan, “dünyanın en cömert ülkesinin” insani diplomaside de en iyi olması beklenmektedir.
- Ayrıca Türkiye'nin çoklu perspektif çalışmalarına ihtiyacı bulunmaktadır. Kültür, bireylerin tutum ve eylemlerindeki en temel uyarılardan biridir. Bu bakımdan insani diplomasi çalışmalarında tek bir yaklaşım üzerinden faaliyet göstermek, Türkiye'yi sadece aynı perspektife sahip paydaş ve hedef kitlesi nezdinde “değerli” kılmaktadır. Hâlbuki Türkiye çoklu kültürel perspektif çalışmaları ile farklı yabancı halklar üzerinden etkileşim ve bağ kurabilme potansiyelini arttırabilme imkânına sahiptir.

Sonuç olarak Türkiye'nin güçlü olduğu etkileşime girme ve yabancı halklarla bağ kurma gücü, gelecekte uluslararası kamuoyundaki birçok insanın kalbinin aynı hassasiyette atmasını sağlayabilir. Açlık, yoksulluk, terör, iç savaş gibi insani krizlerin giderek arttığı, islamofobi, yabancı düşmanlığı ve zorunlu güçlerin olağan bir hale geldiğı, “ben” ve “çıkır” vurgusunun rasyonellik olarak kabul edildiğı günümüzde, Türkiye'nin evrensel insani değerler üzerinden gerçekleştirmesi gereken önemli bir sorumluluğı bulunmaktadır. Dünyadaki kısır popülizm ve bencilliğın dengelenmesinde Türkiye, insani diplomasi çalışmaları ile bölgesel ve uluslararası insani krizlerde önemli bir dengeleme kapasitesine sahiptir.



BİBLİYOGRAFYA

Akıncı Vural, Z. Beril,
Bat, Mikail:

Teoriden Pratiğe Kurumsal İletişim, İletişim Yayınları, İstanbul, 2015.

Acar, Demet Şefika:

Küreselleşen Dünyada Diplomasi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi, sayı 9.1-2, 2006.

AFAD:

“AFAD Hakkında”, (Çevrimiçi)<https://www.afad.gov.tr/TR/IcerikDetay.aspx?ID=1>, 21 Nisan 2019.

AFAD:

“Kurumsal Raporlar”, (Çevrimiçi)<https://www.afad.gov.tr/tr/Dokumanlar.aspx?ID=1>, 21 Nisan 2018.

AFAD:

“Vizyon - Misyon ve Hedefler”, (Çevrimiçi)<https://www.afad.gov.tr/TR/IcerikDetay.aspx?ID=343>, (Çevrimiçi)

AFAD:

2014 yılı İdare Faaliyet Raporu, Ankara, p.4., (Çevrimiçi)<https://www.afad.gov.tr/kurumlar/afad.gov.tr/3903/xfiles/idarifaaliyetraporu.pdf>, 21 Nisan 2019.

AFAD:

2015 yılı İdare Faaliyet Raporu, Ankara, p.56., (Çevrimiçi)<https://www.afad.gov.tr/kurumlar/afad.gov.tr/3900/xfiles/afad-2015-ifr-web.pdf>, 21 Nisan 2019.

Aktaş, Ayşe:

“İnsani Diplomasi Kavramına Genel Bir Giriş Denemesi (III)”, (Çevrimiçi)https://insamer.com/tr/insani-diplomasi-kavramina-genel-bir-giris-denemesi-iii_46.html, 27 Nisan 2019.

Alegöz, Halil İbrahim:

Uluslararası İlişkilerde İnsani Diplomasinin Rolü: Türkiye-Somali Örneği, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2013, p.9.

- Aljazeera Turk: **“Bono Suriyeli sığınmacıları ziyaret etti”**,(Çevrimiçi)<http://www.aljazeera.com.tr/haber/bono-suriyeli-siginmacilari-ziyaret-etti>, 27 Nisan 2018.
- Anadolu Ajansı: **“T.C 64. Hükümet Programı Vizyoner ve Öncü Ülke”**,p.138.(Çevrimiçi)https://www.aa.com.tr/uploads/TempUserFiles/64.hukumat_programi.pdf, 9 Kasım 2019.
- Anadolu Ajansı: **“Türk Kızılayı 'insani diplomasi'de güçlü aktör olacak”**,(Çevrimiçi)<http://aa.com.tr/tr/turkiye/turk-kizilayi-insani-diplomaside-guclu-aktor-olacak/542328>, 24 Nisan 2019.
- Arı, Tayyar: **Uluslararası İlişkiler Teorileri Çatışma, Hegemonya, İşbirliği**, Bursa, MKM yayıncılık, 2008.
- Asquer, Alberto: **“What is Corporate Diplomacy?”**, Universty of London, 2012, p.2- 4., (Çevrimiçi) http://paperp.ssrn.com/sol3/paperp.cfm?abstract_id=2009812, 20 Mart 2019.
- Ateş, Davut: **“Uluslararası İlişkiler Disiplininin Oluşumu: İdealizm / Realizm Tartışması Ve Disiplinin Özerkliği”**, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 2009, (Çevrimiçi) <http://journal.dogup.edu.tr/index.php/duj/article/viewFile/55/72>, 15 Aralık 2019.
- Bhandari, Rajika: **“Raisa Belyavina, Evaluating and Measuring the Impact of Citizen Diplomacy: Current Status and Future Directions”**, Newyork, **Institute of International Education**, 2011, p.3.
- Biber, Ayhan: **“Bir Meşrulaştırım Yöntemi olarak Halkla İlişkilerin Meşruiyeti”**, **Amme İdaresi Dergisi**, Cilt 36, Sayı 4, 2003, pp.43-49.
- Bill and Melinda Gates Fondation: **“How We Work”**, (Çevrimiçi) <http://www.gatesfoundation.org/How-We-Work>, 20 Mart 2019.
- Binark Mutlu: **Yeni Medya Çalışmaları**, Dipnot Yayınları, Ankara, 2007, p.5,

