

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

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**İSRAİL'İN HASBARA ÇALIŞMALARI ÜZERİNDEN,
İSRAİL'İN TEHDİT ALGILARININ
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Bora TÜYSÜZ

2501120280

TEZ DANIŞMANI

DOÇ. DR. Meltem ÜNAL ERZEN



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAYI



ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı : BORA TÜYSÜZ Numarası : 2501120280
Anabilim Dalı / Anasanat Dalı / Programı : HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM/YÜKSEK LİSANS Danışmanı : DOÇ. DR. MELTEM ÜNALERZEN
Tez Savunma Tarihi : 09.09.2019 Saati : 14.00
Tez Başlığı : İSRAİL'İN HASBARA ÇALIŞMALARI ÜZERİNDEN, İSRAİL'İN TEHDİT ALGILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 36. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABULÜNE OYBİRLİĞİ OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. NİLÜFER SEZER		Kabul
2- DOÇ. DR. MELTEM ÜNALERZEN		KABUL
3- DOÇ. DR. GAYE ASLI SANCAR DEMREK		Kabul

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. ABDULLAH ÖZKAN		
2- DOÇ. DR. HALİME YÜCEL BOURSE		

ÖZ

İSRAİL’İN HASBARA ÇALIŞMALARI ÜZERİNDEN, İSRAİL’İN TEHDİT ALGILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

BORA TÜYSÜZ

İsrail’in kamu diplomasisi çalışmaları, Hasbara olarak adlandırılan, İsrail’in kendine özgü tarihi ve siyasi dinamiklerine göre uygulanan bir diplomasi şeklidir. İsrail Devleti 70 yılı geride bırakmışken, Yahudiler’in kendi tarihlerine oranla yeni sayılabilecek bir devlettir. Bu yeni devletin kuruluştan günümüze kadar geçen süreçte bölgesinde yaşadığı sorunlar ve bu sorunlara karşı yaptığı hamleler sadece bölgenin değil, bütün dünyanın ilgisini çekmektedir. Bu ilgi karşısında kendisini dünyaya anlatmak ihtiyacı duyan İsrail, haklı, modern, demokratik, yenilikçi ve barışçı olduğunu anlatmaya çalışmaktadır. Ayrıca geçmişten beridir süregelen Antisemitizm ile de mücadele etmektedir. Bütün bu anlatma ve mücadele çabası genel olarak Hasbara kapsamında yönetilen sistemli bir iletişim sürecidir.

İsrail, Hasbara kapsamında resmi kurumları ile yurt içindeki ve yurtdışındaki sivil toplum kuruluşları ile Hasbara’ya gereken önemi vermektedir. Bu çalışmalar kapsamında kendini anlatmaya çalışmakla birlikte bazı devletleri, örgütleri ve politik yapıları da eleştirmektedir. Bu eleştirilerde din, ırk ve terör gibi temel kavramlardan hareketle çalışmalarını şekillendirmektedir. Ayrıca, kendine özgü bazı tekniklerle özellikle sosyal medya aracılığıyla büyük kitlelere ulaşmaya çalışmaktadır. Kamu diplomasisi, toplumsal algı, İsrail tarihi gibi konularla temellendirilen bu çalışma kapsamında, İsrail’in Hasbara çalışmaları, kurumsal yapılarıyla, kullanılan tekniklerle, kullanım örnekleriyle açıklanmaya çalışılmaktadır. Niteliksel (kalitatif) bir yaklaşımla incelenen Hasbara çalışmalarından hareketle, İsrail’in kendisi için hangi unsurları tehdit olarak gördüğü tespit edilmeye çalışılmaktadır.

İsrail, bulunduğu coğrafyada tarihi köklere sahip olduğu için, öncelikli olarak İsrail topraklarında başka bir devletin varlığına izin vermemektedir. Buna bağlı olarak Filistin ile etnik temelli bir sorun yaşamaktadır. Filistin ve ona bağlı örgütler ise İsrail açısından tehdit olarak görülebilir. Buna göre öne çıkan en büyük tehdit unsuru HAMAS örgütüdür. Bölgenin İslam açısından da önemli olması, Araplar’ın ve diğer

bazı ulusların konuya din üzerinden dahil olmasına neden olmaktadır. İran Devleti, bölgedeki diğer Arap devletleri ve Hizbullah gibi örgütler İsrail açısından diğer başat tehdit unsurlarıdır. Yahudi karşıtlığı olarak Antisemitik sivil oluşumlar ve kurumsal anlamda Birleşmiş Milletler, İsrail için sorun teşkil eden diğer unsurlar olarak gösterilebilir. Hasbara çalışmaları İsrail'in kendi değerlerini anlatma çabası içermekle birlikte, ağırlıklı olarak bu kurum ve yapılar üzerinden açıklayıcı ve eleştirel olarak yapılmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Diplomasi, Halkla İlişkiler, Algı, Antisemitizm, Orta Doğu

ABSTRACT

COMMENTS ON ISRAEL’S THREAT PERCEPTIONS BASED ON ISRAEL’S HASBARA WORKS

BORA TÜYSÜZ

Israel’s public diplomacy work, namely Hasbara, is a way of diplomacy conducted based on its unique historical background and political dynamics. While the State of Israel has left behind 70 years, it can be assumed as a relatively new state compared to Jews’ own history. The political problems experienced by the new state in its region, and its reactions against those problems attract not only the region but also whole world. Facing with such interest, Israel, who needs to express itself to the world, tries to explain that it is righteous, modern, democratic, innovative and peaceful. Moreover, it struggles against Anti-Semitism that has been going since the past. All of the effort to explain and struggle is a systematic communication process managed within Hasbara.

Within the scope of Hasbara, Israel gives necessary importance to Hasbara with its official institutions, domestic and international non-governmental organizations. In addition to trying to express himself within the scope Hasbara works, it criticizes some states, organizations and political structures. In these criticisms, it forms its Hasbara works based on fundamental concepts such as religion, race and terror. In addition, it tries to reach large audiences by virtue of some specific techniques, especially through social media. In the present study, which is dealing with public diplomacy, public perception and Israeli history, Israel’s Hasbara works are tried to be explained with its institutional structures, techniques and examples of use. On the basis of Hasbara works, which are examined with a qualitative approach in the present study, it is aimed to determine which elements Israel considers as a threat for itself.

Since Israel has historical roots in its current location, it does not allow the existence of another state in the territory of Israel. As a result, it has an ethnic-based problem with Palestine. Palestine and its affiliated organizations can be considered as a threat by Israel. Accordingly, the foremost threat risk is HAMAS organization. Due to the fact that the region is also important for Islam, Arabs and some other nations

intervene the issue through religion. Iranian state, other Arab states in the region, and the organizations such as Hezbollah are other major threats to Israel. Anti-Semitic civil organizations and United Nations in institutional terms can be pointed out as other problematic issues for Israel. Even though Hasbara works involve Israel's efforts to express its own values, these works are predominantly conducted in a descriptive and critical manner through these institutions and structures.

Keywords: Diplomacy, Public Relations, Perception, Anti-Semitism, Middle East

ÖNSÖZ

Tez çalışmama, yüksek lisans sürecime ve eğitim hayatıma doğrudan ve dolaylı olarak katkı sağlayanlardan, Sayın Sevdeal Tüysüz ve Sayın Turhan Tüysüz çiftine, Sayın Duru Tüysüz'e, İngilizce Öğretmeni Sayın Birtan Saka'ya, Tarih Öğretmeni Sayın Serkan Demir'e, Araştırma Görevlisi Sayın Murat Özdemir'e, Otomotiv Tasarımcısı Sayın Yunus Emre Türksoy ve ailesine, Türk Tarih Kurumu'na, Prof. Dr. Sayın Mehmet Metin Hülagü'ye, Araştırma Görevlisi Sayın Muhammed Mustafa Kulu'ya, Dr. Öğretim Üyesi Sayın Selim Tezcan'a, Araştırma Görevlisi Sayın Alper Sarıbaş'a, Prof. Dr. Sayın Serra Görpe'ye, Prof. Dr. Sayın Abdullah Özkan'a, Prof. Dr. Sayın Nilüfer Sezer'e ve tez danışmanım olarak gerekli ilgi ve anlayışı gösteren Doç. Dr. Sayın Meltem Ünal Erzen'e en içten dileklerimle saygı, sevgi ve teşekkürlerimi sunarım.

İçinde bulunduğum bu güzel ülkeyi bizlere miras bırakan ve artık aramızda olmayan ulus, devlet ve aile büyüklerime, ayrıca vergileriyle rahat şartlarda eğitim ve öğretim görmeme aracılık etmiş olan büyük Türk Ulusuna saygı ve sevgilerimi sunarım.

Eskişehir, 2019

Bora Tüysüz

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZ	III
ABSTRACT	V
ÖNSÖZ	VII
İÇİNDEKİLER	VIII
TABLO LİSTESİ	XI
GÖRSELLER LİSTESİ	XII
KISALTMALAR LİSTESİ	XVI
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAMU DİPLOMASİSİ

1.1. İletişim Teknolojilerinin Gelişimi ve Kamu Diplomasisi	3
1.2. Kamu Diplomasisinin Tanımı ve Amaçları	5
1.3. Kamu Diplomasisi, Yumuşak Güç ve Akıllı Güç	7
1.4. Kamu Diplomasisi Araçları ve Kullanım Örnekleri	9
1.4.1. Medya	10
1.4.1.1. Radyo	10
1.4.1.2. Televizyon	14
1.4.1.3. Basın	16
1.4.1.4. Sosyal Medya ve İnternet Haberciliği	18
1.4.2. Eğitim ve Teknoloji	26
1.4.3. Kültür	31
1.4.3.1. Dil	32
1.4.3.2. Din	34
1.4.3.3. Popüler Kültür ve Sanat	34

1.4.3.4. Spor	36
---------------------	----

İKİNCİ BÖLÜM

TOPLUMSAL ALGI

2.1. Algı, Toplumsal Algı ve Algı Yönetimi İlişkisi	40
2.2. Suskunluk Sarmalı	42
2.3. İkna	45
2.4. Rızanın İmalatı	50

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GENEL YAHUDİ VE İSRAİL TARİHİ

3.1. Yahudilik ve Musevilik Ayrımı	55
3.2. Yahudi Tarihine Genel Bakış	57
3.3. Siyon ve Siyonizm	62
3.4. İsrail'in Kuruluşu Sonrası Öne Çıkan Siyasi Gerilimler	64
3.5. Semitizm ve Antisemitizm	66

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

HASBARA

4.1. Hasbara	70
4.2. Kurum ve Örgütler	72
4.2.1. Resmi Kurumlar	72
4.2.2. Sivil Örgütler	77
4.2.3. Yahudi Lobisi	79
4.3. İsrail ve Markalaşma	82
4.4. Washing Terimleri ve Hasbara	87
4.4.1. Tech Washing	88
4.4.2. Pink Washing	89
4.4.3. Art Washing	91
4.4.4. Faith Washing	91
4.4.5. Green Washing	93
4.5. Hasbara Açısından Argümanlar	94

4.5.1. Kuşatılmışlık Durumu ve Güvenlik Kaygısı	94
4.5.2. İsrail'in Hedef Aldığı Yapılar	97
4.5.3. Terörle Mücadele	99
4.5.4. Antisemitizm ve Ayrımcılık	101
4.5.5. İsrail Topraklarında Hak Sahipliği	105
4.6. Hasbara Kapsamında Diğer Bazı Örnekler	105
SONUÇ	112
KAYNAKÇA	117
GÖRSEL KAYNAKLAR	147

TABLO LİSTESİ

	Sayfa
Tablo 1 : Gücün Üç Türü	8

GÖRSELLER LİSTESİ

Sayfa

Görsel 1	: Herzl'in Osmanlı Padişahı II. Abdülhamit'i ziyaretine dair Die Welt gazetesinin haberi	71
Görsel 2	: Herzl ve II. Abdülhamit'in bulunduğu yeni yıl tebrik kartı	71
Görsel 3	: İsrail'in devletleşme sonrası, erken dönemde resmi Hasbara yapılanması	73
Görsel 4	: Asker Srulik, ülkesi için göreve hazır	83
Görsel 5	: Yıllar geçtikçe büyüyen Srulik ve açıklamada "Küçük İsrail"	83
Görsel 6	: 1967 Arap – İsrail Savaşı'nda Srulik tüfeğiyle birlikte	83
Görsel 7	: İsrail Dışişleri Bakanlığı'nın web sitesinde de bulunan ana logo ..	84
Görsel 8	: Turizm amaçlı olarak farklı İsrail şehirlerinin kullanımı	84
Görsel 9	: Logonun değişik tasarımları	85
Görsel 10	: "Kutsal Toprak Deneyimi" ve "Keşif" temalı turistik afiş	85
Görsel 11	: "Ziyaret" başlıklı, Tuz Gölü'nden bir kesit içeren afiş	85
Görsel 12	: Tekstil ürünlerinde marka kullanımı	85
Görsel 13	: Sportif etkinlik içeren bir görselde logonun farklı kullanımı	85
Görsel 14	: Fuarda markanın kullanımı	85
Görsel 15	: Turizmle alakalı olabilecek bir araç üzerine logo giydirme	85
Görsel 16	: Markaya ait tasarımların sergisi	86
Görsel 17	: EXPO 2017 Fuarı'nda markanın sunumu	86
Görsel 18	: SXSW 2012 Etkinliği için İsrail Konsolosluğu'nun tasarlattığı "Made In Israel" temalı ürünler, mobil uygulama ve sosyal medya sayfası örnekleri	86

Görsel 19	: İsrail Başbakanlık Basın Ofisi’nin birer ay arayla yaptığı İsrail’e ait tıp teknolojisiyle ilgili paylaşımı ve Filistin’le ilgili terör paylaşımı ..	88
Görsel 20	: Maxim dergisinin İsrail ordusunda görevli kadın askerlere dair içeriği	89
Görsel 21	: Tel Aviv Belediyesi logolu bir afiş: “Bu şehir SICAK!”	90
Görsel 22	: Tel Aviv Belediyesi’nin binasında Pride Week 2014 kutlaması ...	90
Görsel 23	: İsrail’in bölgede Araplar tarafından kuşatıldığını anlatan karikatür	95
Görsel 24	: Yahudi gençlerin Filistinli kadını kuşatıp, taciz etmesi	95
Görsel 25	: Ntanyahu’nun otobüs üzerindeki 2009 yılına ait seçim afişinde “güvenlikte güçlü” sloganının üste yazılmış hali	96
Görsel 26	: Asker beresi takmış ve asker selamı veren bir fetüsün üstünde “2038 için Cumhurbaşkanlığı Üstün Nişanı’nı alıyor” açıklaması yazmakta olan afiş	96
Görsel 27	: İsrail’in Filistin’den büyük olduğu düşüncesine karşı, Arap coğrafyasında İsrail’in küçük kaldığını ve asıl sorunun İsrail olmadığını anlatan bir sunum	97
Görsel 28	: Ntanyahu’nun “İran yalan söyledi” sözünü sunum şekli	98
Görsel 29	: A.B.D.’deki İsrail lobileriyle ilişkili İranlı grubun, dönemin İran Cumhurbaşkanı’nı sokak etkinliğinde nükleer füze ile karikatürize edişi	98
Görsel 30	: Sıradan bir eylemde kullanılan araçlarla, HAMAS’ın eylemlerinde kullandığı araçları çarpıtılmış halde yansıtan bir görsel	99
Görsel 31	: Filistinliler’in aldıkları uluslararası yardımları amaç dışı kullandığını iddia eden, “Stop HAMAS” organizasyonuna ait bir görsel	99

Görsel 32	: HAMAS'ın, silahları korumak için sivilleri, İsrail'in sivilleri korumak için silahları kullandığını anlatan, IDF'nin hazırladığı karşılaştırma	100
Görsel 33	: IDF'nin aktardığı görselde, Gazze'deki Filistinli çocuklar	100
Görsel 34	: İsrail'in sivilleri koruyan, HAMAS'ın ise sivilleri tehlikeye atan özellikleri olduğunu anlatmaya çalışan, StandWithUs'a ait görsel ...	100
Görsel 35	: İsrail'in, Filistin'e ait ambulansa patlayıcı yüklü olduğuna dair iddiası için kullandığı, videodan alıntılanmış görseller	100
Görsel 36	: Ayrım duvarlarının farklı ülkelerde de olduğuna dair örnekler ...	101
Görsel 37	: BM'yi Cenevre'de protesto eden İsrail yanlısı eylemciler	102
Görsel 38	: İngiltere'deki İşçi Partisi'ne, Antisemitizm konusunda “Antisemitizm için sıfır hoşgörü” sloganıyla tepki gösteren eylemciler	102
Görsel 39	: Rethink2014 hareketi için “İsrail Ayrımcılık Haftası'na karşıyım, çünkü...” başlığıyla yapılan açıklama ve paylaşım örnekleri	103
Görsel 40	: The Israel Project'in Arap kadını ile ilgili afişi	103
Görsel 41	: Güney Afrika Cumhuriyeti'nin Durban yerleşiminde beyaz ırka ayrılmış, beyaz ırktan olmayanlara yasaklanmış kumsal bölgesi	104
Görsel 42	: Suudi Arabistan'ın Mekke şehrinin girişinde Müslümanlar ile Müslüman olmayanları ayıran tabelalar	104
Görsel 43	: İsrail'de polis, öğrenci, televizyon sunucusu ve sağlık çalışanı olarak sosyal hayatta yer alan Araplar üzerinden ayrımcılık olmadığını anlatan görseller	104
Görsel 44	: COGAT'ın, kendi sitesindeki içeriklerde Filistin ve Filistinliler ile ilgili görsel ve yazılara dair örnekler	106
Görsel 45	: Hasbara Fellowships'in yabancı toplum ve kültürlerle ait katılımcıları	107

Görsel 46	: The Israel Project’in İran’ı anlatmak için uygun gördüğü görsel ..	107
Görsel 47	: The Israel Project’in web sitesinde “Our Staff” kısmında kullandığı fotoğraf ve HAMAS afişinin önünde, ayakta poz veren örgüt başkanı Josh Block	108
Görsel 48	: HAMAS’ın sivilleri öldürerek zafere ulaşmaya çalıştığı iddiasında bulunan, The Israel Project imzalı afiş	108
Görsel 49	: IDC Herzliya’nın Hasbara Savaş Odası (Hadar Milhama Hasbara) ve ekibin hazırladığı çalışmalardan İngilizce içerikli bir örnek	108
Görsel 50	: Pallywood paylaşımlarından birinde, makyaj ile yaralıymış gibi gösterilmek istenen çocukların makyaj süreçlerine dair video kareleri	109

KISALTMALAR LİSTESİ

Akt.	: Aktaran
AB	: Avrupa Birliği
A.B.D.	: Amerika Birleşik Devletleri
AIPAC	: American Israel Public Affairs Committee
BBC	: British Broadcasting Corporation
BM	: Birleşmiş Milletler
BDS	: Boycott, Divestment and Sanction
CAMERA	: Committee For Accuracy In Middle East Reporting In America
CoP	: Conference Of Presidents Of Major American Jewish Organizations
DIPLOCAT	: Consell De Diplomàcia Pública De Catalunya
DW	: Deutsche Welle
FFA	: Football For All
FKÖ	: Filistin Kurtuluş Örgütü
FRI	: Farm Radio International
GPO	: Israel Government Press Office
HAMAS	: Harakat Al Muqawama Al Islamiya
IBA	: Israel Broadcasting Authority
IDF	: Israel Defense Forces
JSPS	: Japan Society For The Promotion Of Science
JV	: Japonya Vakfı
M.Ö.	: Milattan önce
M.S.	: Milattan sonra

NBA	: National Basketball Association
NHK	: Nippon Hoso Kyokai
PR	: Public relation
SMCR	: Source, message, channel, receiver
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
t.y.	: Tarih yok
UEFA	: Union Of European Football Association
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific And Cultural Organization
USD	: United States Dollar
USUN	: United States Mission To The United Nations
vb.	: Ve benzeri
v.d.	: Ve diğerleri
vs.	: Vesaire
yy	: Yüzyıl

GİRİŞ

Hasbara sözcüğü, İsrail'e özgü bir sözcük olmasına rağmen, genel hatlarıyla kamu diplomasisi ile ilişkilidir. Genel olarak din, tarih, soy, coğrafya gibi özellikler üzerinden temellenen İsrail olgusuna dair düşünce sahibi olabilmek için Hasbara çalışmalarının da incelemesinin katkısı olabilir. Hasbara çalışmalarının incelenmesi sonucunda, İsrail'in "açıklamaya" çalıştığı konulardan hareketle İsrail'in dün, bugün ve yarını üzerine, tek yanlı olmamak kaydıyla, daha gerçekçi bir bakış açısı geliştirilebilir. İsrail'in kamu diplomasisi çalışmalarına bakıldığında bazı konuların öne çıktığı görülmektedir. Öne çıkan bu konuların ışığında, İsrail'in hangi unsurları kendisi için tehdit olarak olarak gördüğü genel hatlarıyla anlaşılabilmektedir. Bu tez çalışmasında, İsrail'in Hasbara çalışmaları incelenmekte, Hasbara çalışmalarının yoğunlaştığı içerikler üzerinden İsrail'in kendisi için tehdit olarak gördüğü devlet, örgüt, ideoloji gibi olgular tespit edilmeye çalışılmaktadır. Çalışmayı sonuca götüren süreçte yöntem olarak niteliksel (kalitatif) yöntem tercih edilmiştir.

Çalışmada, tezin amacı doğrultusunda, konuyla alakalı olmak ve araştırmayı anlaşılır kılmak için, birinci bölümde kamu diplomasisi kavramı açıklanmaktadır. Ek olarak kamu diplomasisinin kitlesel bir iletişim sürecine sahip olmasından hareketle, toplumsal algı, ikna, rızanın imalatı gibi bağlantılı konular ikinci bölümde açıklanmaktadır. Hasbara'yı ve İsrail'i sadece bugünüyle değil, tarihsel süreci ve gelişmeleriyle anlaşılır kılmak için İsrail, Yahudilik, Musevilik, Siyonizm, Antisemitizm gibi içeriklere de çalışmanın üçüncü bölümünde ayrıca değinilmektedir. Bütün bu arka plandan sonra İsrail'in Hasbara tarihi, Hasbara kurumları ve Hasbara çalışmaları dördüncü bölümde incelenmeye çalışılmaktadır. Bu çalışmada, gerek çalışmanın savını destekleme açısından, gerekse Hasbara'nın kamu diplomasisiyle ilişkisi olması açısından, kamu diplomasisinin en etkili araçlarından medyaya ait Hasbara verilerine sıklıkla başvurulmakta, özellikle Hasbara'nın sosyal medyadaki etkinliklerinden faydalanılmaktadır.

Tez çalışması sürecinde, konunun İsrail'le ilişkili olması açısından, İbranice içeriklerden de yardım alınmaktadır. Ne yazık ki, Türk medyasında, Arapça, İbranice gibi Sami dillere ve hatta Orta Asya'daki Türk dillerine ait sözcükler doğrudan o

dillerden Türkçe'ye aktarılmak yerine, zaman zaman İngilizce üzerinden Türkçe'ye aktarılmaktadır. Buna bağılı olarak hatalı kullanımlar ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada, hata yapma ihtimali ile birlikte, sözcükler gerekli yerlerde mümkün olduğunca doğrudan İbranice'den Türkçe'ye aktarılmaktadır. Bazı bölümlerde, İbranice'de olup Türkçe'de olmayan harf veya sesler, Türkçe'ye olabildiğince yakın olacak halde çevrilmeye çalışılmaktadır. Bazı yerlerde ise alıntı yapılan kaynakla ilgili, kaynağı ulaşmayı engelleyici bir durum oluşmaması için adların İngilizce haline yer verilmektedir. İbranice'de "misrad" sözcüğü hem bakanlık hem de ofis anlamına gelmektedir. Resmi anlamda misrad bazen bakanlıkları, bazen bakanlıklara denk devlet birimlerini, bazen de bakanlık bünyesindeki alt birimleri nitelemektedir. Bu nedenle çalışmada misrad sözcüğünün iki farklı işlevde, hata payı olmakla birlikte, duruma uygun olarak kullanılmasına özen gösterilmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAMU DİPLOMASİSİ

1.1. İletişim Teknolojilerinin Gelişimi ve Kamu Diplomasisi

Uluslararası ilişkiler kapsamında geleneksel diplomasi anlayışı ile geçmişten günümüze kadar devletler arasında sistemli bir ilişki olagelmıştır. Farklı toplumların temsilcisi olarak en üst seviyede toplumlararası iletişimi devletler gerçekleştirmişlerdir. Diplomatik ilişkiler insanlık tarihi boyunca gelişim ve gelenekselleşme özelliklerini kazanırken, buna ek olarak kendi dahilinde “iletişim bilimleri” de gelişme göstermiştir.

Toplumsal hareketlerin, ekonomik ihtiyaçların, askeri hamlelerin, coğrafi keşiflerin ve daha birçok unsurun etkisiyle daha verimli, etkili ve hızlı iletişim sağlama arayışına giren devlet veya sivil topluluklar isteyerek veya istemeyerek iletişim teknolojilerinin günümüzdeki boyuta ulaşmasını sağlamışlardır. Geçmiş zamanlarda düşmanı takip etme veya tanıma çabaları, yeni ve verimli beslenme alanları bulma ihtiyaçları, ticari yolların daha kestirmeden gidişini arama serüvenleri, iletişim teknolojilerinin gelişmesi için ciddi ve mantıklı nedenler olmuştur. Devamında endüstri devrimleri ve hammadde arayışları ile hammaddelerin ve işlenmiş ürünlerin ulaştırılması, satılması, bu alanlardaki rekabetin doğuşu, ulaşım ve iletişim teknolojilerinde “hız” ihtiyacının daha da dikkate alınmasını sağlamıştır. Üretim ve üretici kapsamında Avrupa temelli burjuvanın, iletişim aracı olan yazılı basının içerik kültürünü nasıl etkilediğini ve kendi “kamusal” iletişim ortamını nasıl şekillendirdiğini anlamak için Habermas (Akt. Timur, 2008; s. 43)’ın şu örneğine göz atılabilir:

“Tüccarların el-yazması şeklinde kaleme aldığı ilk gazeteler, garip bir biçimde, ‘siyasal gazeteler’ adını alıyor, fakat aslında her türlü bilgiyi içeriyordu. Tüm dünyayla ilgili bilgiler, savaş haberleri, parlamento görüşmeleri, çeşitli ürünleri tanıtan yazılar, vergi uygulamaları, kıymetli maden ticareti vb. hakkında ayrıntılı bilgiler gazete sayfalarını dolduran başlıca haberler arasındaydı... ..Kısaca, siyasi gazeteler tüccarlar için değil, tüccarlar tarafından çıkarılıyorlardı.”

Burjuvanın ticari ve idari anlamda güçlendiği, iletişim imkanlarına sıkı sıkıya sarıldığı ortamı, Habermas “burjuva kamusal alanı” olarak tanımlamıştır. Kamusal alanın krallıklar, sultanlıklar döneminden sıyrılarak kendi özgür üretim ve iletişim ortamını kurma süreci, endüstriyel toplum yapısıyla harmanlandığında, yeni bir yapıyı ortaya çıkarmıştır, özgür dünya anlayışı telafuz edilmeye başlanmıştır.

Endüstriyel seri üretim ortamında, ağırlıklı olarak ticari ve askeri alanların etkisiyle gelişen iletişim teknolojileri, kıtalararası iletişimin daha da gelişmesini sağlarken, kablosuz iletişime varan üstün imkanlar sonucunda, 20. ve 21. yüzyılda devletleri ve diplomasi kültürünü de ciddi anlamda etkilemiştir. Bu etkiyi Hans Tuch (1990; s. 4) şöyle yorumluyor:

“İkinci Dünya Savaşı'ndan kısa süre sonra başlayıp, bugün devam eden iletişim devrimi, okyanusların ve dağların ötesine, dünyanın en ücra yerlerine her türlü bilginin aktarımını sağlıyor, ulusal sınırları göz ardı edip en sıkı düşünce kalelerine nüfuz etmeyi mümkün hale getiriyor. Transistörlü radyolar, televizyon, uydu yayınları, ses üstü jet taşımacılığı, uluslararası internet ağları, elektronik veri işleme ve faks, erişmesi günler hatta haftalar alabilecek bilgileri, insanların her yerde alıp vermesini mümkün hale getiriyor. Geçmişte, yurt dışında neler olduğunu sadece devletler biliyorken, artık vatandaşlar da aynı bilgiyi devletlerle aynı anda edinebiliyorlar ve ona göre davranabiliyorlar.”

Coşkun (2012; s. 51) ise bu konuda şunları belirtmektedir: “Küreselleşmenin ve gelişmiş iletişim teknolojilerinin dünyanın çehresini değiştirmesiyle uluslararası ilişkilerin devletler arası ilişkiler ile tanımlı olduğu dönem sona ermiştir. Devlet dışı aktörlerin özellikle sivil toplum örgütleri ve çok uluslu şirketlerin de uluslararası sistemde etkin aktörler haline gelmesiyle sadece politik ve askeri alanda söz sahibi olmak yeterli olmamış, kamuoyu ve gündemi etkileyebilecek araçlara sahip olmak da önem kazanmıştır.”

İnan (2012; s. 63) ise diplomasi alanındaki yeni kavramlara dair şunları belirtmektedir:

“Uzun yıllar egemenliğini sürdüren konvansiyonel diplomasi ve savaş diplomasisi yerini başkaca türlere bırakmaya başlamıştır. Deprem diplomasisi, sağlık diplomasisi, yangın diplomasisi, spor diplomasisi, futbol diplomasisi, sanat diplomasisi, kültür diplomasisi, dijital diplomasi gibi birçok farklı diplomasi türü literatürlerde yer

bulmaya başlamıştır. Aslına bakılırsa tüm bu diplomasi türlerini geniş bir şemsiye altında kategorileştirmek mümkündür: Kamu Diplomasisi.”

Diplomasi ve uluslararası ilişkiler kavramlarının yanında kamu diplomasisi kavramının da anılmaya başlanması, iletişim teknolojilerinin özellikle 20.yy’nin ortalarından itibaren bireyselleşmeye başlamasıyla doğmuştur. Geride bıraktığımız son yetmiş yıllık süreçte bireyler evlerinde kısmen de olsa özgür ve seçme imkanına sahip olarak televizyon, telefon ve internet kullanımına aşamalı olarak dahil olmuşlardır. Bunun sonucunda kendi devletlerinin somut ve soyut değerlerinin içinden sıyrılarak, oturdukları yerden diğer yabancı toplumları tanıma ve onlarla iletişim kurma imkanına erişmişlerdir. Bu yeni ve hızlı iletişim, devletlerin diğer ulusların kamuoylarını etkileme için yeni fırsatlar sunarken, gelişimin uluslararası ticarete de yansması ile uluslararası ekonomik pazarın cazibesi de devlet yöneticilerinin kaçınılmaz olarak dikkatini çekmiştir. Toplumların artık devletlerin politika ve üst kademe ilişkilerini bile etkileyecek kadar iletişim gücüne sahip olması, geleneksel diplomasi anlayışının yanına “kamu diplomasisi” kavramının eklenmesi sürecinde etkili olmuştur. Soğuk savaş sonrası dönemden itibaren hızlanarak, internet aracılığıyla zirveye çıkan kıtalar ve toplumlar arası hızlı iletişimin yarattığı bilgi paylaşma ve etkileşim kurma ortamında, devletler de “kamu diplomasisi” çalışmaları için toplumlara ayak uydurmuşlardır. Elbette kamu diplomasisi, sosyal medyaya indirgenemeyecek kadar kapsamlı, çok yönlü ve ciddi bir kavram ve çalışma alanıdır.

1.2. Kamu Diplomasisinin Tanımı ve Amaçları

“Kamu diplomasisi” terimi ilk olarak 1965 yılında, Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’ndeki Tufts Üniversitesi Fletcher Hukuk Fakültesi Dekanı Edmund Gullion tarafından kullanılmıştır (Cull, 2009b; s. 19). Başka bir kaynağa göre, kamu diplomasisi ABD’de 1966 yılından beridir kullanılmaktadır (Rugh, 2014; s. 3). Soğuk savaşın yumuşama dönemine girdiği yıllarda kullanılmaya başlanan kamu diplomasisi terimini birkaç farklı tanımla örneklemek mümkün (Doğan, 2012; s. 13):

“Devletlerin çıkar, fırsat, tehdit ve potansiyel tehdit merkezli değerlendirmelerine istinaden oluşturdukları ve başka ülkelerin kamuoylarını etkileme amacıyla icra

ettikleri faaliyetler “Kamu Diplomasi” olarak adlandırılır. Kamu diplomasisi, devletten devlete gerçekleştirilen geleneksel diplomasi faaliyetlerine destek olmak amacıyla yapılır. Devletler ve onlar için hareket eden kurumlar, aktörler vasıtasıyla yürütülen kamu diplomasisi, geleneksel diplomasiden farklı olarak, başka ülkelerin hükümetlerine değil de hükümet dışı aktörlerine ve kamuoylarına yönelik olarak yürütülür.”

Leonard (Akt. Aydoğan, 2011; s. 19) kamu diplomasisini şu şekilde açıklamaktadır:

“Kamu diplomasisinin ana amacı, köklü ilişkiler inşa etmektir. Diğer ülkelerin ihtiyaçlarını, kültürlerini, insanlarını anlamak; bakış açılarını paylaşmak, yanlış algılamaları düzeltmek, ortak paydalar bulmak kamu diplomasisinin başlıca hedefidir. Kamu diplomasisi, bir ülkenin imajının ve bilinirliğinin, bireysel etkileşim için uygun ortam yaratabilecek bir güç olduğu varsayımına dayalıdır.”

Başka bir tanımla ifade etmek gerekirse, kamu diplomasisi, toplumsal tutumların ve dış politikaların oluşturulması ve yürütülmesi üzerindeki etkiyle ilgilidir. Bu diplomasi türü, geleneksel diplomasinin boyutlarının ötesindeki uluslararası ilişkileri kapsar (Public Diplomacy Alumni Association, 2008). Malone’ye göre ise, kamu diplomasisi yabancı toplumlarla, onların düşüncesini etkilemek için gerçekleştirilen doğrudan iletişimdir ki bu iletişim nihayetinde devletleri ve politikaları etkilemeyi amaçlar (Akt. Ber v.d., 2017; s. 2). Kamu diplomasisini tanımsal olarak daha anlaşılır kılmak için, kamu diplomasisinin insan odaklı katkılarını, Leonard (Akt. Ünal, 2016; s. 107)’ın maddelediği şekilde yazmak mümkün:

- “İnsanların birbirleriyle olan yakınlıklarını artırır, zihindeki imajları günceller, yanlış anlaşılmaları düzeltme fırsatı yaratır.
- İnsanların birbirine ilişkin beğenilerini artırır, olumlu algılar oluşturmaya yardımcı olur.
- İnsanlar arası bağlantılar kurulmasını sağlar. Eğitim, değişim programları, bilimsel iş birlikler, turizm maksatlı geziler, uzaktan eğitimler, ürün ve malların tüketimi ve değerlerin anlaşılmasını, insanlar arası yakınlığı artırır.
- İnsanları etkiler. Böylece şirket yatırımlarından, turizme değin yürütülen politikalar konusunda yabancı kamuların desteğinin alınması ve partner haline

getirilmelerine kadar ülkenin dış politika amaçlarına ulaşmada kolaylıklar sağlar.”

1.3. Kamu Diplomasisi, Yumuşak Güç ve Akıllı Güç

Geleneksel diplomasi terimleriyle birlikte, özellikle 20.yy’nin ikinci yarısından itibaren devletler, ülkeler veya toplumlar arasındaki ilişkilerde kullanılan farklı terimler görülmektedir. Bir önceki başlıkta tanımlandığı gibi 1960’lardan sonra telafuz edilen kamu diplomasisi kavramıyla birlikte, benzer konu ve içeriğe sahip metinlerde yumuşak güç (soft power), akıllı güç (smart power) gibi kavramlar da kullanılmaktadır. Benzer konuları değerlendirirken kullanılan bu kavramları kısaca açıklamak, olası benzerlik veya karışıklık durumunu azaltmak için okuyuculara fikir vermek yerinde olacaktır.

“Kamu diplomasisi” tamlaması hariç tutulduğunda, yumuşak ve akıllı sıfatları “güç” sözcüğüyle birlikte kullanılmaktadır. Yumuşak güç ve akıllı güç kavramları ise Nye’nin öncülüğünde kullanılmaya başlanmıştır. Nye 1990 yılında yayımlandığı *Bound The Lead* kitabında, gücü, kişinin amaç ve hedeflerini başarma yeteneği olarak tanımlarken; Dahl’ın tanımını da şu şekilde aktarmıştır (Nye, *Bound The Lead*, 1990; s. 26): “Güç başkalarının yapmadıklarını, yaptırma yeteneğidir”. Yukarıç (2017; s. 493)’a göre, Nye “yumuşak güç” tamlamasını da ilk defa, *Bound The Lead* eserinde kullanmıştır. Nye bu eserin giriş bölümünde Basra Körfezi Krizi’nden bahsederken, ABD’nin yumuşak ve sert güce sahip olmayı sürdüren tek ülke olduğunu belirtirmiş, böylece yumuşak güç kavramını duyurmuştur (Nye, 1990; ss. X-XI). Nye’ye göre yumuşak güç, askeri ve ekonomik unsurlardan oluşan sert gücün diğer yüzünü oluşturmaktadır. Askeri ve ekonomik gücün etkisiyle karşı tarafı zorlamanın tersine; yumuşak güçte karşı tarafla birlikte hareket ederek istenen sonuca ulaşmak esastır. Politik tercihleri kültür, politik değerler, enstitüler, yasal ve ahlaka uygun politikalar ile ilişkilendiren Nye, yumuşak gücün sadece insanları ikna etmek olmadığını, ayrıca insanları çekicilikle etkileme yeteneği olduğunu belirtmektedir. Nye’nin “attractive power” olarak tanımladığı çekicilik özelliği söz konusu olduğunda, kaynağın çekiciliğe sahip olup olmadığı ise, anket ve odak gruplarla yapılan ölçümler ile belirlenebilir. Yumuşak gücün tanımının yanında, ülkelerin yumuşak güç kaynaklarına

bakıldığında; Nye’ye göre yumuşak güç, üç bölüme ayrılmış halde, bir ülkenin kültürel çekiciliğinden, politik değerlerinden, yasal ve ahlaki niteliği olan dış politikasından kaynağını almaktadır (Nye, 2004; ss. 6-31).

Tablo 1: Gücün Üç Türü

	Davranışlar	Öncül Değerler	Hükümet Politikaları
Askeri Güç	Baskı Caydırıcılık Koruma	Tehditler Güç	Dayatmacı Diplomasi Savaş İttifak
Ekonomik Güç	İkna Zorlama	Ödemeler Yaptırımlar	Yardım Rüşvet Yaptırım
Yumuşak Güç	Çekicilik Gündem Yaratma	Değerler Kültür Politikalar Kurumlar (enstitüler)	Kamu Diplomasisi İkili Diplomasi veya Çok Yönlü Diplomasi

Kaynak: Nye, 2004; s. 31.

Akıllı güç kavramına bakıldığında, Nye’nin tanımıyla, akıllı güç askeri ve ekonomik temelli sert güç ile kültürel cazibe temelli, iletişim ve işbirliğine dayalı yumuşak gücün nasıl daha iyi bir şekilde birleştirilebileceğini öğrenmektir (Nye; 2004, s. 32). Bu iki gücün birleşiminde Nye’nin vurgulamak istediği ise “dengeli” bir birleşimdir (Nye, 2004; s. 147).

Bahsi geçen yumuşak güç ve akıllı güç kavramlarına Nye’nin öncülük etmesi göz önünde bulundurularak, onun tanımlarından hareketle kamu diplomasisi ile bu kavramların ilişkisini açıklamak mümkündür. Bir önceki tabloda Nye, kamu diplomasisini yumuşak gücün bir parçası olarak konumlandırmış ve hükümet politikalarına dahil etmiştir. Bu konumlandırmadan ve önceki tanımlardan yola çıkılarak şu yorumda bulunulabilir: Yumuşak güç mevcut bir değer olarak potansiyel

konumdayken, kamu diplomasisi yumuşak gücün etkin hale gelmesi için kullanılan bir araç, potansiyel değerleri kinetik hale getirebilecek yenilikçi bir diplomasi türüdür. Akıllı güç ise yumuşak güç ve kamu diplomasisi ilişkisinin dışında kalıp, daha kapsamlı bir halde sert güç ve yumuşak güç ilişkisinden yola çıkılarak ortaya çıkmış bir g türüdür.

1.4. Kamu Diplomasisinin Araçları ve Kullanım rnekleri

nal Erzen (2012; ss. 47-48) kamu diplomasi araçlarına dair şunları belirtmektedir:

“Klasik anlamda diplomasi artık sadece ülkelerin resmi kurumları arasında değil, sivil toplum kuruluşları ve ticaret birlikleri arasında da yürütülmektedir. Bu anlamda ülkeler arasında geliştirilebilecek sivil diyaloğun, kamu diplomasisi açısından taşıdığı önem oldukça büyüktür. Günümüzde kamu diplomasisi alanında kullanılan en yaygın yöntem, kültürel çekim yöntemidir çünkü ülkeler, diğer ülkelerin belirli kesimlerine (diplomat, elitler, vs...) hitap etmek yerine, tüm kesimlerine hitap etmenin önemli olduğunun bilincindedirler.”

nal Erzen (2014; s. 147)’in kamu diplomasisi araçları hakkındaki yorumu şu şekildedir:

“Kamu diplomasisi kaynaklarının, diğer ülkelerinin halklarına ulaşması konusunda çeşitli araçlardan yararlanılmaktadır. Bu araçlar; uluslararası basın ve yayın, teknoloji, internet, sivil toplum kuruluşları (dernekler, vakıflar, meslek odaları vs.), akademik kurumlar ve sanal ortamda var olan sosyal paylaşım siteleri olarak sıralanmaktadır. Bununla birlikte, kültürel alanda gerçekleştirilen çalışmalar ve organizasyonlar da hem uygulama alanı hem de araç olarak ele alınabilmektedir.”

Oktay (2012; ss. 131-132) kamu diplomasisi ve yumuşak g bağlamında şunları belirtmektedir:

“Kamu diplomasisi ile harekete geçirilmeye çalışılan unsurların bir ülkenin sahip olduğu yumuşak güç olarak adlandırabileceğimiz “diğerlerini etkileme” kapasitesi olduğu belirtilmişti. Bir ülkenin yumuşak gne katkıda bulunan unsurlar: kullanılan dil, yazarlar, yayıncılar, medya grupları, gazeteciler, sivil toplumun varlığı ve

başarıları, siyasi partiler ve politikacılar, özel sektör (ulusal ve çokuluslu şirketler, iş adamları), üniversiteler, akademisyenler, sanatçılar ve sanatsal aktiviteler, müzik kanalları, hit olan parçalar, spor müsabakaları ve sporcular olarak sıralanabilir.”

Oktay (2012; s. 133) kamu diplomasisi araçlarının çeşitlenmesini şu şekilde açıklamıştır:

“Teknolojik gelişmelerin baş döndürücü bir hızla ulaşmış olduğu günümüzde kamu diplomasisinin araçları da aynı hızla çeşitlenmiştir. Basılı yayın, radyo, televizyon gibi geleneksel iletişim araçlarının yanı sıra, 29 Web 2.0 olarak adlandırılan, sosyal medya araçları gençler ve özel sektör tarafından yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Geleneksel televizyon ve radyo yayınları dünyada büyük bir izleyici ve dinleyici kitlesine sahip olmakla birlikte, özellikle batılı ülkelerde çevrimiçi (online) haberler en çok başvurulan bilgi kaynakları olmuştur. Aynı şekilde, küresel ölçekte, doğrudan, kişiselleştirilmiş, karşılıklı, çok işlevli ve görsel-işitsel iletişime olanak sağlayan yeni sosyal medya uygulamaları da dünya genelinde hızla yayılmaktadır.”

Kamu diplomasisi uygulamalarında kullanılan araçları en genel anlamda medya, eğitim, teknoloji ve kültür alanları üzerinden açıklamak mümkündür.

1.4.1. Medya

Kamu diplomasisi etkinliklerinde en geleneksel iletişim araçları olarak, basılı medya organları, radyo ve televizyon yayınları, sosyal medya olarak adlandırılabilen internet ortamı kullanılmaktadır. Medya araçları, yüz yüze iletişimden daha çok geleneksel ve yenilikçi teknolojik araçlarla yapılan iletişim etkinliklerine yardımcı olmaktadır. Her ne kadar internet ile yüz yüze iletişimin sanal boyutunu yaşamak mümkün olsa da, yüz yüze, birebir iletişim daha çok eğitsel ve kültürel etkinliklerde gerçek boyutta uygulanan bir iletişim halidir.

1.4.1.1. Radyo

20. yüzyılının özellikle ilk yarısında en verimli zamanını yaşamış olan radyo yayıncılığı, diğer medya teknolojilerinin ortaya çıkıp gelişmesiyle eski geçerliliğinden

kısmen uzaklaşmıştır. Buna rağmen, radyo yayıncılığının dinleyici kitlesine ulaşma açısından nispeten düşük maliyetli olması, dinleyiciye haber, müzik ve reklam içeriklerini daha öz ve güncel olarak sunma işlevi, 21. yüzyılda da radyonun iletişim ortamındaki yerini korumasını sağlamıştır. İçeriklerinin güncellenme hızı yüksek olan radyo yayıncılığı, eski bir teknoloji olmasına rağmen, günümüzün hızlı ve güncel iletişim ortamına rahatlıkla ayak uydurabilmektedir. Bununla birlikte, internet iletişiminin hayatımıza girmesi veya televizyon kültürünün yaygın olması da radyo yayıncılığını bitirememiştir. Hatta radyo yayıncılığı, kendisinden sonra gelişip büyüyen televizyon ve internet ortamına uyum sağlayarak yerini korumuştur. Örneğin, radyo yayınları internet radyoculuğu ile ayrı bir radyo cihazı olmasa bile, mobil cihazlardan rahatlıkla ulaşılabilir hale gelmiştir. Uydu yayıncılığının geniş kitlelere ulaştığı ortamda, son teknoloji uydu cihazlarında televizyon kanallarının yanında radyo yayınlarına da ulaşmak mümkündür. Etkileşimli (interaktif) yayıncılığa uyum sağlamak için, radyo yayınlarına dinleyicilerin sosyal medyada kullanılan mesajlaşma uygulamalarıyla anında dahil olabilmeleri de radyo yayını günümüz teknolojilerine karşı ayakta tutabilecek başka bir gelişmedir. Ek olarak, internetin sağladığı imkanlar ve mobil cihazların sağladığı kamera özellikleri ile radyo yayınları canlı olarak televizyon yayını gibi verilebilmektedir. Sesli yayınların kayıtları ise “podcast” adı altında, yayını kaçıranların sonradan dinleyebilmeleri için internet ortamına yüklenebilir ve saklanabilir hale gelmiştir. İnternetin verdiği imkanlarla ayrıca radyo dinleyicileri artık FM ve AM olarak adlandırılan modülasyon sınırlamalarını aşarak dünyadaki bütün radyolara sinyal kaybı olmadan anında ulaşabilmektedirler. Bütün bu uyum süreçleri sonunda radyo yayıncılığı hala etkili ve işlevseldir. Radyo dinleyicisi hala küçümsenemeyecek boyuttadır ve kamu diplomasisi bağlamında, hedef kitleye ulaşmak için göz ardı edilmemektedir.

