

T.C.
GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM ANABİLİM DALI
STRATEJİK İLETİŞİM YÖNETİMİ TEZLİ YÜKSEK
LİSANS PROGRAMI

KAMU DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA TÜRKİYE’NİN
MISIR’DAKİ KÜLTÜR-DİL DİPLOMASİSİ
FAALİYETLERİNİN ÖLÇÜMLENMESİ
(ANKET TEKNİĞİ)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Şeyma KOYUNCULAR HASSAN
20715105

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Nebahat AKGÜN ÇOMAK

MAYIS-2024

ÖNSÖZ

Tez çalışmam boyunca akademik birikimiyle çalışmamı yönlendiren Danışman Hocam Doç. Dr. Nebahat Akgün Çomak’a saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

Beni yetiştiren ve her dönemde yanımda olan, aynı zamanda da öğrencilik hayatım boyunca eğitimimi destekleyen ve yeni doğmuş bebeğimle tez yazmaya çalıştığım zorlu dönemlerde her fırsatta yardımına koşan Sevgili Annem Elif Koyuncular ve Sevgili Babam Hakkı Koyuncular’a sevgi, saygı ve minnettarlığımı belirtmek isterim. Değerli ailemdeki, Güzel Kardeşlerim Beyza ve Rabia’ya da çok teşekkürler ve sonsuz sevgiler.

Bana, her zaman güç veren ve her koşulda beni destekleyip cesaretlendiren hayat arkadaşım Sevgili Raheem’e teşekkür ederim. Sevgili ve Biricik Oğlum Yusuf, tez yazma sürecimde dünyaya geldin ve birlikte sevgiyi ve güzellikleri paylaştık. Son söz olarak, emeği geçen ve hep yanımda olan herkese sonsuz sevgi ve teşekkürler.

Şeyma KOYUNCULAR HASSAN
BURSA-2024

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
KISALTMALAR.....	vi
ŞEKİL LİSTESİ.....	vii
TABLO LİSTESİ.....	ix
RÉSUMÉ.....	x
ABSTRACT.....	xii
ÖZET.....	xiv
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM: KAMU DİPLOMASİSİ: KAVRAMA GENEL

BİR BAKIŞ.....	8
1.1. Kamu Diplomasisi'nin Gelişimi.....	11
1.1.1. Kamu Diplomasisi'yle İlişkili Kavramlar.....	14
1.1.1.1. Sert Güç, Yumuşak Güç ve Akıllı Güç.....	15
1.1.1.2. Kamuoyu.....	17
1.1.1.3. Propaganda, Halkla İlişkiler ve Stratejik İletişim.....	19
1.1.1.4. İmaj ve İtibar Yönetimi.....	27
1.1.1.5. Ulus ve Yer Markalaması.....	32
1.1.1.6. Marka Diplomasisi.....	38
1.1.1.7. Kültürel Diplomasi.....	39
1.1.1.8. Eğitim ve Dil Diplomasisi.....	43
1.2. Kamu Diplomasisi Modelleri: İletişimsel bir Bakış.....	46
1.2.1. Enformasyon ve İlişkisel İletişim Modeli.....	47
1.2.2. Kültürel İletişim Modeli.....	50
1.2.3. Soğuk Savaş, Devlet Dışı Ulus Aşırı Model ve İç Halkla İlişkiler Modellemeleri.....	51
1.2.4. Monolog, Diyalog ve İş Birliği Modeli.....	52

1.3. Türkiye’de Kamu Diplomasinin Gelişimi ve Kurumsallaşması	54
1.3.1 T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM)	57
1.3.2. T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü.....	57
1.3.3. T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı.....	58
1.3.4. Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)	59
1.3.5. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT)	61
1.3.6. TRT World	61
1.3.7. Yunus Emre Enstitüsü (YEE).....	62
1.3.8. Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB)	64
1.3.9. Türkiye Maarif Vakfı.....	66

İKİNCİ BÖLÜM: KAMU VE KÜLTÜR DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA MISIR’DA TÜRK VARLIĞI

2.1. Yeni Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi.....	68
2.2. Son 10 Yılda Türkiye-Mısır İlişkileri	71
2.3. Mısır’da Türk Yumuşak Gücü’nü Pekiştiren Unsurlar.....	73
2.3.1. Tarihi Bağlar	74
2.3.2. Kültürel Yakınlık	75
2.3.3. Din Birliği	76
2.3.4. Popülerleşen Türk Dizileri	76
2.3.5. Mısır’da Türkçe Dil Öğrenimi.....	81
2.4. Mısır’da Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi	83
2.4.1. TİKA Kahire Program Koordinasyon Ofisi.....	85
2.4.2. Anadolu Ajansı ve TRT Kahire Ofisi	86
2.4.3. Kahire Yunus Emre Enstitüsü.....	87

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: MISIR’A GİDEN TÜRKLER VE TÜRKİYE’YE GELEN MISIRLILAR ÜZERİNE KÜLTÜR-DİL DİPLOMASİSİ’NİN

ÖLÇÜMLENMESİ (ANKET TEKNİĞİ).....	90
3.1. Araştırmanın Özeti	93
3.2. Araştırmanın Amacı	94
3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Tekniği	95
3.4. Araştırmanın Konusu ve Özgün Değeri	96

3.5. Araştırmanın Bulguları.....	98
3.5.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerinin İncelenmesi	98
3.5.2. Katılımcıların Karşı Ülkeye Gitme Amaçları ve Tercih Nedenleri	101
3.5.3. Katılımcıların Karşı Ülkenin Kültür ve Tarihine Bakış Açıları.....	103
3.5.4. Katılımcıların Karşı Ülkenin Dil ve Kültürü ile İlişkisi.....	111
3.5.5. Katılımcıların Karşı Ülkeye Yönelik Algıları.....	120
3.6. Ölçümlemenin Değerlendirilmesi ve Sonuçları.....	126
 SONUÇ.....	 136
KAYNAKÇA.....	143
EKLER: ANKET SORU FORMLARI	160



KISALTMALAR

AA	: Anadolu Ajansı
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BMGK	: Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi
KDK	: Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü
TDK	: Türk Dil Kurumu
TESEV	: Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı
TİKA	: Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı
TRT	: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu
USIA	: United States Information Agency
YEE	: Yunus Emre Enstitüsü
YTB	: Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No

Şekil 1.1: Kamu Diplomasisi'nin Boyutları	24
Şekil 1.2: Ulusal İtibar ve Kamu Diplomasisi İlişkisi	31
Şekil 1.3: Ulusal Kimlik, Ulus Markalama ve Ulus İmajı İlişkisi	34
Şekil 1.4: Kültürün Öğeleri.....	40
Şekil 2.1: Türk Dizileri'nin Orta Doğu Ülkelerine İhraç Oranları % (2001-2023).....	77
Şekil 3.1: Katılımcıların Mısır veya Türkiye'ye Gitme Amaçları.....	101
Şekil 3.2: Katılımcıların Mısır veya Türkiye'yi Tercih Etme Nedenleri	102
Şekil 3.3: Uyuğa Göre Karşı Ülkede Kültürel Gezi Yapma Durumu	105
Şekil 3.4: Uyuğa Göre Türkiye ve Mısır'ın Tarihsel Bağları Olduğunu Düşünme	106
Şekil 3.5: Mısır ve Türk Kültürü'nün Benzerlik Gösterdiği Alanlar	107
Şekil 3.6: Türk/Mısır Kültürü'ne İlgi Düzeyi	108
Şekil 3.7: Türk/Mısır Tarihi'ne İlgi Düzeyi	109
Şekil 3.8: Uyuğa Göre Katılımcıların İki Kültür Arasında Benzerlik Bulma Oranı	110
Şekil 3.9: Türk/Mısır Kültürü'ne Yakın Hissetme Oranları	111
Şekil 3.10: Dilin İlk Öğrenildiği Yerlerin Dağılımları	113
Şekil 3.11: Katılımcıların Arapça veya Türkçe Bilme Durumları.....	114
Şekil 3.12: Katılımcıların Türkçe/Arapça Seviyesi.....	115
Şekil 3.13: Katılımcıların Türkçe/Arapça Müzik Dinleme Durumları	116
Şekil 3.14: Katılımcıların Türkçe/Arapça Dizi/Film İzleme Durumları	118
Şekil 3.15: Katılımcıların Türk/Mısır Mutfağı'nı Sevme Düzeyi.....	119
Şekil 3.16: Dil Öğrenildiğinde Karşı Ülkeye Yönelik Yakın Hissetme Durumu	121
Şekil 3.17: Katılımcıların Türkiye veya Mısır'da Yaşamak İsteme Durumları	122

Şekil 3.18: Karşı Ülkede Yaşamak İsteme Nedenleri.....	124
Şekil 3.19: Kùltürlerin Bilinme Düzeyleri.....	125



TABLO LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 1.1 Kamu ve Diplomasi Farkları	10
Tablo 1.2 Geleneksel Kamu Diplomasisi ve 21. Yüzyıl Diplomasisi	12
Tablo 1.3 Ticari Markalama ve Ulus Markalama'nın Karşılaştırması	33
Tablo 1.4 Kamu Diplomasisi ve Ulus Markalamanın Kapsam ve Farklılıkları....	35
Tablo 1.5 Enformasyon ve İlişkisel İletişim Modeli Uygulamaları	49
Tablo 1.6 KDK'nın Faaliyet Alanları	58
Tablo 1.7 YTB'nin Faaliyet Alanlarının Dağılımı	64
Tablo 3.1 Uyruklar Arasındaki Sosyo-Demografik Özelliklerin Dağılımları	98
Tablo 3.2 Katılımcıların Mısır veya Türkiye'ye Gitme Amaçları ve Tercih Nedenleri	101
Tablo 3.3 Katılımcıların Mısır veya Türkiye'nin Kültür ve Tarihine Bakış Açıkları ile İlgili Sorulara Verdikleri Cevaplar	104
Tablo 3.4 Katılımcıların Mısır veya Türkiye'nin Kültür ve Tarihi'ne Yaklaşımı	107
Tablo 3.5 Katılımcıların Mısır veya Türkiye'nin Dil ve Kültür Ürünlerine Bakış Açıkları ile İlgili Sorulara Verdikleri Cevaplar	112
Tablo 3.6 Katılımcıların Türk/Mısır Mutfağı'nı Sevme Düzeyi	118
Tablo 3.7 Katılımcıların Türkiye/Mısır Algısı ile İlgili Sorulara Verdikleri Cevaplar	120
Tablo 3.8 Türkiye veya Mısır'ın Kültürünün Bilinme Düzeyleri	125

RÉSUMÉ

Mesure des activités de diplomatie culturelle et linguistique de la Turquie en Égypte dans le cadre de la diplomatie publique (technique d'enquête)

Il est indiqué que la Turquie a accordé une importance particulière aux efforts de diplomatie publique avec une nouvelle approche de politique étrangère, notamment dans la période après 2010. Dans ce contexte, la Turquie a établi diverses institutions servant les objectifs de la diplomatie publique turque et restructuré celles existantes. Les institutions de diplomatie publique turques fonctionnent actuellement pour renforcer le soft power, l'image et la réputation de la Turquie dans de nombreux aspects. En conséquence, l'Égypte, le pays ayant la troisième plus grande population d'Afrique, est devenue une destination pour de nouveaux efforts de diplomatie publique turque. Il est souligné que l'Égypte se distingue comme un pays important pour la politique étrangère turque en raison de sa position géopolitique et géostratégique, de sa population et de son volume commercial. On sait que l'Agence de coopération et de coordination turque (TİKA) et l'Institut Yunus Emre au Caire, qui fonctionne comme un centre de langue et de culture, ont été établis pour représenter la diplomatie publique et culturelle turque en Égypte. Dans ce contexte, l'Institut Yunus Emre au Caire détient la distinction d'être le premier institut Yunus Emre établi sur le continent africain. De plus, il existe des représentations de l'Agence Anadolu et de TRT dans le pays.

L'Égypte possède certaines caractéristiques qui facilitent et renforcent le développement de la diplomatie publique et culturelle turque. Dans ce cadre, les liens historiques entre la Turquie et l'Égypte, les similitudes religieuses et culturelles offrent une opportunité pour le développement de l'image, de la réputation et du soft power de la Turquie dans le pays. De plus, on sait que les séries turques sont très populaires et bien reçues en Égypte. Il convient de souligner que de nombreuses séries turques ont contribué à la promotion de la culture et de la langue turques en Égypte. Par conséquent, il ne serait pas faux de dire que les séries turques ont suscité un intérêt et une curiosité envers la culture turque, la langue et la Turquie elle-même parmi les téléspectateurs égyptiens. Ainsi, on peut dire que des facteurs tels que les liens historiques, les similitudes religieuses et culturelles et la popularité des séries turques soutiennent les activités de diplomatie culturelle et linguistique turques dans le pays.

Sur cette lancée, une thèse de recherche se concentre sur la mesure des activités de diplomatie culturelle et linguistique de la Turquie en Égypte dans le contexte de la diplomatie publique. La recherche se compose de sections intitulées "Diplomatie publique. Aperçu du concept", "Présence turque en Égypte dans le contexte de la diplomatie publique et culturelle" et "Mesure de la diplomatie culturelle et linguistique sur les Égyptiens allant en Turquie et les Turcs venant en Égypte (technique de sondage)".

Dans le cadre de la recherche de thèse, une étude a été menée sur la question : "L'Égypte, où la Turquie a mené des efforts de diplomatie publique à travers diverses institutions depuis 2010, est-elle un contexte approprié pour renforcer le soft power turc et la perception à travers des instruments culturels et linguistiques ?" La recherche a utilisé la technique de sondage et impliqué deux groupes de participants distincts, turcs et égyptiens. Le public cible de la recherche a été déterminé comme des Égyptiens venant en Turquie pour apprendre la langue, étudier, travailler, faire des stages, des projets et du volontariat, ainsi que des Turcs allant en Égypte pour des raisons similaires. L'objectif principal de la recherche est d'évaluer la présence de la Turquie en Égypte dans le cadre de la diplomatie publique et de contribuer à l'identification du potentiel de diplomatie culturelle et linguistique de la Turquie en Égypte sur la base des résultats du sondage réalisé. Dans ce cadre, une inférence générale sur les influences culturelles et les échanges culturels entre la Turquie et l'Égypte a également été visée. De plus, les motivations des participants des deux pays pour apprendre la langue de l'autre et leurs approches de la culture de l'autre ont été évaluées.

Les résultats de la recherche menée dans le cadre de la thèse indiquent que le peuple égyptien s'intéresse à la Turquie et à la culture turque. En particulier, il est possible de mentionner que les séries turques diffusées en Égypte ont contribué de manière significative à cet intérêt. De plus, les résultats de la recherche indiquent un intérêt croissant pour l'apprentissage du turc en Égypte et montrent que la Turquie est perçue comme un pays adapté à l'éducation par les participants égyptiens. Dans ce contexte, une tentative a été faite à travers le sondage pour comprendre l'expérience actuelle de diplomatie culturelle et linguistique de la Turquie en Égypte. Sur la base des données du sondage, il a été déduit que la Turquie a un potentiel de développement du soft power à travers des instruments de diplomatie culturelle et linguistique, en particulier parmi le peuple égyptien. Cette situation indique que l'Égypte est un contexte approprié pour mener des activités de diplomatie publique et culturelle turques.

Mots-clés: Diplomatie publique. Relations Turquie-Égypte. Diplomatie culturelle et linguistique. Mesure (Technique d'enquête).

ABSTRACT

Measurement of Türkiye's Cultural-Linguistic Diplomacy Activities in Egypt in the Context of Public Diplomacy (Survey Technique)

It is stated that Türkiye has placed significant emphasis on Public Diplomacy efforts, particularly in the period after 2010. In this context, Türkiye has established various institutions serving the objectives of Turkish Public Diplomacy and restructured existing ones. Turkish Public Diplomacy institutions are currently operating to strengthen Türkiye's soft power, image, and reputation in many aspects. Consequently, Egypt, the country with the third largest population in Africa, has become a destination for new Turkish Public Diplomacy efforts. It is emphasized that Egypt stands out as an important country for Turkish foreign policy due to its geopolitical and geostrategic position, population, and trade volume. It is known that the Turkish Cooperation and Coordination Agency (TİKA) Cairo Coordination Office and the Yunus Emre Institute in Cairo, which operates as a language and culture center, were established to represent Turkish Public and Cultural Diplomacy in Egypt. In this context, the Yunus Emre Institute in Cairo holds the distinction of being the first Yunus Emre Institute established on the African continent. Additionally, there are representations of the Anadolu Agency and TRT in the country.

Egypt possesses some characteristics that facilitate and reinforce the development of Turkish Public and Cultural Diplomacy. Within this framework, the historical ties between Türkiye and Egypt, religious similarities, and cultural proximity provide an opportunity for the development of Türkiye's image, reputation, and soft power in the country. Moreover, it is known that Turkish series are highly popular and well-received in Egypt. It should be emphasized that many Turkish series have contributed to the promotion of Turkish culture and language in Egypt. Therefore, it would not be wrong to say that Turkish series have instilled interest and curiosity towards Turkish culture, language, and Türkiye itself among Egyptian viewers. Thus, it can be stated that factors such as historical ties, religious and cultural similarities, and the popularity of Turkish series support Turkish Cultural and Language Diplomacy activities in the country.

Building on this, a thesis research focuses on measuring Türkiye's Cultural and Language Diplomacy activities in Egypt within the context of Public Diplomacy. The research consists of sections titled "Public Diplomacy: An Overview of the Concept," "Turkish Presence in Egypt in the Context of Public and Cultural Diplomacy," and "Measurement of Cultural and Language Diplomacy on Egyptians Going to Türkiye and Turks Coming to Egypt (Survey Technique)."

Within the context of the thesis research, a study has been conducted based on the question: "Is Egypt, where Türkiye has conducted Public Diplomacy efforts through various institutions since 2010, an appropriate context for strengthening Turkish soft power and perception through cultural and language instruments?" The research

utilized the survey technique and involved two separate participant groups of Turkish and Egyptian nationals. The target audience of the research was determined as Egyptians coming to Türkiye for language learning, education, work, internships, projects, and volunteer purposes, as well as Turks going to Egypt for similar purposes. The main objective of the research is to evaluate Türkiye's presence in Egypt within the framework of Public Diplomacy and to contribute to the identification of Türkiye's Cultural and Language Diplomacy potential in Egypt based on the results of the conducted survey. Within this scope, a general inference about the cultural influences and cultural exchanges between Türkiye and Egypt has also been aimed. Additionally, the motivations of participants from both countries to learn each other's languages and their approaches to each other's culture were evaluated.

The findings of the research conducted within the scope of the thesis indicate that the Egyptian people have an interest in Türkiye and Turkish culture. Particularly, it is possible to mention that Turkish series broadcasted in Egypt have made a significant contribution to this interest. Furthermore, the research results indicate an increasing interest in learning Turkish in Egypt and show that Türkiye is perceived as a suitable country for education by Egyptian participants. In this context, an attempt has been made through the survey to understand Türkiye's current Cultural and Language Diplomacy experience in Egypt. Based on the survey data, it has been inferred that Türkiye has a potential for developing soft power through Cultural and Language Diplomacy instruments, especially among the Egyptian people. This situation indicates that Egypt is a suitable context for conducting Turkish Public and Cultural Diplomacy activities.

Keywords: Public Diplomacy. Turkey-Egypt Relations. Cultural-Language Diplomacy. Measurement (Survey Technique).

ÖZET

Kamu Diplomasisi Bağlamında Türkiye'nin Mısır'daki Kültür-Dil Diplomasisi Faaliyetlerinin Ölçümlemesi (Anket Tekniği)

Türkiye'nin özellikle 2010 Yılı ve sonrası dönemde Kamu Diplomasisi çalışmalarına yeni bir dış politika yaklaşımı ile ağırlık verdiği ifade edilmektedir. Türkiye bu bağlamda, Türk Kamu Diplomasisi amaçlarına hizmet edecek çeşitli kurumlar kurmuş ve halihazırda bulunan kurumlarını yeniden yapılandırmıştır. Türk Kamu Diplomasisi kurumları günümüzde birçok noktada Türkiye'nin yumuşak gücünü, imaj ve itibarını pekiştirmek için faaliyet göstermektedir. Buradan hareketle, Afrika Kıtası'nın en büyük üçüncü nüfusuna sahip ülkesi Mısır da yeni Türk Kamu Diplomasisi çalışmalarının bir durağı olmuştur. Öyle ki, Türk Dış Politikası için Mısır'ın jeopolitik ve jeostratejik konumuyla, nüfusuyla, ticaret hacmiyle önemli bir ülke olarak öne çıktığının altı çizilmektedir. Mısır'da Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi'ni temsilen Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA) Kahire Koordinasyon Ofisi ve bir dil ve kültür merkezi olarak faaliyet gösteren Kahire Yunus Emre Enstitüsü'nün kurulduğu bilinmektedir. Bu kapsamda, Mısır'da kurulan Kahire Yunus Emre Enstitüsü, Afrika kıtasında kurulan ilk Yunus Emre Enstitüsü olma özelliğini taşımaktadır. Ayrıca, ülkede Anadolu Ajansı ve TRT'nin temsilcilikleri de bulunmaktadır.

Mısır'ın Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi'nin gelişmesini kolaylaştıracak ve pekiştirecek birtakım özellikler taşıdığını belirtmek mümkündür. Bu çerçevede, Türkiye ve Mısır'ın tarihi bağları, inanç benzerliği, kültürel yakınlığı ülkede Türkiye'nin imaj ve itibarı ile yumuşak gücünün gelişimi için olanak sağlamaktadır. İlaveten, Türk Dizileri'nin Mısır'da oldukça sevildiği ve ilgi gördüğü bilinmektedir. Yayınlanan birçok Türk Dizisi'nin, Mısır'da Türk Kültür ve Dili'nin tanıtımını yapmış olduğunun altı çizilmelidir. Bu doğrultuda, Türk Dizileri'nin Mısırlı izleyici kitlesinde Türk Kültürü'ne, Türkçe'ye ve Türkiye'ye yönelik ilgi ve merak aşıladığını ifade etmek yanlış olmayacaktır. Dolayısıyla, tarihi bağlar, inanç ve kültür benzerliği, Türk Dizileri'nin popülerliği gibi faktörlerin ülkedeki Türk Kültür-Dil Diplomasisi faaliyetlerini desteklediği ifade edilebilmektedir. Buradan hareketle, tez araştırması Kamu Diplomasisi bağlamında Türkiye'nin Mısır'daki Kültür-Dil Diplomasisi faaliyetlerinin ölçümlemesini konu almaktadır. Bu kapsamda çalışma, “Kamu Diplomasisi: Kavrama Genel Bir Bakış”, “Kamu ve Kültür Diplomasisi Bağlamında Mısır'da Türk Varlığı” ve “Mısır'a Giden Türkler ve Türkiye'ye Gelen Mısırlılar Üzerine Kültür-Dil Diplomasisi'nin Ölçümlemesi (Anket Tekniği)” bölümlerinden oluşmaktadır.

Tez çalışmasının üçüncü bölümü kapsamında, “2010 Yılından bu yana çeşitli kurumlar aracılığıyla Türkiye'nin Kamu Diplomasisi çalışmaları yürüttüğü Mısır ülkesi, kültür ve dil enstrümanları ile Türk Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Gücü'nün kuvvetlendirilmesi adına uygun bir bağlam mıdır?” Sorunsalından hareketle bir araştırma yürütülmüştür. Araştırma kapsamında anket tekniğinden yararlanılmış, Türkiye ve Mısır uyruklu iki ayrı katılımcı grubu ile çalışılmıştır. Araştırmanın hedef kitlesi dil öğrenimi, eğitim, iş, staj, proje, gönüllülük amaçlarıyla

Türkiye'ye gelen Mısırlı ve aynı amaçlarla Mısır'a giden Türkler olarak belirlenmiştir. Araştırmadaki temel amaç Kamu Diplomasisi bağlamında Türkiye'nin Mısır'daki varlığını değerlendirmek ve yürütülen anket çalışmasının sonuçlarına göre Türkiye'nin Mısır'daki Kültür-Dil Diplomasisi potansiyelinin ortaya konmasına katkı sunmaktır. Bu kapsamda, Türkiye ve Mısır'ın birbirleri üzerindeki kültürel etkileri ve kültür alışverişleri hakkında genel bir çıkarımda bulunulması da hedeflenmiştir. Ayrıca, iki ülkeden katılımcıların karşı ülkenin dilini öğrenmeye yönelik motivasyonları ve karşı ülkenin kültürüne dair yaklaşımları değerlendirilmiştir.

Tez çalışması kapsamında yürütülen araştırmanın bulguları, Mısır Halkı'nın Türkiye'ye ve Türk Kültürü'ne ilgi duyduğunu göstermektedir. Özellikle, Mısır'da izlenen Türk Dizileri'nin oluşan bu ilgiye büyük bir katkı sağladığını belirtmek mümkündür. Ayrıca, araştırma sonuçları Mısır'da Türkçe öğrenimine yönelik artan bir ilgi olduğuna ve Mısırlı katılımcılar tarafından Türkiye'nin eğitim almak için uygun bir ülke olarak görüldüğüne işaret etmektedir. Bu bağlamda, anket çalışması ile Türkiye'nin Mısır'daki mevcut Kültür-Dil Diplomasisi deneyimi anlaşılmasına çalışılmıştır. Anket verilerinden yola çıkarak Türkiye'nin Mısır Halkı üzerinde özellikle Kültür-Dil Diplomasisi enstrümanları ile geliştirilebilir bir yumuşak güç potansiyeli bulunduğu çıkarımı yapılmıştır. Bu durum, Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi çalışmalarını yürütmek için Mısır'ın uygun bir bağlam olduğuna işaret etmektedir. Son dönemde atılan karşılıklı diplomatik adımlar ile Türkiye ve Mısır ilişkileri görece pozitif bir ekseninde ilerlemektedir. Bu gelişmeler, Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi açısından Mısır'da yeni fırsatlar doğabileceği beklentisini de beraberinde getirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Diplomasisi. Türkiye-Mısır İlişkileri. Kültür-Dil Diplomasisi. Ölçümleme (Anket Tekniği).

GİRİŞ

Küreselleşme ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişim, bunun yanında Soğuk Savaş'ın bitişi gibi birçok gelişmeyle dünyada ve Uluslararası İlişkiler bağlamında yeni bir düzenin meydana geldiği sıkça ifade edilmektedir. Buradan hareketle, bahse konu yeni dünya düzeni kapsamında geleneksel medyanın yanı sıra, “devrim” diye nitelendirilebilecek Web. 2.0 teknolojisi de yaygınlaşmıştır. Enformasyon ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelerle söz konusu yeni dünya düzeni, devlet ve kamu arasındaki ilişkinin de dönüşmesine zemin hazırlanmıştır. Bu süreçte, hükümetler için kamuoyunun öneminin ve kamuoyunun hükümetler üzerindeki yaptırım gücünün gittikçe arttığı ifade edilebilmektedir. Öyle ki, “kamu” artık sesini kolayca duyurabilmekte, örgütlenip “kamuoyu” oluşturabilmekte ve böylece kamu kanaati güçlü bir silaha dönüşebilmektedir. Bunun yanı sıra, söz konusu yeni dünya düzeninde kamuoyu, 2. Dünya Savaşı dönemindeki gibi geleneksel Propaganda çalışmalarıyla kolayca eğilip bükülebilen bir kavram olmanın da ötesine geçmiştir. Kamuyu kendi söylemi doğrultusunda ikna etmeyi ve kamuoyunu şekillendirmeyi hedefleyen aktörler için Propaganda'nın veya tek yönlü iletişim usullerinin ötesinde, daha sofistike, daha şeffaf ve çok yönlü bir iletişim yönetimi gerekliliği doğmuştur. Kamuoyunun artan öneminin yanı sıra sivil toplum örgütleri, çok uluslu şirketler, devlet üstü kuruluşlar da 20. Yüzyıl ve 21. Yüzyıl'ın yeni dünya düzeninde önemli bir yere sahip aktörler olarak öne çıkmıştır. Böylelikle, söz konusu dünya konjonktürü yeni disiplinlerin doğuşunu tetiklemiş ve bu kapsamda hedef kitlesi yabancı kamular olan Kamu Diplomasisi kavramı gelişmeye başlamıştır. Buradan hareketle, Kamu Diplomasisi'nin teorik çerçevesini temel alan “Kamu Diplomasisi Bağlamında Türkiye'nin Mısır'daki Kültür-Dil Diplomasisi Faaliyetlerinin Ölçümlenmesi (Anket Tekniği)” adlı tezli yüksek lisans çalışması üç ana bölüme ayrılmıştır.

Tez çalışmasının birinci bölümünde, yeni dünya konjonktüründe Kamu Diplomasisi'nin gelişiminden bahsedilecektir. Bu çerçevede Kamu Diplomasisi'nin, İletişim Çalışmaları kapsamında Propaganda, Halkla İlişkiler, Stratejik İletişim

Yönetimi, Ulus ve Yer Markalaması gibi kavramlarla ilişkisine değinilecektir. Ayrıca, Kamu Diplomasisi ve İletişim Bilimleri ilişkisinden hareketle Kamu Diplomasisi Modellemeleri de ele alınacaktır. Birinci bölüm kapsamında değerlendirilecek bir diğer konu ise Kamu Diplomasisi kavramının Türkiye’de kurumsallaşması ile Türk Kamu Diplomasisi kurumları olacaktır. Bununla birlikte, tez çalışmasının ikinci bölümünde, Türkiye-Mısır ilişkileri arka planında Mısır’daki Türk Varlığı; kültür, dil, din, tarih gibi unsurlar çerçevesinde incelenecektir. Ayrıca Mısır’daki Türk Kamu Diplomasisi çalışmalarına da dikkat çekilecektir.

Tez çalışmasının üçüncü bölümü ise Türkiye’nin Mısır’daki Kültür ve Dil Diplomasisi faaliyetlerini ve potansiyelini değerlendirmeyi hedeflemektedir. Buradan hareketle, üçüncü bölüm kapsamında “Mısır’a Giden Türkler ve Türkiye’ye Gelen Mısırlılar Üzerine Kültür-Dil Diplomasisi’nin Ölçümlenmesi (Anket Tekniği)” adlı bir araştırma yürütülecektir. Söz konusu araştırmada, geniş bir katılımcı kitlesine kolaylıkla ulaşabilmek adına anket tekniği kullanılacaktır. Bu çerçevede hem Türkiye hem Mısır uyruklu bireylere ulaşılarak; kültür, kültür ürünleri, dil gibi kavramlar üzerinden hazırlanan 27 adet anket sorusu katılımcılara yöneltililecektir. Araştırmanın hedef kitlesine dahil olabilecek potansiyel katılımcılara Facebook, Instagram, X gibi sosyal medya platformları üzerinden ulaşılması ve anket formunun dijital yollarla gönderilmesi planlanmaktadır. Bu kapsamda, araştırma ile toplanan veriler SPSS programında Ki-Kare Testi ve Independent Sample T Testi ile analiz edilecektir. Bunun yanı sıra, araştırma öncesi sıralanan 7 adet hipotez bağlamında öne sürülen 9 adet araştırma sorusu sınanacaktır.

Tez çalışmasının birinci bölümü Soğuk Savaş sonrası gelişen yeni dünya düzeniyle, Geleneksel Diplomasi anlayışının dönüşüme uğradığını ifade edecektir. Öyle ki, geleneksel anlamda diplomasi, yalnızca devlet temsilcileri arasında ilişkilerin mahrem bir şekilde ilerletilmesi şeklindeyken günümüzde açık, şeffaf ve çok yönlü iletişime dayalı, kamuların ve devlet dışı aktörlerin de dahil olduğu diplomasi süreçleri yürütülmeye başlamıştır. Buradan hareketle, Kamu Diplomasisi kendi söylem ve ideolojileri doğrultusunda devletlerin yabancı kamulara yönelik uyguladığı Stratejik İletişim Çalışmaları bütünü olarak öne çıkmaktadır. Çıkış noktası itibarıyla Soğuk Savaş dönemi Amerika Birleşik Devletleri ekseninde gelişen Kamu Diplomasisi, günümüzde birçok devlet tarafından uygulanır hale gelmiştir. Bunun yanı sıra, bir ülkeyi diğer bir ülke nezdinde cazibeli/sevilesi kılan unsurların tümü olarak tanımlanabilecek yumuşak güç kavramı da Kamu Diplomasisi

çerçevesinde önemli bir kavramdır. Buna göre, Kamu Diplomasisi çalışmaları çoğunlukla yumuşak gücü geliştirme hedefiyle yürütülmektedir. Ayrıca tez çalışması, Kamu Diplomasisi'nin Stratejik İletişim Yönetimi çatı kavramının altında yer aldığı ve buradan hareketle Propaganda, Halka İlişkiler, İmaj ve İtibar Yönetimi gibi alanlarla kesiştiğinin altını çizecektir. Diğer yandan, Kamu Diplomasisi'nin ülkemizdeki gelişimi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi kurumlarından da bahsedilmesi de planlanmaktadır.

Tez çalışması kapsamında dikkat çekilecek bir diğer kavram Kültürel Diplomasi'dir. Kültürel Diplomasi, Kamu Diplomasisi çatısı altında günümüzde etkili bir biçimde kullanılan bir alan olarak öne çıkmaktadır. Öyle ki Kültürel Diplomasi faaliyetleri doğrultusunda; kültür ve kültür ürünleri, dil, tarih, müzik gibi birçok unsur doğru yöntemlerle efektif şekilde kullanılarak güçlü bir etki yaratabilmektedir. Bu kapsamda, çoğunlukla Batı Avrupa ülkelerinin erken tarihlerde dünyanın çeşitli bölgelerinde dil ve kültür merkezleri kurarak dil ve kültürlerinin yayılmasını sağladığı bilinmektedir. Türkiye de yeni Kamu Diplomasisi stratejisi doğrultusunda Kültürel Diplomasi çalışmalarına yoğunlaşmaktadır. Kültürel Diplomasi'nin yanı sıra, Ulus ve Yer Markalama, Marka Diplomasisi, Eğitim Diplomasisi gibi kavramlar da bu bağlamda öne çıkmaktadır. Diğer yandan, İletişim Çalışmaları ile Kamu Diplomasisi'nin ortaklığı dikkat çeken birtakım Kamu Diplomasisi modelleri geliştirilmiştir. Buradan hareketle tez çalışması, İletişim Çalışmaları'nı arka plan alan Kamu Diplomasisi Modelleri'nden de bahsedecektir.

Türkiye'nin özellikle 2010 Yılı ve sonrasında Kamu Diplomasisi alanında yeniden yapılanma dönemine girdiği ve çeşitli atılımlarda bulunduğu belirtilmektedir. Böylece, Türk Kamu Diplomasisi'nin temsilci kurumları da belirlenen coğrafyalarda, hedef kitlelere yönelik faaliyetler göstermeye başlamıştır. Tez çalışmasının ikinci bölümü, Türkiye'nin yeni Kamu Diplomasisi stratejisi kapsamında, yakın coğrafyalardaki faaliyetleri ışığında şekillendirilecektir. Bu doğrultuda, ikinci bölümün Mısır'daki Türk Varlığı'nı konu alması planlanmıştır. Öyle ki Mısır'da, Tolunoğulları ve İhşitler'den, Memlük Devleti'ne, Osmanlı İmparatorluğu'ndan Mısır Hıdivliği'ne uzanan 11 Asırlık bir Türk Varlığı'ndan söz etmek mümkündür. Tarih boyunca birçok Türk idareci tarafından yönetilen Mısır, özellikle Osmanlı İmparatorluğu döneminde Türk ailelerin de yerleştiği bir ülke olmuştur. Buradan hareketle, ülkede Türk Kültürü'ne dair izler bulunabilmektedir. Buna göre çalışma, Mısır'daki Türk Varlığı ve Türkiye-Mısır ilişkileri

doğrultusunda, Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi çalışmalarının ülkede uygun bir bağlamda ilerleyebileceğini öne sürmektedir.

2010 Yılı itibarıyla Mısır, Türk Kamu Diplomasisi kurumlarının konumlandırıldığı ülkelere biri olarak öne çıkmaktadır. Bu kapsamda, Türk-Mısır ilişkilerinin özellikle 2010-2013 Yıllarında oldukça olumlu bir bağlamda ilerlediğini ifade etmek mümkündür. Bununla birlikte, iki ülke arasındaki ilişkilerin 2013-2022 Yılları arasında gerileme dönemine girdiği bilinmektedir. 2022 Yılından bu yana ise iki ülke arasındaki ilişkiler yeniden olumlu bir eksene evrilmiştir. Özellikle, her iki ülkenin liderlerinin telefon görüşmesi yapması, Dünya Kupası'nda el sıkışması, karşılıklı bakan düzeyinde yapılan ziyaretler, verilen bölgesel iş birliği mesajları bu durumu kanıtlar niteliktedir. Bununla birlikte, 2024 Yılı Şubat Ayında Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Mısır'a ziyarette bulunması, iki ülke ilişkilerinde pozitifleşmenin önemli bir göstergesi olarak yorumlanabilmektedir.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Eşi ile Türkiye'den giden heyet, hava alanında Mısır Cumhurbaşkanı Abdülfettah Es-Sisi ve Eşi tarafından bilhassa karşılanmış ve Türk Cumhurbaşkanı'nın ülkeye gelişine özel resmi tören düzenlenmiştir. Bununla birlikte, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan Mısır'da yaptığı konuşmasında, iki ülke arasındaki turizm, eğitim ve kültür alanlarındaki bağların kuvvetlendirilmesi için çaba sarf edileceğini belirtmiştir. Ayrıca, her iki ülke başkanının ortaklaşa düzenlediği basın açıklamasında, stratejik iş birliğine ve iki ülke arasındaki ilişkilerin gelişim alanlarına vurgu yapılmıştır. Bu kapsamda, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Eşi'nin hava alanında Mısır Cumhurbaşkanı Abdülfettah Es-Sisi ve Eşi tarafından bizzat karşılanması, resmi tören düzenlenmesi, iki ülke liderinin yan yana basın açıklamasında bulunması Türkiye ve Mısır arasındaki olumlu diplomasinin bir göstergesi olmuştur. Bunun yanı sıra, iki ülke başkanının yaptığı konuşma esnasında masalarda bulunan dekoratif çiçeklerin olumlu ve barışçı bir atmosfer yarattığına dikkat çekmek mümkünken, arka plandaki deniz ve gemi temalı tabloların iki ülkenin deniz komşuluğu ve gittikçe genişleyen ticaret hacmi açısından anlamlı olduğu belirtilebilmektedir.

Türkiye'nin yeni Kamu Diplomasisi yaklaşımıyla Mısır'da TİKA Kahire Program Koordinasyon Ofisi ve Kahire Yunus Emre Enstitüsü'nün kurulduğu bilinmektedir. Diğer yandan, iki ülke arasındaki siyasi ilişkilerin gerilediği dönemde

TİKA Kahire Program Koordinasyon Ofisi'nin faaliyetleri askıya alınmıştır. Bununla beraber, kurulduğu günden bu yana Kahire Yunus Emre Enstitüsü, Türk Kültür Diplomasisi'nin ülkedeki başat aktörü olarak faaliyetlerini sürdürmüştür. Bu kapsamda, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan 2024 Yılı'nın Şubat Ayında Mısır'a yaptığı ziyarette, Kahire Yunus Emre Enstitüsü'nün dünyada en çok ilgi gören şube konumunda olup bunun memnuniyet verici olduğunu ifade etmiştir. Buradan hareketle, Mısır'da Türkçe öğrenime büyük bir ilgi olduğunun altını çizmek mümkündür. Diğer yandan, Türkçe öğrenimine ve Türkiye'ye olan ilgiye, aynı zamanda ülkede izlenen Türk yapımı dizilerin de büyük katkısı olduğuna değinilmelidir. Böylelikle, tez çalışmasının ikinci bölümü Türkiye-Mısır ilişkilerinin son 10 yılı, Kamu ve Kültür Diplomasisi bağlamında Türkiye'nin bölgedeki varlığı ve faaliyetleri ile Mısır'da tarihten günümüze uzanan Türk Varlığı'nı irdeleyecektir. Ayrıca, Türkiye'nin Mısır'da Kamu ve Kültür Diplomasisi faaliyetleri yürütmesini kolaylaştıracak “Kültürel yakınlık, din birliği, tarihi bağlar, Türk Dizileri, Türkçe Öğrenimi” gibi öğelere de değinilecektir.