- (Çevrimiçi) <https://yenimedya.filep.wordpress.com/2009/07/yeni-medya-calismalari.pdf>, 20 Şubat 2020.
- BoomSocial: **“Anasayfa”**, (Çevrimiçi) <https://www.boomsocial.com/>, 24 Şubat 2019
- Braden Ruddy, Hearts: **“Minds, and Stomachs: Gastrodiploacy and the Potential of National Cuisine in Changing Public Perception of National Image”**, (Çevrimiçi) <http://publicdiplomacymagazine.com/hearts-minds-and-stomachs-gastrodiploacy-and-the-potential-of-national-cuisine-in-changing-public-perception-of-national-image/>, 15 Mart 2019.
- Brand Finance: **“Brand Finance Nation Brands 2015”**, (Çevrimiçi) https://brandfinance.com/images/upload/nation_brands_2015_for_print.pdf, 20 Mart 2019.
- Brand Finance: Brand Finance: **“Nation Brands 2019 The Annual Report On The World’s Most Valuable Nation Brand”**, p.7., (Çevrimiçi) https://brandfinance.com/images/upload/brand_finance_nation_brands_2019_preview.pdf, 10 Aralık 2019.
- Cambridge Dictionary, **“Digital Media”**, Çevrimiçi <https://dictionary.cambridge.org/tr/spellcheck/ingilizce/?q=digital+media>, 20 Şubat 2020.
- Bülbül, Kudret: **Küreselleşmeler ve Sonrası: Bir Dikotomiler Dizgesi**, Ankara, Orion Kitapevi, 2009.
- Cambridge Dictionary: **“Reputation”**, (Çevrimiçi) <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/reputation>, 15 Şubat 2020.
- Cankurtaran, Burcu Sunar: **“Türk Dış Politikasında ‘Diaspora Diplomasisi Açılımı’ ve Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı”**, , Ed., Mehmet Şahin, B. Sinem Çevik, **Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi**, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 2015, pp. 94-96.

- Cassano, Raffaella: “Corporate Global Responsibility and Reputation Risk Management”, **Emerging Issues in Management**, n. 1, 2019, p. 133.
- Chazelle, Jacques: **La Diplomatie**, Paris, Press Universitaire de France, 1962.
- Coplin, William D.: **Introduction to International Politics**, 3.eme ed., , New Jersey, Prentice: Hall, 1980.
- Cull, Nicholas J.: **Public Diplomacy: Lessons From The Past**, Los Angeles, Figueroa Press, 2009.
- Çelenk, Bengü: “Diaspora ve Markalaşma: Avrupa’daki Türk Diasporasının Marka Gücü ve Eksiklikleri”, Ed., Mehmet Şahin, B. Sinem Çevik, **Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi**, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 2015, pp. 75-76.
- Çetinkaya, M. Buhari: “**Hukuksal ve Siyasal Açıdan Meşruiyet**”, p. 19-20.
(Çevrimiçi)<http://www.muhammedbalci.com/hukuk/dunyasi/makaleler/birikimlerIII/115.pdf>, 3 Ocak 2019.
- Çevik, Senem: **Uluslararası İlişkilerde İnsani Yardımlar: Kamu Diplomasisi Boyutu**, İstanbul: Stratejik Düşünce Enstitüsü Yayınları, 2015.
- Çınarlı, İnci: **Stratejik İletişim Yönetimi**, İstanbul, Beta Yayınları, 2009.
- Çüçen, A. Kadir : “Kültür, Uygarlık, Evrensellik ve Çok-Kültürlülük”, **Kaygı Dergisi**, 2005, p. 111.
- David A. Baldwin: “**Power Analysis and World Politics: New Trends Versus Old Tendencies**”, World Politics, Vol. 31, No. 2, 1979, p. 161., (Çevrimiçi)
<https://pdfs.semanticscholar.org/9f76/0fc7c9f020c573a14ccff177dd9a5fa1cfab.pdf>, 7

Mayıs 2019.

Davidson, Martin: “Cultural Relations: Building Networks To Face Twenty-First- Century Challenges”, Jim Murphy, **Engagement Public Diplomacy In A Globalized World**, London, Foreign and Commonwealth Office, 2008, p. 77.

Debord, Guy: **Gösteri Toplumu**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms As Amended Through 19 August 2009: Joint Publication 1-02, p. 145. (Çevrimiçi)https://www.bits.de/NRANEU/others/jp-doctrine/jp1_02%2808-09%29.pdf, 15 Şubat 2020.

Doctoroz: **“Dr. Oz Learns How to Cook Turkish Cuisine in Istanbul”** (Çevrimiçi) <https://www.youtube.com/watch?v=hrbOvTaoAA> Y, 15 Nisan 2020.

Doğan Haber Ajansı: **“Erdoğan Türk Kızılayı Genel Kurulu'nda konuştu”**, (Çevrimiçi) http://www.dha.com.tr/erdogan-turk-kizilayi-genel-kurulunda-konustu_1186729.html, 8 Mayıs 2019.

Dougherty, James E.: **The Study of the Global System**

Eden Gillespie: “The Instagram influencers hired to rehabilitate Saudi Arabia's image”, **The Guardian** (Çevrimiçi)<https://www.theguardian.com/world/2019/oct/12/the-instagram-influencers-hired-to-rehabilitate-saudi-arabias-image>, 20 şubat 2020.

Edward Murrow Public Diplomacy Center: **“What is the public Diplomacy”**, (Çevrimiçi) <http://fletcher.tufts.edu/murrow/diplomacy>, 6 Kasım 2018.

Emeklier, Bilgehan: “Soğuk Savaş Sonrası Uluslararası Sistemin Analizi”, (Çevrimiçi)[http://www.bilgesam.org/incele/1901/-](http://www.bilgesam.org/incele/1901/)

soguk-savas-sonrasi-uluslararasi- sistemin
analizi/#.Vm8nAvmLTIU, 11 Aralık 2018.

Emre Durmuş: “İRAN 'ı daha önce hiç böyle görmediniz! - İran'da günlük yaşam”, (Çevrimiçi) <https://www.youtube.com/watch?v=Vd9GdTfI0Ks>, 20 şubat 2020.

Emre Durmuş: “İRAN'nın EFSANE sokak yemeklerini deniyorum - 1 Kilo Safran 1000 Dolar”, (Çevrimiçi) <https://www.youtube.com/watch?v=ANcLrLHHg3Y>, 20 şubat 2020.