Kamu diplomasisi genel olarak geleneksel diplomasiden farklı olsa da, çıkış noktası devletlerin yaymak istediği politik mesajlara dayanır. Buna bağlı olarak devlet destekli radyo yayıncılığının yani kamusal radyo yayıncılığının kamu diplomasisine hizmet etmeme ihtimali yoktur. En köklü ve en tanınır kamusal yayıncılardan British Broadcasting Corporation (BBC) ve Voice of America (VOA) devlet destekli kamusal yayın organlarına örnek verilebilir. BBC Radyo, 2. Dünya Savaşı döneminden, Soğuk

Savaş'ın propagandist ortamına ve hatta günümüz kamu diplomasisi dönemine kadar etkin olmuştur. 1930'larda İngilizlerin, BBC'nin radyo yayınlarında, savaşa dair İngiliz kayıplarını dahi içerebilecek türden haberleri yayına sunma girişimleri, bu yayınların düşmanlara ulaşma ihtimaline karşı sürmüştür (BBC, 2019). Devlet destekli bir kurumun savaş ortamında kısmen de olsa tek yanlı bilgilerden kaçınma çabası, BBC Radyo ve benzeri kamu destekli radyoların ne kadar bağımsız ve kamu diplomasisine hizmet eder olduğunu tartışmaya açsa da, BBC Radyo ile ilgili yapılan şu açıklama ile kamusal radyo yayıncılığının da kamu diplomasisinde yeri olduğu söylenebilir (Akt. Yanardağoglu, 2014; s. 124):

“BBC Dünya Servisi (BBC'nin uluslararası haberlerden sorumlu ofisi) kamu diplomasisinin bir unsuru olarak görülüyor. Çünkü servis Britanya için çok olumlu bir imaj yaymaktadır. Ancak BBC Dünya Servisi kanalları Britanya'yı dünya kamuoyu nazarından iyi göstermek için yayın yapmaz. Bu ikisi çok farklı şeylerdir. Bize çok iyi bir iş yaptığımız için ve Britanya hükümetine karşı tarafsız durabildiğimiz için saygı duyulmaktadır. Yıllar içinde Britanya'da hükümetlere dokunan konularda bile objektif ve tarafsız tutum alabildiğimizi kanıtladık. Eğer “Dünya Servisi” yumuşak güç olarak görülüyorsa bu basitçe işini iyi yapmasından kaynaklanmaktadır. Biz, yurt dışında Kraliçe veya İngiltere futbol ligi kadar popüleriz. Bu bizim hakkımızda bir şey söylemektedir.”

BBC Radyo'nun kamu diplomasisi etkinliklerine son örnek olarak, kurumun 2016 yılında aldığı kararlar gösterilebilir. 40 farklı dilde yayın seçeneğiyle dinleyiciye ulaşacak radyonun özellikle Afrika ve Asya kıtalarında daha da dinlenir olma planı, İngiltere'nin kendi politikasını ve kültürünü yayma için, kamu diplomasisi açısından çok ciddi bir adım sayılabilir (BBC, 2016).

Kamu diplomasisinde radyo aracının kullanımına farklı bir örnek olarak Kanada kaynaklı Farm Radio International (FRI) gösterilebilir. Uluslararası Çiftçilik Radyosu FRI, tarımsal faydayı gözetken verileri yaymayı amaçlayan bir oluşum olarak, Etiyopya'daki kuraklığa karşı, Etiyopyalı çiftçileri bilgilendirmeyi amaçlayarak, Etiyopya'da 2017 yılında bir ofis açmıştır. 39 Afrika ülkesinde 600'den fazla radyo partneriyle çalışmakta olan FRI'nın, Kanada'dan yola çıkıp Afrikalı toplumların en

önemli sorunlarından birine el atması, radyo ve kamu diplomasisi bağlamında güncel ve etkili bir örnektir (Perkins, 2017).

Orta Afrika Cumhuriyeti'nde yaşanan iç çatışmaların gölgesinde toplumu bilgilendirmek ve barış ortamını sağlamak için radyo yayıncılığının çok büyük önemi vardır. Halkın sağlıklı bilgi alabilmesinin zor olduğu ve ekonomik anlam da zor koşulların yaşandığı ülkede, radyo yayıncılığı maliyet ve verimlilik olarak önem kazanmıştır. Ülkedeki Ouaka nehrinin bir yakasında Müslümanlar yaşarken, diğer yakada Hristiyanlar yaşamaktadır. 2013'te başlayıp zaman zaman tekrar hararetlenen din ve mezhep çatışmalarını önlemek için, iki dine mensup sağduyulu insanlar bir araya gelip, halkı radyo yayınları ile bilgilendirerek barışı sağlamak istemişlerdir. Birleşmiş Milletler (BM)'in de finansal desteği ile kurulan radyonun adı da yerel dilde "Okuaka'nın Sesi" anlamına gelen "Lego Ti la Ouaka" olarak belirlenmiştir. Halen zor şartlarda da olsa yayına devam eden radyo, meydana gelen çatışmalarda siyasi liderler açısından önem taşımaktadır. Barış mesajı vermek isteyen, yönetime dahil kişilerin radyo yayınına katılmak istemesi de o bölge için kamu diplomasisi açısından radyo aracını önemli kılmaktadır (Alfred, 2016).

2. Dünya Savaşı'ndan bu yana BBC gibi etkin olan bir başka yayıncı olarak Voice of America (VOA)'nın 40'tan fazla dil seçeneğiyle yaptığı yayın türlerine radyo yayınları da kısmen dahildir. Kurumsal internet sitesi üzerinden kuruma ait dünya üzerindeki radyo frekanslarını harita üzerinde detaylıca gösteren VOA, İran'da ofis bulundurmazken, web sitesinin ana sayfasında İran için özel bir sabit haber başlığı kullanmaktadır (voanews.com). Amerika'nın kamu diplomasisi ayağında önemli bir yeri olan VOA'nın, kamu diplomasisi için ABD'nin çıkarlarına daha iyi hizmet etmesi beklentisi ile 2014 yılında yeni bir düzenleme ABD Dışişleri Komitesi tarafından kabul edilmiştir (Nixon, 2014). Bu desteğe ve VOA'nın radyo yayıncılığına devam etmesine rağmen; VOA, Asya'daki bazı kısa dalga radyo yayınlarını kapatma kararı alarak yayınlarını internete kaydırmıştır (Jackson v.d., 2011). Bu örnek, kamu diplomasisinde radyoların araç olarak kullanılması açısından yasal ve maddi destek aldığını doğrularken, yayınların teknik bir değişim yaşadığını göstermektedir. Teknik anlamda radyo yayını geleneksel şekilde üretilirken, yayınların kitleye ulaşma şekli frekans modülasyonundan internet ağına doğru kaymaktadır.

1.4.1.2. Televizyon

Kamu diplomasisinin medya araçlarına, internet yaygınlaşana dek popülerliğini sürdürmüş ve halen çok etkili olan televizyonu da eklemek mümkündür. Her ne kadar televizyon yayını IP TV gibi teknolojilerin yardımıyla teknik anlamda internet yayını ile bütünleşmeye başlamışsa da, internet erişimi olan bilgisayarlar televizyonun geleneksel rolünü paylaşıyor olsa da televizyon halen ciddi bir geçerliliği olan medya aracıdır.

Televizyon yayınlarının ülkelerin kamu diplomasisine ettiği hizmetleri örneklendirmek için değişik ülkelerden, radyolarda olduğu gibi, özellikle devlet destekli kamusal yayın organlarından örnek verilebilir. Japonya'nın kendi kültürünü tanıtmak için günümüzde etkin olan Nippon Hoso Kyokai (NHK) kapalı, geçmiş 1920'lere dayanan, 1950 yılında kendi çatısı altında hizmete başlamış bir kamusal yayın kuruluşudur. Yerel yayın hizmetinin yanında uluslararası alanda ciddi içerikler üreterek Japonya'nın tanıtımını sağlamaya çalışan NHK'nın "NHK World Premium" adında Japonca yayın yapan ve "NHK World" adında İngilizce yayın yapan iki ayrı televizyon kanalı bulunmaktadır. Ayrıca 18 dilde yayın yapan "NHK World Radio Japan" radyo kanalı da faaliyettedir. Özellikle İngilizce yayın yapan NHK World, 30 ülkeye yayın ulaştırmaktadır. 10 Bin'in üzerinde çalışanıyla ve 712 Milyar Japon Yeni masraf yapan kurumun, 716 Milyar Japon Yeni gelir elde etmesi, kurumun kar eden bir kamu diplomasisi organı olduğunu da göstermektedir (NHK Corporate, 2019). Uzak Doğu kaynaklı NHK World televizyon yayını, Türkiye'de, Türksat uydusu üzerinden izlemek mümkündür (Turksat, 2019). Japon kültürünü, haber, canlı yayın, belgesel ve popüler kültüre dair söyleşi programları ile dünyaya anlatmayı amaçlayan kanal ayrıca United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)'un da işbirlikçilerinden biridir. NHK World kanalı, yayınlarında dünya kültürel mirasının korunmasına ve çevre sorunlarına dikkat çekilmesine yardımcı olan içerikler sunmaktadır (Nippon Hoso Kyokai, 2019). NHK World ve kamu diplomasisi bağlamında, Japonya'nın olumlu tanıtımını yapan televizyon içeriklerine daha somut örnekler vermek mümkündür: Sadece Japonya'nın tren teknolojilerine odaklanmış, tren, raylı ulaşım ağı ve istasyonları yabancı turistlerin izlenimi ile anlatmayı amaçlayan "Japan Railway Journal" programı ile Japonya'nın raylı sistemlerdeki

teknolojik üstünlüklerini tanımak mümkündür (Japan Railway Journal, 2019). Japonya'nın en önemli turizm sezonlarından Sakura dönemi, kiraz çiçeğinin açılma dönemidir ve Mart sonu ile Nisan başında gözlemlenebilmektedir. NHK World ile bu turistik etkinliğin tanıtımı uydu üzerinden haber ve tanıtımlarla dünyaya sunulmaktadır. Bu ve benzeri tanıtımların etkisiyle, 2019 Nisan'ında, Japonya'nın Sakura etkinliğindeki turist sayısında, belli bölgelerde kayda değer artışlar yaşanmıştır (Karube, 2019).

Kamu diplomasisi aracı olarak televizyon örneklerine, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT)'nin çeşitli dillerde yayın yapan kanallarını örnek vererek devam etmek mümkündür. Türkiye Cumhuriyeti'nin en önemli kamusal yayın organı olan TRT, özellikle 2000'li yılların son bölümünden başlayarak farklı dil seçenekleri ve farklı coğrafya hedefleriyle etkinliğini arttırmaya başlamıştır. Orta Doğu'daki izleyicilere daha etkili şekilde ulaşabilmek için Kürtçe ve Arapça yayın yapan ayrı kanallar kurulmuştur. Orta Asya, Kafkaslar ve civarındaki Türk topluluklara hitap etmek için TRT Avaz kanalı açılmıştır ve bu kanal hedef bölgelerin dillerini dönüşümlü olarak kullanarak, programlarını devam ettirmektedir. TRT'nin Orta Doğu ve Asya'ya yönelik yayınlarının yanına, Batı'ya da hitap edebilecek, ağırlıklı olarak İngilizce haber yayını yapan TRT World kanalı da eklenmiştir (TRT, 2019). Bu kanalla birlikte TRT sesini çok büyük bir coğrafyaya duyurmayı başarmıştır. Özellikle Türkiye'nin bulunduğu coğrafyada güçlü bir devlet olarak, aynı gücü ve etkiyi yayınlarına da yansıtma çabası, Türk devletinin kamu diplomasisi için televizyonu ciddi bir araç olarak gördüğünü kanıtlamaktadır. Türkiye, terörle anılan Orta Doğu'ya, kültürel ve ulusal bağı olan Asya Türkleri'ne, birlikte uyumlu bir gelecek aradığı Avrupa'ya geleneksel diplomasi çalışmalarının yanında, daha samimi ve etkili bir medya hamlesiyle yaklaşmaktadır. Bu medya hamlesi ile doğrudan sivil toplumların günlük hayatına hitap edebilecek yayın içerikleri üretmek, Türkiye'nin kamu diplomasisinde televizyonu gerçekten teorik olarak doğru kullandığını göstermektedir. Türkiye'nin çevre ülkelere sadece siyasi ve politik içeriklerle seslenmek yerine, eğlence, spor, eğitim, kültür içerikli televizyon yayınlarıyla ulaşmak istemesi, TRT'nin kamu diplomasisi anlamında çağın gereklerine fazlasıyla uyumlu olduğu anlamına gelebilir.

Televizyon yayını kamu diplomasisi çalışmalarında araç olarak kullanan bir diğer ülke de Almanya'dır. Dünya'da güçlü ekonomisi ve uluslararası ekonomik ilişkileri ile lider ülke konumunda olan Almanya'nın medya kuruluşlarından biri olan Deutsche Welle (DW)'nin dünya medyasında bir güvenilirliği ve güçlü bir imajı bulunmaktadır (Ertekin, 2015; s. 2). Almanya için DW, 60 yılı aşkın süredir yayına devam etmektedir. Toplam 30 dilde içerik üretebilen kurumun televizyon yayınları ise İngilizce, Almanca, Arapça ve İspanyolca olarak yapılmaktadır (Deutsche Welle, 2019). DW'nin kamu diplomasisine, araç olarak katkı yapmayı hedeflediği noktaları anlamak için, kurumun "Stratejik Plan 2018-2021" adıyla yayımladığı belgede bazı ayrıntılar fikir vermektedir. Kurum, Stratejik Plan'da görevini açıklarken, DW'nin yaptığı medya programlarının, özgür dünya ile krizlerin yaşandığı, etnik ve dini çatışmaların olduğu bölgeler arasında köprü kurmak olduğunu belirtmektedir. Bu vurgu kamu diplomasisinin toplumlar arasında köprü kurma çabasıyla örtüşmektedir. DW'nin kamu diplomasisi çalışmalarında, diğer kamu diplomasisine hizmet eden televizyon kanalları gibi, bilindik kıta ve etnik bölgelere yayın yaptığını görmek mümkünken; dikkat çekici başka bir ayrıntı daha vardır: 2018-2021 Stratejik Planı'na hedef bölgeler olarak Sahraaltı Afrika, Asya, Güney Amerika, Arap coğrafyası gibi bölgeler dahil edilmişken, hedefler arasında "doğrudan" ülke olarak Türkiye'nin belirtilmesi ilginçtir. Bu seçimin nedeni düşünüldüğünde; Türk nüfustan geçmişte Almanya'ya azımsanmayacak miktarda işçi göçü gerçekleşmesinden bugüne dek, Alman toplumuna uyum sağlamış "gurbetçi" Türkler'in varlığı söylenebilir. Bu planda belirtildiğine göre, Almanya kendi bünyesindeki Türk ve Kürt kökenli vatandaşları gerekçe göstererek, Türkiye ile özel bir ilişkisi olduğunu vurgulamaktadır (Deutsche Welle, 2018; ss. 10-36).

1.4.1.3. Basın

Basın kavramının kamu diplomasisindeki yerini anlamlandırırken, devletlerin kendi bünyesindeki basın birimleri ile diğer toplumlara politik mesajlar ve bilgi akışı sağlamayı amaç edindiğini söylemek mümkündür. Buna göre basın temsilciliklerinin çalışmaları resmi nitelikte olup, ticari basın üretiminden uzak bir şekilde öne

çıkılmaktadır. Devletler basın ürünleri üretip yayma yönteminden daha çok, bu işleri mesleki boyutta gerçekleştiren basın çalışanlarına bilgi sağlama ve gerektiğinde maddi destek verme çabasına ağırlık vermişlerdir. Kamu diplomasisi kapsamında basının bu şekilde kullanılmasını daha net şekilde açıklamak için birçok örnek mevcuttur.

ABD'nin BM'deki temsilciliğini yürüten resmi birim olarak, Birleşik Devletler'in BM Misyonu (USUN) adlı departmanının, Basın ve Kamu Diplomasisi adlı alt birimi, ABD için kamu diplomasisinin basın ayağını belli ülkeler kapsamında ve BM çerçevesinde gerçekleştirmektedir. Bu alt birim görev tanımından bahsederken; yerel, ulusal ve uluslararası basın ilişkilerinin yürütülmesinden sorumlu olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca, daimi temsilciliklere ve Misyon yetkililerine resmi medya işlemleri için danışmanlık yapmakta, Misyon için sosyal medya çalışmalarını idare etmektedir (U.S. Mission, 2019).

Çin Halk Cumhuriyeti kamu diplomasisi çalışmalarının basın ayağını daha kapsamlı tutma ve kıtalar boyutunda etkili olma amacıyla resmi bir girişim olarak Çin Afrika Basın Merkezi ve Çin Asya Pasifik Basın Merkezi'ni kurmuştur (China Public Diplomacy Association, 2019). Bu merkezler aracılığıyla hedef coğrafyalardaki basın mensupları ile çift taraflı ziyaretler ve toplantılar düzenleyerek ülke tanıtımı daha etkili yapmayı amaçlayan Çin, kendi Dışişleri Bakanlığı'ndan aldığı maddi destekle 2018 yılında, 34 Afrikalı gazeteciyi, 10 ay boyunca basın çalışmaları kapsamında ülkelerinde ağırlamıştır (Johnson, 2019).

Güney Kore devletine bağlı, kamu diplomasisi faaliyetlerinde bulunan Kore Kültürü ve Bilgi Servisi bünyesinde, devletin yabancı basınla olan etkileşimini daha da güçlendirmek için 2013 yılında Kore Yabancı Basın Merkezi kurulmuştur. Bu merkez sayesinde yabancı basın mensuplarının Kore hakkında güvenilir devlet kaynaklarına erişebilmesi ve doğru bilgi alması amaçlanmıştır. Briefing, röportaj, uluslararası basın mensupları için basın turları düzenleme gibi işlevleri olan merkezin, yabancı basın mensuplarının hizmet alabilmesi için, Kore'de çok amaçlı misafir binası da bulunmaktadır (Foreign Press Center Korea, 2019).

Hollanda'nın Prag'daki elçiliklerinin kamu diplomasisi kapsamında işlerinin yürütülmesi için verdiği çalışan ilanında "Kıdemli Politika Memuru, Kamu

Diplomasisi ve Basın” başlığı kullanılmıştır. İlan içeriğinde çalışanın sorumlulukları tanımlanırken, kamu diplomasisi bütçesinin yönetimi, Hollanda ile ilgili bilgilerin sosyal medya aracılığıyla paylaşımı, elçiliğin sosyal medya yönetimi, medya ile birlikte hareket edilmesi, sosyal medya ve internet yazıları ile online ortamdaki kitleyi etkileyebilme gibi konular belirtilmiştir (The Embassy Of The Kingdom Of The Netherlands, 2018).

Macaristan örneğine bakıldığında, Macaristan’ın Hollanda’daki kamu diplomasisi faaliyetleri arasında, “geleneksel” ve “sosyal” medya tabirleri yan yana kullanılmıştır. Büyükelçilik’in bu konuyla ilgili olarak verdiği bir ilanda, işe alınacak personelden beklentiler açıklanırken, basın konusuyla ilgili bazı ipuçları görmek mümkündür. Büyükelçilik’in Hollanda’daki geleneksel ve sosyal medya etkinliklerini üst seviyeye çıkarmak, buna paralel olarak Flemenkçe ve İngilizce dilinde röportaj ve basın bültenleri hazırlamak, Hollandalı basın mensupları ile ilk temas noktası olmak, işe alınması planlanan uzmanlardan başlıca beklentilerdir (The Embassy Of Hungary, 2019). Kamu diplomasisi çalışmaları yürüten resmi Macar kurumları ayrıca, uluslararası etkinliklere kendi ülkelerindeki basın mensuplarını dahil etmek için, onlara maddi destek de verebilmektedirler. Örneğin, 2012 Londra Yaz Olimpiyatları için Macaristan, elçilik aracılığıyla Macar gazetecilerin ziyaretlerini desteklemiştir (British Embassy Budapest, 2013).

1.4.1.4. Sosyal Medya ve İnternet Haberciliği

Sosyal medya ve internet haberciliği etkinliklerinin kamu diplomasisindeki yeri ve buna bağlı örnekler hakkında bilgi vermeden önce, son 30 yıldaki süreç göz önünde tutularak, geleneksel yazılı basın materyallerinin yaşamakta olduğu değişimden ve buna bağlı olarak ortaya çıkan sanal basın ve medya ortamından kısaca bahsetmek gerekmektedir. Teknolojik gelişmeler, okuyucuların değişen alışkanlıkları, reklam gelirlerindeki azalma, üretim maliyetleri gibi bazı başat faktörlerin etkisi ile, yavaş yavaş evrim geçiren basın sektörünün kamu diplomasisi ile ilişkisine değinmek için ayrıca internet haberciliği ve sosyal medyaya da yer ayırmak gerekmektedir.

Özellikle soğuk savaşın sonlanması ve Sovyetler Birliği'nin dağılması ile girilen 90'lar sonrası süreç, internetin kamuda yaygın olarak kullanılmaya başlandığı 90'lar sonrası süreçle benzer döneme denk gelmektedir. Bilgisayarların iş ortamında kullanımının yanında, kişisel bilgisayarların da hızla yaygınlaşması, buna ek olarak internet teknolojilerinin de gelişim göstermesi, insanların evlerinden dünya ile hızlı ve etkileşimli (interaktif) şekilde iletişim kurmayı alışkanlık haline getirmeleri de yine bu dönemde başlamıştır. Bu dönem ayrıca mobil telefonların popüler olmaya başladığı dönemdir. Bilgisayar ve mobil cihazların toplum tarafından ilgi görmesinin temelinde hızlı iletişim imkanı sağlaması ve kişiselleştirilebilir olması yatmaktadır. Bu özellikleri ile modern hayatın vazgeçilmezi olmayı başaran bilgisayar ve mobil telefonlar, özellikle “milenyum” sonrasında ulaştığı teknolojik avantajlarla insanların basını takip etme alışkanlıklarına da etki etmiştir. Bu değişimin sonuçlarına somut örnek olarak, önemli yazılı basın kuruluşlarının yavaş yavaş matbaa işlemlerini terkedip internet ortamında yayın hayatını sürdürme çabaları gösterilebilir.

Dünya'nın en eski gazete kuruluşu olarak gösterilen ve 1645'ten beridir İsveç'te yayın hayatını sürdüren Post – och Inrikes Tidningar gazetesi 2007 yılından itibaren sadece internet üzerinden yayın yapmaya karar vermiştir (Hürriyet, 2007). ABD'de 140 yıldan fazla faaliyet göstermiş Seattle Post - Intelligencer gazetesi 2009'da basım işlemini sonlandırıp internet haberciliğiyle yoluna devam etme kararı almışken (Associated Press, 2009), 1786'da ilk sayısını çıkaran Pittsburgh Post-Gazette ise 2018'de dijital platformda yayınlarını sürdürme kararı almıştır (Lindstrom, 2018). İngiltere'de The Independent gazetesi 2016'da sadece internet üzerinden okuyucularına ulaşacağını duyurarak geleneksel basım tekniğini terketmiştir (The Independent, 2016). Lübnan'da 60 yıl yayın yapmış olan Al Anwar gazetesi de 2018 yılında sadece internet üzerinden haber yayınlama kararı almıştır (Arsianews, 2018). Yine 2018'de Venezuela'nın El Nacional gazetesi de 75 yıllık basın hayatının ardından geleneksel basım tekniğini sonlandırıp internet üzerinden habercilik faaliyetlerini sürdürmeye başlayacağını açıklamıştır (AP News, 2018). Türkiye'de ise Ciner Grubu çatısı altında faaliyet göstermekte olan Gazete Habertürk, 2018 yılında sadece internet haberciliği ile çalışma hayatını sürdüreceğini duyurdu ve aynı yıl basılı gazete üretimini sonlandırdı. Geleneksel basındaki değişim örneklerini yine, Ciner Grubu için

açıklama yapan Tekdağ (Akt. NTV, 2018)'ın yorumu ile anlamlandırmak mümkündür:

“Son on yılda internet erişimi nüfusumuzun ve coğrafyamızın neredeyse tamamını kapsadı aynı şekilde internet ve mobil iletişimde dünyada en hızlı büyüme ve en uzun süreli zaman geçirme oranlarında ülkemiz dünya sıralamasında en üst sıralara yerleşti. Yaşanan bu gelişmeler ülkemizde de kitle iletişiminin doğasını değiştirdiği gibi medya endüstrisinin parametrelerini de sarsıcı değişimlere zorladı. Son beş yılda ülkemizde de gazetelerin yazılı baskılarının tirajı düzenli olarak düşmekte, reklamdan aldığı pay düzenli olarak azalmakta buna mukabil baskı maliyetleri sürekli olarak artmakta iken televizyon ve internet mecralarının erişimi ve reklam payı düzenli olarak yükselmektedir. Bu gelişmelerin ve değişimlerin sonucunda dünyada olduğu gibi ülkemizde de yazılı basının bir endüstri kolu olarak geleceğinin olup olmadığı bir tartışma konusudur.”

Geleneksel basının özellikle maliyet boyutuna bağlı olarak değişime gitmesi ve internet mecrasından daha çok istifade etmeye çalışması, devletlerin kamu diplomasisinde interneti tercih etmeleri ile aynı nedene bağlı sayılmayabilir. Devletlerin özel basın kuruluşları gibi öncül maddi kaygıları olmadığı gibi, devletlerin internet üzerinden kamu diplomasisi için çalışma yapmalarının asıl amacı iletişimin hızlı, güncel ve etkili olmasındandır. Topluma mesaj verme, toplumu dinleme ve buna göre doğru bir iletişim kurma çabası, kamu diplomasisinin nitelikleri arasındadır. İnternet ve sosyal medya bu niteliklere uygun, çok sayıda insana hızlı şekilde ulaşmaya imkan veren popüler ortamlardır. Ayrıca internet ortamında gönderilen mesajların filtrelenmeden doğrudan kamuya ulaşma özelliği de kamu diplomasisi açısından üstünlük sayılabilir.

Sosyal medyanın kamu diplomasisi açısından kullanımına bakıldığında, dünyanın önde gelen sosyal medya kurumlarına ve bunların güncel kullanım verilerine göz atılabilir. We Are Social ve Hootsuit adlı kuruluşların yaptığı araştırmalara göre; 2019 yılında dünya nüfusunun 57%'sinin internet erişimine sahip olduğu görülmüştür. Dünya nüfusunun 45%'i de etkin sosyal medya kullanıcıları olarak internette yer almaktadırlar. Sosyal medyada kullanıcıların internette harcadığı zaman dünya çapında günlük olarak ortalama 2 saatin üstündedir ki buna göre sosyal medyada saatte

ortalama 5 dakika geçirildiği çıkarımı yapılabilir. Bu verilere göre internet erişimi ve sosyal medya kullanımının dünya nüfusundaki ağırlığı ve önemi net olarak görülmektedir (Kemp, 2019).

Yoğun olarak kullanılan sosyal medyanın kamu diplomasisi açısından etkin kullanılabilmesi için, sosyal medyadaki en popüler sosyal medya kurumlarını da doğru tespit etmek gerekmektedir ki, devletler ve siyasi karakterler sosyal medya iletişimde doğru noktada bulunabilsinler. Yine aynı araştırmadan elde edilen verilere göre, sosyal medyadaki en popüler kurumlara göz atıldığında ve yazılı-sesli mesajlaşma uygulamaları (messenger-voip) hariç tutulduğunda; ilk sırada yer alan Facebook'un 2 milyarın üzerinde, onu takip eden Youtube'un 1,9 milyarın üzerinde kullanıcıya sahip olduğu görülmektedir. Bu ikiliyi 1 milyar kullanıcı ile Instagram takip etmektedir. Siyasi kişi ve kurumların paylaşımında bulunmayı sıklıkla tercih ettiği Twitter ise 326 Milyon kullanıcı ile 8. sırada yer almaktadır (Kemp, 2019). Twitter içeriklerine, üye olmadan da rahatlıkla erişme imkanı olduğunu da vurgulamak gerekmektedir. Bu özelliği ile, üye olmadığı halde Twitter'ın içeriklerine göz atanlar da eklendiğinde, aylık 500 Milyon kullanıcının üye girişi yapmadan Twitter'a eriştiği görülmektedir (Petrov, 2019).

Bir diğer ayrıntı ise, teknolojik gelişime ve mobilizasyona bağlı olarak basılı medyanın internet medyasına dönüşümü ve mobil cihazların yenilikçi basın açısından önemi ile ilgilidir. İnternet erişiminde mobil cihazların kullanım istatistiklerine göre dünya nüfusunun 52%'si mobil cihazlarla internete ve sosyal medyaya erişmektedir. Bu oran yaklaşık olarak 4 milyara yakın insanın mobil cihazlar ile yeni nesil medyaya dahil olduğunu göstermektedir (Kemp, 2019). Dünya nüfusunun yarıdan fazlasının internet erişimine sahip olduğunu, yarıya yakınının ise sosyal medya kullanıcısı olduğunu göz önünde tutarak, geleneksel basındaki artan internet eğilimi, internet ve sosyal medya kullanımının kamu diplomasisi açısından ne kadar önemli olduğu açıkça görülmektedir.

Facebook, Youtube, Instagram ve Twitter gibi kullanım oranı en yüksek sosyal medya kurumlarının kamu diplomasisi alanında kullanımına göz atıldığında, birçok devletin kamu, sivil toplum ve bireylere ulaşabilmek için, bu ortamlardan faydalandığı

görülmektedir. Norveç örneğine bakıldığında, Norveç Dışışleri Bakanlığı kendi resmi internet sayfasında kamu diplomasisi ile ilgili verdiği bilgilerde internet ve sosyal medya kullanımına dair açıklamalar da yapmaktadır. Elçiliklerin web siteleri kamu diplomasisi çalışmaları için önemli bir kanal olarak vurgulanırken, bu siteler aracılığıyla Norveç'in politik öncelikleri hakkında bilgi verilmektedir. Norveç'in yurt dışına hizmet veren resmi web sayfalarının ziyaretçi sayısı aylık 600 Bin kişiye ulaşmıştır. Norveç'in tüm dünyadaki diplomatik misyonlarının yarıya yakını ise sosyal medyayı kullanmaktadır. Facebook ve Twitter'ın Norveç'in resmi misyonları açısından en önemli sosyal medya siteleri olduğu vurgulanırken, Instagram, Flickr ve Tumblr gibi diğer bilindik sosyal mecralar da resmi olarak kullanılan internet ortamlarıdır (Norwegian Ministry of Foreign Affairs, 2015).

Fransa'da ise, Fransa Dışışleri Bakanlığı 1995 yılında web sitesini kurarak, bu alanda Fransa'nın öncü kurumlarından biri olmuştur. Bu site 2018 verilerine göre aylık yaklaşık 1,5 Milyon ziyaretçiye ulaşmıştır. 2009 yılında Twitter hesabı açan bakanlık, bu konuda da ülkedeki ilk bakanlık olarak öncülük etmeye devam etmiştir. 5 yabancı dil için 5 farklı Twitter sayfası açan bakanlığın Youtube ve Instagram sayfaları da bulunmaktadır. Bakanlık, dijital iletişim üzerine yaptığı çalışmalarla ilgili olarak, stratejik iletişim açısından 3 farklı noktaya odaklanmıştır. Bu üç nokta, Fransız toplumu ve yabancı toplumlarla iletişimi zenginleştirmek, Fransız diplomasisinin kamu hizmeti boyutunun güçlendirilmesi ve kaliteli hale getirilmesi, diplomasi ağının internet iletişimi açısından desteklenmesi olarak açıklanmıştır. Ayrıca, Fransız Avrupa ve Dışışleri Bakanlığı, yurt dışına gönderilecek olan diplomatlar için 2011'den itibaren "sosyal web" eğitimi vermeye başlamıştır (France Diplomatie, "Digital And Soft", 2018).

İspanya'ya bağlı özerk yönetim olan Katalunya'nın da, İspanya ile yaşadığı etnik sorunlar sebebiyle ve kendi kültürünü yayma amacıyla kamu diplomasisinden faydalandığı görülmektedir. Her ne kadar devlet olmasa da, Katalunya'nın özerk bir yönetim olarak kısıtlı kaynaklarla da olsa kamu diplomasisi üzerine yoğunlaşılması farklı bir örnektir. Consell de Diplomacia Publica de Catalunya (DIPLOCAT) üzerinden kamu diplomasisi çalışmaları yapan yönetimin sosyal medyada kullandığı araçlara bakıldığında Twitter kullanımına ağırlık verdiği görülmektedir. İspanyolca ve

İngilizce olarak ayrı hesaplardan paylaşımlarda bulunan DIPLOCAT, Catalan Voices adlı ayrı bir Twitter sayfasından da Katalan kültürünü yabancı toplumlara anlatmayı amaçlamaktadır. Katalan dil ve kültürünü tanıtmak için faaliyet gösteren asıl özgün kurum ise Ramon Llull Enstitüsü'dür ve bu enstitü de Twitter üzerinden yabancı kültürlerle etkileşim halindedir (Gyimesi, 2017). UNESCO tarafından “Dünya Kitap Günü” olarak kutlanan 23 Nisan gününü, kendi kültürlerine ait “Saint Jordi Aşk ve Edebiyat Günü” olarak Barselona’da kutlayan Katalanlar, bu tarih uyumundan hareketle Book and Roses (Kitap ve Güller) etkinliğini internet üzerinden tanıtarak 150 ülkeyi kapsamayı başararak, 50 ülkeden gönüllü katılımcılarla kitap ve gül alışverişini sağlamışlardır (Books And Roses, t.y.). Katalunya’nın sosyal medya kullanımına bir başka örnek de Katalunya’nın tam bağımsız olması için İspanya’da 2017’de yapılan referandum için, özellikle yabancıların dikkatini oylamaya çekmek için İngilizce içerikli web sayfası, Facebook sayfası ve Youtube kanalı kurmasıdır. Bu içeriklerde oylamanın ne anlama geldiği, kimin neden oy vereceği, ne zaman oylama yapılacağı ve Katalanlar’a ait genel bilgiler sunulmuş, oylamanın önemine dair sosyal medya aracılığıyla farkındalık oluşturulması amaçlanmıştır (Catalonia Votes, 2017). Katalanlar’ın 7,5 Milyon nüfusa sahip oldukları göz önüne alınırsa, Katalunya’nın kamu diplomasisi bağlamında yaptıkları sosyal medya çalışmaları küçümsenmeyecek niteliktedir (World Population Review, “Catalonia Population 2019”, 2019).

Önde gelen sosyal medya uygulamalarının diplomatik olarak tercih edilmesiyle ilgili olarak, özellikle Twitter’ın kullanım sıklığına ayrıca değinmek gerekmektedir. “Twiplomacy Study 2018” adlı araştırmaya göre, 2018’de sosyal medya platformlarının siyasi liderler ve buna bağlı politik kurumlar tarafından kullanımına bakıldığında en çok tercih edilen platform olarak Twitter öne çıkmıştır. Twitter’ı sırasıyla Facebook, Instagram ve Youtube takip etmiştir (Lüfkens, 2018). Twitter’ın kamu diplomasisi bağlamında kullanımını “Twiplomacy” sözcüğüyle nitelendiren Margianta Dinata, resmi yetkililerin Twitter’ı kullanan diğer resmi olmayan ama etkili uluslararası Twitter aktörlerinden öğrenecekleri şeyler olduğunu; ayrıca resmi yetkililerin bu aktörlerle etkileşim içinde olmaları gerektiğini belirtmektedir (Dinata, 2014; s. 26). Sosyal medya üzerinden kamu diplomasisi çalışması olarak

nitelendirilebilecek ve yoruma açık bir yöntem olarak, politik önderlerin de resmi Twitter hesapları açmaları ve bu hesaplar üzerinden politik mesajlar ve güncel konulara dair paylaşımlarda bulunmaları, bu gönderilerin beğenilme ve yorumlanma özellikleri göz önüne alındığında kamu diplomasisi açısından, paylaşımların yarattığı etkileşimi ölçümlene imkanı vermektedir. Twitter'ın siyasi önderler tarafından kullanımı ile ilgili yapılan "Twiplomacy Study 2018" araştırmasına göre, politik paylaşımlarda siyasi liderler ayrıca dışişleri bakanlıklarını veya bakanları da mesajlarında etiketleyerek, devlete ait diğer resmi uzantıların da, mesajı okuyan sivil kitleler tarafından tanınmasını sağlamaya çalıştıkları vurgulanmaktadır (Lüfkens, 2018). Liderlerin sivil toplumla daha samimi bir iletişim kurmalarına fırsat veren bu tür sanal ortamların, ciddiyeti ise ayrı bir tartışma konusudur.

İnternet haberciliğinin kamu diplomasisi çalışmalarında araç olarak kullanımına bakıldığında, kamu diplomasisi için kullanılan radyo, televizyon ve basın kurumlarının kendi varlıklarını ek olarak internette de sürdürerek, kamu diplomasisine hizmet ettikleri görülebilir. Özellikle basın ve televizyon kurumlarının geleneksel ortamlarda yaydıkları bilgilerin, internet üzerinden de paralel ve hatta daha güncel olarak yaymaları, yaşanan çağın gereklerindendir. İnternet haberciliğinin önemli hale gelme sebebini Tunstall (Akt. Turan, 2019) şu şekilde yorumlamıştır:

"İnternet haberciliğinin yükselmesine yol açan en önemli sebep ise dijitalleşmenin sunduğu imkanlardır. Öte yandan bugün artık insanlar ulusal medya araçlarıyla Batılı/küresel medya araçlarıyla olduğundan daha fazla vakit geçirmektedir. İşte bu yüzden son yıllarda büyük devletler başta olmak üzere birçok devlet dünyanın çeşitli ülkelerini hedef alan yerel haber siteleri açmaktadır."

İnternet haberciliği ve kamu diplomasisi konusunda Rusya'nın Sputnik adlı internet haber sitesi örnek verilebilir. Sputnik, 31 dilde haber seçeneği sunabilen bir haber sitesidir. Sitede, seçilen dile göre sayfa içerikleri değişiklik göstermektedir. İlgili dilin kullanıldığı ülkeye ait haberler uygun şekilde ana sayfaya yansıtılmaktadır. Bu da Sputnik'in iletişim kurmak istediği hedefleri özellikle ayırttığını ve her hedefe ayrı bir tasarımla ulaşmaya çalıştığını göstermektedir. Sputnik'in haber içeriklerine göz atıldığında bir haber okuyucusunun ihtiyaç duyduğu haber temalarının büyük çoğunluğunun sitede mevcut olduğu görülmektedir. Siyasetten yaşama, yerel

haberlerden dünya gündemine, ekonomiden savunmaya, fotoğraf, video, infografik gibi multimedyalardan analiz yazılarına kadar çok çeşitli medya içeriklerinin olduğu Sputnik sitesinin kurumsal kimliğine bakıldığında ise önemli bir ayrıntı vardır: 2014'te yayına başlayan Sputnik haber sitesinin kurucusu olan Rossiya Segodnya Uluslararası Haber Ajansı, Rusya Federasyonu'nun resmi haber kurumu olarak faaliyet göstermektedir (Sputnik News, 2019). Kapsamı daraltılmış olarak düşünüldüğünde, sadece Rusya'nın Türkiye'ye yönelik kamu diplomasisi çalışması açısından internet haberciliği kullanımına bakıldığında, Rusya'nın kendi beklentileri doğrultusunda Türk kamuoyunu etkileme gücüne erişme yolunda etkili olmaya başladığı söylenebilir. Sputnik'in haber sitesinde yer alan habere göre, uluslararası araştırma şirketi Gemius'un internet ölçümleme raporuna göre, 2018 verilerinden hareketle, (bilgisayar ve akıllı telefonlar üzerinden gelen) toplam ziyaretçi sayısı bakımından, Sputnik adlı haber sitesi Türkiye'de en çok okunan 10 haber sitesi içinden 9.'u olmayı başarmıştır (Sputnik News, 2018).

Geniş nüfusa sahip Arap coğrafyasında birden çok Arap devleti bulunmaktadır. Aralarında politik ve kültürel farklar bulunabilen bu coğrafyada devletler kendi aralarındaki politik farklılıklardan hareketle, seslerini daha etkili duyurmak ve kendilerini daha iyi ifade etmek için kamu diplomasisi çalışmaları kapsamında medya araçlarından destek alabilmektedirler. Arap devleti olarak Katar, El Cezire adlı medya kurumu ile bu konuda etkili bir örnek ortaya koymuştur. Medya, kamu diplomasisi ve uluslararası ilişkiler alanında çalışma yapan Profesör Philip Seib'in yorumuyla, 1996'da kurulan El Cezire, Arap toplumunun haber erişimini denetim altında tutan Orta Doğulu yöneticileri rahatsız etmekle birlikte; din ve kadın gibi konuların tartışılması için ortam sağlayarak "özgür konuşma" yapısını yeniden tanımlamıştır (Seib, Why Some Arap Countries Want To Shutter Al Jazeera, 2017). Lina Khatib'in yorumuyla El Cezire, Katar'ın kamu diplomasisinde anahtar rol üstlenirken, yaptığı yayınlarla Arap rejimlerini dikkatli olmaya zorlayarak Katar'ın bölgesel bir arabulucu olarak öne çıkmasını sağlamıştır (Khatib, 2010). El Cezire kurumunun medya çalışmalarına bakıldığında, internet haberciliği faaliyetlerini geniş bir içerikle gerçekleştirdiği görülmektedir. Kurum, dünya çapında haberleri ön planda tutarak, Orta Doğu ve Balkan haberleri için ayrı ayrı haber bölümleri kullanırken, bölgesel ve

araştırma gibi içerikleri de ayrı başlıkta sunmaktadır. Arapça öğrenimi için Türkçe, İngilizce ve Fransızca seçenekleri içeren eğitim sayfası sunan haber sitesinde, internet haberciliği üzerine çalışma ve gelişmeleri yayınladığı “medya enstitüsü” sayfası da bulunmaktadır. Katar devletinin fonlaması ile internet haberciliği de yaparak kamu diplomasisi hizmeti veren El Cezire, dünya çapında tanınmış organizasyonlar tarafından da defalarca ödüle layık görülmüştür (Al Jazeera, t.y.). El Cezire’nin internet haberciliğindeki etkinliğine somut bir örnek vermek için; uluslararası kapsamı olan, Drum Çevrimiçi Medya Ödülleri (The Drum Online Media Awards)’nin 2016 yılındaki ayağında, El Cezire’nin İngilizce haber sitesinin “en iyi haber sitesi” ödülüne layık görülmesi, gösterilebilir (Al Jazeera, 2016).

1.4.2. Eğitim ve Teknoloji

Kamu diplomasisi aracı olarak eğitim ele alındığında, eğitim kapsamında öğrenci ve eğitim faaliyetlerine dahil olanların diğer toplumları yakından tanıma imkanından bahsedilebilir. Kültürel etkileşimle de bağlantılı olarak anılabilecek eğitim aracı sayesinde, eğitim süreci boyunca farklı grup, sınıf, toplum veya ulus içinde yaşayan insanlar, içinde bulundukları ortamı aracısız olarak gerçek haliyle görebilmektedirler. Eğitimin kamu diplomasisindeki yeri Ünal Erzen (2014; ss. 129-130)’in anlatımı ile şu şekildedir:

“Uluslararası alanda başka ülke halklarının etkilenmesi konusunda uzun dönemli olarak girişilecek çalışmalar, eğitim çalışmalarını da kapsamaktadır. Devletler tarafından genç kuşakların, ülkelerinin kültürlerini (tarih, edebiyat vs.) istenilen şekilde öğrenebilmeleri amacı ile araç olarak kullanılan eğitim sistemi, kamu diplomasisi çalışmaları kapsamında özellikle ‘kültürel değişim programları’ aracılığıyla ile başka ülkelerin halklarının etkilenmesi amacı ile de kullanılmaktadır. Dünyanın önde gelen üniversitelerinin, ekonomik ve siyasi alanda güç sahibi ülkelerde olması şaşırtıcı bulunmamalıdır. Güç sahibi ülkeler her geçen gün geliştirdikleri ve etki alanını genişlettikleri yeni eğitim programları ile özellikle gelecekte karar verme sürecinde aktif rol oynayabilecek aktörler için ülkelerini cazibe merkezi haline getirmeye çalışmaktadırlar. Eğitim alanında hedeflenen sonuçların yakalanabilmesi amacı ile geliştirilen kültürel değişim programlarının, hedeflenen kitleye ulaşabilmesi

amacı ile çeşitli burs imkanları da sağlanabilmektedir. Her yıl binlerce öğrenci ve akademisyen, devletler tarafından sağlanan imkanları kullanarak; çeşitli ülkelere gidebilmekte, uluslararası araştırmalara katılabilmekte, ülkeler arasında ortak programlar oluşturulmasına yardımcı olabilmektedirler. Kültürel değişim programlarına katılan katılımcılar, eğitim süresi boyunca farklı ülkelerin kültürlerini tanıma fırsatı da bulabilmektedirler. Dolayısıyla kamu diplomasisi çalışmaları kapsamında amaçlanan; ortak değerlerin yaratılması, kültürlerin tanıtılması ve sivil diyalogun geliştirilmesi konularında eğitim alanında gerçekleştirilen çalışmaların büyük önem taşıdığı görülmektedir.”

Eğitim kapsamında değişim programlarına vurgu yapılmak istendiğinde, Cull (Akt. Journal Of International Service, 2017)’a göre; kamu diplomasisi dahilinde değişim programları, aktörlerin uluslararası çevreleri, yurt dışına gönderdikleri veya yurt dışından kabul ettikleri vatandaşlar aracılığıyla çalışma veya kültürleşme süresince etkileme girişimidir.

ABD’nin kamu diplomasisi aracı olarak eğitim amaçlı değişim programlarına bakıldığında, değişim programları ABD açısından uzun vadeli ve anahtar role sahip uygulamalardır. Soğuk Savaş sonrası fonlamalar azalmasına rağmen, ABD kongresine göre, bütçe bazında eğitim amaçlı değişim programları halen uluslararası yayıncılık faaliyetlerinden sonra ikinci sıradaki yerini korumaktadır (Pisarska, 2016; s. 145).

ABD Dışişleri Bakanlığı’nın “eğitim ve değişim” ana başlığı ile açıkladığı çalışmalara göz atıldığında farklı uygulamalar görülmektedir. Ziyaretçi Değişimi olarak adlandırılan program dahilinde J1 vizesi ile ziyaretçilerin ABD’de kısa süreliğine eğitim, çalışma ve seyahat imkanına sahip olması amaçlanmaktadır. Fulbright adlı uluslararası eğitim amaçlı değişim programı ise resmi kaynak tarafından “ABD halkı ile diğer ülkeler arasında anlayışı arttırmayı amaçlar” şeklinde tanımlanmıştır. William Fulbright tarafından önerilen ve 1946’dan beridir uygulanmakta olan burs destekli program ise bir diğer öğrenci programıdır. Bu program dahilinde burs alan öğrencilerin ABD’yi yerinde tanımaları ve ABD’nin eğitim imkanlarından faydalanmaları amaçlanmıştır (U.S. Department Of State, 2019). W. Fulbright, bu programı yorumlarken, programın ulusları insana dönüştürme özelliğine vurgu yapmakta, bu tür bir iletişimin uluslararası ilişkilerin

insancıllaştırılmasına katkıda bulunacağını ifade etmektedir (Bureau Of Educational And Clutural Affairs, 2019a).

Ayrıca ABD, eğitim ve değişim programları kapsamında 40 farklı dili kapsayan “konferans – seminer çevirmenliği” eğitimi için yurt dışından vatandaşlarla işbirliği yapmakta, katılımcıları ABD’nin Uluslararası Kalkınma Ajansı, Diplomatik Güvenlik Bürosu, Eğitim ve Kültürel İşler Bürosu gibi kurumlarıyla ilişkili çalışmalara dahil edebilmektedir. Bu değişim çalışmasını da “kamu diplomasisi” başlığıyla resmi sitesinde duyurmaktadır (U.S. Department Of State, t.y.).