Mısır'daki Türk Varlığı ile Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi'nin incelenmesinin akabinde, üçüncü bölümde ortaya konan sorunsal doğrultusunda bir araştırma yürütülecektir. Söz konusu araştırmanın sorunsalı, ““2010 Yılı'ndan bu yana çeşitli kurumlar aracılığıyla Türkiye'nin Kamu Diplomasisi çalışmaları yürüttüğü Mısır ülkesi, kültür ve dil enstrümanları ile Türk Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Gücü'nün kuvvetlendirilmesi adına uygun bir bağlam mıdır?” Sorusu çerçevesinde şekillendirilmiştir. Anket tekniği ile yürütülecek araştırmada; “Eğitim, dil öğrenimi, iş, staj, proje veya gönüllülük” gibi amaçlarla Mısır'a gitmiş Türk ve aynı amaçlarla Türkiye'ye gelmiş Mısırlı katılımcılar hedef kitle olarak seçilmiştir. Anket soruları; dil öğrenimi, karşı ülkenin dilini öğrenme motivasyonları, kültür, kültürel benzerlik, karşı ülkeye gidiş amaçları, karşı ülkeyi tercih etme nedenleri, iki ülke arasındaki tarihi ve kültürel bağların incelenmesi gibi amaçlara yönelik hazırlanmıştır. Bu doğrultuda, anket çalışması öncesi 7 adet hipotez geliştirilmiştir. Söz konusu hipotezler aşağıdaki gibidir:

- H1: Mısır, Türkler tarafından daha çok Din Bilimleri ve Arapça öğrenimi amaçları için tercih edilmiştir. Mısırlı katılımcılar ise Türkiye'yi daha çeşitli amaçlarla tercih etmiştir.
- H2: Mısırlı katılımcılar, Türkiye'yi tercih etmek için Türk katılımcı grubuna oranla daha fazla neden sunmaktadırlar.

- H3: Mısırlı katılımcıların Türk Kültürü'ne, Tarihi'ne, Mutfağı'na, Müzikleri'ne ve Dizi/Filmleri'ne olan ilgisi, Türk katılımcıların Mısır Kültürü'ne, Tarihi'ne, Mutfağı'na, Müzikleri'ne ve Dizi/Filmleri'ne olan ilgisinden daha fazladır.
- H4: Her iki katılımcı grubunda da katılımcıların büyük çoğunluğu, iki ülke arasında kültürel benzerlik bulunduğunu düşünmektedir.
- H5: Her iki katılımcı grubunun büyük çoğunluğu gittikleri ülkenin kültürüne kendilerini yakın hissetmektedir.
- H6: Türk Kültürü Mısır'da, Mısır Kültürü'nün Türkiye'de bilindiğinden daha fazla bilinmektedir.
- H7: Türkiye, Mısırlılar için yaşam açısından cazip bir ülkedir.

Araştırma kapsamındaki soruları ise aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür:

- Soru 1: Katılımcılar çoğunlukla hangi amaçla karşı ülkede bulunmuştur?
- Soru 2: Katılımcıların karşı ülkeyi tercih etme nedenleri nelerdir?
- Soru 3: Hangi katılımcı grubu karşı ülkeyi tercih etmek daha fazla neden belirtmiştir?
- Soru 4: Katılımcı gruplarının karşı ülkenin kültür ürünlerine olan ilgisi ne düzeydedir?
- Soru 5: Katılımcılar iki ülke arasında kültürel benzerlik bulmakta mıdır?
- Soru 6: Katılımcılar kendilerini karşı ülkenin kültürüne yakın hissetmekte midir?
- Soru 7: Türkiye ve Mısır'ın kültürü, karşı ülkede ne ölçüde bilinip tanınmaktadır?
- Soru 8: Katılımcılar yaşam açısından karşı ülkeyi nasıl değerlendirmektedir?
- Soru 9: Hangi katılımcı grubu karşı ülkeyi daha cazip bulmaktadır?

Buna göre 1. ve 2. Soru Hipotez 1'i, 3. Soru Hipotez 2'yi, 4. Soru Hipotez 3'ü, 5. Soru Hipotez 4'ü, 6. Soru Hipotez 5'i, 7. Soru Hipotez 6'yı ve son olarak 8. ve 9. Sorular ise Hipotez 7'yi sınamak üzere kurgulanmıştır. Bu kapsamda tez çalışmasının üçüncü bölümünde, bahse konu araştırma soruları, öne sürülen 7 adet hipotez bağlamında değerlendirilerek sınanacaktır.

“Kamu Diplomasisi Bağlamında Türkiye'nin Mısır'daki Kültür-Dil Diplomasisi Faaliyetlerinin Ölçülenmesi (Anket Tekniği)” adlı tez çalışması,

öncelikle Kamu Diplomasisi'nin teorik çerçevesini ele alacaktır. Bunun yanı sıra tez çalışması, Türkiye'nin 2010'lu yıllarla birlikte yeniden yapılandığı Kamu Diplomasisi yaklaşımına dikkat çekecektir. Bahse konu yeni yaklaşım doğrultusunda Türkiye'nin Kamu Diplomasisi faaliyetleri gerçekleştirdiği ülkelerden birinin de Mısır olduğu bilinmektedir. Bu kapsamda, Afrika Kıtası'nın ve Orta Doğu'nun öne çıkan ülkelerinden biri olan Mısır ülkesi, tez çalışması için bir örnek olarak seçilmiştir. Buradan hareketle, Türkiye'nin Mısır'daki Kamu Diplomasisi faaliyetleri kültür ve dil öğelerine odaklanarak incelenecektir. Ayrıca, ülkede Türk Kamu Diplomasisi ve yumuşak güç faaliyetlerini kolaylaştırabilecek unsurlar sıralanacaktır. İlaveten, üçüncü bölümde yürütülmesi planlanan anket çalışmasıyla Türkiye'nin Mısır'daki Kültür ve Dil Diplomasisi potansiyeli analiz edilmeye çabalanacaktır. Söz konusu araştırmada çok yönlü sonuçlara ulaşabilmek adına hem Türk hem de Mısırlı katılımcılarla anket çalışması yürütülecektir. Böylece, iki ülke halkları arasındaki karşılıklılık durumunun ve kültürel etkileşimin de ortaya konması hedeflenmektedir. Türkiye gerek son dönemdeki Kamu Diplomasisi atılımlarıyla gerekse taşıdığı kapsayıcı tarihi ve kültürel birikimiyle bilhassa kültürel ortaklıklara sahip olduğu yakın coğrafyalarında güçlü bir aktör olmaya aday bir ülke olarak öne çıkmaktadır. Bu kapsamda, tez çalışması Mısır ülkesinin Türkiye'nin Kamu Diplomasisi doğrultusunda uygun bir bağlam olup olmadığı sorusuna da cevap arayacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM: KAMU DİPLOMASİSİ: KAVRAMA GENEL BİR BAKIŞ

Soğuk Savaş ve Soğuk Savaş'ın bitişiyle iki kutuplu dünya düzeninin çözülmeye başlaması, eş zamanlı olarak iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişim ile yeni dünya dengelerinin kurulmaya başlandığı ifade edilmektedir. Özellikle, küreselleşme dalgasının bu kurulan yeni dünya düzenin merkezinde olduğu belirtilmektedir. Bu bağlamda, “Küreselleşme, dünya aracılığıyla yönlendirilmiş kurallar ve normlar olarak insanların ortak standartlarının ve eşitliğini ilerletmesinde ve fırsat koşulunu karşılamaktadır. Bu ortak standartların başında özgürlük ve demokrasi gelmektedir” (Sancar. 2014:5). Bu kapsamda, küreselleşme dalgasıyla yükselen özgürlük ve demokrasi değerlerinin Amerika Birleşik Devletleri'nin ideolojik söylemleri arasında yer aldığı bilinmektedir. Dolayısıyla, Doğu Bloğu'nun dağılması sonrasında küreselleşme “Amerikanlaşma ile eşdeğer tutulmaya” (Sancar. 2014:6) başlanmıştır. Diğer taraftan, “Enformasyon Devrimi, bilgisayar, yazılım ve iletişim teknolojilerinde hızlı bir ilerleme sağlanması” (Sancar. 2014:8) uluslararası bağlamda bahse konu yeni düzenin oluşmasında büyük bir yer tutmuştur. Öyle ki tüm bu gelişmelerle birlikte, “Küresel bilgi toplumunda gücün toprağa, askeri güce ve doğal kaynaklara daha az bağlı” (Tuncer. 2009:156) olduğu belirtilmektedir. Özellikle iletişim teknolojilerindeki hızlı ilerleme ile Enformasyon Devrimi; hem İletişim ve Toplum Çalışmaları'nda hem de Uluslararası İlişkiler'de ve Diplomasi bağlamında yeni bir düzenden bahsedilmesine etki etmiştir. Bu yeni düzen bağlamında “Küreselleşen dünyada bilgiye sahip olanların gücü artmış, ona sahip olmak ayrı bir güç savaşı” (Sancar. 2014:8) olarak görülmeye başlanmıştır.

Küreselleşmenin hızlandığı, bilgi teknolojilerinin geliştiği ve Doğu Bloğu'nun dağılmasıyla gerek ekonomik gerekse kültürel anlamda Amerikan değerlerinin baskınlaştığı bir bağlamda devletlerin politikalarını bu yeni konjonktüre göre şekillendirme gereksinimi içerisine girdiklerini ifade etmek mümkündür. Öyle ki, dünyada yaşanan değişim ve dönüşümlerle “Devletler ve bürokratlar arasında yürütülen müzakereleri ifade eden Klasik Diplomasi yerine, diğer aktörler arasındaki

ilişkilerin yönetimi olarak Modern Diplomasi” (Köksoy. 2014:212) kavramı ortaya çıkmıştır. Bu süreçte kamuoyunun artan etkisiyle ve “İletişim ağının ve olanaklarının gelişmesiyle, Geleneksel Diplomasi yöntemleri farklılık göstermiş ve Kamu Diplomasisi” (Yıldırım. 2015:120) kendine bir gelişim alanı bulmuştur.

Kamu Diplomasisi, Geleneksel Diplomasi’nin yanı sıra “Yabancı Kamular” üzerinde de etkili olmayı hedefleyen, uluslararası arenada kamuoyu ve gündem oluşturma odaklı yeni bir pratik olarak gelişmiştir. Tuncer, bahse konu yeni dünya konjonktüründe Geleneksel Diplomasi’nin Küresel Diplomasi’ye evrildiğine vurgu yaparken “Küresel Diplomasi’nin en önde gelen özelliğinin kamuoyuna yönelik bir diplomasi yöntemi” (2009:146) olduğunu belirtmektedir. Aydemir’e göre ise bu süreçte, “Kamuoyu ve medyanın etkisinin artması, klasik strateji ve dış politika şekillerinde yenilikler ortaya çıkarmış ve diplomatların birbirleri arasında eskiden beri devam eden ekonomik, kültürel, konsolosluk ve siyasi ilişkilerine yeni konular eklemiştir” (2018:31). Böylece, ABD Başkanı Woodrow Wilson tarafından da vurgulandığı bilinen “Açık Diplomasi anlayışının sonucunda hükümetlerin hem ülke içindeki hem de ülke dışındaki kamuoylarını etkilemeleri” (Tuncer. 2009:139) gereksinimi doğmuştur. Buradan hareketle, “Kamu Diplomasisi” adı verilen pratiğin doğmasının da yolu açılmıştır.

Kamu ve diplomasi ayrımı, Kamu Diplomasisi ve iletişim alanlarında uzmanlaşmış Snow tarafından Tablo 1.1’deki gibi sınıflandırmıştır. Buna göre kamu, birden çok aktörlü olup “hükümet dışılığı” ifade ederken Geleneksel Diplomasi uygulamaları dış işleri temsilcileri tarafından hükümetlerin politikalarına göre yürütülmektedir. Diplomasi, bu anlamda iki yönlü asimetrik bir iletişim uygularken kamunun aktif katılımı ile yeni Kamu Diplomasisi pratiğinde diyalojik ve iki yönlü simetrik iletişimden bahsetmek mümkündür. Diğer yandan, Snow ve Taylor Tablo 1.1’de kamu kavramının hükümet ile ilişkisi olmadığını dile getirmiş, gayri resmi ilişkilerin yönetiminde kamunun aktifliği vurgulamış ve sadece hükümetlerin dış işleri temsilcileri arasındaki Geleneksel Diplomasi’nin aksine kamuyla iletişimin çift yönlülüğüne (Snow. 2009:8) dikkat çekmiştir.

Tablo 1.1. Kamu ve Diplomasi Farkları

Kamu	Diplomasi
Hükümet dışı (<i>nongovernmental</i>)	Hükümet
Uygulayıcılar	Dış işleri uzmanları, yetkilileri
Resmi değil	Resmi, dikkatli, bilimsel
Aktif kamu	Pasif kamu veya hedef kitle
Karşılıklı anlayış (<i>mutual understanding</i>)	Kavrayış/idrak (<i>comprehension</i>)
Davranış değişikliği var	Davranış değişikliği yok

Kaynak: Snow N. (2009) “Rethinking Public Diplomacy” Handbook of Public Diplomacy. Nancy Snow ve Philip M. Taylor (der.) içinde. Routledge.

Kamu Diplomasisi kavramının ortaya çıkışı, Soğuk Savaş’ın ortalarında ABD’nin yaptığı birtakım İletişim Çalışmaları’na dayandırılmaktadır. Bu bağlamda, “Kamu Diplomasisi kavramı ilk kez 1963 Yılında ABD Bilgi Servisi müdürü Edward Murrow ve 1965 Yılında ABD Boston Tufts Üniversitesi Fletcher Diplomasi Okulu Dekanı Edmund Gullion tarafından dile getirildiği” (Önal. 2018:47) ifade edilmektedir. Kamu Diplomasisi kavramının doğduğu ve geliştiği bağlamı Tuch detaylı bir şekilde betimlemektedir. Tuch’a göre, öncelikle “İletişim devrimi sonucu, radyo, televizyon, faks gibi teknolojiler sıradan insanların hayatına girmiş, bu durum yurtdışında olup bitenleri bilmeyi sadece devletlerin ve küçük bir azınlığın ayrıcalığı olmaktan çıkarmış, sıradan vatandaşların da bu bilgilere sahip olmasını sağlamıştır” (1990:3). Bunun yanı sıra, Kamu Diplomasisi’nin oluştuğu bağlamdaki bir diğer büyük gelişmenin ise “1948-64 tarihleri arasında 47 yeni ülkenin kurulması” (Tuch. 1990:5) olmuştur. Böylece, “Bu ülkeler uluslararası kamuoyu açısından Kamu Diplomasisi’nin hem hedefi hem de kaynağı olmuş ve kamuoyunun fikir ve kanaatlerinin önem taşıdığı bir bağlam gelişmiştir” (Tuch. 1990:3-5). Diğer yandan, Kamu Diplomasisi kavramının ilk kez kullanıldığı 1960’lı Yıllardan bu yana Kamu Diplomasisi pratiğinin dünyadaki gelişmelere paralel olarak daha sofistike bir hal aldığına dikkat çekmek mümkündür.

Kamu Diplomasisi kavramı için birçok düşünür ve yazar tarafından farklı tanımlamalar geliştirilmiştir. Tuch Kamu Diplomasisi’ni “Bir Hükümetin ulusal

amaçlarının ve güncel politikalarının olduğu kadar ulusunun fikir ve ideallerinin, kuruluşlarının ve kültürünün yabancı halklarca anlaşılması amacıyla gerçekleştirilen iletişim süreci” (Sancar. 2014:79) şeklinde değerlendirmiştir. Bunun yanı sıra, Kamu Diplomasisi “Bir ulusun kendi ideallerini, hedeflerini ve politikalarını, yabancı ülkelere, farklı kültürler anlatma amacı taşıyan faaliyetler bütünü” (Bostancı. 2012:27) şeklinde tanımlanmıştır. Buna göre, Kamu Diplomasisi “Uluslararası İlişkiler’in Geleneksel Diplomasi dışındaki alanlarını, hükümetlerin diğer ülkelerde kamuoyu oluşturma çabalarını, ülkeler arasında sivil toplum ve kâr amaçlı kuruluşların etkileşimlerini, dış işleri raporları ve bunların politika üzerindeki etkilerini, diplomatlar ve muhabirler gibi işi iletişim olan kişiler arasındaki iletişimi ve kültürlerarası iletişim süreçlerini” (Cull. 2009:19) kapsamaktadır.

1.1. Kamu Diplomasisi’nin Gelişimi

İlk olarak 1960’lı yıllarda tanımlanan Kamu Diplomasisi, o günden bu yana çeşitli yönlerle evrilerek gelişim göstermiştir. Armstrong, Kamu Diplomasisi’nin “II. Dünya Savaşı’ndan sonraki yirmi yılda dostların, düşmanların ve tarafsızların zihinleri ve iradeleri için yürütülen bir mücadele olarak, komünist enformasyon saldırısına karşı koyma ihtiyacından doğduğunu” (2009:64) ifade etmektedir. Sonrasında ise Kamu Diplomasisi “İnsanların zihinleri ve iradeleri için verilen bir mücadeleden kalpleri ve zihinleri kazanma” (Armstrong. 2009:64) çabasına dönüşmüştür. Bu bağlamda, Kamu Diplomasisi’nin çıkış noktası ve gelişiminin II. Dünya Savaşı, Soğuk Savaş ve ABD’nin o dönemki politikaları kaynaklı olduğunu ifade etmek mümkündür. Bununla birlikte, Kamu Diplomasisi’nin günümüz haline evrilmesinde 21. Yüzyıl Amerikan Dış Politikası’nda yaşanan bir dizi gelişmenin yattığı da belirtilmektedir. Öyle ki, “11 Eylül Terör Saldırısı ABD’de Kamu Diplomasisi kavramını yeniden gündeme getirmiştir” (Snow. 2009:xi). Böylece, “Terör Saldırısı, Amerikan Dış Politikası’nda dönüşüme neden olurken, Kamu Diplomasisi kavramını da dönüştürmüştür” (Snow. 2009:xi).

1990’lı yıllara gelindiğinde Doğu Bloğu’nun çözünmesinin, Kamu Diplomasisi için de yeni bir bağlam yarattığı vurgulanmaktadır. Bu bağlama göre, özellikle Demir Perde’den ayrılan ve kurumsallaşmaya başlamış Orta ve Doğu Avrupa’daki devletler “Kamu diplomasisi kampanyalarının bir parçası olarak Stratejik Tavsiye, Medya İlişkileri, Medya İzleme, Halkla İlişkiler, Lobicilik, Etkinlik Yönetimi, Çevrimiçi Halkla İlişkiler, Sorun ve Kriz Yönetimi sunan Halkla

İlişkiler danışmanları ve ajanslarının hizmetlerini sıklıkla kullanmıştır” (Szondi. 2009:297). Bu durum, Kamu Diplomasisi alanının ABD veya Batı Avrupa ekseninden çıkararak dünyanın farklı bölgelerinde yayılmaya ve Kamu Diplomasisi pratiklerinin daha geniş coğrafyalarda uygulanmaya başlanması şeklinde yorumlanabilmektedir. Bununla birlikte, “İki kutuplu dünya düzeninin sona ermesi Propaganda’nın hızını azalttığı, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin ise öncelikle internetin ve daha sonra da Web 2.0 ile sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle Kamu Diplomasisi’ne bireylerin kaynak olarak katılımını artırdığı” (Sancar. 2016:14) da belirtilmektedir. Bu kapsamda, 20. Yüzyıl’ın sonu ve 21. Yüzyıl’ın başlarında gelişen Kamu Diplomasisi uygulamaları ile Soğuk Savaş döneminin bir parçası olan geleneksel Kamu Diplomasinin farklarına Tablo 1.2’de değinilmiştir.

Tablo 1.2. Geleneksel Kamu Diplomasisi ve 21. Yüzyıl Diplomasisi

	Geleneksel Kamu Diplomasisi	21. Yüzyıl Kamu Diplomasisi
Ortam	Çatışma, gerilim	Barış
Amaç	Hedef kitlede davranış değişikliği yaratarak hedef ülkede siyasi değişim sağlamak	Siyasi ve ekonomik çıkarları teşvik edecek şekilde uygun ortam ve olumlu izlenim yaratmak
Strateji	Kamuyu yönetme ve ikna	İlişki kurma ve geliştirme, kamu ile etkileşim
İletişim Yönü	Tek yönlü iletişim	Çift yönlü iletişim
Araştırma	-Eğer varsa- Çok az	Bilimsel araştırma ve geri bildirim
Mesajın İçeriği	İdeolojiler ve çıkarlar	Düşünce ve değerler
Hedef Kitle (Kamular)	Hedef ülkenin genel halkı	Sınıflandırılmış ve tanımlanmış kamular
Kanal	Geleneksel kitle iletişim araçları	Eski ve yeni medya (kişiselleştirilmiş medya-ağlar)

Bütçe	Kamu Bütçesi	Kamu ve özel sektör ortaklıkları
--------------	--------------	----------------------------------

Kaynak: SZONDI G. (2009) “Central and Eastern European Public Diplomacy”. Handbook of Public Diplomacy. Nancy Snow ve Philip M. Taylor (der.) içinde. Routledge. New York.

Tabloda açıklandığı üzere Kamu Diplomasisi’nin gelişiminde çok aktörlü yeni dünya sisteminin ve karşılıklı iletişim ve etkileşim anlayışının katkısı büyüktür. Diğer taraftan, yeni Kamu Diplomasisi tanımlamasında Melissen, “Tek yönlü iletişim uygulamalarından daha diyalojik iletişim biçimlerine geçiş” (2005:18) çağrısında bulunmuş ve “Modern Kamu Diplomasisi’nin iki yönlü bir yol olduğunu” (2005:18) belirtmiştir. 20. Yüzyıl sonu ve 21. Yüzyıl başlangıcı ile uluslararası bağlamda yaşanan birçok gelişmenin ve kamuoyunu önemseyen yeni bir diplomasi anlayışının yerleşmeye başlaması sürecinde, “Hükümetlerin dış politika amaçlarını gerçekleştirmelerinin sivil toplumla olan ilişkilerinin başarısıyla orantılı” (Sancar. 2014:86) olduğu ifade edilmeye başlanmıştır. Buradan hareketle, “Kamu Diplomasisi’nin sivil toplumun ve birçok aktörün katılımıyla gerçekleşmesi gereken, etkileşimli, barış zamanı kullanılan bir süreç” (Sancar. 2014:86) olması gerektiği belirtilmektedir. Böylece, Kamu Diplomasisi ile aslında, “Siyasi, askeri ve ekonomik çıkarların bir kenara bırakıldığı, gerçek anlamda kültürlerarası bir diyalog” (Sancar. 2014:86) hedeflenmelidir.

İletişim teknolojilerindeki gelişmelerle medyanın büyük bir güç kazandığı sıkça ifade edilmektedir. Bu süreçte, Kamu Diplomasisi çalışmaları ile medyanın etkileşiminin gittikçe artarak iki alanın birbiriyle iç içe geçtiği belirtilebilmektedir. Ayrıca, yalnızca Stratejik İletişim ve Kamu Diplomasisi değil, daha öncesinde Propaganda veya Halkla İlişkiler çalışmaları kapsamında da medya, birçok hükümetin kamuoyuna seslendiği en temel mecra olmuştur. Bu kapsamda, Gilboa “İletişim teknolojilerinde bir devrim” (2008:56) yaşandığına vurgu yapmaktadır. Gilboa’ya göre bahse konu bu devrim “Neredeyse dünyada yaşanan her önemli gelişmeyi dünyanın her tarafına yayılabilmesini, uydu teknolojileriyle CNN International, BBC World, Sky News ve El Cezire gibi küresel haber ağlarını ve interneti” (2008:56) işaret etmektedir. Diğer yandan, “Yetkililerin karşılıklı çıkarları, uzlaşmayı ve çatışma çözümünü desteklediği ve gazetecilerin uluslararası uzlaşma adına yer yer diplomat rolüne girdikleri bir Medya Diplomasisi” (Gilboa. 2008:58)

kavramı da bu alanda öne çıkmaktadır. Bunun yanı sıra, günümüzde “Uluslararası yayıncılık, sanatsal faaliyetler, bilimsel ve kültürel öğrenci değişim programları, dil okulları, kültür merkezleri, burslar, fuarlar, festivaller, sergiler” (Kelley. 2009:73) gibi çalışmaların Kamu Diplomasisi’nin başlıca faaliyetlerinden olduğu belirtilmektedir.

1.1.1. Kamu Diplomasisiyle İlişkili Kavramlar

Kamu Diplomasisi, II. Dünya Savaşı sonrasında ve Soğuk Savaş döneminde ABD eksenli gelişen ve 20. Yüzyıl’ın yeni dünya düzeninde birçok hükümet tarafından önem verilmeye başlanan bir disiplin olmuştur. 21. Yüzyıl’a gelindiğinde Kamu Diplomasisi’nin, yeni yüzyılın getirdiği çeşitli gelişmeler ışığında pratikleri değişmiş ve bugünkü halini almıştır. Kamu Diplomasisi’nin, kavram olarak kullanıldığı ilk günden bu yana zaman içerisinde hem kuramsal hem de uygulama odaklı bir olgunluğa eriştiğini ifade etmek mümkündür. Buradan hareketle, dünya sahnesindeki gelişmelerle kendini güncelleyen Kamu Diplomasisi disiplini, içeriği ve uygulamaları bakımından Halkla İlişkiler ve Uluslararası İlişkiler disiplinlerinin kesiştiği bir noktada yer almaktadır. Bunun yanı sıra, Kamu Diplomasisi’nin günümüzde pek çok alt başlıkla tasniflenebilen bir Stratejik İletişim uygulamalarından biri olduğunu ifade etmek de mümkündür. Buradan hareketle Kalın, Kamu Diplomasisi ve İletişim ilişkisini “Devletten halka ve halktan halka” (2012:150) olmak üzere iki ana çerçevede sunmuştur. Buna göre, “Devletten halka yönelik faaliyetler; devletin izlediği politikaları, yaptığı faaliyet ve açılımları, resmi araçları ve kanalları kullanarak kamuya anlatılmasını ifade ederken, halktan halka doğrudan iletişim faaliyetlerinde ise STK’lar, araştırma merkezleri, kamuoyu araştırma şirketleri, basın, kanaat önderleri, üniversiteler, mübadele programları, dernek ve vakıflar gibi devlet dışı sivil araçların kullanılması esastır” (Kalın. 2012:150).

Kamu Diplomasisi’nin özellikle Uluslararası İlişkiler ve İletişim Çalışmaları bağlamında disiplinler arası ve çok araçlı bir yönü olduğunu vurgulamak mümkündür. Bu bağlamda, Sert Güç, Yumuşak Güç ve Akıllı Güç; Kamu, Kamuoyu ve Propaganda gibi kavramlar ile Halkla İlişkiler ve Stratejik İletişim disiplinlerinin Kamu Diplomasisi çalışmalarıyla ortak kümeler bulundurduğu ve etkileşim içerisinde olduğu belirtilebilmektedir. Buradan hareketle Kamu Diplomasisi, İmaj ve İtibar Yönetimi ile Ulus ve Yer Markalama çalışmaları ile yakından ilişkilidir. Bunun

yanı sıra, Kamu Diplomasisi altında değerlendirilen yeni uygulama alanları ortaya çıkmıştır. Marka Diplomasisi, Kültürel Diplomasi, Eğitim ve Dil Diplomasisi'nin bu bağlamda Kamu Diplomasisi çalışmaları kapsamında devletler tarafından kullanılan etkin enstrümanlar olduğunu belirtmek mümkündür.

1.1.1.1. Sert Güç, Yumuşak Güç ve Akıllı Güç

Güç kavramı, çok eski tarihlerden bugüne dek birçok düşünür tarafından ele alınmış, Uluslararası İlişkiler disiplinde üzerine sıkça düşünülen bir kavram olmuştur. Bu bağlamda, realist düşüncenin erken temsilcilerinden Machiavelli “Siyasetin tek hedefinin güç ve yetkinin ele geçirilip korunması olduğunu” (İskit. 2007:23) belirtmiştir. Çağdaş realist düşüncenin öncülerinden Hans J. Morgenthau ise siyasetin ve Uluslararası İlişkiler’in bir “Güç mücadelesi olduğunu ve uluslararası politikada en temel hedefin de her zaman güç olduğunu” (1993:29) ifade etmiştir. Bunun yanı sıra, Amerikalı siyaset bilimci Robert A. Dahl, *The Concept of Power* adlı makalesinde gücü “A aktörünün B aktörü üzerinde güç sahibi olması ve bu şekilde A aktörünün yapamayacağını B aktörüne yaptırabilme kapasitesi ve yeteneği” (Dahl. 1957:203) olarak tanımlamaktadır. Diğer taraftan, “Mülkiyet ilişkiler bağlamında, ekonomik değer olarak kabul gören her şeyin aynı zamanda bir güç ögesi” (Bıçakçı. 2002:74) olduğu belirtilmiştir. Buradan hareketle, “Feodal düzende toprak sahibi olmak, kapitalist düzende üretim araçlarının ve sermayenin mülkiyetine ve denetime sahip olmak bir güç göstergesi” (Bıçakçı. 2002:74) olarak sayılmaktadır. Modernleşme öncesi dönemde toprak sahibi olmak, büyük bir nüfusa veya geniş bir orduya sahip olmak, kapitalist düzende üretim ve sermayeyi kontrol etmek, caydırıcı bir askeri potansiyeli sahip olmak gibi ögeler gücün konvansiyonel tanımlamaları çerçevesinde yer almaktadır.

Konvansiyonel güç tanımlamalarının yanı sıra, siyaset bilimci ve Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı Uluslararası Güvenlik İşlerinden Sorumlu Bakan Yardımcılığı görevinde bulunmuş Joseph S. Nye’in güç kavramına yeni bir boyut getirdiğini belirtmek mümkündür. Nye’a göre günümüz dünyasında “Bilgi, güç demektir ve çağdaş enformasyon teknolojileri bilgiyi daha önce görülmemiş bir hız ve etkiyle geniş alanlara yaymaktadır” (2008:99). Böylece, asıl güç “İstenilen sonuçları elde etmek için diğerini etkileme yeteneği” (Nye. 2008:94) olarak öne çıkmaktadır. Buradan hareketle Nye, karşı tarafı etkilemek amacıyla gücün kullanımına yönelik üç temel yöntemden bahsetmektedir. Bu üç yöntem “Tehdit ve

zorlama, rüşvet ve satın alma, diğerlerinin istediğiniz şeyi yapması için cezabetme” (Nye. 2008:94) olarak sıralanabilmektedir. Başka bir deyişle yumuşak güç, “Ulusal çıkarların himayesi ve devam ettirilmesi için faydalanılan, başka ülke yönetimlerini kamuoyuna yönelik yapılan çalışmalar neticesinde kamuoyunun isteğiyle yönlendiren, gerçekçi olarak cazibeyi odak noktası gören, Kültürel Diplomasi yoluyla başka ülkelerin halkıyla bağlar kuran ve bağları ilerleten, gönüllerin fethedilmesine imkan tanıyan, dış politikadaki hedefler için ortam oluşturan ve bir devletin pozisyonunu uluslararası anlamda güçlendiren bir araç” (Aydemir. 2018:81-82) olma özellikleriyle öne çıkmaktadır.

Soft Power adlı eserinde Nye güç kullanımını üçe ayırarak “Askeri güç, ekonomik güç ve yumuşak güç” (1990:159-167) olarak detaylandırmıştır. Buna göre, “Askeri güç baskı, caydırma, önlem, zorlayıcı diplomasi, savaş ve iş birliklerini; ekonomik güç tahrik, baskı, ödeme, yaptırım, yardım ve rüşveti; yumuşak güç ise cazibe, gündem oluşturma, değerler, kültür, ilgili politikalar ve kuruluşlarla Kamu Diplomasisi ve iki yönlü veya çok yönlü diplomasiyi” (Sancar. 2014:29) ihtiva etmektedir. Bu kapsamda, Soğuk Savaş’ın bitişi, Enformasyon Devrimi ve iletişim teknolojilerinin hızlı ilerlemesi, küreselleşme, sivil toplum ve uluslararası örgütlerin güç kazanması, demokratik ve liberal politikalar güden devlet sayısının artması, aktif katılımlı yeni bir uluslararası kamuoyunun oluşması gibi birçok gelişmenin Geleneksel Diplomasi yöntemlerine yeni bir sayfa açtığı belirtilebilmektedir. Böylece, gücün en konvansiyonel boyutu olan askeri güç kullanımının da belirli oranda sınırlandığı ve yeni Uluslararası İlişkiler politikalarında birçok devletin Nye’in detaylandığı ekonomik güç ve yumuşak güce yoğunlaşmaya başladığını ifade etmek mümkündür.

Nye’in güç tanımlamalarının en başında gelen sert güç kavramına “Polis gücü, finansal güç ve işe alma-işten kovma yeteneği” (Sancar. 2014:24) örnek verilebilmektedir. Bu kapsamda sert gücün “Rüşvetlere ve tehditlere yaslandığı” (Sancar. 2014:24) belirtilmektedir. Diğer taraftan, sert güç kaynaklarının aksine güç daha yumuşak veya soyut yollarla da elde edilebilmektedir. Buna göre “Kültür, değerler ve ideoloji gibi maddi olmayan ve daha dolaylı etkiye sahip olan” (Snow. 2009:3) kavramların yumuşak güç oluşturduğunu ifade etmek mümkündür. Öyle ki günümüzde devletler yumuşak güç kullanımıyla “Ekonomik yaptırımlara veya diğer zorlayıcı devlet yönetimi araçlarına başvurmak zorunda kalmadan başkalarını hedeflerini desteklemeye ikna edebilmektedir” (Wyne. 2009:39). Bu kapsamda

yumuşak gücün “Diğerlerinin tercihlerinin de sizin istediklerinizle aynı olması yeteneğine yaslandığının” (Sancar. 2014:24) altı çizilmektedir. Özellikle 20. Yüzyıl’ın ikinci yarısında hızlanıp 21. Yüzyıl’da devam eden Enformasyon Devrimi ve küreselleşme ile gittikçe çok aktörlü bir yapıya bürünen uluslararası bağlamdaki ekonomik ve politik dönüşümler yumuşak güç araçlarını devletler adına daha da etkin kılmaktadır. Öyle ki, günümüzde “Uluslararası güçte coğrafya, nüfus ve hammadde sahipliği daha az önemli hale gelmişken teknoloji, eğitim ve ekonomik gelişmişlik uluslararası güçte daha belirgin hale gelmiştir” (Sancar. 2014:24).

Kamu Diplomasisi ve yumuşak güç kavramlarının birbirlerini tamamlayıcı ve destekleyici etkiye sahip olduklarını belirtmek mümkündür. Bununla birlikte, yumuşak güç kavramı ortaya atan Nye, ilerleyen dönemlerde literatüre akıllı güç (*smart power*) kavramını kazandırmıştır. Buradan hareketle, Nye’a göre akıllı güç “Sert güç ile yumuşak gücün bir arada akıllıca kullanılmasını” (2008:94) işaret etmektedir. Bu kapsamda, Kamu Diplomasisi ve yumuşak güç kavramlarının ABD dış politikasında yaşanan gelişme ve atılan adımlara göre “akıllı güç” olarak yeniden yorumlandığı ifade edilebilmektedir. Öyle ki, 11 Eylül saldırıları ve terörizm ile mücadele, süregelen Afganistan Savaşı ve Irak’ın işgali gibi adımlarıyla ABD sert gücünü dünyaya göstermiştir. Bu gelişmeler akabinde, yumuşak güç kavramının akıllı güç kavramına doğru evrildiği bir bağlam oluştuğunu söylemek mümkündür.

ABD Dış İşleri Bakanlığı’nda da görev almış yazar Wilson Dizard akıllı gücü “Bir aktörün sert güç ve yumuşak güç öğelerinin her ikisinin de birbirini güçlendirdiği, aynı zamanda aktörün sert güç ve yumuşak gücün öğelerinin de etkili ve etkin bir şekilde ilerletildiği birleştirme yeteneği” (2004:114) olarak yorumlamaktadır. Diğer taraftan akıllı gücün “Askeri örgütler, askeri ittifaklar, askeri üsler, askeri kurtarma faaliyetleri ve ekonomik yardımların yumuşak güç uygulaması ve üretmesi bakımından dikkat çekici” (Ekşi. 2014:41) olduğu da ifade edilmektedir. Dolayısıyla, “Sert güç ve yumuşak gücün akıllı kullanımı olarak ortaya atılan ‘akıllı güç’ kavramı, yumuşak gücün tek başına yeterli olmadığını” (Sancar. 2014:33) doğrular niteliktedir.

1.1.1.2. Kamuoyu

Kitlelerin rızasına erişmenin demokratik yönetimlerin önemli fonksiyonlarından biri olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte, kamunun rıza ve desteğinin alınması, yalnızca çağdaş demokratik yönetimlerde değil tarihte birçok

farklı yönetim biçiminde de karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki, “Antik Yunan’dan, Roma’ya, Orta Çağ yönetim sistemlerinden mutlak monarşik yönetimlere dek birçok farklı dönemde rızaya sahip olmak, tebaayı bilgilendirmek, etkilemek ve ikna etmek, gücün meşruiyetinin sağlanması için bir etken” (Bektaş. 2000:42) olmuştur. Kamu kavramı, “Antik Yunan ve Roma’da ‘özgür vatandaşlar’ olarak tanımlanırken Orta Çağ’da ‘soylular’ ile eş anlamlı, 17. Yüzyıl’da ise basın ortaya çıkmasıyla birlikte bugünkü anlamıyla” (Bektaş. 2000:43) kullanılmaya başlamıştır. Kamu, Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğüne göre ise “Halk hizmeti gören devlet organlarının tümü ve bir ülkedeki halkın bütünüdür” (Türk Dil Kurumu Sözlükleri. 2022). Bunun yanı sıra, Kamuoyu kavramı da TDK sözlüğünde “Bir konuyla ilgili halkın genel düşüncesi, halkoyu” (Türk Dil Kurumu Sözlükleri. 2022) olarak ifade edilmektedir. Diğer taraftan, Oxford English Dictionary’e (2023) göre kamu kelimesinin İngilizce karşılığı “*public*” olarak öne çıkmaktadır. Kavram; “Bir bütün olarak insanlar; topluluğa veya millete ait olan, etkileyen veya ilgilendiren” (Oxford English Dictionary. 2023) anlamlarına denk gelmektedir.

Kamuoyu kelimesi, tarihte ilk olarak “1588 Yılında Montaigne tarafından Fransızca olarak ‘*l’opinion publique*’ şeklinde” (Ekşi. 2014:61) kullanılmıştır. Ayrıca, “İngiliz düşünür John Locke 17. Yüzyıl’da kamuoyunun gücünü vurgulamış, bununla birlikte, Napolyon kamuoyuna yönelik propaganda yöntemini etkili biçimde kullanma gereği duyan liderlerden biri olmuştur” (Ekşi. 2014:61). Özellikle, Fransız Devrimi sürecinde ve sonrasında yükselen değerlerle birlikte kamuoyu kavramının daha sık gündem olmaya başladığını ifade etmek mümkündür. Bu doğrultuda, “Modern çağlarda Fransa’da yeniden önem kazanmaya başlayan Kamuoyu olgusunun gelişiminde toplumsal tartışma ortamını açan basın ve ifade özgürlüğü gibi kavramların etkili olduğu” (Bıçakçı. 2002:113) belirtilmektedir.