Entman, Robert M. : “Framing Bias: Media in the Distribution of Power”, Washington, **Journal of Communication**, 57(1), 2007, p.164.

Erdağ, Ramazan: “Türkiye’nin Stratejik Kültürü ve Dış Politikada Yansıması”, **Akademik İncelemeler Dergisi**, Cilt/Volume: 8, Sayı/Number:1, 2013, p. 65.

Falkheimer, Jesper, Heide Mats: “From Public Relations to Strategic Communication in Sweden The Emergence of a Transboundary Field of Knowledge”, **Nordicom Review** 35 (2014) 2, pp. 134.

Fan, Ying : “**Branding The Nation: What Is Being Branded?**”, *Journal of Vacation Marketing*, 12:1, 2006, p.6., (Çevrimiçi) <http://bura.brunel.ac.uk/bitstream/2438/1286/3/BrandingNat.pdf>, 22 Kasım 2019.

Fortune: Global 500, (Çevrimiçi) <http://fortune.com/global500/>, 3 Ekim 2019.

Frandsen, Finn, Johansen, Winni: “Organizational Crisis Communication: A Multivocal Approach, London”, **Sage**, 2016, pp.106-121.

Gazete Vatan: “**Ronaldo ve Messi Onun için Harekete Geçti**” (Çevrimiçi) <http://www.gazetevatan.com/ronaldo-ve-messi--o-nun-icin-harekete-gecti--617556-dunya/>, 6 Kasım 2019.

- Giddens, Anthony: **The Consequence of Modernity**, Stanford, Stanford University Press, 1991.
- Giddens, Anthony: **The Globalizing of Modernity**, The Global Transformations Reader, David, Held, Antony McGrew, ed., Polity Press, 2000.
- Global Humanitarian Assistance: **Global Humanitarian Assistance Report 2015**, p.2., (Çevrimiçi) http://devinit.org/wp-content/uploads/2015/10/GHA2015P_Friendly2.pdf, 10 Nisan 2019.
- Global Humanitarian Assistance: **Global Humanitarian Assistance Report 2019**, p.2., (Çevrimiçi) <https://devinit.org/publications/global-humanitarian-assistance-report-2019/>, 10 Nisan 2019.
- Gonesh, Ashvin, Melissen, Jan: **The New Public Diplomacy**, The Hauge, Netherlands Institute of International Relations, 2005.
- Gotsi, Manto, Wilson, Alan M.: “Corporate Reputation: Seeking A Definition”, **Corporate Communications An International Journal**, Vol. 6 Iss 1 p.29
- Gökırmak, Mert: **“Küreselleşen Dünyada Diplomasi: Kamu Diplomasisi”**, (Çevrimiçi) http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/Kamu_Diplomasisi-Mert_Gokirmak.pdf, 5 Mayıs 2019.
- Gönlübol, Mehmet: **Uluslararası Politika**, Ankara, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın-Yayın Yüksekokulu Basımevi, 1985.
- Gözen, Ramazan: **Uluslararası İlişkiler Sonrası Küreselleşme, Çoğulculuk ve 11 Eylül**, İstanbul, Alfa Yayınları, 2004.
- Greenpeace: **“Leaving Traces The Hidden Hazardous Chemicals In Outdoor Gear Greenpeace Product Test 2016”**, (Çevrimiçi) http://detox-outdoor.org/assets/uploads/Report_Product_Testing.pdf, 20 Temmuz 2019.
- Guelph University, Technology Brief: **Teaching Support** Service, p. 1, (Çevrimiçi) <https://www.yumpu.com/en/document/read/24320>

707/digital-media-university-of- guelph, 20 Şubat 2020.

Haberler.com:

“Türkiye Köprü Değil, Merkez Ülke”, (Çevrimiçi)
<http://www.haberler.com/disisleri-bakani-davutoglu-kanada-da-3954318-haberi/>, 6 Mart 2019.

Held, David, McGrew, Antony, Goldblatt Davit, Jonathan Perraton:

Global Transformation: Politics, Economics and Culture, Stanford University Press, 1999.

Heywood, Andrey:

Küresel Siyaset, Ankara, Adres Yayınları, 2014.

Holsti, K. J.:

International Politics A Framework For Analysis, London, Prentice/Hall, 1974.

Hootsuite,

“The Best Time to Post on Facebook, Instagram, Twitter, and LinkedIn”, (Çevrimiçi)
<https://blog.hootsuite.com/best-time-to-post-on-facebook-twitter-instagram/#twitter>, 2 Mart 2019.

Hürriyet:

“Rusya krizi eğitimi de vurdu”, (Çevrimiçi)
<http://www.hurriyet.com.tr/rusya-krizi-egitimi-de-vurdu-40022612>, 5 Mayıs 2019.

Jacques Derrida:

La Pharmacie de Platon, Flammarion, 1995.

John W. McDonald:

Citizen Diplomacy, Washington, Institute for Multi-Track Diplomacy, **Modern Science and Vedic Science Journal**, Volume 5, Numbers 1–2, 1992, pp.118-119.

Joint Chiefs of Staff,

DOD Dictionary of Military And Associated Terms As January 2020, P.63.
(Çevrimiçi)
<https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/pubs/dictionary.pdf>, 16 Şubat 2020.

Kalın, İbrahim:

“Soft Power and Public Diplomacy in Turkey”, **Perceptions**, Volume XVI, Number 3, 2011, pp. 5-9.