Almanya’nın kamu diplomasisindeki önemli medya kurumu DW’nin yayıncılık çalışmaları dışında, farklı ülkelerden medya çalışanlarına eğitim verme işlevi de vardır. Özellikle Almanca ve İngilizce yeterliliği olan yabancı öğrencilere DW bünyesinde çeşitli eğitimler vermek ve eğitimini tamamlamış öğrencilerle DW kapsamında işbirliği yapmak, buna bağlı olarak uluslararası camiada DW’nin etkinliğini ve uzmanlığı korumak amaçlanmaktadır. DW Akademia adlı akademi kapsamında verilen eğitimler, yüksek lisans eğitimi ve medya üzerine kurslar çerçevesinde gerçekleşmektedir (DW Akademie, t.y.a). Verilen kursların içerikleri mobil röportaj, toplumsal imaj, etkinlik yönetimi, sosyal medya, dijital güvenlik gibi konulardan oluşmaktadır (DW Akademie, t.y.b). Katılımcılarla ilgili verilen örnekler bakıldığında, katılımcıların Türkiye, Şili, Kolombiya, Güney Afrika Cumhuriyeti, İngiltere, Avusturya, Fransa, İtalya, Rusya gibi farklı ülkelere de dağıtıldığı görülmektedir (DW Akademie, 2018).

Eğitimin kamu diplomasisindeki yerine sadece ülkeler bazında örnek vermenin yanında, birden çok devletin birleşiminden oluşan uluslararası örgütlerin de eğitim programlarından örnek verilebilir. Buna uygun ve bilindik örneklerden bir tanesi Erasmus’tur. Avrupa Birliği’ne bağlı Avrupa Komisyonu tarafından yürütülen programın amacı Avrupa’da eğitimi, gençliği ve sportif etkinlikleri desteklemektir. Öğrenciler bu program sayesinde programa dahil diğer ülkelere de belirli süreyle eğitim alabilmekte ve ikamet edebilmektedir (European Commission, t.y.a). Programın kamu diplomasisi ve eğitim açısından etki alanını arttıracak bir özelliği de Avrupa Birliği (AB) üyesi olmayan çevre ülkelere de eğitim programı kapsamında yer verilmesidir.

Erasmus dahilinde Program Ülkeleri ve Partner Ülkeler olarak iki gruplu bir yapı ve bu grupsal farklara bağlı eğitim imkanlarında farklılıklar olsa da; program dahilinde 28 AB üyesi, 6 AB üyesi olmayan ülke ile geniş kapsamlı bir eğitim ortamı sağlanmaktadır. 32 ülkeli Program Ülkeleri'ne ek olarak 14 bölgeden oluşan diğer dünya ülkeleri de farklı şartlar altında Partner Ülke olarak katılabilmektedir. Kanada'dan Katar'a, Güney Afrika Cumhuriyet'inden Çin'e birçok ülkenin dahil olduğu partnerlik ile, AB ülkeleri kamu diplomasisi için Avrupa temelli başlattıkları eğitim programını dünya çapında işlevsel hale getirmişlerdir (European Commission, t.y.b). 2017 verilerine göre Erasmus programı dahilinde 2,6 Milyon Euro'luk bütçe ile, 790 Bin'in üzerinde öğrenci ve gönüllü topluluğu faaliyette bulunmuştur (European Commission, t.y.c).

Eğitimle ilişkili olarak kullanılabilecek bir başka kamu diplomasisi aracı olarak teknolojiye de bahsetmek mümkündür. Gerek teknolojik eğitim ve uygulama programları ile farklı ülkelere ait grupların kaynaşması, gerekse elindeki teknolojik imkanları paylaşan toplumların yardımlaşması kamu diplomasisi ve teknoloji ilişkisi üzerinden açıklanabilir.

AB'nin teknolojik araştırma ve yenilik çalışmaları için uygulamaya koyduğu "Horizon 2020" programı, teknolojik çalışmaların kamu diplomasisi açısından kullanımına örnek verilebilir. Bu program ile hem AB ülkeleri hem de AB'ye üye olmayan bazı yakın ülkeler teknolojik işbirliği yapabilmektedir. Programın amaç ve hedeflerine bakıldığında; ilk bölümü 1984'te gerçekleştirilen Horizon 2020'nin sivil araştırma programı olması, üniversite – sanayi işbirliğini teşvik etmesi, AB ve anlaşmalı diğer ülkelerle işbirliğini geliştirmeyi amaçlaması öne çıkmaktadır (T.C. Avrupa Birliği Bakanlığı ve Tübitak, s. 1). Program dahilinde 28 AB üyesi ülkenin, 16 ortak (Associated Country) ülkenin, ayrıca 10 adet "3. seviye" ülkenin de çalışmalara katılıyor olması göz önüne alındığında ve programın sivil işbirliğine önem verdiği düşünüldüğünde, Horizon 2020'nin çok geniş kapsamlı bir şekilde, kamu diplomasisi aracı olarak teknolojiye faydalandığı söylenebilir (European Commission, 2017; ss. 13-15).

ABD'nin değişim programları kapsamında uyguladığı TechGirls ve TechWomen adlı programları da teknoloji içerikli çalışmalara örnek verilebilir. Bu uygulamaların teknolojik nitelikleri olmakla birlikte, kamu diplomasisi açısından en önemli özellikleri “farklı dinlere mensup toplumların” teknoloji üzerinden iletişim kurarak yakınlaşmalarına fırsat vermesidir. Programların ev sahibi ülkesi olarak ABD ele alındığında, Hristiyan nüfusun ağırlıklı olarak ikamet ettiği bir ülke olduğu akla gelmektedir. Programa davet edilen kız ve kadınların ülkelerine bakıldığında ise Müslüman nüfusun yoğun olduğu ülkeler ön plana çıkmaktadır. Buna bağlı olarak ABD'nin kamu diplomasisi aracı olarak TechGirls ve TechWomen gibi teknolojik eğitimleri, dinler arası farklılıklardan kaynaklı n yargıları teknoloji ile yıkmak için kullanmaya çalıştığı yargısına ulaşılabilir.

TechGirl yaz değişim programı ile Orta Doğu ve Kuzey Afrika gibi özellikle Müslümanlar'ın yoğun olduğu yerlerdeki ülkelerin kız öğrencileri, teknolojik çalışmalara katılabilmektedirler. Cezayir, Mısır, Ürdün, Lübnan, Fas, Filistin ve Tunus'tan, 15 - 17 yaş aralığındaki kızların katılımı, programın öncelikli şartları arasındadır. Yazılım - bilişim konularında eğitim, kamp ve gezilerin gerçekleştirildiği bu program dahilinde, Java programlama, mobil uygulama geliştirme gibi teknolojik uygulamalar yapılırken, ABD'deki teknoloji şirketlerine ziyaretlerin yapılması ve iş başında eğitim (job shadowing) verilmesi de programın diğer nitelikleri olarak belirtilmektedir (Bureau Of Educational And Cultural Affairs, 2019b).

TechWomen teknoloji programına bakıldığında; katılımcılar açısından İşlam coğrafyası tekrar ön plana çıkmakla birlikte, Afrika ve Orta Asya lkeleri de bu programa kısmen dahil edilmişlerdir. Programa katılan ülkeler arasında Cezayir, Kamerun, Mısır, Ürdün, Filistin, Ruanda, Kırgızistan, Siera Leone, Güney Afrika Cumhuriyeti, Tacikistan, Tunus, Türkmenistan, Özbekistan ve Zimbabve vardır. Bu ülkelerden programa katılacak kadınlarda matematik, bilim, teknoloji ve mühendislik alanlarında en az 2 yıl iş deneyimi aranmaktadır. Ayrıca, program sonrası kadınların ülkelerine dönmeleri ve öğrendiklerini paylaşmaları da programın kadınlardan beklentisi olarak belirtilmiştir (Bureau Of Educational And Cultral Affairs, 2019c).

Teknoloji alanında dünyanın önde gelen ülkelerinden Japonya'nın teknoloji ve bilim üzerinden kamu diplomasisi için yaptığı çalışmalara örnek verilebilir. 1932'de kurulan ve son halini 2003 yılında alan, devlet destekli sivil toplum kurumu olan Japonya Bilimi Teşvik Topluluğu'nun amaçlarından birisi de uluslararası bilimsel işbirliğini teşvik etmektir (JSPS, t.y.a). Bu topluluğun eğitim ağırlıklı uluslararası işbirliği programlarının yanında, Asya ülkeleri ile teknoloji işbirliği kurma kapsamında Asya Bilim ve Teknik Yapılanması Stratejik Programı (JSPS, t.y.b), yurt dışında Japonya'nın görünürlüğünü arttırmak ve yabancı bilim insanlarının dikkatini çekmek amacıyla World Premiere International gibi girişimleri de mevcuttur (JSPS, t.y.c). Ayrıca Japonya bilim ve teknolojinin diplomaside daha etkin olmasını sağlamak için 2014 yılında Japonya Dışişleri Bakanlığı bünyesinde Bilim ve Teknoloji Danışmanlığı birimini oluşturmuştur (Turekian ve Kishi , 2017). Japonya Dışişleri Bakanlığı'nın aktarımıyla; bilim ve teknolojinin, kültür gibi Japonya'nın imajını geliştirebileceğine inanan Japonya devleti, kimya ve mühendislik alanında Japon bilim insanlarını kamu diplomasisini geliştirmek için, Almanya, İngiltere, İrlanda, Kanada, Litvanya, Estonya, Polonya, Çekya, Slovakya, Macaristan, Sri Lanka gibi farklı ülkelere göndermişlerdir (Ministry Of Foreign Affairs Of Japan, 2015). Bu ziyaretlere göz atıldığında Japon bilim insanlarını Birleşik Arap Emirlikleri'nde son teknoloji tıp ürünlerini tanıtmak amacıyla konferans verirken ve Hırvatistan'da robot teknolojilerini çocuklara tanıtırken (Japan Brand Program, 2016a), Umman'da moda tasarımı öğrencilerine teknolojik nitelikler taşıyan tekstil tasarımlarını sunarken görmek mümkündür (Japan Brand Program, 2016b). Japonya'nın teknoloji alanında dünya çapında tanınmış markalarının da kamu diplomasisi açısından olumlu etkisi olduğu söylenebilir. Hirotaka'ya göre, teknolojik "süper güç" olmanın ve Sony, Honda, Toyota gibi ulusal sanayi şirketlerine sahip olmanın bir sonucu olarak, Japonya'nın ulusal markası olumlu şekilde gelişmiştir (Hirotaka, 2018).

1.4.3. Kültür

Kamu diplomasisi çalışmalarında kullanılan araçlar içinde sayılabilecek bir diğer unsur da kültürdür. Kültür, çok sayıda insana erişme yeteneğine sahiptir ve bu

durum onu kamu diplomasisi açısından uygun bir ortam haline getirmektedir. Geniş bir tanıma sahip olan kültür, hem geleneksel hem de çağdaş sanatla, daha geniş bağlamda popüler kültürle de etkileşim içindedir (Bound v.d., 2007, s. 28). Ülkelerin kültürel değerlerini tanıtmaya ve bu değerler üzerinden yabancı toplumları etkilemeye çabası barışçıl ve etkili bir yöntem olabilir. Kültürün, geniş içerik ve kapsamıyla kamu diplomasisi açısından değerlendirilmesinde, dil, din, sanat ve popüler kültür öğeleri, sportif etkinlikler gibi konular öne çıkan başlıca araçlardır. Kamu diplomasisi için yapılan kültürel çalışmalar ayrıca kültür diplomasisi olarak da anılabilmektedir. Kültür aracının kamu diplomasisi açısından tanımına “kültür diplomasisi” tanımı üzerinden örnek verilebilir (Cull, 2009a; s. 19):

“Kültür diplomasisi, bir aktörün kültürel kaynaklarını, başarılarını yurt dışında tanınır hale getirerek ve yurt dışına kültürel aktarımı kolaylaştırarak, uluslararası çevreyi yönetme girişimi olarak tanımlanabilir.”

1.4.3.1. Dil

Kamu diplomasisinin verimliliği açısından anlatım ve dinleme çalışmalarının temeli dile dayanmaktadır. Sağlıklı bir iletişimin yaşanabilmesi için anlatan kaynak ile dinleyen hedefin ortak bir iletişim dili kullanması zorunludur. Kamu diplomasisi, yumuşak güç ve dil üçgeninde, dil öğrenme ve çalışma aşaması, ulusun popüler kültür ürünleri yumuşak güç yaratmak için önemlidir (Hernandez, s. 33). Ding (2015)’in yaklaşımına göre dil ve kamu diplomasisi ilişkisi şu şekildedir:

“Dil ediniminin, kültür değişiminin ve eğitimsel temasın politik etkileri, yumuşak gücün çekiciliği açısından önemlidir ve bu durum tüm dünyada siyaset yapıcılarının dikkatini çekmiştir. Aslında, bir ülkenin yumuşak gücünün çekiciliğinden en çok etkilenecek olanlar, o ülkenin dilini konuşabilen ve anlayabilen insanlardır. Uluslararası öğrenciler yabancı dil öğrenirken o dilin yerlileri ile iletişim kurmak ve belli bir ülkenin politik – sosyal olaylarını gözlemlemek için daha iyi fırsatlara sahip olacaklardır. Bu tür dil edinim aşamaları uluslararası dil öğrencilerine kültürel ve politik değerler verecektir ve devamında bu öğrenciler, o ülkenin yumuşak güç çekiciliğinin dış dünyaya sunulmasına yardım edebilirler. Bu nedenle ülkenin dilini ve kültürünü hedef kitleler arasında tanıtmak kamu diplomasisinin çıkarınadır.”

Dilin araç olarak kullanımına örnek vermek için, özellikle ülkelerin kültürel konularda tanınmış enstitülerine bakmak mümkündür. En köklü dil enstitülerinden, Fransızca ve Fransızca konuşanların kültürünü yaymayı amaçlayan Alliance Française, İtalyan dil ve kültürünü tanıtmaya sloganını taşıyan Dante Alighieri Society, Alman dili ve çalışmalarını tanıtmaya amacını taşıyan Deutsche Akademische Austausch Dienst, Macar kültürünü yaymayı amaçlayan Balassi Institute gibi kurumlar 19.yy'nin sonunda ve 20.yy'nin başında kurularak çalışmalara başlamışlardır. Bu ülkelerden bazılarının dil kurumları birden fazla sayıya çıkmışken, Polonya, İrlanda, Güney Kore, Mısır, Türkiye, Çin gibi ülkelerin dil konusunda yurt dışını hedefleyen kurumları ise 21.yy'de geç de olsa kurularak kültürel çalışmalara katılmışlardır. Dil kurumlarının slogan ve amaçlarına bakıldığında ortak nokta, dil ve kültürlerini yurt dışına yaymayı amaç edinmeleri ve devlet destekli olmalarıdır (Academy for Cultural Diplomacy, t.y.).

Bu tür kurumların uygulamalarına bir örnek olarak Japonya Vakfı'na bakılabilir. JV, Japonya'nın dünya çapında kültürel değişim çalışmalarından sorumlu bir kültürel enstitü olarak, Japonya halkı ile diğer ülke halkları arasında karşılıklı anlayışı geliştirmeyi ve insandan insana etkileşim yaratmayı amaçlamaktadır (Japan Foundation). Buna bağlı olarak Japonca dilinin yabancılar tarafından öğrenimine bakıldığında; Japonca sadece iş ve eğitim amaçlı değil, popüler kültür, Manga ve Anime içeriklerine olan ilgiden dolayı da öğrenilmektedir. Bu dil öğrenimini arttırmak amacıyla da Japonya, JV aracılığıyla yurt dışındaki dil öğretmenleriyle eğitim vermekte, Japonca eğitim materyalleri bağışlamakta, 50 farklı ülkenin 159 şehrinde dil yeterlilik sınavı düzenlemekte, Nihongo – Sakura Ağı üzerinden dünya çapında iletişim yürütmektedir. Ayrıca bu konuyla ilgili içerikler NHK World televizyon kanalındaki programlar ile de izleyiciye ulaştırılmaktadır (Ministry Of Foreign Affairs Of Japan, 2019). 1972'den bu yana çalışmalarını sürdüren vakfın 2015 verilerine göre, yurt dışı da dahil olmak üzere 16 Bin'in üzerinde enstitüsü (eğitim noktası), 64 Bin'den fazla öğretmeni ve 3,6 Milyon'dan fazla öğrencisi bulunmaktadır (The Japan Foundation, 2015).

1.4.3.2. Din

Kamu diplomasisi, kültürel çalışmalar ve din ilişkisinin önemine bakıldığında, Marshall ve Farr (Akt. Seib, Introduction, 2013; s. 2)'a göre, etkili bir kamu diplomasisi, dini politik kültürü içerecek şekilde, kültürün güçlü bir etmeni olarak tanımalıdır. Din, özel ve toplumsal yaşamda en güçlü belirleyicilerinden biridir, birçok kişinin dünya görüşünü belirler. Sevlia (2011)'in inanç diplomasisi olarak vurguladığı şekilde, küresel toplumla iletişim kurmak için dinin kullanımı ve dış politikaya dahil edilmesi, uluslararası katılımın reddedilemeyecek bir elementidir.

Kamu diplomasisi ve inanç bağlamında uygulamaya yönelik örnek vermek mümkündür. Komünist yönetim şekliyle yönetilen Çin'in uygulamalarına bakıldığında, bünyesinde barındırdığı farklı dini inanç sahibi toplulukların, çevre ülkelerdeki benzer inanç sahibi topluluklarla ilişki kurmasına destek verdiği görülmektedir. Bing (2017)'in belirttiği şekilde, 1982 yılında ilk adımları atılan, Malezyalı Müslümanlar ile Çinli Hui Müslümanları arasındaki yakınlaşma ilerleyen dönemlerde öğrenci değişim programlarına kadar gelişme göstermiştir. Eğitim sonucunda bazı Çinliler'in Malezya'da kalarak, orada etkinliklerini cemaat şekline devam ettirdikleri gözlenmiştir. Bu, din temelli ülkeler arası ilişkilere paralel olarak 2012'de Yurt dışı Çinli Müslümanlar Birliği kurulmuştur. Bunun yanında Çin, Budizm dinine mensup topluluk ve liderlerle de iletişim kurmaktadır. Budizm'in barışçıl, hoşgörülü ve şiddet karşıtı ilkeleri, Budizm'i yumuşak güç açısından zengin bir kaynak yapmaktadır ve Budist toplulukların yetiştirilmesi Çin'in kamu diplomasisi açısından önem arz etmektedir. Buna uygun olarak Çin, Dünya Budist Forumu'na ev sahipliği yapmak, Budizm açısından önemli dini emanetleri Asya turuna çıkarmak, Tayvan ve Hong Kong'la yakın ilişkiler kurmak gibi çalışmalar yapmıştır (Ramachandran, 2019).

1.4.3.3. Popüler Kültür ve Sanat

Popüler kültürün, kültür ile ilişkisine dair çok net bir ayrım olmasa da; popüler kültürü geleneksel kültür konularıyla birlikte anmak ve popüler kültür öğelerinin de kamu diplomasisine etki edebilecek nitelikler taşıdığı örneklemek yanlış olmayacaktır.

Nye (Soft Power, 2004; s. 11)’nin bakış açısıyla kültür ve popüler kültür ayrımı şu şekilde kısaca açıklanmıştır:

“Kültür, toplum için anlam yaratan değerler ve uygulamalar kümesidir. Kültürün birçok ortaya çıkış şekli vardır. Seçkinlere hitap eden edebiyat, sanat ve eğitim gibi yüksek kültürlerle, toplumu eğlendirmeye odaklanmış popüler kültür arasında ayrım yapmak yaygındır”.

Nye’nin popüler kültür için kullandığı “toplumu eğlendirme” özelliğine ek olarak; Anaz (2015) popüler kültürün sadece bir eğlence aracı olmadığını, sanal ortamdaki daha çok realitenin kendisi olduğunu belirtmiştir. Sonuçta kültür veya popüler kültür değerleri, seçkin, eğlendirici, sanal, gerçek gibi farklı anlamlar taşıyabilirler, sivil topluma hitap ettikleri sürece, devletlerin yabancı toplumlara ulaşmasına olanak sağlayacak güncel bir araç olarak kullanılabilirler.

Popüler kültür açısından, özellikle genç kesime hitap eden bir örnek olarak, Japonya’nın çizgi film ve çizgi roman alanında bilinen Anime ve Manga ürünleri, Japonya’nın uluslararası popüler kültür alanında imajına katkı yapan çalışmalar olarak örnek verilebilir. Japon Dışişleri Bakanlığı geleneksel sanat ve kültüre ek olarak popüler kültüre de önem verdiğini belirtmektedir. Buna paralel olarak Dışişleri Bakanlığı bu alanlarda ödül organizasyonları düzenlemekte, Cosplay adlı Anime karakterlerinin kostümleri üzerinden tiyatral canlandırma etkinlikleri yapmakta, hatta sanal Anime kahramanlarından Anime Büyükelçisi görevlendirmektedir (Ministry Of Foreign Affairs Of Japan, 2017). Anime ve Manga’nın uluslararası etkinliğine bölgesel ve somut bir örnek de verilebilir. Kartikasari (2018; s. 45-46)’ye göre, Japonya’nın Fukuda Doktrini ile Güneydoğu Asya’da askeri olaylardan çok kültürel değerlerle tanınmak için attığı adımlardan biri olarak, özellikle Endonezya’da Malari olayının olumsuz izlerini silmek için, Japon Anime ve Manga kültürüyle imajını düzeltme çabası, olumlu etki yaratmıştır.

Popüler müziğin kamu diplomasisi kapsamında kullanımıyla ilişkili olarak, ABD’nin, 2000’li yılların ortasında tanınmış Hip Hop müzisyenlerini Kuzey Afrika, Orta Doğu ve Asya’ya göndermesi örnek olarak gösterilebilir. Aidi’ye göre; bu girişimle ABD Dışişleri Bakanlığı, hedef bölgelere gönderdiği müzisyenleri Hip Hop

Elçileri olarak tanımlamış, bu elçiler aracılığıyla o bölgelerdeki Müslüman gençleri şiddet ve aşırılıkçılıktan uzaklaştırmak için müzikal etkinlikler gerçekleştirmiştir (Akt. Bayles, 2018; s. 167).

Her ne kadar özel sektörün kendi öz iradesiyle üretilmiş ve ağırlıklı olarak resmi kurumlardan bağımsız şekilde biçimlenmiş olsalar da, popüler kültür ve sanat kapsamında ele alınabilecek sinema ve dizi ürünlerinin de kamu diplomasisine hizmet ettiği ve ülkelerin imajına etki ettiği söylenebilir. Kültür kapsamında görsel sanatların etkili bir aracı olarak sinemanın etkisini örneklemek için ABD çıkışlı sinema yapımlarının Çin'deki durumuna bakılabilir. ABD ve Çin'in, idari olarak farklı ideolojik temellere sahip olması ve Çin'in büyük nüfusu göz önünde bulundurulduğunda; Çin'deki sinema gişelerine ait başarılarla bakıldığında ilk 10 film arasında 4 ABD yapımı filmin olması önemli bir ayrıntıdır (Rosen, 2011). Üstelik "Çin'in tüm zamanlara ait en büyük gişe yapan filmleri" listesinde ilk 5'te 3 ABD yapımı filmin yer alması, ABD'nin kültür aracılığıyla, farklı ideoloji ve kültüre sahip büyük bir ülkeyi etkileme gücüne sahip olduğunu göstermektedir (Wang, t.y.). Bir başka örnekte ise, Braveheart adlı İrlanda ve ABD ortak yapımı (IMDB, "Braveheart") sinema filminin etkisinden bahsedilebilir. Anaz (2015)'in belirttiğine göre, Braveheart filminin yarattığı etki, İrlanda turizmine 300 katlık bir artış sağlamış, ayrıca İrlanda'nın uluslararası saygınlığını da arttırmıştır.

1.4.3.4. Spor

Kültür kapsamında değerlendirilebilecek spor etkinliklerinin kamu diplomasisi açısından önemine bakıldığında, dünyaca ünlü spor organizasyonlarının ülke tanıtımında etkili olduğu söylenebilir (Ünal Erzen, 2014; s. 140):

"Uluslar arasında sivil diyalogun artırılması ve kültürler arasında ortaklıklar kurulması amacı ile önemi artan ve uluslararası kuruluşlar tarafından desteklenen spor faaliyetleri, beğeni ve ilgi alanları açısından birbirinden farklılaşan kültürleri, belirli alanlarda birleştirebilmektedir. Spor, dünyanın farklı ülkelerinde geniş kitleleri etkileyebilmekte ve sahip olduğu kamuoyu ilgisi sebebi ile gerek ticari kurumların, gerek devlet kurumlarının ve gerek uluslararası basının yayın kuruluşlarının dikkatini

üzerine çekmektedir. Bazı ülkeler, başarılı oldukları spor dalları ile özdeşleştirilebilmektedirler. Dünya kamuoyunda basketbol NBA'dır ve NBA ABD'dir. Spor dalları arasında futbolun, özellikle Avrupa ülkeleri arasında ayrı bir yeri bulunmaktadır. Hatta futbol, uluslararası çapta, Amerikan Futbolu'ndan daha popülerdir.”

Ülke tanıtımı anlamında etkili spor etkinlikleri için verilebilecek diğer örnekleri Ünal Erzen (2014; ss. 140-141) şu şekilde açıklamaktadır:

“İngiltere'nin “Premier Ligi”, İspanya'nın “La Liga”sı ve İtalya'nın “Serie A Ligi” dünya kamuoyu tarafından dikkatle takip edilmektedir. Bununla birlikte Real Madrid ve Barcelona gibi bazı başarılı takımların da imaj açısından ülkelerinin önüne geçtiği söylenebilir. Düzenli aralıklarla gerçekleştirilen Şampiyonlar Ligi maçları, UEFA Kupası maçları ve Dünya Kupası gibi uluslararası başarı getirecek organizasyonlar ise ülkelerin tanıtımı açısından büyük önem taşımaktadır. Öyle ki, herhangi bir takım tutmayan veya futbol maçlarını izlemeyen bir birey, uluslararası alanda ülkesinin temsil edilmesi söz konusu olduğunda fanatik bir taraftardan daha tutucu olabilmektedir. Söz konusu uluslararası organizasyonlara gösterilen yoğun ilgi ve maçların aslında sadece futbol müsabakalarından ibaret olmayıp oynayan ülkelerin itibarı ile ilgili olması, uluslararası basının da konuya ilgi göstermesine sebep olmaktadır. Olimpiyat Oyunları, Formula 1 Yarışları, Buz Hokeyi Şampiyonaları, Wimbledon Tenis Kupası ve diğer uluslararası organizasyonların ülkeler tarafından pr aracı olarak kullanıldığı söylenebilir. Söz konusu çalışmaların pr aracı olarak işlev görmesi, çalışmaların spor ve/veya sportmenlik ruhuna zarar verecek olması veya çalışmaların etik olmadığı anlamlarına gelmemektedir. Sporun birleştiriciliği ve uluslararası alanda kamu diplomasisi faaliyetleri açısından yarattığı fayda tartışma götürmemektedir.”

Sporun diplomatik ilişkilere olan etkisini tarihsel süreçten yola çıkarak açıklayan Sanders (2011) antik ve modern tarih boyunca olimpiik oyunların dünya barışı için bir güç olduğunu belirtmektedir. Sanders'e göre, 1000 yıllık geleneği olan ve zararsız bir çözüm aracı olan olimpiik oyunlar Soğuk Savaş döneminde de etkisini göstermiştir. Günümüzde, uluslararası spor gezilerinin miktarı uluslararası değişim programı olarak, turistik gezilerden sonra, ikinci sırada gelmektedir. Ayrıca birçok genç, ilk yurt dışı deneyimini takımıyla yapmaktadır. Spor organizasyonlarının ülke

tanıtımı açısından da önemi vardır. Ev sahibi ülke ve şehirler, bu tür etkinlikleri uluslararası izleyicilere ulaşmak ve markalarını parlatmak için fırsat olarak görmektedirler. 1992 Barselona Olimpiyatları'nın Barselona şehrinin tanıtımına olan etkisi ve 2008'de Çin'in Olimpiyat Oyunları için, yeni imaj peşinde, 40 milyar dolar harcaması bu duruma örnek olarak gösterilebilir.

Kamu diplomasisinde bir araç olarak kullanılan sporun çalışma mekanizması; imaj oluşturma, diyalog için ortam oluşturma, güven oluşturma, uzlaşma – entegrasyon – ırkçılığa karşı olma gibi dört başlık ile incelenmiştir (Nygard ve Gates, 2013; s. 242). Bu başlıklardan hareketle, sportif etkinliklerin ülkelerin imaj oluşturmada ve diğer ülkelerin aklındaki imajı değiştirmede etkili olabileceği, ülkeler arasında iletişimi ve işbirliğini güçlendirebileceği, bunlara bağlı olarak ülkeler veya toplumlar arası güven ortamını sağlayabileceği, farklı toplumların birbiriyle kaynaşarak ırksal farklılıklardan kaynaklanabilecek olumsuz algıları ve ön yargıları ortadan kaldıracabileceği yorumunda bulunmak mümkündür.

Konuyla ilgili olarak verilebilecek örnekler içinde Kuzey İrlanda'da uygulanan Football For All (FFA) projesi, sporun kamu diplomasisinde kullanımına dair somut ve kısmen de olsa sıra dışı bir örnektir. FFA projesinin amacı Kuzey İrlanda'daki farklı futbol seviyelerinde eğlenceli, güvenli ve kapsayıcı bir kültür yaratmaktır. “Herkes için futbol” anlamına gelen projenin amaçları arasında sağlık sorunlarıyla, alkol ve uyuşturucu gibi bağımlılıklarla da mücadele etmek vardır. FFA'yı yaygın örneklerinden farklı kılan ise ırkçılık ile birlikte mezhepçilikle de mücadele etmeyi ayrıca amaçlamasıdır. 2000 yılında Kuzey İrlanda'daki spor etkinliklerinde mezhepçi ve ırkçı davranışların yüksek seviyelere ulaşması ile, bu durumla mücadele etmek için, Aziz Patrick Günü ile ilgili Sea of Green (yeşil deniz – yeşilin denizi) sözünden esinlenilerek, yeşil rengin barışçıl olarak kullanılması; ayrıca bazı ürünlerde renk ve yazı olarak da “Sea of Green”den faydalanılması amaçlanmıştır. Özellikle mezhepsel ve ırksal farklılıkların yerine ortak bir tema olarak yeşil renk yerleştirilmeye çalışılmasıyla, görsel ve anlamsal olarak futbol severlerin ortak paydada buluşturulması planlanmıştır. 2010 yılında ise Kuzey İrlanda Futbol Ligi ile uyumlu olarak FFA projesi hayata geçirilmiştir (Football For All, ss. 6-7).

Genel olarak, ırkçılık, mezhepçilik, yoksulluk, sağlığa zararlı koşullarla mücadeleyi amaçlayan ve bunlara karşı kurumsal nitelikte çalışmalar yapan FFA'nın kamu diplomasisindeki yerini anlamak için işbirliği içinde olduğu kurumlara da bakmak gerekmektedir. FFA'nın futbol üzerinden hareket ettiğini göz önünde bulundurarak, Kuzey İrlanda'nın uluslararası futbol organizasyonlarına dahil olduğu belirtilebilir. Bu tür organizasyonlarda farklı ülkelerden sporcu ve taraftar grupları, “deplasman” kuralına bağlı olarak rakip takımların ülkelerini ziyaret etmek zorundadırlar. Misafir unsurların sporcu veya taraftar olarak ırkçı ve mezhepçi saldırılara maruz kalmasının önlenmesi, ayrıca ev sahibi ülkelerin kendi içindeki ırkçı ve mezhepçi farklılıklardan kaynaklı sorunların yaşanmaması için uluslararası organizasyonların hassasiyeti yüksektir. Bu bağlamda FFA, AB, Avrupa Futbol Federasyonları Birliği (UEFA) gibi kurumlarla işbirliği halindedir (Football For All, s. 8). UEFA ise spor karşılaşmalarında No to Racism (ırkçılığa hayır) ve Respect (saygı) sloganlarını farklı zamanlarda kullanmakta, bu konudaki hassasiyetini belirtmektedir (UEFA, 2017). FFA'nın amacı ve partnerleri göz önüne alındığında, ülke içi ve uluslararası boyutta ırkçı ve mezhepçi ayrımcılıkla mücadele ederek ülke imajına olumlu katkı yapma görevi olduğu, spordan bu anlamda faydalanıldığı söylenebilir.

İKİNCİ BÖLÜM

TOPLUMSAL ALGI

2.1. Algı, Toplumsal Algı ve Algı Yönetimi İlişkisi

Algı kavramı sosyoloji ve psikoloji alanlarında adı geçen bir kavram olmasına rağmen, algının toplumsal etkileşiminin net bir tanımı bulunmamaktadır. Genel kabul görmüş bir “toplumsal algı” tanımı bulunmasa da, toplumsal algının, bireysel algı ve çevresel faktörler açısından açıklamasını yapmak mümkündür. Toplumsal algıya giden süreçte, önce bireyin algılama sürecinden bahsedilebilir. “İnsanın dış dünyadaki soyut veya somut nesnelerle ilişki kurması, bunlar hakkında birtakım yargılarda bulunması, bu nesnelere ilişkin belli bir davranış ortaya koyması, bu nesneleri algılaması ile başlar” (İnceoğlu, 2010; s. 68). Algılanacak nesne, bireyin nesneye olan bakış açısı, duyum sırasındaki iletişim ortamının gürültüsü, duyu organları ile algılama ve duyguların anlamlandırılıp algılanması ile oluşan imaj, algının oluşması ile bağlantılı nedensel ve sonuçsal konulardır. Saydam (Akt. Özkan, Halkla İlişkiler Yönetimi, 2009; s. 103)’a göre algı iki farklı türde meydana gelmektedir. Deneysel algı ve zihinsel algı şeklinde ayırım yapan Saydam, deneysel algılamanın görme, duyma, işitme, dokunma, tatma, koklama gibi beş duyu ile gerçekleştiğini belirtirken, zihinsel algılamanın “altıncı his” ile gerçekleştiğini ve bir konu hakkında var olan fikirlerin zihinsel algıya aracılık ettiğini belirtmektedir.

Algının bireysel özelliğinin yanında toplumsal özelliğinin de olduğunu belirten İnceoğlu (2010; ss. 94-95), toplumsal algıyı “sosyal algılama” üzerinden şu şekilde açıklamaktadır:

“Bireyin algılaması, içinde bulunduğu sosyal ortama ve kendi psikolojik alanına bağlı olarak ortaya çıkan, somut duyumsal bir bilgilenme olmanın ötesinde sosyal bir olgu olarak ele alınmalıdır. Kişisel motivler, kişinin içinde bulunduğu duygusal (émotionel) durum, belirli bir nesnenin algılanması sırasında bireyin içinde bulunduğu grup ilişkileri, algılamayı etkileyen diğer faktörlerdir. Bu durum, hiçbir birey toplumdan soyutlanamayacağı için, algılamanın sosyal bir olgu olduğunu, bireysel değil soyut (subjectif) etmenlere de bağlı sosyal bir olgu olduğunu göstermektedir. Sosyal algılama ile bireyin içinde yaşamakta olduğu toplumsal ortama uyum göstermesi arasında doğrudan bir ilişki olduğu gözlenmektedir. Nitekim sosyal bir olgu olarak

algılama ya da diğer adlandırmayla sosyal algılama, bireyde itaat, özdeşleşme ve benimseme gibi durumlar ortaya çıkmasına doğrudan etki eder... ..Bunun sonucu olarak birey, ödüllendirilmek veya cezalandırılmamak için itaat, ya da sosyal etkinin kaynağı olan bireye benzeyebilmek amacıyla özdeşleşme, etkiye uyma davranışı gösterebilir.”

İnceoğlu’nun toplumsal algı ile ilişkilendirdiği itaat, özdeşleşme, benimseme etkiye uyma gibi kavramların gerçekleşmesi için gerekli olan ortam, aynı zamanda sosyoloji açısından “toplumsallaşmanın araçları” olarak nitelendirilmektedir. Toplum denen yapıyı oluşturan aile, okul, arkadaş grubu gibi faktörlerin yanında medya da bir diğer toplumsallaşma aracı olarak sayılmaktadır (Bozkurt, 2011; s. 123). Bu tür toplumsallaşma araçları veya ortamlar sayesinde birey – toplum ilişkisi ve toplumsal algı ortaya çıkmaktadır.

İnsanın sağlıklı olarak sahip olduğu beş duyu ve hissetme ile fizyolojik olarak gerçekleştirdiği algılama sürecinin dış müdahalelerle kontrol edilebilme özelliği vardır (İnceoğlu, 2010; ss. 68-69). Bu özellik ise algı sürecinin yönetilmesini ‘sistematik’ olarak ele almayı beraberinde getirmiştir. Bunun devamında algı yönetimi gibi bir kavram akademik, ticari ve siyasi alanların ilgi konusu olmuştur. “Algı yönetimi, etkileşime dayalı bir iletişim sürecini barındıran, mesajların hedef kitlenin anlayabileceği şekilde (algı düzeyine uygun) biçimlendirilmesi ve bu biçimlendirilen mesajların, hedef kitlede istenilen tutum ve davranış değişikliğini oluşturmasıdır” (Ceng, 2018; s. 667). Algı yönetimi ile amaçlananları ise Siegel (Akt. Bakan ve Kefe, 2012; s. 24) şöyle sıralamıştır:

- “Geçerlilik kazanmak ve korumak için, kamuoyu desteği (yurt içinde ya da yurt dışında) oluşturmak ve korumak.
- Belirlenen topluluğun davranış ve tutumlarını istenilen doğrultuda etkilemek.”

Toplumsal algı ve algı yönetiminin tanım ve amaçlarına bakıldığında topluluk, toplum, kamuoyu gibi kalabalık insan oluşumlarını ifade eden sözcükler kullanılmaktadır. Bireylerin toplumsal etkileşimlerinin algı üzerinde etki etme özelliği, tek tek bireyleri yönetmek yerine, toplumu kapsamlı olarak etkileme gücüne sahip kanaat önderlerinin veya modern iletişim çağının temelini oluşturan kitle iletişim araçlarının yönetimini tercih edilir hale getirmiştir. Bu noktada, algı yönetimi ve

toplumsal algı konularında kitlesel gücü olan unsurların etkili kullanılması kaçınılmazdır.

Algı yönetiminin, bilgi ve gerçeğin nasıl algılandığının ve algılatılacağına kontrolü olduğunu belirten Öksüz (Akt. Payam, 2018; s. 20)’e göre bilgi ve gerçeklerin hedef kitleyi yönlendirmek amacıyla çıkar amaçlı kullanılması algı yönetimi açısından önemlidir. Konu ile ilgili olarak, kamu diplomasisi ve diğer politik çalışmalarda ülkeler veya politik karakterler ile algı yönetimi ve toplumsal algı kavramları arasında bağ kurulabilir. Özkan (Halkla İlişkiler Yönetimi, 2009; ss. 101-102) konu hakkında şunları belirtmektedir:

“Algılama; ‘dış dünyadan gelen uyarıların etkisiyle oluşan fiziksel duyuların zihinde yorumlanması’ şeklinde tanımlandığında, ülkelerin dış politikalarının bir aracı olarak algılama yönetimini kullanmaları hiç de şaşırtıcı değildir. Çünkü izledikleri politikaların haklılığını hem kendi halklarına hem de dünya kamuoyuna anlatmaları, onları ikna etmeleri gerekmektedir. Kamuoyu, izlenen politikaların etkilerini, sonuçlarını zihinlerinde yorumlarken birtakım bilgilere, verilere ihtiyaç duyacaktır. Bu aşamada kamuoyuna sunulacak verileri kontrol etmek, denetlemek, hatta yönlendirmek zihinlerde oluşacak yorumların olumlu şekillenmesine yardımcı olacaktır.”

2.2. Suskunluk Sarmalı

Algı yönetimi ile bireyin toplumsal unsurlardan etkilenecek, çevresini ve olayları istenilen şekilde algılaması, buna bağlı olarak da toplumsal algının oluşumu sürecinde “suskunluk sarmalı” modelinden de bahsedilebilir. Neumann (Akt. Yazar, “Toplumsal Algı Ve”, 2019) tarafından bir iletişim modeli olarak açıklanmış olan suskunluk sarmalına göre, bir ortamda bulunan bireyler, ortamdaki çoğunluğa hakim olan görüşü paylaşmasalar bile, farklı görüşte olduklarını belirtmeye çekinmektedirler. Ayrıca bu farklı düşünce sahibi kişiler farklılığı gizlemekle birlikte, çoğunlukla aynı fikri taşıyormuş gibi hareket etmeye başlamaktadırlar. Böylece suskunluk sarmalı ortaya çıkmaktadır ve farklı görüşlerin bastırıldığı bir ortamda çoğunluğun fikri niteliği ne olursa olsun topluluğu etkisine almaktadır. Suskunluk sarmalı hipotezi, insanların çevrelerini dikkatle gözlemlemeleri, diğer insanların düşünce ve eğilimlerine bakmaları, yaygın ve kabul gören fikirleri algıladıkları üzerine kuruludur

(Neumann, 1998; s. 35). Tekinalp ve Uzun (2019; s. 133), çalışmalarında suskunluk sarmalı ile ilgili olarak şunları belirtmektedirler:

“Suskunluk sarmalında kitle iletişim araçları önemli bir rol oynar. Çünkü bireyler, kamuoyunun nasıl dağıldığını, hangi fikirlerin temsil edildiğini, desteklendiğini kitle iletişim araçlarına bakarak öğrenirler.”

Medya ve kitle iletişim araçları, toplumdaki suskunluk sarmalının varlığına dair ölçüm - sına yapılmada veya suskunluk sarmalının oluşumunda etkilidir. Kamuoyunda suskunluk sarmalının sınaanmasına dair sorulması gereken sorulara bakıldığında, halkın görüş, kanaat, susma eğilimi, tartışmalı konular hakkındaki düşünceleri ve medyanın yaklaşımı öne çıkmaktadır (Neumann, 1998; s. 232). Bu içeriklerin ölçümlenebilir olması, suskunluk sarmalını üzerinden sınaama yapanları doğru sonuca ulaştırabilmektedir. Bu noktada, suskunluk sarmalı ile toplumsal algı arasındaki ilişkiyi, medya üzerinden yorumlamak mümkündür. Özellikle iletişim çağında, sosyal medyanın yaygın ve hızlı güncellenebilir oluşu, suskunluk sarmalı açısından önemlidir. Çalışmanın “kamu diplomasisi araçları” bölümünde belirtildiği gibi günümüzde insanların sosyalleşmesinde çok önemli yeri olan sosyal medya, insanların beğenileri ve eğilimleri hakkında önemli bilgiler sunmaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya paylaşımları ve sosyal medya araçlarının her konuda kullanıcılara sunduğu anket yapma özelliği, suskunluk sarmalının sınaanması için gerekli olan çalışmaları karşılayacak niteliklere sahiptir.

Suskunluk sarmalının sınaanmasında medyanın katkısı söz konusuysen, suskunluk sarmalının oluşturulmasında medyanın rolü tartışma konusudur. Neumann (1998; s. 233) konu hakkında şunları belirtmektedir:

“Medya, insanların kanaat ortamı hakkındaki yargılarını edindiği iki kaynaktan biridir. Ayrıca, etkili bir medya, desteklediği tarafta yer alan diğer muhabirlere ve kişilere sözcükler ve savlar sunmakta, böylece kamuoyu sürecini, konuşma ve susma eğilimlerini etkilemektedir.”

Toplumsal algının oluşumunda etkili olan sosyolojik unsurlardan medya ele alındığında, ayrıca algı yönetimi açısından da medyanın rolü göz önünde bulundurulduğunda; medyayı kullanarak suskunluk sarmalını oluşturmak ve belirli bir toplumda istenilen algıyı yaymak ilk bakışta mümkün gibi görünse de suskunluk

sarmalının bu tür ortamlarda ortaya çıkamayacağı söylenmektedir. Neumann'ın (1998; s. 274) suskunluk sarmalı ve medya ilişkisine dair söyledikleri şu şekildedir:

“Suskunluk sarmalları neredeyse hiçbir zaman kanaat üreticisi medyaya karşı gelişmezler. Medyanın görüşünü paylaşan küçük bir azınlık bile olsa, bu azınlık konuşmaya daha fazla eğilimli olmakta, diğerleri ise “sessiz çoğunluğu” oluşturmaktadırlar.”

Bunun yanında, sosyal medyanın özgürlükçü ve katılımcı nitelikte olması da suskunluk sarmalının medyada gelişmesini engelleyen bir durum olarak örnek verilebilir. Bireylerin sosyal medyada fikirlerini denetimsiz şekilde belirtebilmeleri, fikir belirtmelerinin ücrete tabi olmaması ve fikir belirlenlerin dışlanma tehdidine maruz kalmamaları, sosyal medyanın suskunluk sarmalı oluşturmamasını engelleyen sebepler olarak sayılabilirken, sosyal medya daha çok katılım kültürü oluşturmaktadır (Karakoç ve Taydaş, 2015; ss. 122-123).

Suskunluk sarmalı etkisinin, geleneksel medyaya kıyasla yeni nesil sosyal medyada ortaya çıkma ihtimalinin düşük olduğu ifade edilse de buna rağmen sosyal medyanın, insanların görüşlerini tam anlamıyla özgürce ifade edebildikleri bir yer olduğunu söylemek ve suskunluk sarmalının bu ortamda hiçbir etkisi olmayacağını söylemek doğru olmayabilir. Pehlivan (2019; s. 124)'ın sosyal medya üzerinden konu hakkındaki görüşleri şöyledir:

“Bireyler, sosyal medyayı güvenilir bulmamakta ve gerçek yaşamdaki kısıtlamaları çevrimiçi ortamda da hissettiklerini ifade etmektedir. Sosyal medyanın aynı zamanda hem resmi kurumlar hem de ticari şirketler tarafından çeşitli amaçlarla vatandaşları izlemek için kullanılması, özgürlüğü kısıtlayan bir başka etmen olarak göze çarpmaktadır. Bireylerin gözlediklerinin bilincindeyken kendilerini özgür hissetmeleri çok olası görünmemektedir.”

Suskunluk sarmalının var olduğu ortamda, özgür ve özgün düşüncenin kendiliğinden bastırılması sonucu, bireyin çevresiyle olan algı ilişkisinin ve dolayısıyla toplumsal algının da etkilenmesi söz konusuysa, gerçek düşüncesini tam anlamıyla yansıtamamış tek yanlı bir kamuoyunun oluşması mümkündür. Medyanın toplumsal algıdaki rolü göz önünde bulundurulduğunda, geleneksel medyanın yerini sosyal medyanın almaya başlaması, suskunluk sarmalının oluşum ihtimalini azaltırken, bireylerin daha özgürce düşüncelerini ifade etmelerine, buna bağlı olarak

da toplumsal algının farklı açılardan beslenerek sunilikten uzaklaşmasına imkan sağlamaktadır.

2.3. İkna

İknanın modern zamanlara ait kaynaklara göre tanımlanmasından önce, daha eski ve bilindik bir kaynaktan yola çıkarak “retorik” kavramını örnek vermek yerinde olacaktır. Eski zamanlardan günümüze ulaşmış “retorik” kavramı Aristoteles tarafından “inandırmak” eylemini sistematik şekilde açıklamak için kullanmıştır. İnanırma ise bir tür gösteridir ve insanlar inandırılmak istenen şeyin gösterilmesi sonucu tam olarak inanmaktadırlar. Aristoteles’in ikna konusuna yaklaşımında kapsamı dar, bireysel iknanın ötesinde, kitleleri ikna etme çabası öne çıkmaktadır. Aristoteles’e göre inandırmayı yani iknayı etkileyen 3 yol bulunmaktadır:

- “Konuşmacının karakteri
- Dinleyicinin gireceği ruh hali
- Konuşmacının kanıtları”

İyi insanlara, ötekilere oranla daha kolay inanma eğilimi, konuşmacının karakter olarak ikna ve inandırıcılığa olan etkisini oluşturmaktadır. Mutluluk ve dostluk gibi olumlu duyguların, dinleyici kitlede hakim olması da, kitlenin ikna olmasını etkileyen bir diğer özelliktir ve “coşkululuk” sözcüğü ile açıklanmaktadır. Son olarak, kitlenin gerçeğe veya sözde gerçeğe inanıp ikna olması, konuşmacının inandırıcı kanıtlarla konuşmasıyla mümkündür. Aristoteles’in retorik-ikna konusuna yaklaşımında inandırma çabası öne çıkarken, buna bağlı olarak “gösteri-gösterme” çabası ise bir tür iletişim kurma girişimi olarak yorumlanabilir (Aristoteles, Retorik, 2012; ss. 35-38).