Kamuoyu, “19. Yüzyıl’da Fransa, İngiltere ve Almanya’da akademisyenler tarafından odaklanılan çalışma alanlarından biri” (Ekşi. 2014:61) olmuştur. Bununla birlikte 20. Yüzyıl’a gelindiğinde Walter Lipmann’ın (1954) *Kamuoyu* adlı eserinin özellikle Halkla İlişkiler disiplini zemininde kamuoyunun bugünkü şekliyle anlamlandırılması adına bir temel oluşturduğu ifade edilebilmektedir. Buna göre Lippman, “İnsan ilişkilerinin siyasal örgütlenmesinde daha önce görülmeyen bir biçimde yönetilenler arasında rıza yaratma sanatıyla yeni bir kanaat yönetim çağının gelişini” (McNair. 2002:79) haber vermiştir. Böylece, dünyanın birçok ülkesinde Kamuoyu’nun bir kavram olarak gelişim göstermesi ve çeşitli kamuoylarının

oluşması iç politikada hükümetlere ağırlığını hissettirmiş, bunun yanı sıra uluslararası kamuoyunun desteğini almak da daha önemli bir hale gelmiştir.

Uluslararası İlişkiler’de küreselleşme dalgası ile gelen “Değişim süreci, politikadan ekonomiye teknolojiye kültüre birçok alanda ülkeler ve insanlar arasındaki ilişkilerin, bütünleşmenin ve bağımlılığın arttığı” (Köksoy. 2019:11) ve Kamu Diplomasisi çalışmalarının daha da önem kazandığı bir ortam oluşturmuştur. Dolayısıyla, kamuoyu gündemini oluşturmak ve kamuoyunun gücünü kendi lehine kullanabilmenin birçok aktörün hedefi olduğu ifade edilebilmektedir. Bu kapsamda, “Kamuoyu, iç ve dış politika arasında bağlantı kurarak diplomasi ve dış politikanın içsel boyutunu temsil etmektedir” (Ekşi. 2014:63). Kamuoyu aynı zamanda “Diplomasiyi toplum ve hükümetlerin etkileşimiyle oluşan bir faaliyete dönüştürerek diplomasiye birey, toplum ve kamuoyu odaklı bakış açısını yerleştirir” (Ekşi. 2014:64). Dolayısıyla, günümüz toplumunda Kamuoyu’nun, kamuoyu oluşturmanın ve kamuoyunun desteğini almanın önemi devlet ve hükümet gibi aktörler için göz ardı edilemeyecek ölçüde büyüktür.

Özetle ifade etmek gerekirse, kamuoyunu şekillendirme ve gündem oluşturma çabası hem Kamu Diplomasisi hem de Stratejik İletişim Çalışmaları’nın çerçevesinde yer almıştır. Bu kapsamda söz konusu bu çaba, uzun yıllardır Propaganda çalışmalarından ikna yöntemlerinin gelişmesine, Halkla İlişkiler ve Stratejik İletişim disiplinlerinin ilerlemesine ve Kamu Diplomasisi’nin bu zemine oturtulmasına kadar uzanan bir süreç olarak yorumlanabilmektedir. Dolayısıyla, Kamuoyu kavramı Kamu Diplomasisi açısından dış politika rotasında ve diplomasinin yürütülmesinde önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, bir özne gibi hareket etme kabiliyetine sahip kamuoyunun bir yandan da devlet gibi aktörler tarafından bir nesne konumunda ele alınabildiğini de ifade etmek mümkündür.

1.1.1.3. Propaganda, Halkla İlişkiler ve Stratejik İletişim

Propaganda, her ne kadar II. Dünya Savaşı dönemi rejimlerinin ikna ve iletişim tekniği olarak akıllarda yer etse de uygulamalarının eski tarihlere dek dayandığı bilinmektedir. Propaganda’nın “İlk kullanımının 1622’de Vatikan’daki Roma Katolik Kilisesi’nin dini lideri Papa XV. Gregory tarafından ‘Sacra Congregatio de Propaganda Fide’ (İman Yayma Kutsal Cemaati) adlı kurumun kurulmasıyla gerçekleştirildiği” (Yağmurlu. 2018:42) bilinmektedir. Güncel tanımıyla Propaganda, “Bilgi akışını kontrol etme, psikolojik ve duygusal

yöntemlerle kamuoyunu yönetme, manipüle etme, sistematik Algı Yönetimi” (Ekşi. 2014:100) olarak ele alınmaktadır. Bunun yanı sıra, Asna’ya göre “Propaganda’nın tek amacı ne pahasına olursa olsun hedefteki birey ve grupların belirli bir yönde inanç ve eyleme yöneltmektir ve bunu gerçekleştirmek için hedef kitle tek taraflı bir mesaj bombardımanına maruz bırakılarak beyin yıkama faaliyetinde” (2012:32) bulunmaktadır. Buradan hareketle ikna, Propaganda’nın temel yapıtaşı olarak görülmektedir. Birçok düşünür ikna ve Propaganda arasındaki ilişkiyi vurgulamış ve bu iki kavramın birbiri ile ayrılamazlığını ortaya koymuştur.

Propaganda’nın ikna tekniklerini kullanarak kitleleri kontrol eden bir mekanizma olarak konumlanabileceğini belirtmek mümkündür. Fransız yazar Gustave Le Bon (1985) buradan hareketle, 19. Yüzyıl’ın sonuna doğru kaleme aldığı *Kitleler Psikolojisi* kitabında ikna, siyaset ve güç arasında ilişkiye ve kitlelerin bu kapsamdaki yönlendirilebilirliğine dikkat çekmiştir. Bununla birlikte, 20. Yüzyıl’ın bilhassa ilk yarısında özellikle siyaset ve sosyal psikoloji bağlamında ikna ve Propaganda üzerine çalışmaların zirve yaptığı ifade edilebilmektedir. Bu dönemde Nazi Almanyası’nın kurduğu Propaganda Bakanlığı tarihe geçmiş, dönemin faşist rejimlerinin Propaganda uygulamaları hafızalarda yer etmiştir. Buna karşın, Mihver Devletler’in yanı sıra Müttefik Devletler’in de Propaganda çalışmalarına odaklandığı bilinmektedir. Öyle ki, “Amerika Birleşik Devletleri’nin, askerlerini motive etmeyi amaçlayan Propaganda çalışmaları yapmak üzere Savaş Dairesi Enformasyon ve Eğitim bölümü içinde Carl Hovland tarafından yönetilen bir araştırma birimi kurduğu ve Irving Janis, Nathan Maccoby gibi dönemin önde gelen araştırmacılarını bir araya getirerek ilk Propaganda araştırmalarını ortaya çıkardıkları” (Aytuna. 2008:46) bilinmektedir.

Propaganda çalışmalarının en yoğun kullanıldığı dönemin II. Dünya Savaşı zamanına isabet ettiği sıkça ifade edilmektedir. Buradan hareketle, II. Dünya Savaşı’nda, “Gelişen savaş teknolojisi sayesinde cephe savaşının bittiği ve toplumun tüm unsurlarının savaştan etkilendiği topyekun savaş kavramının ortaya çıktığı bir dönem” (Yağmurlu. 2018:43) yaşandığı bilinmektedir. Dolayısıyla, “Savaşan devletler kamuoyunun görüşünü ulusal önem taşıyan bir konu olarak gözetmek zorunda kalmış; halk ucuz gazeteler, afişler ve sinema gibi gelişmiş kitle iletişim araçları yoluyla neredeyse her gün Devlet Propagandası’nın hedefi haline gelmiştir” (Clark. 2011:12). Diğer yandan, Propaganda’nın halen güncel konjonktüre uyumlu bir şekilde başkalaşarak kullanıldığını belirtmek mümkündür. Öyle ki, “21.

Yüzyıl'da Propaganda ve psikolojik operasyonlar daha geniş kapsamlı bir kavram olan 'enformasyon savaşı' ile bütünleşirken; enformasyon savaşı da askeri strateji ile bütünleşmiştir ki bu iki durum geleneksel Propaganda'da bulunmayan yeni öğeler" (Çınarlı. 2013:35) olarak meydana çıkmıştır.

Kamu Diplomasisi ve Propaganda'nın bu bağlamda ortak yönleri ve benzerlikleri bulunduğunu ifade etmek mümkündür. Kamu Diplomasisi uygulamaları özellikle çıkış noktası itibarıyla Propaganda çalışmalarından tamamen ayrı tutmak mümkün değildir. Bu doğrultuda, "Kamu Diplomasisi tarihinin özellikle Soğuk Savaş döneminde ABD tarafı olan ülkeler arasında sert ve askeri gücün bir parçası olarak Propaganda ve Algı Yönetimi çalışmalarına hizmet için yabancı halkların etkilenmesinde ve dış politika amaçlarının gerçekleştirilmesi yoğun olarak kullanıldığı" (Gilboa. 2008:55) bilinmektedir. Buna göre, her iki kavram da etki oluşturma ve çeşitli araçlarla kamuyu yönlendirme çabası içerisindedir. Diğer yandan, benzer özelliklerine rağmen Kamu Diplomasisi ile Propaganda'yı birbirinden ayırtıran noktanın yöntem ve kaynak kullanımı olduğu da belirtilebilmektedir.

II. Dünya Savaşı öncesi ve esnasındaki faşist Propaganda deneyiminin yanı sıra Propaganda kavramının olumsuzlaşmasının önemli nedenlerinden biri için de uygulamada yanlış ve çarpıtma bilginin nihai amaç uğruna kullanıma sokulmasında bir beis görülmemesi olduğunu ifade etmek mümkündür. Tarihten birçok örnekte görüleceği üzere Propaganda çarpıtma veya yalan mahiyeti taşıyabilmekte, "Gri veya Kara Propaganda" olarak kategorize edilebilmektedir. Bu bakımdan, Kamu Diplomasisi uygulamaları benzerliklerine rağmen Propaganda'dan ayrılmaktadır. "Kamu Diplomasisi'ni Propaganda'dan ayıran şeyin şeffaflık" (Ekşi. 2014:100) olduğu vurgulanmaktadır. Melissen bu çerçevede, Kamu Diplomasisi ve Propaganda arasındaki ayrımı "Kullanılan iletişim yönteminin farklılığı" (2005:18) ile çizmektedir. Öyle ki, Propaganda'nın aksine Kamu Diplomasisi'nde çift yönlü iletişim ön planda olup ikna ile diyalogun da sürecin bir parçası olduğu ifade edilmektedir. Bununla beraber, Yağmurlu'ya göre ise "Hem Kamu Diplomasisi hem de Halkla İlişkiler disiplinlerinin geçmişinde Propaganda çalışmalarının izleri" (2007:23) bulunmaktadır.

Propaganda'nın tarih boyu eşleştiği olumsuz algı kenarda tutularak kavramın teorik tanımlamaları göz önünde bulundurulduğunda hem Kamu Diplomasisi'nde hem de Halkla İlişkiler çalışmalarında Propaganda'nın izleri bulunduğunu öne

sürmek mümkündür. Öyle ki hem Halkla İlişkiler hem de Propaganda çalışmalarında “Aynı kitle iletişim araçlarını kullanarak kamuoyu oluşturma çabası” (Bıçakçı. 2002:110) mevcuttur. Diğer yandan, Kamu Diplomasisi uygulamalarında da hükümetlerin yabancı kamular üstünde etkili olma ve kamuoyuna yön verme amaçlarının bulunduğu bilinmektedir. Bu açıdan, kullanılan yöntemler veya amaca ulaşma şekilleri farklılık gösterse de Propaganda, Halkla İlişkiler ve Kamu Diplomasisi olmak üzere bu üç alanın ortak bir kümede buluşabileceği özelliklerinin olduğu ifade edilebilmektedir.

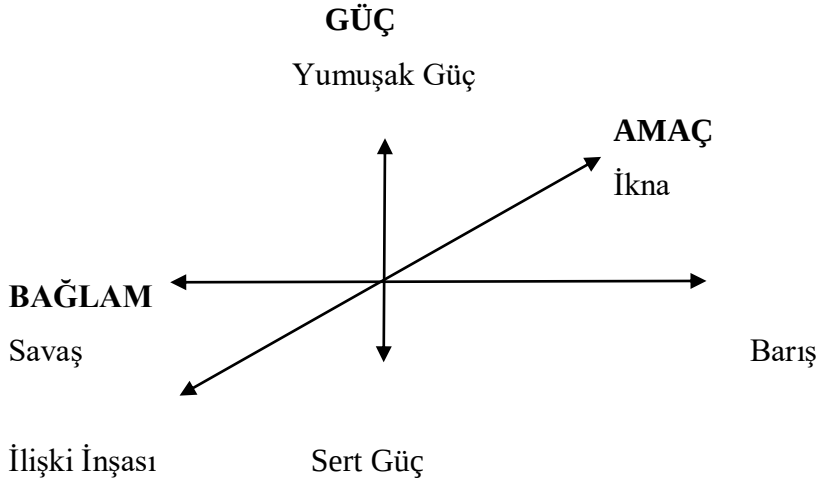
Halkla İlişkiler disiplini Kamu Diplomasisi ile ilişkili ve etkileşimlidir. Peltekoğlu, Halkla İlişkiler’i “Kurumun amaçları üzerine yapılanan, önem sırası kimi zaman tüketici, kimi zaman dağıtımçı ve çalışanlar gibi kurumun ve kampanyanın hedeflerine göre değişkenlik gösteren kitlelerle gerçekleştirilen bir stratejik iletişim” (2001:7) olarak tanımlamaktadır. Bu doğrultuda, “Halkla İlişkiler ve daha kapsamlı olarak Stratejik İletişim Yönetimi, istenilen çıktıları elde etmeyi” (Sancar. 2014:110) amaçlamaktadır. Halkla İlişkiler disiplininin çıkış noktasında da işletmelerin satışlarını artırmak, daha çok kar elde edebilmek, reklam yapmak, kurum prestijini sağlamlaştırmak gibi birçok farklı amaçlarla yürütülen iletişim pratiklerinin olduğu belirtilebilmektedir. Bu bağlamda, “Halkla İlişkiler, işletme dar alanından örgüt eksenine oturtulduğunda görülmektedir ki, kâr amacı gütsün gütmesin, her türlü örgütün ilgili kamularına yönelik bir iletişim faaliyeti” (Yağmurlu. 2007:10) bulunmaktadır. Diğer yandan, “Uluslararası Halkla İlişkiler uygulamalarıyla pek çok ülkenin bütçesinden büyük bütçeye sahip çok uluslu şirketlere iletişim stratejilerinde yardımcı olan Halkla İlişkiler faaliyetlerinin, devletler için de uygulama geliştirebileceği” (Yağmurlu. 2007:10-11) öne sürülebilmektedir. Dolayısıyla, Halkla İlişkiler yalnızca işletme veya organizasyonların İletişim Çalışmaları sınırları içerisinde değerlendirilmekten ziyade birçok farklı alanda kendine yer edinmiştir. Kamu Diplomasisi, Halkla İlişkiler çalışmalarını barındıran başlıca alanlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzde Geleneksel Diplomasi pratiklerinin Kamu Diplomasisi, Kültürel Diplomasi, Medya Diplomasisi gibi birçok farklı alt dala bölünüp geliştiği ve ülkelerin ve hükümetlerin birçok farklı aktör ve gündem ile muhatap oldukları bilinmektedir. Bu kapsamda, “Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler yöntemleri arasında benzerlikler olduğu fikri birçok akademisyen ve araştırmacı tarafından değerlendirilmiş, bu bağlantının iki alanda yürütülen çalışmalara sağlayacağı katkı

tartışılır hale gelmiştir” (Yağmurlu. 2007:19). Buradan hareketle, Halkla İlişkiler ve Kamu Diplomasisi disiplinlerinin iç içe geçtiği ve sıklıkla benzer araçları kullanarak birbirlerini destekler şekilde uygulamalarda bulunduğunu ifade etmek mümkündür. Gilboa, “Kamu Diplomasisi’nde farklı aktörlerin varlığı kabul edilmiş ve Halkla İlişkiler ile farkın ortadan kalktığına” (2000:56) dikkat çekmiştir. Becerikli de bu kapsamda, “Kamusal Diplomasi” ifadesini kullanarak “Yabancı halkların tutumunu etkilemek amacı güden kamusal diplomasinin bu amaç ile Halkla İlişkiler’le bir bağı olduğunu, kamusal diplomasi uzmanları ve Halkla İlişkiler uzmanlarının da aynı amaca hizmet ettiklerini” (2005:16) ifade etmiştir.

Kamu Diplomasisi’ni İletişim Çalışmaları kapsamında ele alan çalışmaların yanı sıra, Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler’den birbirinden ayrı değerlendirildiği de olmuştur. Bu ayrımın yapılmasının temel nedeni ise “Halkla İlişkiler çalışmalarının daha çok özel sektöre ait pazarlama faaliyetleri kapsamında” (Köksoy. 2014:217) ele alınmış olmasıdır. Bununla beraber, günümüzde Halkla İlişkiler’in yalnızca işletme odaklı bir disiplin olmaktan ziyade, küreselleşen dünyanın çok aktörlü yapısında (sivil toplum, kamu kurumları, hükümetler, özel sektör vb.) çalışmalar bütünü olma yönünde evrildiği bilinmektedir. Bu bağlamda, Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler’in birbirinden tamamen ayrı tutulmasının mümkün olmadığı belirtilebilmektedir.

Kamu Diplomasisi kavramı üzerine çalışan György Szondi, kavramın boyutlarını şekillendirmiştir. Bu doğrultuda Szondi’ye göre, “Kamu Diplomasisi’nde birinci boyut iletişim kuran ve iletişim kurulan ülke arasındaki bağlamı (savaş veya barış durumunu), ikinci boyut tek yönlü ikna veya iki yönlü iletişim yönetimi gibi iletişimin amaçlarını, üçüncü boyut gücü yani aktör ülkenin alıcı ülke ile arasındaki etkileme/etkilenme ilişkisini gösterdiğini” (2008:8) ifade etmektedir. Buradan hareketle, Szondi’nin Kamu Diplomasisi boyutlarını ele aldığı Şekil 1.1 aşağıdaki gibi tanımlanmıştır.



Şekil 1.1. Kamu Diplomasisi'nin Boyutları

Kaynak: SZONDI G. (2008) "Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences". Cligendeal Institute. Discussion Papers in Diplomacy.

Farklı düşünürler tarafından oluşturulmuş Kamu Diplomasisi Modellemeleri, kavramın Halkla İlişkiler pratiğiyle ortak yönlerini ortaya koymaktadır. Jacquie L'Etang, "Halkla İlişkiler literatüründe diplomasiyle ilgili retorik, hitabet, savunma, müzakere, uzlaştırma, danışma ve bilgi toplama gibi çok sayıda ortak unsur" (2002:47) olduğunu belirtmiştir. Bu kapsamda, L'Etang üç temel fonksiyondan bahsetmektedir. Söz konusu üç temel fonksiyon, "Temsile yönelik (retorik, hitabet ve savunma), diyaloga dayalı (müzakere ve uzlaştırma) ve öğüt verme (danışmanlık)" (2002:47) olarak sıralanmıştır. Bu fonksiyonların iki disiplin arasındaki ortaklığa işaret ettiği belirtilmektedir.

James E. Grunig ve Todd Hunt'un *Managing Public Relations* adlı eserinde şekillendirdiği Halkla İlişkiler modellemeleri de Kamu Diplomasisi uygulamalarıyla örtüşmektedir. Bu kapsamda, Basın Ajansı/Tanıtım Modeli'nde "Halkla İlişkiler uygulamalarının amacı, örgütün iyi yönde tanıtımını yapmaktır. Bunun için kitle iletişim araçları tek yönlü iletişim ile kullanılmaktadır. Örgütün amacı çevreyi yönlendirmek ve kontrol etmektir" (1984:21). Grunig ve Hunt tarafından geliştirilen bir diğer model Kamu Bilgilendirme Modeli'dir. Kamu Bilgilendirme Modeli'nde, "Uygulayıcılar gazeteci benzeri bir yaklaşım sergilerler ve iletişim tek yönlüdür. Bu

modelde geri bildirim, araştırma gibi etkinlikler bulunmaz ancak sunulan bilgilerin doğruluğu” (1984:22) önem arz eder.

Grunig ve Hunt tarafından öne atılan üçüncü model İki Yönlü Asimetrik Model’dir. Bu modelde “Kamuyu etkileme ve ikna etme amacı söz konusudur. Dolayısıyla asimetrik bir ilişkiden” (1984:22-23) bahsedilebilmektedir. Son olarak, iki yönlü simetrik modellemesi yapılmıştır. Bu kapsamda “Dengeli iletişim etkinliği amaçlanırken, karşılıklı yarar ve anlayış doğrultusunda örgütte ve kamuda Halkla İlişkiler faaliyetinin sonunda değişim yaşanması” (Grunig-Hunt. 1984:22-23) hedeflenmektedir. Bunun yanı sıra Özkan, Halkla İlişkiler’in amaçlarını “Halkın kuruma olan güvenini, itibarını ve sempatisini artırmak, halkta kuruma karşı olumlu tutum oluşturmak, kamuoyunun kurum ile olan ilişkilerini düzenlemek, hedef kitleye düzenli bilgi akışını sağlamak ve sorunların çözümü için alternatif öneriler geliştirmek” (2009:29) şeklinde sıralamaktadır.

Halkla İlişkiler ve Kamu Diplomasisi’nin ortak yönlerinden biri olarak her iki disiplinin de “Algı Yönetimi, İtibar ya da İmaj Yönetimi gibi kavramlarla ifade edilen yönetsel çabaları içerdiği” (Erdoğan. 2006:233) ifade edilmektedir. Buradan hareketle, “Kamuoyunda güvenilir, inanılır, dürüst ve toplumsal sorumluluk sahibi bir kurum izlenimi oluşturmayı başarabilen kurumların, krizlerde kamuoyu desteğini daha kolay yanlarına buldukları” (Özkan. 2009:29) belirtilmektedir. Günümüzde, Kamu Diplomasisi bağlamında “mesaj gönderen” olarak kurumun yerini devlet/hükümetler almıştır. Dolayısıyla, Halkla İlişkiler uygulamaları Kamu Diplomasisi bağlamında olumlu imaj yaratmak ve İtibar Yönetimi’ni sürdürmek amaçlarıyla kullanılabilir. Böylelikle, Halkla İlişkiler uygulamalarının Kamu Diplomasisi hedefleri doğrultusunda mesaj gönderenin kamuoyu ile ilişkilerini düzenlemek, İmaj Yönetimi’ne katkı sağlamak, itibarını koruyup sağlamlaştırmak gibi amaçlar üzere kullanılabileceğini ifade etmek mümkündür.

Günümüzde Halkla İlişkiler uygulamaları daha geniş kapsamlı şekilde Stratejik İletişim disiplini altında ele alınmaktadır. Bu bakımdan, “Stratejik İletişim’in planlı iletişim kampanyalarını tanımlamak için kullanılan bir kavram” (Çınarlı. 2013:5) olduğunu belirtmek mümkündür. Öyle ki, “Bir işletme veya bir STK tarafından yürütülebilecek Stratejik İletişim; devlet, ordu, hükümet veya daha az yapısal bir grup tarafından da” (Çınarlı. 2013:5) yürütülebilmektedir. Özetle ifade etmek gerekirse, Stratejik İletişim uygulamaları, işletme amaçlı olabileceği gibi işletme dışı amaçlarla da kullanılabilir. Bu çerçevede, Stratejik İletişim’in

görece yeni bir alan olduğu söylenebilmektedir. Dolayısıyla da kavram aslında Pazarlama İletişimi, Halkla İlişkiler, Kurumsal İletişim ve diğer çağdaş İletişim Çalışmaları'na bir çatı kavram olarak kurgulanmıştır.

Kamu Diplomasisi'ni de iletişim pratiklerini tek bir çatı altına toplayan Stratejik İletişim alanının çatısı altında konumlandırmak mümkündür. Bu bağlamda, Kamu Diplomasisi ve Stratejik İletişim Çalışmaları'nın ortak özelliği olarak “İnsanlar ve kurumlar arasındaki diyalogu kurmak, siyasi liderlere politika seçimlerinin kamuoyu üzerindeki etkileri hakkında tavsiyelerde bulunmak ve ikna etmeyi amaçlayan stratejiler ve araçlar aracılığıyla tutum ve davranışları etkilemek gibi birçok konu ile ilgilendiği” (Gregory. 2005:39) belirtilmektedir. Böylece, iki kavram da “Ortak anlayışlara ulaşmak amacıyla fikirler ve değerler üzerine mantıklı söylemi teşvik eden faaliyetler benimserken, kavramsal çerçeve içerisinde fikirleri, kararları ve eylemleri etkilemeye yönelik savunuculuk faaliyetlerini de” (Gregory. 2005:39) içermektedir.

Stratejik İletişim ve Kamu Diplomasisi alanlarının belirtilen bir diğer ortak özelliği ise “Belirli çıkarlar ve değerlerle ilgili oldukları için her iki alanın da analitik ve stratejik uygunluk sağlayan tehditlere ve fırsatlara yanıt olarak” (Gregory. 2005:39) kullanılmasıdır. Bununla beraber, “Stratejik İletişim süreçlerini doğru bir şekilde yürüten ve yabancı kamuoyunun desteğini alan ülkelerin uluslararası arenadaki prestijleri olumlu yönde geliştireceği” (İnan. 2012:66) ifade edilmektedir. Gregory, makalesinde “Kamu Diplomasisi ve Stratejik İletişim'in çeşitli bileşenlere ve amaçlara sahip bir devlet idaresi enstrümanı olarak benzerliklerine” (2005:7) dikkat çeker. Öyle ki, dış politika hedeflerine bağlılığı, karşı tarafa mesaj iletimi ve İtibar Yönetimi ile oluşturduğu ilişki de göz önünde bulundurulduğunda Kamu Diplomasisi'ni “stratejik” bir çalışma olarak addetmek mümkündür. Bu kapsamda Pratkanis, Kamu Diplomasisi çalışmalarıyla hükümetlerin “Diğer ulusların halklarını bilgilendirerek ve etkileyerek kendi ulusal çıkarlarını desteklediğini” (2009:112) bildirmektedir. Dolayısıyla, Kamu Diplomasisi'nin ismi günümüz tanımlamalarında Stratejik İletişim ile sıkça anılmaktadır. Buna göre, günümüzde Kamu Diplomasisi çalışmaları Stratejik İletişim Yönetimi ile uygulamaya konmaktadır.

ABD Politika Koordinasyon Komitesi'nin (*U.S. Policy Coordinating Committee*) 2007 Yılında yayımladığı rapora göre Kamu Diplomasisi ve Stratejik İletişim Çalışmaları'nın “Her zaman ulusun temel değerlerini ve ulusal güvenlik hedeflerini desteklemeye çalışması” (*U.S. National Strategy for Public Diplomacy*

and Strategic Communication. 2007:2) gerektiğinin altı çizilmiştir. Raporun devamında iletişim ve Kamu Diplomasisi faaliyetlerinin amaç ve niteliklerine değinilmektedir. Bu kapsamda, iletişim ve Kamu Diplomasisi'nin amaç ve faaliyetleri aşağıdaki gibi ifade edilmiştir:

- “Her insanın özgürlüğüne, insan haklarına ve onuruna ve eşitliğine olan bağlılığımızın altını çizer.
- İdeallerimizi paylaşımlara ulaştır.
- Özgürlük ve demokrasi için mücadele edenleri destekler.
- Nefret ve baskı ideolojilerini benimseyenlere karşı çıkar” (U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication. 2007:2).

Stratejik İletişim'in iki yönlülüğü, Kamu Diplomasisi'nin yaklaşımlarına da etki etmiştir. Öyle ki, “Stratejik kelimesi örgütlerin iletişim uygulamalarında alternatif yaklaşımlara olanak verirken asimetrik iletişimi temel alan örgütsel yönetime tek yönlü yaklaşılmasının önüne geçmekte olduğu” (Sancar. 2014:73) ifade edilmektedir. Özellikle, “Tek yönlü yaklaşımların önüne geçmek için kullanılan Stratejik İletişim kavramının, sert güç yerine yumuşak gücün ön plana çıktığı Kamu Diplomasisi'nin bir aracı olması, daha önce kullanılan sert gücün getirdiği olumsuz algıya da çift yönlülük ile olumlu bir algılama attettiği için kullanıldığı” (Sancar. 2014:73) belirtilmektedir. Buradan hareketle, Stratejik İletişim'in Halkla İlişkiler'e getirilen tek yönlülük eleştirilerine de cevap verdiği görülmektedir. Bu kapsamda, “Şemsiye bir kavram olarak Stratejik İletişim içinde İmaj, İtibar, Algılama Yönetimi, Reklam, Pazarlama İletişimi ve Halkla İlişkiler'i barındırmakta, bu açıdan Kamu Diplomasisi'nin de güçlü bir silahı haline gelmektedir” (Sancar. 2014:74).

1.1.1.4. İmaj ve İtibar Yönetimi

İmaj ve İtibar Yönetimi hem Halkla İlişkiler çalışmalarında hem de Stratejik İletişim çatısı altında ele alınan ve kurum ve kuruluşların önem verdiği çalışmaları kapsamaktadır. Peltekoğlu “İmaj herhangi bir kişi, kuruluş ya da durum hakkında tüm görüşlerin toplamı” (2001:358) olarak açıklamaktadır. Bir diğer tanıma göre “İmaj, insanların tanımladığı, hatırladığı ve anlattığı bilinen nesnelerden oluşan anlamlar kümesidir” (Aydoğan. 2004:90). Bu bakımdan imaj “İnsanların bir nesneyle ilgili inançları, fikirleri, duyguları ve izlenimlerinin etkileşiminin bir sonucudur. Bu tanım, imajın pek çok faktörden oluştuğunu ve bireylerin davranışlarının nesnelerden

etkilendiğini” (Aydoğan. 2004:90) göstermektedir. Diğer taraftan, imajın “İnsanların zihninde oluşturulmak istenen resmi ifade ederken itibar kavramının ise bu oluşturulmak istenen resmin sonuçları olduğunu” (Köksoy. 2014:445) belirtmek mümkündür.

Stratejik İletişim’in bir parçası haline gelen İmaj ve İtibar Yönetimi’nin Kamu Diplomasisi bağlamında da kullanıldığı ifade edilebilmektedir. Hedef kitlesi nezdinde olumlu imaj oluşturmak ve itibar kazanmak, günümüzde yalnızca işletme veya kurumların değil Kamu Diplomasisi çalışmalarına önem veren ülkelerin de amaçlarından biri olmaktadır. Buradan hareketle, “Ülkelerin başka ülke halkları nezdinde kendileri hakkında olumlu bir imaj ya da algı yaratmak amacıyla kullandıkları bir kavram olarak İmaj Yönetimi” (Vural. 2018:462) Kamu Diplomasisi bağlamında değerlendirilebilmektedir. Bu kapsamda, “İmaj yönetimi kavramının yumuşak güç kavramı ile ilişkili olarak gündeme geldiği” (Vural. 2018:462) de belirtilmektedir.

Olumlu ve iyi bir imaja sahip olmanın, ülkelerin “Kendini dünyaya tanıtması ve kabul ettirmesini daha kolay kıldığını ve böylece sahip olduğu maddi manevi tüm değerleri aktarma yolunun da açıldığını” (Gültekin. 2005:128) belirtmek mümkündür. Buna rağmen, bir ülkenin olumlu imaja sahip olması her zaman uluslararası anlamda itibarlı olduğuna anlamına gelmemektedir. Öyle ki Gültekin, bu kapsamda “İtibar ve saygınlığın devletin sözünün dinlenebilirliği, kamuoyu yaratma gücü, jeo-stratejik önemi, etkin liderlik gibi çeşitli parametrelerden” (2005:129) söz etmektedir. Ayrıca imaj, itibardan bağımsız olarak da gelişebilmektedir. Bu doğrultuda, Kamu Diplomasisi’nin amaçlarından birinin de diğer ülkelerin halklarına ve karar alıcılarına ulaşarak onların düşüncelerini ve onların gözündeki imajları şekillendirmek olduğu ifade edilebilmektedir. Diğer taraftan, “Kamu Diplomasisi faaliyetleri uygulayan tüm ülkelerin diğer kamular üzerinde pozitif etki yaratacağı anlamına gelmediği” (Yılmaz. 2018:16) belirtilmektedir. Yılmaz’a göre “Ülkeler aleyhine Kamu Diplomasisi çalışmaları” (2018:16) yapılması da mümkündür. Bu şekilde, ülkenin yabancı kamular nezdinde imajı olumsuzla dönüşebilmektedir. Örneğin, İran İslam Cumhuriyeti’nin her ne kadar Kamu Diplomasisi bağlamında özellikle İnanç Diplomasisi çalışmaları yürüttüğü bilinse de devletin yönetim usulleri veya insan hakları gibi konularda dünya genelinde olumlu bir imaja sahip olmadığını belirtmek mümkündür. Aynı şekilde, Çin Halk Cumhuriyeti de Kamu Diplomasisi alanındaki çalışmalarıyla son yıllarda öne çıkan bir ülkedir. Öte yandan, uluslararası

toplum ülkede insan haklarıyla ilgili ciddi açıkların söz konusu olduğuna dikkat çekmektedir. Bu durumun ülkenin yumuşak gücünü zayıflattığını öne sürmek mümkündür. Bununla birlikte, “Karanlık geçmişine rağmen, pozitif ve itibarlı bir ülke imajı oluşturmuş Almanya veya Japonya gibi devletlerden de” (Yılmaz. 2018:16) söz edilebilmektedir.

Araştırmacı Simon Anholt, imaj çalışmalarında “Sadece politikalar ile yabancı toplumların var olan önyargı ve algılarından vazgeçmelerini sağlamanın” (2011:25) mümkün olmadığını belirtmektedir. Bu doğrultuda ülkeler, yabancı toplumların kendileri hakkındaki görüşlerini değiştirmeyi amaçladığında “Dış dünya ile açık, planlı ve güçlü bir iletişim kurulması” (Anholt. 2011:24) gerekmektedir. Aynı zamanda bu kapsamda Marka İmajı, Marka Varlığı ve Marka Hedefi’nin çok kritik pozisyonlarda bulunduğu dikkat çeken Anholt’a göre ülkeler adına “Saygınlığın artırılabilmesi için içerik (öz, ana fikir), strateji ve tekrarlı sembolik hareketler birleştirilmelidir” (2011:25). Buradan hareketle, “Strateji, bir ulusun kim olduğunun, bugün nerede olduğunun, yarın nerede olmak istediğinin ve bu noktaya nasıl ulaşacağının bilinmesini” (Anholt. 2011:25) ifade etmektedir. İçerik, “Stratejinin yeni ekonomik, yasal, politik, sosyal, kültürel ve eğitsel aktivitelerin; arzu edilen gelişimi sağlayacak yenilikler, yapılanmalar, düzenlemeler, reformlar, yatırımlar ve politikalarda uygulamaya konmasını” (Anholt. 2011:25) vurgulamaktadır. Son olarak “sembolik davranış” kavramına dikkat çekilmiştir. Stratejiyi ve içerik ile birleştirilen sembolik davranış “Belirgin şekilde anlamlı, dikkat çekici, hatırdı kalıcı, şiirsel, haber niteliği taşıyan, dokunaklı, dramatik veya şaşırtıcı herhangi bir yapılanma, yenilik, yatırım veya politika olabilmektedir” (Anholt. 2011:25). Özetlemek gerekirse, bir yerin markalaşmasını pekiştirmesi, olumlu algı oluşturabilmesi veya var olan algıyı değiştirebilmesi hedeflerine yönelik olarak bir stratejiye sahip olunması ve aktörün söylem ve içeriğini sembolik davranışlarla doğru yönde şekillendirmesi gerekmektedir.

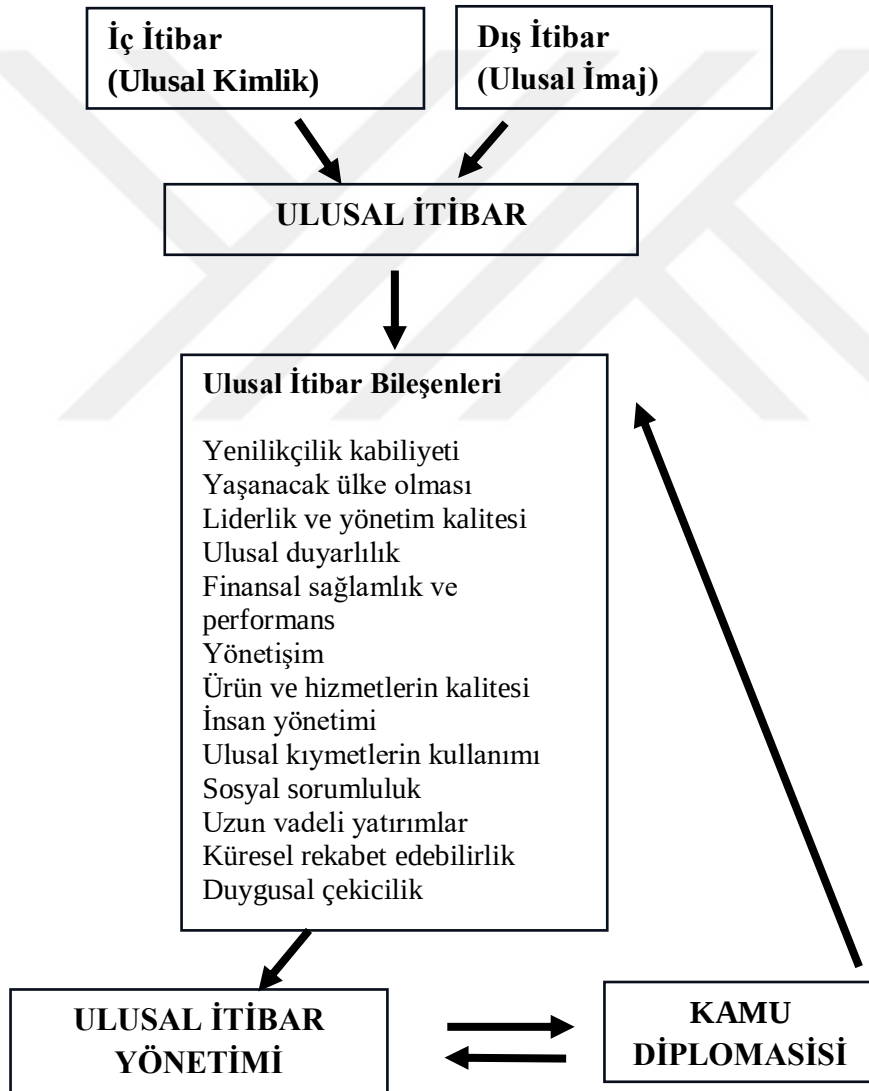
Günümüzde birçok devletin uluslararası bağlamda imaj ve itibarını sağlam tutmayı hedeflediği ve Stratejik İletişim ve Kamu Diplomasisi araçlarıyla bu hedefe yönelik çalışmalar yürüttüğü bilinmektedir. Devletlerin sağlam ve olumlu bir imaja sahip olmasının güçlü bir etki alanı oluşturabileceği ifade edilmektedir. Bu bağlamda, İmaj ve İtibar Yönetimi’ni, Kamu Diplomasisi çalışmalarıyla birlikte değerlendirmek mümkündür. Buradan hareketle Anholt, imaj çalışmaları kapsamında değindiği “Sembolik davranış” (2011:25) kavramına birtakım örnekler vermektedir.