- Kan, Hideki Kan: “Actors in World Politics, Government and Politics” Vol II, **Encyclopedia of life support systems**, 2009, ed. Masashi Sekiguchiaytexa, p. 242-244., (Çevrimiçi)<http://www.eolsp.net/sample-chapters/c04/e6-32-05-03.pdf>, 14 Mayıs 2019.
- Kantarıcı, Şenol: “Soğuk Savaş Sonrası Uluslararası Sistem:Yeni Sürecin Adı Koalisyonlar Dönemi Mi?”, **Güvenlik Stratejileri**, (Çevrimiçi)<http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423902038.pdf>, 5 Mayıs 2019.
- Kaplan, Morton A.: **System and Process in International Politics**, New York, 1957.
- Karagül, Soner, Arslan, İbrahim: “Türkiye’nin Afrika Açılım Politikası: Tarihsel Arka Plan, Stratejik Ortaklık ve Geleceği”, **Uluslararası Hukuk ve Politika**, Cilt: 9, Sayı: 35, 2013, pp. 29.31.
- Katıman, Esra: “Arctic Sunrise (UDHM, Hollanda Krallığı/Rusya Federasyonu) Davası Işığında, Uluslararası Hukuk ve Çevre Koruma Eylemleri”, **İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, Cilt: 5 Sayı:1, 2014, (Çevrimiçi) <http://static.dergipark.org.tr/article-download/6820/b734/6596/imp-JA34ZU78MB-0.pdf?>, 7 Temmuz 2019.
- Kaymakçı, Oğuz: “Küresel Ekonomide Çok Uluslu Şirketler ve Türkiye’deki Yansımaları”, **Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi**, 2013.
- Keiswetter, Allen: “Bishop John Chane, Diplomacy and Religion: Seeking Common Interests and Engagement in a Dynamically Changing and Turbulent World”, **The Brookings Project on U.P. Relations with the Islamic World U.P.-Islamic World Forum Papers**, 2013, p.3

- Keohane, Robert O. : Nye, Joseph P., **Power and Interdependence**, Boston, Longman, 2001.
- Keohane, Robert O., Nye, Joseph P. : **Gouvernance In A Globalizing World**, Brookings Institution Press, 2000.
- Kızılay: “**Neler Yapıyoruz**”, (Çevrimiçi)<https://www.kizilay.org.tr/neler-yapiyoruz>, 7 Temmuz 2019.
- Kirk, Hallahan: “Defining Strategic Communication”, **International Journal of Strategic Communication**, 2007, 1.1, p.4
- Knutsen, Torbjon L.: **Uluslararası İlişkiler Teorisi Tarihi**, İstanbul, Açılım Kitap, 2006.
- Koçtürk, O. Murat, Eker, Murat: “Dünyada ve Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Çok Uluslu Şirketlerin Gelişimi”, **Tarım Ekonomisi Dergisi**, 2012.
- Kurtuluş, Begüm: “Türkiye’nin Kamu Diplomasisinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü: İnsani Yardım Kuruluşları ve İnsani Diplomasi Perspektifi”, Ed., Mehmet Şahin, B. Senem Çevik, **Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi**, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 2015, p.191.
- Lorenz, Taylor: “Influencers Face Criticism for Saudi Arabia Travel #Ads”, **The New York Times** (Çevrimiçi) <https://www.nytimes.com/2019/10/03/style/saudi-arabia-travel-influencers.html>, 21 Şubat 2020.
- Ma, Alexandra: “Iran detained 2 travel influencers who were traveling the country trying to 'break the stigma' around it with posts on YouTube and Instagram”, **Insider** (Çevrimiçi)<https://www.insider.com/iran-detains-travel-influencers-trying-to-break-stigma-youtube-instagram-2019-9>, 20 Şubat 2020.
- Maranga, Kennedy: “**The Changing Role of State Responsibility: Comparative Approach**”, Journal of Global Affairs And Public Policy, Volume 1, Number 1, 2011, p. 10-13.

- Melissen, Jan: **Wielding Soft Power: The New Public Diplomacy**, The Hague, Netherlands Institute of International Relations, 2005.
- Melissen, Jan: **Beyond The New Public Diplomacy**, The Hague, Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael', 2011.
- Melissen, Jan: **The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations**, New York, Palgrave, 2005.
- Meltem Bostan: Meltem Bostan: **Kamu Diplomasisinde Medyanın Rolü ve Önemi**, Birinci Basım, İstanbul, Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2012.
- Minear, Larry, Smith, Hazel: **Humanitarian Diplomacy: Practitioners and Their Craft**, Tokyo, United Nations University, 2007.
- Molander, Roger C. , Riddile Adrew P., Wilson Peter A.: **Strategic Information Warfare: A New Face of War**, Rand Corporation, 1996.
- Morton A. Kaplan: "Balance of Power, Bipolarity and Other Models of International Systems", **The American Political Science Review**, Vol. 51, No. 3 American Political Science Association, p.686, (Çevrimiçi) <http://www.jstor.org/stable/1951855>, 2 Nisan 2019.
- Narang, Neil: **"Assisting Uncertainty: How Humanitarian Aid can Inadvertently Prolong Civil War"**, International Studies Quarterly, 2015, p.185., 8 Aralık 2019.
- National Archives: **"Records of the U.P. Information Agency"** (RG 306),(Çevrimiçi)<https://www.archives.gov/research/guide-fed-records/groups/306.html>, 16 Kasım 2019.
- National Archives: **The Declaration of Indepence**, (Çevrimiçi)<https://www.archives.gov/founding-docs/declaration>, 6 Ocak 2019.
- Nothhaft Howard, Werder Kelly P., Verčič, Dejan and Zerfass Ans gar: **Future directions of Strategic Communication**, Routledge Taylor & Francis Group, London, 2020.

- Nye, Joseph P. : “Public Diplomacy and Soft Power”, **The Annals of the Academy of Political and Social Science**, No: 616, 2008, p. 94.
- Nye, Joseph P. : “**Soft Power**”, Foreign Policy, No.80 Twentieth Anniversary, 1990, p. 154.
- Nye, Joseph P. : The Changing Nature of World Power, **Political Science Quarterly**, Vol. 105, No. 2, 1990, p. 140.
- Nye, Joseph P.: **Soft Power: The Means to Success in World Politics**, New York, Public Affairs, 2004.
- Nye, Joseph P.: **What New World Order?**, Foreign Affairs, 1992.
- Nye, Joseph P.: **The Future of Power**, Public Affairs, 2011.
- Nye, Joseph P.: **Power in a Global Information Age**, London, Routledge, 2004
- Nye, Joseph P.: **Soft Power**, New York, Public Affairs, 2004.
- Nye, Joseph P.: **The Powers to Lead, Newyork**, Oxford Universty Press, 2008.
- Office of Historian: **Wilson’s Fourteen Points**, 1918, (Çevrimiçi) <https://history.state.gov/milestones/1914-1920/fourteen-points>, 10 Aralık 2019.
- Oğuz, Esin Sultan: “Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı”, **Edebiyat Fakültesi Dergisi**, Cilt/Volume 28 Sayı/Number 2, 2011, p.128.
- Oğuzlu, Tarık: “Arap Baharı ve Yansımaları.”, **Ortadoğu Analiz**, 3:36,2011, p. 816.
- Ohmae, Kenichi: **“Ulus-devletin Sonu”, Küreselleşme Temel Metinler**, Kudret Bülbül, ed., İstanbul, Orion Kitapevi, 2009.
- OIC RED Network: **“Meeting on the Establishment of National Societies Network within the OIC Region 28-29 January 2019”**, (Çevrimiçi)