Arapça kökenli bir sözcük olarak ikna, Türkçe karşılığıyla kanmak – kandırılma ile ilgili bir sözcükken, genel olarak iknaya maruz kalan kişiyi veya toplulukları istenilen şekilde inandırma, hedefte istenilen şekilde kanaat oluşturma çabası olarak açıklanabilir (TDK). Türkkan (1998; s. 11)’a göre ise ikna (persuasion) ile inandırma (to convince) arasında fark bulunmaktadır. Bu farka göre, inandırma ile karşı taraf mesaja inanmışken, iknada karşı taraf inanmasa bile, ikna olduğu halde inanmadığı bir eyleme yöneltilmektedir. Buna bağlı olarak da ikna, inandırmadan çok

kabul ettirmedir. Perloff (2003; s. 8) iknayı, bir konu hakkındaki mesajın iletilmesi yoluyla, özgür bir seçim ortamında, iletişimcilerin diğer insanları, tutum ve davranışlarını değiştirmek için ikna etmeye çalıştıkları sembolik bir süreç olarak tanımlamaktadır. İkna ile iletişimin paralellik gösterdiğini vurgulayan Özkan (Siyasal İletişim Stratejileri, 2007; s. 130)’a göre, bu ilişkideki ayırt edici özellik, “niyet” olarak belirtilmiştir ve ikna, iletişimin ikna edici özelliğiyle ilgilidir. Tecer (2016; s. 10)’e göre ise ikna, akıllarla iletişim kurmanın yanında kalplerle de iletişim kurmayı gerektirir.

İkna tanımları genel anlamda, ağırlıklı olarak iletişim, tutum ve davranış çerçevesinde yapılmıştır. İkna tanımlarından hareketle, iletişim sürecini açıklamak için, en yaygın ve kabul görmüş iletişim modellerinden, Shannon ve Weaver’ın oluşturduğu SMCR adlı modelden bahsedilebilir. Kaynak (source), ileti (message), kanal (channel) ve alıcı (receiver) sözcüklerinin baş harfleri ile ifade edilen modelin bileşenleri, Larson (2010; s. 25) tarafından kısaca şu şekilde açıklanmıştır:

- “Kaynak: İkna edici olarak kaynak, mesajı sözlü, sözlü olmayan, görsel, işitsel veya farklı nitelikte kodlamaktadır.
- İleti – Mesaj: Kaynağın anlamını kodlar ile iletmeye yaramaktadır.
- Kanal: Mesajı taşıyan olabildiği gibi gürültü (noise) de olabilir.
- Alıcı: Mesajın kodlarını çözecek, mesajı kendi süzgecinden geçirip yorumlayacak olandır, mesajın hedefi olarak ikna edilmek istenendir.”

İknada kaynak, alıcı, kanal ve ileti gibi unsurların etkisinden söz eden Ajzen (1992; s. 6) bunun yanında durumsal unsurları da iknaya dahil etmiştir. İletişimci olarak kaynağın yaşı, ırkı, cinsiyeti, gelir, güç, sosyal statü gibi toplumsal özellikleri, giyim şekli, özgüveni, davranışları, yüz ifadeleri, vücut hareketleri, kaynakta gözlemlenen niteliklerdir. Kaynak unsuruyla ilgili öne çıkanlar ise, kaynağın çekiciliğini ve güvenilirliğini artırma çabasıdır. Buna bağlı olarak, Perloff (2003; s. 26) da iknadaki anahtar rolün fiziksel çekicilik olduğunu belirtmiştir. İkna ile ilgili olarak iletişimin çift yönlülüğünden bahsedilmektedir. “İkna etkileşimli (interactive) bir süreç olarak görülmelidir, kaynak aynı anda mesaj yollarken, mesajın kime yönelik olduğuna göre, alıcının eylemlerinden etkilenmektedir” (Bettinghaus, 1980; s. 5). Bettinghaus (1980; s. 7)’a göre iknanın temel etmenleri şunlardır:

- “Kaynak ile alıcı arasındaki farklar ve benzerlikler
- Mesaj içeriğindeki çeşitlilikler
- Mesajın düzen ve stilindeki çeşitlilikler
- İkna etmek için kullanılan kanaldaki farklılıklar
- İknanın gerçekleştiği durumun niteliğindeki farklılıklar”

İknada etkili olan değişkenler ve iknaya giden sürecin adımlarından bahseden Türkkân (1998; s. 42)’a göre ikna, mesajı verene ve mesajı alana özgü değişkenlere bağlıdır:

“Vericinin Seçmesine Bağlı Değişkenler:

- Mesajın kaynağı (Kim söylüyor?)
- Mesajın kendisi (Ne söylüyor?)
- Aracı (Neyle iletiliyor?)
- Alıcısı (Kime iletiliyor?)
- Yönü (Ne yaptırtmak istiyor?)

Alıcının Bilgiyi/Mesajı Aldıktan Sonra Nasıl Değerlendirdiği İle İlgili Değişkenler:

- Mesaj doğru alıcıya ulaşmış olmalı
- Alıcı dikkatini vermeli
- Alıcının ilgisi uyanmalı
- Alıcı anlamalı
- Kabul etmeli (En azından sözle)
- Aklında tutmalı (Eğer hemen bir şey yapması istenmiyorsa)
- İstenileni yapmalı (Oy vermeli, satın almalı, kanser veya diş muayenesine gitmeli)”

İkna ile ilgili olarak iletişimden bahsedildiğinde, özellikle sistematik bir iletişimden söz edilebilir. İkna Edici İletişim (Yüksel v.d., 2012; s. 5) adlı çalışmada ikna ile ilgili şunlar belirtilmektedir:

“Birisinin hatırını sormak yalnızca o kişinin durumunu ve sağlığını öğrenmeyi amaçlar. Oysa bir kişiyi belli bir konuda ikna etmek bundan çok ötede, belli bir ‘sistematik’ yapıyla kurulması gereken ve son tahlilde maruz kalan kişide kaynağın amaçladığı istendik değişimin ortaya çıkarılması çabası biçimde ele alınmalıdır.”

Temel Eğinli (2017; s. 23)'ye göre ikna, kişinin düşüncesini değiştirmenin yanında, tutum ve davranışlarının da değiştirilmesi için gerçekleştirilen planlı bir iletişimdir. Davranışlar tutumlara göre oluşmaktadır, tutumlar ise akıl ve duygu ile ilişkili ikili bir yapıya sahiptir (Türkkan, 1998; s. 21). Yaylagül (2006; s. 39)'ün bu konudaki değerlendirmesi şöyledir:

“Bütün örgütlü iletişim etkinliklerinin amacı medya ile gönderilen mesajlarla izleyicilerin tutum ve davranışlarını yönlendirmektir. Kısaca bu araçlarla mesaj gönderme izleyicide/okuyucuda bir davranış değişikliği yapmayı amaçlar.”

Bu yorumlarda bahsedilen ‘planlı ve örgütlü’ iletişimin etkileri ise şöyle sıralanabilir (Yüksel, v.d., 2012; s. 5):

- “Alıcının bilgi düzeyinde meydana gelen değişme
- Alıcının tutumunda meydana gelen değişme
- Alıcının açık davranışında meydana gelen değişme

Bu etkilere bağlı olarak tutumla ilgili ortaya çıkan yeni etki ve değişimler şöyledir:

- Var olan tutumun pekişmesi veya güçlenmesi
- Var olan tutumun değişmesi
- Yeni tutum oluşması”

Bu noktada İnceoğlu (2010; s. 7)'nin belirttiği şekilde ikna ile ilgili olarak tutuma da kısaca değinmek gerekebilir:

“Tutum kavramı genel olarak bireyin çevresindeki herhangi bir olgu veya nesneye ilişkin sahip olduğu tepki eğilimini ifade eder. Başka bir deyişle tutum, bireyin bir durum, olay ya da olgu karşısında ortaya koyması beklenen olası davranış biçimi olarak tanımlanabilir.”

Başka bir tanıma göre tutum “bir bireye atfedilen ve onun bir psikolojik obje ile ilgili düşünce, duygu ve davranışlarını düzenli bir biçimde oluşturan bir eğilimdir.” (Yüksel v.d., 2012; s. 3). Katz (Akt. Baysal, 1981; s. 9)'a göre tutum, bireyin çevresindekileri olumlu veya olumsuz olarak değerlendirme eğilimidir. Tutumların oluşum yollarını ise şu şekildedir (Yüksel, İkna Ve Konuşma, 2005; s. 3):

- “Büyüme ve toplumsallaşma boyunca ailede ve diğer çevrelerde öğrenilen tepki yollarının birikmesi
- Bireyin başından geçen yaşantılardan çıkarılan genel sonuçlar
- Çok şiddetli etki eden bir olaya dayanarak buna benzeyen olayların da aynı şekilde değerlendirilmesi
- Başkalarının tutumlarının taklit yoluyla benimsenmesi

Tutumları oluşturan temel öğeler şunlardır:

- Bilişsel öğeler
- Duygusal öğeler
- Davranışsal öğeler”

Bilişsel öğeler, öz olarak bireyin bilgileridir. Bireyin, çevresindeki çok sayıda uyarıcıyı sınıflandırarak algılamaya çalışması ve bu sınıflar arasında ilişki kurması biliş sürecinin bir parçasıdır. Bireyin tutumu ise bu biliş çabasının sonunda edindiği bilgilerden etkilenmektedir. Bilgi değişimi tutum değişimine de sebep olmaktadır. Bilişsel süreçteki sınıflandırmada, sınıflar hoşça giden ve gitmeyen olaylarla ilişkilendirilebilmektedir. Duygusal öğelere bakıldığında, bireyin önceki tecrübelerinden yola çıkarak herhangi bir tutuma karşısı olumlu veya olumsuz duygular beslemesi mümkündür. Buna bağlı olarak birey duygulardan hareketle tutumları değerlendirir. Davranışsal öğeler ise duygusal ve normatif davranışlar üzerinden açıklanabilir. Duygusal davranış, hoşça giden veya gitmeyen bir durumla tutumun ilişkilendirilmesiyle ilgiliyken, normatif davranış inançlara dayanan kabuller – doğrular üzerinden açıklanmaktadır. Bir toplumda kabul görmüş, gelenekleşmiş, doğru sayılan bir davranış, bireyin hoşuna gitmese de uygulanabilmekte ve normatif bir davranış olarak değerlendirilmektedir (Baysal, 1981; ss. 14-17). Bir davranışta bulunulacağı zaman durumla ilgili tutumlara odaklanılmaktadır, böylece tutumların davranışlara öncülük etmesi durumu söz konusu olmaktadır (PDR Noktası, 2017). Tutumun devamında, davranışların tutumlardan etkilenmesi mümkün olsa bile, davranışlar sadece tutumların sonucundan ibaret değildir. Baysal (1981; s. 39)’ın belirttiği üzere, tutumun yanında davranışı etkileyen etmenler olarak normlar, alışkanlıklar, öğrenme süreçleri ve çevresel faktörler de sayılabilir.

2.4. Rızanın İmalatı

Rızanın imalatı ile ilişkili olarak, konuyla ilgili benzer ve alakalı diğer bir kavrama da en başta değinmek gerekmektedir. Halkla ilişkilerin farklı şekilde adlandırılması olarak “rıza mühendisliği” kavramından söz edilebilir. Bernays’ın editörlüğünde, 1955’te yazılan “Rıza Mühendisliği” kitabında tanımı yapılan rıza mühendisliği kavramı, bilimsel temellere dayanan ve uzmanlar tarafından yönetilen bir halkla ilişkiler çabası olarak özetlenebilir. Bernays (1955; ss. 3-4) bu kavramı şu şekilde açıklamaktadır:

“Halkla ilişkiler, bilgi, ikna ve düzenleme yoluyla, etkinlik, amaç ve hareket için toplumun desteğini planlama girişimidir. Bu girişimler eğitilmiş uygulayıcılar tarafından, bilimsel prensiplere ve sosyal bilimcilerin bulgularına dayanarak planlanır ve uygulanır. Onların hoşgörüsüz yöntem ve yaklaşımları, fiziksel bilimlerdeki (physical sciences) mühendislik mesleklerine benzetilebilir.”

Bernays, halkla ilişkilerin uygulanış biçimini belirli açılardan mühendislik ile ilişkilendirirken “mühendislik” sözcüğünü kullanmaktadır. Bununla ilişkili olarak, rızanın imalatı kavramı ise daha çok iktidar, ekonomik güç ve medya ilişkisi üzerinden ilerlemektedir. Burada iktidar sözcüğü sadece siyasi iktidar ile sınırlı kalmazken, sivil ve ticari odakların da rıza imalatı ve kamuoyu oluşturma ile birlikte anılması mümkündür. Rızanın imalatı kavramını, 1922 yılında Lippmann (1998; s. 248) imalat (manufacture) ve yaratmak (create) sözcükleri ile birlikte kullanılırken; rızanın imalatı ile ilgili olarak Lippmann, iknanın iktidarın sürekli bir organı haline geldiğini ve rızanın imalatının politik hesapları değiştireceğini belirtmiştir. Rızanın imalatı ile ilgili olarak Chomsky (2004; s. 3-4) rızanın imalatı kavramını öne çıkaran Lippmann hakkındaki görüşünü propaganda ile ilişkili olarak açıklamıştır:

“Demokrasi sanatında devrim olarak tanımladığı şeyin ‘rıza üretimi’ için, yani propagandanın yeni yöntemlerini uygulayarak halkın istemediği bir şeyi halka kabul ettirmek için kullanılabileceğini savunuyordu. Bunun sadece iyi bir fikir değil, aynı zamanda da bir gereklilik olduğunu düşünüyordu.”

Rızanın imalatı, kitle iletişim aracı olarak medyanın toplumu etkileme özelliğini ve gücünden hareketle, medyanın propaganda aracı olarak, güçlü bir

ekonomik ve siyasi yapıyla yönetimi olarak tanımlanabilir. Semih Dikkatli ve Atilla Bektaş (2018) rızanın imalatını şu şekilde açıklamaktadırlar:

“Bir manipölasyon aracı olarak tanımlanan Rızanın İmalatı, kişiler ya da şirketlerin, insanları ikna ederek bazı durum ve davranışlara olumlu bakmalarını veya tepkisiz kalmalarını sağlayan bir olgudur. Yanıltma, yanlış bilgilendirmeyi (agnostoloji) ve bunu sık sık tekrarlamayı içerir.”

Mora (2011)’ya göre medyada, iktidar sahipleri toplumun neyi seyredip seyretmeyeceğine karar verebilmekte, propaganda faaliyetleri sayesinde kamuoyu oluşturarak kamuyu yönlendirebilmektedirler. Bu noktada medyaya etki eden iktidar sahiplerinin açılımını yapmak gerekebilir. “Rızanın İmalatı” üzerine çalışmalar yapan Chomsky ve Herman (2012; s. 67) medyayı yönlendiren odakları şöyle açıklamaktadırlar:

“Haberleri tanımlamak, belirlemek ve medyayı belli bir çizgide tutmak için pozitif girişimlerde bulunan önemli aktörler vardır. Bizim burada açıkladığımız ‘yönlendirilmiş bir piyasa sistemidir’; bu yönlendirme, hükümet, şirketler cemaatinin liderleri, en büyük medya sahipleri ve yöneticileri, yapıcı girişimlerde bulunmak üzere atanmış ya da icazet verilmiş çeşitli kişi ve grupların kılavuzluğunda yapılır.”

Bu kişi ve kurumlarca yapılan çalışmaların “rızanın imalatı” olarak adlandırılmasında, rıza sözcüğünün neden tercih edildiğine dair yorum yapılabilir. Siyasi iktidarların toplum üzerinde oluşturmak istedikleri etkinin, özellikle toplumun onayını, rızasını almış olması, ve kitle iletişim araçlarının bu doğrultuda kullanılması gerektiği söylenebilir. Bu durumu Güler (2018; s. 76) şu şekilde açıklamaktadır:

“Kitlelerin karar almasını sağlama, başka bir deyişle kamuoyu oluşturma, kitle iletişim araçlarının önemli görevlerinden ve temel siyasal işlevlerinden birisi olarak kabul edilmektedir. Siyasal açıdan iktidar kavramı, genel olarak güç, otorite ve kontrol gibi kavramlarla bir arada düşünülmektedir. Başka bir deyişle siyaset, ‘iktidar ilişkileri’ olarak tanımlanmaktadır. Hangi düzeyde yönetim olursa olsun siyaset iktidar ilişkilerini düzenleyen kurallar ve işlevler bütünü ifade etmektedir. Siyasetin vazgeçilmez unsuru ve konusu olan iktidarın, en önemli dayanağı meşruiyettir. Meşruiyet, iktidarın sebebi ve devamlılığının

teminatıdır. Halkın iktidara gösterdiği rıza bu meşruiyetin sayesinde gerçekleşmektedir. Başka bir deyişle, halk iktidara boyun eğmektedir. Siyasal iktidar toplumsal rızaya dönüşmedikçe bir zoru, bir zorunluluğu ve bir zorbalığı temsil etmektedir. Bu yüzden tüm siyasal iktidarların temel problemi, bireysel onama ve toplumsal rıza arayışıdır.”

Rızanın imalatı ile ilgili olarak, neyin haber değeri taşıyacağını belirlemede ve haberin hazırlanış biçiminde etkili olan, propagandaya dönüşen süreçte birbirleriyle etkileşimde bulunan temel etkenler şöyle açıklanmıştır:

- “Hakim kitle medyası firmalarının büyüklüğü, tekelleşmiş mülkiyeti, sahibinin serveti ve kar yönelimi
- Kitle medyasının temel gelir kaynağı olarak reklamcılık
- Medyanın, hükümet, iş dünyası ve bu temel kaynakların ve gücün faillerinin finanse ettiği ve onayladığı ‘uzmanlar’ın sağladığı bilgilere dayanması
- Medyayı disiplin altına alan bir araç olarak ‘tepki üretimi’
- Ulusal bir din ve tepki mekanizması olarak anti-komünizm”

Endüstriyel medyanın zaman içindeki gelişim sürecinde, en başından beridir yerini koruyan basın, zamanla belirli nedenlere bağlı olarak kurumsal anlamda değişime uğramıştır. Zaman içinde basın maliyetlerinin artması, basın kurumlarının sahiplerinin daha büyük kitlelere ürünlerini ulaştırma isteği ve serbest piyasanın gelişimi, basını endüstriyel hale getirmiştir. Buna bağlı olarak gazete kuruluşlarının ve çok sesliliğin yaygınlaşmasının önüne yüksek sermaye gereksinimi engel olarak çıkmıştır. Devamında sadece büyük sermaye sahipleri basın sektöründe egemen hale gelmişlerdir. Küçük çaplı işletmeler ise yine büyük sermayeli basın kuruluşlarından ajans desteği alma ihtiyacı duymuşlardır. Reklamcılığın, gelir kaynağı olarak, medyadaki yerine bakıldığında, Herman ve Chomsky gazeteler için reklamların ve buna bağlı olarak reklam gelirlerinin hayati önem taşıdığını belirtmişlerdir. Gazete üretim maliyetlerinin reklam gelirleri ile karşılanması zorunluluğu, reklam verenlerin basın üzerindeki gücünü arttırmalarına sebep olmuştur. Reklam gelirlerine bağımlı yazılı ve görsel basın kuruluşları, yayınlarının reklam kuruluşlarının ihtiyacına uygun olduğunu reklam verenlere göstermek ve onların maddi desteklerini almak için rekabet etmektedirler. Medyanın, haber kaynağı olarak belirli odakların onayladığı kaynakları

kullanması gerektiğini belirten Herman ve Chomsky (2012; s. 89)'ye göre resmi kaynaklar basının objektif görünmek için özellikle ve ağırlıklı olarak tercih ettiklerindendir. Herman ve Chomsky'nin aktarımıyla Fisherman'ın bu konudaki yorumu şu şekildedir:

“Medya çalışanları, bürokratik açıklamaları gerçek olarak kabul etmeye hazırdır; çünkü haberleri hazırlayan personel de toplumda bilmeye yetkili kişilerin olduğu kurallı bir düzenin gerekliliği düşüncesini paylaşır. Muhabirler, işleri neyin bilinmesini gerektiriyorsa yetkililerin de onu bilmeleri gerektiği anlayışıyla çalışırlar.”

Ayrıca, bürokrasi ile bağı bulunan ticaret birlikleri ve şirketlerin büyük çaplı halkla ilişkiler çalışmaları için medya önemli bir yer tutmaktadır. Hükümetten ve iş çevrelerinden, haber kaynağı olarak yerini korumak isteyenler, medya çalışanlarına toplantı yeri sağlama, basın bildirisi ve rapor sunma, fotoğraf çekinme gibi kolaylıklar sağlarlar. Burada kitle medyasının güç sahipleri tarafından “sübvansé” edilmesi, medyanın haber üretmesindeki kaynak ihtiyacının giderilmesi ve güç sahiplerinin sesini duyurması söz konusudur. Bunun sonucunda bu kuruluşlar medya için sürekli haber kaynağı haline gelmektedirler. Tepki üretimi kavramı ile medya denetiminin sağlanması üzerine açıklama yapan Herman ve Chomsky tepki üretimini, medyaya veya medya programına karşı yapılan bir olumsuz tepki girişimi olarak tanımlar. Bu girişimler ile mektup, dilekçe, dava gibi araçları kullanarak medya kuruluşu üzerinde baskı oluşturulabilir. Bireysel veya örgütlü olarak gerçekleştirilen tepkiler, aynı zamanda reklam verenlerin boykot ile karşılaşması ihtimalini de beraberinde getirebilir; reklam ve medya kuruluşları bu tepkilerden olumsuz etkilenebilirler. Herman ve Chomsky tepki üretimi konusunda en güçlü tepki üreticisi olarak siyasi otoriteyi göstermektedir:

“Tepki üreticileri birbirlerinin gücüne güç katarlar ve siyasi otoritenin haber yönetimi faaliyetlerindeki komutasını pekiştirirler. Hükümet sürekli medyaya saldıran, onu tehdit eden ve "düzelten" ve resmi çizgiden muhtemel sapmaları önleyen büyük bir tepki üreticisidir. Haber yönetiminin bizatihi kendisi tepki üretmek için tasarlanmıştır.”

Herman ve Chomsky'nin rızanın imalatı ile ilgili olarak, propaganda modeli kapsamında açıkladıkları süzgeç bileşenlerinin sonuncusu ise komünizm karşıtlığı

üzerinden anlatılmaktadır ve bu içerik daha çok 20.yy'nin soğuk savaş döneminin koşullarına göre şekillenmiştir. Bu karşıtlık mekanizması “ideolojisi ve dini güçlü bir süzgeç” olarak tanımlanmaktadır. Mülk sahiplerinin, sınıfsal toplumu ortadan kaldırmayı hedefleyen bir ideolojiye karşı olmaları, kendi yüksek statülerinin kaybolmasını engellemeye yöneliktir. Sovyet, Çin ve Küba devrimleri bu konuda komünizm karşıtı mülk sahipleri için tehdit oluşturmuştur. Buna bağlı olarak batı siyaseti komünizm karşıtlığını öne çıkarırken, toplumu buna karşı seferber etme eğilimi göstermiştir. Hatta, komünizme karşı faşizme, komünizme imkan sağlayan sosyal demokratlara karşı destek verilmesi de bu karşı hareketin bir özelliği olarak Herman ve Chomsky tarafından dile getirilmiştir. Bu tür bir denetim mekanizması açısından kitle medyasında anti-komünist tarafı desteklemek ise “meşru bir haber pratiği” olarak görülmüştür (Herman ve Chomsky, 2012; ss. 72-101).

Rızanın imalatı genel olarak Lippmann'ın öncülük ettiği bir kavram üzerinden, halkla ilişkiler, demokrasi gibi kavramlar kapsamında irdelenirken; konu ile ilgili öne çıkan bir diğer kişi olarak Chomsky (2004; ss. 3-6) rıza imalatını propaganda ve ideoloji üzerinden eleştirmektedir. Özellikle Lippmann'ın “şaşkın sürü”, “seçilmişler sınıfı” gibi toplumsal sınıflandırma ve görev dağılımlarını eleştiren Chomsky, rıza imalatı ile kitleleri yönetme çabasını ve bununla ilişkili olarak Liberal Demokrasi görüşünü Marksizm – Leninizm görüşüne benzetmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GENEL YAHUDİ VE İSRAİL TARİHİ

3.1. Yahudilik ve Musevilik Ayrımı

Yahudi sözcüğü din ve ırk karışımı bir sıfat olarak yaygın kullanıma sahip olmasına rağmen; sözcük aslında bir ırkı, birbirleri arasında kan bağı bulunan bir toplumu nitelemektedir. İbrahim Peygamber'in oğlu İshak'ın oğlu Yakup'un oğlu Yehuda, bu sözcüğün yaygın bilinen çıkış noktasıdır. Yakup'un bir tanesi kız olmak üzere 13 çocuğundan hareketle, 12 erkeği temsilen, 12 boydan söz edilmektedir. Bu boylar içinde en güçlüsü olarak belirtilen, Yakup'un dördüncü oğlu Yehuda'nın boyudur (Etimoloji Türkçe, t.y.). Yehuda boyundan türeyerek çoğalan toplumla birlikte, diğer kardeş boylardan türeyen, toplamda Yakup'un torunları olan toplum ise Yahudi toplumu olarak adlandırılabilir. Yakup'un çocuklarının Mısır'a göçmeden önce bulundukları merkez nokta ise Kenan bölgesi olarak anılan, bugünkü Filistin – İsrail devletlerinin bulunduğu, Şeria nehrinin batısıyla, Doğu Akdeniz kıyıları arasında kalan topraklardır (Besalel, Yahudi Tarihi, 2000; s. 32). Genel olarak, Yakup'un torunlarından ortaya çıkmış ve Kenan bölgesinden yayılmış ve günümüze kadar ulaşmış olan etnik kökene mensup bireylere, günümüzde “Yahudi” denilebildiği gibi, bu kökene ait olma durumuna da “Yahudilik” denilebilir.

Ek olarak, Yahudi olarak adlandırılan grubun genetik olarak tam anlamıyla bir ırkı temsil edemeyeceği ve içinde çok farklı ırksal özellikler barındırdığı da iddia edilmektedir. Besalel (2013)'e göre fiziksel antropolojinin verilerinden hareketle Yahudi ırkı olamayacağı gibi, Yahudiler'in Hitit'ler, Amoritler, Falaşa Zencileri, Abisiniyalılar, Kai Feng Çinlileri, Hazar Türkleri, Antioch Yunanları, İberyialılar, Almanlar gibi farklı topluluklarla etkileşimde ve karışımında bulunmaları, saf ırk özelliğini iddia etmeye engel oluşturmaktadır.

Musevilik, dünyadaki yaygın ve bilinirliği yüksek dinlerden biri olarak, Musa Peygamber'in dinine ve onun elçiliğine inanma durumudur. Bu inanca sahip kişi ve topluluklar Musevi olarak adlandırılırlar. Musa'nın yaşadığı döneme ve soy bağına

bakıldığında, Kaiser ve Behar (Akt. Arçın, 2016; s. 25)'a göre Musa, Mısır'da çoğalan İbraniler'den, Levi boyundan Amram ve Yehofet'in oğludur ve Mısır Kralı 1. Amenhotep döneminde Mısır'da bulunmuştur. Dönemin Mısır kralları ve olayları ile ilgili farklı bilgiler olsa da, genel olarak Musa'nın, Yahudi boyları'nın Kenan'dan Mısır'a göçten sonra, Mısır'da doğduğu sonucuna varılabilir.

Mısır'daki baskılar sonucu Musa önderliğinde Mısır'dan ayrılıp tekrar Sina üzerinden Kenan'a yani bugünkü Filistin – İsrail bölgesine göçen Yahudiler, tekrar o bölgede yaşamaya başlamışlardır. Yahudiler'in Mısır'dan çıkışı ve Musa'nın Sina bölgesinde peygamber oluşu yaklaşık olarak M.Ö. 13.yy zamanlarına denk gelmektedir (Besalel, Yahudi Tarihi, 2000; ss. 32-33). Musevilik dininin bu dönemden itibaren farklı coğrafyalara yayıldığı söylenebilir. Bu yayılma hep Yahudi ırkının göç ve sürgün hareketleriyle, hem de ırkların Musevilik dinini benimsemesiyle gerçekleşmiştir.

Musevilik dininin farklı etnik topluluklarca da benimsenmesine örnek verilebilir. 9.yy'de yaşamış olan Arap tarihçi El Mesudi (2004; s. 69), Hazar Türkleri ile ilgili şu bilgiyi paylaşmıştır:

“Yahudiler'e gelince, hükümdar ve maiyeti Yahudi'dir. Hükümdar Hazarlar'dandır. Hazar hükümdarı Harun er-Reşid zamanında Museviliği kabul etmiştir. İslam ülkelerinden ve Rum diyarından gelen Yahudi gruplar da ona katılmışlardır.”

Musevilik'le bağı olan bir diğer topluluk ise Etiyopya Musevileri'dir. Falaşa Yahudileri olarak da anılan bu topluluk, Süleyman Peygamber'in soyundan geldiğine inanmakla birlikte (Aykıt, 2014; s. 36), etnik olarak Afrika toplumlarının ırksal özelliklerini de taşımaktadırlar. Ayrıca, tartışmalı olmakla birlikte, Musevi Araplar da farklı bir etnik ortamda Musevilik'in benimsendiğine örnek verilebilir. Fakat Musevi Araplar'ın, Arap coğrafyasına göçen Yahudiler'den mi geldikleri yoksa Musevilik'i benimsemiş Arap ırkına mensup kişiler mi oldukları tartışılan ve net olamayan bir konudur.

Yahudilik ve Musevilik ilişkisine bakıldığında, yaygın bir kanı olarak, ilk bakışta Yahudi dendiğinde akla Musevilik inancı gelse de Musevilik her Yahudi için geçerli bir din olarak gösterilemez. Yahudiler'in en yoğun yaşadığı İsrail ülkesindeki

dini inanca dair araştırma sonucuna göre İsrail’dekiler’in 30%’u tam anlamıyla dindar olduğunu belirtirken, 8%’i Ateizm görüşüne sahip olduğunu ifade etmiştir (Haaretz, 2015).

Sonuç olarak Yahudilik, ırkı temsil eden bir sözcük olarak öne çıkarken; Musevilik, ağırlıklı olarak Yahudiler’le anılmasına rağmen, içinde farklı etnik unsurları da barındıran daha kapsamlı ve dini bir inanç olarak farklı konumdadır. Yahudi ırkına mensup her bireyin Musevilik inancına sahip olması kesin değilken, aynı şekilde her Musevi’nin de Yahudi olması tarihi bilgilerden hareketle mümkün görünmemektedir.

3.2. Yahudi Tarihine Genel Bakış

Yahudiler’in tarihteki kabul görmüş atası olarak İbrahim Peygamber gösterilmektedir. Tek tanrılı bir din inanışına sahip İbrahim aynı zamanda, Yehuda’nın büyük dedesi ve ilk Yahudi sayılabilir. Bugünkü Irak ve Türkiye topraklarındaki Ur ve Harran gibi yerleşim yerlerinden Kenan’a göç eden İbrahim, “vaat edilmiş topraklar” sözünün de çıkış noktasıdır (Gürkan, 2012; s. 25). İbrahim’in oğlu İshak ve torunu Yakup’un Kenan’da göçebe bir hayat tarzı yaşamışlar ve kuraklık sonucu Mısır’a hareket etmişlerdir. Yakup’un 13 çocuğundan Aşer, Bünyamin, Dan, Dina (kız), Gad, İzahar, Levi, Naftali, Ruben, Şimon, Yehuda, Yusuf, Zevulun, Yahudi toplumunun çoğalmasına ön ayak olmuş önemli Yahudi ataları olarak anılmaktadır (Besalel, Yahudi Tarihi; 2000, ss. 31-32).

İlerleyen dönemde, Yakup oğlu Levi’nin soyundan gelen Musa Peygamber ise daha önce de bahsedildiği gibi, Yahudiler’i Mısır’dan Kenan’a göç ettirmeye çalışmıştır. İnanışa göre, Musa ile Mısır’dan tekrar Kenan topraklarına dönmek üzere olan Yahudi toplumu, Musa’nın bu göç hareketi sırasında geçtiği Sina bölgesinde tanrı (El, Elohim, Yahve veya Adonay) ile iletişim kurması sonrası, tanrısından aldığı On Emir’i kendi topluluğuna iletmiştir. Yahudilerin toplumsal varlığı için önemli bir başlangıç olan bu dönemle ilgili olarak Besalel (2000; s. 38)’in yorumu şu şekildedir:

“Bazı araştırmacılar; Sinay’da On Emir’in alınmasıyla İbraniler’in siyasal bir birim haline gelmiş olduklarını iddia ederlerken, bazıları da Kenaan’a sürekli yerleşme ile birlikte uluslaşma döneminin başladığını iddia ederler. Ancak Kenaan’a yeniden yerleşme sırasında bütün aşiretlere hükmeden bir lider bulunmamaktaydı.”

Devam eden tarihi süreçte Yahudiler’in Kenan bölgesindeki etkinlikleri artış göstermiştir. Musa sonrası dönemde Yeşu Peygamber’in önderliğinde yaşayan ve Kenan topraklarında yerleşik düzene geçen Yahudi boyları, Yeşu sonrası dönemde Kenan topraklarını miras olarak paylaşmışlardır (Gürkan, 2012; ss. 27-28). Bölge adları ise ağırlıklı olarak Yakup’un oğullarının adlarından oluşan boylarla anılmıştır. Livenari (Akt. Arçın, 2016; s. 31)’nin belirttiği gibi Yahudiler’in Kenan’a gelip Yeşu önderliğinde yerleştikleri zamandan, Saul ve Davut’un hakimiyet kurduğu zamana kadar geçen döneme Yahudi tarihinde “hakimler dönemi” denilmektedir. Bu dönem M.Ö. 12. yüzyılın ilk yarısından M.Ö 11. yüzyılın ilk yarısına kadar sürmüştür (Besalel, Yahudi Tarihi, 2000; s. 39).

Hakimler sonrası dönem krallıklar dönemi olarak adlandırılmaktadır ve Yehuda Krallığı adıyla anılmaktadır. Dini kaynaktan yola çıkarak Yahudiler’in krallığa geçişi ile ilgili olarak şu örnek verilebilir: “Samuel kendisinden kral isteyen halka Rab’ın bütün söylediklerini bildirdi: Size krallık yapacak kişinin yönetimi şöyle olacak...” (Eski Ahit, 1. Samuel - 8). Dönemin önemli kralları olarak Saul, Davut ve Süleyman ön plana çıkmaktadır. Krallıklar döneminin önemli özelliklerinden birisi Kral Davut tarafından Kudüs’ün alınıp başkent yapılması ve krallığın en geniş sınırlara ulaşmasıdır (Gürkan, 2012; s. 29). Bu dönemin önemini arttıran ve günümüze etki eden bir özelliği ise “Süleyman Mabedi” veya “Beyt HaMikdaş (Kutsal Ev)” olarak adlandırılan Birinci Tapınak’ın yapılmasıdır. Kral Süleyman zamanında yapılan tapınağın çeşitli zamanlarda yıkılması, son olarak tapınağın dış duvarlarından Batı Duvarı denen kısmın ayakta kalarak günümüze ulaşması ve tapınağın bulunduğu tepe - şehir Museviler açısından önemlidir. Kral Süleyman’ dönemi Yehuda Krallığı için askeri ve ekonomik açıdan gelişmiş bir dönem olarak gösterilebilir (Besalel, Yahudi Tarihi, 2000; ss. 41-42). Süleyman’ın döneminin sonundan başlamak üzere zamanla krallık bölünürken ortaya Yehuda Krallığı ile birlikte İsrail Krallığı da çıkmıştır

(Arçın, 2016; s. 48). Genel olarak, Süleyman sonrası dönemde ise krallık farklı krallarla yönetilirken iç ve dış etkilerle giderek zayıflamış, bölünmüş ve dağılma süreci yaşamıştır. Sürecin sonu ise 1. Sürgün olarak adlandırılan zorunlu göç ile sonuçlanmıştır.

Kral Süleyman'ın tapınağı yaptırmamasından, Babilliler'in Yehuda topraklarına girip tapınağı yıktığı M.Ö. 586'ya kadar geçen 370 yıllık dönem Birinci Tapınak Dönemi olarak adlandırılırken, Babilliler, krallığı ve tapınağı yıkarak bölgedeki Yahudiler'in önemli bir kısmını sürgüne göndermişler, yerlerine farklı toplulukları iskan etmişler ve Birinci Tapınak Dönemi'nin sonlanmasına neden olmuşlardır (Besalel, Yahudi Tarihi, 2000; s. 48). Sürgün dolayısıyla Babil'e sürülen Yahudiler, Persler'in Babil Krallığı'ndan bölgenin hakimiyetini alması ve Yahudiler'in Kenan topraklarına geri dönmesine izin verdiğinde, yaklaşık elli yıllık sürgün sonlanmış ve İkinci Tapınak Dönemi olarak adlandırılan döneme girilmiştir. Bu dönemde Yahudiler özellikle dini konularda Ezra liderliğinde yeniden yapılanma süreci yaşamışlardır (Gürkan, 2012; ss. 33-34). Kutsal bir kitap olarak Eski Ahit'in son halini alması da bu dönemlerde (1.yy) gerçekleşmiştir. Ayrıca, Yehuda bölgesinde ve diasporalarda Helen kültürünün etkisi görülmeye başlanmış, 2.yy'nin ortalarında Helenleşme karşıtı direnişler ve toplumsal gerilimler yaşanmıştır (Brenner, 2011; ss. 31-39). İkinci Tapınak Dönemi'nde, M.Ö. 3.yy'den milada kadar geçen sürede, Kenan bölgesinde, Büyük İskender sonrası Pers komutanların hakimiyet çabaları görülürken, Haşmonay Devleti ve Herod Hanedanlığı gibi Yahudi yönetimleri de bölgede egemenlik kurmuşlardır. Siyasi erk olarak valilik makamı gibi konularda zaman zaman Roma egemenliği görülürken, Yahudiler'den seçilme Musevi dini liderler de etkisini sürdürmüşlerdir (Besalel, Yahudi Tarihi, 2000; ss. 55-60). Romalılar'a karşı bağımsızlık girişiminde bulunan Yahudiler'in isyan çıkartması ile Roma İmparatorluğu bölgeye askeri operasyon düzenlemiş, isyanları bastırmış, ikinci kez yapılan Süleyman Mabedi'ni yıkmış (M.S. 70), Yahudiler'i bölgeden sürmüş, Yehuda bölgesinin adını Filistin olarak değiştirmiştir (Gürkan, 2012; ss. 39-40). Bu olaylar tarihi sınıflandırma açısından İkinci Tapınak Dönemi'nin sonlanması anlamına gelmektedir. İkinci tapınağın yıkılması sonrası Filistin'deki Roma egemenliğindeki ilk iki yüzyılda, Museviler'in medeni ve ceza hukuku olarak adlandırılabilir Mişna

yazını ortaya çıkmıştır. Sonraki üç asırda ise Museviler için dini öğretileri barındıran Talmud (öğreti) yazını oluşmuştur. İsa Peygamber tarafından Filistin topraklarında doğan ve gelişen Hristiyanlık ise M.S. 4.yy'de Roma İmparatorluğu tarafından resmi din olarak kabul edilmiş, böylece bölgede ikinci bir dinin de etkisi artmıştır (Brenner, 2011; ss. 54-60).

Arap topraklarında doğup büyüyen İslam ile birlikte, Müslümanlar'ın farklı coğrafyalara dinlerini yayma girişimi sonucunda, İslam Halifesi Ömer döneminde Kudüs Müslümanlar tarafından alınmış, Romalılar tarafından bölgeye gelmeleri yasaklanmış olan Yahudiler, Halife Ömer sayesinde tekrar Kudüs'e gelme imkanı bulmuşlardır. İslami yönetimlerin egemenliği altında Musevi ve Müslüman ilişkileri Roma dönemine kıyasla genel olarak yapıcı bir nitelik taşımıştır (Gürkan, 2012; s. 42). Özellikle, tarihte, bugünkü İspanya topraklarında kurulmuş olan Endülüs Emevi Devleti dönemi, Müslüman ile Museviler'in uyum ve refah içinde yaşadıkları bir dönem olarak öne çıkmakta, M.S. 11. ve 12.yy'ler Museviler açısından Altın Çağ (Tor HaZahav) olarak adlandırılmaktadır. Yahudiler'in sürgün veya göçlerle farklı coğrafyalara dağılmalarına birçok örnek verilebilir. Öne çıkan hareketlerde, İspanya Yahudileri ve Avrupa Yahudileri'nden bahsedilebilir. Almanya'ya göçen ve ilk göç örnekleri 4.yy'den verilebilecek olan Yahudiler, ağırlıklı olarak 10.yy'de Fransa ve İtalya'da destekli göç dalgalarıyla bölgede yoğunlaşmışlar ve Aşkenazi olarak tanınmışlardır (Besalel, Yahudi Tarihi, 2000; ss. 73-74). İspanya'daki Yahudiler ise Sefarad Yahudileri olarak anılmaktadır. Sefarad ve Aşkenazi ayrımına bakıldığında, Sefaradlar Babil Yahudiliği'nin devamı olarak görülürken, Aşkenaziler Roma yoluyla Fransa, Almanya gibi ülkelere göçüp oradan da Polonya ve Rusya'ya kadar uzanan bir topluluk olarak anılmaktadırlar (Gürkan, 2012; s. 46). Endülüs'teki Sefarad Yahudileri'nin bölgeden göç etmek zorunda kalmaları da, Yahudiler'in farklı coğrafyalalara yayılmalarında önemli bir dönemdir. İspanya'daki krallığın dağınık idareleri birleştirmesi ve Endülüs topraklarını ele geçirmesi ile birlikte, Hristiyanlar'ın fanatik davranışları, sonuç olarak Museviler'in İtalya, Osmanlı, İngiltere, Hollanda gibi farklı bölgelere göç etmelerine neden olmuştur. Göçe giden süreçte Museviler, Hristiyanlık'ı kabul etmeye veya sınır dışı edilmeye zorlanmış, ayrıca hakaretvari toplumsal adlandırmalara maruz kalmışlardır. Bir kısım Yahudi, Musevilik'ten

Hristiyanlık'a geçmiş, bir kısmı asimile olmuş, bir kısmı da göç etmiştir. Bunun yanında İngiltere de Yahudiler'i önce kovmuş, sonra da dini özgürlüklerini tanıyacak şekilde topraklarında barındırmıştır (Brenner, 2011; ss. 106-111).

İlerleyen dönemlerde, 17. ve 18.yy'de Doğu Avrupa ve Anadolu coğrafyalarındaki Yahudiler arasında Rabbanilik, Hasidilik ve Sabetaycılık gibi dini hareketler ortaya çıkmıştır. Bu tür hareketlerin Yahudiler arasında kabul görmesi ise sosyo-ekonomik koşullar ve Yahudiler'in maruz kaldığı baskılar olarak açıklanmaktadır (Gürkan, 2012; ss. 54-55). Dini hareketlere ek olarak Almanya'daki Yahudiler arasında Yahudi Emansipasyon Hareketi ortaya çıkmıştır. Bu aydınlanma ve gelişim hareketi ile Yahudiler'in mesleki olarak uzmanlaşması ve toplumdan soyutlanmamaları üzerine gelişme yaşanması umulmuştur (Besalel, Yahudi Tarihi, 2000; s. 82). Bunun yanında Rusya'daki Yahudiler'in Askala (Haskala) adlı aydınlanma hareketiyle eğitim ve kültür seviyelerini geliştirme çabaları da olmuştur (2000; s. 85). 18.yy'de etkili olan Askala hareketi iki dönemde incelendiğinde, ilk dönemde dini konular, ikinci dönemde ise sosyal ve siyasi konular öne çıkmıştır (Ruderman, 2013; s. 148).

Farklı bir coğrafyada Yahudiler'in varlığına bakıldığında, 17.yy'de Amerika'ya ilk Yahudi göçü gerçekleşirken (Besalel, Yahudi Tarihi, 2000; s. 91), 19.yy'nin sonu ile 20.yy'nin başında, Avrupa'daki Yahudiler'den 250000 kadarı A.B.D.'ye göç ederek, kıtadaki sayılarını arttırmışlardır (Brenner, 2011; ss. 173-174). Birinci Dünya Savaşı döneminde ise A.B.D. ordusundaki Yahudi sayısı 250 Bin'i bulmuştur (Besalel, Yahudi Tarihi, 2000; s. 92). Bu şekilde farklı zamanlarda farklı coğrafyalara göç eden veya sürgün edilen Yahudiler, Avrupa'da zamanla sosyal, siyasi ve ekonomik hayata uyum sağlamışken, Amerika kıtasında diğer ülkelerden gelen göçmenlerle birlikte yeni bir coğrafyada varlık göstermeye başlamışlardır. Benzer zamanda ve ilerleyen süreçte Yahudiler'in Osmanlı topraklarındaki Kudüs'e dönme girişimleri, ulusal bir devlet kurma çabaları, İkinci Dünya Savaşı'nda Almanya'da maruz kaldıkları soykırım, İsrail Devleti'nin kurulması öncesi, Yahudi tarihinin yakın zamandaki olaylarıdır.

3.3. Siyon ve Siyonizm

Siyon, Eski Ahit'te (2. Samuel - 5) Kudüs'te (Yeruşalayim), Yevuslular'ın elinde bulunan ve daha sonra Kral Davut'un ele geçirdiği bir kale olarak anlatılmaktadır; Davut burayı ele geçirdikten sonra Davut Kenti olarak adlandırıp geliştirmiştir. Eski Ahit'in başka bir bölümünde (2. Krallar - 19) Siyon Dağı tamlaması kullanılmaktadır. Kale ve dağ sözcüklerinden hareketle Siyon, Kudüs civarındaki yüksek ve kutsal nitelikte bir yer olarak tanımlanabilir. Bunun yanında Eski Ahit'te, Mezmurlar'ın farklı yerlerinde de Siyon ile ilgili bilgiler geçmektedir ve Tanrı'nın yaşadığı yer olarak Siyon gösterilmiştir (Mezmurlar - 76). Yazılma ve okunma yönüyle İbranice'deki "Tz" veya "Ts" sesini simgeleyen harften kaynaklı olarak Siyon veya Ziyon olarak kullanılmaktadır.

Siyonizm ise farklı zamanlarda Yehuda topraklarından sürülmüş veya göç etmiş Yahudiler'in tekrar kutsal topraklara dönme, birleşme ve devletleşme isteği olarak kısaca tanımlanabilir. Brody (Akt. Deveci, 2015; s. 3)'ye göre Siyonizm sözcüğü ilk kullanan kişi Nathan Birnbaum olmuştur. Bir dönem Kenan, bir dönem Yehuda, başka bir dönemde de Filistin olarak anılan bugünkü İsrail ve Filistin ülkelerinin bulunduğu bölgeyi Yahudiler için kutsal yapan asıl motivasyon kaynağı ise, İbrahim Peygamber'e ve onun soyuna, tanrısı tarafından Fırat Irmağı'ndan Mısır Irmağı (Nil)'na kadar olan bölgenin vaat edilmiş olmasıdır (Yaratılış - 15).