“Slovenya’nın Balkan ülkesi olmadığı kanıtlamak adına Balkan komşularına maddi bağışta bulunması, İspanya’nın Franco döneminden beri değer yargılarının değiştiğini kanıtlamak için eşcinsel evliliklere izin vermesi, İrlanda Hükümeti’nin yaratıcılık ve yeteneğe duyduğu saygıyı kanıtlamak için ressam, şair ve yazarları gelir vergisinden muaf tutması, Estonya’nın internet erişimini temel insan haklarının bir parçası ilan etmesi” (2011:25-26) gibi örnekler sembolik davranış olarak tanımlanabilmektedir. Bahse konu bu sembolik davranışların, hükümet politikaları kapsamında istenen imajı oluşturma veya olan imajı istenen yöne doğru değiştirme amaçlarıyla kararlaştırılmış olduğunu ifade etmek mümkündür.

Devletlerin olumlu imaj oluşturma çalışmalarının, Kamu Diplomasisi’nin modern anlamda kavramsallaşmasından daha eski tarihlere denk geldiği belirtilebilmektedir. Cumhuriyet’in ilk yıllarındaki imaj güçlendirme ve olumlama faaliyetlerini bu duruma örnek göstermek mümkündür. Cumhuriyet’in kurulduğu ilk yıllarda Türkiye’de modern anlamda Kamu Diplomasisi çalışmalarının henüz başlamadığı bilinmektedir. Bununla beraber, 1920’li yıllarda yeni Cumhuriyet, Uluslararası İlişkiler sahnesinde, benimsediği yeni değerler ile çağdaş bir imaj yaratmak için çalışmalar yürütmüştür. Bu bağlamda, “Atatürk’ün izlediği çağdaş, aydınlanmacı, halkçı, laik, kadın-erkek eşitliğini benimseyen, çok partili demokratik rejimi hedefleyen, aklı ve bilimi esas alan, başka ülkelerin egemenliğine ve iç işlerine saygılı, barışçıl siyasetin Atatürk’e Türkiye’ye olan merakı artırdığı” (Doster. 2018:4) ifade edilmektedir. Bu dönemde, yeni kurulmuş Cumhuriyet’in benimsediği yeni değerlerin dünyadaki çağdaş değerlerle örtüştüğüne vurgu yapılmış, bunun yanı sıra Türkiye’ye dair olumlu bir imaj yaratmak hedeflenmiştir. Aynı dönemde, “Türkiye’den havadisler veren Fransızca, Almanca, İngilizce gazetelerin çıkarılması, Olimpiyatlara sporcu gönderilmesi, güzellik yarışmalarına katılınması, İzmir Enternasyonel Fuarı’nın düzenlenmesi, Londra, Paris, Lozan, Leipzig gibi şehirlerdeki fuarlarda Türkiye’nin tanıtımı amacıyla stant açılması” (Doster. 2018:6-9) gibi birçok faaliyet ülkemizin Kamu Diplomasisi’nin kurumsallaşmasından daha erken bir dönemde İmaj Yönetimi çalışmalarına önem verdiğini göstermektedir.

İmaj yönetiminin yanı sıra, Kamu Diplomasisi bağlamındaki İtibar Yönetimi çalışmalarına “Ulusal İtibar” çerçevesinden bakmak mümkündür. Buna göre, Kamu Diplomasisi araçları ve çalışmalarının Ulusal İtibar’ın sağlanması ve korunmasına katkı sunduğunu ifade edilebilmektedir. Wang’a göre itibar “Kişi ya da kurumun geçmişteki davranışlarının bir sonucudur” (2003:76). Buradan hareketle, Ulusal

İtibar kavramının ise “Bir ülkenin (devletin/hükümetin) sahip olduğu maddi olmayan, en önemli soyut değerlerden biri” (Chun. 2005:92) olduğu belirtilmektedir. Bu kapsamda Ulusal İtibar, “Elle tutulamayan, gözle görülemeyen ancak ülkeye değer katan, başkalarınca taklit edilemeyen ve yerine başka bir şey konulamayan çok önemli bir kaynak” (Sümer-Yılmaz. 2014:246) olarak nitelendirilmiştir. Dolayısıyla, “Ulusal İtibar’ın nasıl yönetileceği konusu ülkeler için hayati bir konudur, çünkü iç ve dış kamuoyu, o ülkeye itibarı ölçüsünde güvenir ve destek vermektedir” (Sümer-Yılmaz 2014:246). Kamu Diplomasisi ve Ulusal İtibar arasındaki ilişki Şekil 1.2’de gösterilmiştir.



Şekil 1.2. Ulusal İtibar ve Kamu Diplomasisi İlişkisi

Kaynak: SÜMER O.-YILMAZ E. (2014) Ulusal İtibar Yönetiminde Kamu Diplomasisi. Düşünen Siyaset Düşünce Dergisi. Sayı 29.

Şekle göre “İç İtibar (Ulusal Kimlik)” ve “Dış İtibar (Ulusal İmaj)” Ulusal İtibar’ı oluşturur. Ulusal İtibar’ın bileşenleri ise “Yenilikçilik kabiliyeti, yaşanacak ülke olması, liderlik ve yönetim kalitesi, ulusal duyarlılık, finansal sağlamlık ve performans, yönetim, ürün ve hizmetlerin kalitesi, insan yönetimi, ulusal kıymetlerin kullanımı, sosyal sorumluluk, uzun vadeli yatırımlar, küresel rekabet edebilirlik ve duygusal çekicilik” olarak sıralanmıştır.

Szondi, *Handbook of Public Diplomacy* kitabı kapsamında kaleme aldığı bölümde itibar yönetiminin alt başlıkları birbiriyle ilintili şekilde Yer Markalaması, Ulus (Ülke) Markalaması, Kültürel Diplomasi’den bahsetmektedir. Öyle ki bu alanlar “Ülkelerin itibar yönetiminin bir parçası olarak turizm (Yer Markalaması), ekonomi politikaları, kültürel miras, dil, sanat, film, vb. (kültürel ilişkiler-Kültürel Diplomasi), dış politika ve dış ilişkiler, ülkenin iç ve dış etik politikaları, davranışları, imajları” (2009:298) şeklinde detaylandırılmıştır. Bu kapsamda, Kamu Diplomasisi’nin disiplinler arası bir bağlamda İmaj ve İtibar Yönetimi’yle yakından ilişkili olduğunu belirtmek mümkündür.

1.1.1.5. Ulus ve Yer Markalaması

Marka kavramı “Bir nesne hakkında bilgi vermek ve çağrışım oluşturmak için o nesne ile ilintili olan pek çok şeyi kapsayan etiket olarak” (Sancar. 2014:138) tanımlanmaktadır. Fan, *Branding the nation: Towards a Better Understanding* adlı makalesinde “Markanın yalnızca bir isim olmaktan ziyade aynı zamanda insanların zihninde oluşan imaj, çağrışım, anlam ve deneyimlerin bütünü” (2010:98) olduğunu belirtmektedir. Bu kapsamda, markalaşma ilk etapta özel sektöre ait bir uygulama alanı gibi görülse de “Büyük ölçekte ülkeler de reklamcılık, Halkla İlişkiler, pazarlama, markalaşma gibi çoklu iletişim kanalları ve yöntemlerini mesaj iletiminde ve siyasal iletişim faaliyetlerinde kullanmış, hükümet destekli ve özel kurumların iş birlikleriyle yürütülen Ulus Markalaması kampanyaları yürütmüşlerdir” (Zaharna. 2009:90).

Günümüzde marka kavramı, yalnızca ürünlere adreslenen logo, sembol veya etiketlerin ötesindedir. Ülkelerin ve ülkelere ait öğelerin de marka değeri taşıdığı ifade edilmektedir. Bu doğrultuda, “Her ülkenin hem ülke içindeki hem de ülke dışındaki insanların zihninde kendine ait bir adı ve imajı olduğu” (Fan. 2010:98) söylenebilmektedir. Buna göre, “Ulus markası, bir ulusun uluslararası paydaşların

zihnindeki tüm algılarının bütünü olup halklar, yer, kültür/dil, tarih, yemek, moda, ünlü yüzler (ünlüler), küresel markalar gibi unsurları” (Fan. 2010:98) ifade etmektedir. Gudjonsson, Ulus Markalaması’nı “Hükümet ya da özel kuruluşun, ulusun imajını değiştirme yeteneği için kullandığı etkilme gücü, davranışı, tutumu, kimliği veya ulusun imajını olumlu yönde değiştirmek için kullandığı marka yaratma araçlarına verilen ortak ad” (2005:285) şeklinde tanımlamaktadır. Bu doğrultuda, Ulus Markalaması’nı “Ülkenin uluslararası hedef kitle nezdindeki itibarını artırmak amacıyla bir ulus imajının yaratılabileceği veya değiştirilebileceği, izlenebileceği, değerlendirilebileceği ve proaktif olarak yönetilebileceği bir süreç” (Fan. 2010:100) olarak yorumlamak da mümkündür.

Markalamanın ilk etapta çıkış noktası ticari bağlamda olmuş, bu kapsamda ürün markalama ve kurumsal markalamaya yönelik çalışmalar yürütülmüştür. Bununla birlikte, Ulus Markalama çalışmalarının ortaya çıkışı ile markalamayı üç farklı kategoride incelemek mümkündür. Markalama çalışmaları bağlamında ürün markası veya kurumsal markaya kıyasla Ulus Markalaması’nın konumu ve özellikleri Tablo 1.3’te açıklanmıştır.

Tablo 1.3. Ticari Markalama ve Ulus Markalama’nın Karşılaştırması

	Ulus Markalama	Ürün Markası	Kurumsal Marka
Sunduğu şey (Offer)	Sunulan bir şey yok	Bir ürün veya hizmet	Ürün veya sektörle ilgili
Özellikleri	Basit terimlerle ifade etmek için fazla komplikedir	Açıkça tanımlanır	Açıkça tanımlanır
Faydalar	Tamamıyla duygu odaklı (<i>emotional</i>)	Fonksiyonel ve duygu odaklı	Çoğunlukla duygu odaklı
İmaj	Karmaşık, çeşitli. Müphem	Basit ve açık	Basit, görünür veya gizli
İş Birliği	İkincil, çeşitli, farklı türlü	Birincil ve ikincil. Görece daha az ve	Çoğunlukla ikincil, daha az ve

		spesifik	spesifik
Amaç	Ulusun itibarını güçlendirmek	Satışa destek olmak ve ilişki geliştirmek	İtibarı güçlendirmek ve ilişki geliştirmek
Boyut	Siyasi, ekonomik, toplumsal ve kültürel	Çoğunlukla ekonomik	Ekonomik ve toplumsal
Sahiplik	Çeşitli paydaşlar, belirsiz	Tek sahip	Tek sahip
Kitle	Uluslararası, çeşitli, diğer önemli kişiler (<i>significant others</i>)	Hedeflenen segment	Genel halk veya hedeflenen kitle

Kaynak: FAN Y. (2010) “Branding the Nation: Towards a Better Understanding”. Place Branding and Public Diplomacy. 97-103. Vol 6,2.

Ayrıca, imaj, itibar ve algı kavramlarının da Ulus Markalama ile yakından ilişkili olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu kapsamda, “Bir ulusun imajı; stereotiplerden, medyadan ve kişisel deneyimlerden etkilenecek ülke dışındaki insanlar tarafından tanımlanmaktadır” (Fan. 2010:100). Şekil 1.3 Ulusal Kimlik, Ulus Markalama ve Ulus İmajı arasındaki ilişkiyi göstermektedir.

Ulusal Kimlik $\longrightarrow$ **Ulus Markalaması** $\longleftrightarrow$ **Ulus İmajı**
 (Öz algı) (Ulus marka kimliği) (Diğerlerinin algılaması)

Şekil 1.3. Ulusal Kimlik, Ulus Markalama ve Ulus İmajı İlişkisi

Kaynak: FAN Y. (2010) “Branding the Nation: Towards a Better Understanding”. Place Branding and Public Diplomacy. 97-103. Vol 6,2.

İmaj, İtibar ve Algı Çalışmaları’nın yanı sıra Ulus Markalaması’nın Kamu Diplomasisi ve yumuşak güç uygulamalarıyla ortak paydasına dikkat çekilebilmektedir. Tüm bu kavramların birbirinden yararlandığını ve

uygulamalarının benzer amaçlarla iç içe geçebildiğini belirtmek mümkündür. Bu doğrultuda, “Devletler, Ulus Markalama ile uluslararası toplum nazarında olumlu imaj ve kanaatler geliştirerek Kamu Diplomasisi’nin temel amaçlarından olan insanların ‘akıl ve gönüllerinin kazanılmasını’ hedefler” (Ekşi. 2014:97). Buradan hareketle, “Akıl ve gönüllerin kazanılması” ifadesinin yumuşak güç tanımlarında ve çalışmalarında sıklıkla ifade edildiği bilinmektedir. Dolayısıyla, Ulus Markalama’nın devletlerin yürüttüğü Kamu Diplomasisi çalışmaları zemininde etkili bir uygulama olacağının altı çizilebilmektedir. Köksoy, Kamu Diplomasisi ve Ulus Markalaması’nın ortak amaçlarını “Olumlu imajların yaratılması, güçlendirilmesi, geliştirilmesi, olumsuz imajların ortadan kaldırılması, yabancı hedef kamularla iyi ilişkiler kurulması, bu ilişkilerin sürdürülmesi, saygınlığın ve itibarın artırılması ve başta dış politika olmak üzere siyasi, ekonomik ve kültürel amaçlara ulaşmayı kolaylaştıracak iklimlerin yaratılması” (2015:50) şeklinde sıralanmaktadır.

Kamu Diplomasisi ve Ulus Markalama kavramlarının benzerliklerine değinilirken iki kavram arasındaki farklılıkların da altı çizilmiştir. Bahsedilen farklılıklardan biri, “Ulus Markalaması’nın kitlelere ağırlıklı olarak olumlu imajların tek yönlü olarak sunmayı amaçlaması iken Kamu Diplomasisi’nin hedef kitleleri bölümleyerek çift yönlü bir iletişim ve diyalog sürecini oluşturmayı” (Szondi. 2008:16) hedeflemesidir. Bu kapsamda, “Ulus Markalaması’nın ağırlıklı olarak görsellere ve sembolere, Kamu Diplomasisi’nin ise daha çok davranışa odaklı, doğrudan anlaşılması güç olan daha incelikli bir operasyona dayandığı” (Szondi. 2008:16) belirtilmektedir. Bunun yanı sıra, “Kamu Diplomasisi’nin siyasi faydayı ön plana çıkardığı, Ulus Markalaması’nın ise ekonomik fayda sağlanmasını hedeflediği” (Szondi. 2008:16) ifade edilmiştir. Ayrıca, Szondi’ye göre “Ulus Markalaması, İmaj Yönetimi’ne dayanırken Kamu Diplomasisi ilişki ve güven inşasını odak almaktadır” (2008:17). Kamu Diplomasisi ve Ulus Markalama çalışmalarının kapsamları ve farklılıkları Tablo 1.4’te detaylandırılmıştır.

Tablo 1.4. Kamu Diplomasisi ve Ulus Markalamanın Kapsam ve Farklılıkları

	Kamu Diplomasisi	Ulus Markalama
Amaç	Siyasi çıkarlar	Çoğunlukla ekonomik çıkarlar

Bağlam	Politik. Odak ve öncelikler hükümet değişimiyle değişiklik gösterebilir.	Apolitik. Aktör ve siyasi partilerle genel anlaşmalar
	Kimlik odaklı	İmaj odaklı
	Uluslararası ilişkiler ve kültür	Pazarlama ve tüketicilik
Hedefler	Aktif kamular/paydaşlar	Pasif kitleler/tüketiciler
	Vatandaşlar	Tüketiciler (imajların, ürünlerin ve mekanların)
	Önemli jeopolitik ülkeler	Daha evrenseldir ve her ülkede uygulanabilir.
Yön	Yabancı kamular	Hem yabancı hem yerli kitle. Yerli kitlenin onayı/desteği olmadan başarılı olamaz.
Hükümetin Rolü	Fail. Mesaj gönderen. Hükümet mesajın kontrolüne daha hakimdir.	Hükümet fail/öncü olabilir ancak gönderen konumunda değildir (Propaganda tehlikesi). Hükümet etkisi daha azdır veya hiç yoktur.
Aktörler Aktörler	Devlet ve devlet dışı aktörler, hükümetler, hükümet kuruluşları, büyükelçilikler, dış işleri ve kültür bakanlıkları, kültürel enstitüler, sivil toplum örgütleri ve diasporalar	Ulusal turizm kurulları, seyahat acenteleri, yatırım teşviki ve ihracat ajansları ticaret kurulları, ticaret odaları, çok uluslu kuruluşlar
Stratejiler	İlişki kurma ve sürdürme	İmaj Yönetimi
	Güven inşası	
	Merkezsizleşmiş	Merkezileşmiş yaklaşım.

	(<i>decentralised</i>) yaklaşım. Çeşitli hedef ülkeler, farklı stratejiler ve yerel hedef kitleye uygun aktiviteler	Marka temeli (tek beden herkese uyar mentalitesi) Global ve homojen hedef kitleye uygun
	İnsanları ve kültürleri birbirine bağlayan hem pozitif hem de negatif elementlere odaklanma	İnsanların ve kültürün çoğunlukla pozitif yönüne ve “pazarlanabilir” elementlerine odaklanma
Taktikler	Sergiler, uluslararası film festivalleri, değişim programları, dil öğreniminin teşviki, ağ oluşturma, yıl dönümleri, başbakanlar, dışişleri bakanları ve diğer politikacıların yabancı günlük gazetelerdeki makaleleri, gerçek olaylar	Logo ve sloganlar, önde gelen uluslararası TV kanallarında ülke reklamları, önde gelen uluslararası dergilerde sponsorlu sayfalar; e-pazarlama, web portalları, basın turları, broşürler, yapay etkinlikler (<i>pseudo-events</i>)
Medya	Kitle iletişim araçlarının önemi daha azdır ve asıl rolleri bilgiyi sunmak ve yorumlamaktır. Sosyal medya giderek önem kazanmaktadır.	Ana kanal olarak büyük ölçüde kitle iletişim araçlarına dayanır. Medya pasiftir ve genellikle ücretli reklamlar içerir.
Bütçe	Sponsor hükümettir.	Kamu ve özel ortaklıklar
Zaman Çerçevesi	Sürekli, devamlı	Geçici, kampanya odaklı
Değerlendirme	Kısa, orta ve uzun dönemli	Çoğunlukla uzun dönemli

Kaynak: SZONDI G. (2008) “Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences”. Cligendael Institute. Discussion Papers in Diplomacy.

Kamu Diplomasisi yoluyla etki oluşturmaya hedefleyen bir aktörün aynı zamanda ulus markasını geliştirmesinin, hedeflediği doğrultuda aktöre fayda sağlayacağını belirtmek mümkündür. Her ne kadar bu iki alanın mesaj gönderimi, strateji, taktik gibi konularda farklılıklara sahip olduklarına dikkat çekilse de devletlerin ulus markalarını geliştirmeleri Kamu Diplomasisi çalışmalarında da olumlu ve kolaylaştırıcı bir etki sağlayacaktır. Öyle ki Ulus Markalama ile “Ülke vatandaşlarının sahiplendiği değerlerin ve politikaların yabancı halklara daha kolay anlatılacağı, daha kolay anlaşılacağı ve oluşturulmak istenen imajın bütünlüğüne katkı sağlayacağı” (Köksoy. 2015:50) bilinmektedir. Dolayısıyla, “Ülkelerin dış iletişimlerinin ve imajlarının yönetildiği bu iki alanın birlikte değerlendirilmesi ve koordine edilmesinin, diğer ülkelerle ve halklarıyla kurulacak ilişkilerde stratejik ve kapsamlı iletişim olanakları sunacağını” (Köksoy. 2015:51) vurgulamak mümkündür. İlaveten Sancar, Ulus Markalama’nın tek başına bir alan olmadığını ve “Uluslararası Halkla İlişkiler ve Kamu Diplomasisi’nin bir alt dalı olarak konumlandırılması ve bu disiplinlerin yardımıyla çalışmalarını yürütmesi” (2014:141) gerektiğinin altını çizmektedir.

Ulus Markalaması çalışmalarından bahsederken “Yer Markalaması” da değinilmesi gereken bir diğer kavramdır. Ulus Markalaması’nın “Kültür, inanç, kimlik vs. soyut unsurlara” (Szondi. 2008:4) odaklandığı bilinirken Yer Markalaması’nın ise “Turizm, yatırımlar, ürünler, hizmetler, gibi daha somut ekonomik alanlara” (Szondi. 2008:4) odaklandığı belirtilmektedir. Yer Markalaması kapsamında mekanların “Yabancı yatırım, marka ithalatı, zenginlik ve turizm” (Yıldırım. 2014:184) gibi faktörler için rekabet haline girdiğini ifade etmek mümkündür. Bu bağlamda, “Yer markalama stratejisinde; başka yerlerde, başka ülkelerde olmayan o yeri çekici kılacak özellikler üzerinde durulduğunda ve yapılan işlerle farklı yerlerde yanlış anlaşılma ortadan kaldırıldığında başarı şansı daha yüksek olmaktadır” (Yıldırım. 2014:185)

1.1.1.6. Marka Diplomasisi

Kamu Diplomasisi kavramının gelişiminde büyük rol oynayan küreselleşme, aynı zamanda günümüzde sermayeyi ve iktisadi ilişkileri kurgulayan ve düzenleyen bir etken olarak öne çıkmaktadır. Buradan hareketle, iktisat ilişkilerinin sert güç kapsamında değerlendirilebileceğini ve böylece bir ülkenin bir diğer ülke üzerinde baskı veya hegemonya kurmasında bir etken olabileceğini öne sürmek mümkündür.

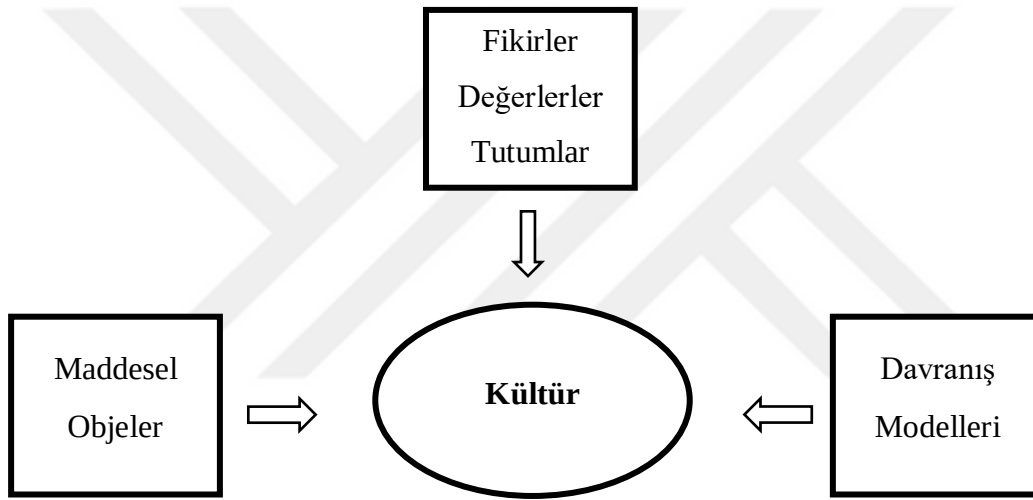
Sert güç enstrümanı olarak kullanılabilecek iktisat ilişkileri, diğer yandan Marka Diplomasisi ile bir yumuşak güç aracına da dönüşebilmektedir. Bu bağlamda, ekonominin “Kamu Diplomasisi’nin temel dayanak noktalarından biri olduğu” (Mengü-Yıldırım. 2012:76) ifade edilmektedir. Marka Diplomasisi (*Brand Diplomacy*)” olarak adlandırılan söz konusu diplomasi biçimi, “Ulusal kimliğin, değerlerin ve kültürün yabancı halklara/tüketicilere aktarılmasının önemli bir yolu olarak gösterilmektedir” (Szondi 2008: 24). Bu doğrultuda markalar, bulundukları ülkeye dair belirli temsilleri taşımakta ve güçlendirebilmektedir. “Bir ülkenin sahip olduğu ulusal markaların yabancı halklarla kurulacak ilişki yönetimi için gerekli olan ilk adımı atacağı, bu markaların tüketicileri markanın menşe ülkesine de sempati ile yaklaşacağını” (Sancar. 2015:8) belirtmek mümkündür.

Uluslararası markalar menşei ülkelerine dair ipuçları verebilmekte, ülkelerinin değerlerini yabancı kamulara aktaran bir araç görevi görmektedir. “Tüm dünyanın tanıdığı itibarı yüksek, saygın ve büyük markalara sahip olmak, ticaret ağının genişliği, küresel veya uluslararası şirketlerin varlığının” (Mengü-Yıldırım. 2012:76) Kamu Diplomasisi çalışmalarını yürütmek için önem arz ettiğini belirtmek mümkündür. Öyle ki, “Yaratıldıkları ülkenin imaj ve kültürüyle özdeşleşen markalar, yurt dışında o ülkelerin temsilcilikleri gibi bir misyona” (Mengü-Yıldırım. 2012:76) bürünmektedir. Buna göre, “Apple, Google, Microsoft, IBM, Coca-Cola, Samsung, Toyota, Mercedes, IKEA gibi şirketlerin ait oldukları ülkelerinin başarı hikayelerinin ve kimliklerinin en önemli unsurları” (Öztermiyeci. 2018:394) olmuşlardır. Bununla birlikte, uluslararası pazarlarda ürünleri satılan Türk markalarının yanı sıra özellikle “En küresel Türk markası unvanını alan Türk Hava Yolları” (Öztermiyeci. 2018:395) Türk Ulus Markalaması’na büyük katkı sunan kurumlardan biri olarak öne çıkmaktadır.

1.1.1.7. Kültürel Diplomasi

Kültür kavramının tarihsel olarak iki eksen üzere tanımladığı ifade edilmektedir. Bu kapsamda, birinci yaklaşıma göre kültür “Nesnelerden, düşünce biçimlerinden ve davranışlardan oluşan bir kalıttır ve bu kalıt, insan topluluğuna ve üyelerine kimliğini verir, kolektif kimliğin nedenidir ve korunması gereken kapalı bir sistem” (Bourse-Yücel. 2017:129) olarak tanımlanır. Bunun yanı sıra, kültürün tanımıyla ilgili bir diğer görüş onun “Bir toplumsal yapı” (Bourse-Yücel. 2017:129) olduğuna yöneliktir. Bu anlamda kültür, “Kolektif kimliğin bir sonucu ve ürünüdür,

sürekli kendini yeniler” (Bourse-Yücel. 2017:129). Kültüre dair bu her iki bakış açısı da bir şekilde insanın toplumsal ve kolektif yönüyle ilgilidir. Dolayısıyla, kültürün insan birlikteliğine ve birlikteliğin oluşturduğu birikime addedildiği belirtilebilmektedir. Aynı zamanda, insan topluluklarının ortak birtakım kültürel öğeleri olduğundan da söz edilmektedir. Bu doğrultuda, insanlığın sahip olduğu ortak kültür öğeleri “Maddi kültür öğeleri (teknoloji, ekonomi vb.), dil (bir toplumun konuştuğu lisan), inanç sistemleri ve gücün kontrolü (tutum, değer ve normlar; sosyal ve politik organizasyon, sanat (estetik, müzik ve dans) ve eğitim” (Yıldırım. 2014:204) olarak sıralanmıştır. Buna göre, Şekil 1.4 üç farklı sınıflandırma ile kültürün öğelerine değinmektedir.



Şekil 1.4. Kültürün Öğeleri

Kaynak: YILDIRIM G. (2015) Uluslararası Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi. Beta Yayıncılık. İstanbul.

Küreselleşmenin hızlanması ve iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla ülkeler ve toplumların birbirleri ile kültürel etkileşiminin arttığı belirtilebilmektedir. Bu bağlamda, küreselleşmeyi “Dünyadaki ekonomik ve kültürel organizasyonların gelişmesi sonucunda coğrafi, kültürel ve siyasal olarak sınırları olmayan sosyal kurumların gelişmesiyle oluşan karmaşık bir yapı” (Mutlu. 2008:215) olarak değerlendirmek mümkündür. Küreselleşmenin bu denli hızlı olduğu günümüz dünyasında “Fikirler, inançlar, değerler, imajlar, bireysel-kültürel farklılıklar hiç olmadığı kadar hızlı yayılmaktadır” (Potter. 2003:44). Dolayısıyla, lokal değerlere

işaret eden yönünün yanı sıra kültür kavramı Kamu Diplomasisi uygulayıcısı aktörler tarafından bir araç olarak kullanılarak global bir bağlama yayılmıştır. Böylelikle kültür, McLuhan'ın ifadesiyle “Global bir köye” (1964) dönüşen günümüz dünyasında yumuşak gücünü geliştirmeyi hedefleyen ülkeler için işlevsel bir araç haline gelmiştir.

Kamu Diplomasisi'nin hedef kitlesinin yabancı kamular olduğu bilinmektedir. Öyle ki, günümüz dünyasında devletlerarası gerçekleşen Geleneksel Diplomasi'nin, resmi kurum veya temsilcilerin yanı sıra insan topluluklarına ve kamuoyuna yönelik yapılan Kamu Diplomasisi çalışmaları oldukça önem kazanmıştır. Bu bağlamda, Kültürel Diplomasi çalışmalarının Kamu Diplomasisi'nin bir alt başlığı olarak devreye girdiğini ifade etmek mümkündür. Öyle ki, her bir kamu ve topluluğun kendine göre çeşitli kültür ve görenekler barındırdığı bilinmektedir. Bununla birlikte günümüzde, toplumların kültürlerinin yanı sıra popüler kültür ve alt kültürler de gittikçe gelişmiş ve kültür kavramını çeşitlendirmiştir. Böylece, kültürün Kamu Diplomasisi kapsamında kullanım alanının genişlediğine vurgu yapılabilmektedir. Günümüzde Kültürel Diplomasi “Pop müzikten Coca Cola'ya kadar” (Rasmussen. 2009:5) birçok farklı ögeyi bünyesinde barındırmaktadır.

Kültür, Nye tarafından yumuşak gücün bir parçası olarak “Diğer ülkeleri etkileyebilmek için kullanılabilecek soyut bir güç” (1990:167) şeklinde değerlendirilmiştir. Öyle ki, “Bir ülkenin kültür ve ideolojisi cazip ve çekici ise diğer ülkeler bunu takip etmeye daha yatkın halde” (Nye. 1990:167) olacaklardır. Buradan hareketle Nye, bir toplumun kültürün onun diğer toplumlara çekici gelmesini sağlayan en önemli unsurlardan biri olduğunu ifade etmektedir. Böylece, “Uluslar kendi kültürel öğelerini bir iletişim kanalı olarak kullanarak kendilerini tanıtmaya odaklanmaktadır” (Yağmurlu. 2019:1189). Bu çerçevede Sancar, Kültürel Diplomasi'nin “Sert güce karşıt olarak, kültür aracılığıyla değerleri ve fikirleri etkilemenin ilk örneği” (2014:170) olduğunu belirtmektedir. Öyle ki, Kültürel Diplomasi “Kültürel bir yararı, hedef kitleye tanıtmaya davranışdır ve amacı hedef kitleleri üreticinin temsil edilmek istediği şekilde algılatan fikirlere dahil etmektir” (Sancar. 2014:170). Cummings de Kültürel Diplomasi'yi “Fikirlerin, değerlerin, sistemlerin, geleneklerin, inançların, bilginin ve kültürün karşılıklı paylaşımının sağlanması” (2003:1) şeklinde tanımlamıştır. Diğer yandan, Cull'a göre Kültürel

Diplomasi “Bir ülkenin kendi kültürünün, diğer ülkelere cazip hâle getirilerek onlara aktarılmasına yönelik hedefler bütünüdür” (2008:35).

Günümüz dünyasında kültür ve kültür ürünleri hedef kitleyi etkilemek için kullanılan bir araç halini almıştır. Bu bağlamda, “Kültürel ilişkilerin, edebiyat, film, radyo ve televizyon programları, sanat, müzik, dil gibi kültürel ürünlerin yurt dışına tanıtılmasını kapsadığı” (Yıldırım. 2015:166) belirtilmektedir. Bununla birlikte, “Kültürel Diplomasi etkinliklerinin kamu yönetimindeki esas sahibinin Dışişleri Bakanlıkları” (Yağmurlu. 2019:1193) olduğu ifade edilmektedir. Bu kapsamda, Dışişleri Bakanlıkları “Bir ülkenin misyonlar aracılığıyla Uluslararası İlişkiler’i yürütür, devletin dış politikasını yürütmekle görevli olan kurumdur ve Kültürel Diplomasi de görevleri arasında yer almaktadır” (Yağmurlu. 2019:1193). Dolayısıyla, Kültürel Diplomasi’nin en önemli örneği sayılan “British Council, Goethe Enstitüsü gibi kuruluşlar ülkelerinin dışişleri bakanlıklarının ilgili kuruluşlarıdır” (Yağmurlu. 2019:1193).

Devlet ve hükümetlerin Kamu Diplomasisi faaliyetleri çerçevesinde kültürel öğelerden ve kültür ürünlerinden yararlandığı bilinmektedir. Kültürün bu doğrultuda etkin bir şekilde kullanılabilmesi adına devletlerin “Sahip oldukları kültürel değerleri, diğer ülkelerin sahip oldukları değerler nezdinde uyumlu hale getirmesi” (Vural. 2018:460) önem arz etmektedir. Öyle ki insan hakları, kadın hakları veya çocuk hakları gibi dünya genelinde kabul görmüş evrensel değerler ile örtüşmeyen kültürel öğeler ve örflerin devletler için bir yumuşak güç aracı olmasından söz etmek mümkün değildir. Dolayısıyla, etki oluşturma veya olumlu imaj yaratma gibi amaçlarla aktörler tarafından kullanılacak kültürel öğelerin hem evrensel değerlerle hem de hedef kitlenin değerleriyle uyumlu olması önem arz etmektedir.

Soğuk Savaş sonrası dönemde uluslararası bağlamda Amerikan baskınlığının artmasıyla liberal kapitalist ekonomi düzeni ve “Çoğulculuk, irade, özgürlük gibi Amerikan değerlerinin” (Nye. 2017:76) dünya genelinde daha da yaygınlaştığı gözlemlenebilmektedir. Bahse konu Amerikan değerlerinin yanı sıra popüler kültürün de ABD’nin kuvvetli bir Kültürel Diplomasi aracı olarak öne çıktığını ifade etmek mümkündür. Bu bağlamda Sancar, “Kültürel Diplomasi alanında en etkin ülkenin Amerika Birleşik Devletleri” (2014:171) olduğunu belirtmektedir. Öyle ki, birçok toplumda Amerikan popüler kültürüne ait “Coca Cola, kot pantolon veya bir sigara markası gibi basit eşyalar genç nesillerin kendilerine ait bir kimliği ifade etmelerine yardımcı olan bir katma değere sahip olmuştur” (Nye. 2017:78). Çok

uluslu şirketler ve küresel markalar, uluslararası fast-food zincirleri, dizi/film sektörü ve Hollywood, müzik gibi birçok popüler kültür ögesi günümüzde ABD'nin bir Kamu Diplomasisi'ni pekiştiren unsurlar olarak gösterilebilmektedir.

Film, dizi, müzik veya gastronomi gibi alanların yanı sıra dil ve eğitimin Kültürel Diplomasi'nin en etkin araçlarından olduğunu ifade etmek mümkündür. Buradan hareketle, farklı ülkelerde kurulmuş dil ve kültür merkezleri ile bunun yanı sıra kültürel faaliyetlerde bulunan birtakım kuruluşlar, hedef ülkelerde aktör ülkelerin Kültürel Diplomasi taşıyıcısı olarak dikkat çekmektedir. Öyle ki, günümüzde Kültürel Diplomasi adına aktif bir şekilde işleyen “Erasmus Değişim Programı, Fullbright Bursu, Fransız Kültür Merkezi, Alliance Française, British Council” (Sancar. 2014:170) gibi kurumlar örnek olarak verilebilmektedir. Bunun yanı sıra, dil eğitimi hususunda İngiltere, Fransa, Almanya, İspanya ve yakın zamanda Çin gibi ülkeler yurt dışında kurdukları enstitüler ile ön plana çıkmaktadırlar. Türkiye'nin Türk Dili ve Türk Kültürü'nü dünya genelinde tanıtmaya göreviyle Yunus Emre Vakfı bünyesinde kurduğu Yunus Emre Enstitüleri'nin 2007 Yılında faaliyete geçtiği bilinmektedir. Vakfın kuruluşu çok eski tarihlere uzanmasa da enstitüler kısa sürede birçok ülkede faaliyet gösterir duruma gelmiştir.

1.1.1.8. Eğitim ve Dil Diplomasisi

Kültürel Diplomasi, kültür öğelerinin Kamu Diplomasisi ve yumuşak güç amaçları ile kullanılması doğrultusunda şekillenmiş bir alan olarak öne çıkmaktadır. Bu kapsamda, Kültürel Diplomasi'nin “Kültürler arası etkileşime vurgu yaptığı ve bir yanıyla da ulusların kendi içinde kabul gören kültürel öğelerini uluslararası camiaya bir norm olarak sunma çabasını içerdiği” (Yağmurlu. 2019:1184) belirtilmektedir. Bahse konu kültür öğelerinin Kamu ve Kültür Diplomasisi hedefleri doğrultusunda efektif kullanılması, bu kültür öğelerinin ayrı bir çalışma alanı olarak gelişme göstermesini de beraberinde getirmiştir. Eğitim ve dil kavramlarının bu çerçevede örnek teşkil ettiği ifade edilebilmektedir. Özkan buradan hareketle, eğitimin “Kamu Diplomasisi politikaları aracılığıyla ülkeler ve toplumlar arasında sempati ve ilişki kurulmasına yönelik önemli olanak ve fırsatlar içerdiğini” (2014:36) belirtirken eğitim ve dil yoluyla ülkelerinin yabancı toplumlara “Kendi kültürlerini aktarabileceklerine ve kendilerini tanıtabileceklerine” (2014:36) de değinmiştir.

Eğitim, Kamu Diplomasisi bağlamında etkili bir araç ve Kültür Diplomasisi'nin kuvvetli bir taşıyıcısı olarak öne çıkmaktadır. Bu kapsamda, öğrenci

değişim programlarını, dil okulları ve kültür merkezlerini Eğitim Diplomasisi ve Dil Diplomasisi kapsamında değerlendirmek mümkündür. Özellikle, dil ve kültür merkezleri Batı Avrupa ülkeleri başta olmak üzere birçok ülke tarafından dünyanın çeşitli yerlerinde kurulmaktadır. Bu çerçevede, “Fransa’nın ülke imajının yurt dışında geliştirme amacıyla ilk resmi Kültürel Diplomasi organını kuran ülke olduğu” (Yıldırım. 2015:351) bilinmektedir. Öyle ki, “*The Alliance Française* 1883’te Fransızca ve Fransız Kültürü’nün yaygınlaşması için kurulurken, İtalyan Kültür ve Dili’nin tanıtılması adına *Dante Alighieri Society* 1889 Yılında, İngiliz *British Council* ise 1934 Yılı” (Yıldırım. 2015:351) gibi erken bir tarihte faaliyet göstermeye başlamışlardır. Günümüzde İngiliz Dili ve Kültürü’nü temsilen dünyanın birçok yerinde faaliyet gösteren *British Council*, 2021-2022 Yıllık Faaliyet Raporu’nda belirtilen yıllar arasında “98 milyon müşteri ve sosyal medya, fuar, festival, sergi ve benzeri çeşitli kanallardan 648 milyon kişi ile etkileşimde bulunduğunu” (British Council. 2022) beyan etmiştir. Buradan hareketle, *British Council*’in dünya çapında çok geniş kitlelere erişebildiği ve kendi kültürünün yayılmasına katkı sunduğu çıkarımı yapılabilmektedir.