<http://www.oicred.net/National-Societies-Network-OIC-en.html>, 2 Şubat 2020.

Okay, Ayla: **Kurum Kimliği**, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., Ankara, 2000.

Online Etymology Dictionary: **“Reputation”** (Çevrimiçi) https://www.etymonline.com/search?q=reputation&ref=searchbar_searchhint, 15 Şubat 2020.

Oran, Baskın: **Türk Dış Politikası Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar Cilt III-1919-1980**, İstanbul, İletişim Yayınları, 20 baskı, 2015.

Oran, Baskın: **Türk Dış Politikası Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar Cilt III 2001-2012**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2013.

Orçun, Selçuk: Bir Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Türk Hava Yolları, Ed., Mehmet Şahin, B. Senem Çevik, Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 2015, pp.327-330.

Ordeix-Rigo, Enric, Duarte, João: “From Public Diplomacy to Corporate Diplomacy” **American Behavioral Scientist**, 53(4), 2009, p.554-559.

Oxford Learner's Dictionaries: **“Religion”**(Çevrimiçi)<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/religion?q=religion>, 6 Mayıs 2019.

Oxford Learner's Dictionaries: **“System”**(Çevrimiçi)<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/system?q=system>, 6 Kasım 2019.

Oxford Learner's Dictionaries: **“Image”**(Çevrimiçi)<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/image?q=image>, 10 Şubat 2020.

Özkan, Abdullah: **Kamu Diplomasisi**, TASAM, 2012.

Özkan, Abdullah:

Yeni Medya ve Reklam, Derin Yayınları, 2015.

Özkan, Abdullah:

“21. Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye’nin Kamu Diplomasisi İmkânları”, TASAM, (Çevrimiçi)
http://www.tasam.org/Files/PDF/Raporlar/STR70_21.Yuzyilin_Stratejik_Vizyonu.pdf_66fb77c9-cd79-481e-a185-9a9c26ffe7b7.pdf, 12 Nisan 2019.

Pamment, James:

New Public Diplomacy in the 21st Century, New York, Routledge, 2013.

Potter, Evan:

“Canada and New Public Diplomacy”, Nederland Institute of International Relations, p. 3, (Çevrimiçi)
http://www.clingendael.nl/sites/default/files/20020700_cli_paper_dip_issue81.pdf, 19 Nisan 2019.

Purtaş, Fırat:

“Türk Dış Politikasının Yükselen Değeri: Kültürel Diplomasisi”, **Akademik Bakış**, Cilt 7 Sayı 13, 2013, pp.4-5.

Rana, Waheeda:

“Theory of Complex Interdependence: A Comparative Analysis of Realist and Neoliberal Thoughts”, **International Journal of Business and Social Science**, Vol. 6, No. 2, 2015, pp.291-295.

Regnier, Philippe:

“The emerging concept of humanitarian diplomacy: identification of a community of practice and prospects for international recognition”, **International Review of Red Cross**, Volume 93 Number 884, Geneva, 2011, p.1211

Resmi Gazet,:

Türkiye Kızılay Derneği Tüzüğü, 19 Şubat 2009, Sayı:27146, (Çevrimiçi)
<http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=ht tp://www.resmigazete.gov.tr/eskil er/2009/02/20090219.htm&main=http://www.resm igazete.gov.tr/eskiler/2009/02/200 90219.htm>, 24 Nisan 2018.

Reuters:

“Turkey, Volkswagen close in on production plant deal: sources” (Çevrimiçi)
<https://www.reuters.com/article/us-volkswagen->

- turkey/turkey-volkswagen-close-in-on- production-plant-deal-sources-idUSKCN1VQ150, 10 Mart 2020.
- Rosenau, James N.: Kenneth W. Thompson, and Gavin Boyd., **World politics: an introduction**, Free Pr, 1976.
- Sabah: “**Güçlü Türkiye’nin Yardım Yüzü**”, (Çevrimiçi) <http://www.sabah.com.tr/gundem/2016/04/11/guclu-turkiyenin-yardim-yuzuyuz>, 17 Nisan 2019.
- Sancar, Gaye Aslı: **Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler**, İstanbul, Beta Basım Dağıtım, 2012.
- Sassòli, Marco: “**State responsibility for violations of International Humanitarian Law**”, International Committee of the Red Cross, Vol. 84 No 846, 2002, p. 401-432.,(Çevrimiçi) https://www.icrc.org/eng/assets/files/other/401_434_sassoli.pdf, 9 Mayıs 2019.
- Scrunch: What is Good Engagement Rate on Twitter?, (Çevrimiçi) <https://www.scrunch.com/blog/what-is-a-good-engagement-rate-on-twitter> , 6 Ağustos 2019.
- Sean Kay: Globalization, Power, and Security, **Security Dialogue**, Cilt 35, Sayı:1, 2004, pp. 9-25.
- Seyfi, Murat: Uzunçarşılı Soydaş, Ayda, “Sivil toplum kuruluşlarında Hikâyeleştirme”, **Marmara İletişim Dergisi**, Sayı 22, 2014, p.163., (Çevrimiçi)<http://static.dergipark.org.tr/article-download/imported/5000171210/5000154517.pdf> , 11 Mayıs 2019.
- Slim, Hugo, Bonwick Andrew: “Protection An ALNAP guide for humanitarian agencies”, **Overseas Development Institute**, London, 2005, p. 13., (Çevrimiçi)<http://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/2346.pdf>, 11 Mayıs 2019.