Yahudiler için Siyon'a, yani kutsal topraklara dönme isteğine dair ilk örnekler 11.yy'de, Yehuda Halevi'nin şiirlerinde görülmektedir (Gurbanov, 2018). Siyasi ve toplumsal bir hareket olarak 19.yy'nin ikinci yarısından başlayarak, Doğu Avrupa merkezli olarak büyüyen Siyonizm, Yahudi milliyetçiliği özelliği barındırmaktadır (Gürkan, 2012; s. 59). Siyonizmin hedef kitlesini etkilemede öne çıkan konular tarihi geçmiş, dini kaynaklar ve pogrom adı verilen Sami ırk karşıtlığıdır (Deveci, 2015; s. 3). Kutsal topraklarda Yahudi Devleti kurulmasını öneren önder kişilerden Theodor Herzl (1988; ss. 85-86) dönemin koşullarını değerlendirirken, Yahudiler'in zulüm gördüğünü, askeriyede ve bürokraside engellendiğini, ticaret hayatında Yahudiler'den uzak durulduğunu, siyaset, sosyal hayat ve medyada Yahudiler'e saldırıldığını belirtmiştir. Özellikle dönemin Rusya'sındaki Yahudi karşıtlığı çok sayıda Yahudi'nin

göç etmesine neden olmuştur. Bu hareketin bir sonucu olarak ortaya çıkan Siyon Aşıkları adlı dernek ise Siyonizm düşüncesi için atılan ilk somut adımlardan sayılmaktadır ve dernek Yahudiler'in Kudüs'e yerleşmelerini amaç edinmiştir. Avrupa'da ilerleyen Yahudi karşıtlığıyla birlikte Osmanlı'ya sığınan Yahudiler geri çevrilmezken, Osmanlı Devleti'nin, Yahudiler'i Filistin dışındaki yerlerde iskan etmesi ve Yahudi sığınmacıları Filistin'den uzak tutmaya çalışması başarılı olamamıştır. Bu da Kudüs çevresinde Yahudi nüfusun artmasında ve Siyonist hareketin amacına ulaşmasında etkili olmuştur (Engin, 2010; ss. 46-47). Rusya'daki baskılardan uzaklaşmak için, bu göç hareketlerinde özellikle 1882 ile 1906 yılları arasında gerçekleşen, Birinci Aliya ve İkinci Aliya olarak adlandırılan iki önemli göç dalgası, Yahudiler'in Batı Avrupa, Amerika, Arjantin, Filistin gibi farklı noktalara tekrar yönelmesine neden olmuştur (Besalel, Yahudi Tarihi, 2000; ss. 85-86).

Siyonist hareketteki farklı görüşlere ve örgütlenme girişimlerine bakıldığında, tarıma önem veren Sosyalist Siyonizm, milliyetçi unsurlara dayanan Revizyonist Siyonizm, Yahudi kültürüne bağlı Kültürel Siyonizm, Mesih inancıyla ilişkili olarak dini ve milliyetçi özellikler taşıyan Dini Siyonizm gibi akımlardan bahsedilebilir (Gürkan, 2012; s. 61). Rusya'daki Siyonistler'i bir araya toplamak için 1883'te çağrı yapan Zerubavel Cemiyeti (Besalel, Yahudi Tarihi, 2000; s. 87), 1987'de Herzl'in öncülüğünde İsviçre'de toplanan 1. Siyonist Kongre (Anlayış Dergisi, t.y.) gibi oluşumlar, Siyonist hareketin daha örgütlü ve kurumsal yapıya gelmesi için öne çıkan girişimlerdir. 1901'de gerçekleşen 5. Siyonist Kongre'de atılan önemli adım ise, Herzl'in Osmanlı Padişahı 2. Abdülhamit ile yaptığı görüşmeden istenilen sonucun çıkmadığını açıklaması üzerine, Filistin'deki toprakları satın almak için gerekli parayı toplamak amacıyla Ulusal Yahudi Fonu'nun kurulmasının kararlaştırılması olmuştur (Jewish Virtual Library, t.y.a).

Siyonizmin simgesi olan kutsal toprakları bünyesinde barındıran Osmanlı Devleti, ekonomik iflas, 1. Dünya Savaşı'daki ağır kayıplar, etnik ayrışmalar gibi nedenlerle parçalanma süreci yaşarken, Orta Doğu'daki etnik unsurların Osmanlı Devleti'nin tarafını terketmeye başladığı ve Siyonistler'in siyasi, ekonomik ve demografik olarak Filistin'de güçlendiği bir ortamda, Osmanlı Devleti için Kudüs ve çevresini koruma imkanı yavaş yavaş ortadan kalkmıştır. Aralık 1917'de Kudüs'te

İngiliz ordusu karşısında Osmanlı ordusunun ağır kayıplarla geri çekilmesi ile Kudüs yüzyıllar sonra Osmanlı hakimiyetinden çıkarken (Korkmaz, 2017; s. 69); Siyonist harekete destek veren İngiliz hükümeti tarafından, askeri harekattan birkaç ay önce, Filistin’de Yahudiler’in devletleşmesi için Balfour Deklarasyonu yayımlanmıştır. 1922’de ise Milletler Cemiyeti, Filistin’deki İngiliz Mandası’nı tanımıştır (Engin, 2010; ss. 224-227). Bu gelişmeler ile birlikte Siyonistler, Avrupa’daki baskılardan uzaklaşma, ulusal ve bağımsız bir Yahudi devleti kurma yolunda önemli bir dönemeci aşmışlardır. Devamındaki 25 yıllık süreçte ise Yahudiler Avrupa’da 2. Dünya Savaşı’nda soykırıma maruz kalırken, savaşın sonunda, yüzyıllarca özlemini duydukları Yahudi devleti hayalini 1948 yılında gerçekleştirmişlerdir. Siyonist hareketin devletleşme sonrası süreçte, İsrail topraklarındaki nüfusu arttırma çabası ise günümüzde de aralıksız olarak devam etmektedir.

3.4. İsrail’in Kuruluşu Sonrası Öne Çıkan Siyasi Gerilimler

İsrail sözcüğünün kullanımına bakıldığında, kutsal kitapta İbrahim Peygamber’in torunu Yakup’un tanrı ve insanlarla güreşip, onları yenmesi üzerine, adının İsrail olacağı bilgisine ulaşılmaktadır (Eski Ahit, Yaratılış - 32). McCarter (Akt. Arçın, 2016; s. 22)’a göre M.Ö 13.yy’de Mısır topraklarında, tepelik yerde yaşayan bir insan topluluğunu belirtmek için de İsrail adı kullanılmıştır. Ayrıca Yakup’un Yahudi toplumunun temelini oluşturan 13 kardeşin babaları olması da İsrail sözcüğünün benimsenmesini mantıklı kılmaktadır.

Yüzyıllar boyunca göç ve sürgünlerle farklı coğrafyalara dağılıp sonunda, 20.yy’de ulusal devletini kurmaya yaklaşan Yahudiler, 1947 yılına gelindiğinde, Siyonist hareketin yıllar süren etkisinin sonucu olarak Filistin topraklarında ciddi bir varlık edinmişlerdir. 1947’de BM’de alınan karar ile Filistin topraklarının Araplar ile Yahudiler arasında paylaşımı kararlaştırılmıştır. Böylece resmen toprakları tanımlanmış olan Yahudiler, son adım olarak kendi bölgelerinde yönetim kurma girişimiyle 1948 yılında İsrail Devleti’ni kurmuşlardır (Yaşar v.d., 2011; s. 40). İsrail’in bağımsız devlet olarak ilanı ile birlikte, Arap Birliği’ne üyeliği bulunan Mısır, Ürdün, Lübnan, Irak ve Suriye devletleri İsrail’e savaş ilan etmişlerdir. Saldırı sonucu

devreye diğer başka ülkelerin de girmesi ile İsrail'in Arap ülkelerine karşı askeri olarak denge kurması sonucu, Arap saldırıları amacına ulaşamadığı gibi, İsrail bölge topraklarındaki %56'lık payını %78'e çıkarmıştır. Savaş ortamında Filistinli Araplar'ın yaşadığı göç ise Filistinli sığınmacılar sorununu başlatmıştır (Yaşar v.d., 2011; s. 41). 1956 yılına gelindiğinde Mısır'ın Süveyş Kanalı'nı ulusallaştırma girişimi ile başlayan gerilimde Batılı ülkelerin olaya dahil olmasının devamında, İsrail de Sina bölgesine hakim olmak için Mısır'a karşı harekate katılınca Gazze ve Sina'yı ele geçirmiştir. 2. Arap İsrail Savaşı olarak anılan bu dönemde, İsrail Kızıldeniz'deki Tiran Boğazı'ndan geçiş konusunda kazanım elde etmiştir. Bunun yanında 1960 yılında İsrail, Nahal Sorek'de (Sorek Deresi), 1963'de Dimona'da nükleer araştırma reaktörlerini faaliyete sokarak nükleer güç konusunda da yol almaya başlamıştır, ki bu merkezler halen etkindir (Besalel, 2000; ss. 117-118).

1967 yılında ise Arap İsrail Savaşı'nın üçüncü tekrarı olurken, İsrail Mısır, Suriye ve Ürdün'le savaşmış, kuzeyde Golan yükseltilerini ele geçirmiş, Filistin'e ait bölgeleri de kendi topraklarına katarak, kendi egemenliğini daha da genişletmiştir. Bu savaşın da sonucu olarak Filistinliler'in bir kısmı topraklarını terkederek ağırlıklı olarak Ürdün'e sığınmışlardır (Yaşar v.d., 2011; ss. 43-44). Arap İsrail Savaşı'nın dördüncü seferinde 1973 yılında, Yom Kipur'da (Kefaret Günü) Mısır ve Suriye İsrail'e saldırmışlardır. Sovyetler'in Mısır ve Suriye'yi, A.B.D.'nin İsrail'i desteklediği bu savaşta, İsrail saldırıya karşı dengeyi kurmuş ve uluslararası müdahaleler ile ateşkes sağlanmıştır (Besalel, Yahudi Tarihi, 2000; ss. 122-123).

80'li ve 90'lı yıllar İsrail'in Lübnan ve Filistin'le gerilim yaşadığı dönemler olmuştur. Lübnan'daki Filistin Kurtuluş Örgütü'nün (FKÖ) varlığına müdahale etmek isteyen İsrail 1982 Haziran'ında Lübnan topraklarına kara ve denizden saldırarak, Lübnan'ın güney yarısına hakim oldu ve başkent Beyrut'a ulaşip 70 günlük bir kuşatma gerçekleştirmiştir (Bregman, 2001; ss. 108-110). Kuşatma sonunda FKÖ lideri Yaser Arafat ateşkes isteyip Lübnan'ı terketmek zorunda kalmış, İsrail ise 2000 yılına kadar Lübnan'ın güney bölgesinden tam olarak çekilmemiştir (Yaşar v.d., 2011; s. 48). İlerleyen dönemde İsrail'in karşısında orantısız şekilde güçsüz kalmış, toprakları giderek azalmış olan Filistin toplumu, baskılara daha fazla dayanamayarak kapsamlı bir isyan hareketine girişmiştir. 1987 ile 1993 yılları arasında gerçekleşen bu

isyan, tarihte İntifada (Silkiniş) adıyla anılırken, önderlik olarak İslami Direniş Hareketi (HAMAS) olaylarda ön plana çıkmıştır (Bregman, 2001; s. 118). Yıllar süren çatışmalarda iki taraf da zarar görürken, HAMAS lideri Ahmet Yasin, İsrail tarafından tutuklanmıştır. Sonuçta 1993 yılında Oslo Antlaşması ile ateşkes sağlanmıştır (Bregman, 2001; s. 131). Lübnan Savaşı sonrası yapılan ateşkesten sonra savaşızsızlık hali ne kadar kısa sürdüyse, Birinci İntifada sonrası ateşkes hali de o kadar kısa sürmüştür. 2000 yılında İsrail’li siyasi lider Ariel Şaron’un, Müslüman’lar dışındakilerin girmesi doğru görülmeyen kutsal bölgeye (Harem üş Şerif) askerleriyle girerek konuşma yapması ve Filistinler’in tepkisi İkinci İntifada’nın yaşanmasına neden olmuştur (Pappe, 2006; ss. 276-277). Yapılan farklı barış görüşmelerine rağmen yıllarca kesin bir çözüme kavuşturulamayan İkinci İntifada sürecinde 2005 yılına gelindiğinde İsrail Gazze’den çekilmeyi kabul etmiş olsa da (Yaşar v.d., 2011; s. 66), ilerleyen süreç de dahil olmak üzere tam anlamıyla uzlaşma ve barış ortamı kesinlikle sağlanamamıştır. 2006 yılına gelindiğinde, Lübnan kaynaklı Hizbullah mensuplarının İsrail askerlerini kaçırmaları üzerine, İsrail 34 gün sürecek bir savaş başlatarak (Yeşiltaş ve Balcı, 2010; s. 68), Birinci Lübnan Savaşı’ndaki gibi Lübnan topraklarının güney bölgesine girmiş ve sivillerin de zarar göreceği bir müdahalede bulunmuştur (Yeşiltaş ve Balcı, 2010; s. 90).

İkinci Lübnan Savaşı sonrası İsrail’in iç ve dış unsurlarla sorunları devam etmekle birlikte; yaşananlar içinde A.B.D Başkanı Trump’un 2017 yılında İsrail’in başkenti olarak Kudüs’ü tanıdığını ilan etmesi, tartışmalı bir konu olarak dünya gündeminde yer bulmuştur (BBC; 2017). İsrail’in, farklı dinler için kutsal olan ve resmi statüsü sorunlu olan bir şehri Filistin’e rağmen istediği gibi kullanması, ilerleyen dönemde İsrail’in kamu diplomasisinde kendini nasıl savunacağı sorusunu akıllara getirmektedir.

3.5. Semitizm ve Antisemitizm

Semitizm ve Antisemitizm sözcüklerinin temelinde “Semi” yani “Sami” sözcüğü vardır. Sami soyunu temsil eden bu sözcüğün tarihteki geçmişine bakıldığında; dini inanışa ve konu ile ilgili soy ağaçlarına göre, Nuh Peygamber’in

oğlu Sam'ın çocuklarından türeyen toplum Sami olarak adlandırılmaktadır. Sam'ın kuşaklar sonraki torunu olarak İbrahim Peygamber dünyaya gelmişken, İbrahim'in iki farklı kadın ile yaptığı evliliğe göre iki farklı toplum daha ortaya çıkmıştır. İbrahim ile Sara'nın (Sare) evliliğinden doğan İshak'ın çocukları Yahudiler'i oluştururken, İbrahim ile Hagar'ın (Hacer) evliliğinden doğan İsmail'in çocukları Araplar'ı oluşturmuştur (Besalel, Yahudi Tarihi, 2000; ss. 15-16). Sami toplumların (veya ırkları) varlıklarını ve çıkarlarını savunmak Semitizm (Samicilik) olarak tanımlanabilecekken, Semitizm günümüzde, Araplar'ı öne çıkarmadan, daha çok Yahudiler'i kapsayan bir kavram olarak akıllarda yer etmektedir.

Sami Yahudiler'in varoluş, birlik olma, Kudüs ve çevresinde hak iddia etme, kutsal topraklara dönme motivasyonlarına bakıldığında Museviler'in kutsal kitabındaki bilgiler ve Yahudiler'in tarihte yaşadıkları acılar örnek verilebilir. Eski Ahit'in bazı bölümlerinde Yahudi soyu için belirli bir bölgenin tanrıları tarafından onlara vaat edildiği görülmektedir: "O gün Rab Avram'la antlaşma yaparak ona şöyle dedi: Mısır Irmağı'ndan büyük Fırat Irmağı'na kadar uzanan bu toprakları – Ken, Keniz, Kadmon, Hitit, Periz, Refa, Amor, Kenan, Girgaş ve Yevus topraklarını – senin soyuna vereceğim" (Eski Ahit, Yaratılış - 15). "Tanrınız Rab için kutsal bir halksınız. Rab öz halkı olmanız için yeryüzündeki bütün halkların arasından sizi seçti" (Yasa'nın Tekrarı - 14). "Bugün Rab, size verdiği söz uyarınca, öz halkı olduğunuzu açıkladı. Bütün buyruklarına uyacaksınız. Tanrınız Rab sizi övgüde, ünde, onurda yarattığı bütün uluslardan üstün kılacağını, verdiği söz uyarınca kendisi için kutsal bir halk olacağınızı açıkladı" (Yasa'nın Tekrarı - 26). "Musa ile İsrail ileri gelenleri halka şöyle dediler: Bugün size ilettiğim bütün buyraklara uyun. Şeria Irmağı'ndan tanrınız Rab'in size vereceği ülkeye geçince..." (Yasa'nın Tekrarı - 27). Yahudiler'in kutsal saydıkları metinlerdeki örneklerde de görüldüğü gibi, Bugünkü İsrail – Filistin toprakları, sürgün ve göçlerle anayurt topraklarından uzakta kalmış Yahudiler için geri dönme isteğine kaynak olmuştur. Bu isteği eyleme geçiren nedenler ise özellikle Avrupa'daki Yahudiler'in yaşadıkları baskı, ayrımcılık ve soykırım gibi olaylardır. Sonuç olarak Siyonist hareketin temel güdüsü dini kaynaklar, tarihi geçmiş, sosyal sorunlar ve ulusalcılık akımı üzerinden şekillenmiştir. Semitizm ile bağlantılı olarak anılabilecek bu hareket, Sami soyundan gelen Yahudi varlığını ve kültürünü tekrar kurumsal bir

hale getirmiş, yeni bir devlet çatısı altında Yahudiler için farklı bir dönemi başlatmıştır. Bu yeni dönemde Sami Yahudiler'in, özellikle diğer bir Sami olan Araplar'la çatışıyor olması ise, Semitizm'i savunurken Samiler'le savaşılmaması açısından ilginç bir çelişkidir.

Antisemitizm olarak kullanılan Sami karşıtlığı kavramına bakıldığında; Brenner'e göre (2011; s. 171) 19.yy'ye gelindiğinde Avrupa'daki Yahudiler'in Yahudilik'leri resmen bir din haline gelmişken, 19.yy'nin ikinci yarısında ırk üzerinden tanımlanmış bir Antisemitizm ortaya çıkmıştır. Dine dayalı olmaktan çok ırka dayalı bir nefreti simgeleyen Antisemitizm ilk kez 1879 yılında Alman muhabir Wilhelm Marr tarafından kullanılmışken, Der Stürmer gazetesinin "Yahudiler bizim talihsizliğimizdir" ifadesini kullanması, Antisemitizm'in Yahudi odaklı olduğunu ve Yahudi düşmanlığının topluma yayılması için medyanın da kullanıldığını göstermektedir (Brenner, 2011; ss. 207-208). Yahudi tarihinin genel bakışla incelendiği önceki konularda bahsedildiği gibi, Antisemitizm kavramı üzerinden açıklanmamış olsa bile, dinsel veya etnik yönden Yahudiler Avrupa'da yüzyıllar önce baskı ve şiddete maruz kalmış, din veya bölge değiştirmeye zorlanmışlardır. Kavramsal olarak 19.yy'nin sonundan itibaren Antisemitizm ile açıklanan Yahudi karşıtlığı, Herzl (1988; s. 88)'e göre Almanya ve Rusya'nın bazı eyaletlerinde ağırlıklı olarak yaşanmıştır. Bu bilgilere paralel olarak da öne çıkan iki soykırım hareketinin Rusya ve Almanya'da yaşanması da tesadüf değildir.

İbranice'de "Şoa" olarak belirtilen soykırım sözcüğü, geçmişte yaşanan soykırımları tanımlarken farklı sözcüklerle de kullanılmaktadır. Rusya'daki Yahudi kırımlarını ifade etmek için "pogrom", Almanya'daki Yahudi kırımını ifade etmek için "holokost" sözcüğü tercih edilmektedir. Antisemitikler'in Rusya'da gerçekleştirdikleri pogromlara bakıldığında, 19.yy'nin sonunda yaşanan pogromlar, Antisemitizm'in Rusya'daki doruk noktası olarak tanımlanırken, Rusya, Ukrayna ve Polonya'da gerçekleşen Sufot BaNegev, Novgorod ve Varşova pogromları sonucu yüzlerce Yahudi ölmüş veya öldürülmüş, bazı Yahudiler ise göç etmek zorunda kalmıştır (Besalel, Yahudi Tarihi; 2000; s. 85). 2. Dünya Savaşı döneminde ise Almanya'da yaşanan Yahudi Soykırımı, tarihteki en bilindik soykırımlardan birisi olarak yerini almıştır. Günümüzde, yaşandığı bölgede izleri görülebilecek bu

soykırımda, Naziler sadece Almanya'daki Yahudiler'i değil, çevre ülkelerdeki Yahudiler'i de etkileyen kapsamlı ve sistematik bir soykırım gerçekleştirmişler, sonuç olarak milyonlarca Yahudi'nin ölümüne neden olmuşlardır. 21.yy'de "Antisemitizm'in varlığı tamamen ortadan kalkmıştır" sonucuna varabilen önemli bir çalışma yokken, bu tür ırk karşıtlığı davranışlar yeni dalga (neo) hareketler olarak varlığını sürdürmekte, özellikle iletişim çağının bir sonucu olarak sanal ortamlarda gözlemlenebilmektedir. Ek olarak, İsrail Devleti'nin Filistin konusundaki mevcut çatışmaları ve politikaları, Antisemitizm'i azaltmaktan çok arttırıcı yönde etki yaratma potansiyeline sahiptir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

HASBARA

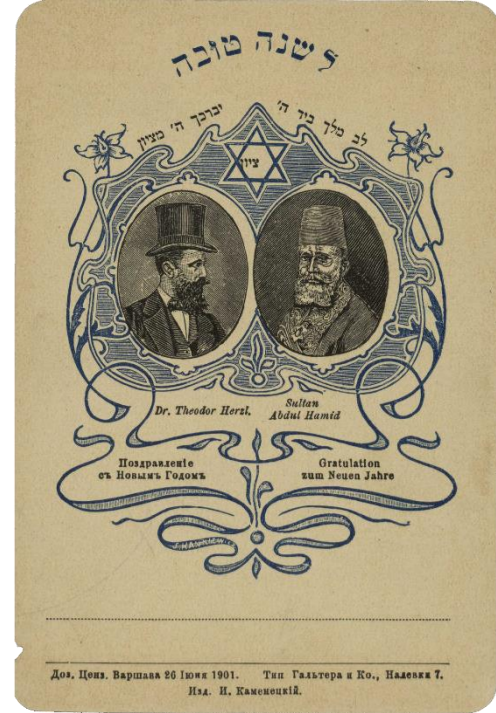
4.1. Hasbara

İbranice kökenli Hasbara (הסברה) sözcüğü, “s-b-r” kökünden türemiş ve açıklama anlamına gelen bir sözcük olmakla birlikte, sözlük anlamı olarak “propaganda” ve “bilgi” anlamlarını da taşımaktadır (Weinbach ve Lauden, t.y., s. 138). Genel olarak, İsrail Devleti’nin kamu diplomasisi ve propaganda çalışmalarını tanımlamak için kullanılabilen Hasbara sözcüğü başka bir ifadede “açıklama çabası” veya “açıklama mesleği” olarak geçmektedir (Pfeffer, 2012).

Hasbara uygulamalarının ihtiyaç olarak doğmasına bakıldığında, Yahudiler’in örgütlü olarak hareket etmeleri ile ortaya çıkan Siyonist hareketin ihtiyaçları ile Hasbara arasında bağlantı kurulabilir. Siyonizm’in, özellikle 19.yy’de, Avrupa Yahudileri’nin çıkarlarını ve haklarını korumak, maruz kaldıkları toplumsal baskıları azaltmak, Yahudiler’i birlik haline getirip ulusal anlamda kurumsallaştırmak amacıyla hareket ettiği göz önünde bulundurulursa, Siyonistler’in kendilerini ifade etme ihtiyaçlarının olduğu söylenebilir. Basına, kamuoyuna açık Siyonist kongreler veya devlet liderleri ile yapılan görüşmeler gibi girişimler, bu konudaki ilk örneklerden sayılabilir. Bu girişimleri geleneksel diplomasiden farklı kılan ve kamu diplomasisine yaklaştırsa, İsrail’in o dönemde henüz kurulmamış olması ve Siyonistler’in sivil unsurlar olarak uğraş vermeleridir. Özellikle, Siyonist hareketin lideri Herzl, Yahudiler için yaptığı çalışmalarda politik aktivist veya gazeteci gibi ünvanlarla öne çıkmıştır. Bu çalışmalardan birinde de Herzl, 1901’de 2. Abdülhamit’i ziyaret etmiştir (Engin, 2010; s. 179).



Görsel 1: Herzl'in II. Abdülhamit'i ziyaretine dair Die Welt gazetesinin haberi (Solda), (www.zionistarchives.org.il).



Görsel 2: Herzl ve II. Abdülhamit'in bulunduğu yeni yıl tebrik kartı (Sağda), (www.salom.com.tr).

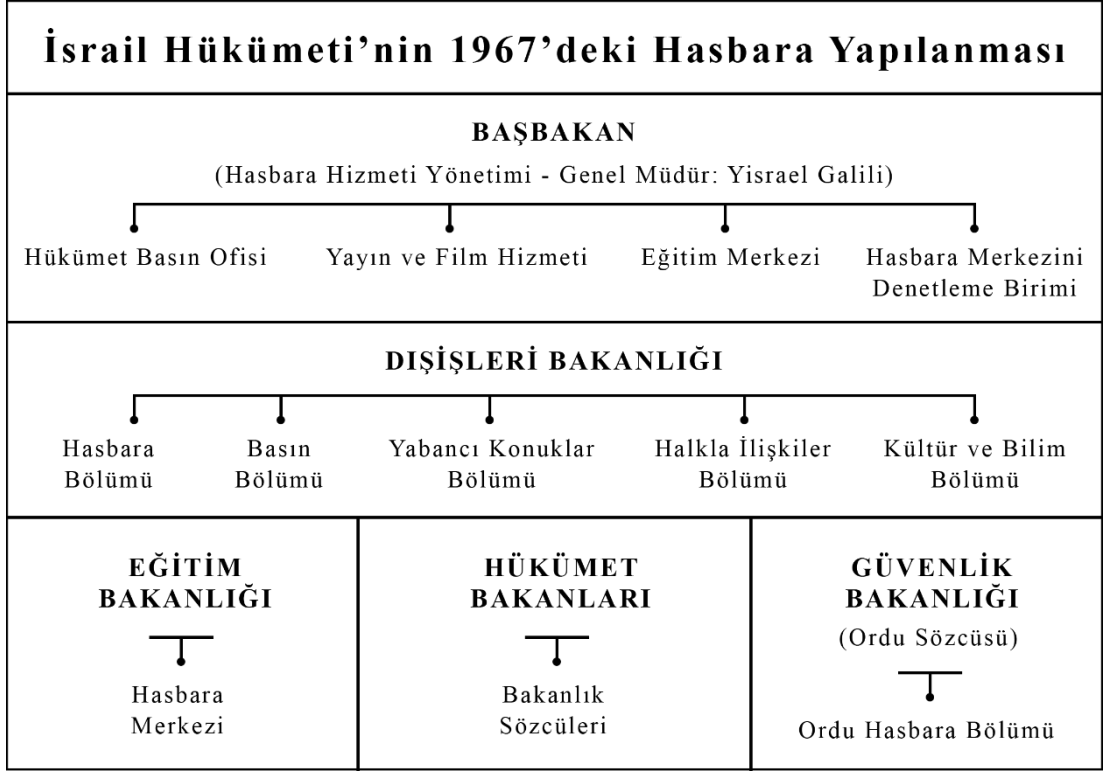
20.yy'nin ortalarına gelindiğinde İsrail'in devlet olarak ortaya çıkması ve bölgede yaşadığı siyasi - askeri sorunlar sonucunda, Hasbara, resmi destekle ilerleyen ve devlet organlarınınca temsil edilen bir yapıya bürünmüştür. Henüz devlet 20 yaşını doldurmamışken, Başbakanlık, Dışişleri Bakanlığı, Güvenlik Bakanlığı, Devlet Bakanlığı, Eğitim Bakanlığı gibi kurumlarda Hasbara ile ilgili birimler oluşturulmuştur. Hasbara, 70'li yıllarda "yurt dışında imaj oluşturma" olarak tanımlanmışken (Claiborne, 1979); 21.yy'ye gelindiğinde, İsrail Devleti'nin Hasbara için resmi yaklaşımı genel tanımlardan farklı biçimde, "açıklama" veya "özür" gibi anlamlardan uzak olarak, kamu diplomasisi üzerinden açıklanmaktadır. Toplumla, kanaat önderleriyle, kamuoyu oluşturma gücü olanlarla ve toplumun önemli kesimleriyle işbirliği yapmak, güncel anlamda İsrail Devleti'nin Hasbara'ya bakış şekli olarak ifade edilmiştir (Behar, 2005).

4.2. Kurum ve Örgütler

Hasbara'nın kamu diplomasisi ile ilişkili olmasından hareketle, Hasbara çalışmalarının sistemli ve örgütlü olarak gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu örgütlenmeler devlet bünyesinde resmi yapılar olarak ortaya çıkabildiği gibi, sivil toplum kuruluşları olarak da ortaya çıkabilmektedirler. İsrail, Hasbara konusunda uzun yıllardan beridir resmi kurumlar bünyesinde çalışma yapan bir ülkedir. Ayrıca Hasbara ile adı anılabilecek farklı sivil toplum örgütleri de mevcuttur. Resmi kurumlara ve sivil örgütlere ek olarak, söz konusu Hasbara olduğunda, Yahudi lobilerinden de söz edilebilir. Özellikle A.B.D.'deki varlıklarıyla dikkat çeken Yahudi lobileri Hasbara konusunda incelenmesi gereken oluşumlardan sayılabilir.

4.2.1. Resmi Kurumlar

İsrail'in resmi kurumları, 1967'den başlayarak, 2015 yılına kadar farklı isimlerle Hasbara çalışmalarına, bakanlık veya bakanlığa bağlı ofis seviyesinde dahil olmuşlardır. Başlangıçta Hasbara Bakanlığı (משרד ההסברה) olarak hizmet vermiş olan yapı son olarak 2015'te bugünkü halini almıştır (Kneset, 2019).



Görsel 3: İsrail'in devletleşme sonrası, erken dönemde resmi Hasbara yapılanması, (attikanea.blogspot.com).

İsrail'in günümüz Hasbara yapılanmasında, resmi kurumlarda tek bir Hasbara merkezi bulunmamaktadır. Başbakanlık, Dışişleri Bakanlığı, Savunma Bakanlığı gibi idari yapılarda, alt birimler ile Hasbara çalışmaları sürdürülmektedir (Greenfield, 2012; s. 25). İsrail Başbakanlığı bünyesindeki İstihbarat Bakanlığı (ofis), 2015 yılında alınan kararla ikiye bölünürken (İsrail Başbakanlığı, 2015), karar sonrasında ortaya çıkan Stratejik İşler ve Hasbara Bakanlığı, yine aynı Başbakanlık'a bağlı olarak çalışmalarını sürdürmektedir. Kendi içinde de alt birimleri olan Stratejik İşler ve Hasbara ofisinin sorumlulukları, İsrail karşıtı eylem, boykot ve gayri meşrulaştırma girişimlerine karşı kampanyalar yürütmek, bu konuda devletle akademik, ekonomik, yasal, diplomatik ve farkındalık yaratmaya yönelik unsurlar arasında ilişkiler kurmak, İsrail Devleti'nin tüm bakanlıklarına bu tür çalışmalarla ilgili yurt içi ve yurt dışında rehberlik etmek olarak açıklanmıştır (Stratejik İşler Ve Hasbara Bakanlığı, 2019). Başbakanlık'a bağlı bir diğer birim olarak Hükümet Basın Ofisi (GPO) de Hasbara çalışmaları kapsamında değerlendirilebilir. GPO Başkanı'nın belirttiği üzere, İsrail ile

ilgili konularda yabancı basın mensuplarına basın gezisi, brifing, çalışma vizesi gibi konularda yardım etmek, kamu diplomasisi kapsamında ele alınmıştır (Chen, 2014). GPO bünyesindeki alt birimlerde içerisindeki Yabancı Basın Departmanı, İçerik Geliştirme ve Araştırma Yeni Medya birimleri, Hasbara ile ilişkilendirilebilecek birimler olarak sayılabilir (GPO, t.y.).

İsrail Dışişleri Bakanlığı, Hasbara çalışmalarında yer alan bir diğer resmi kuruluştur. Bakanlık'a bağlı öncül birimlerden birisi olarak, Kamu Diplomasisi Yönetim Başkanlığı çalışma yaparken (İsrail Dışişleri Bakanlığı, t.y.a); birimin amacı sivil ve akademik topluluklarla işbirliği yapmak, İsrail'in yurt dışındaki imajını geliştirmek, teknolojik yeniliklerini ve kültürel değerlerini tanıtmak olarak açıklanmıştır (İsrail Dışişleri Bakanlığı, 2018a). Bakanlık bünyesinde ayrıca Kültür Diplomasisi Birimi (החטיבה לדיפלומטיה תרבותית) genel olarak İsrail'e sanatsal çalışmalar, festivaller, geziler gibi etkinlikler kapsamında gelen sanatçılara yardımcı olmak, İsrail'in kültür ve sanat değerlerini yurt dışına tanıtmaya yardımcı olmak, benzer konularda ülkeler ve devletler arası işbirliğini sağlamak gibi konularla ilgilenmektedir. Bu birim kapsamında eğitim, sanat, medya ve kalkınma konularına odaklanmış dört alt birim daha çalışma yapmaktadır (İsrail Dışişleri Bakanlığı, 2018b).

İsrail Savunma Güçleri (IDF), Hasbara konusunda etkisi olan bir başka bakanlık olarak hizmet vermektedir. Sivil memur ağırlıklı İsrail Güvenlik Bakanlığı'ndan ayrı olarak; askeri personel ağırlıklı IDF'nin asıl sorumluluğu İsrail'in askeri sorunları ile ilgili olsa da, Hasbara'nın temel konularından Filistin – İsrail anlaşmazlığı gibi durumlarda IDF konuya dahil olmaktadır. Hasbara'nın “açıklama” üzerine kurulu bir amaç olduğundan hareketle, olası bir askeri olayda, dünya mediasında yer alan ilk haberler kamuoyunda ilk izlenimleri oluşturmaktadırlar. Buna bağlı olarak İsrail'in, kendisinin müdahil olduğu askeri olaylarda dünyayı bilgilendirmede ilk kaynak olmaya, mümkün olduğunca hızlı şekilde askeri kaynaklardaki haber malzemelerini medyaya kendi istediği şekilde yetiştirmeye ihtiyacı vardır. Bu durumu destekleyen bir ifade olarak, eski IDF Sözcüsü Yaron, İsrail'in hikayeyi anlatan ilk kaynak olmasını, hızlı şekilde reaksiyon göstermesini ve neler olduğuyla ilgili dünyaya ilk açıklamayı yapmasını Hasbara açısından zorunluluk olarak saymaktadır (Hermann, t.y.). Ek olarak, IDF bünyesinde Hasbara'yla

ilişkilendirilebilecek askeri sözcülük makamı Tuğgeneral (Tat Aluf) rütbesi gibi üst seviye bir rütbeyle temsil edilmektedir (IDF, t.y.).

IDF ile eşgüdümlü olarak çalışan, İsrail Güvenlik Bakanlığı (משרד הביטחון) bünyesindeki, Hasbara açısından önemli bir diğer birim, Bölgelerdeki Hükümet Çalışmaları Eşgüdüm Birimi (מתאם פעולות הממשלה בשטחים) olarak çevrilebilecek, İngilizce kısaltmasıyla COGAT'tır. Bu birimin temel işlevi “bölgeler” olarak nitelendirilen, İsrail içinde veya sınırında, Filistinliler'in yaşadığı bölgelerle uyum sağlamaktır. Kudüs'ün bulunduğu Judea bölgesi, Judea'nın kuzeyindeki Samarya bölgesi ve Gazze Bölgesi bu birimin çalışma alanları olarak belirtilmiştir. Birimin etkinlikleri insanı projelerin teşvik edilmesi, ekonomik kalkınma, altyapı çalışmaları gibi alanları kapsarken; ek olarak uluslararası toplumlarla işbirliği de amaçlanmaktadır. COGAT'ın bünyesindeki alt birimler arasında Dijital Medya Birimi ve Sözcülük Ofisi bulunmaktadır (COGAT, 2019). COGAT'ı Hasbara açısından önemli kılan ayrıntı, diğer birimlerdekinden farklı olarak, Filistinliler ile gerçekleştirilen çalışmaları medyada öne çıkarmasıdır. Bu yönüyle COGAT tek yönlü bir bakış açısından uzak, daha dostane bir imaj yaratma fırsatına sahip olsa da, birimin çalışmaları İsrailli askerler ile Filistinli siviller arasında kaldığı için, asker sivil ilişkisi olumsuz bir etki yaratmaktadır.

Yurt dışındaki Yahudi veya Yahudi olmayan yabancıları, özellikle de gençleri hedefleyen bir oluşum olarak Masa İsrail veya Masa Projesi, devlet desteği ile gerçekleştirilen, Hasbara açısından önemli bir örgüttür. Yolculuk, gezi gibi anlamları olan Masa'nın mottosu da “İsrail yolculuğu” olarak logosuyla birlikte kullanılmaktadır. Çok yönlü bir etkilişime sahip bu örgüt bünyesinde, yabancıların İsrail'e gelerek yerli öğrencilere İngilizce öğretmesi, karşılığında da maddi destek ve geri ödeme alması mümkündür. Aynı zamanda gönüllülük esasına dayalı eğitmenlik yapmak için de başvuru imkanı vardır. Masa bünyesinde Yahudi Enstitüleri'ne katılarak Yahudi çalışmalarında bulunmak, din ve tarih etütlerinin yanında İbranice öğrenimini geliştirmek de mümkündür. Başlangıç seviyesi işler olarak tanımlanan, çeşitli iş kollarında yabancılar için istihdam imkanı da sunan Masa, ağırlıklı olarak Yahudiler'i hedeflese de yurt dışından gelip İsrail'i tanımak isteyenler için önemli bir fırsat sayılabilir (Masa Israel Journey). Yahudi olsun veya olmasın, yabancı bir

ülkeden gelip, İsrail'i tanıyıp tekrar kendi ülkelerine dönme ihtimali olan potansiyel katılımcılar, yurt dışında İsrail'i tanııtma anlamında Hasbara açısından önemli bir unsurdur.

Yayıcılık anlamında İsrail Devleti'nin uzun yıllar kamu yayıncılığını üstlenmiş olan, Türkçe "Kamu Yayıncılık Kurumu" olarak adlandırılabilen IBA (רשות השידור), 49 yıllık yayın hayatının ardından 2017 yılında devlet tarafından kapatılırken (Briel, 2017), yerine İsrail Yayıncılık Şirketi (תאגיד השידור הישראלי) adıyla yeni bir kamu kurumu hizmete başlamıştır. Kurumun yeni yapısında Arapça televizyon yayını, Arapça ve Farsça radyo yayını ve günlük 1 saatlik İngilizce radyo haber yayını bulunmaktadır. Ayrıca kurumun resmi sitesi 10 yabancı dilde web içeriği sunmaktadır (İsrail Yayıncılık Şirketi, t.y.).

Hasbara'nın, İsrail'in en az 50 yıllık bir devlet çalışması olduğu ve zaman zaman bakanlık seviyesinde temsil edildiği göz önünde bulundurulursa; Hasbara konusunda bazı resmi kurumlar öne çıksa da, bütün devlet organları Hasbara için önemlidir yorumu yapılabilir. Resmi olarak Hasbara çalışmalarına dahil olan başlıca kurumlar genel olarak kendi bünyelerinde, özellikle medya ve iletişime ayrı bir birim ayırsa da, İsrail'e ait birçok resmi unsurun Hasbara ile ilişkilendirilebilecek türde, sosyal medyada varlık gösterdiği söylenebilir. İsrail resmi organları, popüler sosyal medya ortamlarından Facebook, Youtube, Instagram, Twitter gibi sayfalarda resmi hesapları ile paylaşım yaparak Hasbara'ya katkı sağlamaya çalışmakta, yenilikçi medyaya ayak uydurmakta ve konuya topyekün olarak dahil olmaya çalışmaktadır. Ek olarak, İsrail'in devlet olarak kamu diplomasisi olgusunu anladığını vurgulamak için, Hasbara çalışmalarında adı sıkça geçen resmi bir görevli olarak Aharoni (2014)'nin konuyla ilgili sözlerini aktarmak yerinde olacaktır. Aharoni, günümüz dünyasını sivil grupların, şirketlerin ve sınırları aşan ideolojilerin etkilediğini, internetteki platformların hükümetlerden daha etkili olabildiğini belirtirmekte, ayrıca bu konuda İsrail açısından kamu diplomasisi için fayda sağlayabilecek şeyler arasında caz, basketbol, edebiyat, mutfak kültürü, teknolojik yenilik ve girişimcilik gibi konuları saymaktadır.

4.2.2. Sivil Örgütler

Hasbara çalışmalarının sivil ayağında dünyanın farklı ülkelerinde hizmet veren sivil toplum kuruluşlarına rastlamak mümkündür. Özellikle yurt dışı sivil örgütlerin ağırlıklı olarak A.B.D.’de bulunduğunu belirtmek gerekir. Bu konuda, kar amacı gütmeyen sivil kuruluşlar içerisinde, dünyanın en büyük Yahudi sivil örgütü olarak gösterilen (Struble, 2019), 90 yıllık bir geçmişe sahip İsrail Yahudi Ajansı (הסוכנות היהודית לארץ ישראל) dünyadaki bütün Yahudiler’in bağlantısı ve geleceği için çalışmalar yapmaktadır. Devlet destekli Masa İsrail projesinin diğer fonlayıcılarından birisi olan ajans, ayrıca bünyesinde yaşlı ve göçmenler gibi korunmaya muhtaç kesimlere destek amaçlı Amigour kuruluşunu ve Hristiyanlar’la Yahudiler arasında dostluk ilişkisi kurmayı amaçlayan Siyon Melekleri kuruluşunu da barındırmaktadır (Jewish Agency For Israel, t.y.). Ajans bunun yanında 2018 itibarıyla, farklı alanlarda çalışma yapan 16 adet alt kuruluşa daha sahiptir (JAFI, 2018).

Diğer bir örgüt olarak, Tevrat Ateşi anlamına gelen Eş HaTora (אש התורה), 1974’te Kudüs’te kurulduğundan bu yana faaliyet veren, Yahudi mirasını korumayı, Yahudi toplumunu varlığını sürdürmeyi ve Yahudi tutkusunu ateşlemeyi görev edinmiş (Aish HaTorah, t.y.a), 8 farklı ülkede temsilcilik bulunduran bir kurumdur (Aish Hatorah, t.y.b). Bu kurumun dünyadaki bütün Yahudiler’i kapsayan, özellikle İsrail’de düzenlenen eğitim, seminer, gezi gibi etkinlikleri gerçekleştiren çalışmalarının yanında (AishHaTorah, t.y.c), Hasbara Fellowships adlı burs programı Hasbara konusunda öne çıkmaktadır. Kuzey Amerika’da 80’den fazla üniversitede etkin olan Hasbara Fellowships’in eğitim ve staj kapsamında, Kuzey Amerika Yahudileri’ni imkan sağlandığı için, Hasbara Fellowships ile Masa İsrail arasında benzerlik kurulabilir (Hasbara Fellowships, t.y.). Bu programların Yahudi olmayanlardan çok Yahudiler’e öncelik vermesinden hareketle, Hasbara Fellowships bursları dahilinde eğitilen gençlerin Hasbara elçileri olarak yurt dışında, özellikle A.B.D.’de etkili olmalarının amaçlandığı yorumu yapılabilir.

Amerikan Yahudi Komitesi (American Jewish Committee), yüzyılı aşkın süredir çalışma yapmakta olan ve logosunun yanında “Küresel Yahudi Savunuculuğu”

sloganını kullanan, A.B.D. merkezli büyük bir sivil toplum örgütüdür. BM'ye üye ülkelerin üst düzey yetkilileri ile görüşme yaparak küresel çapta diplomatik girişimlerde bulunan komite, farklı etnik ve dini topluluklarla ittifak kurabilen, basın, televizyon ve sosyal medya gibi araçlarla fikirlerini savunmaya çalışan bir örgüttür. Komite, Boykot, Tecrit ve Yaptırımlar (BDS) adlı İsrail karşıtı sivil hareketle ve radikal İslam ile mücadele ettiğini de açıkça belirtmektedir (AJC, 2019).

Amerikan İsrail Kamu İşleri Komitesi (AIPAC) adlı sivil kuruluş, A.B.D. merkezli olarak varlığını sürdürmektedir. Komitenin amaçları genel olarak İsrail Devleti'nin çıkarları için girişimlerde bulunmak, bu konuda ve A.B.D. – İsrail ortak çıkarları doğrultusunda A.B.D.'li politikacıları teşvik etmektir. Kendisini lobi olarak tanımlayan komite teknoloji, enerji, siber güvenlik, istihbarat, tarım gibi konularda işbirliğini amaçladığını belirtmekle birlikte (AIPAC, t.y.a), aslen İsrail'i kendi ifadelerine göre “teröre” karşı korumayı amaçlamaktadırlar (AIPAC, t.y.b). İran ve Filistin devletleri bu konularda AIPAC tarafından öncelikli olarak telafuz edilen devletler olarak dikkat çekmektedir.

StandWithUs adlı kuruluş, A.B.D. merkezli bir örgüt olarak, kar amacı gütmeyen, eğitim kurumu niteliğinde çalışma yapmaktadır. A.B.D., İsrail, İngiltere ve Kanada'da toplam 18 ofisle temsil edilen ve birçok kıtada etkinlik düzenleyen örgütün amaçları arasında Antisemitizm ile mücadele etmek, Arap – Yahudi sorununda kanaat oluşturmak gibi konular vardır. Kampanyalar, seminerler, konuşmacılar aracılığıyla eğitim veren kurum, 18 dilde paylaşım yapabilecek farklı sosyal medya sayfalarına sahiptir (StandWithUs, t.y.).

Hasbara konusunda etkili olan, Zionist Organization Of America, Committee For Accuracy In Middle East Reporting In America (CAMERA), Nefes B'Nefes, Jewish People Policy Institute, The Israel Project, National Union Of Israeli Students, Jewish United Fund, Reut Institute, Jewish Internet Defence Force, Jewish Community Center gibi daha birçok sivil örgüt sayılabilir. Sivil örgütleri tek tek açıklamaktan çok, öne çıkan bazı özelliklerden bahsetmek yerinde olacaktır. Bazı resmi destekli örgütleri de dahil etmek üzere, Hasbara örgütlerinde katılımcılara burs verme, onları İsrail'e davet edip İsrail'de eğitim verme, staj imkanı sağlama, sosyal medya etkinliklerinde

görevlendirme, tarihi, dini ve sosyal içerikli geziler düzenleme, bağış toplama gibi nitelikler öne çıkmaktadır. Özellikle bağış konusu “kar amacı gütmeyen kurum” ve “hayır kurumu” tanımına sahip İsrail yanlısı sivil örgütler için önemlidir. Doğrudan veya dolaylı olarak Hasbara’ya katkı sağlayan sivil kuruluşlar kapsamında, A.B.D.’deki sivil örgütler bağış toplayarak önemli bir güç elde etmektedirler. Hayır kurumları üzerine yapılan bir araştırmada, içinde 23 A.B.D.’li (1 tanesi Rusya kökenli) Yahudi hayır kurumu, bağış toplama gücüne göre, 2008 itibarıyla “ilk 400” listesine girmeyi başarmışlardır. Bu 23 kurumun en az bağış toplayanı yıllık 55 Milyon Amerikan Doları (USD) toplarken, en başarılısı 398 Milyon USD’yi görmüştür (Berkman, 2009). Başka bir ayrıntı olarak, Hasbara ve İsrail lobileri kesişimindeki kayda değer sivil oluşumlarının, çalışmalarını advocacy (savunma) kavramı ile ilişkilendirdiği görülmektedir. Bu örgütlerin Hasbara’ya olan etkilerinin yanında daha kapsamlı olarak dünyadaki tüm Yahudi toplumunun çıkarları ve savunması için de çalıştıkları görülmektedir.