Değişim ve burs programları Eğitim Diplomasisi alanında öne çıkan bir diğer unsurdur. Bu çerçevede, “Günümüzde ABD’nin Fullbright Bursları, Avrupa Birliği’nin Erasmus Değişim Programı ve Jean Monet Bursları, Türkiye’nin Mevlana Değişim Programı’ndan” (Kavoğlu. 2018:132) bahsedilebilmektedir. Buradan hareketle, değişim programlarının da “Kamu Diplomasisi’nin hedefleri olan kültür, kurum ve değerleri tanıtmaya ve benimsetme noktasında dikkate değer araçlar” (Kavoğlu. 2018:132) olduğu ifade edilmektedir. Scott-Smith, değişim programlarının “İnsanların, fikirlerin ve görüşlerin yaygın bir alışverişi olduğunu ve Uluslararası İlişkiler’in özel bir biçimi” (2009:51) şeklinde konumlandığını belirtmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri’nin de özellikle Fullbright Burs Programı ve dünya çapında ünlenmiş birçok seçkin üniversitesi ile eğitim alanında boy gösterdiği ifade edilebilmektedir. Bununla beraber, Joseph Nye *Yumuşak Güç* adlı eserinde “Kamu Diplomasisi kaynakları açısından ABD’nin en yakın rakibinin Avrupa olduğunu” (2017:112) belirtmektedir. Buradan hareketle, özellikle Eğitim ve Dil Diplomasisi bağlamında Avrupa ülkelerinin kuvvetli bir birikimi olduğu çıkarımını yapmak mümkündür. Öyle ki; İngilizce, Fransızca, İspanyolca, Almanca gibi Avrupa dillerinin dünyada en yaygın konuşulan ve öğrenilen dillerin başında geldiği bilinmektedir. Bu kapsamda; British Council, Institut Français, The Alliance

Française, Dante Alighieri Society, Goethe Enstitüsü, Cervantes Enstitüsü gibi dünya çapında Avrupa dillerini öğreten dil ve kültür merkezlerinin kuruluşlarını çok eski tarihlere dayanmaktadır. Bununla birlikte, özellikle kolonyal geçmişlerinin bir uzantısı olarak Fransa ve İngiltere veya İspanya gibi Avrupa lkelerinin dil ve kültürleri Afrika, Güney Asya ve Güney Amerika coğrafyalarında konuşulmakta ve tanınmaktadır. Hem kolonyal dönemde diğer coğrafyalarda sağlanan nüfuzun hem de dünya genelinde erken tarihlerde kurulan kültür ve dil merkezlerinin Batı Avrupa lkelerinin Kültür, Eğitim ve Dil Diplomasisi alanındaki gücünü pekiştirmiş olduğuna vurgu yapmak mümkündür. Bu bağlamda, Batı’da Kamu ve Kültür Diplomasisi’nin “Genellikle bu ülkelerin emperyal ve sömürge geçmişine dayandığı” (Szondi. 2009:293) ve aynı zamanda Avrupa’nın Kamu ve Kültür Diplomasisi’nin “Dikolonizasyon dönemi sonrasında etki yaratmada da önemli rol oynadığı” (Szondi. 2009:293) ifade edilmektedir.

Kültürel Diplomasi bağlamında eğitim ve dil alanlarında ne çıkan Avrupa lkelerinin yanı sıra, günümüzde Çin de bu alana yatırımlar yapmaktadır. Özellikle 1990’ların sonu ve 2000’li yılların başıyla, Çin’in bu doğrultuda “Ekonomik yükselişini sürdürürken bir yandan da olumlu bir imaj sağlama amacında” (Akçadağ. 2012:278) olduğu belirtilmektedir. Böylece, dünyanın birçok noktasında Çin Dili ve Kültürünü tanıtan ve öğreten Konfüçyüs Enstittleri kurulmaktadır. Bu kapsamda, “2007’de 46’sı Asya, 26’sı Kuzey Amerika, 6’sı Afrika ve 4’ Okyanusya’da olmakla üzere 128 Konfüçyüs Enstitüsü bulunurken, geliştirilen ğrenci değişim programları ile ve özellikle Güney Doğu Asya ve Afrika’dan gelen öğrencilere verilen burslarla, 2005 Yılında 141.000 yabancı öğrencinin Çin’e eğitim amacıyla gelmesi sağlandığı” (Akçadağ. 2012:181) belirtilmektedir. 2018 yılına geldiğinde ise dünya genelinde Konfüçyüs Enstitülerinin sayısı 548’e erişmiştir (Statista. 2021).

Avrupa lkeleri ve Amerika Birleşik Devletleri’nin Kültür Diplomasisi kapsamında dünya genelindeki nüfuzlarının ve bu bağlamda Çin’in yükselen gücünün yanı sıra Türkiye de özellikle son 30 yılda şekillendirdiğini yeni Kamu Diplomasisi politikaları çerçevesinde Eğitim ve Dil Diplomasisi alanına yatırımlar yapmaya başlamıştır. Türk Kamu Diplomasisi’nin dünyada kapsayıcı bir biçimde taşıyıcılığını yapan Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı, dünya genelinde kültür ve dil merkezleri kuran Yunus Emre Vakfı ve Eğitim Diplomasisi kapsamında değerlendirilebilecek burs programları yürüten Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı Türkiye’nin bu kapsamda örnek kurumları olarak

sıralanabilmektedir. Bununla birlikte Özkan, “Eğitim alanının Türkiye’nin Kamu Diplomasisi’nde yeteri kadar efektif olmadığı” (2014:42) altını çizirken aynı zamanda ülkenin “Kültürel zenginliği ve tarihsel değerleri bu alanda ciddi bir potansiyelin varlığını” (2014:42) da ortaya koymaktadır.

1.2. Kamu Diplomasisi Modelleri: İletişimsel Bir Bakış

Kamu Diplomasisi’nin, devletlerin dış politika hedefleri doğrultusunda ülkesini tanıtmak, ülkesine yönelik algıyı yönetmek ve yumuşak gücünü pekiştirmek için kullandığı bir çeşit iletişim yönetimi bütünü olduğunu belirtmek mümkündür. Kamu Diplomasisi çalışmaları bağlamında, devletin iletişim stratejilerinin planlanması ve bunun yanı sıra hedef kitleyle kurulacak iletişimde imaj, itibar ve ilişki yönetimi süreci önem arz etmektedir. Buradan hareketle, Kamu Diplomasisi yörüngesinde dış politika hedeflerinin başarılması adına bir ülkenin mesajlarının net bir şekilde iletilmesini, hedef kitlenin gündeminin etkili bir şekilde yönetilmesini gerekmektedir. Böylece, Kamu Diplomasisi’nin Halkla İlişkiler ile ilişkili ve Stratejik İletişim Yönetimi kapsamında değerlendirilebilecek bir alan olduğu da ifade edilebilmektedir. Köksoy, “Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler (iletişim) arasındaki benzerlik ve yakınlığın Kamu Diplomasisi’nin stratejik olarak değerlendirilmesi ve yönetilmesi konusu için fırsatlar sunduğunu” (2019:12) belirtmektedir. Snow’a göre ise “Kamu Diplomasisi’nin kökleri Halkla İlişkiler, Pazarlama ve Reklamcılık gibi ikna endüstrilere” (2009:9) dayanmaktadır. Diğer yandan, Gregory “Stratejik İletişim ile Kamu Diplomasisi’nin benzeşen alanlar” (2005:7) olduğunu ifade etmektedir. Buna göre her iki disiplinin de “İnsanlar ve kurumlar arasında diyalog kurmak, siyasi liderlere politika tercihlerinin kamuoyu üzerindeki etkileri konusunda tavsiyelerde bulunmak ve ikna etmeyi amaçlayan stratejiler ve araçlar aracılığıyla tutum ve davranışları etkileme” (Gregory. 2005:39) amaçları güttüğü belirtilmektedir. Bu kapsamda, İletişim disiplininin hem Kamu Diplomasisi uygulamaları ve stratejilerinin hem de teorik çerçevede Kamu Diplomasisi modellemelerinin gelişiminde rol oynadığını vurgulamak mümkündür.

Kamu Diplomasisi’nin özellikle Sosyal Bilimler’deki birçok disipline oranla daha yeni bir alan olduğu ifade edilebilmektedir. Bu kapsamda, Kamu Diplomasisi modellemeleri ve alan üzerine teori çalışmaları teorisyenler tarafından yakın geçmişte ele alınmıştır. Rasmussen buradan hareketle, “Kamu Diplomasisi’ne ait teori çalışmalarının az olduğuna” (2009:9) vurgu yapmaktadır. Diğer yandan, Kamu

Diplomasisi'nin teori ve literatür çalışmaları bağlamında, “Rasmussen ve Gilboa'nın da dikkat çektiği üzere, Grunig ve Hunt'ın (1984) veya Signitzer'in (1997) bir Halkla İlişkiler Teorileri/Modelleri sınıflandırması gibi temel bir model ayrımı veya sınıflandırılması ile karşılaşmak mümkün olamamıştır” (Yıldırım. 2014:125). Bununla birlikte, halihazırdaki Kamu Diplomasisi modellemelerinin birçoğunda ise İletişim disiplininin temel bir yapıtaşı olarak yer aldığı görülmektedir. Bu doğrultuda, Zaharna'nın “Enformasyon ve İlişkisel İletişim Modeli (2009)”, Peisert'in “Kültürel İletişim Modeli” (2009), Gilboa'nın “Soğuk Savaş, Domestik Halkla İlişkiler Modellemeleri ile Devlet Dışı Ulus Aşırı Modeli (2008)” ve Cowan-Arsenault'un kavramsallaştırdığı “Monolog, Diyalog ve İş Birliği Modeli (2008)” Kamu Diplomasisi teorisinin iletişim bilimleri bağlamında değerlendirildiği önemli teorik çalışmalar olarak öne çıkmaktadır.

1.2.1. Enformasyon ve İlişkisel İletişim Modeli

Zaharna, “Kamu Diplomasisi'nin politik olduğu kadar iletişimsel yönü de olduğunun” (2009:86) altını çizmiştir. Öyle ki günümüzde, “Propaganda'nın yerini alan güven odaklı İletişim Çalışmaları'nın, ülkelerin ulus markalama çalışmalarında stratejik mesaj tasarımı ve yayılımının, medya ile sürdürülen bilgi üretimi, dağıtımı ve bilgilendirme kampanyaları ile bu dağıtımda her türlü uluslararası yayıncılığın aktif rolünün, Kamu Diplomasisi'nin enformasyonel çerçevesini” (Yıldırım. 2015:153) oluşturduğu ifade edilmektedir. Bu doğrultuda Zaharna, Kamu Diplomasisi teorisini iletişim disiplininin çerçevesinde ele almış ve “Enformasyon” ve “İlişkisel İletişim” adlı iki adet model geliştirmiştir. Bu bağlamdan hareketle, Kamu Diplomasisi teorisi çerçevesinde modellemeleri şekillendirirken Zaharna “Geniş bir yelpazedeki Kamu Diplomasisi girişimlerinin kategorize ve analiz edilmesi için iki tamamlayıcı iletişim çerçevesi oluşturmayı” (2009:86) amaçladığını bildirmiştir. Bunun yanı sıra modelleme kapsamında “Politik kimliklerin kamu ile nasıl iletişim kurduğu” (2009:96) üzerinde de durulmuştur. Modelleme kapsamında “Harold Innis and James Carey'nin fikirlerinden esinlenilmiş ve bunun yanı sıra kültürlerarası iletişim alanında çalışan ve iletişimde ‘yüksek bağlam ve düşük bağlam’ tanımlamasını yapan Edward Hall'ün ve aynı alanda kolektivizm-bireycilik paradigmasını öne süren Geertz Hofstede'in çalışmaları” (2009:87) temel alınmıştır.

Enformasyon Modeli'nin genel çerçevesi iletişimin lineer bir bilgi aktarım süreci olup genellikle hedefinin “ikna” veya “kontrol etme” olduğuna vurgu

yapmaktadır. Buna göre, Enformasyon Modeli kapsamında dört temel özellikten söz etmek mümkündür. Birinci özellik bilginin merkezi rolüne bağlı olan mesaj stratejileridir. Burada, “Mesaj nedir ve nasıl iletilmelidir?” soruları kritik öneme sahiptir. “İstenen etkinin sağlanması ve amaca ulaşılabilmesi hedefleriyle mesaj veya bilgi içeriği iletişimin ağırlığını da üzerinde taşımaktadır” (Zaharna. 2009:88). Model kapsamında ikinci önemli özellik ise “kontrol” olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda, verilecek mesajın kontrolü oldukça büyük önem taşımaktadır. Dikkatlice hazırlandıktan sonra mesaj; politik sponsor, kurum veya kişi tarafından çeşitli iletişim platformlarında süreklilik ve etkililik açısından denetlenmelidir. Bu açıdan “Politik sponsor; amaç, içerik, zamanlama ve iletişim kanalları konusunda tek taraflı olarak kararlar alabilirken planlama, uygulama ve değerlendirme süreçlerine katılabilmektedir” (Zaharna. 2009:88).

Zaharna tarafından geliştirilen Enformasyon Modeli’nin işaret ettiği üçüncü özellik ise politik sponsor ile toplum arasındaki “kısıtlı etkileşimdir”. Öyle ki, “Enformasyon üretimi tek taraflı gerçekleşirken hedef kitle olan toplum pasif” (Zaharna. 2009:89) bir konumdadır. Bunun yanı sıra, model kapsamındaki dördüncü özellik olarak ise “bilgi yayma” olarak öne çıkmaktadır. Bilgi yayma çabaları, genellikle kişiler arası iletişimden başlayarak dergi, broşür, gazete, film, sinema, televizyon, radyo, web siteleri, e-postalar, RSS, sosyal medya ve uluslararası medya gibi tüm iletişim kanallarını kullanmaktadır. “Amerika’nın Arapça televizyon kanalı Al-Hurra, Rusya’nın İngilizce istasyonu Russia Today ve İran’ın İngilizce kanalı Press TV gibi çeşitli yayın organları, farklı halklara bilgi sunmak” (Zaharna. 2009:89) amacıyla kurulduğu bilinmektedir.

Zaharna’nın öne sürdüğü ikinci model olan İlişkisel Model’in kökeninin iletişim disiplinine dayandığını ifade etmek mümkündür. Bu kapsamda, ilişkisel çerçevenin en önemli özelliği “ilişki kurma” olarak öne çıkmaktadır. Bu model kapsamında, Kamu Diplomasisi girişimlerinin ilişkileri tanımlamaya ve kurmaya odaklandığını belirtmek mümkündür. Bu bakımdan, “İlişki inşası sadece bir ulusun imaj çalışmaları değildir aynı zamanda daha iyi bir uluslararası ortamın yaratılması için katkıda bulunmaktadır” (Yıldırım. 2015:153). İlişkisel Model, bu bağlamda “Halklar arasında ortaklıklar veya ortak çıkarlar bulmanın ve daha sonra kitleleri bir tür doğrudan kişilerarası iletişim yoluyla birbirine bağlamanın yollarını aramaktadır” (Zaharna. 2009:91). İlişkisel Model’de, Enformasyon Modeli’nin aksine halk politik sponsorla etkileşim halindedir. Zaharna bu noktada, “Halkın aktif katılımcı ve sosyal

paydaş” (2009:92) olduğu vurgulanmaktadır. Enformasyon Modeli’nin aksine bu modelde kontrol yerine “Koordinasyon kavramı ile karşılıklı güven ve ilişki kurma” (2009:92) durumundan söz etmek mümkündür. Tablo 1.5 Zaharna’nın Enformasyon Modeli ve İlişkisel İletişim Modeli’nin düzeyleri açıklamaktadır.

Tablo 1.5: Enformasyon ve İlişkisel İletişim Modeli Uygulamaları

Enformasyonel Çerçeve	İlişkisel Çerçeve		
	1.Düzy İlişki İnşa Etme Uygulamaları	2. Düzy İlişki İnşa Etme Uygulamaları	3. Düzy İlişki İnşa Etme Uygulamaları
Propaganda	Kültürel ve eğitimsel değişim programları	Kültür ve dil enstitüleri	Politik ağlar oluşturma ve koalisyon inşa etme
Ulus Markalama	Lider ziyaretleri	Kalkınma Yardım Projeleri	
Medya İlişkileri		Kardeş şehir/ülke anlaşmaları	
Uluslararası Yayıncılık		İlişki inşa etme kampanyaları	

Kaynak: YILDIRIM G. (2015) Uluslararası Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi. Beta Yayıncılık. İstanbul.

Tablo 1.5’e göre, Kamu Diplomasisi bağlamında Enformasyonel Model’in çerçevesini Propaganda, Ulus Markalama, Medya İlişkileri, Uluslararası Yayıncılık

ve Bilgilendirme Kampanyaları oluşturmaktadır. Kamu Diplomasisi'nin İlişkisel İletişim Modeli'nde ise kapsam üç düzeyde incelenmiştir. Bu bağlamda Zaharna, birinci düzey ilişki inşa etme çerçevesine değişim ve eğitimsel programlar ile lider ziyaretleri ile çizmiştir. Değişim ve eğitim programlarında kişilerin ön planda olduğu ve karşılıklı kültürel etkileşimin kişiler üzerinden sağlandığı bilinmektedir. Dolayısıyla, Zaharna lider ziyaretleri ile değişim ve eğitim programlarının bireysel ve kişisel yönüne vurgu yapmaktadır. Tabloya göre, ikinci düzey ilişki inşa etme uygulamalarında kültür ve dil enstitüleri, kalkınma yardım projeleri, kardeş şehir/ülke anlaşmaları, ilişki inşa etme kampanyaları ve politik olmayan ağ toplulukları sıralanmıştır. Bu kapsamda Zaharna'ya göre özellikle "Kültür ve dil enstitütüleri Kamu Diplomasisi'ne ait en temel ve bilinen iki girişimdir" (2009:94). Zaharna'nın sıraladığı bu ikinci düzey girişimlerin "Grupsal, örgütsel ya da kurumsal katılımların olabileceği, süre kısıtlaması olmayan, sadece programa katılımın önemli olmadığı aynı zamanda değerli kültürel bilgi aktarımlarının gerçekleşebileceği girişimler" (Yıldırım. 2015:154) olduğu aktarılmaktadır. İlişkisel İletişim Modeli'nin üçüncü düzeyinde ise politik ağlar oluşturma ve koalisyon inşa etmenin bulunduğu altı çizilmiştir. Bu kapsamda üçüncü düzey, diplomatik ve politik özellikler taşıırken "Savunuculuk, müzakere ve arabuluculuk becerileri" (Zaharna. 2009:96) gerektirmektedir.

1.2.2. Kültürel İletişim Modeli

Alman yazar Hansgert Peisert, Kamu Diplomasisi'ni kültür ve iletişim çerçevesinde ele almış ve böylece Kültürel İletişim Modeli'ni şekillendirmiştir. Buna göre Peisert, modellemesini 4 ana başlık altında incelemiştir. Modellemenin birinci başlığı "Kültürün yurt dışına tek yönlü aktarılması" olarak öne çıkmaktadır. Kültürün yurt dışına tek yönlü aktarımında bir karşılıklılık durumunun söz konusu olmadığı belirtilmektedir. Bunun yerine ikna yöntemi ön plana çıkmaktadır. Bu kapsamda, "Tüm iletişimsel aktiviteler, stratejiler dış politikayla bağlantılı merkezi bir kurum tarafından çizilir ve yürütülür" (Signitzer-Wamser. 2009:398). Kültürün yurt dışına tek yönlü aktarılması başlığının yanı sıra Peisert'in modelleme kapsamında ileri sürdüğü diğer kavram "değiş-tokuş iş birliğidir" (Köksoy. 2014:220). Karşı ülkeye yönelik sempati ve sevgi yaratmak amacı taşıyan bu evrede değiş tokuş ve iş birliği "Karşılıklı tarafların eşit haklara sahip olduğu durumda her iki tarafın bilimsel, toplumsal ve kültürel sorunları çözmek için bir araya geldiği ilişki biçimini

tanımlamaktadır” (Köksoy. 2014:220). Buna göre, “Uluslararası akademik program ve ziyaretler, ortak araştırma projeleri” (Signitzer-Wamser. 2009:299) gibi değiş tokuş ve iş birliğine dayalı çalışmalar bu kavrama örnek olarak gösterilebilmektedir.

Peisent’in Kültürel İletişim modellemesinin üçüncü evresi ise “öz tasvir” olarak öne çıkmaktadır. Öz tasvir yaklaşımı “Bir ülkenin bilinçli olarak spesifik bir resminin çizilmesini” (Yıldırım. 2015:158) ifade etmektedir. Öz tasvir yaklaşımındaki temel amaç, “Merkezi örgütlerin, oluşturulmasını arzu ettikleri resme göre bir planlama ve koordinasyon gerçekleştirmesidir” (Becerikli. 2005:19). Son olarak Kültürel İletişim Modellemesi kapsamında “imaj reklamı” başlığı gelmektedir. Modellemenin imaj reklamı evresinde “Tanıtımı yapılacak ülke için yurtdışında anlayış ve sempati yaratılması diğer ülkelerin kültürel ve bilimsel kurum ve örgütleriyle daha yakın ilişki kurabilmek” (Yıldırım. 2015:158) amaçlanmaktadır.

1.2.3. Soğuk Savaş, Devlet Dışı Ulus Aşırı Model ve İç Halkla İlişkiler Modellemeleri

Gilboa, Kamu Diplomasisi’ni Uluslararası İlişkiler ve Halkla İlişkiler bağlamlarında inceleyerek üç farklı modelleme şekillendirmiştir. Gilboa’nın Kamu Diplomasisi’ne çizdiği bu çerçeve kapsamında ilk model Soğuk Savaş Modeli olarak öne çıkmaktadır. Gilboa Soğuk Savaş Modeli’nin bağlamını, “Nükleer silahlanmanın en yoğun olduğu, bilgilendirme ve ikna kampanyalarının sıkça kullanıldığı, uluslararası sistemin iki süper gücün getirdiği iki kutupluluk ekseninde geliştiği” (2008:59) bir bağlam olarak tanımlamaktadır. Bu kapsamda Kamu Diplomasisi’nin “Devletlerin yabancı toplumları uzun dönemli etkilemek için kullandığı bir uygulama” (2008:59) olduğu belirtilirken, aynı zamanda Kamu Diplomasisi çalışmaları yürüten aktörlerin “Hedef toplumda olumlu bir imaj ve sempati oluşturduğunda, hedef toplumun hükümetinin de kendisine yönelik bakış açısının şekilleneceği varsayımında bulunduğu” (2008:59) da ifade edilmektedir. Böylece Kamu Diplomasisi’nin Soğuk Savaş Modeli’nde “Hükümetler radyo gibi kendi iletişim araçlarını” (Gilboa. 2008:60) kullanmaktadır.

Gilboa’nın öne sürdüğü Domestik Halkla İlişkiler Modeli, “Firmalardan alınacak profesyonel Halkla İlişkiler desteğine ve bununla birlikte hedef ülkede yürütülebilecek lobicilik faaliyetlerine” (2008:60) dikkat çekmektedir. Buna göre, Kamu Diplomasisi uygulayıcısı devletler, “Hedef ülkedeki yerel Halkla İlişkiler firmalarıyla kampanyalar yürütmekte ve lobicilik faaliyetleriyle etki sağlamaya

çalışmaktadır” (Gilboa. 2008:60). Bu kapsamda, özellikle Körfez Savaşı döneminde Kuveyt hükümetinin Hill&Knowlton Halkla İlişkiler şirketi ile çalışması Domestik Halkla İlişkiler Modeli uygulamasına örnek verilmektedir. Kuveyt hükümeti Körfez Savaşı döneminde profesyonel halka ilişkiler desteği olarak uluslararası bağlamda “İyi ve makul bir mağdur portresi çizmeyi” (Pratkanis. 2009:112) hedeflemiştir. Buna yönelik olarak “Kuveyt’i diğer birtakım Arap ülkelerinin aksine kadınların rahatça araç kullanabildiği, serbest ve demokratik bir ülke olarak göstermek ve savaş döneminde Iraklı askerlerin gaddarlıklarını ve Saddam’ın agresyonunu medyaya bilgi akışıyla bildirmek” (Pratkanis. 2009:112) gibi amaçlar güdülmüştür.

Gilboa’nın 2008 Yılında kaleme aldığı “*Kamu Diplomasisi’nin Teorisini Arayış (Searching for a Theory of Public Diplomacy)*” adlı makalesinde vurgulanan son modelleme ise “Devlet Dışı Ulus Aşırı Model” olarak öne çıkmaktadır. Modelin Uluslararası İlişkiler ve Kamu Diplomasisi bağlamında ortaya çıkan yeni aktörlerle birlikte “Temel Soğuk Savaş Modellemesi’nin bir revizyonu” (2008:59) olarak ortaya çıktığını belirtmek mümkündür. Bu doğrultuda, karşılıklı bağımlılık kavramına ve ayrıca Uluslararası İlişkiler’de güçlenen yeni bir aktör olarak öne çıkan sivil toplum kuruluşlarının varlığına da dikkat çekilmiştir. Öyle ki, sivil toplumun ve sivil toplum örgütlerinin çağdaş uluslararası bağlamdaki gücü ve öneminin yüksek bir seviyede olduğunu belirtilmektedir. Sivil toplum kuruluşları bu çerçevede, “Yeni çok yönlü Kamu Diplomasisi’nde coğrafi sınırların ötesinde proaktif iletişim kampanyaları planlamakta ve ortak politikalar için alan oluşturmaktadırlar” (Leonard vd. 2002:7). Sivil toplum kuruluşlarının öne çıktığı bahse konu çağdaş aktörler, çoğu zaman “Hedeflerine küresel destek sağlayabilmek adına global haber ağlarını ve medyadaki olayları kendi lehlerine” (Gilboa. 2008:59) kullanmaktadır. “Çin hükümetinin uluslararası gelen baskılar neticesinde demokratik reform yapmaya zorlanması” (Gilboa. 2008:59) Devlet Dışı Ulus Aşırı Modellemesi kapsamında devlet dışı bir aktörün yaptırım gücüne dikkat çekmektedir.

1.2.4. Monolog, Diyalog ve İş Birliği Modeli

Cowan ve Arsenault (2008) Kamu Diplomasisi modellemelerinden Monolog-Diyalog ve İş Birliği Modeli’ni ortaya koymuştur. Modelleme kapsamında Cowan ve Arsenault ilk olarak “monolog” kavramına değinmiştir. Buradan hareketle, “monolog kavramı” Halkla İlişkiler çalışmalarındaki tek yönlü iletişim kavramı ile paralellik gösterdiğini ifade etmek mümkündür. Öne sürülen ikinci kavram olan “diyalog” ise

aynı şekilde Halkla İlişkiler kapsamındaki çift yönlü iletişim modeli ile benzeşmektedir. Daha önce Kamu Diplomasisi bağlamındaki akademik yazında birçok kez bahsi geçtiği ifade edilen monolog ve diyalog kavramlarının yanı sıra Cowan ve Arsenault “iş birliği” (*collobration*) kavramını da değerlendirmiş, bu bahse konu bu üç kavramın “Kamu Diplomasisi’nin katmanları” (2008:12) olduğunu altını çizmiştir.

Cowan ve Arsenault, değerlendirdikleri ilk kavram olan monoloğun “Bazı durumlarda kaçınılmaz olduğunu” (2008:13) bildirmiştir. Buna göre, monolog özellikle “Ulusların nerede durduklarını, tavırlarını, kimlik, politika ve değerlerini göstermeleri açısından” (2008:13) işlevseldir. Cowan ve Arsenault’un Kamu Diplomasisi modellemesi kapsamında ileri sürdüğü monolog kavramına “Konuşmalar, başyazılar, duyurular, basın yayınları, filmler, kitaplar, şiirler ve görsel sanat eserleri gibi kültürel eserler gibi tipik olarak tek yönlü, kapalı kapsayıcı iletişim biçimleri” (Cowan-Arsenault. 2008:13) örnek olarak gösterilebilmektedir. Bu doğrultuda, “Amerikan Bağımsızlık Bildirisi’nin monolog modeline verilebilecek en temel örneklerden” (Cowan-Arsenault. 2008:13) biri olduğu ifade edilmektedir.

Cowan ve Arsenault’un şekillendirdiği modelleme kapsamındaki “diyalogun” Kamu Diplomasisi’nin bir diğer katmanı olduğu vurgulanmıştır. Öyle ki, Cowan ve Arsenault kültürlerarası iletişimin aslında “Bir otel konferans odasında veya çevrimiçi bir sohbet odasında buluşan bireyler arasındaki bir diyalog” (2008:17) ile başladığını ifade etmekte, bu kapsamda çoklu iletişimin önemi vurgulamaktadır. Bu doğrultuda, “Kamu Diplomasisi’nin bir katmanı olarak diyalog, stereotiplerin ve fikir ayrılıklarının makul yollarla üstesinden gelinebileceğini vurgulayan sembolik bir işaret ve aynı zamanda sosyal sınırların ötesinde ilişkiler kurmaya yönelik bir mekanizma olarak kritik öneme sahiptir” (Cowan-Arsenault. 2008:20).

Monolog ve diyalog katmanlarının yanı sıra Cowan ve Arsenault’un dikkat çektiğini son Kamu Diplomasisi katmanı “iş birliği” kavramıdır. “İş birliği” günümüzde birçok teorisyen tarafından daha çok üzerinde durulan ve yorumlanan bir konsepte dönüşmüş, modern Kamu Diplomasisi çalışmalarında öne çıkar hale gelmiştir. Buradan hareketle iş birliğinin, “Güven ve karşılıklı saygı ortamına zemin hazırlamada önemli” (Yıldırım. 2015:142) olduğu ifade edilmektedir. İş birliği, “Kamu diplomasisinin bir biçimi olarak farklı ülkelerden katılımcıların birlikte katıldığı girişimleri” (Cowan-Arsenault. 2008:21) ifade etmektedir. Bu kapsamda iş birliği projeleri/çalışmaları, “Katılımcılar ve paydaşlar arasında diyalogu içerirken,

daha kalıcı ilişkiler oluşturacak şekilde somut ve ifade edilebilir hedef ve sonuçları da” (Cowan-Arsenault. 2008:21) ortaya koymaktadır. İş birliği, “Ortak problemlerin çözümlenmesine odaklanmak, benzer vizyonu paylaşmak ya da bir projenin tamamlanması, bir oyunun ya da şarkının sözlerinin yazılması, doğal bir afetin sonrasında yaraların sarılması, yerlerin yeniden inşası” (Yıldırım. 2015:144) gibi çalışmaları bünyesinde bulundurmaktadır.

Kamu Diplomasisi modellemeleri küreselleşme evresi geçiren, iletişim teknolojilerinin hızla gelişerek yeni devrimler yarattığı günümüz dünyasına uyumlu bir şekilde güncel bir bağlama taşınmıştır. Bu doğrultuda, Cowan-Arsenault’un tanımladığı monolog ve diyalog yaklaşımlarının geçmişinin daha eskilere dayandığı belirtilebilirken iş birliği yaklaşımı ise modern Kamu Diplomasisi uygulamalarında daha sık boy göstermektedir. Kamu Diplomasisi’nin bu üç katmanını çerçevelendiren Cowan ve Arsenault, “Hükümetler tarafından sık sık kullanılan bu üç yaklaşımın da dikkatlice incelenmesi, daha iyi anlaşılması ve Kamu Diplomasisi modellemelerine daha stratejik bir şekilde entegre edilmesi gerektiğinin” (2008:27) altını çizmektedir.

1.3. Türkiye’de Kamu Diplomasisi’nin Gelişimi ve Kurumsallaşması

Türkiye’de Kamu Diplomasisi ve yumuşak güç çalışmalarının ABD ve diğer Avrupa ülkelerine görece daha yakın bir tarihte başladığını ifade etmek mümkündür. Bu doğrultuda Türkiye’de, Kamu Diplomasisi kavramının literatüre girişinin “1990’ların sonu itibarıyla” (Yılmaz. 2012:405) olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte, Cumhuriyet’in ilk yıllarında imaj ve itibar güçlendirme hedefleriyle Kamu Diplomasisi uygulamalarına yakın çalışmalar yürütüldüğünün altı çizilmektedir. Öyle ki, “Cumhuriyet’in ilanını takip eden dönemin temel hedefi, yeni Türk Devleti’ni milletlerarası alanda tanıtmak olmuştur ve bu hedef, Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluş döneminde, dış politikanın esaslarını da oluşturmuştur” (Erzen. 2012:44). Böylelikle, Cumhuriyet’in ilk yıllarında izlenen bahse konu dış politika çerçevesinde Türk Diplomasisi’nin “Ülke güvenliğinin sağlanması, milli çıkarların korunması, kalkınma ve refah için dış kaynakların temini, dost ve müttefikler edinilmesi, bütün ülkelerle iyi ilişkiler gerçekleştirme, uluslararası barış, istikrar, güvenlik ve refaha katkıda bulunma gibi amaçlar etrafında oluşturulmaya çalışıldığı” (Mengü-Yıldırım. 2012:97) belirtilmektedir.

Cumhuriyet’in ilanı ile benimsenen Yeni Türk Diplomasisi’ni destekleyici olarak medya da ulusal bir çerçevede gelişmeye başlamıştır. Bu doğrultuda,

Cumhuriyet tarihinin ilk haber ajansının kurulması bir kilometre taşı olarak yorumlanabilmektedir. Bu doğrultuda, “İlk ulusal ajans, 6 Nisan 1920’de Mustafa Kemal Atatürk tarafından Anadolu Ajansı adıyla” (Yavaşgel. 2004:2) kurulmuştur. Anadolu Ajansı’nın “I. Dünya Savaşı sürecinde kurulan Kamuoyu Bilgilendirme Komitesi (*Committee on Public Information*) ile benzer amaçlarla kurulduğu” (Köksoy. 2013:151) söylenmektedir. Anadolu Ajansı, özellikle Kurtuluş Savaşı döneminde “Hedef kitle ve gruplara yönelik ulusal mücadeleyi savunan, Türkiye’nin talep ve beklentileri konusunda kamuoyunu aydınlatmaya çalışan haber içerikleri üretmiştir” (Kavoğlu. 2018:151). Bununla beraber, yalnızca kurulduğu dönemde değil daha sonraki dönemlerde de “Türkiye’nin dünya ile iletişiminin ana araçlarından biri olan ajansın, diplomasi ve dış politika hususlarında uluslararası haber ajanslarının Türkiye haber kaynaklarını başında geldiği” (Köksoy. 2013:151) ifade edilmektedir.

20. Yüzyıl’ın başlarında henüz yeni kurulmuş Türkiye Cumhuriyeti yaş aldıkça, gelecekte Kamu Diplomasisi için zemin oluşturacak çalışmalar da kurumsallaşmaya başlamıştır. Böylelikle, “1950’lerde çoğulcu demokrasiye geçişle Dışişleri Bakanlığı’nın basınla ilişkileri artmaya başlamış, 1955 Yılında bakanlıkta bir basın bürosu” (Yavaşgel. 2004:3) kurulmuştur. Bununla birlikte, “1958 Yılında Enformasyon Dairesi Genel Müdürlüğü haline getirilen bu büronun başlıca görevleri, bakanlık makamını Türk ve yabancı basın yazılarından ve olaylarından haberdar etmek, uluslararası olaylar hakkında Türkiye’nin görüşünü basın mensuplarına anlatmak, yanlış haberleri yalanlamak (tekzip etmek), yanlış düzelterek doğru açıklamalar yapmak (tavzih etmek) ve Türkiye’nin dış siyasasının ana çizgilerini yabancı basın mensuplarına açıklamak” (Yavaşgel. 2004:3) olarak belirtilmiştir. Devletin basınla ilişkilerini yürütmek, uluslararası alanda diğer devletlere ve sınırlı bir ölçüde de olsa kamuoyuna hitap etmek amacı güden bu adımlar, Türk Kamu Diplomasisi için bir temel oluşturmaktadır. Buna rağmen, bu dönemde çağdaş manada Kamu Diplomasisi uygulamaları henüz gözlemlenememektedir. Kamu Diplomasisi’nin dünya genelinde kavramsallaşmaya başlamasının Soğuk Savaş dönemine denk geldiği göz önünde bulundurulduğunda, bu durumun tarihsel açıdan olağan olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu süreçte, genç bir cumhuriyet olan Türkiye’de Kamu Diplomasisi alanının çağdaş manada kurumsallaşmasının da zaman aldığı vurgulanabilmektedir.

Cumhuriyet kurumlarının kurumsallaşma süreçleri zaman içerisinde gelişim gösterdiği belirtilmektedir. Bu kapsamda, “1970’li yıllarda Enformasyon Dairesi kurularak basına bilgi akışı temin edilmeye sağlanmış, sonrasında ‘bakanlık sözcüsü’ makamı ihdas edilerek basınla daha muntazam ilişkiler kurulması yönünde çaba gösterilmiştir” (İskit. 2007: 370). Bununla birlikte, “Soğuk Savaş ve 2000’ler sonrasında tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de hızlı bir değişim ve dönüşüm sürecine girildiği” (Yıldırım. 2014:276) vurgulanmaktadır. 21. Yüzyıl’ın getirdiği yeniliklerle, Türkiye de “Çok kutuplu dünyada yerini alabilmek için özellikle dış politikada ve dış ilişkilerinde farklı stratejiler geliştirme” (Yıldırım. 2015:276) yolunu izlemiştir. Buradan hareketle, 2000’li yıllar ile Kamu Diplomasisi çalışmalarının kurumsallaşmaya başladığı ve bu alana yapılan yatırımlar arttığı ifade edilebilmektedir.

21. Yüzyıl’ın başlangıcıyla, yabancı kamulara yönelik İmaj ve İtibar Yönetimi ile Kamu Diplomasisi çalışmalarının Türkiye’de ivme kazandığı bir dönemin başladığının altı çizilmektedir. Bir diğer deyişle “2000’li yılların başıyla birlikte dış kamuoylarında kendini doğru ifade edememek ve tanıtılamamaktan kaynaklanan sorunlarla daha fazla yüzleşmek zorunda kalan Türkiye’nin, Kamu Diplomasisi’nin önemini daha iyi anladığı ve 21. Yüzyıl Kamu Diplomasisi’ne kendini adapte edebilmek için adımlar atmaya başladığı” (Karabulut. 2014:205) belirtilmektedir. Bu doğrultuda, Kamu Diplomasisi çalışmalarını yürütmeye ve Türk Yumuşak Gücü’nü tesis etmeye yönelik yeni kurumlar kurulmuş veya halihazırdaki kurumlar yeniden yapılandırılmıştır. Böylelikle, birçok Türk Kamu Diplomasisi kurumu aktif şekilde işler hale gelmiştir. Kamu Diplomasisi kurumlarının yanı sıra, Türkiye’nin Kültürel Diplomasi bağlamında da daha fazla gelişim gösterebileceği belirtilmektedir. Bu doğrultuda, Türkiye’nin özellikle “Film endüstrisinde, akademi ve uluslararası akademik araştırmalarda” (İnan. 2012:67) kendini geliştirebileceği vurgulanmaktadır. Bununla birlikte, Türk Dizileri’ni ihracının son yıllarda çok geniş coğrafyalara yayıldığı bilinmektedir. Bu durumun Türk Kültür Diplomasisi bağlamında, “Pozitif etkilerinin yüksek olacağı ve Türk İmajı’na katkı sağlamakla kalmayıp aynı zamanda siyasi ve ekonomik çıktıları da olacağının” (Yılmaz. 2018:33) altı çizilmektedir.