- Snow, Nancy:
Taylor, Philip M.: **Handbook of Public Diplomacy**, Newyork, Routledge, 2009.
- Sociality: “Anasayfa”, (Çevrimiçi) <https://sociality.io/tr/> 24 Şubat 2019
- Sociality: “Türk Kızılay” (Çevrimiçi) <https://sociality.io/>, 15 Nisan 2019
- Sönmezoğlu, Faruk,
Güneş, Hakan,
Keleşoğlu Erhan: Uluslararası **İlişkilere Giriş**, İstanbul, Der Yayınları, 2011.
- Sönmezoğlu, Faruk: **Ansiklopedik Politika Sözlüğü**, İletişim Yayınları.
- Sönmezoğlu, Faruk: **Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi**, 3. Edition, İstanbul, Der Yayınları, 2012.
- Sputnik Türkiye: “TÜSİAD'dan ABD ve AB yetkililerine 'Barış Pınarı' mektubu”(Çevrimiçi)<https://tr.sputniknews.com/ekonomi/201910171040416941-tusiaddan-abd-ve-ab-yetkilelerine-baris-pinari-mektubu/>, 9 Kasım 2019.
- Steger, Ulrich: “Corporate Diplomacy The Strategy for a Volatile, Fragmented Business Environment”, **International Institute for Management Development**, The Atrium, Wiley, 2003, p. 68.
- Strange, Susan: **The Retreat of the state: The Diffusion of Power in World Economy**, Cambridge University Press, 1996.
- Sümer, Gültekin: “Amerikan Dış Politikasının Kökenleri ve Amerikan Dış Politik Kültürü”, **Uluslararası İlişkiler Dergisi**, Cilt5, Sayı 9, 2008, pp. 121-126.
- Szondi, Gyorgy: **Central And Eastern European Public Diplomacy**, Handbook of Public Diplomacy, Nancy Snow and Philip M. Taylor, Newyork, Routledge, 2009.

- Szondi, Gyorgy: **Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences**, The Hauge, Netherlands Institute of International Relations, 2008.
- Şahin, Mehmet, Çevik, B. Senem: **Türkiye’de Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç**, Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim ve Danışmanlık Tic. Ltd. Şti., 2015.
- T.C Başbakanlık T.C 65. Hükümet Programı
Konuşma- Metni, p.34 (Çevrimiçi)
<https://webdosya.csb.gov.tr/db/strateji/icerikler/65-hukumet-programi-20180125142728.pdf>, 6 Mart 2019.
- T.C Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulu: **Türkiye Kızılay Derneğinin 2010, 2011 ve 2012 Yıllarına İlişkin Faaliyet ve İşlemlerinin Denetimi**, 2014,p.921.,(Çevrimiçi)http://www.memurlar.net/common/news/documents/456926/2014_0130-2014-01.pdf, 9 Kasım 2019.
- T.C Cumhurbaşkanlığı: **“İnsani Diplomasi Uluslararası İlişkilerin Anahtarı Olmalıdır.”**,(Çevrimiçi)<http://www.tccb.gov.tr/haberler/410/38699/insani-diplomasi-uluslararasi-iliskilerin-anahtari-olmalidir.html>, 9 Kasım 2018.
- T.C Dışişleri Bakanlığı: **“Suriye Ulusal Diyalog Kongresi Nihai Bildirisi”**, (Çevrimiçi)<http://www.mfa.gov.tr/suriye-ulusal-diyalog-kongresi-nihai-bildirisi.tr.mfa>, 7 Eylül 2018.
- T.C Dışişleri Bakanlığı: **“Dışişleri Bakanı Çavuşoğlu BM’deki Arabuluculuk Dostlar Grubu Toplantısına Eş başkanlık yaptı”**, (Çevrimiçi)http://www.mfa.gov.tr/disisleri-bakani-cavusoglu_-bm_deki-arabuluculuk-dostlar-grubu-toplantisi_na-esbaskanlik-yapti.tr.mfa, 5 Kasım 2018.
- T.C Dışişleri Bakanlığı: **2014 yılına girerken Dış Politikamız**, p.157. (Çevrimiçi)http://www.mfa.gov.tr/site_media/html

/2014-yilina-girerken-dis-politikamiz.pdf, 21
Kasım 2018.

T.C Dışışleri Bakanlığı: **2016 yılı Başında Dış Politikamız**, T.C Dışışleri Bakanlığı, p.6., (Çevrimiçi)
http://www.mfa.gov.tr/site_media/html/2016-yili-basinda-dis-politikamiz.pdf, 21 Kasım 2018.

T.C Dışışleri Bakanlığı: **Sorularla Dış Politika**, (Çevrimiçi)
<http://www.mfa.gov.tr/sorular.tr.mfa>, 12 Mayıs 2019.

T.C Dışışleri Bakanlığı: **Suriye Halkının Dostları Grubu İkinci Konferansı Başkanlık Sonuçları** (Çevrimiçi)
http://www.mfa.gov.tr/chairman_s-conclusions-second-conference-of---the-group-of-friends-of-the-syrian-people-istanbul_-1-april-2012.tr.mfa, 12 Nisan 2018.

The Center for Citizen Diplomacy: “Why is citizen diplomacy important?” (Çevrimiçi)
<https://www.centerforcitizendiplomacy.org/>, 10 Eylül 2019.

The Center for Citizen Diplomacy: **“Programs”** (Çevrimiçi)
<https://www.centerforcitizendiplomacy.org/reKaynaks/>,
<http://worldboston.org/what-we-do/citizen-diplomacy/citizen-diplomacy-programs/>, 30 Ocak 2020.

The Center for Citizen Diplomacy: **“Uniting The Network”**, (Çevrimiçi)
<https://www.centerforcitizendiplomacy.org/>, 3 Ocak 2020.

The International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies: **“Humanitarian Diplomacy Policy”**, (Çevrimiçi) <http://www.ifrc.org/en/what-we-do/humanitarian-diplomacy/humanitarian-diplomacy-policy/>, 3 Ocak 2020.