4.2.3. Yahudi Lobisi

Lobi (lobby) sözcüğü Latince kökenli bir sözcük olarak, eski dönemdeki manastırların önündeki veya içindeki üstü örtülü, kenarları sütun ve kemerlerle süslenmiş yürüyüş yolu veya koridor olarak (cloister) tanımlanabilir (Etymonline, t.y.). Bu kökle bağlantılı olarak, İngiltere’deki Avam Kamarası tarihindeki, politik grupların toplandığı oda vb. bölümler de göz önünde bulundurulursa (Keitch, 2014), lobi sözcüğü politik görüşmelerin, “kayıt dışı” sohbetlerin yapıldığı bir tür mekan olarak betimlenebilir. Günümüzdeki lobi sözcüğü de yine bu köke bağlı olarak, bir ülkedeki politikayı ve politikacıları etkilemek için çalışma yürüten çıkar grubu olarak genel anlamda tanımlanabilir ki lobiciler için politikacıların bulunduğu her mekan, lobi faaliyetleri kapsamında görüşme yapmak için fırsat sayılabilir. Lobiciliğin ilk örnekleri 19.yy’de A.B.D.’de görülürken, 1946 yılında Amerika’da çıkarılan kanunla lobilerin kayıtlı hale gelmesi amaçlanmıştır (Ünal Erzen, 2012; s. 36).

İsrail lobisi, İsrail Devleti ve Yahudi çıkarlarını korumak amacıyla çalışma yapan, farklı ülkelerde örneklerine rastlanabilecek kapsamlı bir oluşum olarak

tanımlanabilir. İsrail lobisi son birkaç yüzyılda adından söz ettiren bir oluşum gibi görünse de tarihteki kökenini diasporalara dayandırmak mümkündür. Eski çağlardaki sürgünler ile farklı ülkelere dağılmış olan Yahudiler, sürgün topraklarda o bölgenin kültürüyle kaynaşmış veya tekrar İsrail bölgesine dönmeye çalışmışlardır. Bu tür tarihi olaylar sonucunda çok farklı coğrafyalarda yaşamış Yahudi grupları, kendi cemaatlerinin varlığını, çıkarlarını, kültürlerini ve güvenliğini korumak amacıyla kenetlenmeye ve birlik olamaya gayret etmişlerdir. Bulundukları yabancı topraklarda zaman zaman ekonomik durumlarını güçlendirirken, zaman zaman idari birimlerde yüksek kademelerde görev alabilmişlerdir. Antik Mısır, Babil ve Hazar Kağanlığı dönemleri bu konuda örnekler barındırmaktadır. 19.yy Avrupası'ndaki Yahudiler'in sosyal, siyasi ve ekonomik durumları ise Yahudiler'in kenetlenmesi için ayrı bir önem taşımaktadır. Yahudiler, Herzl'in "Yahudi Devleti" kitabında yorumladığı gibi Avrupa'da farklı etnik ve dini gruplar tarafından farklı alanlarda ayrımcılığa maruz kalırken, olayların ölümcül hale gelmesi Yahudi tarihindeki kırılmaya neden oluşturmuştur. Bu koşullarda daha da kenetlenen ve örgütlemeyi arttıran Yahudiler, sonuç olarak Siyonist Kongre ile siyasi etkilerini, kendi potansiyelleri çerçevesinde ve sivil boyutta yüksek seviyeye ulaştırmışlardır. Bu seviyenin sonucu olarak imparatorlukların liderleri ile görüşecek ve taleplerini iletebilecek noktaya gelebilmişlerdir. Kendi ulusal devletlerini kurmayı hak ve çözüm olarak gören Yahudiler, yine yabancı bir ülkenin yayımladığı deklarasyonun desteği ile siyasi varlıklarını farklı bir aşamaya geçirebilmişlerdir. Nihayetinde İsrail Devleti kurulmuş ve sivil grupların örgütlü çalışmaları karşılığını bulmuştur. Bu tarihi geçmiş ve devletleşmeye giden süreç İsrail lobisinin temeli olarak gösterilebilir, İsrail Devleti'nin kurulması sonrası süreç ise günümüz İsrail lobisi için ayrı bir dönem olarak sayılabilir. Çünkü yeni dönemde lobicilik, Yahudi devleti kurmak ve Yahudiler'e güvenli bir bölge yaratmak üzerine değil, mevcut yeni devleti ve dünyadaki bütün Yahudiler'i koruyup geliştirmek için çaba sarf etmeye odaklanmıştır.

Dünyanın farklı ülkelerinde çalışma yapan Yahudi lobilerine bakıldığında Avrupa ve Amerika kıtasındaki Yahudi lobilerinin öne çıktığı söylenebilir. Avrupa kıtasında İngiltere merkezli Conservative Friends Of Israel, Belçika merkezli European Friends Of Israel, İspanya merkezli Friends Of Israel Initiative gibi

örneklerine rastlanan lobilerin AB’de etkili olmaya çalıştıkları görülebilir (Purkiss, 2016). Yahudi lobilerinin en güçlü oldukları yer ise A.B.D.’dir. Konuyla ilgili olarak Yahudi lobilerinin ana çekirdeğini Amerikan Yahudileri’nin oluşturduğunu belirten Ünal Erzen (2014; s. 91) İsrail yanlısı adaylara oy verme, mektup yazma, ekonomik destek sağlama, İsrail yanlısı oluşumlara destek verme gibi çalışmaları A.B.D.’deki Yahudi lobilerinin çalışmaları kapsamında değerlendirmiştir. Bu lobiler hakkında Terry (2013; s. 101)’in değerlendirmesi şu şekildedir:

“Siyonist lobi İsrail’i, Yahudi Amerikan gruplarını, bunların devlet içindeki müttefiklerini ve diğer Siyonist taraftarı çıkar gruplarını kapsayan çok kollu bir güçtür. İsrail ve Siyonist lobi çoğunlukla bir Arap ve Müslüman karşıtı lobi olarak davranmaktadır. A.B.D.’deki Siyonistler İsrail’e Amerika tarafından koşulsuz finansal yardım ve BM’de destek verilmesini ve Orta Doğu konusunda İsrail taraftarı, Arap karşıtı politikalar izlenmesini savunmaktadırlar. Siyonist lobi; Arap – İsrail çatışması, Orta Doğu tarihi ve Filistinliler’in kendi kaderini tayin hakkı konusunda açık ve nesnel bir tartışma yürütülmesini engellemek için hummalı bir faaliyet yürütmektedirler.”

A.B.D.’deki Yahudi lobilerini oluşturan sivil örgütlere bakıldığında, Yahudi sivil toplum örgütlerinin sayılarının 2014 verilerinde 3600 civarında olduğu ve bu kurumlar tarafından toplanan bağışların 38%’inin İsrail’e aktarıldığı belirtilmektedir (Dünya Bülteni, 2014). Yahudi lobilerinin 1990 – 2011 yılları arasında A.B.D.’deki seçimlere yaptığı bağışların 56 Milyon USD’yi aşmış olması, Amerikalı Museviler’in 94%’ünün, A.B.D. seçimleri için kritik önemi olan bölgelerde yaşıyor olması, A.B.D. nüfusunun 2%’den daha az bir kısmını oluşturan Amerikalı Yahudiler’in, aynı anda dolar milyarderlerinin 50%’sini oluşturması, Amerikalı Yahudiler’in siyaset ve ekonomi konularında A.B.D.’ye etki etme güçleri hakkında fikir vermektedir (NTV, 2011). Amerikan Yahudi lobileri arasında İftira ve İnkarla Mücadele Birliği (ADL) ve AIPAC lobi olarak öne çıkarken, A.B.D.’deki 30’dan fazla lobiyi kapsayan bir kurum olarak Büyük Amerikan Yahudi Kuruluşlarının Başkanları Konferansı (CoP) önemli bir çatı örgütü olarak ön plandadır (Terry, 2013; s. 104).

A.B.D.’deki Yahudi lobilerinin genel anlamda dünyadaki Yahudi toplumu ve İsrail Devleti için yaptığı çalışmalar Hasbara’ya da katkı sağlamaktadır. Lobilerin

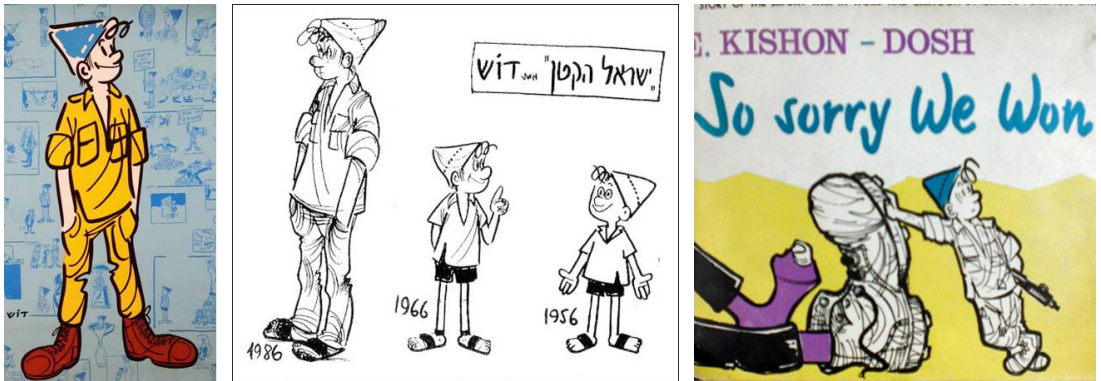
elindeki maddi ve siyasi güç Hasbara çalışmalarının etkisini arttıracak niteliktedir. Lobiciliğin siyasetteki yerinin yanında, özellikle medyanın Hasbara açısından önemine bakılırsa, Amerikan Yahudi lobilerinin Amerikan medyasında büyük bir güce sahip olduğu söylenebilir. A.B.D.'nin en yüksek izlenme oranlı televizyon kanallarının sahipleri ve medya yapımcıları, yüksek tirajlı basın organlarındaki yazarlar, Amerikan sinemasındaki yönetmen ve senaristler arasında Yahudiler'in etkili olduğu vurgulanmaktadır (Şalom, 2008). Bahsi geçen Yahudi medya odaklarının, Yahudi lobisinin çıkarlarını kollayan yayınları destekleme ihtimali yok sayılamaz. Ayrıca A.B.D. medyasının televizyon, sinema, internet gibi ortamlarda dünya popüler kültüründeki baskınlığı da göz önünde bulundurulursa, bu tür bir medya bağı ve gücü hem lobicilik için medyada siyasi baskı kurma imkanını, hem de Hasbara için İsrail'in ve Yahudiler'in çıkarlarını koruyan yayınları büyük kitleleri ulaştırma imkanını sağlamaktadır.

4.3. İsrail ve Markalaşma

American Marketing Association (Akt. Haaften, t.y.)'a göre marka, kişiye veya topluluğa ait mal veya hizmeti tanımlamayı ve rakiplerinden ayırt etmeyi amaçlayan, ad, şekil, sembol veya bunların karışımından oluşan bir tasarımdır. Ticari markadan farklı olarak, devletlerin veya ulusların markalaşması da mümkündür ve bu markalaşma hem ticari hem siyasi olabilir. “Ulusal Marka” veya “Nation Branding” olarak ifade edilen bu çalışma, imaj, sembol, ilişki kurma, kitle iletişimi kullanımı gibi konularda kamu diplomasisi ile benzerlik gösterebilir (Ünal Erzen, 2014; s. 112). Markalaşarak yerel halkın veya yabancı toplumların dikkatini çekmek ve sempatisini kazanmak, bunun sonucunda ülke turizmine ve ekonomisine katkı sağlamak, ticari bir markalaşma amacı olarak sayılabilir. Siyasi amaçlarla markalaşma çabası ise ülkenin marka üzerinden yerli ve yabancı toplumlar üzerinde olumlu etki bırakma ve güven oluşturma, devleti kurumsal ve güçlü gösterme veya kendi halkını kenetleme girişimi olarak açıklanabilir. Bu anlamda devletlerin markalaşması, sivil unsurları etkileme amacı güden ve kamu diplomasisiyle ilişkilendirilebilecek bir girişim olarak görülebilir. Ünal (2017; s. 2)'a göre ulusların imajlarını olumlu yönde oluşturma,

güçlendirmesi ve sürdürülebilir hale getirmeleri marka yaratma çalışmasıyla ilgiliyken; marka daha çok, değerlere ve kültüre odaklı olarak yabancı toplumlarla ilişki kurmada önemli role sahiptir.

İsrail Devleti'nin marklaşma girişimlerine bakıldığında öne çıkan iki çalışmadan örnek verilebilir. Bunlardan ilki Srulik (שרוליק) adlı karikatür ve çizgi film karakterinin zamanla İsrail toplumunda simge haline gelmesidir. 1950'lilerde Gardoş tarafından çizilen karikatür, başta Yisrael adıyla anılırken zamanla İsrail toplumunda Srulik olarak benimsenmiştir (Karpel, 2006). Srulik, giyim tarzı olarak İsrail'in kuruluş öncesi dönemdeki, Filistin topraklarında kalkınmaya çalışan Yahudi halkın giysisilerini giyen bir karakterdir. Bu yönüyle, yeni İsrail Devleti'nin enerjisi yaşayan İsraili'leri simgelemiştir. Özellikle başına taktığı "kova tembel" denilen şapka ve giydiği kısa pantolon o yıllara dair izler taşımaktadır. Zamanla farklı şekillere giren, dönemin siyasi olaylarına göre karikatürize edilen Srulik, topluma örnek olmaya çalışan, özellikle İsrailli gençlere hitap eden bir tarza sahip olmuştur. Hatta dönemin siyasi – askeri gerilimlerine göre, omuzunda silahı ile de resmedildiği olmuştur. Ticari bir basın organında karikatür olarak ortaya çıkan Srulik, devlet eliyle kasten tasarlanmasa da, topluma etki etme açısından zamanla simgeleşmiş, ayırt edici olmuş bir karakterdir ve bu yönüyle marka tanımına kısmen uyan, devleti simgeleyen niteliğe sahiptir. Srulik'in ayırt edici bir başka özelliği de yabancı toplumlardan çok İsrail toplumuna yönelik etkiye sahip olmasıdır.



Görsel 4: Asker Srulik, ülkesi için göreve hazır (Solda), (farkash-gallery.com).

Görsel 5: Yıllar geçtikçe büyüyen Srulik ve açıklamada “Küçük İsrail” (Ortada), (www.yadvashem.org).

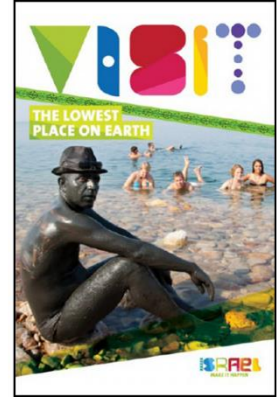
Görsel 6: 1967 Arap – İsrail Savaşı'nda Srulik tüfeğiyle birlikte (Sağda), (images.artnet.com).

İsrail Devleti'nin ulusal marka yaratma ve uluslararası boyutta dikkat çekme konusundaki resmi girişimi Brand Israel (מיתוג ישראל), 2004'ten itibaren farklı süreçler geçirmiştir. Bu girişimler içinde en dikkat çekici logo tasarımı, 2013'teki tasarlanmış olan, "İsrail: Yaratılışın Ülkesi" sloganıyla birlikte sunulan, hala da kullanımda olan logodur (Chang, 2016; s. 2). İsrail Dışişleri Bakanlığı ve Başbakanlığı'nın öncülük ettiği çalışmada, markalama ile İsrail'in militarist ve din ile ilgili yönlerinin yerine, güncel ve modern yönünü göstermek amaçlanmıştır (Schulman, t.y.). İsrail'in markalaşma sürecinde görev almış Aharoni, İsrail'in sanatını, kültürünü, çevreci teknolojilerdeki ve yüksek öğrenimdeki başarılarını, uluslararası yardımlara katılmasını, tanıtımını yapmaya değer bulmaktadır (Ruda, 2017). Başka bir İsrailli yetkili Meir ise Amerika ve Avrupa'da markalaşma kampanyası yapmanın amaçlandığını belirtmiştir (Popper, 2005). İsrail'in Orta Doğu'daki din ve etnisite temelli yaşadığı sorunlar, askeri gerilimler göz önünde bulundurulduğunda, İsrail'in, dünyada özellikle Filistin sorunu ile birlikte anılmaktan rahatsızlık duyduğu, bu rahatsızlığı, İsrail'in farklı özelliklerini öne çıkararak aşmaya çalıştığı görülmektedir. Dolayısıyla, ağırlıklı olarak yurt dışına mesaj verme kaygısıyla ilişkilendirilebilecek bu markalaşma sürecini önce kamu diplomasisi kapsamında, sonra turizm ve yatırım gibi ticari konular kapsamında değerlendirmek yanlış olmayacaktır.



Görsel 7: İsrail Dışişleri Bakanlığı'nın web sitesinde de bulunan ana logo (Solda), (images.newindianexpress.com).

Görsel 8: Turizm amaçlı olarak farklı İsrail şehirlerinin kullanımı (Sağda), (travelweekly.co.uk).



Görsel 9: Logonun değişik tasarımları (Solda), (thedigitalsabra.wordpress.com).

Görsel 10: “Kutsal Toprak Deneyimi” ve “Keşif” temalı turistik afiş (Ortada), (www.ayalzaum.com).

Görsel 11: “Ziyaret” başlıklı, Tuz Gölü’nden bir kesit içeren afiş (Sağda), (www.ayalzaum.com).



Görsel 12: Tekstil ürünlerinde marka kullanımı (Solda), (www.ayalzaum.com).

Görsel 13: Sportif etkinlik içeren bir görselde logonun farklı kullanımı (Sağda), (bit.ly).



Görsel 14: Fuarda markanın kullanımı (Solda), (www.ayalzaum.com).

Görsel 15: Turizmle alakalı olabilecek bir araç üzerine logo giydirme (Sağda), (www.ayalzaum.com).



Görsel 16: Markaya ait tasarımların sergisi (Solda), (www.ayalzaum.com).

Görsel 17: EXPO 2017 Fuarı'nda markanın sunumu (Sağda), (mfa.gov.il).



Görsel 18: SXSW 2012 Etkinliği için İsrail Konsolosluğu'nun tasarlatığı "Made In Israel" temalı ürünler, mobil uygulama ve sosyal medya sayfası örnekleri, (www.wyattbrand.com).

İsrail'in devlet olarak markalaşma çabasının yanında, ihraç ettiği ürünler üzerinden de İsrail imajını pekiştirme imkanı bulunmaktadır. Doğrudan bir marka adı vermeden, endüstriyel olarak konuya yaklaşıldığında, İsrail'in belirli endüstrilerde kendi potansiyeline göre çok verimli işler çıkardığı söylenebilir. 2018 verilerine göre İsrail'in ihracatında en çok payı alan ilk 10 sektöre bakıldığında elektrikli makine ve ekipmanlar, yazılım içeren makine, uçak, uzay aracı, ilaç, optik, tıbbi cihaz gibi

sektörlere rastlanmaktadır (Workman, 2019). Özellikle yüksek teknoloji ve tıp sektörüne yapılan ihracın İsrail için yüksek seviyede olması önemlidir. Hasbara ile ilgili sosyal medya ortamlarında İsrail’i savunan yayınlarda sıklıkla teknolojik ve tıbbi yeniliklerle İsrail’in adı birlikte anılmaktadır. Askeri ve siyasi gerginliklerle anılmak yerine bu tür inovatif konularla gündeme gelmek Hasbara açısından İsrail için olumlu bir durum gibi görünmekle birlikte; İsrail’in bu sektörlerde başarılı olması, Hasbara yayınlarını tutarlı kılmaya yarar sağlamaktadır. Bu konuda yorum olarak, İsrailli özel marka adlarından çok, İsrail’in endüstri sektörleri ile markalaşmaya yakın olduğu söylenebilir. Örneğin, teknoloji ile ilişkili olarak İsrail’in savunma sektöründe dünya çapında tanınmış bir geçmişi bulunmaktadır. Uzi silah, Merkava tank, Heron insansız uçak, Kipat Barzel – Demir Kubbe radar ve savunma sistemleri gibi askeri unsurlar İsrail’in hacim olarak küçük bir ülke olmasına rağmen, savunma sanayisinde adından söz ettirmesine ve savunma endüstrisinde marka gibi anılmasına katkı sağlayan örneklerdir. Son yılların verisine göre, dünyanın en inovatif, teknolojik yenilik üreten şehirleri sıralamasında İsrail’in Tel Aviv şehri “İlk 50” içine girebilmiş ve 44. sırada yer almıştır (Leskin, 2019). Bunun yanında, ilk örnekleri 1960’lardan başlayarak, Microsoft, Motorola, Apple, Google, Cisco, Intel, IBM gibi dünyanın önde gelen teknoloji firmaları Ar-Ge çalışmaları kapsamında İsrail’de de tesisleşmeye gitmişlerdir (Israeli Consulate Of Philadelphia, t.y.). İsrail’in teknolojiye askeri anlamda ihtiyacı olduğu kadar ülke tanıtımı ve ekonomisi için de ihtiyacı olması, İsrailliler açısından anlaşılmış gibi görünmektedir. Ek olarak Moser (Akt. Danan, 2018)’in yorumundan bahsedilebilir. Politik danışmanlık ve yatırımcılık konularıyla ilgili İsrailli Moser, yurt dışında gittiği her yerde, İsrail için en iyi elçinin teknoloji olduğunu belirtmektedir.

4.4. Washing Terimleri ve Hasbara

Hasbara karşıtı yayınlarda, İsrail’in Hasbara çalışmalarında “washing” ile ifade edilen teknikleri kullandığını iddia eden yazılara rast gelmek mümkündür. Washing (yıkama – göz boyama) teknikleriyle, belirli bir olayla ilgili gerçeği geri plana atma, farklı bir konuyla öne çıkma amacı güdülmektedir. Özellikle İsrail – Filistin

anlaşmazlıklarında İsrail'in, kendi yaptığı uygulamalardan bazılarını öteleme, onun yerine İsrail için uluslararası arenada olumlu etki yaratabilecek konuları öne çıkarma çabası gözlemlenebilir. Washing terimlerinin türlerine bakıldığında art washing, tech washing, pink washing, white washing, faith washing gibi kavramlara sıkça rastlanmaktadır. Tekrar vurgulamak gerekirse, bu terimleri genelde Hasbara çalışmalarına karşı olanların tercih ettiği hatırlanmalıdır.

4.4.1. Tech Washing

Kişi veya kurumların teknolojik gelişmeleri ön plana çıkararak kendilerini olumlama, eksik veya olumsuz yönlerini unutturma çabası tech washing olarak tanımlanabilir. İsrail'in sürekli olarak kendisini “yüksek teknoloji geliştiren ve doğa dostu bir ülke” olarak tanıtmaya dair örnekler verilebilir (Winstanley, 2018). Bu konuda özellikle “israel21c” adlı web sitesi İsrail ile ilgili teknolojik içeriklere düzenli olarak yer vermektedir. Sürekli olarak İsrail'in teknolojik gelişmeleriyle ilgili haberlere maruz kalınması sonucunda, İsrail'in Filistin'e karşı yaptığı hamlelerin hatırlanması yerine, teknolojiye ve gelişime adanmış bir İsrail'in zihinlere yerleşmesi kısmen mümkün olabilir. İsrail kendini teknoloji üzerinden tanıtırken, Filistin'i sürekli olarak “terör” ile özdeşleştirmeye çalışmaktadır. İsrail Hava Kuvvetleri'nin eski bir pilotu olan Şalom, Hasbara ile ilgili önerilerini açıklarken, İsrail ile ilgili tehdit ve savunmaları yumuşak konularla dengelemeyi, İran'ın nükleerleşmesine karşı İsrail'in damla sulama çalışmalarının konu edilmesini önermektedir (Shalom, 2014).



Görsel 19: İsrail Başbakanlık Basın Ofisi'nin birer ay arayla yaptığı İsrail'e ait tıp teknolojisi ile ilgili paylaşımı ve Filistin'le ilgili terör paylaşımı, (twitter.com).

4.4.2. Pink Washing

Pink washing terimi cinsel özgürlük hareketlerinin politik çıkarlar amacıyla hükümetler tarafından uygun görülmesidir (Fem Newsmagazine, 2019). Burada hükümetlerin konuyu gerçek anlamda uygun bulmalarından çok, çıkarları doğrultusunda uygunmuş gibi kabul etmeleri söz konusudur. Ayrıca özel kurumların, satışlarını veya bağışlarını arttırmak amacıyla farklı cinsiyetlerle alakalı konulara karşı ilgili olduğunu kamuoyuyla paylaşması da pink washing ile ilişkilendirilmektedir. Örneğin özel kurumların meme kanserine destek mesajı yayınlayarak, kendi imajlarına katkı sağlama girişimleri gibi (Your Dictionary, t.y.).

2007 yılında dönemin İsrail Dışişleri Bakanı Livni'nin, Aharoni'yi İsrail'in markalaşması ile ilgili konularda yetkilendirmesi ve maddi olarak desteklemesi sonrası, İsrail'in konsolosluk görevlisi Saranga, 2007 yılında Maxim adlı magazin dergisi aracılığıyla Hasbara kapsamında, İngilizce içerikli bir çalışma gerçekleştirdi. İsrail ordusunda görevli olduğu belirtilen kadın askerlerin meta olarak kullanıldığı bu çalışmada, kadınların güzellikleri kullanılırken, genç erkekleri etkilemek amaçlanmıştır (Schulman, 2016).

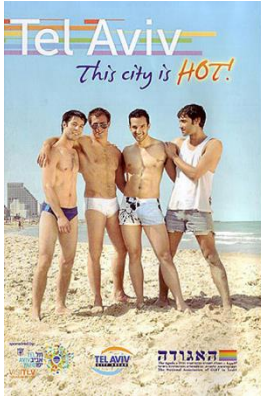


Görsel 20: Maxim dergisinin İsrail ordusunda görevli kadın askerlere dair içeriği, (most-beautiful-women.blogspot.com).

Maxim dergisinde çıkan bu içeriklerin web sayfasında bu askerlerin özellikleri de belirtilmiştir. Gal, fizik – kondüsyon ile ilgiliyken, Yarden istihbaratçıdır, M-16 tüfekte atış yapmayı sevmektedir ve ordudan ayrılalı beri hiçbir şeyi veya kimseyi vurmamıştır. Nivit de istihbaratçıdır ve Arapça çalışması dışında diğer konularda açıklama yapmamaktadır. Natali donanmada haberleşmecidir (muhaberat). Yazının giriş kısmındaki vurguda, onların müthiş çekici olduğu ve Uzi tüfeği saniyeler içinde

parçalara ayırabildikleri yazılırken, İsrail ordusunun kadınlarının dünyanın en seksi kadınları olup olmadığı sorulmaktadır (Maxim Staff, 2007). Pink washing kapsamındaki bu tür bir içerikle hedef kitlenin, İsrail askerleri dendiğinde güzel ve yetenekli kadın askerleri hatırlaması amaçlanmaktadır.

İsrail'in markalaşma sürecinde eşcinsellerin ilgisini çekme girişimleri olmuştur. 2010 yılında İsrail Devleti, eşcinsel turizmini geliştirmek için Tel Aviv Belediyesi'ne 94 Milyon USD yatırımda bulunmuştur (Schulman, 2016). Pink washing açısından olaya bakılırsa “bu tür girişimlerde İsrail Devleti'nin insan hakları ve cinsel özgürlük konusunda duyarlı olduğu mesajı verilmeye çalışılmakta, İsrail'i ilgilendiren diğer insan hakları ihlalleri gözden kaçırılmak istenmektedir” yorumu yapılabilir. Zıt bir bakış açısına göre; bir web kaynağında (No Pinkwashing, t.y.) pink washing tanımını yapmak için özellikle kurulan sitenin logosunun altında “İsrail ayrımcılığına hayır” yazarken, bu kaynakta pink washing teriminin İsrail'in insan haklarına saygılı olma özelliğiyle alay edilmek için uydurulduğu, İsrail'in eşcinsel haklarını Hasbara için kullanmadığı, gerçek anlamda savunduğu belirtilmiştir.



Görsel 21: Tel Aviv Belediyesi logolu bir afiş: “Bu şehir SICAK!” (Solda), (www.thetower.org).

Görsel 22: Tel Aviv Belediyesi'nin binasında Pride Week 2014 kutlaması (Sağda), (www.thetower.org).

4.4.3. Art Washing

Sanat ve popüler kültür unsurları ile ilişkilendirilen art washing kavramında, sanatın veya sanatçının değeri, popülerliği ve saygınlığı üzerinden değer yaratma girişimi amaçlanmaktadır. İsrail ile ilişkili olarak, sanat üzerinden değer yaratma konusunu açıklamak gerekirse; yurt dışından İsrail'e gelen bir sanatçının İsrail'de sahne alması, Filistinliler'e karşı yapılan işgal ve el koymaları haklı çıkarmak anlamına gelmektedir. Sanatçıların bu durumu görmezden gelmesi İsrail için bir kazanç sayılabilirken, haksızlığa karşı İsrail'de sahne almak istememeleri İsrail için olumsuz bir durumdur. İsrail Devleti açısından ise devlet destekli olarak ülkeye davet edilen sanatçılarla, kültür – sanat üzerinden devlet politikalarının desteklenmesi amaçlanmaktadır (Yafai, 2018).

Popüler sanatçılar birçok ülkeyi ziyaret ettikleri gibi İsrail'i de ziyaret etmektedirler. Buna rağmen İsrail – Filistin sorunu ve çatışmaları bazen sanatçıların İsrail'e karşı tavır takınmasına neden olmaktadır. Buna uygun en dikkat çekici örnek, 2018 yılında Yahudi kökenli Natalie Portman'ın Yahudi Nobeli olarak yorumlanan Genesis ödülünü almayı, İsrail – Filistin çatışmalarından dolayı İsrail'e tepki olarak, reddetmesi ve törene katılmamasıdır (The International, 2018). İsrail'in Hasbara çalışmalarına karşı uğraş verenler art washing konusunda da girişimlerde bulunmakta olsalar bile çoğu zaman başarısız olmaktadır. A.B.D.'li pop yıldızı Madonna'nın Eurovision 2019 İsrail etkinliğine katılmaması için, BDS grubunun yaptığı çağrı karşılık bulmamış ve Madonna etkinliğe katılmıştır (TeleSur, 2019). Benzer olarak İngiliz müzik grubu Radiohead de İsrail'e karşı yapılması teklif edilen boykota katılmamış ve İsrail'de konser vermiştir (The Guardian, 2017).

4.4.4. Faith Washing

Faith washing kavramı farklı inançlara sahip toplulukların, temelde uzlaşmasalar bile uzlaşma ve anlayış içinde olduklarını göstererek, yapay bir barış ortamı havası yaratma girişimi olarak yorumlanabilir. Başka bir yaklaşıma göre, dinler arası görüşme girişimlerinin bazıları, baskı altında olan veya haksızlığa uğrayan tarafın tepkisinin bir süre sonra kamuoyunda normalleşmesine neden olması açısından olumlu

sayılmamaktadır (Boycott MLI, t.y.). Hasbara açısından bakılırsa, İsraili Museviler'in çevre ülkelerdeki Müslüman Araplar'la yaşadığı sorunlarda kalıcı bir çözüme ulaşamaması, bununla birlikte Filistinli Müslümanlar üzerinde baskı kurması İsrail açısından uluslararası ortamda olumsuz bir durumdur. Bu olumsuz durumu aşmak için İsrail'e bağlı dini unsurların farklı dini topluluklarla görüşme halinde olması, barış yanlısı olduğunu ispatlama girişimi, İsrail'in faith washing ile ilişkilendirilmesine ortam sağlamaktadır. Buna rağmen İsrail'in Museviler haricindeki dini oluşumlarla barış içinde yaşama isteğinin bilimsel ispatının net olmayışının yanında, İsrail'in dinler arası diyalog çabalarını tamamen faith washing üzerinden olumsuzlamak da net bir sonuç vermeyecektir. Bu konu hakkında göz önünde bulunan en net ayrıntı İsrail'in, bölgesindeki farklı dinler için kutsal sayılan yerlerde paylaşımcı olmak yerine baskın olma çabasıdır. Bu gibi durumlar İsrail'in farklı dini gruplarla iletişim kurma çalışmalarının faith washing olarak yorumlanmasına neden olabilir.

Din kapsamlı diyalog girişimlerine bakıldığında; 2013 yılında İsrail merkezli ve Museviler'in ağırlıkta olduğu Shalom Hartman Institute, Müslüman Liderliği Girişimi adı altında bir oluşum gerçekleştirerek, Müslüman ve Museviler'in İsrail – Filistin sorununa dair dini, siyasi açılardan olaya bakmalarını sağlayacak bir çalışmaya başlamışlardır, Çalışma grubu daha çok Kuzey Amerika'daki Müslüman ve Museviler'in katılımına odaklanmıştır (Shalom Hartman Institute, t.y.). Başka bir örnek, Jewish Voice For Peace adlı grubun 2015'te gerçekleştirdiği toplantıdır. A.B.D. merkezli sivil toplum kuruluşunun toplantısına Musevilik, Hristiyanlık, Müslümanlık, Budizm gibi farklı inançlara sahip 50'nin üzerinde inanç lideri katılmışken, toplantı "Filistin'de adalet" temasıyla gerçekleşmiştir (JVP, 2015). 2017 yılında ise Musevi liderlerin Bahreyn'i ziyaret etmesi örnek verilebilir. A.B.D. merkezli Simon Wiesenthal Center adlı sivil toplum kuruluşuna bağlı iki dini temsilcinin ziyaretinde, Bahreyn tarafından İsrail'in milli marşının çalınması ve İsrail Dışışleri Bakanlığı'nın olağan dışı olarak, ziyaretle ilgili Arapça açıklama yapması dikkat çekmiştir (Silverstein, 2017a). Yine 2017'de Jewish In Seattle adlı A.B.D. merkezli dergi Müslüman – Musevi diyalogu üzerine bir yayın yapmıştır. Bu yayını eleştiren Silverstein, yayına konu edilen Yahudi Wilkes'in İslamofobi fikrine sahip olduğunu belirterek, yayının samimiyetini sorgulamıştır (Silverstein, 2017b). Bu tür sosyal veya

siyasi temelli dinler arası iletişimlerin samimi olup olmadığı tartışmaya açık olmakla birlikte, sonuç olarak İsrail – Filistin sorununda kalıcı bir çözüme gidilmemesi, yapılan dini temalı görüşmelerin samimiyetsiz olduğu veya temel sorunun aslında dini değil ulusal olduğu ihtimalini akıllara getirmektedir. Musevi ve Müslüman grupların diyalog girişimlerinde dikkat çeken bir nokta da, ilk adımın genelde Yahudi destekçisi sivil toplum örgütleri tarafından atılması, bu örgütlerin organizasyonlara öncülük etmesidir. İlk adımı atmanın gerçekten barış istemekle ilişkilendirilmesi veya faith washing çabası olarak yorumlanması ise tam olarak kanıtlanamayacak karmaşık bir durumdur.

4.4.5. Green Washing

Yeşil sözcüğünden hareketle kullanılan green washing kavramı, siyasi sorunlarla ilgili konularda, çevreci veya doğayla ilgili konuları ön plana çıkararak, sorunun temelini geri plana itme çabası olarak tanımlanabilirken, ticari kurumların satışlarını arttırmak için de kullanabilecekleri bir yöntem olarak söylenebilir. İsrail’in kendi bünyesindeki çevreci yenilikleri yurt dışına anlatmaya çalışması ve çevre dostu ülke imajı kazanma girişimleri green washing kapsamında değerlendirilebilir. Ek olarak, Filistin – İsrail sorununda İsrail’in, Filistin’e ait toprakların bir kısmını işgal etmesi ve bu bölgelerde tarıma ve endüstriye dayalı çalışmalar yapması, yapılan çalışmaları yurt dışında tanıtmaları green washing kapsamında İsrail karşıtları tarafından eleştirilmektedir.

İsrail kökenli gazlı içecek firması SodaStream’in Filistine ait Maale Adumim bölgesinde üretim tesisi açması, devamında da İngiltere’de mağaza açması, işgal karşıtı aktivistlerin tepkisini çekmiştir. İngiltere açılışı sürecinde medyada firma ürünlerinin doğa dostu ve sürdürülebilir olması olarak tanıtılması, green washing çalışması olarak eleştirilmiştir (Cooper, 2012). Aynı firma görsel medya reklamlarında Yahudi kökenli Hollywood yıldızı Scarlett Johansson’u oynatmıştır (Levitt, 2014). Firma hakkında olumlu yaklaşıma sahip başka bir kaynakta ise firmanın üretim tesisinde Arap ve Yahudiler’in birlikte istihdam edilmesi olumlu olarak öne çıkarılırken, fabrika bölgesi hakkında “İslamcı Terör Örgütü HAMAS’ın

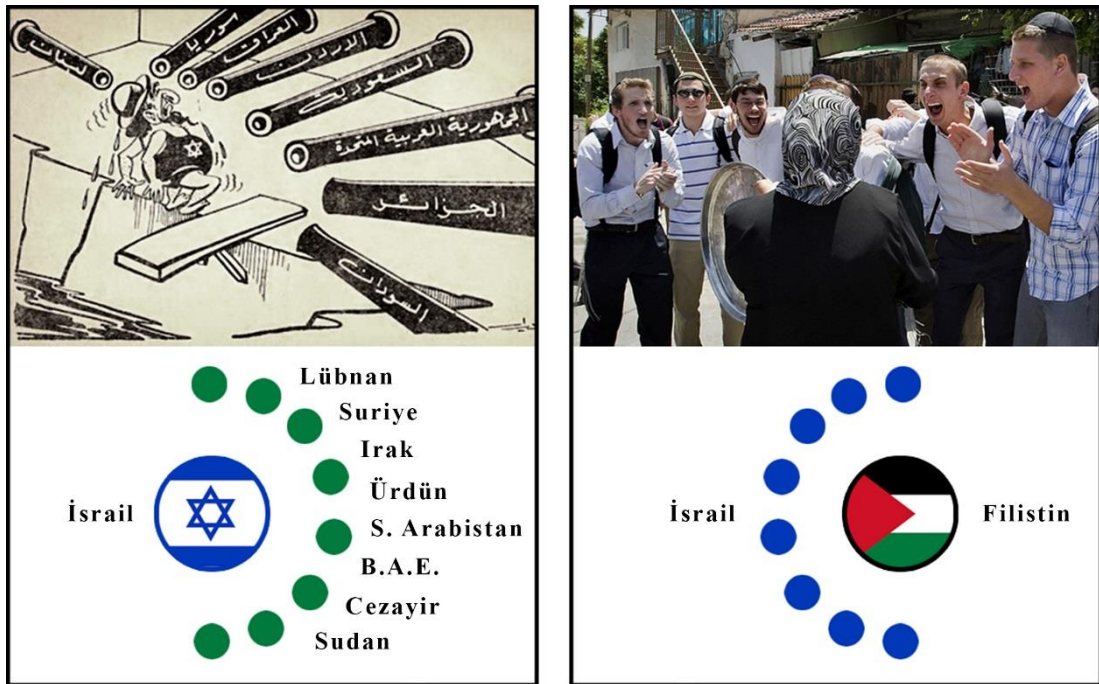
denetimindeki bölge” şeklinde bir ifade kullanılmıştır (Solomon, 2018). Green washing kavramının ticari boyutuna da kısaca değinmek gerekirse, Endüstriyel tasarım sektöründen Spectre, bazı şirketlerin, ürünleri için green washing’i kullandıklarını, çevre dostu olduklarını, öyle olmasalar bile, iddia ettiklerini, “yeşil” olmanın pazarlama açısından faydalı olduğunu belirtmektedir (Akt. Kandel, 2009).

4.5. Hasbara Açısından Argümanlar

İsrail’in, Hasbara açısından başarılı olabilmesi için, kullandığı savların mantıklı bir temele sahip olması gerekmektedir. Hasbara çalışmalarına bakıldığında, İsrail’i haklı göstermek için yararlanılan belirli konular öne çıkmaktadır. Tartışmaya açık olmakla birlikte, güvenlik kaygısı, terörle mücadele, Antisemitizm, ayrımcılık, toprak sorunu gibi konular Hasbara örneklerinin alt metninde görülebilecek başlıca Hasbara konularındandır. Özellikle sosyal medyada bu konulardan hareketle açıklama yapmaya çalışan Hasbara örneklerini görmek mümkündür.

4.5.1. Kuşatılmışlık Durumu ve Güvenlik Kaygısı

İsrail, gerek tarihi geçmişinden, gerekse devlet olarak kuruluş felsefesinden hareketle, bugünkü İsrail topraklarını büyütmeyi, buna bağlı olarak da komşu ülkelerinin topraklarını kendi sınırlarına dahil etmeyi amaçlayan bir devlettir. Buna bağlı olarak siyasi ve askeri çatışmaların düzenli olarak yaşandığı söz konusu topraklarda ülkelerin askeri anlamda güçlü olması gerekmektedir. İsrail’in güvenlik kaygıları, kendi bölgesindeki Arap ülkeleri tarafından çevrili olması ile ilişkilendirilebilirken, aynı şekilde İsrail – Filistin sorununda Filistin’in de İsrail tarafından kuşatılması durumu söz konusudur.



Görsel 23: İsrail'in bölgede Araplar tarafından kuşatıldığını anlatan karikatür (Solda), (elderofziyon.blogspot.com).

Görsel 24: Yahudi gençlerin Filistinli kadını kuşatıp, taciz etmesi (Sağda), (www.haaretz.com).

Bölgedeki toplumların ağırlıklı olarak Müslümanlar’dan oluşması, bu toplumların dolaylı veya doğrudan Filistin’e destek vermesi, İsrail’in bölge ülkeleriyle birlikte Türkiye ve İran gibi Arap olmayan ülkeleri de hesaba katmasına neden olmaktadır. İsrail’in, kendisine tehdit olarak gördüğü devlet ve örgütleri Hasbara çalışmaları ile terör kapsamında açıklamaya çalışması da bu bağlamda kısmen anlaşılır kabul edilebilir. Bunun yanında, İsrail’in güvenlik kaygılarının ülke içine de yansımaları olmaktadır. Örneğin, İsrail siyasi seçimlerinde, en güçlü adaylardan Binyamin Netanyahu’nun seçim afişinde “güvenlikte güçlü, ekonomide güçlü” sloganı kullanılırken, güvenlik üstte, ekonomi altta resmedilmiştir (AbuKhalil, 2019). Güvenlik kaygısının önde olduğu afişlerin İsrail toplumunda bir karşılığı olduğu sonucuna Netanyahu’nun defalarca başbakan olması ve 2019 itibarıyla görevine devam etmesi gerçeğinden ulaşmak mümkündür. Bir başka örnekte ise, İsrail’in önde gelen hastanelerinden birinin hazırlattığı reklam afişinde, doğmamış bebeğin asker olarak resmedilmesi, afişteki bebeğin ileride asker olunca İsrail Cumhurbaşkanlığı Nişanı’nı

alacağı senaryosu kullanılmıştır (Zonszein, 2018). 2018'deki bu afişte 2038 yılına gönderme olması da fetüsün askerlik çağına geldiği döneme işaret etmektedir. Bir reklamın etkili olabilmesi için, hitap ettiği kitlenin özelliklerine uygun olması gerektiği gerçeğinden hareketle, İsrail toplumunda erkek ve kızların askerlik yaptığı da hesaba katılırsa, bu reklam İsrail toplumu için askerlik hizmetinin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Bu önemlilik hali ve kızları da askere alma durumu, İsrail Devleti'nin güvenlik kaygılarıyla ilişkilendirilebilir.

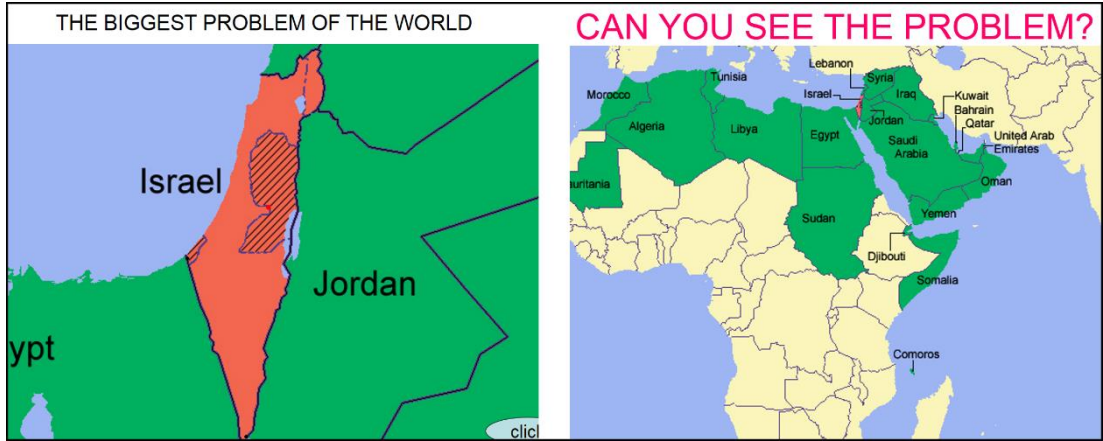


Görsel 25: Ntanyahu'nun otobüs üzerindeki 2009 yılına ait seçim afişinde “güvenlikte güçlü” sloganının üste yazılmış hali (Solda), (consortiumnews.com).



Görsel 26: Asker beresi takmış ve asker selamı veren bir fetüsün üstünde “2038 için Cumhurbaşkanlığı Üstün Nişanı”nı alıyor” açıklaması yazmakta olan afiş (Sağda), (www.timesofisrael.com).

İsrail'in güvenlik kaygılarına neden oluşturan kuşatılmış düşüncesi Hasbara çalışması sayılabilecek, internet ortamında paylaşılan sunumlarda da görülmektedir. Bu sunumlarda Yahudiler, Filistin'in İsrail tarafından kuşatıldığı tezini inkar ederlerken, Arap coğrafyasının toprak ve nüfus anlamında büyüklüğünü ve İsrail'in ona kıyasla küçük olduğunu vurgulayarak, aslında asıl kuşatılan ülkenin İsrail olduğunu belirtmektedirler. Bu sunumlarda gerçek sorunun İsrail olmadığı anlatılmaya çalışılmaktadır.



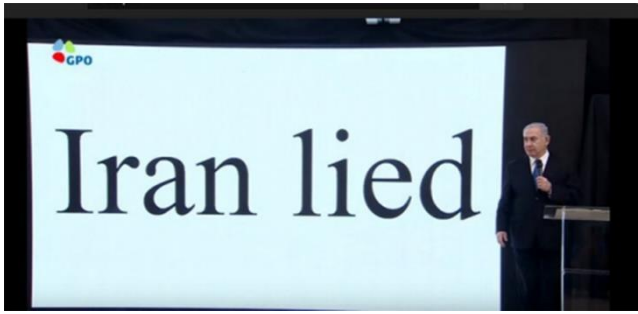
Görsel 27: İsrail'in Filistin'den büyük olduğu düşüncesine karşı, Arap coğrafyasında İsrail'in küçük kaldığını ve asıl sorunun İsrail olmadığını anlatan bir sunum, (www.middle-east-info.org).

4.5.2. İsrail'in Hedef Aldığı Yapılar

İsrail'in Orta Doğu'daki varlığının uzantısı olan toprak anlaşmazlığı, dini ve etnik sorunlar, İsrail karşıtı bazı kurum ve örgütlerin konuya dahil olmasını beraberinde getirmektedir. İsrail karşıtı başat yapı Filistin Devleti olurken, İsrail – Filistin anlaşmazlığı ve diğer dolaylı konular uluslararası boyut taşıdığı için, BM de konuya dahil olmaktadır. Filistin'in İsrail'e oranla askeri anlamda düşük seviyede olması, Filistin'in savunma şekli olarak geleneksel yöntemlerin dışında (gayri nizami, konvansiyonel olmayan veya gerilla tarzı) ilerlemesine neden olmaktadır. Bunun sonucunda da İsrail'in karşısında, HAMAS gibi silahlı örgütler ortaya çıkmaktadır. Başka bir İsrail karşıtı yapılanma olarak, özellikle Lübnan topraklarında barınan Hizbullah'tan bahsedilebilir. Hizbullah'ın Lübnan için, İsrail'e karşı bir dayanak oluşturmasının yanında, Hizbullah için çok önemli bir destek olarak, nükleer güç olma yolunda ilerleyen İran öne çıkmaktadır. Hizbullah'ın ağır silah konusunda teçhizatlanma çabası da İsrail için ayrı bir tehdit olarak gösterilebilir (Kühntopp, 2019). Bütün bunlara bağlı olarak, İsrail'in Hasbara çalışmalarında Filistin, HAMAS, İran, BM gibi kurum ve örgütlere karşı çalışma yaptığına dair örnekler verilebilir.