1.3.1. T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM)

Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün Türkiye'nin oldukça köklü kurumlarından biri olduğunu belirtmek mümkündür. Kurumun geçmişi Osmanlı Devleti zamanındaki “Matbuat ve İstihbarat Müdüriyet-i Umumiyesi”ne dayandırılmakta ve I. Dünya Savaşı, yeni Cumhuriyet, II. Dünya Savaşı ve sonrası dönemde de faaliyetlerini sürdürdüğü” (Koyuncu. 2022:933-934) bildirilmektedir. Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün kuruluşunun Türkiye'nin Kamu Diplomasisi yolundaki erken adımlarından biri olarak yorumlanması mümkündür. Bu doğrultuda kurum, “Kıbrıs Barış Harekâtı öncesinde ve sonrasında Kıbrıs'ta yaşayan Türk halkının uğradığı haksızlıklar, karşı karşıya kaldığı tehditler, uğradığı baskı ve zulümlerin dış dünyaya duyurulmasında ve aktarılmasında” (Koyuncu. 2022:934) rol oynamıştır. Kurum, T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın kurulmasıyla İletişim Başkanlığı'na devredilmiştir.

1.3.2. T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü

Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü (KDK) 2010 Yılında Resmi Gazete’de yayınlanan genelge ile kurulmuştur. İlgili genelgede kurumun “Kamu Diplomasisi alanında yürütülecek çalışmalar ile Stratejik İletişim ve tanıtım faaliyetleri konusunda kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum örgütleri arasında iş birliği ve koordinasyonu sağlamak amacıyla” (Resmi Gazete. 2010/3. Erişim Tarihi:18 Ağustos 2023) kurulduğu belirtilmiştir. Koordinatörlük, vizyon olarak “Türkiye'nin yeni hikayesini etkin bir şekilde anlatmayı, farklı kesimlerle diyaloga geçmeyi ve çok taraflı bir iletişim ekseninde faaliyet yürütmeyi” (Ekşi. 2014:186) benimsemiştir. Bu kapsamda, Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün kurulması “Türkiye'nin de değişen dünya dinamiklerine ayak uydurabilmek için yeni yapılandığı ve oluşumlarının farkına varmış olduğu” (Yıldırım. 2015:276) şeklinde yorumlanmıştır. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün faaliyetler alanlarını “Üniversite programları, siyasal iletişim ve medya-tanıtım çalışmaları” (Kavoğlu. 2018:157) olarak üç başlık altında tasniflemek mümkündür. Bu kapsamda, Tablo 1.6. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün faaliyet alanlarını tanımlamaktadır.

Tablo 1.6. KDK'nın Faaliyet Alanları

Üniversite Programları	Siyasal İletişim Faaliyetleri	Medya-Tanıtım Çalışmaları
-Kamu Diplomasisi panelleri - Dış politika tanıtım programları - Dış politika çalıştayları - Gençlik programları	- Ülke toplantıları - Akil insanlar konferansları - Avrupa toplantıları - Paneller - Uluslararası Zirveler	- Gazeteci heyetleri programı - Uluslararası basın bilgilendirme - Kültür ve tanıtım faaliyetleri

Kaynak: KAVOĞLU S. (2018) Türk Kamu Diplomasisi: Halkla İlişkiler Eksenli Model Arayışları. Eğitim Yayınevi. Konya.

Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün, Cumhurbaşkanlığı hükümet sistemine geçilmesiyle "Kamu Diplomasisi Daire Başkanlığı olarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesine geçtiği" (T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. "Yerel Basın". Erişim Tarihi: 18 Ağustos 2023) bilinmektedir. Bu kapsamda, daha önce KDK'nın yürüttüğü çalışmalar günümüzde T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı kurumunun çatısı altında yürütülmeye devam etmektedir.

1.3.3. T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Cumhurbaşkanlığı makamına bağlı olarak 2018 Yılında kurulmuştur. Kurum, "Türkiye markasını güçlendirmek hedefiyle yola çıkarak bütünlüklü bir iletişim stratejisi ile devletin tüm kurumları ile koordineli iletişim" (T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. "Kurum Hakkında". Erişim Tarihi: 18 Ağustos 2023) sağlamakla görevlidir. İletişim Başkanlığı'nın kurulması, devletin Stratejik İletişim Çalışmaları'nın tek bir merciden yürütülmesi ve birbirine entegre edilme çabası olarak yorumlanabilmektedir. Stratejik İletişim'in bir faaliyet alanı olarak görülen Kamu Diplomasisi de İletişim Başkanlığı'nın bir çalışma alanı olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, İletişim Başkanlığı'nın "Türkiye'nin Kamu Diplomasisi alanında müstakil olarak faaliyet gösteren tüm kamu kurum ve kuruluşlarını bir araya getirerek etkin, sonuç odaklı ve planlı bir Kamu

Diplomasisi'nin yürütülmesi ve koordinasyonun sağlanmasının amaçlandığı" (Çetin. 2022:236) belirtilmektedir.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın yayınladığı "*Kamu Diplomasisi Nedir?*" adlı raporda, "Türkiye markasını güçlendirmek ve Kamu Diplomasisi faaliyetlerinin bütünlüklü bir stratejiyle yürütülmesini sağlamak üzere kurum bünyesinde Kamu Diplomasisi Dairesi'nin" (2022:36) kurulduğu belirtilmiştir. Bunun yanı sıra bahse konu raporda, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın "Türkiye'nin Kamu Diplomasisi faaliyetlerinin bütünlüklü bir stratejiyle yürütülmesinde merkezi bir rol" (2022:40) üstlendiği ifade edilirken aynı zamanda kurumun "Kamu Diplomasisi uygulama alanlarıyla ilgili analitik bir bakış açısı sunduğunun ve yabancı halklarla diyaloga geçmek için yumuşak güç enstrümanlarını kullanarak dış politika hedeflerine göre stratejiler geliştirdiğinin" (2022:40) de altı çizilmektedir.

1.3.4. Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)

Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA), 1992 Yılında "Ülkemizin tarihi kültürel bağlarla sıkı sıkıya bağlı olduğu tabii coğrafyası ile güçlü bir iş birliği geliştirmek" (TİKA. "Tarihçe". Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2023) amacıyla kurulmuş olup günümüzde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı bir kurum olarak faaliyetlerine devam etmektedir. Buna göre TİKA'nın kuruluşunun, "Orta Asya ve Kafkaslarda Kazakistan, Tacikistan, Özbekistan, Azerbaycan ve Kırgızistan gibi ortak dil, hafıza ve kültüre sahip olunan yeni devletlerin kurulması ve Türkiye'nin bu ülkeleri ilk tanıyan ülke olması ile başlayan ikili ve bölgesel ilişkiler kapsamında yapılacak faaliyetleri ve dış politika önceliklerini belirleyip koordine etme" (Kavoğlu. 2018:157) amacına dayandırıldığı ifade edilmektedir. Bununla birlikte TİKA'nın, kurulduğu günden bu yana, özellikle Türkiye'nin 2010'lu yıllarda şekillenen yeni Kamu Diplomasisi anlayışı doğrultusunda daha global bir bağlama taşındığına değinmek mümkündür. Bu bağlamda TİKA, Türk Kamu Diplomasisi'nin bir temsilcisi olarak "63 adet program koordinasyon ofisi ile 250 ülkede" (TİKA. "Hakkımızda". Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2023) faaliyet göstermektedir.

TİKA'nın kurulduğu tarih olan 1992 yılının gerek Orta Asya gerek Doğu Avrupa, Balkanlar ve Kafkasya bölgeleri için yeni bir konjonktür yaratan bir yıl olduğu sıkça dile getirilmektedir. Buradan hareketle TİKA, "Sovyetlerin

dağılmasından sonra güç boşluğunun ortaya çıktığı Balkanlar, Kafkasya ve Orta Asya üzerinde yoğunlaşan faaliyet coğrafyasını, Ak Parti Hükümeti döneminde Orta Doğu, Afrika, Güney Asya, Pasifik ve Latin Amerika bölgelerine kadar genişleterek küresel çapta faaliyet gösteren bir kuruma dönüşmüştür” (Ekşi. 2014: 222). Bununla birlikte, “2011 Yılında yayınlanan kararname ile yeniden yapılandırılan kurum” (Ekşi. 2014:220) halihazırda insani yardım, kalkınma projeleri, eğitimin ve bilimin desteklenmesi, sağlık faaliyetleri, sosyal ve kültürel etkinlikler, tarihi dokunun korunması adına onarım ve restorasyon gibi birçok farklı alanda çeşitli çalışmalar yürütmektedir. Tüm bu çalışmalarla TİKA’nın “Türk Dış Politikası’nın kültür ve sosyal amaçlı projelerinin en önemli uygulayıcısı konumuna yükseldiği ve Türkiye’nin uluslararası kimliği ile ilgili yeni şeyler söylediği” (Kardaş-Erdağ. 2014:172) ifade edilmektedir. Bu kapsamda, “İş birliğinin geliştirilmesi, kalkınma desteği sağlanması ve insani yardım gibi amaçlara sahip olması TİKA’nın Türk Kamu Diplomasisi’nde önemli bir konumda bulunmasını sağlamaktadır” (Akçadağ. 2010:20).

Türkiye’nin özellikle TİKA eliyle yürüttüğü insani yardım ve kalkınma alanlarındaki çalışmalarının artarak ilerlediği belirtilmektedir. Öyle ki, “Türkiye, son zamanlarda insani kalkınma yardımlarıyla ilgili sergilediği iyi performans neticesinde uluslararası toplum tarafından ‘yükselen donör ülke’ olarak ilan edilmiştir” (Kulaklıkaya. 2010:74). Özellikle son 20 yılda, TİKA aracılığıyla yürütülen insani yardım ve kalkınma yardımlarının Türkiye’nin dış politika hedefleriyle de paralel ilerlediğini ifade etmek mümkündür. Öyle ki, “Türkiye’nin Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi (BMGK) geçici üyeliğine adaylığı kapsamında kalkınma yardımı çalışmaları lobi faaliyetleri kapsamında etkin olarak kullanılması ve bunun sonucunda Türkiye 192 ülkeden 151’inin oyunu alarak 2009-2011 BMGK Geçici Üyeliği’ne seçilmesi” (Kulaklıkaya. 2010:78) bu duruma örnek olarak gösterilebilmektedir.

2023 Yılı İdare Faaliyet Raporu’na göre TİKA’nın “61 farklı ülkede, 63 koordinasyon ofisi bulunduğu ve 170’ten fazla ülkede 30 binden fazla proje ve faaliyet ile” (TİKA. 2023:16) varlığını küresel çerçevede gösterdiği belirtilmektedir. Buna göre, kurum faaliyetlerini “Uluslararası alanda insani diplomasi anlayışına dayalı olarak” (TİKA. 2023:186) sürdürdüğünü belirtirken, bunun yanı sıra “Ülkemizin kalkınma yardımı faaliyetlerinin ana icracısı ve koordinatörü görevinin” (TİKA. 2023:186) üstlenildiğine de vurgu yapmaktadır. Tüm bu özellikleriyle

TİKA'nın, Türkiye'nin en aktif ve köklü Kamu Diplomasisi kurumlarından biri olarak öne çıktığının altını çizmek mümkündür.

1.3.5. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT)

Medyanın devlet ve hükümetlerce hedef kitleye yönelik imaj, algı ve itibar çalışmalarda önemli bir faktör olduğu sıkça ifade edilmektedir. Bu kapsamda, kitle iletişim araçlarının özellikle I. ve II. Dünya Savaşı ile Soğuk Savaş dönemlerinde devlet ve kurumlar tarafından Propaganda amacı için kullanıldığına dikkat çekmek mümkündür. Günümüzde medyanın etkisi, Stratejik İletişim ve Kamu Diplomasisi çalışmaları bağlamında da değerlendirilebilmektedir. Öyle ki BBC, CNN, RT, El Cezire gibi birçok medya kuruluşu menşei ülkelerini ve ülkelerinin politik söylemini temsil etmektedir. Buradan hareketle Türkiye'yi ve Türkiye'nin söylemini temsil eden Türkiye'nin en köklü medya kuruluşu olarak Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) öne çıkmaktadır. Öncelikle Türkiye'deki yerel hedef kitleye yönelik olarak kurulan TRT'nin, kurulduğu günden bu yana çalışmalarıyla daha küresel bir kapsam ve kimliğe büründüğünü de ifade etmek mümkündür.

TRT özellikle son yıllarda artırdığı çalışmalarla “41 dil ve lehçede yayın yapan ve dünyanın yedi kıtasında etkin” (TRT. “Tarihçe”. Tarihi: 20 Ağustos 2023) yeni bir kimlik edinmiştir. Bilhassa, “TRT Türk, TRT Avaz, TRT Kurdî, TRT World, TRT Arabi'nin yayınları, TRT Russian, TRT Deutsch, TRT Francais, TRT Balkan gibi haber platformları” (TRT. “Tarihçe”. Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2023) Kamu Diplomasisi bağlamında önem arz etmektedir. Buradan hareketle, “Küresel bir aktör olma iddiasında Türkiye'nin bölgesel güç statüsü için sadece ritmik diplomasiyle uluslararası örgütlerde aktif diplomasi izlemesi yeterli olmayıp küresel medya ağında da güçlü bir konum elde etmesi” (Ekşi. 2014:230) önem arz ettiği bilinmektedir. Dolayısıyla, TRT'nin farklı ülkelerdeki yayınlarının ve en nihayetinde TRT World'ün kuruluşunun bu amaca hizmet ettiğine vurgu yapmak mümkündür.

1.3.6. TRT World

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun çatısı altında 2015 Yılında uluslararası yayıncılık hedefiyle kurulan TRT World, Türkiye'nin İngilizce dilinde haber yapan ve hedef kitlesi uluslararası kamu olan medya kuruluşu olarak öne çıkmaktadır. Bu kapsamda, TRT World'ün kurulmasındaki temel motivasyonun “Türkiye'nin, sesini küresel ölçekte duyurarak argümanlarına kulak verilmesini

sağlama ve kamuoyunu etkileme ihtiyacı” (Devran. 2015:287) olduğu ifade edilmektedir. Bunun yanı sıra, TRT World’ün “Küreselleşen dünyada enformasyon üretimi ve paylaşımı ile gelişmiş ülkelerin iletişimin tek yönlü akışındaki hegemonyasının kırılması süreçlerinde önemli bir rol oynayabileceği ve Türkiye’nin özellikle bölgesindeki olayları kendi bakış açısıyla dünya kamuoyuna sunmasını sağlayabileceği” (Devran. 2015:287) düşüncesi üzerine kurulduğu belirtilmektedir. Bir başka deyişle TRT World’ün kurulması; Türkiye’nin hedef kitlesine, kendi kanalı ve söylemiyle kendini ifade etme çabası olarak değerlendirilebilmektedir. Öyle ki, Türkiye’nin kendi söylemini inşa edip kamuoyuna sunabilmesinin Türk Kamu Diplomasisi açısından önemli bir adım olduğuna dikkat çekmek mümkündür. Bu kapsamda, global izleyici kitlesine hitap eden TRT World’ün haber yayınlarında Türkiye’nin iç meselelerinden ziyade neredeyse tamamen küresel haber içeriklerinin işlendiği gözlemlenmektedir.

TRT World’ün kurumsal web sitesinde kurum misyonu “Anlayışı geliştirmek, varsayımlara meydan okumak, tartışmayı teşvik etmek ve olumlu davranışları etkilemek, vizyonunu ise pozitif değişim için katalizör görevi görmek” (TRT World. “About”. Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2023) olarak tanımlanmıştır. Bu doğrultuda, daha önce TRT tarafından kurulmuş TRT el-Arabia, TRT Kurdi ve TRT Avaz kanalları yakın coğrafya halklarına yönelik yürütülmeye çabalanan bir Kamu Diplomasisi aksiyonu olarak yorumlanabilmektedir. Diğer yandan, bu kanalların kapsam itibarıyla bölgesel kaldığına vurgu yapılmakta, TRT World’ün ise “İngilizce olarak yaptığı yayınlarla tüm dünyaya hitap etme yolunda ilerleyerek dünyada yaşanan olayları Türkiye’nin bakış açısıyla irdileyip gündem oluşturma” (Karadeniz. 2022:573) hedefine değinilmektedir. Dolayısıyla Türkiye, TRT World’ün kurulmasıyla “Yayıcılık alanında global kanallarla rekabet edebilir konuma gelmiş ve kurum Türkiye’nin dünyaya açılan kapısı” (Karadeniz. 2022:567) şeklinde konumlanmıştır.

1.3.7. Yunus Emre Enstitüsü (YEE)

Yunus Emre Enstitüsü, Türkiye’nin Eğitim Diplomasisi alanındaki başat aktörlerinden biridir. Enstitü, Yunus Emre Vakfı bünyesinde “Yurt dışında kurduğu merkezlerde yabancılara Türkçe öğretmek ve ülkemizin tanıtımı amacıyla kültür ve sanat faaliyetleri yürütmek” (Yunus Emre Enstitüsü. “Kurumsal”. Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023) üzere 2009 Yılında kurulmuştur. Kurum, “Türkiye’yi, Türk Dili’ni,

Tarihi’ni, Kültürü’nü ve Sanatı’nı tanıtmak; bununla ilgili bilgi ve belgeleri dünyanın istifadesine sunmak; Türk Dili, Kültürü ve Sanatı alanlarında eğitim almak isteyenlere yurt dışında hizmet vermek; Türkiye’nin diğer ülkeler ile kültürel alışverişini arttırıp dostluğunu geliştirmek” (Yunus Emre Enstitüsü. “Kurumsal”. Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023) amaçlarını taşımaktadır.

Yunus Emre Vakfı, kurulduğu günden bu yana birçok ülkede enstitü açmıştır. Yunus Emre Enstitüsü 2022 Yılı Faaliyet Raporu’na göre kurumun “84 farklı ülkede temsilciliği” (Yunus Emre Enstitüsü. “Yayınlar”. Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023) bulunmaktadır. Bu doğrultuda kurum, misyonunu “Türkiye’nin uluslararası alanda bilinirliğini, güvenilirliğini ve itibarını artırmak”, vizyonunu ise “Dünyanın her yerinde Türkiye ile bağ kuran ve Türkiye’ye dost insan sayısını artırmak” (Yunus Emre Enstitüsü. “Yayınlar”. Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023) olarak tanımlamaktadır. Diğer taraftan, kurumun faaliyet alanları “Türkçe öğretimi, kültür sanat, bilim ve akademi, Kültürel Diplomasi” (Yunus Emre Enstitüsü. “Yayınlar”. Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023) şeklinde sıralanmıştır.

Yunus Emre Vakfı’nın kurulmasıyla TİKA’nın yürüttüğü Türkoloji Projesi’nin de Yunus Emre Enstitüsü bünyesine geçtiği bilinmektedir. Bu doğrultuda projenin “Komşu, dost ve akraba toplulukları da kapsayan geniş bir coğrafyada, saygın üniversitelerle iş birliği yapılarak; Türkoloji, Türk Dili ve Edebiyatı bölümleri ile Türkçe eğitim merkezleri açmayı” (TİKA. “Duyuru”. Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023) amaçladığı belirtilmektedir. Türkoloji Projesi’nin Yunus Emre Enstitüsü bünyesine dahil edilmesiyle kurumun faaliyetlerine akademik bir çerçeve eklendiği ifade etmek mümkündür. Böylelikle, Enstitü’nün, “Afrika kıtasında 27, Amerika kıtasında 2, Asya’da 42, Avrupa’da 24, Balkanlar’da 14 ve Orta Doğu bölgesinde 14 adet olmak üzere toplam 123 üniversite” (Yunus Emre Enstitüsü. “Yayınlar”. Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023) ile iş birliği yoluna gittiği bilinmektedir. Bu kapsamda, dünyanın farklı birçok noktasında Türkoloji ve Türk Dili ve Edebiyatı bölümlerinin yaygınlaşması ve gelişmesi adına öncü olunmuştur.

Türkçe öğretiminin, Yunus Emre Enstitüsü’nün en temel faaliyet alanlarından biri olduğunu söylemek mümkündür. Dünya genelinde faaliyet gösteren birçok Yunus Emre Enstitüsü dil eğitimi odaklı çalışmalar sürdürmektedir. Bu kapsamda yalnızca “2022 Yılında 52 bini geçkin katılımcı Yunus Emre Enstitüsü’nde Türkçe eğitimi” (Yunus Emre Enstitüsü. “Yayınlar”. Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023) almıştır. Bununla beraber, Covid-19 salgını ile kurumun birçok faaliyeti çevrimiçi mecralara

taşınmış ve “Videolarla Türkçe Öğretimi, Türkçe Öğretim Portalı ve çeşitli çevrimiçi konuşma kulüpleri” (Yunus Emre Enstitüsü. “Yayınlar”. Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023) gibi dijital eğitim materyalleri geliştirilmiştir. Dijital materyallerin yanı sıra, Yunus Emre Enstitüsü’nün temel eğitim materyali olarak Yedi İklim kitap setleri öne çıkmaktadır. Ayrıca, kurum katılımcıların Türkçe seviyelerini belirleyen uluslararası geçerliliğe sahip bir seviye tespit sınavı da yapmaktadır. Gerçekleştirilen Türkçe Yeterlilik Sınavı (TYT) ile katılımcıların dil seviyeleri aldıkları puana göre ölçümlenebilmektedir. Bu kapsamda, kurumun 2022 Yılı Faaliyet Raporu’nda “Son 9 yılda Türkçe Yeterlilik Sınavı’na katılanların sayısı 19 bini aştığı (Yunus Emre Enstitüsü. “Yayınlar”. Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023) ifade edilmektedir.

1.3.8. Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB)

Türkiye’nin Kamu Diplomasisi bağlamında faaliyet gösteren bir diğer önemli kuruluşu Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı’dır. Başkanlığın kurumsal yapılanmasının “Yurt dışı vatandaşlar, soydaş ve akraba toplulukları, STK’lar, hukuk ve uluslararası öğrenciler olmak üzere 5 kategoride” (Ekşi. 2014:213) toplandığı belirtilmektedir. Buna göre, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB) kurumsal web sitesinde “Yurt dışında yaşayan vatandaşlar, soydaş ve akraba topluluklar ile ülkemizde yüksek öğrenim gören uluslararası öğrencilere ilişkin çalışmalar icra ettiğini” (YTB. “Kurumsal”. Erişim Tarihi: 5 Kasım 2023) ifade etmiştir. Bu doğrultuda, kurumun faaliyet alanlarının dağılımını Tablo 1.7’deki gibi şekillendirmek mümkündür.

Tablo 1.7: YTB’nin Faaliyet Alanlarının Dağılımı

Yurt Dışı Vatandaşları	Soydaş Akraba ve Topluluklar	Sivil Toplum Çalışmaları	Uluslararası Öğrenciler
<u>Vatandaşlık</u> <u>çalışmaları</u> - Ayrımcılıkla mücadele - Aktif yurttaşlık ve katılım - Hukuki destek - Yurt dışında oy kullanma	<u>Kültürel</u> <u>Çalışmalar</u> - Kültürel ve tarihi miras - Kültürel değişim programları -Eğitim ve gençlik Gençlik çalışmaları Yaz okulları	-Proje destekleri - STK kapasite geliştirme	-Türkiye Bursları

- Mavi kart	Gençlik köprüleri		
<u>Eğitim</u>	<u>Tematik</u>		
-Diaspora bursları	<u>Çalışmalar</u>		
- Genç liderler	-İş birliği ve		
- Çift dillilik	koordinasyon		
- Hukuk eğitim	-Saha araştırmaları		
programları			
<u>Eğitim Destekleri</u>			
- Kültürel			
programlar			
Aile ve gençlik			
Gençlik köprüleri			
50. yıl etkinlikleri			
Vatandaş			
buluşmaları			

Kaynak: KAVOĞLU S. (2018) Türk Kamu Diplomasisi: Halkla İlişkiler Eksenli Model Arayışları. Eğitim Yayınevi. Konya.

Türkiye'nin özellikle son yıllarda ağırlık verdiği Eğitim Diplomasisi doğrultusunda Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'nın yürüttüğü "Türkiye Bursları" programı önemli bir yer tutmaktadır. Bu kapsamda, 2012 Yılında başlatılan Türkiye Bursları "ABD'nin Fullbright bursu gibi Türkiye'nin en büyük Kamu Diplomasisi faaliyetlerinden biri olarak" (Ekşi. 2014:216) öne çıkmaktadır. Başkanlığın kurumsal web sayfasında belirtildiği üzere, "2022 Yılında Türkiye Bursları'na 171 farklı ülkeden 165 bin 500 başvuru yapılmıştır ve bununla birlikte her yıl 5 bin yeni yabancı öğrenci burs programından faydalanmaktadır" (YTB. "Türkiye Bursları". Erişim Tarihi: 14 Mart 2024).

Tablo 1.7'de belirtildiği üzere YTB yalnızca eğitim ve kültür alanlarına değil, bunun yanı sıra diaspora çalışmalarına da dahil olan bir kurum olarak öne çıkmaktadır. Öyle ki, "1961'deki iş gücü anlaşması sonrası Almanya'da oluşan Türk Varlığı'nı diaspora haline getirebilmek" (Ekşi. 2014:213) kurumun öncelikli hedeflerinden biri olmuştur. Bu kapsamda, "Yurt dışında yaşayan ve sayıları 6 buçuk milyon düzeyine ulaşan Türk vatandaşlarının diaspora gücünden faydalanmak

Türkiye için stratejik bir husus olarak” (Kavoğlu. 2018:159) değerlendirilmektedir. Bununla beraber, “Yurt dışında Türk diasporasının örgütlü ve güçlü olmadığı” (Ekşi. 2014:217) ifade edilmektedir. Dolayısıyla, YTB aracılığıyla Türkiye’nin “Yurt dışında bir Türk diasporası kurarak yumuşak güç kapasitesini artırmayı” (Ekşi. 2014:218) hedeflediğini vurgulamak mümkündür.

1.3.9. Türkiye Maarif Vakfı

Türkiye Maarif Vakfı, Türkiye’nin Kültür ve Eğitim Diplomasisi bağlamında bir diğer önemli bir kuruluş olarak öne çıkmaktadır. 2016 Yılında kurulan vakfın “Türkiye Cumhuriyeti adına eğitim faaliyet yürütme yetkisine sahip olduğu ve tüm ülkelerde okul öncesinden yüksek öğretime, örgün öğretimden yaygın eğitime her türlü etkin çalışmayı gerçekleştirdiği” (Türkiye Maarif Vakfı. “Hakkımızda”. Erişim Tarihi: 4 Kasım 2023) bilinmektedir. Halihazırda, dünya genelinde “52 ülkede eğitim faaliyeti ve 67 ülkede çeşitli diğer faaliyetler yürüten Türkiye Maarif Vakfı’na ait 435 eğitim kurumu ve 37 adet yurt” (Türkiye Maarif Vakfı. “Dünyada Maarif Vakfı”. Erişim Tarihi: 4 Kasım 2023) bulunmaktadır. Maarif Vakfı 2021 Faaliyet Raporu’nda kurumun çalışma alanları “Eğitim öğretim, eğitime destek, yayın ve burs ve barınma” (2021:23) olarak tanımlanmıştır. Maarif Vakfı’nın özellikle uluslararası bağlamda eğitim alanında gerçekleştirdiği çalışmaların, bir Eğitim Diplomasisi aracı olarak, Türk Yumuşak Gücü’nü geliştirir nitelikte olduğunun altını çizmek mümkündür.

Maarif Vakfı, çeşitli ülke ve kurumlarla gerçekleştirdiği “İş birliği ve protokoller ile ülkemizin eğitim öğretim alanındaki uluslararasılaşma çabasına katkıda bulunmak, Türkiye’nin eğitim alanındaki köklü ve zengin birikimlerine/tecrübesine bilinirlik kazandırmak, ilgili paydaş kurumlar ile bilgi ve tecrübe paylaşımı sağlamak, yeni projeler gerçekleştirmeyi” (Kaplan, Çimen-Balcı. 2022:126) amaçlamaktadır. Buradan hareketle, vakfın gerçekleştirdiği iş birlikleri, protokoller ve diğer faaliyetler ile Türkiye’nin eğitim alanında uluslararası mecralarda yer almasına katkı sunduğundan bahsedilebilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM: KAMU VE KÜLTÜR DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA MİSİR'DA TÜRK VARLIĞI

Türkiye'nin 2010'lu Yıllar ile yeniden yapılandığı yeni dış politika stratejisi, bu yöndeki Kamu ve Kültür Diplomasisi açılımlarının temelini oluşturmaktadır. Öyle ki, Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi stratejisinin, komşu ülkeleri ve yakın coğrafyasıyla güçlü ilişkiler kurmayı hedefleyen yeni Türk Dış Politikası yaklaşımı ile şekillendiğini belirtmek mümkündür. Bu kapsamda, Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi çalışmaları yeni Türk Dış Politikası bağlamında değerlendirilebilmektedir. Türkiye'nin yeni dış politika rotasında Kamu ve Kültür Diplomasisi aracılığıyla yumuşak gücünü ve etkisini geliştirmeyi amaçladığı ülkelerden biri de Mısır olarak öne çıkmaktadır. Bu kapsamda, Mısır'ın Türkiye için büyük bir ticaret hacmine sahip olduğu, Akdeniz'de Türkiye'nin komşu ülkesi olarak konumlandığı ve Afrika ile Asya'yı birbirine bağlayan jeo-politik konumunun önem arz ettiği ifade edilmektedir. Buradan hareketle, ülkede Türk Kamu Diplomasisi'ni temsilen yeni kurumlar oluşturulmuştur. Türk Kamu Diplomasisi kurumlarının yurt dışında en yoğun şekilde konumlandırılmaya başladığı 2010 Yılı ve sonrası dönemde ülkede TİKA Kahire Program Koordinasyon Ofisi ile Kahire Yunus Emre Enstitüsü'nün açıldığını görmek mümkündür.

Türkiye'nin Mısır'daki Kamu ve Kültür Diplomasisi'ni değerlendirmek için öncelikle iki ülke arasındaki ilişkinin kapsamını irdelenmek gereklidir. Buradan hareketle, Türkiye-Mısır ilişkilerini iki eksenle ele almak mümkündür. Türk-Mısır ilişkilerindeki birinci eksen, iki ülke arasındaki politik ve diplomatik bağlamdır. İki ülke arasındaki politik ve diplomatik ilişki, son 10 yıldaki gelişmeler doğrultusunda iniş çıkışlı bir seyir izlemiştir. Bununla birlikte, Türk-Mısır ilişkileri 2022 Yılı itibarıyla yeniden pozitif bir seyir haline geçmiştir. Türk-Mısır ilişkilerinin değerlendirilebileceği bir diğer eksen ise iki ülke arasındaki tarihi ve kültürel ortaklık ve benzerliklerdir. Bu kapsamda, Mısır'da Tolunoğulları ve İhşitler'den, Memlükler'e, Osmanlı Devleti'nden Mısır Hıdivliği'ne uzanan yaklaşık bin yıllık bir

Türk Varlığı'nın bulunduğu ifade edilmektedir. Mısır'da uzun yıllar Türk asıllı yöneticilerin hüküm sürmesi ve bununla birlikte her iki ülkede de halkın büyük çoğunluğunun aynı dine inanması ortak bir tarihsel geçmişin ve benzer kültürel değerlerin gelişmesini sağlamıştır. Son olarak, halihazırda dünyanın birçok bölgesine ihraç edilen ve büyük başarı yakalayan Türk Dizileri'nin Mısır'da oldukça sevilmesi de ülkedeki Türkiye İmajı'nı güçlendiren unsurlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi kurumlarının yanı sıra, Mısır'da Türkiye'nin imaj ve itibarını şekillendiren ve Türk Yumuşak Gücü'nü pekiştiren diğer faktörlerden söz etmeyi mümkün kılmaktadır.

2.1. Yeni Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi

Türkiye'nin son yıllarda ağırlık vererek yürüttüğü Kamu Diplomasisi ve yumuşak güç çalışmalarının 1990'lı Yılların sonu ile 2000'li Yılların başında şekillendiği ifade edilmektedir. Bu kapsamda, 2000'li Yıllar ile “Dış politikadaki stratejik derinlik vurgusuyla çok taraflı, işbirlikçi, kazan-kazan yaklaşımı” (Cerami. 2013:137) yumuşak güç çalışmalarına hız kazandırmıştır. Özellikle, 2010 Yılı'yla birlikte yoğunlaşan Kamu Diplomasisi çalışmaları, 2000'li Yıllar ile şekillenen yeni dış politika yaklaşımı kapsamında ele alınmaktadır. Kalın, Türkiye'nin etkin dış politikasının “Türkiye'nin tarihi birikimine dayandırılarak yeni Türkiye tasavvurunun temel unsurlarından biri” (2010:64) olacağını vurgulamaktadır. Bu kapsamda, Türk Dış Politikası'nın dayandırıldığı söz konusu tarihi birikimin “Balkanlar'dan Orta Doğu'ya uzanan geniş bir coğrafyada doğal ünsiyetler kurulmasını ve bölge politikalarında etkin rol oynanmasını sağladığı” (Kalın. 2010:64) da belirtilmektedir. Buna göre Türkiye'nin yeni dış politikası kapsamında yönünü ortak tarihi ve kültürel değerleri paylaşan komşu coğrafyalara çevirdiğinin altı çizilmektedir.

Türkiye'nin yakın coğrafyasıyla kurduğu ilişkiyi ve bu bölgedeki yumuşak gücünü yeniden değerlendiren yeni Türk Dış Politikası ile “Komşu ülkelerle çatışmayı azaltmak ve bölgesel planlamayı her düzeyde yeniden başlatmak” (Cerami. 2013:137) amaçları güdüldüğü vurgulanmaktadır. Böylece, Türkiye'de yumuşak güç ve Kamu Diplomasisi çalışmalarının yeni Türk Dış Politikası'nın şekillenmesiyle eş zamanlı olarak ele alındığını ifade etmek mümkündür. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü görevinde de bulunan Kalın, ülkemizin yumuşak güç kapasitesini vurgulamıştır. Bu doğrultuda Kalın, “Türkiye'nin potansiyelinin tarihinden,

kültüründen ve coğrafyasından geldiğini ve bu varlıkların engel ya da yük olmaktan ziyade hem iç hem de dış politikada stratejik varlıklara dönüştürüldüğünü” (2011:5) ifade etmiş, Türk Kamu Diplomasisi’nin “Türkiye’nin Balkanlar, Orta Doğu ve Kafkaslar’da genişleyen yumuşak gücüne” (2011:5) dayandığını belirtmiştir. Dolayısıyla, benimsediği yeni dış politika rotası ile Türkiye’nin, “Eski müttefikleriyle ilişkilerini sürdürürken yeni bölgelerle ve ortaya çıkan yeni aktörlerle de etkileşime girerek, bölgesel ve küresel bağlamlarda yumuşak güç ve Stratejik İletişim’in çeşitli unsurlarına yönelik yeni kapasiteler geliştirdiği” (Kalin. 2011:5) ifade edilebilmektedir.

Türk Dış Politikası’nda benimsenen yeni yaklaşım ile Türkiye’nin “Yüzünü bazı noktalarda Batı yerine Doğu’ya döndürdüğü ve Orta Doğu’ya yönelik Kamu Diplomasisi uyguladığı” (İnan. 2012:67) belirtilmektedir. Böylece, Türk Kamu Diplomasisi doğrultusunda Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgelerinin bilhassa bir yumuşak güç alanı olarak görüldüğünü belirtmek mümkündür. Zaman içerisinde “Türkiye ve Arap Dünyası arasındaki siyasi ve duygusal mesafenin azalmasının” (Kalin. 2011:20) da bölgedeki Türk Kamu Diplomasisi çalışmalarının başlamasını kolaylaştırdığı vurgulanmaktadır. Diğer yandan, Türkiye’nin bahse konu bölgelerde yumuşak gücünün gelişmesine katkı sunan devlet dışı birtakım faktörlerin de varlığı söz konusudur. Bu noktada, Türk Dizi Endüstrisi’nin yurt dışındaki varlığının önemli bir güce sahip olduğu sıkça belirtilmektedir. Öyle ki, özellikle Orta Doğu ve Kuzey Afrika coğrafyasında “Türk Dizileri ve Dizi Yıldızları’nın Arap ülkelerinin aranan ve beğenilen isimleri arasına girmeye başlamış, A Milli Futbol Takımı’nın popülaritesi artmıştır” (İnan. 2012:67).

Günümüzde İmaj ve İtibar Yönetimi’nin yalnızca işletme veya kurumlarca değil aynı zamanda devletlerce de yapıldığı bilinmektedir. Birçok ülke kendi imajını yönetmek ve uluslararası kamuoyunda güçlü bir itibara sahip olmak için başta Kamu Diplomasisi olmak üzere çeşitli faaliyetler yürütmektedir. Öyle ki, bir ülkenin kendi algısını ve itibarını istediği doğrultuda yönetmediği takdirde, o ülkenin itibarının “Kendi doğal ritmiyle ilerleyeceği ve başkaları tarafından yönetilir hale geleceği” (Sümer-Yılmaz. 2014:259) ifade edilmektedir. Bu doğrultuda Türkiye, özellikle 2000’li Yılların başlangıcıyla dünya kamuoyunda güçlü ve olumlu bir imaj ve itibara sahip olmak amacıyla çalışmalarını sürdürmüştür. Türkiye’nin yeni dış politikası kapsamında ağırlık verdiği Kamu ve Kültür Diplomasisi çalışmalarını bu amacın birer çıktısı olarak yorumlamak mümkündür.

Türkiye'nin; yeni dış politika söylemiyle, Kamu ve Kültür Diplomasisi çalışmalarıyla ve buna ilaveten ihraç edilen Türk Dizileri'nin etkisiyle komşu coğrafyalarda zaman içerisinde “çekici” bir imaj inşa edebildiğini belirtmek mümkündür. Öyle ki, TESEV Dış Politika Programı tarafından hazırlanan “*Orta Doğu'da Türkiye Algısı*” adlı rapora göre Türkiye hem 2011 hem de 2012 Yıllarında Orta Doğu ülkelerinin “Hakkında en olumlu düşündüğü ülke” (Akgün-Gündoğar. 2012:6) olarak öne çıkmıştır. Diğer yandan, TESEV'in 2011 ve 2012 Yılında yayımladığı söz konusu raporlardan 10 yıl kadar önce, Washington D.C. Arap-Amerikan Enstitüsü kurucusu James Zogby de benzer bir araştırma yürütmüştür. Mısırlı katılımcıların da dahil olduğu, 2002 Yılında yürütülen araştırmaya göre Türkiye'nin o tarihlerde Arap kamuoyunda “Negatif bir imaja sahip olduğuna” (Furia-Lucas. 2006:602) dikkat çekilmiştir. 10 yıl ara ile yürütülen her iki kamuoyu araştırması dikkate alındığında, 2002 Yılında Orta Doğu halklarınca imajı negatif olarak alımlanan Türkiye'nin, 2012 Yılına gelindiğinde “hakkında en olumlu düşünülen ülke” olarak öne çıkması, yeni Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi ekseninde anlamlı bir gelişmedir.