The Soft Power 30: **“Overall Ranking 2019”** (Çevrimiçi)
<https://softpower30.com/>, 2 Nisan 2019.

The Soft Power 30: **The Soft Power 30 Report 2019**, p.18-

- 22.(Çevrimiçi)<https://softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf>, 6 Şubat 2019.
- The Soft Power 30: **“A Global Ranking of Soft Power 2017”**, (Çevrimiçi) https://softpower30.com/wp-content/uploads/2018/07/The_Soft_Power_30_Report_2017-1.pdf, 12 Mart 2019.
- The Soft Power 30: **“Find Out More”**, <https://softpower30.com/find-out-more/>, 2 Nisan 2019.
- The Soft Power 30: **“Home”**, (Çevrimiçi) <https://softpower30.com/>, 2 Nisan 2019.
- The Soft Power 30: **“Metodoloji”** (Çevrimiçi)<https://softpower30.com/what-is-soft-power/>, 2 Nisan 2019.
- The Soft Power 30: **“Turkey Country Years”**, (Çevrimiçi),https://softpower30.com/country/turkey/?country_years=2015%2C2017%2C2019, 02 Kasım 2019.
- The Soft Power 30: A Global Ranking of Soft Power 2015, **“Foreword”**, p.7.,(Çevrimiçi)https://portland-communications.com/pdf/The-Soft-Power_30.pdf, 7 Mayıs 2019.
- The Tonight Show Starring Jimmy Fallon: **“Dr. Oz Shows Jimmy Surgical Handwashing Tips, Ways to Slow Coronavirus Transmission”** (Çevrimiçi) <https://www.youtube.com/watch?v=ggHtoeQrGxQ>, 15 Nisan 2020.
- TİKA: **2019 Faaliyet Raporu**, p.9., (Çevrimiçi)<https://www.tika.gov.tr/upload/2020/02/T%C4%B0KA%20FAAL%C4%B0YET%20RAPORU%202019/TIKAFaaliyet2019WebKapakli.pdf>, 10 Mart 2020. TİKA: **“Hakkımızda”**, (Çevrimiçi)<http://www.tika.gov.tr/tr/sayfa/hakkimizda-14649>, 4 Mayıs 2019.
- TRT Haber: **“Türkiye aktif bir dış politika ortaya koydu”**, (Çevrimiçi)

<http://www.trthaber.com/haber/gundem/turkiye-aktif-bir-dis-politika-ortaya-koydu-129348.html>, 15 Mayıs 2019.

Tuch, Hans N.:

Communicating with the World: U.S Public Diplomacy Overseas, New York, St.Martin's Press, 1990.

Tuncer, Hüner:

Eski ve Yeni Diplomasi, Ankara, Dış Politika Enstitüsü, 1991.

Türk Dil Kurumu
Sözlüğü:

“Sistem”(Çevrimiçi)
<https://sozluk.gov.tr/?kelime=sistem>, 11 Aralık 2018.

Türk Dil Kurumu
Sözlüğü:

“Din” (Çevrimiçi)
<https://sozluk.gov.tr/?kelime=din>, 20 Mart 2019.

Türk Dil Kurumu
Sözlüğü:

“İmaj”,(Çevrimiçi)
<https://sozluk.gov.tr/?kelime=imaj>, 10 Şubat 2020.

Türk Dil Kurumu
Sözlüğü:

“İtibar”,(Çevrimiçi)
<https://sozluk.gov.tr/?kelime=itibar> , 15 Şubat 2020.

Türk İşbirliği ve
Koordinasyon Ajansı
Başkanlığı:

“Türkiye Kalkınma Yardımları Raporu 2010”, , (Çevrimiçi)
<http://www.tika.gov.tr/upload/oldpublication/KalkinmaYardimlariRaporu2010.pdf>, 5 Ekim 2019.

Türk İşbirliği ve
Koordinasyon Ajansı
Başkanlığı,:

“Türkiye Kalkınma Yardımları Raporu, 2013” (Çevrimiçi)
<http://www.tika.gov.tr/upload/oldpublication/KalkinmaYardimlariRaporu2013.pdf>, 5 Ekim 2019. Türk Kızılay: **Türk Kızılay 2016-2020 Stratejik Plan**, p.3.,(Çevrimiçi)[https://www.kizilay.org.tr/Upload/Editor/files/T%C3%BCrk%20K%C4%B1z%C4%B1lay%C4%B1%202016-2020%20Stratejik%20Plan%C4%B1\(1\).pdf](https://www.kizilay.org.tr/Upload/Editor/files/T%C3%BCrk%20K%C4%B1z%C4%B1lay%C4%B1%202016-2020%20Stratejik%20Plan%C4%B1(1).pdf), 24 Nisan 2019.

Türk İşbirliği ve
Koordinasyon Ajansı
Başkanlığı:

“TİKA'nın Kuruluş Amacı ve Görevleri”, Faaliyet Raporu, 2013, p. 16., (Çevrimiçi)

<http://www.tika.gov.tr/upload/oldpublication/faaliyet-raporu-2013.pdf>, 5 Ekim 2019.

Türkiye Cumhuriyeti
Dışişleri Bakanlığı:

“Dış Politika Genel Görünüm”, (Çevrimiçi)
<http://www.mfa.gov.tr/dis-politika-genel.tr.mfa>, 6 Mart 2019.

Türkiye Cumhuriyeti
Dışişleri Bakanlığı:

“Dış Politika Genel Görünüm”, (Çevrimiçi)
<http://www.mfa.gov.tr/dis-politika-genel.tr.mfa>, 6 Mart 2019.

Türkrus:

“Rusya'da tutuklu üyelerini kurtarmak için 1 milyon imza topladı”, (Çevrimiçi)
<http://www.turkrus.com/62740-greenpeace-rusyada-tutuklu-uyelerini-kurtarmak-icin-1-milyon-imza-topladi--xh.aspx>, 5 Mayıs 2019.