İsrail karşıtı çalışmalar yürüten yapılar içinde devlet olarak en donanımlı ülke İran'dır. Nükleer çalışmalar ile kendini geliştirmek isteyen İran'ın İsrail açısından büyük bir tehdit olması, İsrail medyasındaki içeriklerden rahatlıkla fark

edilebilmektedir. İran'ın İsrail karşıtı oluşumlara destek vermesine karşın, İsrail İran'ı terör destekçisi olarak dünyaya anlatmaya çalışmaktadır. İsrail yıllardır nükleer çalışma yapmasına rağmen, İran'ın nükleer çalışmalarını durdurması için uluslararası arenada uğraş vermektedir. A.B.D.'nin tanınmış haber kanallarından FOX News'e görüntülü röportaj veren İsrail Başbakanı Netanyahu, İsrail'in maruz kaldığı en büyük 3 tehdidi şöyle açıklamıştır, İran, İran ve İran (Blum, 2019).



Görsel 28: Netanyahu'nun "İran yalan söyledi" sözünü sunum şekli (Solda), (www.israelhayom.co.il).



Görsel 29: A.B.D.'deki İsrail lobileriyle ilişkili İran180 adlı grubun, dönemin İran Cumhurbaşkanı'nı sokak etkinliğinde nükleer füze ile karikatürize edişi (Sağda), (paperbird.net).

İsrail'in BM ile ilgili eleştirisi BM'nin bünyesindeki Arap devletleri üzerinden ilerlemektedir. İsrail bu ülkeleri doğrudan veya dolaylı şekilde terör destekçisi olarak tanımlamaktadır. Buna bağlı olarak, BM bünyesindeki Güvenlik Konseyi ve İnsan Hakları Komitesi gibi organlara bahsi geçen Arap ülkelerinin başkanlık etmesini eleştirmektedir. Geçmişte Saddam Hüseyin, Yaser Arafat, Muammer Kaddafi gibi isimlerin yönettiği ülkelerin BM bünyesindeki etkinlikleri, İsrail açısından BM'nin Arap ülkelere teslim olduğu anlamına gelmektedir. Son dönemde Kudüs konusunda BM oylamasında İsrail aleyhine sonuç çıkmasıyla birlikte, Netanyahu BM'yi "yalanlar evi" olarak nitelemiştir (VOA, 2017). İsrail'in BM konusundaki Hasbara çalışmaları verimsiz kalmaktadır. BM oylamaları katılımcıların genel kanısını yansıtmamasına rağmen, İsrail işine gelmeyen sonuçları "bağlayıcılığı yok" diyerek geçiştirmekte, BM'deki en önemli destekçisi A.B.D.'ye bel bağlamakta, ayrıca Filistin'le ilgili işgal ve insan hakları ihlallerini, Arap coğrafyasını terörle özdeşleştirerek aklamaya çalışmaktadır. Bütün bu etkisiz savların sonucunda BM konusunda İsrail için Hasbara

çalışmalarını A.B.D. içinde yapmaktan başka çare kalmamaktadır. BM bünyesindeki çoğunluk İsrail hakkında belirli bir kanıya sahipken ve İsrail yeri geldiğinde BM kararlarını yok sayarak kurumun itibarını düşürmeye çalışırken, İsrail karşıtı BM üyelerinin Hasbara çalışmalarından etkilenme ihtimalleri yok denecek kadar azdır.

4.5.3. Terörle Mücadele

İsrail, Filistin konusunda, Filistin için silahlı direniş yapan oluşumları terörist olarak tanımlamakta ve Hasbara açısından İsrail'i teröre karşı savaşan bir ülke olarak öne çıkarmaya çalışmaktadır. Bu konuda İsrail'in en çok hedef aldığı örgüt, Filistinli siyasi ve askeri nitelikteki HAMAS örgütüdür. HAMAS kendisini siyasi bir yapılanma olarak tanıtmak istese de gerek medyadaki yaygın silahlı gerilla imajı, gerekse uluslararası kuruluşlardaki statüsü nedeniyle terör örgütü olarak tanımlanabilmektedir. Örneğin, AB bünyesindeki mahkeme 2019 yılında, HAMAS'ın itirazlarına rağmen, örgütü terör örgütü listesinde tutmaktadır (DW, 2019). İsrail kullandığı materyallerde, HAMAS'ı ve uzantılarını terörist imajıyla resmederken, kendini olumlayacak şekilde kıyaslamalar yapabilmektedir.



Görsel 30: Sıradan bir eylemde kullanılan araçlarla, HAMAS'ın eylemlerinde kullandığı araçları karşılaştırılmış halde yansıtan bir görsel (Solda), (pbs.twimg.com).

Görsel 31: Filistinliler'in aldıkları uluslararası yardımları amaç dışı kullandığını iddia eden, "Stop HAMAS" organizasyonuna ait bir görsel (Sağda), (pbs.twimg.com).



Görsel 32: HAMAS'ın, silahları korumak için sivilleri, İsrail'in sivilleri korumak için silahları kullandığını anlatan, IDF'nin hazırladığı karşılaştırma (Solda), (twitter.com).

Görsel 33: IDF'nin aktardığı görselde, Gazze'deki Filistinli çocuklar (Ortada), (www.idf.il).

Görsel 34: İsrail'in sivilleri koruyan, HAMAS'ın ise sivilleri tehlikeye atan özellikleri olduğunu anlatmaya çalışan, StandWithUs'a ait görsel (Sağda), (www.facebook.com).

İsrail'in Filistinliler ile ilgili yaptığı denetim çalışmalarında, insani önemi olan unsurlara karşı tedbir alma durumu söz konusudur. İsrail'e göre Filistinliler ambulans, engelli insanlar ve hamile kadınlar gibi araç veya insanları terör çalışmalarına alet etmektedir. Filistinliler'e ve HAMAS'a karşı, İsrail yanlısı yayınlarda Filistinliler'in, ambulanslarını HAMAS üyelerini tahliye etmek için kullandıkları (ITIC, 2014), hamile görünümlü bir kadının intihar girişiminde bulunmadan yakalandığı bilgileri paylaşılmaktadır (Botschaft Des Staates Israel In Berlin, 2002).



Görsel 35: İsrail'in, Filistin'e ait ambulansa patlayıcı yüklü olduğuna dair iddiası için kullandığı, videodan alıntılanmış görseller, (www.middle-east-info.org).

Terörle bağlantılı bir başka konu ise İsrail'in, Filistinliler'in ülke içindeki belirli geçiş noktalarına, denetim noktaları (מחסום) kurması ve belirli bölgeleri ise tel

örgü ve duvarlarla ayırmasıdır. İsrail yanlısı görüşlere göre bu engeller Filistinliler'e karşı değil, teröristlere karşı gerekmektedir (SPME, 2015). Geçiş sırasındaki denetimlerle terör ekipmanlarının tespitinin yapılması amaçlanmaktadır. Bunun yanında, belirli bölgeler ise İsrail tarafından teknolojik donanımlı tellerle veya duvarlarla ayrılmıştır. 40 yaş altı Filistinliler'in Kudüs'e girişinin yasak olması nedeniyle duvarı aşarak Kudüs'e ulaşmaya çalışan Filistinliler için bu durum ölümcül olmaktadır. 2019 yılında, 16 yaşındaki Filistinli bir gencin ölümü de bu nedenle gerçekleşmiştir (Independent Türkçe, 2019). Ayrım duvarı olarak anılan bu setler, İsrail tarafından "güvenlik duvarı" olarak tanımlanmakta; yapılan savunmalar Filistinliler'in 1960'lar sonrası saldırıları karşısında duvar ve tellerin önlem olarak yapıldığı temeline dayanmaktadır (Middle East Info, 2004). Ayrıca İsrail bu ayrım duvarlarının dünyada bazı ülkelerde de mevcut olduğunu göstererek, İsrail'in ayrım duvarlarına yapılan eleştirileri bastırmaya çalışmaktadır.



Görsel 36: Ayrım duvarlarının farklı ülkelerde de olduğuna dair örnekler, (www.thejerusalemgiftshop.com).

4.5.4. Antisemitizm ve Ayrımcılık

Yahudiler'in, tarihin belirli dönemlerinde yoğun olarak yaşamış olduğu Yahudi karşıtlığı veya Antisemitizm olgusu, Yahudiler açısından hassas bir konudur. Yaşanan olumsuzlukların tekrar yaşanmaması için Yahudiler'in Antisemitizm konusundaki günümüz refleksleri hala etkindir. Bunun yanında, uluslararası toplumda İsrail için olumsuz konuların ırksal farklılıklara dayalı bir özelliği varsa, İsrail konuyu genellikle Antisemitizm ile eşleştirerek, İsrail'e karşı ırksal bir ayrımcılık olduğu iddiasında bulunmaktadır. BM'deki Filistin – İsrail sorununa dair çalışmalardan İsrail lehine sonuçların alınmaması İsrail yanlıları tarafından Antisemitizm ile nitelendirilirken; Kuzey Kore, Küba, Suriye, Sudan, Rusya, Çin gibi ülkelerin tartışılması yerine İsrail'in gündem olması, İsrail destekçileri açısından BM üzerinden İsrail'e karşı

yapılan bir ayrımcılık olarak görülmektedir (Schlein, “Israel Supporters Protest”, 2019). İsrail karşıtı boykot toplulukları içinde en bilindik örgütlerden olan BDS, İsrail açısından Antisemitik bir oluşum olarak tanımlanabilir. İsrail yanlısı görüşlerde, BDS “Yeni Antisemitizm” kavramı kapsamında değerlendirilirken, örgütün İsrail’e odaklandığı ve Çin, Rusya gibi ülkelerdeki insan hakları ihlalleri için etkinlik göstermediği iddiası ile Antisemitizm arasında ilişki kurulmaktadır (Levy, 2019). BDS karşıtı bir çok yayında bahsedildiği gibi, BDS hareketi İsrail vatandaşlarına ve İsrail’in var olma hakkına karşı bir saldırı olarak anılmaktadır. 136 tane Yahudi örgütünün desteklediği BDS karşıtı bildiride, çok sık rastlanan bir tanım tekrar edilmekte, BDS’nin İsrail’i ve onun liderlerini şeytanlaştırma amacı güttüğü vurgulanmaktadır (Jewish Virtual Library, t.y.b). Yeni Antisemitizm kapsamında değerlendirilen bir başka gelişme ise son yıllarda Avrupa’da artan Yahudi karşıtı olaylardır. İsrail nüfusu hariç tutulduğunda, dünyada A.B.D.’den sonra en büyük Yahudi nüfusun bulunduğu Fransa’da, 2017 sonrası Yahudi karşıtı saldırılarda 74%’lük artış belirlenmiştir (Refaei, 2019). Bu tür gelişmeler İsrail veya Yahudiler açısından Antisemitizm’e karşı savunmalarını güçlendiren konular olarak öne çıkmaktadır.



Görsel 37: BM’yi Cenevre’de protesto eden İsrail yanlısı eylemciler (Solda), (www.voanews.com).

Görsel 38: İngiltere’deki İşçi Partisi’ne, Antisemitizm konusunda “Antisemitizm için sıfır hoşgörü” sloganıyla tepki gösteren eylemciler (Sağda), (www.wsj.com).

Antisemitizm ile birlikte “ayrımcılık” kavramına da değinilebilir. Ayrımcılık sadece İsrail’in inşa ettiği tel örgü, duvar veya “mahsom” denilen denetim noktaları kapsamında konuşulmamaktadır. İsrail’in Filistinliler’e karşı ayrımcılık yaptığı iddialarına karşılık olarak, İsrail halkı da kendi yöntemleriyle karşılık verebilmektedir.

İsrail'in bu konudaki tezleri, İsrail'deki Araplar'ın sosyal hayatta engellenmedikleri, Yahudiler gibi benzer haklara sahip oldukları üzerine; ayrıca ayrımcılık yapanların başka ulus veya ülkeler olduğu üzerine şekillenmektedir. Bunun ispatı için özellikle sosyal medya üzerinden yayın ve etkinlikler yapabilmektedirler. İsrail karşıtlarının İsrail'i boykot etme çağrısı ve "İsrail Ayrımcılık Haftası" kampanyası başlatması üzerine; İsrail taraftarları karşı bir hareket olarak, 2014 yılında Rethink2014 başlığıyla Facebook üzerinden sosyal etkinlik başlatarak "önyargıya hayır de" sloganı ile birlikte farkındalık yaratmaya çalışmışlardır. Katılımcılar "İsrail Ayrımcılık Haftası'na karşıyım, çünkü..." başlıklı yazılarla kısa açıklamalar yaparak, açıklama kağıtlarıyla birlikte çekindikleri fotoğrafları Facebook'da paylaşmışlardır ki bu paylaşımlar bağlantılı diğer sosyal medya ortamlarında da paylaşım veya haber olarak görülmüştür. Bu çalışmalarda İsrail'deki Araplar ile Yahudiler'in kanun ve siyaset kapsamında eşit şartlarda katılım hakları olduğu, İsrail ayrımcılığı olarak tanımlanan şeyin Antisemitizm reklamı olduğu, komşularının kendilerini yok etme ihtimaline karşı İsrail açısından güvenlik önlemi almanın gerekli olduğu, Müslümanlar'ın İsrail'de 5 vakit ibadet edebildikleri, İsrail'in eşcinsellere eziyet etmediği, İsrail acil yardım ekibi Magen David Adom (Kızıl Davut Yıldızı)'un İsrailli Arap ve Yahudiler'e, ayrıca Filistinli çocuklara da yardım ettiği belirtilmiştir. Buna benzer çok fazla kişisel görüş, yazılı ve görsel olarak İngilizce ve farklı dillerde sosyal medyada paylaşılmıştır (Facebook, 2014). Benzer savlarla desteklenmiş, Amerika merkezli The Israel Project adlı sivil örgüt tarafından hazırlanan afişte, bir Arap kadını okula gidebildiğini, doktor olabileceğini ve siyasi seçimlerde aday olabileceğini, çünkü İsrail'de yaşadığını belirtmektedir (Sheizaf, 2011).



Görsel 39: Rethink2014 hareketi için "İsrail Ayrımcılık Haftası'na karşıyım, çünkü..." başlığıyla yapılan açıklama ve paylaşım örnekleri (Solda), (www.facebook.com).

Görsel 40: The Israel Project'in Arap kadını ile ilgili afişi (Sağda), (972mag.com).

Ayrımcılıkla ilgili, İsrailiiler yanlılarının paylaşımlarında, yurt dışındaki başka örnekler ayrımcılık olarak sunulmakta, asıl ayrımcılık yapanın İsrail olmadığı anlatılmaya çalışılmaktadır. Suudi Arabistan'daki kutsal bölgeye girişlerde dini ayırımın yapılması, Güney Afrika'da ten rengine göre ayrımcılık yapılması gibi örnekler, İsrail'in ayrımcı olmadığını ispatlamak için kullanılan örnekler olarak gösterilebilir.



Görsel 41: Güney Afrika Cumhuriyeti'nin Durban yerleşiminde beyaz ırka ayrılmış, beyaz ırktan olmayanlara yasaklanmış kutsal bölgesi (Solda), (www.mywesternwall.net).

Görsel 42: Suudi Arabistan'ın Mekke şehrinin girişinde Müslümanlar ile Müslüman olmayanları ayıran tabelalar (Sağda), (www.mywesternwall.net).

Ek olarak, İsrail'deki Araplar'ın iş ve eğitim hayatında yer aldığını ve ayrımcılık yapılmadığını anlatmak için paylaşılan örneklerle de rastlamak mümkündür.



Görsel 43: İsrail’de polis, öğrenci, televizyon sunucusu ve sağlık çalışanı olarak sosyal hayatta yer alan Araplar üzerinden ayrımcılık olmadığını anlatan görseller, (elderofziyon.blogspot.com).

4.5.5. İsrail Topraklarında Hak Sahipliği

İsrail’in, bölgesindeki toprak sorunlarında kendi haklılığını savunmada kullandığı bazı tarihsel dayanaklar bulunmaktadır. Bu dayanaklara göre sonuçta İsrail veya Yahudiler bölgede işgalci olmadıklarını iddia etmektedirler. İsrail – Filistin sorununda, bölgenin adı tartışma konusudur. Önceki konularda da bahsedildiği gibi, bölgenin adı tarihte İsrail veya Yehuda olarak anılırken, Romalılar döneminde bölgeye Filistin denmeye başlanmıştır. İsrail açısından bu durum, bölgenin Filistinliler’den önceki asıl sahibi olunduğu anlamına gelmektedir. Konuyla alakalı bir sunumda (Berger, t.y.) Osmanlı Devleti sonrası bölgede İsrail Devleti kurulana dek başka bir devlet veya Filistin devleti olmadığı, ara dönemin İngiliz Mandası yönetiminde geçtiği, dolayısıyla İsrail Devleti’nin herhangi bir devletin topraklarında işgal üzerine bir devlet kurmadığı savunulmaktadır. Ayrıca bölgede başka bir devletin olmayışı savından hareketle İsrail yanlıları, Batı Şeria bölgesinde de işgalci olunmadığını iddia etmektedir (Kipnis, 2018). İsrail’in kuzeyindeki, yüksek Golan bölgesi günümüzde de tartışma konusudur. Osmanlı sonrası Suriye’deki Fransız Mandası ile Filistin’deki İngiliz Mandası arasındaki sınırda kalan Golan bölgesi, manadalar dönemi sona erdikten sonra Suriye sınırlarında kalmıştır. Suriye’nin o noktadan İsrail’e zaman zaman askeri saldırılar düzenlediği iddiası ve bölgedeki savaş ortamı, güvenlik açısından İsrail’in Golan’da hamle yapmasına neden olarak gösterilirken, Museviler’in dini metinlerinde Golan’dan defalarca bahsedilmesi de İsrail açısından Golan’ı önemli kılan başka bir ayrıntıdır (Jewish Virtual Library, t.y.c).

4.6. Hasbara Kapsamında Diğer Bazı Örnekler

İsrail Devleti bünyesinde de temsil edilen Hasbara çalışmalarında, gönüllülerle birlikte 100 Bin kişilik, 5 dilde faaliyet gösteren bir medya ekibinin görev yaptığı belirtilmektedir. Bunun yanında, dünyanın en büyük internet video ortamı Youtube’de

İsrail Dışışleri Bakanlığı terör ile ilgili videolar paylaşmakta, açıkça bazı yabancı ülkeleri kendi çıkarları doğrultusunda eleştirebilmektedir (Sheizaf, 2011). İsrail'in elçilikler ile ilgili resmi sayfasında Hasbara başlığıyla 2013 ve 2014 yıllarında İngilizce olarak yapılan düzenli haber paylaşımları da resmi çalışmalar konusunda kısmen fikir vermektedir. Bahsi geçen içerikler infografiklerle desteklenmiş, daha anlaşılır ve etkili olmak amaçlanmıştır (İsrail Dışışleri Bakanlığı, t.y.b). İsrail Devleti Hasbara konusunda zaman zaman hibe desteği de verebilmektedir. Başbakanlık Ofisi 2019'da, yurt dışındaki İsrail yanlısı çalışmalara ve İsrail yanlısı internet çalışmalarına 3'er Milyon Yeni İsrail Şekli hibe verileceğini duyurmuş, yoğun talep üzerine başvuru süresini uzatmıştır (Prime Minister's Office, "Grants for Pro-Israeli", 2019). Başka bir örnekte, İsrail'e bağlı bir bakanlığın, Siyonizm karşıtı internet oluşumlarını engellemek için gönüllülerden oluşan bir "blogger ordusu" kurma girişimi görülmektedir. Özellikle gönüllülerin ikinci dil bilmesi ve Fransızca, İspanyolca, Almanca gibi dillerde çalışma yapması amaçlanmıştır (Liphshiz, "Israel Recruits 'Army'", 2009). İsrail Devleti bünyesindeki bir kurum olarak COGAT'ın Filistinliler ve İsraili Araplar ile ilgili yaptığı çalışmalar da İngilizce içeriklerle COGAT'ın web sitesi aracılığıyla paylaşılmaktadır. COGAT'ın bu yayınlarında, İsrail'in devlet olarak ülkedeki Filistinliler ile işbirliği yaptığı, Filistinliler'in İsrail'in desteği sayesinde üretime ve teknolojiye dayalı olarak geliştiği vurgusu öne çıkmaktadır (COGAT, t.y.).



Görsel 44: COGAT'ın, kendi sitesindeki içeriklerde Filistin ve Filistinliler ile ilgili görsel ve yazılara dair örnekler, (www.cogat.mod.gov.il).

Sivil toplum kuruluşu olarak Hasbara Fellowships'in çalışmalarına bakıldığında, Hasbara Fellowships'in yurtdışındaki Yahudiler'e odaklanmasına

rağmen, farklı ülkelerden katılımcılara da imkan sağladığı görülmektedir. Katılımcıların profili ise Siyahi, Hristiyan, Hintli, Filipinli, Latin, Çevreci öğrenci grupları olarak belirtilmektedir (Hasbara Fellowships, 2019; s. 15).



Görsel 45: Hasbara Fellowships’in yabancı toplum ve kültürlerle ait katılımcıları, (hasbarafellowships.org).

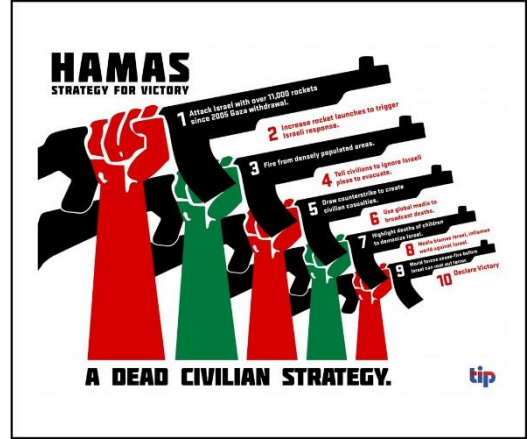
Bir başka sivil örgüt olan The Israel Project’in çalışmalarına bakıldığında, İsrail’in geleceğini güvence altına almak için çalıştığını belirten örgütün web sitesinde, “odaklanılan konular” olarak İsrail, diplomasi, Orta Doğu ve Antisemitizm’in yanında İran ve terörizm başlıkları da yer almaktadır. İran’ı temsil eden fotoğrafta ise füze içeren bir materyal kullanılmıştır. Ayrıca örgütün HAMAS’a karşı hazırladığı bir afişi, ofislerine astıkları da görülmektedir.



Görsel 46: The Israel Project’in İran’ı temsil etmek için uygun gördüğü görsel, (www.theisraelproject.org).



Görsel 47: The Israel Project'in web sitesinde "Our Staff" kısmında kullandığı fotoğraf ve HAMAS afişinin önünde, ayakta poz veren örgüt başkanı Josh Block (Solda), (www.theisraelproject.org).



Görsel 48: HAMAS'ın sivilleri öldürerek zafere ulaşmaya çalıştığı iddiasında bulunan, The Israel Project imzalı afiş (Sağda), (www.gaphaberleri.com).

Hasbara açısından sivil bir yapı olarak tanımlanabilecek, İsrail merkezli IDC Herzliya adlı özel üniversitenin yaptığı bir çalışmadan bahsedilebilir. 2014 yılına ait bilgilerden hareketle, üniversite kapsamında kurulan bir ekip aracılığıyla öğrenciler İsrail karşıtı unsurlarla internet üzerinden mücadele etmektedirler. Oluşumun Hasbara Savaş Odası (חמ"ל ההסברה) olarak adlandırılırken, 400'den fazla gönüllünün hizmet ettiği ekip sayesinde dünya çapında 20 Milyon civarında insana ulaşıldığı belirtilmiştir (Hay, 2014).



Görsel 49: IDC Herzliya'nın Hasbara Savaş Odası (Hadar Milhama Hasbara) ve ekibin hazırladığı çalışmalardan İngilizce içerikli bir örnek, (www.ynet.co.il).

Hasbara çalışmaları kapsamında değerlendirilebilecek bir örnek olarak, İsrail yanlılarının Filistin’le ilgili medya materyallerinin bazılarını çürütmek için kullandıkları Twitter başlığı gösterilebilir. Filistin (Palestine) ve Hollywood sözcüklerinden türetilen “#pallywood” başlığı ile Twitter üzerinden yapılan video ve fotoğraf paylaşımlarıyla, Filistinliler’e ait içeriklerin arka planının farklı olduğu iddiasıyla, Filistin’in mağduriyeti çürütülmeye çalışılmaktadır. Hollywood’un sinema ile özdeş olmasından hareketle, pallywood paylaşımları ile Filistinliler’in içinde bulunduğu durumlar kurgu olarak öne çıkartılmaktadır. Pallywood ayrıca Twitter dışında web sitesi olarak da varlığını sürdürmektedir. “pallywood.com” sitesinde dikkat çeken nokta ise “aşk hikayeleri üretmiyoruz, sadece sahte dramlar” ana başlığıdır. Pallywood yaklaşımı ile İsrail yanlıları tarafından Filistinliler ile ilgili verilen kurgusal örneklerle, Filistin’e ait bütün dramların sahte olduğuna dair bir genelleme yaptırma çabası hissedilmektedir.



Görsel 50: Pallywood paylaşımlarından birinde, makyaj ile yaralıymış gibi gösterilmek istenen çocukların makyaj süreçlerine dair video kareleri, (twitter.com).

Lobi kapsamında yapılan çalışmalara örnek olarak, 2013 yılında Dünya Siyonist Federasyonu ve Kneset (İsrail Meclisi) işbirliğiyle kurulan Antisemitizm’le Mücadele Komisyonu gösterilebilir. Dünyada ve sosyal medyada Antisemitizm’in yükselmeye başlaması nedeniyle kurulan komisyon, en popüler sosyal medya sitelerinden Facebook’un kurucusuna mektup yazarak Antisemitizm içeren materyallerin Facebook’ta engellenmesi için çabalamıştır. Ayrıca Antisemitizm ile mücadelede, resmi ve özel unsurlarla işbirliği yapma, çalışmaları dünya çapında tanıtmak, Antisemitik sosyal medya faaliyetlerin izlenmesi ve çocukların etkilenmemesi için farklı odaklarla iletişim kurma gibi konularda lobicilik yapılması amaçlanmıştır (Cooke, 2013).

Son olarak, 2002 tarihli “Hasbara’nın El Kitabı: Kampüste İsrail’i Tanıtma” adlı çalışmadan bahsedilebilir. Dünyanın en büyük sivil Yahudi örgütlerinden İsrail Yahudi Ajansı’nın da desteğiyle, Dünya Yahudi Araştırmaları Birliği (האיגוד העולמי למדעי היהדות) tarafından hazırlanan Hasbara el kitabında kayda değer içerikler bulunmaktadır. Bu yazılı çalışmada ağırlıklı olarak gençlere genel anlamda, İsrail’i savunmanın amaç ve ilkeleri, önleyici (proaktif) olma, temel propaganda araçları, kampanya etkenliği, kampüs ittifakları, konuşma hazırlama, toplum içinde konuşma, mektup yazma, resmi görevlilerle iletişim kurma, gösteri düzenleme, broşür vb. materyalleri hazırlama, kişisel gelişim, İsrail, Filistin, terör gibi konularda öğretici ve yönlendirici bilgiler verilmektedir. 121 sayfalık çalışmadaki önemli konuların içinde bir tanesi özellikle daha dikkat çekicidir. Yedi Temel Propaganda Aracı adlı alt başlıkta, propaganda konusunda İsrailli aktivistlere tavsiyeler verilmektedir. Verilen tavsiyelerden birinde “adlandırma tekniği” başlığıyla, Filistinli göstericilerin “isyancı”, Filistinli siyasi oluşumların ise “terör örgütü” olarak adlandırılması önerilmektedir. Diğer bir öneri olarak, İsrail karşıtlarının Ariel Şaron’un “savaş suçlarından” bahsetmesine karşı, İsrail savunucularının Yasir Arafat’ın “savaş suçları ve terörle ilgili olmasından” bahsetmesi teklif edilmektedir. Diğer bir propaganda aracı olarak bahsedilen “parlatma” tekniğinde, adlandırma tekniğinin tersi olarak, olumlu etki yaratacak sözcükler kullanılması önerilmektedir. İsrail’le ilgili olarak “terör” sözcüğüne karşı, uygarlık, özgürlük, eşitlik, demokrasi, bilim gibi sözcüklerin kullanımı tavsiye edilmekte, İsrail’in Orta Doğu’daki diğer ülkelerden farkının bu olumlu sözcüklerle öne çıkarılması istenmektedir. “Aktarma” tekniğinde ise saygınlığı olan kurum veya olgunlukların değerlerinden yararlanmak öneri olarak sunulmaktadır. Örneğin, BM bayrağının veya A.B.D. bayrağının önünde konuşarak, o kurum ve ülkenin imaj ve gücünden yararlanarak konuşmacıya fayda sağlamak amaçlanabilmektedir. Diğer bir teknik olarak “tanıklık” yönteminde, İsrail’in büyük bir devlet olduğunu göstermek için ünlü insanlardan yararlanmak önerilmektedir. Ünlü birinin İsrail’i tam olarak desteklemesi gerekmemekle birlikte, profesörlerden, radyo kuruluşlarından, aktörlerden yardım alınması bu teknik dahilinde önerilmektedir. Başka bir yöntemde ise, politikacıların zaman zaman halktan görünmek ve samimi bir görüntü vererek toplumu etkilemek için, resmi kalıplardan çıkarak sıradan mekanlarda sıradan bireylerle görünmesine bağlı olarak, İsrailli aktivistlerin sokaktaki insanla

iletişim kurması önerilmektedir. Bunu yaparken de kitlesel genellemelere ve ırkçılık gibi konulara değinmekten uzak durulması konusunda gençler uyarılmaktadır. Korku konusuyla ilgili olarak, konuşmacı aktivistlerin dinleyicileri belirli konularda uyarması, uyarıların dinlenmemesi halinde olumsuz sonuçların doğacağını dinleyicilere anlatmaları beklenmektedir. Öneri olarak “Filistinli teröristlerin geçmişte dünya çapındaki eylemleri” gibi ifadelerin hatırlatma amaçlı olarak kullanılması, böylece korkunun tekrar hakim olmasına karşı dinleyicinin uyarılması istenmektedir. İsrail ise bu durumda Orta Doğu için korku ve teröre karşı barış getirecek bir ülke olarak öne çıkarılmalıdır. Son propaganda tekniğinde ise “bandwagon” kavramıyla, yaklaşık olarak sürü psikolojisine benzer bir durumdan yararlanma durumu söz konusudur. Bu yöntemde şüphede kalmış insanların çoğunluğu izleyerek hareket edeceği savından hareketle, İsraili aktivistlerin etkin olmaları, kalabalık gözükmeleri ve İsrail’in büyük bir destek kitlesine sahip olduğu imajının dışarıya verilmesi önerilmektedir. Böylece İsrail’in popüler olduğu algısı yaratılmak istenmekte ve net fikirlere sahip olmayanların İsrail yanlısı unsurların fikirlerini takip etmesi beklenmektedir (WUJS, 2002; ss. 22-26).

SONUÇ

Hasbara kapsamında İsrail'in kamu diplomasisi çalışmalarına bakıldığında, Yahudi tarihinden köklerini alan ulusal bir hareketin sonucunda ortaya çıkan İsrail Devleti'nin varlığına hizmet eden bir çalışmadan söz edilebilir. Hasbara çalışmalarındaki temel dinamikler İsrail'in olumlu yönlerini öne çıkarmak, İsrail ve Yahudi karşıtlığı ile mücadele etmek üzerine kuruludur. Buna göre İsrail için Orta Doğu'daki Arap devletleri arasında, onlara kıyasla laik ve demokratik özellikleri ile İsrail'in öne çıkması, teknoloji anlamında da komşu ülkelere göre daha girişken bir imaj vermesi İsrail'e kendisini yurt dışındaki diğer toplumlar önünde, özellikle de Batılı ülkeler önünde olumlama fırsatı vermektedir.

Diğer taraftan, İsrail'in, gerek tarihi geçmişine dayanarak, gerekse son yüzyıldaki siyasi varoluş çabasına dayanarak, Hasbara kapsamında yapmaya çalıştığı diğer bir girişim, İsrail'in varlığını garanti altına alma ve İsrail'i geleceğe taşıma üzerine şekillenmiştir. Buna bağlı olarak da İsrail'in, çevre ülkeleri kendi varlığı için tehdit görmesinden hareketle, aynı coğrafyadaki İsrail karşıtı unsurlar Hasbara'nın kapsamına girmektedir. Bu konuda İsrail ile birlikte en çok anılan kurumsal yapı Filistin olurken, Filistin'i temsilen HAMAS da Hasbara kapsamında en çok zikredilen oluşum olarak öne çıkmaktadır. Yahudi – Arap anlaşmazlıklarına göre son asırda sıkça yaşanan silahlı savaş ve gerilimlerden yola çıkarak, Lübnan, Ürdün, Mısır ve Suriye gibi ülkeler de İsrail için sorun teşkil eden ve mücadele edilmesi gereken unsurlar olarak varlıklarını sürdürmektedirler.

Başka bir ayrıntı ise ırksal ve tarihsel farklılıkların yanında dini farklılıkların da konuya etki etmesidir. İsrail Devleti'nin Müslümanlar için çok önemli bir bölgeye hakim olması, özellikle Kudüs konusunda hakimiyet kurmaya çalışması, gerilimi etnik tabandan uzaklaştırarak dini ve uluslararası seviyeye taşıyabilmektedir. İran ve Türkiye gibi Arap olmayan, bölgeye komşu diğer güçlü ülkeler, bu noktada İsrail'e karşı tutum sergileyebilirlerken, özellikle İran tek başına İsrail için son yıllarda en büyük Arap olmayan tehdit ülke olarak konumlanmıştır. İran'ın nükleer donanımlar konusunda kendini geliştirmesi İsrail için büyük bir tehlike oluştururken, İran'ın İsrail çevresindeki silahlı örgütlere destek verme ihtimali veya durumu, İsrail'i rahatsız eden

başka bir konudur. Genel olarak güçlü bir İran İslam Devleti, Musevilik dinini ulusallaştırmış olan Yahudi Devleti için çok büyük bir tehdit sayılabilir. Bu tehdidi savuşturmak için başvurulacak yollardan bir tanesinin de Hasbara olması kaçınılmazdır. İran'ın imajının medya aracılığıyla kötüleştirilmesi, İran'a karşı siyasi yapıların tavır almaya zorlanması, özellikle A.B.D. ülkesinin ve toplumunun bu doğrultuda İran'a karşı etkin hale getirilmesi Hasbara açısından önemli bir amaç sayılabilir.

İsrail için mücadele konusu bir başka sorunsal, uzun bir geçmişe sahip olan Yahudi karşıtlığıdır. İsrail'in devlet olarak kurulma motivasyonu her ne kadar “vaat edilmiş topraklar” efsanesine dayansa da, gerçekte yeni İsrail Devleti, özellikle Avrupa'daki, Yahudi karşıtı ölümcül trajedilerin sonucunda, sığınak olarak yükselmiştir. Hatta bu konuda Afrika'da bir devlet kurma ihtimali bile konuşulmuştur. Osmanlı Devleti'nin parçalanması ve ulusalcılık akımlarının da etkisi olmakla birlikte, Yahudiler için İsrail Devleti'nin asıl var oluş nedeni, sürgün ve zulümlerin önünü alabilecek bağımsız bir Yahudi Devleti ihtiyacıyla açıklanabilir. Tarihin çok farklı dönemlerinde topraklarından sürülmüş Yahudiler'in geçmişten ders alma zorunluluğu kaçınılmazdır. Yahudi karşıtlığı olarak Antisemitizm konusunda Yahudiler'in sert reflexler göstermesi ve sığınakları İsrail Devleti'ni korumak için keskin hamleler yapabilmesi bir noktaya kadar anlaşılabilir. Hasbara da bu reflex ve savunma mekanizmasının bir parçası olarak kullanılmaktadır.

İsrail gerek yüzölçümü ile gerekse 9 Milyon'a yakın nüfusu ile küçük bir ülkedir. Bulunduğu bölgedeki Arap nüfusu ve devletleri arasında sıkışmış haldedir. Üstelik, geride kalan 70 yılda bölgede kesin bir barış ortamına yardımcı olmamakla birlikte, son 15 yıldan itibaren kurucu değerlerinden uzaklaşma emareleri göstererek daha muhafazakar bir çizgiye kaymaktadır. Buna bağlı olarak da bölgede daha sert politikalar izlemektedir. Kudüs'ün başkent ilan edilmesi de bu konudaki uç noktalardandır. İsrail'in çevresini rahatsız edecek, silahlı gerilimlere ortam hazırlayan bir eğilimde olduğu görülmektedir. Bütün bunlardan hareketle İsrail'in geçmişe oranla daha fazla tetikte olacağını, askeri yatırımları daha da arttıracığını, kız ve erkeklerden oluşan askeri nüfusu koruyacağını, bölgede füzelerin, patlama seslerinin azalmayacağını tahmin etmek zor değildir. İsrail'in, içinde bulunduğu bu gergin ortamdan Hasbara çalışmaları aracılığıyla kendini aklayarak çıkması pek mümkün

görünmemektedir. İnsani ve dini konularda bölgedeki sorunların, dış dünyada duygusal niteliklerle algılanması “açıklama” (Hasbara) girişimlerinin etkisini azaltmaktadır.

Hasbara, küçük boyutlu İsrail’in desteğiyle birlikte, dünyadaki popüler kültürün merkezi olan A.B.D.’den de destek alarak, kamu diplomasisi açısından ilginç bir örnek oluşturmaktadır. Kamu diplomasisi çalışması için merkez noktası, ağırlıklı olarak başka bir ülkeye bu kadar bariz kaydırılmış başka ülkelerin olup olmadığı tartışılabilir. Fakat İsrail’in Hasbara konusunda sivil örgütler ve lobiler ile birlikte Amerika’ya bağımlı olduğu, bu konuda sıra dışı bir yapıya sahip olduğu yorumu yapılabilir. Küresel çapta popüler olan kültür değerlerinin İsrail ile anılması, pop starların İsrail’i ziyaret etmesi Hasbara açısından önemli ayrıntılardır. Bu bağlamda Amerikan kültüründe ve siyasetinde etkin olmak İsrail için önemli bir avantajdır.

Hasbara açısından sivil unsurlar içerisinde, silahsız yapılar göz önüne alınırsa, İsrail karşıtı BDS hareketi, Hasbara konusunda İsrail’i en çok uğraştıran harekettir. Özellikle iletişim teknolojilerinin kamuya tamamen egemen olması ve sivil toplumun kendi medyasını oluşturma imkanına erişmesi, İsrail yanlılarının sosyal medyada var olmasına imkan verdiği kadar, İsrail karşıtlarının da aynı imkanlara sahip olmasını sağlamıştır. Bu konuda İsrail’in gerek resmi kurumlarla, gerekse sivil unsurlarla Hasbara’ya dahil olması, BDS gibi hareketlere karşı tam anlamıyla üstünlük kurmaları için yeterli görünmemektedir. Hatta Hasbara tekniklerinin sosyal medyada ulaşılabilir hale gelmesi aynı tekniklerin İsrail’e karşı kullanılabilme ihtimalini de kısmen ortaya çıkarabilir.

İsrail – Filistin sorununda Araplar’ın bölgedeki en keskin unsuru silahlı HAMAS örgütüdür. İsrail için ciddi bir tehdit olan HAMAS’ın varlığı, çoğu zaman Yahudiler ve Araplar arasında kanlı olayların yaşanmasına neden olmaktadır. Bu noktada HAMAS, özgürlük mücadelesi veren bir örgüt olarak öne çıkmak isterken, İsrail, HAMAS’ı ve benzer fraksiyonları terör örgütü olarak dünyaya anlatmaya ve İsrail’i teröristlerle savaşan bir ülke olarak göstermeye çalışmaktadır. Hasbara kapsamında İsrail, HAMAS’ı terör edebiyatı ve materyalleriyle birlikte sık sık kullanmaktadır. Bölgedeki diğer İsrail karşıtı devlet ve örgütler de İsrail için ciddi

tehdit oluşturmakta ve Hasbara açısından kullanılmaktadır. Lübnan ve Hizbullah olgusu, Hizbullah'ı desteklediği iddia edilen ve İsrail'e karşı en ciddi göçü olarak bölgede adı geçen İran'ın varlığı, Suriye ve Irak bölgesindeki "sözde İslamcı" terör rgtleri, İsrail ve Hasbara açısından söz edilmeye değer konulardır. İsrail Hasbara açısından bu ülkeleri barış karşıtı, savaş yanlısı, anti demokratik kurumlar ve oluşumlar olarak etiketlemeye çalışmaktadır.

Antisemitizm ise tarihte farklı zaman ve mekanlarda yükseliş göstermekle birlikte, 20.yy'de soykırım olarak vücut bulmuşken, Antisemitizm'in 21.yy'de Avrupa'da tekrar hissedilir hale geldiği Yahudiler tarafından belirtilmektedir. Çalışmada rneği verildiği gibi, Yahudi karşıtlığının en ufak bir varlığı bile Yahudiler için sorun teşkil ederken, bu tür durumları Hasbara açısından kullanmak mümkündür. İsrail, siyasi, askeri ve sosyal hamlelerini İsrail'in ve Yahudiler'in varlığı, güvenliği için yapmakta, Antisemitizm'i de bu varlığa düşman görmekte, dolayısıyla Antisemitizm'le mücadele etmekte ve Hasbara çalışmalarını da bu mücadeleye dahil etmektedir.

İsrail'in Hasbara yapılanmasının, resmi ve sivil kurumlarının, çalışma örneklerinin incelenmesi sonucu, küçük bir devlet olmasına rağmen, İsrail'in hacmine göre kamu diplomasisinde etkili olduğu söylenebilir. Fakat yapılan çalışmaların yurt dışındaki sivil ve resmi topluluklar üzerinde İsrail için olumlu etki yapıp yapmadığı tartışma konusudur. İsrail'in kendi penceresinden bakıldığında, Hasbara çalışmalarına dair örnekler incelendiğinde, Filistin, HAMAS, İran, Hizbullah, Arap lkeleri, Antisemitizm gibi kurum, toplum veya düşünce yapıları, İsrail Devleti'nin kendisi için tehdit olarak gördüğü başat faktörlerdir. Buna rağmen dış dünyada İsrail, bu unsurların çevrelediği, köşeye sıkışmış ve mağdur olmuş bir görüntü vermekten çok, İsrail – Filistin sorunuyla ne çıkmaktadır. Filistin sorununda, İsrail'in sürekli mağdur olduğu gibi bir imaj söz konusu değilken, orantısızlık içinde mağdur resmi veren taraf Filistin olarak görülmektedir. Buna bağlı olarak bölgedeki ölümcül sorunlarda İsrail'in özellikle askeri anlamda baskın olması, politik olarak Filistin'i kuşatmış gibi görünmesi ve ikili devlet yapısını kabul etmeyerek bölgede tek devlet olma arzusu, İsrail'in haklılığını tartışılır hale getirmektedir.

Hasbara “açıklama” anlamına gelmekle birlikte, bir iletişim süreci olarak ele alındığında, kaynağın açıklama yaparak gönderdiği mesaj, hedef tarafından çözümlenmediğinde iletişim başarılı olamamaktadır. Diğer taraftan, kaynağın gönderdiği mesajın içeriğinin tutarsızlığı veya yanlış olması, mesajın kodlarını çözecek olan hedef açısından önemlidir. Günümüz dünyasında hedefler mesajı tek bir kaynaktan almadıkları için farklı mesajlar arasında kıyas yaparak sonuca ulaşabilmektedirler. Hedef olarak gösterilebilecek dünya sivil toplumu, sadece İsrail’in yolladığı Hasbara mesajlarına bağımlı değilken, iletişim teknolojilerinin yaygın ve gelişmiş olması ile birlikte, konuyu daha farklı ve çeşitli mesajlarla yorumlama imkanına sahiptirler. Buna bağlı olarak Hasbara’nın şu anki koşullarda, hedef kitlesini tam anlamıyla ve İsrail’in istediği şekilde tek yönlü olarak etkilemesi pek mümkün görünmemektedir.

KAYNAKÇA

- AbuKhalil, A.: **The Angry Arab: How Arabs Watch Israeli Elections**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://consortiumnews.com/2019/04/11/how-arabs-watch-israeli-elections/>, 2019.
- Academy for Cultural Diplomacy: **Governmental Institutions Dedicated To Cultural Diplomacy**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://www.culturaldiplomacy.org/academy/index.php?governmental-institutions-dedicated-to-cultural-diplomacy>, (Tarih yok).
- Aharoni, İ.: **How Technology Has Revolutionized Diplomacy**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://time.com/4015667/how-technology-has-revolutionized-diplomacy/>, 2014.
- AIPAC: **About AIPAC**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.aipac.org/about-aipac>, (Tarih yok)a.
- AIPAC: **What We've Accomplished**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.aipac.org/about-aipac2/what-weve-accomplished>, (Tarih yok)b.
- Aish Hatorah: **Branches**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.aishhatorah.com/branches/>, (Tarih yok)b.
- Aish Hatorah: **Our Story**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.aishhatorah.com/meet-aish/>, (Tarih yok)a.
- Aish HaTorah: **Programs**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.aishhatorah.com/programs/>, (Tarih yok)c.
- AJC: **What We Do**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.ajc.org/whoweare>, 2019.

- Ajzen, I.: **Persuasive Communication Theory In Social Psychology: A Historical Perspective**, Influencing Human Behavior, (M. Manfredo, Dü.) Amerika Birleşik Devletleri, Sagamore Publishing, 1992.
- Al Jazeera: **Al Jazeera Wins 'Best Website' At Online Media Awards**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.aljazeera.com/news/2016/06/al-jazeera-wins-website-online-media-awards-160608081458820.html>, 2016.
- Al Jazeera: **Al Jazeera Media Institute**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://institute.aljazeera.net/en>, (Tarih yok).
- Alfred, C.: **This Radio Station Is Trying To Heal One Of The Most War-Torn Parts Of Africa**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) https://www.huffpost.com/entry/muslim-christian-radio-central-african-republic_n_574dcf52e4b0757eae0bf17, 2016.
- Anaz, N.: **Kamu Diplomasisi Ve Türk Dizi/Sinema Sektörü**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) https://works.bepress.com/necati_anaz/32/, 2015.
- Anlayış Dergisi: **Siyonizmin Doğuşu**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://www.anlayis.net/makaleGoster.aspx?makaleid=2883>, (Tarih yok).
- Antik Tarih: **Firavun Akhenaton (IV. Amenhotep) Ve Tek Tanrı İnancı Atenizm**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://www.antiktarih.com/2019/04/12/firavun-akhenaton-amenhotepe/>, 2019.

- AP News: **Venezuela's El Nacional Newspaper To Cease Print Edition**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.apnews.com/136a0008890841f39d9344787defc0ac>, 2018.
- Arçın, Ş.: **İsrail Ve Yahuda Krallıkları Tarihi**, İstanbul, Ayışığı Kitapları, 2016.
- Aristoteles: **Retorik** (M. Doğan, Çev.), İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2012.
- Arsianews: **Lebanon Newspaper Al-Anwar Stop Publishing**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://arsianews.com/2018/10/lebanon-newspaper-al-anwar-stop-publishing/>, 2018.
- Associated Press: **Seattle Post - Intelligencer To Stop Print Editions**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://nypost.com/2009/03/16/seattle-post-intelligencer-to-stop-print-editions/>, 2009.
- Aydoğan, B.: **Güç Kavramı Ve Kamu Diplomasisi**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
http://politikadergisi.com/sites/default/files/guc_kavrami_ve_kamu_diplomasisi_-_bekir_aydogan-pdf.pdf, 2011.
- Aykıt, D.: **Falaşalar Veya Etiyopya Yahudileri**, Milet Ve Nihal İnanc, Kültür Ve Mitoloji Araştırmaları Dergisi, 11(2), 35-60, Temmuz – Aralık 2014.
- Bakan, İ. ve Kefe, İ.: **Kurumsal Açından Algı Ve Algı Yönetimi**, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(1), 19-34, 2012.
- İsrail Başbakanlığı: **חלוקת משרד המודיעין - למשרד לנושאים אסטרטגיים ולמשרד המודיעין**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
https://www.gov.il/he/departments/policies/2015_des14, 2015.