Cerami, makalesinde Türkiye'yi Arap Dünyası'nın nezdinde “çekici (*attractive*)” kılan gelişmeleri sıralamaktadır. Buna göre, son yıllardaki “Ekonomik gelişmeler, serbest ticaret alanlarının oluşturulması ve vize politikasının serbestleştirilmesi” (2013:130) gibi adımların yanı sıra “Arap Dünyası'nda Türk Dizi ve Filmleri'nin görünür olması ve Türkiye'nin eğitim ve dini alanlara yönelik artan yatırımları” (2013:130) Türkiye'yi bölgede çekici kılan unsurlar arasında yer almaktadır. Özetle, Türkiye'nin olumlu imajının “Orta Doğu'da Batı'dakine oranla daha hızlı şekilde geliştiğinin” (İnan. 2012:67) de altı çizilmektedir. Son olarak, diğer bölge ülkelerine kıyasla daha köklü bir demokrasi geçmişine ve deneyimine sahip olmasının, Türkiye'nin “Bölgesel ve global bir aktör olarak meşru ve önemli bir rol oynamasını” (Kalın. 2011:9) sağladığı da vurgulanmaktadır. Dolayısıyla, yeni Türk Dış Politikası'nın şekillenmesini; Türkiye'nin toplumsal, kültürel dini ve tarihsel bağlamda görece daha fazla benzerliğe sahip olduğu yakın coğrafyalara yöneldiği ve bu bölgelerde nüfuzunu artırma çabasına girdiği bir süreç olarak yorumlamak mümkündür. Bu doğrultuda Türkiye, söz konusu toplumsal, kültürel, dini ve tarihi ortaklıkları bir yumuşak güç aracı olarak kullanma hedefi gütmüştür. Dolayısıyla, söz konusu bölgelerde yumuşak güç çalışmaları hızlandırılmış, Türk Kamu Diplomasisi kurumları faaliyetlerini sürdürmüştür.

2.2. Son 10 Yılda Türkiye-Mısır İlişkileri

2010 Yılı'nın Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkeleri için politik, ekonomik ve toplumsal açıdan bir dönüm noktası olduğu sıkça ifade edilmektedir. Öyle ki, 2010 Senesi'nde Tunus'ta çıkan halk ayaklanması, Kuzey Afrika ve Orta Doğu coğrafyalarında hükümet karşıtı kitlesel gösterilere neden olmuş, bu gelişme “Arap Baharı” olarak adlandırılan bir sürecin başlangıcı kabul edilmiştir. Tunus, Mısır, Libya gibi çeşitli ülkelere yayılan Arap Baharı Hareketi, bölge ülkelerinin siyasi ve toplumsal konjonktüründe birçok değişim ve dönüşüme neden olmuştur. Bununla birlikte, Arap Baharı zamanla “Kimi ülkelerde mevcut yapının korunduğu, kimilerinde ise kaos ortamının ve iç savaşın derinleştiği” (Cicioğlu-Miş. 2013:2) bir duruma evrilmiştir.

Tunus'ta Yasemin Devrimi adı verilen halk ayaklanmalarının akabinde Arap Baharı rüzgarının hissedildiği ikinci ülke Mısır olarak öne çıkmıştır. Bu kapsamda, yönetsel açıdan Mısır'ın “1953 Yılında Cumhuriyet'e geçtiği fakat askerî yapı” (Güvenç. 2021:359) ile yönetildiği bilinmektedir. Bununla birlikte, Arap Baharı sürecinde Mısır Halkı 25 Ocak 2011'de rejim karşıtı kitlesel gösteriler yapmıştır. Hükümet karşıtı söz konusu ayaklanmayla Mısır'da “On sekiz gün süren protestolar sonucu Hüsnü Mübarek rejimi devrilmiş ve Mısır günümüze dair birçok yeni unsuru barındıran bir devrim sürecine sahne olmuştur” (Telci. 2017:43). Mısır'daki halk ayaklanması sonucunda yaşanan “Rejim değişikliğini ‘post-modern’ bir devrim” (Telci. 2013:14) olarak tanımlamanın mümkün olduğu ifade edilmektedir. Bu kapsamda, Arap Baharı sürecinde ve özellikle Mısır ülkesi bağlamında kitlelerin mobilitesini sağlayan iletişim araçlarının rolüne dikkat çekilmektedir. Öyle ki, bu süreçte “Devrimin başarıyla tamamlanmasına katkı sağlayan Facebook, Twitter ve El-Cezire gibi devrim literatüründe çok da yeri olmayan yepyeni aktörler sahneye çıkmıştır” (Telci. 2013:14).

Komşu coğrafyalarda varlığını göstermeyi ve Kamu Diplomasisi yoluyla tanınırlığını artırmayı amaçlayan Türkiye, Arap Baharı ve Mısır'daki halk ayaklanması özelinde demokrasi söyleminden yana bir duruş sergilemiştir. Buradan hareketle, Türkiye'nin halkın taleplerini desteklediğinin altını çizmek mümkündür. Ayrıca, Türkiye'nin “Mısır'ın Arap dünyasındaki ağırlığı ve önemi nedeniyle ülkedeki rejim değişimiyle özellikle ilgilendiği ve bunun daha geniş kapsamlı bir bölgesel düzen için önemli gördüğü” (Telci. 2017:137) de ifade edilmektedir. Bu kapsamda, halk ayaklanması sonucu Mısır'daki hükümet değişimiyle, Türkiye-Mısır

ilişkilerinde yeni bir dönem açılmıştır. Bununla birlikte, seçimlerden yaklaşık bir sene sonra Mısır'da, yeni hükümete karşı da birtakım ayaklanmalar yaşanmaya başlamıştır. Bu süreçte, “Artarak devam eden gösteriler sonucunda 3 Temmuz 2013'te Genelkurmay Başkanı Abdülfettah El-Sisi askeri darbe ile” (Telci. 2017:109) Mısır'ın yeni devlet olmuştur. Bu gelişmeyle, 2010-2013 Yılları arasında güçlenen Türkiye-Mısır ilişkileri gerileme göstermiştir. Bununla birlikte, Türkiye-Mısır ilişkilerin siyasi ve diplomatik anlamda gerilediği bu döneme rağmen, ülkede Türk Kültür Diplomasisi çalışmalarının yürütülmeye devam edildiği bilinmektedir.

2022 Yılından bu yana yaşanan birtakım yeni gelişmelerle Türkiye-Mısır ilişkileri normalleşerek olumlu bir diplomatik bağlama evrilmiştir. Bu gelişmelerin, iki ülke ilişkileri kapsamında yeni ve olumlu sürecin habercisi olduğu ifade edilmiştir. Bu tarihten itibaren iki ülkenin yetkilileri arasında telefon görüşmeleri ve bakan düzeyinde ziyaretler yeniden yapılmaya başlamıştır. Bunun yanı sıra, iki ülke ilişkilerinde bir diğer yakınlaşma adımı olarak görülebilecek gelişme Katar'daki Dünya Kupası karşılaşmasında Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Mısır Cumhurbaşkanı Abdülfettah Es-Sisi'nin el sıkıştığı fotoğrafın basına yansması olmuştur. Diğer yandan, 10 yıllık bir aradan sonra “İki ülke arasında diplomatik ilişkilerin büyük elçilik seviyesine çıkarılması” (Türkiye Cumhuriyeti Dış İşleri Bakanlığı. “Açıklamalar”. Erişim Tarihi: 7 Eylül 2023) Türk-Mısır ilişkileri adına bir diğer büyük adım olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Mısır Cumhurbaşkanı Abdülfettah Es-Sisi'nin G20 Liderler Zirvesi'nde yüz yüze görüşmesi, 2023 Yılı Ekim Ayından bu yana süren Gazze'ye yönelik İsrail saldırılara dair bir telefon görüşmesinde bulunulması gibi diplomatik gelişmeler de ilişkilerin pozitifleşmesinde rol oynamıştır.

Son olarak, 2024 Yılı Şubat Ayında Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan Kahire ziyaretinde bulunmuş ve ziyareti kapsamında “Bundan böyle beraber olmalıyız, gelecek vaat eden ve her iki ülkenin gelişmesine katkıda bulunacak iş birliği alanlarımız var” (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. “Haberler”. Erişim Tarihi: 16 Şubat 2024) şeklinde konuşmuştur. Buradan hareketle, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Mısır ziyareti kapsamında iki ülke ilişkilerinde dayanışma ve birliktelik mesajı verildiğinden söz etmek mümkündür. Böylelikle, Türkiye-Mısır ilişkileri son 2 yıldır atılan karşılıklı adımlarla pozitif bir rotaya evrilmiş olup

halihazırda ikili politik ve diplomatik süreçlerin küresel ve bölgesel gündeme göre istişare ve iş birliği rotasında yürütülmektedir.

2.3. Mısır’da Türk Yumuşak Gücü’nü Pekiştiren Unsurlar

Osmanlı Devleti ve Kavalalı Mehmet Ali Paşa Hanedanlığı’nın etkisiyle Mısır, Türk Varlığı’nın eski tarihlere kadar dayandığı bir coğrafya olmuştur. Bu bağlamda, Türk ve Osmanlı Kültürü’nün uzun yıllar boyunca ülkede var olduğu ifade edilmektedir. Devran, makalesinde Türkiye’nin “Etnik bağlar açısından dünyada en avantajlı ülkelerden biri” (2012:135) olduğunu vurgulamaktadır. Buna göre, Devran “Suriye, Lübnan, Filistin, Mısır, Cezayir ve Libya gibi birçok Orta Doğu ve Afrika ülkesinde Osmanlı İmparatorluğu’ndan kalma etnik olarak Türk kökenli insanlar yaşadığına” (2012:135) da dikkat çekmektedir. Buradan hareketle, Mısır ülkesinin Devran’ın dikkat çektiği bu durumun somut örneklerinden biri olduğunu belirtmek mümkündür. Öyle ki, uzun yıllar boyunca Türk devletlerinin yönetmiş olduğu Mısır’da Türk kökenli ailelerin de bulunduğu bilinmektedir. Bu açıdan Mısır’ın, hem Osmanlı Devleti döneminde hem de daha önceki dönemlerde Türkler ile etkileşim halinde olduğu bilinmektedir. Öyle ki, Osmanlı Devleti hakimiyeti öncesinde de Mısır’da Türk kökenli hükümdarların ve devletlerin bulunduğu ifade edilmektedir. Dolayısıyla, Mısır’da tarih boyunca süregelen bir Türk Varlığı’ndan söz etmek mümkündür. Öte yandan, yakın tarihte “Osmanlı Devleti ile bağların kopması, Britanya’nın siyasi ve askeri baskınlığının artması ile Türkiye’nin Mısır’daki etkisinin azaldığı” (İhsanoğlu. 2012:62) da belirtilmektedir. Bununla birlikte, “Arap Milliyetçiliği güçlenerek Mısır’da 23 Temmuz 1952’de Hür Subaylar Darbesi ile Cumhuriyet ilan edilmesiyle” (Bayraktar. 2020: 610) yönetimde Türk etkisinin büyük oranda yok olduğuna değinmek mümkündür.

21. Yüzyıl’ın yeni dış politikası çerçevesinde şekillenen Türk Kamu Diplomasisi çalışmaları, birçok farklı coğrafyada olduğu gibi Mısır’da da yürütülmeye başlanmıştır. Özellikle, 2011-2012 Yıllarında kuvvetlenen diplomatik ilişkiler yörüngesinde Kahire, Türk basın kuruluşlarının yanı sıra, TİKA ve Yunus Emre Enstitüsü gibi Kamu ve Kültür Diplomasisi kurumlarının da ilk duraklarından biri olmuştur. Nitekim Mısır’ın, Türk Dış Politikası için stratejik bir ülke olduğu sıkça dile getirilmektedir. Dolayısıyla, Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi kurumlarının da ülkede bu yönde şekillendiğini vurgulamak mümkündür. Buna göre, Şubat 2024’te Mısır ziyaretinde bulunan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan,

Türkiye ile Mısır'ın "Hem kültürel hem tarihsel anlamda birlikteliği ve köklü bağları bulunduğu hem de ortak bir denize sahip olduğuna" (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. "Haberler". Erişim Tarihi: 16 Şubat 2024) vurgu yapmıştır. Bu kapsamda, Türkiye ile Mısır'ın stratejik iş birliğinin yanı sıra tarihi ve kültürel bağlarının da altı çizilmiştir. Özetlemek gerekirse, Mısır'ın Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi için uygun bir bağlam olduğu vurgulanabilmektedir. Bu kapsamda, Türkiye ve Mısır'ın tarihi ve kültürel bağları, din ve inanç birliği gibi unsurlar, Mısır'da Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi'ni kolaylaştıracak söz konusu bağlamı oluşturmaktadır. Bu unsurlar, ülkelerin siyasetinden ve diplomatik ilişkilerden bağımsız olarak, Mısır'da Türk Kültür Diplomasisi yürütülmesini kolaylaştıracak etkenler olarak yorumlanabilmektedir.

2.3.1. Tarihi Bağlar

Mısır'da Türk Varlığı'nın, tarihi bağlar açısından oldukça eskiye dayandığını belirtmek mümkündür. Abbasiler döneminde Mısır'da birçok "Türk kökenli asker ve bürokratin valilik görevi yürüttükleri" (Akyürek. 2017:27-29) bilinmektedir. Bununla beraber, 9. Yüzyıl'da Türk kökenli "Mısır naibi Ahmed b. Tolun tarafından Mısır'da kurulan ve yaklaşık otuz yedi sene boyunca bu topraklarda hüküm süren Tolunoğulları Devleti" (Erkoç. 2020:99) ülkede Türk Varlığı adına kurulmuş ilk devlettir. Diğer taraftan, Memlük Devleti'nde de Türk kökenli idarecilerin Mısır'ı yönettiği bilinirken, "Mercidabık ve Ridaniye savaşları ile" (Erkoç. 2020:125) Mısır, Osmanlı Devleti topraklarına katılmıştır.

Yaklaşık 300 yıllık kesintisiz Osmanlı hakimiyeti sonrası "1841'de Mısır Valiliği İmtiyaz Fermanı ile Mısır Valiliği statüsü kalıcı olarak Mehmet Ali Paşa ve oğullarına" (Kocaoğlu. 1995:207) geçmiştir. Bununla birlikte, Mehmet Ali Paşa ve sonrası dönemde de Türk Kültürü, Mısır'daki varlığını sürdürmeye devam etmiştir. Sonuç olarak, Mısır'da çok eski tarihlere dayanan bir Türk Varlığı olduğu saptanabilmektedir. Bu Türk Varlığı, öncelikle Türk kökenli yöneticiler ile tezahür etse de özellikle Osmanlı Devleti ve Mısır Hıdivliği süresince kendini yaşam ve kültür alanında da göstermiştir. Böylelikle, Türk Kültürü tarih boyunca Mısır'da gelişme göstermiştir. Mısır'ın asırlar boyunca Türkler ile etkileşimde olması vesilesiyle gelişen tarihi bağlar, Türkiye'nin ülkedeki yumuşak güç çalışmalarına zemin olacak bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

2.3.2. Kültürel Yakınlık

Mısır ve Türkiye'nin kültürel ve tarihi bağlara sahip olduğu ifade edilirken, Mısır'daki Türk Varlığı ve kültürünün çok eski tarihlere dayandığı bilinmektedir. Öyle ki, "Mısır'da Tolunoğulları, İhşitler, Eyyubiler ve Memlûklerin yanı sıra Osmanlı İmparatorluğu ve Mehmet Ali Paşa Hanedanlığı yönetimiyle beraber yaklaşık 11 Yüzyıl boyunca kesintisiz süren Türk Varlığı'nın, bu ülke halkının etnik ve sosyal yapısında, günlük hayatında, kültüründe ve dilinde derin izler bıraktığı" (Yüce. 2009:91) ifade edilmektedir. Ayrıca, Mısır'ın Mehmet Ali Paşa Hanedanlığı'nın yönetimine geçmesiyle, "Basın yayın faaliyetlerinin artması, yönetimin kültürel faaliyetleri desteklemesi gibi" (İhsanoğlu. 2012:40) gelişmeler hız kazanmıştır. Böylece, ülkede Osmanlı Kültürü ve Türk Dili'nin etkisinin arttığı da belirtilebilmektedir.

Mehmet Ali Paşa'nın Mısır'da kurduğu Hıdivlik ile Türk Kültürü'nün ülkeye daha yoğun olarak yerleştiğine dikkat çekilmektedir. Öyle ki bu dönemde, Mısır'da Türk Kültürü'nün varlığı "Üst sınıf aristokrasi ile ilişkilendirilmiş ve özellikle müzik, giyim, yeme içme ve yaşam tarzı" (İhsanoğlu. 2012:40-41) gibi alanlarda yayılıp pekişmiştir. Bu bağlamda, iki ülkenin arasında ortak bir yemek kültürünün de geliştiğini belirtmek mümkündür. Türk Mutfağı'ndaki "Köfte, türlü, yahni, baklava, şiş kebab, şiş tavuk, turşu gibi yiyeceklerin isimleri, Mısır Arapçası'nda da aynı isimler ile" (İhsanoğlu. 2012:56-57) anılmaktadır. Türk Mutfağı'nın etkisinin yanı sıra, kültürel bağlamda Türk Müziği de Mısır'da etkisini göstermiştir. "Hıdivlik döneminde ülkenin varlıklı ailelerinin konaklarında Türk Müziği ve Türk Dansları icra edilmeye başlanması, tanbur, kemençe, ney ve keman gibi müzik aletlerinin çalınması ile ülkede Osmanlı Müzik Kültürü'nün öne çıktığı" (İhsanoğlu. 2012:51) ifade edilmektedir. Bununla birlikte, Mısır'ı etkilemiş Türk kültür ürünlerinden biri de Osmanlı stili hat sanatı icrasıdır. Bu bağlamda, Osmanlı Hat Sanatı Mısır'da oldukça rağbet görmüş, "Osmanlı topraklarında yaşayan Mustafa İzzet Efendi, Abdullah Zühdi gibi birçok ünlü hattat Mısır'a yerleşerek" (İhsanoğlu. 2012:57) Türk Hat Sanatı'nın buradaki gelişimine ön ayak olmuştur.

Kültürün en önemli taşıyıcılarından biri olan dil de Mısır'daki Türk Kültürü'nün gelişiminde etkili olan bir diğer unsurdur. Buna göre geçmişte Mısır'da, Arapça'nın yanı sıra Türkçe de "Mehmet Ali Paşa'nın yönetiminde merkezi bürokrasinin dili" (İhsanoğlu. 2012:81) olarak öne çıkmıştır. Böylelikle, Mısır'da Türk Dili'nin, ülkedeki Türk yönetimine paralel olarak bürokrasi ve aristokrasi dili

olarak şekillendiğini belirtilebilmektedir. Bununla birlikte, Mısır'da Osmanlı Kültürü'nün ve Türk Dili'nin yerleşme ve gelişme süreci göz önünde bulundurulduğunda, Mısır Arapçası ile Türkçe arasındaki etkileşimin kaçınılmaz olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu kapsamda, Arapça'nın Mısır dialektiğine Türkçe aracılığıyla geçen çok sayıda kelimeye rastlanmaktadır. “Mısır Arapçası'na Türkçe aracılığıyla 995 adet kelime” (Uysal. 2020:1563) geçtiği ifade edilmektedir.

2.3.3. Din Birliği

Mısır'ın devlet dini Sünni İslam olarak tanımlanmış olup halkın yaklaşık “%90'ı İslam, %8'i Kıpti Hristiyan, %1,7'si diğer Hristiyanlık” (World Data Info. “Egypt”. Erişim Tarihi: 31 Ekim 2023) inançlarını taşımaktadır. Bununla birlikte, Türkiye'de halkın yaklaşık “%90'ına yakını İslam Dini'ne mensupken Sünni inancı paylaşılanların oranı %70 civarındadır” (World Data Info. “Turkey”. Erişim Tarihi: 31 Ekim 2023). Mısır'da fıkhi mezhep olarak “Şafilik ve Malikilik” (İnsamer. “Mısır-Temel Göstergeler”. Erişim Tarihi: 31 Ekim 2023) yaygınken Türkiye'de “Hanefilik ve Şafilik” (Türkiye'de Dini Hayat Araştırması. 2014:7) öne çıkmaktadır. Bu fıkhi mezhepler, Sünni İslam inancı altında değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, nüfusunun çoğunluğu Müslüman olan Türkiye ve Mısır'da Sünni İslam inancı ve pratikleri benimsenmiştir. Dolayısıyla, her iki ülkede de dini pratiklerin ve ritüellerin hemen hemen benzer şekillerde uygulandığı çıkarımını yapmak mümkündür.

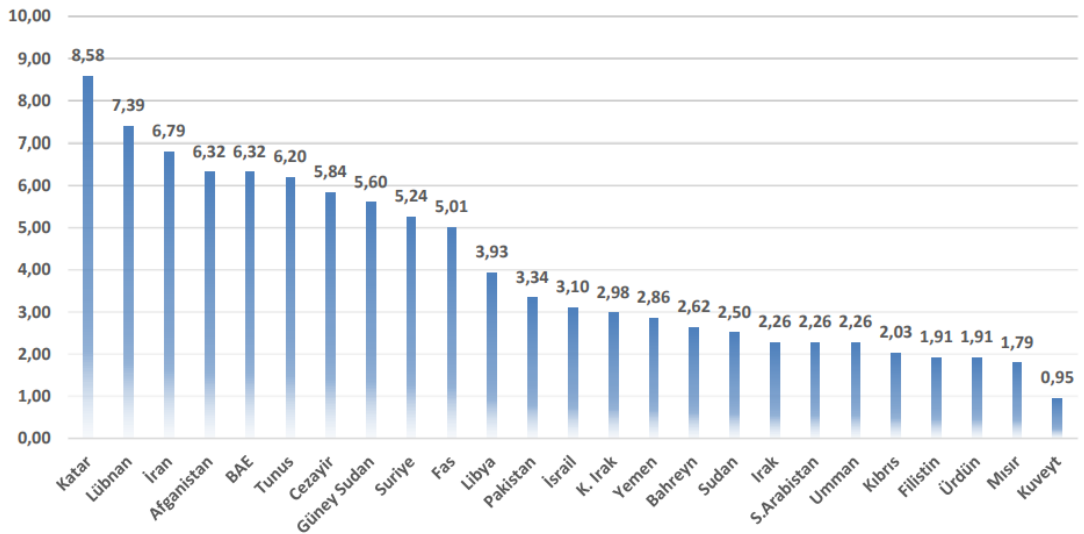
Din kavramının bir ülkenin bir diğer ülkedeki yumuşak gücünü pekiştirebilmesi için önemli bir konumda bulunduğu bilinmektedir. Öyle ki, inanç ve değerler “Sadece teolojik bağlamda kalmayıp söz konusu değerleri bir güç unsuru olarak gören ülkeler tarafından politik amaçlar için de” (Türk. 2022:46) kullanılabilir. Bu bağlamda, dini inancın benzerliği Mısır'daki Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi'ni kolaylaştırıcı bir diğer unsur olarak öne çıkmaktadır. Dolayısıyla, aynı din ve inancı paylaşıyor olmanın Mısır kamusunun Türkiye Algısı'nı görece pozitif şekilde etkileyebileceği varsayılabilir.

2.3.4. Popülerleşen Türk Dizileri

Televizyon dizilerinin kültür endüstrileri bağlamında büyük bir yer tuttuğunun ve bununla birlikte ülkeler için bir yumuşak güç aracı olabileceğinin altı çizilmektedir. Bu kapsamda Türkiye, “ABD'den sonra dünyanın en büyük ikinci dizi ihracatçısı ülke” (Anadolu Ajansı. 2019) olarak öne çıkmaktadır. Türk Dizileri'nin,

yabancı kamular nezdinde yaygınlaşması ve seyredilmesinin Türkiye'nin imajı, yumuşak gücü ve Ulus Markalama ile Yer Markalaması çalışmaları açısından önem arz ettiğini belirtmek mümkündür. Buna göre, yabancı halkların Türk Dizileri'ne olan ilgisinin sonucu olarak "Hem Türkiye'ye olan turist sayısının hem de Türk markalarına, Türk müziklerine ve Türk yemeklerine olan ilgi ve merakın arttığı" (Çapık-Dulupçu. 2023:170) ifade edilmektedir. Özellikle 2008 Yılından itibaren "Türk Dizileri'nin yurt dışında ivme yakaladığı" (Karlıdağ-Bulut. 2014:76) belirtilmektedir. Bu bağlamda, yurt dışına ihraç edilen Türk Dizileri yabancı kamular üzerinde "Türkiye'nin yumuşak güç potansiyelini maksimize etmektedir" (Akgün vd. 2022:51).

Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy, Türkiye'nin dizi ihracatında gittikçe artan başarısı hakkında şu ifadeleri kullanmıştır: "*Türk Dizileri'nin ve Türk filmlerinin dünyanın çeşitli ülkelerinde milyonlara ulaşıyor olması; Türk Kültürü'nün, Türk Sanatı'nın, Türk Müziği'nin ve tabi ki Türk markalarının da dünyanın çeşitli ülkelerinde milyonlara ulaşıyor olması demek. O nedenle de dizi-film ihracatını yorumlarken meseleye bu açıdan bakmak daha doğru olacaktır*" (Anadolu Ajansı. 2019). Bu bağlamda, Türk menşeli dizilerin dünyanın farklı birçok ülkesinde gösterilmesi, Türk Kültür Diplomasisi'ni güçlendirmekte ve bu bölgelerde Türkiye'nin yumuşak gücünü pekiştirmektedir. Özellikle, Türk Dizileri'nin Balkanlar ve Orta Doğu coğrafyalarına yoğunlukla ihraç edildiğini ve dizilerin bu bölgelerde büyük izleyici kitlelerine ulaştığı bilinmektedir. Buradan hareketle, Şekil 2.1 Orta Doğu ülkelerine Türk Dizileri'nin ihracat yüzdesini göstermektedir.



Şekil 2.1: Türk Dizileri'nin Orta Doğu Ülkelerine İhraç Oranları % (2001-2023)

Kaynak: ÇAPIK E.-DULUPÇU M.A. (2023) “Türkiye’nin Tanıtımında Türk Dizileri’nin Bölgesel Başarısı”. *Geographies, Planning & Tourism Studios*. 3/2.

Buna göre, en fazla Türk Dizisi’nin ihraç edildiği ülkenin Türkiye ile olumlu diplomatik ilişkilere sahip Katar ve Lübnan olarak öne çıktığı görülmektedir. İhraç yüzdesinin nüfusu oldukça kalabalık bir ülke olan Mısır’da görece daha düşük olmasının nedeninin ise halkın Türk Dizileri’ne rağbetine rağmen ülkede Türk Dizileri’ne ambargo konması olabileceğini belirtmek mümkündür.

Türk televizyon dizileri günümüzde dünyanın birçok noktasında yayınlanmakla birlikte özellikle Orta Doğu coğrafyasında oldukça ilgi görmektedir. Bu bağlamda, TESEV’in 2010 ve 2011 Yılında hazırlamış olduğu *Orta Doğu’da Türkiye Algısı* raporlarına göre, söz konusu bölgede Türk Dizileri’nin izlenme oranı “2010 Yılında %78, 2011 Yılında ise %74” (Yörük-Vatikiotis. 2013:2363) olarak kayda geçmiştir. Buradan hareketle, bölgede Türk Dizileri’nin yüksek oranda izlendiği çıkarımını yapmak mümkündür. Bu kapsamda, Orta Doğu coğrafyasında Türk Dizileri’nin bu denli sevilmesinin birtakım nedenleri olduğu ifade edilmektedir. Buna göre, Türk Dizileri “Özgür ve güçlü kadın imajını, görece modern yaşam tarzını ve laik ve demokratik devlet ilkesiyle Türkiye Cumhuriyeti örneğini ekrana yansıtmaktadır” (Kurt. 2019:225-226). Buradan hareketle, Türk Dizileri’yle birlikte Orta Doğu’da Türk Kültürü’ne, Türk Dili’ne, Türk Müziği’ne ve turizm bağlamında da Türkiye’ye olan ilgi artarken “Ağırlık olarak Müslümanların yaşadığı coğrafyalardaki insanlara ‘Türkiye Müslümanlığı’ olarak adlandırılan seküler bir Müslümanlık anlayışı” (Kurt. 2019:226) da sunulmaktadır.

Türk Dizileri’nde moda, giyim tarzı, hayat biçimi, mentalite, Türk oyuncular, ilaveten “İstanbul’un modern hayatı, boğaz manzaralı konseptleri” (Çapık-Dulupçu. 2023:163) özellikle Orta Doğu coğrafyasında izleyicileri cezbeden unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Bu bakımdan Çapık ve Dulupçu “Arap izleyiciler için İstanbul’un İslam Kültürü’nün Batı tarzıyla buluştuğu bir yenilik olarak temsil edildiğini” (2023:163) vurgulamaktadır. Diğer yandan, Orta Doğu’daki izleyici kitlelerine yönelik “Yapılan araştırmalar sınırlı olsa da mevcut araştırmaların bulguları Türk Dizileri’nin Orta Doğu’daki izleyicilerin yaşam biçimlerine ve bakış açılarına temas ettiğini açık şekilde ortaya koymaktadır” (Kurt. 2019:245). Dolayısıyla, Türk Dizileri taşıdıkları tüm bu özellikler ile Orta Doğu’da Türkiye’ye yönelik bir imaj çizmekte ve ülkemize olan ilgiyi de bilhassa artırmaktadır. Türk Dizileri’nin Orta Doğu’da

yaygınlaşmasına paralel olarak Türk oyunculara yönelik ilginin de arttığı bilinmektedir. Bu çerçevede, Kıvanç Tatlıtuğ, Burak Özçivit, Beren Saat, Tuba Büyüküstün, Meryem Uzerli gibi oyuncular Orta Doğu coğrafyasında popülaritesini korumaktadır. Bu duruma “Kıvanç Tatlıtuğ ve Tuba Büyüküstün’ün kendi adlarını taşıyan parfümlerinin Orta Doğu’da satış rekorları kırmaları veya Burak Özçivit’in isminin Dubai’de bir otele verilmesi” (Kurt. 2019:231) örnek olarak gösterilebilmektedir.

Afrika kıtasının en büyük üçüncü nüfusuna sahip ülkesi Mısır, Türk Dizi İhracatı adına büyük bir pazar ve Türk Kültür Diplomasisi içinse bir etki alanı olarak öne çıkmaktadır. Öyle ki, iki ülke arasındaki tarihi bağların, sosyokültürel ve dini benzerliklerin ve bunun yanı sıra ülkede izlenen Türk Dizileri’nin, Mısır Halkı’nın Türkiye’ye olan yaklaşımında ve Türk İmajı’nın oluşmasında etkili olduğunu ifade etmek mümkündür. Özellikle 2008 Yılından itibaren televizyonlarda hızla yaygınlaşmaya başlayan Türk Dizileri Mısır’da halihazırda var olan Türk İmajı ve etkisine bir çarpan olmuştur. Buradan hareketle, Mısır Halkı nezdindeki Türk İmajı, dizilere artan ilgiye paralel olarak daha da net çizilmeye başlarken kültürel etkinin de aynı şekilde arttığını ifade etmek mümkündür.

Son 15 yılda dünyanın birçok noktasına ihraç edildiği bilinen Türk Dizileri’nin bu ülkelerdeki etkisiyle ilgili birtakım araştırma ve akademik çalışmalar da yürütülmüştür. Buradan hareketle, Türk Dizileri’nin Balkanlar veya Orta Doğu gibi yakın coğrafyalarda varlığını ve etkilerini ele alan çalışmalara rastlamak mümkündür. Bununla beraber, yalnızca Mısır ülkesi özelinde Türk Dizileri’nin varlığı ve etkisine odaklanan çalışmaların sayısı sınırlıdır. Bu kapsamda, Khan ve Rohn’un Mısırlı ve Pakistanlı katılımcı gruplarıyla yürüttüğü “Türk Televizyonunun Ulus-aşırılması, İhracatı ve Kapitalizasyonu ve Bunun Mısır ve Pakistan İzleyicileri Üzerindeki Etkisi” (2020) adlı çalışma önem arz etmektedir.

Khan ve Rohn’un Mısır’daki Türk Dizileri’nin izleyiciler üzerindeki etkisine yönelik gerçekleştirdiği araştırma kapsamında “Mısır’da romantik/çağdaş ve tarihi drama” (2020:129) içerikli Türk Dizileri daha sık izlenmektedir. Buna göre araştırmada, “*Muhteşem Yüzyıl*’ın %64, *Diriliş:Ertuğrul*’un %43 oranında” (2020:129) izlendiği bulgusuna erişilmiştir. Araştırma kapsamında, Mısır’da en çok izlenen diğer Türk Dizileri ise “%49 izlenme oranıyla *Noor (Gümüş)*, %47 oranla *Ishq-e-Memnu (Aşk-ı Memnu)* ve %43 oranında *Fatma Gul (Fatmagül’ün Suçu ne?)*” (2020:129) olarak sıralanmıştır. Araştırma bulgularının bir diğeri “Türk Dizisi

izleyen Mısırlıların Türkiye’yi ziyaret etme plan veya isteğinde bulunması, hatta belirli katılımcıların düğün gibi özel günler için Türkiye’ye alışveriş amaçlı gittiğini belirtmesi” (2020. 132-133) olarak öne çıkmaktadır. Türk Dizileri izleyen Mısırlılara yönelik yürütülen araştırma kapsamındaki diğer bulgular ise “Türk Dizisi izleyen Mısırlıların Türk Dizileri’nde gösterilen hayat stilini benimseme eğilimlerinin, Türk ürünlerine ilgi duyma ve dizilerde gösterilen ev eşyalarını satın alma eğilimlerinin ve Türk Mutfağı’na olan ilgilerinin yüksek seviyede olması” (2020:129-132) olarak sıralanabilmektedir.

Mısır Halkı’nın her ne kadar Türk Dizileri’ne ve Türk Dizileri’nin çizdiği Türkiye imajına yönelik sempatisi olduğu ortaya konsa da iki ülke arasındaki diplomatik ilişkilerin gerilemesinin bu duruma etki ettiğini ifade etmek mümkündür. Bu çerçevede, Mısır’a ihraç edilen Türk Dizileri de iki ülke arasındaki politik gerilimlerden etkilenmiştir. Bu doğrultuda, Türk Dizileri’ne karşı olumsuz tepkiler son 10 yılda daha da görünür bir hal almış, bölgede artan “Türk popülaritesine” karşı tepkiler ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle, ülkede sıklıkla izlenen “*Al-Hayat, Al-Nahar, Al-Kahera Wal Nas* gibi televizyon kanalları Türk Dizileri’ni boykot kararı” (Al Arabia News. Erişim Tarihi: 2 Kasım 2023) almışlardır. Buna rağmen, “Diziler internet sitelerinde yayınlanmakta ve Mısırlılar son dönemdeki popüler dizileri internet üzerinden Arapça alt yazılı olarak takip edebilmektedirler” (Anadolu Ajansı. Erişim Tarihi: 2 Kasım 2023).

Türk Dizileri’nin diplomatik gerginlikler sonucu karşılaştığı siyasi baskının ve engellemelerin yanı sıra senaryolarda işlenen konuların ahlaki değerlere aykırılığıyla ilgili de birtakım eleştiriler var olmuştur. Bu doğrultuda, Mısır’da bazı kurumlar, Türk Dizileri’nin halk üzerinde etkisini ifade etmiştir. Öyle ki, Mısır’da İslami düşünce kuruluşu *Dar al İftaa* Türk Dizileri’ne karşı uyarıda bulunmuş, bununla birlikte *Diriliş Ertuğrul* dizisini adres göstererek “Türkiye’nin Osmanlı Devleti’ni yeniden canlandırmaya, yumuşak gücünü ve kültürel nüfuzunu artırmaya çabaladığını” (TRT World. “Perspectives”. Erişim Tarihi: 2 Kasım 2023) belirtmiştir. Bunun yanı sıra, Osmanlı anlatısını konu alan Türk Dizileri’nin Orta Doğu’da yaygınlaşmasının üzerine, Birleşik Arap Emirlikleri yapımı *Mamlakaat al-Nar (Ateş Krallıkları)* adlı dizi çekilmiştir. Dizide “Sultan 1. Selim’in Memlûklere düzenlediği seferler işgal olarak tasvir etmiş, Osmanlıları işgalci şeklinde konumlayan bir anlatı” (TRT World. “Perspectives”. Tarihi: 2 Kasım 2023) kurgulamıştır. Pakistan asıllı yazar ve gazeteci Fatima Bhutto diziyi “Türkiye'nin

kültürel neo-Osmanlılığına karşı pahalı bir salvoydu ama görünen o ki başarısız oldu; kimse izlemiyor gibi görünüyor” (Foreign Policy. Erişim Tarihi: 2 Kasım 2023) şeklinde yorumlamıştır. *Mamlakaat al-Nar* dizisini içeriği ve anlatısı bakımından Türk Tarihi ve Kültürü’ne olumlu çağrışımlarla atıfta bulunan *Diriliş Ertuğrul* gibi dizilerin Orta Doğu’da rağbet görüp popülerleşmesine verilen bir karşılık şeklinde yorumlamak mümkündür.

Özetlemek gerekirse Mısır, Türk Dizi İhracatı için büyük bir pazar ve Türk Kamu Diplomasisi için geniş bir etki alanı olma niteliği taşımaktadır. Buradan hareketle, dünyanın birçok bölgesine olduğu gibi Mısır’a da Türk Dizi İhracatı yapılmıştır. Böylelikle, birçok Türk Dizisi Mısır’daki televizyonlarda gösterilmiş ve halk tarafından oldukça beğenilmiştir. Bu durumun Mısır Halkı’nın zihninde Türk Kültürü’ne, Türk insanına ve hayat tarzına yönelik dair birtakım algılar yarattığı ifade edilebilmektedir. Bu algıların çoğunlukla Türkiye’nin bölgedeki kültürel nüfuzunu ve yumuşak gücüne olumlu etki edebileceğini vurgulamak mümkündür. Diğer yandan, politik açıdan Türkiye ve Mısır ilişkilerinin gerilediği dönemde, hızla yayılan ve popülerleşen Türk Dizileri’nin ilerlemesine ket vurulmuş, Türk Dizileri televizyon kanallarında yayından kaldırılmıştır. Buna rağmen, birçok dizi online kanallarda bulunmakta ve ülkede izlenmeye devam etmektedir. Bu kapsamda, Khan ve Rohn’un yürüttüğü araştırma bulgularına göre, “Mısırlı katılımcıların “%43’ü YouTube ve %13’ü Netflix gibi diğer internet kaynakları” (2020:129) üzerinden Türk Dizileri’ni izlediğini belirtmiştir. Bunun yanında, söz konusu araştırma bulgularından hareketle, Mısırlı izleyici kitlesi üzerinde Türk Dizileri sayesinde bir Türk Yumuşak Gücü yaratıldığı şeklinde yorumlama yapmak mümkündür.

2.3.5. Mısır’da Türkçe Dil Öğrenimi

Eğitim ve dil öğrenimi, Kamu ve Kültür Diplomasisi’nin önemli bir sacayağını oluşturmaktadır. Öyle ki, “Eğitim, Kamu Diplomasisi politikaları vesilesiyle ülkeler ve toplum arasında karşılıklı anlayış ve ilişkilerin geliştirilmesi için önemli potansiyel ve fırsatlar” (Özkan. 2015:3) içermektedir. Böylece, uluslararası değişim programlarının, eğitim ve kültür aktiviteleri ile dil öğreniminin kültürlerarası kaynaşma ve tanışmayı sağladığı, böylece yumuşak güç bağlamında bir etki alanı yarattığı ifade edilmektedir. Bu kapsamda, Kültürel Diplomasi’nin en temel öğelerinden biri dil olarak öne çıkmaktadır. Aksan, dilin “Bir ulusun kültürünün aynası” (1979:13) olduğunu ifade etmektedir. Kaplan ise dili “Milletin

çağlar boyunca yaşadığı tarihin özeti” (2000:143) şeklinde yorumlamıştır. Buna göre, yabancı dil eğitiminin aynı zamanda karşı ülkenin kültürü ile ilgili ipuçları verdiğini belirtmek mümkündür. Öyle ki, ikinci dil öğrenmenin “Başka bir kültürü öğrenmenin ve onu tam anlamıyla algılamamanın en kolay ve mükemmel yolu” (Şahin. 2018:3) olduğu vurgulanmaktadır.