TÜSİAD:

“TÜSİAD Yönetim Kurulu, AB Komisyonu’nun Genişleme ve Komşuluk Politikasından Sorumlu Komiseri Stefan Füle’yi ağırladı”, (Çevrimiçi)
<https://tusiad.org/tr/component/k2/item/12-tusiad-yonetim-kurulu--ab-komisyonunun-genisleme-ve-komsuluk-politikasindan-sorumlu-komiseri-stefan-fuleyi-agirladi>, 9 Kasım 2019.

Twitter:

“Canadian Red Cross”, (Çevrimiçi)
<https://twitter.com/redcrosscanada>, 2 Şubat 2019.

Twitter:

“German Red Cross”, (Çevrimiçi)
<https://twitter.com/DRKvorOrt>, 2 Şubat 2019.

Twitter:

“Türk Kızılay International”, (Çevrimiçi)
<https://twitter.com/TurkKizilay>, 2 Şubat 2019.

Twitter:

“American Red Cross”, (Çevrimiçi)
<https://twitter.com/RedCross>, 2 Şubat 2019.

Twitter:

“British Red Cross”, (Çevrimiçi)
<https://twitter.com/BritishRedCross>, 2 Şubat 2019.

Twitter: “MFA Russia”, (Çevrimiçi)
https://twitter.com/mfa_russia?lang=tr , 10 Nisan 2020.

Twitter: “UN Special Envoy For Syria”,(Çevrimiçi)
<https://twitter.com/UNEnvoySyria/status/1255578745064300547>,10 Nisan 2020.

Twitter: “IFRC Twitter Account”, (Çevrimiçi)
<https://twitter.com/ifrc/status/1265986211409276935>,10 Nisan 2020. Twitter: “TRT World Araştırma Merkezi”, (Çevrimiçi)
<https://twitter.com/TRTWorldRC/status/1047777179294212096>,10 Nisan 2020.

Uluslararası Adalet Divanı: “Application of The International Convention For The Suppression of The Financing of Terrorism and of The International Convention on The Elimination of All Forms of Racial Discrimination” (Çevrimiçi) <https://www.icj-cij.org/files/case-related/166/166-20191108-JUD-01-00-EN.pdf>, 10 Mart 2020.

United Nations Development Program: “UNDP Human Development Report 2015”, (Çevrimiçi)
http://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/library/human_development/human-development-report-2015.html, 25 Şubat 2019.

USC Center of Public Diplomacy: “Immersive Storytelling Resources”, (Çevrimiçi)
<https://www.uscpublicdiplomacy.org/story/immersive-storytelling-resources>, 21 Şubat 2020.

Uttaro, Ralph A. : “The Voices Of America In International Radio Propaganda”, **Law and Contemporary Problems**, 45(1), New York, 1982, pp.103-105.

Ürkmez, Başak: “Bir Anlatı Biçimi Olarak Hipermedya”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi**, Eskişehir, 2002, (Çevrimiçi)
<http://libra.anadolu.edu.tr/tezler/2002/164507.pdf>, 20 Şubat 2020.

- Viotti, Paul R.: Kauppi, Mark V.: **Uluslararası İlişkiler ve Dünya Siyaseti**, , ed., Ayşe Özbay Erozan, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, 2014.
- Whitall, Jonathan: “ ‘It’s like talking to a brick wall’ : Humanitarian Diplomacy in the Occupied Palestinian Territory”, **In Progress In Development Studies**, Vol. 9, No. 1, January 2009, p. 38.
- Wilson, Ernest J. : “Hard Power, Soft Power, Smart Power”, **The Annals of the Academy of Political and Social Science**, no:616, 2008, p. 114.
- Yağmurlu, Aslı: “Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi”, **İletişim Araştırmaları**, 2007, pp.16-17.
- Yalçın, Hasan Basri: “Türkiye’nin ‘Yeni’ Dış Politika Eğilim ve Davranışları: Yapısal Realist Bir Okuma”, **Bilgi Dergisi**, No.23, 2011, pp.47.48.
- Yanık, Akan: “Yeni Medya Nedir Ne Değildir?”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt: 9 Sayı: 45, 2016, p.902.
- Yaşar Özüçetin: Küreselleşme ve Küreselleşme Bağlamında Kùltürler, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 2017, (Çevrimiçi)
http://www.sosyalarastirmalar.com/cilt10/sayi51_pdf/2tarih_siyaset_uluslararasiiliskiler/ozucetin_yasar.pdf, 18 Mart 2018.
- Yeşiltaş, Murat, Balcı, Ali: “AK Parti Dönemi Türk Dış Politikası Sözlüğü: Kavramsal Bir Harita”, **Bilgi Dergisi**, No.23, 2011, p.3-26.
- Zhang, Juyan: “The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns”, **International Journal of Communication**, 2015 p.3-4.,(Çevrimiçi)<http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/2847/1316>, 4 Şubat 2018.

Zygmunt, Bauman:

Akışkan Modernite, P. Okan Çavuş, Çev.,
İstanbul, Can Yayınları, 2017.



EKLER

Derinlemesine Görüşme Soruları

1. Türkiye'nin insani diplomasi çalışmalarındaki rolünüzden ve kısaca faaliyetlerinizden bahsedebilir misiniz? Türkiye'nin insani diplomasi çalışmaları ile ilgili gelecek dönemde kurumunuzun amaç ve hedeflerini belirtir misiniz?
2. Kızılay, TİKA ve AFAD ile kurumunuz arasındaki ilişki ve iletişimi değerlendirebilir misiniz?
3. Türkiye'nin açıklamış olduğu "Girişimci ve insani dış politikası" ile Kızılay, TİKA ve AFAD'ın uygulamaları arasındaki resmi/gayri resmi ilişki ve bağı nasıl değerlendirirsiniz?
4. Kızılay, TİKA ve AFAD yurt dışında bir ülke ya da bölgeye gerçekleştireceği insani yardım faaliyetlerine ilişkin karar alma süreçlerinde T.C Cumhurbaşkanlığı ya da Dışişleri Bakanlığı ile temas halinde midir? Uluslararası insani yardımların önceliklendirilmesinde bu kurumların birbirleriyle olan ilişkisini değerlendirebilir misiniz?
5. TİKA, AFAD ve Kızılay'ın insani yardım faaliyetleri ile Türkiye'nin dış politikası arasında bir bağ bulunmakta mıdır?