- Bayles, M.: **Dancing In Chains Why Music Can't Keep the World Free**, Popular Music And Public Diplomacy (M. Dunkel ve S. Nietzsche, Dü), Bielefeld, Transcript Verlag, doi:10.14361/9783839443583, 2018.
- Baysal, A. C.: **Sosyal Ve Örgütsel Psikolojide Tutumlar**, İstanbul, İ.Ü. İşletme Fakültesi, 1981.
- BBC: **BBC Dünya Servisi, '1940'lardan Bu Yana' En Önemli Büyüme Hamlesini Açıkladı**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-37999556>, 2016.
- BBC: **ABD Başkanı Donald Trump, Kudüs'ü İsrail'in Başkenti Olarak Tanıdı**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-42258773>, 2017.
- BBC: **Censorship And Propaganda**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.bbc.co.uk/historyofthebbc/research/general/censorship-propaganda>, (Tarih yok).
- Behar, G: **What “Hasbara” Is Really All About**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://embassies.gov.il/MFA/FOREIGNPOLICY/Issues/Pages/What%20Hasbara%20Is%20Really%20All%20About%20-%20May%202005.aspx>, 2005.
- Ber, R., Yarchi, M. ve Galily, Y.: **The Sporting Arena As A Public Diplomacy Battlefield: The Palestinian Attempt To Suspend Israel From FIFA**, The Journal of Communication, 2, doi:10.1080/13216597.2017.1327449, 2005.
- Berger, S. A.: **The Occupation And Other Fairy Tales**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://www.middle-east-info.org/know/occupation.pps>, (Tarih yok).

- Berkman, J.: **Jewish Charities On Top 400 List: See How They Ranked**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.jta.org/2009/10/27/united-states/jewish-charities-on-top-400-list-see-how-they-ranked>, 2009.
- Bernays, E.: **The Theory And Practice Of Public Relations: A Resume**, The Engineering Of Consent (E. Bernays, Dü.), Oklahoma, A.B.D., University Of Oklahoma Press, 1955.
- Besalel, Y.: **Yahudi Tarihi**, İstanbul, Üniversal Dil Hizmetleri Ve Yayıncılık A.Ş., 2000.
- Besalel, Y.: **Yahudilik Bir Irk Mıdır?**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) http://www.salom.com.tr/arsiv/haber-87332-yahudilik_bir_irk_midir_.html, 2013.
- Bettinghaus, E.: **Persuasive Communication**, (Third Edition b.), Amerika Birleşik Devletleri, Holt, Rinehart And Winston, 1980.
- Bing, N. C.: **China's Religious Charm Offensive: The Case Of Malaysia**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://theasiadialogue.com/2017/05/18/chinas-religious-charm-offensive-the-case-of-malaysia/>, 2017.
- Blum, R.: **Right From Wrong: Iran, Iran, Iran And Netanyahu**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.jpost.com/Opinion/Right-from-Wrong-Iran-Iran-Iran-and-Netanyahu-596824>, 2019.
- Books And Roses: **About**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://booksandroses.cat/en/about/>, (Tarih yok).
- Botschaft Des Staates Israel In Berlin: **Weibliche Selbstmordattentaterin In Tulkarm Gefasst**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) http://nlarchiv.israel.de/old/2002_html/05/210502a.htm, 2002.

- Bound, K., Briggs, R., Holden, J. ve Jones, S.: Boycott MLI: **Cultural Diplomacy**, Londra, Demos, 2007.
- Boycott MLI: **What is Faithwashing?**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://boycottmli.wordpress.com/2014/07/11/what-is-faithwashing/>, (Tarih yok).
- Bozkurt, V.: **Değişen Dünyada Sosyoloji**, Bursa, Ekin Yayınevi, 2011.
- Bregman, A.: **Israel's War 1947-93**, London, New York, Routledge, 2001.
- Brenner, M.: **Kısa Yahudi Tarihi** (S. Altınçekiç, Çev.), İstanbul, Alfa Yayınları, 2011.
- Briel, R.: **Israel Shuts Down Public Broadcaster IBA**, Broadband Tv News, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.broadbandtvnews.com/2017/05/11/israel-shuts-down-public-broadcaster-iba/>, 2017.
- British Embassy Budapest: **Best Of Budapest's Press And Public Diplomacy 2013**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.gov.uk/government/news/best-of-budapests-press-and-public-diplomacy-2013>, 2013.
- Bureau Of Educational And Cultrual Affairs: **About Fulbright**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://eca.state.gov/fulbright/about-fulbright>, 2019a.
- Bureau Of Educational And Cultral Affairs: **TechWomen**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://exchanges.state.gov/non-us/program/techwomen>, 2019c.
- Bureau Of Educational And Cultral Affairs: **TechGirls**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://exchanges.state.gov/non-us/program/techgirls>, 2019b.
- Catalonia Votes: **The 1.Oct2017 Vote**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://www.cataloniavotes.eu/en/the-1oct2017-vote/>, 2017.

- Ceng, E.: **Algı Yönetimi Aracı Olarak Twitter Kullanımına İlişkin Siyasal Bir Analiz**, Erciyes İletişim Dergisi, 5(4), 663-689, 2018.
- Chang, R.: **Israel Tourism Brand Guidelines**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.slideshare.net/RuochenCHENG/2israel-tourism-brand-guidelines>, 2016.
- Chen, N.: **A Message From The Director of GPO**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<http://gpoeng.gov.il/about-gpo/a-message-from-the-director-of-gpo/>, 2014.
- China Public Diplomacy Association: **CPDA Hosted Joint Opening Ceremony Of China Africa Press Center And China Asia Pacific Press Center Program 2019**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<http://www.chinapda.org.cn/eng/xhgz/t1648079.htm>, 2019.
- Chomsky, N.: **Medya Denetimi**, İstanbul, Everest Yayınları, 2004.
- Claiborne, W.: **Israel Lifts Prohibition On Buying Arab Land**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
https://www.washingtonpost.com/archive/politics/1979/09/17/israel-lifts-prohibition-on-buying-arab-land/64a8d039-eb55-4ee9-a06f-63ef2b83958f/?utm_term=.99fc43c031ab, 1979.
- COGAT: **About COGAT**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<http://www.cogat.mod.gov.il/en/about/Pages/default.aspx>, 2019.
- COGAT: **Our Activities**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
http://www.cogat.mod.gov.il/en/Our_Activities/Pages/default.aspx, (Tarih yok).

- Cooke, D.: **WZO & Knesset Set Up Committee For Countering Antisemitism**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://izionist.org/eng/the-world-zionist-organization-and-the-knesset-set-up-committee-for-combating-antisemitism/>, 2013.
- Cooper, T.: **SodaStream: Greenwashing The Israeli Occupation**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://www.palestinemonitor.org/details.php?id=m0wjqea761yez7378s90>, 2012.
- Corporate, N.: **NHK Corporate Overview**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.nhk.or.jp/corporateinfo/english/corporate/index.html>, (Tarih yok).
- Coşkun, B. B.: **Güvenlik Sorunları ve Kamu Diplomasisi**, Kamu Diplomasisi, (A. Özkan ve T. E. Öztürk, Dü) İstanbul: Tasam Yayınları, 2012.
- Cull, N.: **Public Diplomacy: Lessons From The Past**, Los Angeles: Figueroa, 2009a.
- Cull, N.: **Public Diplomacy Before Gullion**, Routledge Handbook of Public Diplomacy, (N. Snow ve P. Taylor, Dü) New York: Routledge, 2009b.
- Danan, D.: **Following The Lead Of Israel's High-Tech Industry**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://jewishjournal.com/culture/lifestyle/humans-of-israel/243486/following-the-lead-of-israels-high-tech-industry/>, 2018.
- Deutsche Welle.: **Strategic Plan 2018 - 2021**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.dw.com/downloads/48022074/dwstrategic-plan201901.pdf>, 2018.
- Deutsche Welle: **Who We Are**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.dw.com/en/about-dw/profile/s-30688>, 2019.

- Deveci, C.: **İsrail Filistin Meselesi**, Kayseri, ERUSAM, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://turuz.com/book/title/Israil+Filistin+Meselesi-Gor.Can+Devechi-2015-27s>, 2015.
- Dikkatli, S. ve Bektaş, A: **Küresel Pazarlamanın Yeni Fenomeni! Kim Bu Tahlil Beyinliler?**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.siyasetcafe.com/kuresel-pazarlamanin-yeni-fenomeni-kim-bu-tahil-beyinliler-42477h.htm>, 2018.
- Dinata, M. S.: **Twiplomacy: How Twitter Affects Contemporary Public Diplomacy**, Univarsitas Paramadina, 2014.
- Ding, S.: **Chinese Language And Beijing's Public Diplomacy**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://theasiadialogue.com/2015/06/09/chinese-language-and-beijings-public-diplomacy/>, 2015.
- Doğan, E.: **Kamu Diplomasinin Sunduğu Fırsatlar Ve Kısıtlar**, Kamu Diplomasisi (A. Özkan ve T. E. Öztürk, Dü), İstanbul, Tasam Yayınları, 2012.
- Dünya Bülteni: **ABD'deki Yahudi STK'lara Rekor Bağış**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.dunyabulteni.net/amerika/abddeki-yahudi-stklara-rekor-bagis-h293506.html>, 2014.
- DW: **Hamas AB'nin Terör Örgütleri Listesinden Çıkıyor**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.dw.com/tr/hamas-abnin-ter%C3%B6r-%C3%B6rg%C3%BCtleri-listesinden-%C3%A7%C4%B1km%C4%B1yor/a-47799595>, 2019.
- DW Akademie: **About Us**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.dw.com/en/dw-akademie/about-us/s-9519>, (Tarih yok)a.

- DW Akademie: **Introducing: Our 2018-2020 Journalism Trainees**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.dw.com/en/introducing-our-2018-2020-journalism-trainees/a-45425433>, 2018.
- DW Akademie: **Training**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.dw.com/en/dw-akademie/training/s-12125>, (Tarih yok)b.
- Eğimli, A. T.: **Tutum Değişimi Ve İkna Kuramları**, İkna Olmak Kavramlar - Yöntemler - Örnekler (D. Gürüz ve A. T. Eğimli, Dü), Ankara, Detay Yayıncılık, 2017.
- Engin, V.: **Pazarlık**, İstanbul, Yeditepe Yayınevi, 2010.
- Ertekin, B.: **Uluslararası Radyo Ve Televizyon Yayıncılığı Açısından Deutsche Welle (DW)"nin Kamu Diplomasisindeki Yeri Ve Önemi**, Balkan Journal Of Social Sciences, 4(7), 1-16, 2015.
- Eski Ahit (Kutsal kitap): **1. Samuel**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://incil.info/kitap/sa1/8>, (Tarih yok).
- Etimoloji Türkçe: **Yahudi Kelime Kökeni**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.etimolojiturkce.com/kelime/Yahudi>, (Tarih yok).
- Etymonline: **Lobby**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.etymonline.com/word/lobby>, (Tarih yok).
- European Commission: **Horizon 2020 In Full Swing - Three Years On - Key Facts And Figures 2014-2016**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/sites/horizon2020/files/h2020_threeyearson_a4_horizontal_2018_web.pdf, 2017.
- European Commission: **Statistics**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/about/statistics_en, (Tarih yok)c.

- European Commission: **What Is Erasmus+?**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/about_en, (Tarih yok)a.
- European Commission: **Who Can Take Part?**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 2019) https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/about/who-can-take-part_en, (Tarih yok)b.
- Facebook: **Rethink2014**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.facebook.com/Rethink2014-249735661865503/>, 2014.
- Fem Newsmagazine: **Feminism 101: What Is Pinkwashing?**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://femmagazine.com/feminism-101-what-is-pinkwashing/>, 2019.
- Football For All: **Introductory Award**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.irishfa.com/media/14565/football-for-all-intro-award.pdf>, (Tarih yok).
- Foreign Press Center Korea: **About KOCIS**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://kocis.go.kr/eng/openForeignCenter.do>, 2019.
- France Diplomatie: **Digital And Soft Diplomacy**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/digital-diplomacy/digital-soft-diplomacy/>, 2018.
- GPO: **About GPO**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://gpoeng.gov.il/about-gpo/about-gpo/>, (Tarih yok).
- Greenfield, S.: **Israeli Hasbara: Myths And Facts**, Kudüs, MOLAD, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://www.molad.org/images/upload/files/49381451033828.pdf>, 2012.

- Gurbanov, E.: **Tarihten Günümüze Siyon Aşkı Ve Siyonizm Türleri**, İsrailiyat, İsrail ve Yahudi Çalışmaları Dergisi(2), 146-166, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://israiliyat.com/download/article-file/556214>, 2018.
- Güler, M.: **Bir Manipülasyon Aracı Olarak Rızanın İmalatı**, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 5(3), 75-101, 2018.
- Gürkan, S. L.: **Yahudilik**, İstanbul, İSAM Yayınları, 2012.
- Gyimesi, B.: **Sub-State Public Diplomacy: The Catalan Case**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://www.nouvelle-europe.eu/en/sub-state-public-diplomacy-catalan-case>, 2017.
- Haaften, R. v.: **What Is A Brand?**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.van-haaften.nl/branding/corporate-branding/123-what-is-a-brand>, (Tarih yok).
- Haaretz: **Israel Among The Least Religious Countries In the World, 2015**, WIN / Gallup Araştırma Kuruluşu, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.haaretz.com/israel-china-among-least-religious-nations-1.5350737>, 2015.
- Hasbara Fellowships: **We're Leading The Fight For Israel On Campus And Beyond**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://hasbarafellowships.org/wp-content/uploads/2018/11/2018-19-Deck.pdf>, 2019.
- Hasbara Fellowships: **About Us**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://hasbarafellowships.org/>, (Tarih yok).
- Hay, Ş: **בחזית ההסברה: 400 מתנדבים נגד התעמולה**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-4542801,00.html>, 2014.

- Herman, E. ve Chomsky, N.: **Rızanın İmalatı Kitle Medyasının Ekonomi Politikği**, İstanbul, BGST Yayınları, 2012.
- Hermann, M.: **What is Hasbara?** IDC Herzliya, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) http://portal.idc.ac.il/he/main/about_idc/news_events/doclib2/134_ruth_yaron.pdf, (Tarih yok).
- Hernandez, E. L.: **Public Diplomacy, Soft Power And Language: The Case Of The Korean Language In Mexico City**, Journal Of Contemporary Eastern Asia, 17(1), 27-49, doi:10.17477/jcea.2018.17.1.027, 2018.
- Herzl, T.: **The Jewish State**, New York: Dover Publications Inc., 1988.
- Hirota, W.: **The New Japonisme: From International Cultural Exchange To Cultural Diplomacy - Evaluating The Influence Of Cultural Activities On Diplomacy**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.japanpolicyforum.jp/archives/diplomacy/p20181030130003.html>, 2018.
- Hürriyet: **En Eski Gazete İnternette**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://www.hurriyet.com.tr/dunya/en-eski-gazete-internette-5836533>, 2007.
- IDF: **General Staff**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.idf.il/en/minisites/general-staff/>, (Tarih yok).
- IMDB: **Braveheart**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.imdb.com/title/tt0112573/>, (Tarih yok).
- İnan, E.: **Kamu Diplomasisi Ve Halkla İlişkiler Eksen**, Kamu Diplomasisi (A. Özkan ve T. E. Öztürk, Dü), İstanbul, Tasam Yayınları, 2012.
- İnceoğlu, M.: **Tutum Algı İletişim**, İstanbul, Beykent Üniversitesi Yayinevi, 2010.

- Independent Türkçe: **İsrail Güçleri, Ayrım Duvarı'nı Geçmeye Çalışan Filistinli Çocuğu Öldürdü**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.independentturkish.com/node/37746/d%C3%BCnya/israil-g%C3%BC%C3%A7leri-ayr%C4%B1m-duvar%C4%B1n%C4%B1-ge%C3%A7meye-%C3%A7al%C4%B1%C5%9Fan-filistinli-%C3%A7ocu%C4%9Fu-%C3%B6ld%C3%BCrd%C3%BC, 2019.>
- Israeli Consulate Of Philadelphia: **Innovative Solutions For Today And Tomorrow**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://embassies.gov.il/philadelphia/AboutIsrael/Public%20Diplomacy%20Materials/Pages/Public%20Diplomacy%20Materials.aspx>, (Tarih yok).
- İsrail Dışişleri Bakanlığı: **דיפלומטיה ציבורית**, Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
https://www.gov.il/he/departments/Units//media_and_public_affairs, 2018a.
- İsrail Dışişleri Bakanlığı: **ההטיבה לדיפלומטיה תרבותית**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
https://www.gov.il/he/departments/Units//cultural_and_scientific_relations, 2018b.
- İsrail Dışişleri Bakanlığı: **Foreign Ministry Organizational Structure**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://mfa.gov.il/MFA/AboutTheMinistry/Pages/default.aspx>, (Tarih yok)a.
- İsrail Dışişleri Bakanlığı: **Hasbara - Old**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://embassies.gov.il/MFA/Hasbara/Pages/default.aspx?WPID=WPQ2&PN=1>, (Tarih yok)b.
- İsrail Yayıncılık Şirketi: **כאן - תאגיד השידור הישראלי**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.kan.org.il>, (Tarih yok).

- ITIC: **Hamas And The Other Terrorist Organizations In The Gaza Strip Use Medical Facilities And Ambulances For Military-Terrorist Purposes**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.terrorism-info.org.il/en/20683/>, 2014.
- Jackson, D., Zhang, H., ve Dickey, D.: **Radio Silence In China: VOA Abandons The Airwaves**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.heritage.org/global-politics/report/radio-silence-china-voa-abandons-the-airwaves>, 2011.
- JAFI: **Jewish Agency Companies 2018 Annual Report**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) http://archive.jewishagency.org/sites/default/files/Inside%20the%20Jewish%20Agency/Companies%20Report%20public%20_%202018_0.pdf, 2018.
- Japan Brand Program: **8K Endoscope And Japan's Medical High-Technology**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.mofa.go.jp/files/000152743.pdf>, 2016a.
- Japan Brand Program: **Fashion Design - Harmony Of The Latest Technology And Tradition**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.mofa.go.jp/files/000181528.pdf>, 2016b.
- Japan Foundation: **About the Japan Foundation**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) https://www.jpff.go.jp/e/about/outline/about_01.html, (Tarih yok).
- Japan Railway Journal: **Japan Railway Journal Broadcast on Thursday & Friday**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www3.nhk.or.jp/nhkworld/en/tv/japanrailway/>, 2019.
- Jewish Agency For Israel: **Who We Are**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.jewishagency.org/who-we-are/>, (Tarih yok).

- Jewish Virtual Library: **Golan Heights: History & Overview**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.jewishvirtuallibrary.org/history-and-overview-of-the-golan-heights>, (Tarih yok)c.
- Jewish Virtual Library: **Statement of 136 Jewish Organizations on Boycott, Divestment and Sanctions (BDS) Campaigns Against Israel**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.jewishvirtuallibrary.org/statement-of-jewish-organizations-on-boycott-divestment-and-sanctions-bds-campaigns-against-israel>, (Tarih yok)b.
- Jewish Virtual Library: **Zionist Congress: First to Twelfth Zionist Congress (1897 - 1921)**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.jewishvirtuallibrary.org/first-to-twelfth-zionist-congress-1897-1921>, (Tarih yok)a.
- Johnson, A. M.: **China Africa Relations On A New Height As CAPC 2019 Opens**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://frontpageafricaonline.com/news/china-africa-relations-on-a-new-height-as-capc-2019-opens/>, 2019.
- Journal Of International Service: **Exchange & Puslic Diplomacy: The Case Ff The United States, Russia, And The Future Leaders Exchange Program**, Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://jis-online.org/2017/03/30/exchange-public-diplomacy-russia/>, 2017.
- JSPS: **Strategic Program For Building An Asian S&T Community**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) https://www.jsps.go.jp/english/e-astrategy/01_outline.html, (Tarih yok)b.
- JSPS: **Purpose & Functions, History**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.jsps.go.jp/english/aboutus/index2.html>, (Tarih yok)a.

- JSPS: **World Premier International Research Center Initiative**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.jsps.go.jp/english/e-toplevel/index.html>, (Tarih yok)c.
- JVP: **'Co-Resistance Before Co-Existence' Report Back**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://jewishvoiceforpeace.org/injipreportback/>, 2015.
- Kandel, R. R.: **'Greenwashing' The Market**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.haaretz.com/1.5081194>, 2009.
- Karpel, D.: **Srulik**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.haaretz.com/1.4903221>, 2006.
- Kartikasari, W.: **The Role Of Anime And Manga In Indonesia-Japan Cultural Diplomacy**, Tsukuba Gakuin Üniversitesi Bülteni, 41-47, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.tsukuba-g.ac.jp/library/kiyou/2018/05Wahyuni%20Kartikasari.pdf>, 2018.
- Karube, R.: **Cherry Blossom Dreams Luring Foreign Visitors At Record Pace**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://www.asahi.com/ajw/articles/AJ201904030066.html>, 2019.
- Kaypakoğlu, S.: **Toplumsal Yaşam Ve Birey**, İstanbul, Naos Yayıncılık, 2006.
- Keitch, G.: **What iIs The History Of The Word “Lobby”?**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://english.stackexchange.com/questions/109942/what-is-the-history-of-the-word-lobby>, 2014.
- Kemp, S.: **Digital 2019: Global Internet Use Accelerates**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>, 2019.

- Khatib, L.: **Wikileaks, Al Jazeera, And The Qatari Public Diplomacy Challenge**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/wikileaks-al-jazeera-and-qatari-public-diplomacy-challenge>, 2010.
- Kipnis, R.: **There's NO "Israeli Occupation" In The West Bank**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://blogs.timesofisrael.com/theres-no-israeli-occupation-in-the-west-bank/>, 2018.
- Kneset: **שרים לפי משרדי ממשלה**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<http://www.knesset.gov.il/govt/heb/GovtByMinistry.asp?ministry=10>, 2019.
- Korkmaz, S.: **Cemal Paşa'nın Hatıralarına Göre 1. Dünya Savaşı'nda Filistin Cephesi**, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(2017/2), 45-77, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
https://www.academia.edu/36167785/CEMAL_PA%C5%99EANIN_HATIRALARINA_G%C3%96RE_I._D%C3%96NYA_SAVA%C5%99EINDA_F%C4%B0L%C4%B0ST%C4%B0N_CEPHES%C4%B0, 2017.
- Kühntopp, C.: **İran'ın Ortadoğu'daki Nüfuzu: Hamas, Hizbullah, Husiler**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.dw.com/tr/iran%C4%B1n-ortado%C4%9Fudaki-n%C3%BCfuzu-hamas-hizbullah-husiler/a-48699204>, 2019.
- Larson, C.: **Persuasion Reception And Responsibility Twelfth Edition**, Boston, Wadsworth, Cengage Learning, 2010.
- Leskin, P.: **The 50 Most High-Tech Cities In The World**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.businessinsider.com/most-innovative-cities-in-the-world-in-2018-2018-11>, 2019.

- Levitt, J.: **Scarlett Johansson's Decision To Back SodaStream Over Oxfam Puts Charity's Anti-Israel Activism Into Spotlight**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.algemeiner.com/2014/01/30/scarlett-johanssons-decision-to-back-sodastream-over-oxfam-puts-charitys-anti-israel-activism-into-spotlight-interview/>, 2014.
- Levy, I.: **Antisemitism Promotion Week**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.jpost.com/Opinion/Antisemitism-promotion-week-586947>, 2019.
- Lindstrom, N.: **Pittsburgh Post-Gazette To Stop Publishing In Print Two Days A Week**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://archive.triblive.com/news/pittsburgh-allegheeny/pittsburgh-post-gazette-to-stop-publishing-in-print-two-days-a-week/>, 2018.
- Liphshiz, C.: **Israel Recruits 'Army Of Bloggers' To Combat Anti-Zionist Web Sites**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.haaretz.com/1.5064509>, 2009.
- Lippmann, W.: **Public Opinion**, New Brunswick, London, Transaction Publishers, 1998.
- Lüfkens, M.: **Twiplomacy Study 2018**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2018/>, 2018.
- Masa Israel Journey: **Are you ready for the journey?**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.masaisrael.org/>, (Tarih yok).
- Maxim Staff: **The Chosen Ones: Israeli Defense Forces**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.maxim.com/women/chosen-ones-israeli-defense-forces>, 2007.

- Mesudi, E.: **Muruc Ez Zeheb** (A. Batur, Çev.), İstanbul, Selenge Yayınları, 2004.
- Middle East Info: **Israeli Security Measures: Cause And Effect**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<http://www.middle-east-info.org/know/checkpoints.pps>, 2004.
- Ministry Of Foreign Affairs Of Japan: **Japan's Foreign Policy To Promote National And Worldwide Interests**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/2015/html/chapter3/c030203.html>, 2015.
- Ministry Of Foreign Affairs Of Japan: **Pop-Culture Diplomacy**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/index.html>, 2017.
- Ministry Of Foreign Affairs Of Japan: **Japanese Language Education**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/j_language/index.html, 2019.
- Mora, N.: **Haberin Sosyolojik Boyutu: Kamusal Söylemin Üretimi Ve Kamuoyu Oluşumu**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<http://www.dorduncukuvvetmedya.com/medya-arastirmalari/2830-haberin-sosyolojik-boyutu-kamusal-soylemin-uretimi-ve-kamuoyu-olusumu.html>, 2011.
- Neumann, E.: **Kamuoyu Suskunluk Sarmalının Keşfi** (M. Özkök, Çev.), Ankara, Dost Kitabevi, 1998.
- Nippon Hoso Kyokai: **NHK**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://whc.unesco.org/en/nhk>, (Tarih yok).

- Nixon, R.: **House Measure To Change Voice Of America's Mission Is Drawing Intense Debate**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.nytimes.com/2014/05/21/us/politics/house-measure-to-change-voice-of-americas-mission-is-drawing-intense-debate.html>, 2014.
- No Pinkwashing: **Pinkwashing FAQ**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<http://www.nopinkwashing.org.uk/pinkwashing-faq/>, (Tarih yok).
- Norwegian Ministry of Foreign Affairs: **The Ministry's Public Diplomacy Work**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.regjeringen.no/en/topics/foreign-affairs/int-cultural-engagement/norgesprofilering/slik-jobber-ud-med-norgesprofilering/id2001887/>, 2015.
- NTV: **Neden İsrail'e Hiç 'Hayır' Diyemiyor?**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.ntv.com.tr/dunya/neden-israile-hic-hayir-diyemiyor,g7lQKe7up0SNneye3WrcLg>, 2011.
- NTV: **Habertürk Gazetesi Cuma Kapanıyor**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.ntv.com.tr/ekonomi/haberturk-gazetesi-cuma-kapaniyor-yazili-basin-dijitale-yeniliyor,NVcwzAGHQEmRWtvB4VXqqQ>, 2018.
- Nye, J.: **Bound The Lead**, New York, Basic Books, 1990.
- Nye, J.: **Soft Power**, New York, Public Affairs, 2004.
- Nygard , H. M. ve Gates, S.: **Soft Power At Home And Abroad: Sport Diplomacy, Politics And Peace-Building**, International Area Studies Review, 16(3), 235–243, doi:10.1177/2233865913502971, 2013.
- Oktay, E.: **NATO'nun Dönüşümü Ve Kamu Diplomasisi'nin Artan Rolü**, Uluslararası İlişkiler, 9(34), 125-149, 2012.

- Özkan, A.: **Siyasal İletişim Stratejileri**, İstanbul, TASAM Yayınları, 2007.
- Özkan, A.: **Halkla İlişkiler Yönetimi**, İstanbul, İstanbul Ticaret Odası, 2009.
- Pappe, I.: **A History Of Modern Palestine**, Cambridge, Cambridge University Press, 2006.
- Payam, M. M.: **Güvenlik Bağlamında Güç Kullanımı Ve Algı(lama) Yönetimi**, Mecmua Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi(5), 13-25, 2018.
- PDR Noktası: **Tutum Ve Davranış**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.pdrnoktasi.com/2017/12/tutum-ve-davranis.html>, 2017.
- Pehlivan, B. M.: **Sosyal Medya Ve Suskunluk Sarmalı: Fikirlerin İfadesi İçin Özgür Bir Alan Vaadi Gerçekleşti Mi?**, Etkileşim Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 2(3), 114-126, Nisan 2019.
- Perkins, K.: **Radio Provides A Lifeline For Drought-Affected Farmers In Ethiopia**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) https://www.huffpost.com/entry/radio-provides-a-lifeline_b_9477018?guccounter=1, 2017.
- Perloff, R.: **The Dynamics Of Persuasion**, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 2003.
- Petrov, C.: **Twitter Statistics 2019**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://techjury.net/stats-about/twitter/>, 2019.
- Pfeffer, A.: **Israel Is More Focused On 'Hasbara' Than It Is On Policy** Haaretz, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.haaretz.com/1.5200348>, 2012.
- Pisarska, K.: **The Domestic Dimension Of Public Diplomacy**, Londra, Palgrave Macmillan, 2016.

- Popper, N.: **Israel Aims To Improve Its Public Image**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://forward.com/news/2070/israel-aims-to-improve-its-public-image/>, 2005.
- Prime Minister's Office: **Grants for Pro-Israeli Activity For 2019 – The Ministry Of Strategic Affairs And Public Diplomacy**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) https://www.gov.il/en/Departments/General/strategy_support, 2019.
- Public Diplomacy Alumni Association: **What Is Public Diplomacy?**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://www.publicdiplomacy.org/1.htm>, 2008.
- Purkiss, J.: **New Report Breaks Down The Israel Lobby In The European Union**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.middleeastmonitor.com/20160513-new-report-breaks-down-the-israel-lobby-in-the-european-union/>, 2016.
- Ramachandran, S.: **Rivalries And Relics: Examining China’s Buddhist Public Diplomacy**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://jamestown.org/program/rivalries-and-relics-examining-chinas-buddhist-public-diplomacy/>, 2019.
- Refaei, H.: **What Is Anti-Semitism And Why Is It Spreading In Europe?**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.euronews.com/2019/02/26/what-is-anti-semitism-and-why-is-it-spreading-in-europe>, 2019.
- Rosen, S.: **The Use Of Film For Public Diplomacy: Why Hollywood Makes A Stronger Case For China**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) https://www.uscpublicdiplomacy.org/pdin_monitor_article/use-film-public-diplomacy-why-hollywood-makes-stronger-case-china, 2011.

- Ruda, B.: **Israel's Branding Problem**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.jewishpress.com/indepth/opinions/israels-branding-problem/2017/07/12/>, 2017.
- Ruderman, D.: **Erken Modern Dönem Yahudi Tarihi**, İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2013.
- Rugh, W.: **Front Line Public Diplomacy**, New York: Palgrave Macmillan, 2014.
- Sanders, B.: **Sport As Public Diplomacy**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
https://www.uscpublicdiplomacy.org/pdin_monitor_article/sport-public-diplomacy, 2011.
- Schlein, L.: **Israel Supporters Protest UN Rights Meeting**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.voanews.com/europe/israel-supporters-protest-un-rights-meeting>, 2019.
- Schulman, S.: **A Documentary Guide To Pinkwashing**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
https://www.huffpost.com/entry/israel-pinkwashing_b_1132369, 2016.
- Schulman, S.: **A Documentary Guide To 'Brand Israel' And The Art Of Pinkwashing**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://mondoweiss.net/2011/11/a-documentary-guide-to-brand-israel-and-the-art-of-pinkwashing/>, (Tarih yok).
- Seib, P.: **Introduction**, Religion And Public Diplomacy (P. Seib, Dü.), New York, Palgrave Macmillan, 2013.
- Seib, P.: **Why Some Arab Countries Want To Shutter Al Jazeera**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/why-some-arab-countries-want-shutter-al-jazeera>, 2017.

- Sevlian, S.: **Faith Diplomacy: Religion And Global Publics Media Monitor Report**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) https://www.uscpublicdiplomacy.org/pdin_monitor_article/faith-diplomacy-religion-and-global-publics-media-monitor-report, 2011.
- Shalom Hartman Institute: **Muslim Leadership Initiative**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) https://hartman.org.il/Programs_View.asp?Program_Id=110&Cat_Id=517&Cat_Type=Programs, (Tarih yok).
- Shalom, R.: **Hasbara, Public Diplomacy And Propaganda**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.jpost.com/Opinion/Op-Ed-Contributors/Hasbara-public-diplomacy-and-propaganda-358211>, 2014.
- Sheizaf, N.: **Hasbara: Why Does The World Fail To Understand Us?**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://972mag.com/hasbara-why-does-the-world-fail-to-understand-us/27551/>, 2011.
- Silverstein, R.: **Bahrain, Israel And The Ultimate Faithwash Scam**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.middleeasteye.net/opinion/bahrain-israel-and-ultimate-faithwash-scam>, 2017a.
- Silverstein, R.: **Seattle Mosque, Synagogues Faithwash Israel-Palestine**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.richardsilverstein.com/2017/04/13/seattle-mosque-synagogues-faithwash-israel-palestine/>, 2017b.
- Solomon, S.: **Israeli Fizzy-Water Maker SodaStream To Set Up Plant In Gaza, CEO Says**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.timesofisrael.com/fizzy-water-maker-sodastream-to-set-up-plant-in-gaza-ceo-says/>, 2018.

- SPME: **Understanding Israeli Checkpoints**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://spme.org/spme-research/analysis/understanding-israeli-checkpoints/763/>, 2015.
- Sputnik News: **Sputnik, Türkiye'nin En Çok Okunan 10 Haber Sitesi Arasında**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://tr.sputniknews.com/turkiye/201810301035909096-sputnik-turkiye-haber-sitesi-en-cok-okunan-gemius/>, 2018.
- Sputnik News: **Sputnik News**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) tr.sputniknews.com, 2019.
- StandWithUs: **What is StandWithUs?**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.standwithus.com/faqs>, (Tarih yok).
- Stratejik İşler Ve Hasbara Bakanlığı: **About**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) https://www.gov.il/en/departments/Units//ministry_of_strategic_affairs_and_public_diplomacy, 2019.
- Struble, S.: **Guide To The Records Of The Jewish Agency For Israel, Department For Renewal And Development, Undated Circa 1987-1992**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://findingaids.cjh.org/?pID=4718551>, 2019.
- Şalom: **The New York Times`dan Walt Disney`e - ABD Yahudilerinin Medyadaki Gücü**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) http://www.salom.com.tr/arsiv/haber-64423-the_new_york_timesdan_walt_disneye__abd_yahudilerinin_medyadaki_gucu.html, 2008.
- T.C. Avrupa Birliği Bakanlığı ve Tübitak: **Avrupa Birliği Horizon 2020 Programı**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) https://www.ab.gov.tr/files/SBYPB/birlik%20programlari/horizon_2020_programi.pdf, (Tarih yok).

- TDK: **"İkna" Sözcük Anlamı**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://sozluk.gov.tr/>, (Tarih yok).
- Tecer, B.: **İkna Mühendisliği**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2016.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R.: **İletişim Araştırmaları Ve Kuramları (3 b.)**, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2019.
- TeleSur: **Madonna Refuses BDS Eurovision Boycott In Israel**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.telesurenglish.net/news/Madonna-Refuses-BDS-Boycott-Eurovision-in-Israel--20190514-0004.html>, 2019.
- Terry, J.: **Orta Doğu'da Amerikan Dış Politikası Lobiler Ve Özel Çıkar Gruplarının Rolü** (S. Tezcan ve A. Kireççi, Çev.), Ankara, ASEM, 2013.
- The Embassy Of Hungary: **Job: Embassy Of Hungary In The Hague Cultural Diplomacy And Public Relations Manager**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://diplomacyopp.com/2019/01/04/job-embassy-of-hungary-in-the-hague-cultural-diplomacy-and-public-relations-manager/>, 2019.
- The Embassy Of The Kingdom Of The Netherlands: **Vacancy – Senior Policy Officer Culture, Public Diplomacy And Press Affairs**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.nederlandwereldwijd.nl/actueel/nieuws/2018/12/3/vacancy-%E2%80%93-senior-policy-officer-culture-public-diplomacy-and-press-affairs>, 2018.
- The Guardian: **Thom Yorke On Israel Boycott Pressure: 'I Don't Agree With The Cultural Ban At All'**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.theguardian.com/music/2017/jun/02/radio-head-israel-boycott-thom-yorke-responds>, 2017.

- The Independent: **Independent Launches Digital Chapter: An Era Ends – E New One Dawns**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.independent.co.uk/voices/independent-launches-digital-chapter-an-era-ends-a-new-one-dawns-a6872741.html>, 2016.
- The International: **Natalie Portman Forces Cancellation Of Award Ceremony In Israel**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://www.thenational.ae/world/mena/natalie-portman-forces-cancellation-of-award-ceremony-in-israel-1.723290>, 2018.
- The Japan Foundation: **Survey Deport On Japanese - Language Edcuation Abroad 2015**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
https://www.jpj.go.jp/j/project/japanese/survey/result/dl/survey_2015/Report_all_e.pdf, 2015.
- Timur, T.: **Habermas'ı Okumak**, İstanbul, Yordam Kitap, 2018.
- TRT: **Tarihçe**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<http://www.trt.net.tr/Kurumsal/Tarihce.aspx>, 2019.
- Tuch, H.: **Communaicating With The World**, New York, St. Martin's Press, 1990.
- Turan, Y.: **Sputnik: Yeni Nesil Propaganda Aygıtı**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<https://kriterdergi.com/medya-kritik/sputnik-yeni-nesil-propaganda-aygiti>, 2019.
- Turekian, V. ve Kishi , T.: **Science And Technology Advising In Today's Foreign Policy**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019)
<http://www.sciencediplomacy.org/perspective/2017/science-and-technology-advising-in-todays-foreign-policy>, 2017.

- Turksat: **Frekans Listesi**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.turksat.com.tr/tr/turksat-frekans-listesi>, 2019.
- Türkkan, R. O.: **İkna Ve Uzlaşma Sanatı**, İstanbul, Hayat Yayınları, 1998.
- U.S. Department Of State: **Citizen Exchanges And Public Diplomacy**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.state.gov/m/a/ols/c57713.htm>, (Tarih yok).
- U.S. Department Of State: **Public Diplomacy Program Material**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.state.gov/r/pdprograms/>, 2019.
- U.S. Mission: **Press and Public Diplomacy Section**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://usun.state.gov/about/6633>, 2019.
- UEFA: **Social Responsibility**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.uefa.com/insideuefa/social-responsibility/respect/no-to-racism/index.html>, 2017.
- Ünal Erzen, M.: **Kamu Diplomasinin Kapsamı Ve Geleceği**, Kamu Diplomasisi (A. Özkan ve T. E. Öztürk, Dü), İstanbul, Tasam Yayınları, 2012.
- Ünal Erzen, M.: **Kamu Diplomasisi**, İstanbul, Derin Yayınları, 2014.
- Ünal, U.: **Kamu Diplomasisi**, Ankara, Gazi Kitabevi, 2016.
- Ünal, U.: **Ülke Markalaması Üzerinden Kamu Diplomasisi Ve Türkiye Analizi**, TASAM, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) https://tasam.org/Files/Icerik/File/TASAM_MAKALE_pdf_6a434e5f-0571-4f33-9fc2-e63207aa9938.pdf, 2017.

- VOA: **Netanyahu'dan BM İçin 'Yalanlar Evi' Tanımlaması**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.amerikaninsesi.com/a/netanyahu-bm-yalan-evi/4173276.html>, 2017.
- Wang, P.: **Top 10 Box Office Movies In China Ever**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://www.chinawhisper.com/top-10-box-office-movies-in-china-ever/>, (Tarih yok).
- Weinbach, L. ve Lauden, E.: **Rav Milon רב-מילון**, İsrail, קרן ישראלית, (Tarih yok).
- Winstanley, A.: **Israeli Innovation Is Based On Theft**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.middleeastmonitor.com/20180628-israeli-innovation-is-based-on-theft/>, 2018.
- Workman, D.: **Israel's Top 10 Exports**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://www.worldstopexports.com/israels-top-10-exports/>, 2019.
- World Population Review: **Catalonia Population 2019**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <http://worldpopulationreview.com/regions/catalonia-population/>, 2019.
- WUJS: **Hasbara Handbook: Promoting Israel On Campus**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.middle-east-info.org/take/wujshasbara.pdf>, 2002.
- Yafai, F. E.: **The Art Of Art-Washing: How Israel's Propaganda Machine Swings Into Action Every Time An Artist Boycotts The Country**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.thenational.ae/opinion/comment/the-art-of-art-washing-how-israel-s-propaganda-machine-swings-into-action-every-time-an-artist-boycotts-the-country-1.724531>, 2018.

- Yanardağolu, E.: **Uluslararası İletişim Ve Kamu Diplomasisi: BBC Dünya Servisi Haber Merkezi Örneği**, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi(38), 116-130, 2014.
- Yaşar, F. T., Özcan, S. A. ve Kor, Z. T.: **Siyonizm Düşünden İşgal Gerçeğine Filistin**, İstanbul, İHH Kitap, 2011.
- Yaylagül, L.: **Kitle İletişim Kuramları**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2006.
- Yazar, R. G.: **Toplumsal Algı ve Suskunluk Sarmalı**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://medyaveiletisim.kulup.tau.edu.tr/toplumsal-algi-ve-suskunluk-sarmali/>, 2019.
- Yeşiltaş, M. ve Balcı, A.: **İkinci Lübnan Savaşı: Bir Yeniden Değerlendirme**, Akademik Orta Doğu, 4(2), 68-90, 2010.
- Your Dictionary: **Pinkwashing**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://www.yourdictionary.com/pinkwashing>, (Tarih yok).
- Yukaruç, U.: **A Critical Approach To Soft Power**, Journal Of Bitlis Eren University Institute Of Social Sciences, 6(2), 491-502, 2017.
- Yüksel, A. H.: **İkna Ve Konuşma**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2005.
- Yüksel, A. H., Sandıkçioğlu, B., Onay, A. ve Yılmaz, A.: **İkna Edici İletişim** (Cilt Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1479), (M. Oyman, Dü.), Eskişehir, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2508, 2012.
- Zonszein, M.: **Ad For Israeli Maternity Ward Portrays Fetus As Future Soldier**, (Çevrimiçi, erişim tarihi: 23 Ağustos 2019) <https://972mag.com/ad-for-israeli-maternity-ward-portrays-fetus-as-future-soldier/135694/>, 2018.

GÖRSEL KAYNAKLAR

- Görsel 1** : <http://www.zionistarchives.org.il/Pages/DieWeltNews.aspx> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 2** : http://www.salom.com.tr/arsiv/haber-102963-%20sultan_ii_abdulhamit_ve__theodor_herzl.html (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 3** : <https://attikanea.blogspot.com/2013/11/ihin.html> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 4** : <https://farkash-gallery.com/our-shop/israeli-items/srulik-the-cartoon-character-symbolizing-israel-expressing-his-patriotism-after-the-six-days-war-1967/> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 5** : <https://www.yadvashem.org/sites/default/files/styles/royalslider/public/dosh-srulik-up-to-86.jpg?itok=79AmePwX> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 6** : http://images.artnet.com/images_us/magazine/features/nazhand/nazhand090910-3.jpg (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 7** : http://images.newindianexpress.com/uploads/user/imagelibrary/2019/1/16/w900X450/Israel_Tourism.png (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 8** : <http://travelweekly.co.uk/images/cms/original/a/c/0/c/5/easid-298801-media-id-14416.jpg> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 9** : <https://thedigitalsabra.wordpress.com/tag/brand-israel> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 10** : https://www.ayalzaum.com/ayalzaumeng-articles-restarting_brand_israel (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 11** : https://www.ayalzaum.com/ayalzaumeng-articles-restarting_brand_israel (Erişim: 24 Ağustos 2019)

- Görsel 12** : https://www.ayalzaum.com/ayalzaumeng-articles-restarting_brand_israel (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 13** : <https://bit.ly/2z862Xb> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 14** : https://www.ayalzaum.com/ayalzaumeng-articles-restarting_brand_israel (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 15** : https://www.ayalzaum.com/ayalzaumeng-articles-restarting_brand_israel (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 16** : https://www.ayalzaum.com/ayalzaumeng-articles-restarting_brand_israel (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 17** : <https://mfa.gov.il/MFA/AboutTheMinistry/Events/Photos/expo%202017,%20Israel.jpg> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 18** : <https://www.wyattbrand.com/portfolio/i-made-in-israel-2/> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 19** : https://twitter.com/gpoisrael_ (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 20** : <http://most-beautiful-women.blogspot.com/2007/07/women-from-israel-defence-forces-in.html> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 21** : <http://www.thetower.org/article/the-next-struggle-for-israels-gay-community/> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 22** : <http://www.thetower.org/article/the-next-struggle-for-israels-gay-community/> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 23** : <http://elderofziyon.blogspot.com/2012/06/arab-political-cartoons-on-eve-of-war.html> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 24** : <https://www.haaretz.com/israel-news/MAGAZINE-jerusalem-for-dummies-part-2-what-the-palestinians-want-1.5628161> (Erişim: 24 Ağustos 2019)

- Görsel 25** : <https://consortiumnews.com/2019/04/11/how-arabs-watch-israeli-elections/> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 26** : <https://www.timesofisrael.com/hospital-pulls-ad-showing-fetus-as-idf-soldier-amid-criticism/> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 27** : <https://www.middle-east-info.org/know/realproblem.pps>
(Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 28** : <https://www.israelhayom.co.il/article/553533> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 29** : <https://paper-bird.net/2012/06/13/the-rape-of-the-jock-a-jad-manhood-and-iran-180/> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 30** : <https://pbs.twimg.com/media/DdL-uhMXcAYmR55.jpg>
(Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 31** : <https://pbs.twimg.com/media/D50UGeOW0AUCtsl.jpg>
(Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 32** : <https://twitter.com/IDF/status/497018819957649409> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 33** : <https://www.idf.il/en/minisites/hamas/hamas/the-status-of-children-in-gaza/> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 34** : <https://www.facebook.com/StandWithUs/photos/vive-la-diff%C3%A9rence-israel-vs-hamas/10155309554147689/>
(Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 35** : <http://www.middle-east-info.org/know/checkpoints.pps>
(Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 36** : <https://www.thejerusalemgiftshop.com/israelnews/israel-apartheid/>
(Erişim: 24 Ağustos 2019)

- Görsel 37** : <https://www.voanews.com/europe/israel-supporters-protest-un-rights-meeting> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 38** : <https://www.wsj.com/articles/the-new-anti-semitism-11562944476> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 39** : <https://www.facebook.com/Rethink2014-249735661865503/> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 40** : <https://972mag.com/hasbara-why-does-the-world-fail-to-understand-us/27551/comment-page-2/> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 41** : <https://www.mywesternwall.net/2014/05/26/apartheid-v-s-democracy.html> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 42** : <https://www.mywesternwall.net/2014/05/26/apartheid-v-s-democracy.html> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 43** : <http://elderofziyon.blogspot.com/p/eoz-posters-for-apartheid-week.html> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 44** : http://www.cogat.mod.gov.il/en/Our_Activities/Pages/default.aspx (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 45** : <https://hasbarafellowships.org/wp-content/uploads/2018/11/2018-19-Deck.pdf> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 46** : <https://www.theisraelproject.org/> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 47** : <https://www.theisraelproject.org/staff> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 48** : <https://www.gaphaberleri.com/haber/7208/israil-hamasi-vurdu.html> (Erişim: 24 Ağustos 2019)
- Görsel 49** : <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-4542801,00.html> (Erişim: 24 Ağustos 2019)

Görsel 50 : https://twitter.com/_israelforever/status/1160185002426060800

(Erişim: 24 Ağustos 2019)