Günümüzde küreselleşmenin de etkisiyle de yabancı dillerin öğrenimi gittikçe yaygınlaşmaktadır. Günümüz konjonktüründe “Özellikle medeniyetler arası yoğun etkileşimin, öteki kültürleri de tanımayı bir tür zorunluluk hâline getirdiği” (Şahin. 2018:4) ifade edilmektedir. Öyle ki, British Council, Goethe Institut gibi dil merkezleri çok erken tarihlerde dünyanın birçok noktasında ülkesinin dilini öğreten bir kültür merkezi olarak konumlanmıştır. Bu kapsamda eğitim ve dil, “Tanışıklık, ortaklık ve sempati yaratmaya yönelik ortak bir zemin oluşturmak için Kamu Diplomasisi çerçevesinde” (Sancar 2014: 170) kullanılmaktadır. Dolayısıyla, dil eğitiminin Kültürel Diploması bağlamında önemine özellikle vurgu yapılmalıdır.

Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi ekseninde Türkçe öğretiminin yeni bir alan olarak geliştiğini ifade etmek mümkündür. Bu bağlamda, her ne kadar yabancı halklar tarafından öğreniminin henüz Avrupa dilleri kadar yaygın olmadığı bilinse de Türkçe, “Dünyanın dört bir yanında farklı varyasyonlarını konuşan 200 milyonu aşkın insanın iletişim aracıdır” (Yılmaz. 2018:21). Bu durumun Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi bağlamında Türkçe öğretime avantaj sağlayabileceği ifade edilebilmektedir. Bu doğrultuda, Asya’dan Balkanlar’a ve Kafkasya’ya uzanan geniş bir coğrafyanın aşına olduğu bir dil olma özelliğiyle Türkçe, “Türk Kültür Diplomasisi’nin en gözde alanı olmaya adaydır” (Yılmaz. 2018:21). Ayrıca, Türk Dizi Endüstrisi’nin dünyanın birçok bölgesine ihraç ettiği dizilerin Türk Yumuşak Gücü’ne ve dolaylı olarak Türkçe öğrenimine olan sunmuş olduğu katkı da son dönemlerde dile getirilmeye başlamıştır. Türkçe’nin yurt dışında öğretimi için bir dil ve kültür merkezi mahiyetinde olan Yunus Emre Enstitüsü; İngilizce, Fransızca, İtalyanca veya Almanca gibi Avrupa Kültür ve Dili’ni öğreten birçok enstitüye oranla daha yakın bir tarihte kurulmuştur. Bununla birlikte, Enstitü halihazırda dünyanın birçok noktasında faaliyet gösterir hale gelmiştir.

Dil öğreniminin aynı zamanda dili öğrenilen ülkeye ve o ülkenin kültürüne karşı da bir yakınlık yarattığı ve buradan hareketle Kamu ve Kültür Diplomasisi’nin önemli bir aracı olduğu ifade edilmektedir. Bu kapsamda, Türkçe dil öğretiminin Mısır’da Türk Yumuşak Gücü’nün gelişmesi adına önemli bir faktör olduğunun

altını çizmek mümkündür. Halkın ana dili Mısır Arapçası olmasına rağmen, ülkede Türkçe'nin tarih boyunca var olduğu bilinmektedir. Özellikle, Hıdivlik döneminde Türkçe'nin ülkede kullanılan etkin dillerden biri olduğu ifade edilmektedir. Bununla birlikte, son 15 yıllık süreçte Mısır'da birçok Türk Dizisi gösterime girmiştir. Böylelikle, Mısır'da yayınlanan Türk Dizileri, ülkede Türk Kültürü'nün ve Türk Dili'nin tanıtımının yapılmasına ve bir Türk İmajı'nın oluşturulmasına katkı sağlamıştır.

Mısır, Türkiye'yle olan tarihi bağları ve kültürel yakınlığıyla, bunun yanı sıra halihazırda ülkedeki Türk Dizileri'nin popülaritesiyle Türk Kültür ve Dil Diplomasisi için potansiyel bir etki alanı olarak öne çıkmaktadır. Buna göre, Mısır ülkesi bağlamında Türk Yumuşak Gücü'nün en büyük taşıyıcılarından birinin Türkçe öğrenimi olduğu ifade edilebilmektedir. Öyle ki, bir kültür ve dil öğretim merkezi olarak faaliyet gösteren Kahire Yunus Emre Enstitüsü, kurulduğu 2010 Yılından bu yana ülkede faaliyetlerini sürdürmüştür. Bu bağlamda, Kahire Yunus Emre Enstitüsü'nün Mısır'daki Türk Kamu Diplomasisi'nin aktif bir temsilcisi, Türk Kültür ve Dil Diplomasisi'nin temel aracı olduğu belirtmek mümkündür. Kurulduğu günden bu yana geçen 14 yılda öğrenci sayısı katlanarak artan Kahire Yunus Emre Enstitüsü'ne Mısırlılar tarafından yoğun bir talep olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca, Mısır'da Türkçe eğitime yönelik değinilmesi gereken bir diğer husus da ülkede yaygınlaşmaya başlayan Türk Dili ve Edebiyatı bölümleridir. Daha önce Mısır'da yalnızca sınırlı sayıda üniversite Türk Dili ve Edebiyatı eğitimi verirken, halihazırda bu bölümün birçok üniversitede açılmaya başladığı bilinmektedir. Bununla birlikte, Yunus Emre Enstitüsü'nün yürüttüğü Türkoloji Projesi kapsamında ülkede Türk Dili ve Edebiyatı bölümlerinin yaygınlaşması adına akademik iş birliklerinin de sürdürüldüğü kaydedilmiştir.

2.4. Mısır'da Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi

Afrika ve Asya kıtalarını birbirine bağlayan, Afrika kıtasının en büyük ikinci ekonomisi ve yaklaşık 110 milyon nüfusu ile kıtanın en kalabalık üçüncü ülkesi olan (CIA The World Fact Book. "Egypt". Erişim Tarihi: 10 Eylül 2023) Mısır'ın uluslararası arenada önemli bir konuma sahip olduğu belirtilebilmektedir. Diğer taraftan, Mısır'ın kendi "Jeopolitik, ekonomik ve kültürel varlığını sürdürebilmesi için de uluslararası alanda birçok ülkeyle tatmin edici diplomatik ilişkiler kurmasının" (Sheira. 2014:2) bir gereklilik olduğu ifade edilmektedir. Mısır'ın yanı

sıra Türkiye de jeostratejik ve jeopolitik konumunun önemiyle ve uluslararası bağlamdaki etkisiyle öne çıkmaktadır. Öyle ki Türkiye, “Orta Doğu ve Hazar havzasında bulunmakta ve yine Orta Doğu, Avrupa, Asya ve Karadeniz kıyısı ülkelerine komşu” (Sheira. 2014:2) bir konumda bulunmaktadır. Tüm bu özellikleri göz önünde bulundurulduğunda, Akdeniz’de kıyı komşusu olan Türkiye ve Mısır’ın stratejik ortaklığının önemli olduğunun altı çizilmelidir. Dolayısıyla, Türkiye perspektifinden Mısır üzerinde Türk Kamu Diplomasisi ve yumuşak güç artırma çalışmaları da bir o kadar önem arz etmektedir. Bu durumun farkındalığıyla Türkiye, 2010 Yılından bu yana ülkede çalışmalarını sürdürmüş ve Türk Kamu Diplomasisi kurumlarını konumlandırmıştır. Buna göre, Mısır’da Türk Kamu Diplomasisi çalışmaları bağlamında en az 13 yıllık bir geçmişten söz etmek mümkündür. Buradan hareketle, Mısır’da kurulan bahse konu Türk Kamu Diplomasisi kurumları, iki ülke arasındaki siyasi ilişkileri seyri doğrultusunda faaliyetlerini sürdürmüştür.

2011 Yılı sonunda Mısır, Fas, Ürdün, Lübnan ve Birleşik Arap Emirlikleri’nden üç bin kişinin katılımı ile gerçekleştirilen kamuoyu araştırmasının, Türkiye’nin bölgedeki yumuşak gücü ve Kamu Diplomasisi çalışmalarının verimi hakkında bir ipucu verdiğini ifade etmek mümkündür. Söz konusu araştırma sonucuna göre “Türkiye’nin Arap Baharı sürecindeki rol ve tutumundan kazançla çıktığı ve en yapıcı rolü oynayan ülke” (Telhami. “The 2011 Arab Public Opinion Poll”. Erişim Tarihi: 11 Eylül 2023) olduğu ifade edilmiştir. Bununla birlikte, aynı araştırmanın Mısır ayağında “Mısırlıların ülkeleri için diğer ülkelerden ziyade Türkiye’yi rol model alma isteği” (Telhami. “The 2011 Arab Public Opinion Poll”. Erişim Tarihi: 11 Eylül 2023) belirtilmiştir. Dolayısıyla, araştırma Türkiye’nin bölgedeki etkisine dikkat çekerken aynı zamanda Türkiye’nin yönetsel olarak da Mısırlılar için örnek alınabilecek bir ülke olarak öne çıktığını göstermektedir.

Mısır, Türk Kamu Diplomasisi’nin yürütülmesi ve yumuşak gücün geliştirilmesi adına önemli bir potansiyele sahiptir. Bununla birlikte, bölgedeki Türk Kamu Diplomasisi kurumlarının faaliyetleri ve yumuşak güç çalışmaları iki ülke arasındaki siyasi ilişkilerin seyri doğrultusunda ilerlemiştir. Türkiye ve Mısır arasında 2013 Yılı ile gerileme dönemine giren siyasi ve diplomatik ilişkiler kapsamında, Mısır kamuoyu nezdindeki pozitif Türkiye algısında düşüş yaşandığı kayda geçmiştir. Bu çerçevede, Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı (TESEV) bünyesinde hazırlanan *Orta Doğu’da Türkiye Algısı 2013* raporuna göre “2012

Yılında Türkiye'ye karşı %84 oranında yakınlık duyan Mısır'da bu oranın 2013 Yılında %38'e düştüğü" (Erişim Tarihi: 11 Eylül 2023) ortaya konmuştur.

2.4.1. TİKA Kahire Program Koordinasyon Ofisi

2012 Yılında, Mısır Hükümeti ile Türkiye'nin geliştirdiği olumlu ilişki kapsamında iki ülke arasında "Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Mısır Arap Cumhuriyeti Hükümeti Arasında Teknik İşbirliği Anlaşması" (TİKA. 2022 İdare Faaliyet Raporu. Erişim Tarihi: 21 Eylül 2023) adlı anlaşma imzalanmıştır. Söz konusu anlaşma bağlamında, Mısır'ın başkenti Kahire'de Türk Kamu Diplomasisi'ni temsilen TİKA Kahire Program Koordinasyon Ofisi açılmıştır. TİKA'nın Kahire'de faaliyet göstermeye başlamasıyla 2012 Yılında "Mısır'daki Türk-Mısır ortak tarih geçmişine ait eserlere yönelik restorasyon çalışmalarının başlatılması adına bir protokol" (TİKA. "Haberler". Erişim Tarihi: 20 Eylül 2023) imzalanmıştır. Bununla birlikte, kurumdan haberlere göre Mısır'daki yapılan en son çalışma 2019 Yılına göstermektedir. Buna göre, TİKA Kahire Program Koordinasyon Ofisi 2019 Yılında Mısır'daki bir yerel yardım derneği olan Keyan Vakfı ile iş birliği içinde engelli ailelere kurban eti dağıtımı ve ayrıca engellilere yönelik iftar programı (TİKA. "Haberler". Erişim Tarihi: 21 Eylül 2023) düzenlemiştir. İlaveten, aynı sene içinde "T.C. Kahire Maslahatgüzarı Mustafa Kemalettin Eruygur'un katılımı ve TİKA ve Kahire Yunus Emre Enstitüsü'nün iş birliğiyle Mevlid Kandili Merasimi" (TİKA. "Haberler". Erişim Tarihi: 21 Eylül 2023) gerçekleştirmiştir.

2019 Yılında kayda geçen faaliyetlerden sonra TİKA'nın kurumsal web sitesinde Mısır'da gerçekleştiği belirtilen herhangi başka bir etkinliğe rastlanmamaktadır. Bununla birlikte, 2022 Yılı TİKA İdare Faaliyet Raporu'nda "Kahire Koordinasyon Ofisi'nin aktif olarak faaliyet göstermediği" (TİKA. "Yayınlar". Erişim Tarihi: 21 Eylül 2023) de bildirilmiştir. Ayrıca, TİKA'nın resmi web sitesinde belirtilen ofislerin hepsi için iletişim ve adres bilgileri verilmekteyken Kahire'deki koordinasyon ofisi için bu bilgiler mevcut değildir (TİKA. "Koordinatörlükler". Erişim Tarihi: 21 Eylül 2023). 2010-2012 Yılları arasında Mısır'da aktif bir şekilde faaliyet gösteren TİKA Kahire Program Koordinasyon Ofisi faaliyetlerinin, iki ülke arasındaki diplomatik ve siyasi ilişkilerin gerilediği 2013-2022 Yılları arasında sekteye uğramış olabileceğini tespit etmek mümkündür. Buna göre, kurumun yıllık faaliyet raporlarında da belirtildiği üzere, TİKA Kahire Program Koordinasyon Ofisi halihazırda aktif olarak işlememektedir.

TİKA'nın Faaliyet Raporu'nda da ifade edildiği üzere Kahire Program Koordinasyon Ofisi'nin aktif işlemezken, 2023 Yılı Kasım ayında kayda değer bir gelişme yaşanmıştır. TİKA'nın kurumsal sosyal medya hesaplarında paylaşıldığı üzere, TİKA Başkanı Serkan Kayalar Kasım 2023'te Mısır'ı ziyarette bulunmuştur. Bu kapsamda, TİKA Başkanı Mısır'da "T.C. Kahire Büyükelçisi Salih Mutlu Şen ve Mısır Kalkınma Ortaklığı Ajansı Genel Sekreteri Büyükelçi Achraf İbrahim ile bir araya gelmiştir" (TİKA Kurumsal X Hesabı. Erişim Tarihi: 25 Mart 2024). Ayrıca, TİKA Başkanı'nın Mısır Sağlık ve Nüfus Bakanı Khaled Abdel-Ghaffar ile de görüştüğünden ve görüşmede "Sağlık alanında yapılabilecek proje ve faaliyetlere yönelik iş birliği imkanları ele alındığından" (TİKA Kurumsal Instagram Hesabı. Erişim Tarihi: 25 Mart 2024) bahsedilmiştir. Son olarak, TİKA Başkanı'nın Mısır ziyareti kapsamında "Kahire Yunus Emre Enstitüsü'nü de ziyaret ederek kurumun çalışmaları hakkında bilgi aldığı" (TİKA Kurumsal Instagram Hesabı. Erişim Tarihi: 25 Mart 2024) kaydedilmiştir.

2.4.2. Anadolu Ajansı ve TRT Kahire Ofisi

Ülkemizin resmi haber ajansı Anadolu Ajansı (AA), Türkiye ve Mısır arasındaki pozitif diplomatik ilişkilerin bulunduğu 2012 Yılında, Kahire Ofisi'ni kurmuştur. Ayrıca, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) bünyesindeki TRT Arabi kanalına ait bir Kahire ofisinin de bulunduğu bilinmektedir. 2013 Yılı sonrası iki ülke arasında diplomatik ilişkilerin gerilemesinin Türkiye'nin Mısır'daki bu iki haber kuruluşunun faaliyetlerini de etkilediği söylenebilmektedir. İki ülke arasındaki siyasi ve diplomatik ilişkilerin gerilediği dönemde, Mısır Hükümeti'nin bölgedeki Türk medyasına yönelik baskı kurduğunu da ifade etmek mümkündür. Bu kapsamda, Mısır güvenlik güçleri tarafından AA Kahire ve TRT Kahire Ofislerine baskın yapıldığı ve çeşitli aramalarda bulunduğu bilinmektedir (TRT Haber. Erişim Tarihi: 21 Eylül 2023). Bununla beraber, yakın zamanda iki ülke arasındaki siyasi ve diplomatik ilişkiler normalleşerek yeniden pozitif bir bağlama evrilmiştir. Buradan hareketle, bölgede faaliyet gösteren Türk medyasının da ileriki dönemlerde daha aktif işleyebileceğini öngörmek mümkündür.

2.4.3. Kahire Yunus Emre Enstitüsü

2010 Yılından bu yana faaliyet gösteren Kahire Yunus Emre Enstitüsü Yunus Emre Vakfı'nın kurulmasının akabinde dünya genelinde açılan ilk enstitülerden biri olma özelliğini taşımaktadır. Yunus Emre Enstitüsü'nün kurulduğu günden bu yana Mısır'da Türkçe öğrenmeye yönelik ilginin de giderek arttığı sıkça ifade edilmektedir. Bu kapsamda, 2013 Yılında Kahire Yunus Emre Enstitüsü Koordinatörü Süleyman Sezer kurumda “600’e yakın öğrencinin eğitim gördüğünü” (Youm7. “Haberler”. Erişim Tarihi: 20 Kasım 2023) belirtmiştir. 2024 Yılına gelindiğinde ise Kahire Yunus Emre Enstitüsü Koordinatörü Emin Boyraz'ın verdiği demece göre bu sayı “Sınıflarda 25 bine ulaşmışken çevrimiçi ders alanlarla birlikte 50 bini” (Anadolu Ajansı. “Haberler”. Erişim Tarihi: 13 Mart 2024) bulmuştur. Bu verilerden yola çıkarak son 10 yıl içerisinde Yunus Emre Enstitüsü vasıtasıyla Türkçe eğitim alanların öğrencilerin sayısında 83 kat artış görüldüğü ifade edilebilmektedir. Bununla birlikte, bu artışa kurumun Covid-19 salgını döneminde dijital eğitime geçmesi ve salgın sonrası dönemde yüz yüze eğitimin yanı sıra dijital şekilde verdiği eğitimi sürdürmesinin de etki ettiği belirtilebilmektedir. Ayrıca, kurum tarafından uluslararası ölçek ve standartlara göre hazırlanmış Türkçe dil bilgisi ve becerisi ölçmeyi hedefleyen Türkçe Yeterlilik Sınavı'na (TYT) “2021 Yılında Mısır'dan katılım yalnızca 4 kişi iken 2022 Yılı ile bu sayı 21'e yükselmiştir” (Yunus Emre Enstitüsü. 2022 Faaliyet Raporu. Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023).

Mısır'da Türkçe öğrenimi ve üniversitelerdeki Türk Dili ve Edebiyatı bölümleri giderek daha fazla ilgi görmektedir. Bu doğrultuda, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan 2024 Yılı Şubat Ayında gerçekleştirdiği Mısır ziyaretinde “Kahire'deki Yunus Emre Enstitüsü'nün dünyada Türkçe kurslarına en fazla ilgi gösterilen şube konumunda olduğuna vurgu yapmış, “*Geçtiğimiz yıl 22 bin Mısırlı öğrencinin Türkçe öğrenmek üzere kurslara kayıt yaptırması memnuniyet vericidir*” (Yunus Emre Enstitüsü Kurumsal X Hesabı. Erişim Tarihi: 26 Mart 2024) şeklinde konuşmuştur. Bu kapsamda, Kahire'deki Enstitü'nün en çok ilgi gören Yunus Emre Enstitüleri'nden biri olduğu belirtilmiştir. Bunun yanı sıra, Yunus Emre Enstitüsü TİKA'dan devraldığı Türkoloji Projesi'ni Mısır'da da yürütmüş, bu kapsamda Mısır'ın ileri gelen üniversitelerinde Türkoloji ve Türk Dili ve Edebiyatı bölümlerinin kurulmasına öncülük etmiştir. Yunus Emre Enstitüsü bu bağlamda, Kahire El Ezher Üniversitesi, Sogah Üniversitesi, Mısır University for Science and

Technology ile Türkoloji Protokolü imzalanmış ve böylece bu üniversitelerde Türk Dili ve Edebiyatı eğitimi verilmeye başlanmıştır (Yunus Emre Enstitüsü. 2022 Faaliyet Raporu. Erişim Tarihi: 20 Kasım 2023). Bununla birlikte, Kahire Üniversitesi, İskenderiye Üniversitesi, Ayn Şems Üniversitesi, Mansure Üniversitesi, Tanta Üniversitesi ve Helwan Üniversitesi gibi Mısır'daki çeşitli üniversitelerde de Türk Dili ve Edebiyatı eğitimi verildiği bilinmektedir.

Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi'nin Mısır'daki temsilcisi olarak konumlanan Kahire Yunus Emre Enstitüsü, tanıtım ve daha geniş kitlelere erişim amaçlı sosyal medya hesaplarını aktif olarak kullanmakta ve buna paralel olarak çeşitli içerikler üretmektedir. Özellikle kurumun Facebook hesabının 100 bini geçkin takipçisi bulunması dikkate değerdir. Bu çerçevede, Kahire Yunus Emre Enstitüsü Facebook hesabının takipçi sayısının diğer ülkelerdeki enstitülerinin sosyal medya hesaplarına oranla çok daha yüksek bir sayıda olduğunu vurgulamak mümkündür. Yalnızca bu durum bile, ülkedeki Türk Dili ve Kültürü'ne yönelik ilgiyi ispatlar niteliktedir.

Kurumun sosyal medya paylaşımları, tanıtım ve özel gün kutlama içeriklerinin yanı sıra, yapılan aktiviteleri de göstermektedir. Kahire Yunus Emre Enstitüsü'nün kurumsal X hesabından alınan bilgilere göre, 2024 Yılı Mart Ayında İstiklal Marşı'nın Kabulü ve Çanakkale Şehitlerini Anma Günü adına Enstitü'de bir etkinlik düzenlenmiştir. Bunun yanı sıra, 8 Mart 2024 Tarihinde Kahire Eğitim Müşavirliği iş birliğiyle Mısır'da "Kahire'de Türk Sebilleri ve Kitabeleri" konferansı düzenlenirken Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 2024 Yılı Şubat Ayında yaptığı Kahire ziyareti esnasında medya mensupları Enstitü'de ağırlanmıştır. Kurum, 2024 Yılı Ocak Ayında İskenderiye Başkonsolosluğu ev sahipliğinde "Türkçe ve Türkiye'de Eğitim" konulu bir tanıtım programı da düzenlemiştir (Erişim Tarihi: 26 Mart 2024). Son olarak, Anadolu Ajansı'nın haberinden alınan bilgiye göre, 29 Mart 2024 Tarihi'nde Kahire Yunus Emre Enstitüsü Ramazan ayı münasebetiyle bir iftar programı düzenlemiştir (Erişim Tarihi: 30 Mart 2024). Enstitü'nün düzenlendiği iftar programına Türkiye'nin Kahire Büyükelçisi Salih Mutlu Şen, Azerbaycan'ın Kahire Büyükelçisi Elkhan Polukov gibi önemli diplomatik temsilcilerin yanı sıra ülkedeki akademisyenler, iş insanları ve sanat camiasından ileri gelen isimlerin de katıldığı belirtilmiştir (Erişim Tarihi: 30 Mart 2024).

2010 Yılında Türkiye'nin Kültürel Diplomasi stratejilerinin ışığında kurulan Kahire Yunus Emre Enstitüsü, Afrika kıtasında kurulan ilk Yunus Emre Enstitüsü

olma özelliğini taşımaktadır. Ayrıca, kurumun açılışının o dönemin Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından bizzat yapıldığı kayda geçmiştir. Buna göre, 2010 Yılında açılan Kahire Yunus Emre Enstitüsü Mısır'daki Türk Kültür Diplomasisi'nin öncü kurumu olarak öne çıkmaktadır. Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi stratejisi doğrultusunda Afrika kıtasındaki kurulacak ilk enstitü için lokasyon olarak Mısır ülkesinin seçilmesi de dikkate değerdir. Öyle ki, ülke kendi coğrafyasında önemli bir aktör olarak öne çıkarken Türk Kamu Diplomasisi stratejisi doğrultusunda Türk Kültürü'nün tanıtılmasına uygun bir ortam olarak da görülmüştür. 50 bine yakın öğrenciye Türkçe öğreten Kahire Yunus Emre Enstitüsü'nün gördüğü ilgi de bunu kanıtlar niteliktedir. Buradan hareketle, Türkiye'nin bölgedeki Kültür Diplomasisi çabaları sonuçsuz kalmadığını ve Türk Kültürü ve Dili'ne yönelik ilginin Mısır halka nezdinde artarak büyüdüğünü vurgulamak mümkündür.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: MISIR'A GİDEN TÜRKLER VE TÜRKİYE'YE GELEN MISIRLILAR ÜZERİNE KÜLTÜR-DİL DİPLOMASİSİ'NİN ÖLÇÜMLENMESİ (ANKET TEKNİĞİ)

Türkiye'nin, yeniden yapılandığı Türk Dış Politikası çerçevesinde, 2010'lu yıllardan bu yana özellikle Kamu Diplomasisi alanında çeşitli faaliyetler yürüttüğü bilinmektedir. Diğer yandan, Kamu Diplomasisi kavramının Türkiye'de birçok ülkeye görece daha geç bir tarihte yerleştiği göz önünde bulundurulmalıdır. Dolayısıyla, Türkiye'nin henüz “Kendi yumuşak gücünü keşfetmekte ve bu gücünü farklı coğrafyalarda devreye sokmakta” (Göksu. 2023:846) olduğunu belirtmek mümkündür. Aynı zamanda, Türkiye'nin uluslararası kamuoyunda “İmajını restore etmek için küresel algıları değiştirmeyi hedeflediğine” (Göksu. 2023:846) de vurgu yapılmalıdır. Bu kapsamda, Türkiye'nin yeni dış politikası “Küresel ve bölgesel gelişmeler çerçevesinde dinamik ve vizyoner” (Şekerci. 2020:81) niteliklerle şekillenmektedir. Özellikle, son 15 yılda hem dünyanın çeşitli yerlerindeki hem de yakın coğrafyalardaki Türk Kamu Diplomasisi atılımlarını bu bağlamda değerlendirmek mümkündür.

Türkiye, yeni dış politikası ve Kamu Diplomasisi stratejisi doğrultusunda öncelikle Orta Doğu ve Balkanlar gibi yakın coğrafyalarında ve ayrıca Afrika Kıtası'nda çeşitli atılımlarda bulunmuş, bu bölgelerdeki yumuşak gücünü yıllar içerisinde geliştirmeye çabalamıştır. Türkiye'nin Balkanlar, Orta Doğu ve Afrika'daki faaliyetlerinin “Bölgesel sahiplenme vizyonu çerçevesinde tüm sorun ve krizler için siyasi, ekonomik ve insani çalışmalar” (Şekerci. 2020:82) doğrultusunda kurgulandığı belirtilmektedir. Buradan hareketle söz konusunda coğrafyalarda, “Barış, istikrar ve güvenin tesis edilmeye” (Şekerci. 2020:82) çabaladığı da vurgulanmaktadır. Sorun ve krizlere barışçı ve çözüm odaklı yaklaşımı ile insani çalışmalara verdiği önem, Türkiye'nin bahse konu coğrafyalarda zamanla güven veren, olumlu bir imaj çizmesine yardımcı olmuştur.

Türkiye'nin Kamu Diplomasisi faaliyetlerinin hızlanması ve özellikle yakın coğrafyalardaki aktifliğinin artması, aynı zamanda bu alandaki rapor, akademik

Çalışma ve çeşitli yayın faaliyetlerini de çoğaltmıştır. Bu bağlamda, Türkiye’nin özellikle Orta Doğu, Balkanlar gibi yakın coğrafyalardaki Kamu Diplomasisi deneyimini ele alan birtakım çalışmalara erişmek mümkündür. Ayrıca, bu coğrafyalarda Türkiye’nin algısını ölçümlemek için özellikle 2010’lu yıllarda yapılan bazı araştırmalar da mevcuttur. Bu kapsamda, Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı’nın 2010, 2011, 2012 ve 2013 Yıllarında hazırladığı “Orta Doğu’da Türk Algısı” raporları dikkat çekicidir. Bahse konu raporlar bağlamında yürütülen araştırmalar; Mısır, Ürdün, Lübnan, Suudi Arabistan, Filistin gibi çeşitli Orta Doğu lkelerinin halklarına yöneltelen sorular neticesindeki bulgulara göre hazırlanmıştır. Buradan hareketle, söz konusu raporların bahse konu coğrafyalarda Türkiye’ye yönelik algıyı, Türkiye’nin karşı ülke halkları nezdindeki cazibesini ve popülaritesini lme bakımından önem arz etmektedir. Diğer yandan “Bir lke, halk ve hükümet hakkında olumlu fikirler ve olumlu hissiyat oluşturmak ve bu amaca yönelik faaliyetlerin hangi seviyede başarılı olduğunu ölçmenin zor olduğu” (Doğan. 2012:15) da ifade edilmektedir. Özellikle Kamu Diplomasisi stratejisi doğrultusunda yumuşak güç, algı, imaj ve itibar, ulus markası ölçümlemeye yönelik çalışmaların srekliplik arz etmesi önemlidir. Bu doğrultuda “Düzenli olarak yılları kapsayan araştırmaların yapılması ve buna istinaden bir veri tabanının oluşturulması” (Doğan. 2012:15) gerekliliğine vurgu yapmak mümkündür. Dolayısıyla, Türkiye’nin Kamu ve Kültür Diplomasisi araçlarıyla yumuşak gücünü geliştirme hedefi güttüğü alanlardaki araştırmaların belirli periyotlarla yürütülmesi ve takip edilecek bir veri tabanının oluşturulması gerektiğinin altı çizilmelidir.

Kamu Diplomasisi hedeflerinin temelinde bulunan “yumuşak güç” günümüzde çeşitli raporlamalar ile lmlenebilmektedir. Buna göre, yumuşak güç ölçümleme çalışmalarında 2015-2019 Tarihleri arasında İngiltere menşeili “Halkla İlişkiler ajansı Portland ve Güney Kaliforniya niversitesi’nin ortaklaşa yürüttüğü *The Soft Power 30*” (The Soft Power 30. “Find Out More”. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2024) ne çıkmaktadır. Söz konusu araştırma, yumuşak gücüyle ne çıkan ülkeleri listelemesi açısından kayda değerlidir. Buna göre, söz konusu *The Soft Power 30* sıralaması kapsamında Türkiye de listede yer alan ülkelerde biri olmuştur. Araştırma bağlamda Türkiye listeye, “2015 Yılında 28’inci, 2017 Yılında 30’uncu ve 2019 Yılında ise 29’uncu” (The Soft Power 30. “Turkey”. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2024) olarak girmiştir. Bununla birlikte raporda Türkiye’nin, yumuşak güç enstrümanı olarak “Eğitim, kültür ve girişim” (The Soft Power 30. “Turkey”. Erişim Tarihi: 16

Nisan 2024) alt başlıklarında yıllar içinde ilerleme kaydedemediği, sıralamasının sabit kaldığı görülmektedir. Diğer yandan Türkiye, “Dijitallik kategorisinde 21’den 18 ve 12. Sıraya, etkileşim (*engagement*) kategorisinde ise 25’ten 15 ve 9. Sıraya” (The Soft Power 30. “Turkey”. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2024) yükselmiştir. Bu kapsamda, Türkiye’nin listede bulunmasını bir başarı olarak değerlendirebilmek mümkündür. Diğer yandan, listede son sıralarda yer alınması ve özellikle eğitim, kültür gibi alanlarda ilerleme kaydedilememesi hem yumuşak güç hem de yumuşak güç enstrümanları bakımından Türkiye’nin henüz gelişim alanına sahip olduğunun göstergesidir. Buna göre, araştırma kapsamında Portland’in Türkiye’ye yönelik önerilerinde, “Türkiye’nin zengin mirası, kültürü ve doğal güzelliği, daha fazla kullanılması gereken bir kaynak olduğundan ve eğitim sektörüne öncelik verilmesi gerektiğinden” (The Soft Power 30. “Turkey”. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2024) bahsedilmiştir.

Yumuşak güç araştırmalarının yanı sıra Türkiye, günümüzde Ulus Markası araştırmalarında da yer alan bir ülke olmuştur. Bu kapsamda, Ipsos tarafından hazırlanan “*The Anholt-Ipsos Nation Brand Index 2023*” çalışmasına göre Türkiye Ulus Markalaşma indeksinde 37. Sırada (The Anholt-Ipsos Nation Brand Index. 2023:10) yer almaktadır. Çalışmada Ulus Markası’nın “İhracat, yönetim, kültür, halk, turizm, göç ve yatırım” (The Anholt-Ipsos Nation Brand Index. 2023:6) alanları çerçevesinde şekillendiğinden bahsedilmiştir. Öte yandan, Brand Finance’ın sıralamasına göre Türkiye Ulus Markalama alanında “2023 Yılında olduğu gibi 2024 Yılında da 34. Sırada” (“Rankings”. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2024) yer almıştır. Tez çalışmasının araştırmasının konu alındığı Mısır ülkesinin ise 2024 Yılı aynı sıralamada “41. Sırada” (“Rankings”. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2024) bulunduğu görülmektedir.

Türkiye’nin genel anlamda yumuşak gücünü, ulus markasını veya Orta Doğu ve Balkanlar gibi yakın coğrafyalarda yürüttüğü Kamu Diplomasisi faaliyetleri konu alan çeşitli çalışmalara rastlamak mümkündür. Ayrıca, Türkiye’nin Kültür ve Dil Diplomasisi alanında çalışmalarını irdeleyen yayınlara da erişilebilmektedir. Bununla beraber, Türkiye’nin Mısır ülkesi özelinde Kamu, Kültür, Dil Diplomasisi faaliyetleri ile yumuşak güç çalışmalarını konu alan çalışmalara rastlanmamaktadır. Buradan hareketle, tez çalışması kapsamındaki araştırma; Türkiye-Mısır ilişkileri, Mısır’daki Türk Varlığı ve Türk Kamu Diplomasisi arka planında, Türkiye’nin Mısır’daki Kültür ve Dil Diplomasisi faaliyetlerini el almaktadır. Buradan hareketle, Anket

teknikleriyle yürütülen araştırma bağlamında hem Türk hem de Mısır uyruklu bireylerin katılımına başvurulmuştur. Araştırma evreni çerçevesinde, Türk katılımcıların Mısır'daki ve Mısırlı katılımcıların Türkiye'deki deneyimlerinden ve sorulara verdiği cevaplardan faydalanılmış, bununla birlikte Mısırlılar nezdinde Türkiye'nin yumuşak gücü ve Türk Algısı genel hatlarıyla değerlendirilmeye çabalanmıştır.

3.1. Araştırmanın Özeti

“Mısır’a Giden Türkler ve Türkiye’ye Gelen Mısırlılar Üzerine Kültür-Dil Diplomasisi’nin Ölçümlenmesi” adlı araştırma, anket tekniği kullanılarak Türkiye ve Mısır vatandaşı iki farklı katılımcı grubuyla yürütülmüştür. Bu kapsamda, araştırmanın hedef kitlesi; “Dil öğrenimi, eğitim, iş, staj, proje ve gönüllülük gibi amaçlarla Türkiye’ye gelen Mısırlılar ve aynı amaçlarla Mısır’a giden Türkler” olarak belirlenmiştir. Böylece, araştırmanın sınırlılığı bu yönde çizilmiştir. Araştırmanın hedefi, araştırma evreni kapsamında Kültürel Diplomasi ve dil öğrenimini temel alarak Türkiye ve Mısır’ın kültürel bağları ve benzerlikleri, birbirleri üzerindeki kültürel etkileri ve etkileşimleri hakkında genel bir değerlendirmede bulunmak ve Mısır’daki Türk İmajı’nın ve Türk Yumuşak Gücü’nün genel hatlarıyla ölçümlenmesine çalışmaktır. Bunun yanı sıra, araştırma Türkiye’nin Mısır’daki gelişime açık yumuşak güç potansiyeli olduğunu ortaya koymayı da hedeflemektedir.

Bu çerçevede hazırlanan anket soruları, iki ülkeden araştırma kapsamına dahil olan katılımcılara yöneltilmiştir. Araştırma kapsamındaki anket soruları, her iki ülkenin karşı ülke vatandaşlarının gözündeki kültür ve dil tanınırlığını tespit etme doğrultusunda hazırlanmıştır. Anket çalışmasında Mısır vatandaşı katılımcılara Türk Dili, Türk Kültürü ve kültür ürünleri ile Türkiye hakkında sorular yöneltilirken, ankete katılım sağlayan Türk katılımcılara ise Arapça, Mısır Kültürü ve kültür ürünleri ile Mısır ülkesi üzerine sorular sorulmuştur. Bu doğrultuda, anket çalışması için 7 hipotez ve bahse konu 7 hipotezi sıyan 9 adet araştırma sorusu öne sürülmüştür. Hipotez ve araştırma sorularına araştırmanın ölçümlendiği bölümünde detaylıca değinilmiştir.

Araştırma, Kamu Diplomasisi bağlamında Türkiye'nin Mısır'daki varlığını değerlendirmek ve ayrıca Türkiye'nin Mısır'daki Kültür-Dil Diplomasisi potansiyelinin ortaya konmasına katkıda bulunmak amacıyla yürütülmüştür. Böylece, Türkiye ve Mısır'ın birbirleri üzerindeki kültürel etkileri ve kültür alışverişleri hakkında genel bir çıkarımda bulunulmuştur. Ayrıca, her iki ülkeden katılımcıların

karşı ülkenin dilini öğrenme motivasyonları ve karşı ülkenin kültürüne yönelik yaklaşımları da bir diğer değerlendirme konusu olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda araştırma; dil öğrenimi, eğitim, sanat gibi birtakım Kültürel Diplomasi araçlarının karşı ülkenin kültürü hakkında olumlu duygular geliştirip geliştirmediğini de analiz etmektedir.

3.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmadaki temel amaç Kamu Diplomasisi bağlamında Türkiye'nin Mısır'daki varlığını değerlendirmek ve yürütülen anket araştırmasının sonuçlarına göre Türkiye'nin Mısır'daki Kültür-Dil Diplomasisi potansiyelinin ve araştırma evreninde Mısır Halkı'nın Türkiye'ye yaklaşımının ortaya konmasına katkı sunmaktır. Buradan hareketle araştırmanın alt amaçları, Mısır'da Türkçe'nin öğrenilme potansiyelinin değerlendirilmesi ve buradan hareketle dizi, film, müzik gibi Türk kültür ürünlerinin Mısırlı katılımcılar üzerinde ne oranda bir etki sağladığının tespit edilmesi olarak sıralanabilmektedir. Araştırmanın bir diğer alt amacının dil öğrenimi, eğitim, yemek, sanat gibi birtakım Kültürel Diplomasi araçlarının o ülkenin kültürüne yönelik yaklaşımına ne yönde etki ettiğini gözlemlemektir. Bunun yanı sıra araştırma, kültürel yakınlığın ve kültüre olan ilginin, dizi/film, müzik, yemek gibi kültür ürünlerinin bir ülkeyi yabancı kamuların gözünde daha cazip kılıp kılmadığı hakkında fikir sahibi olmak gibi çıktıları da amaçlamaktadır.

Araştırma kapsamında, Türkiye'nin Mısır'daki Kültür-Dil Diplomasisi ölçümlenmeye ve genel hatlarıyla Türkiye'nin Mısır'daki imajı ve yumuşak güç potansiyeli değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bununla birlikte, dil öğrenimi, iş, eğitim, proje/gönüllülük gibi amaçlarla Mısır'da bulunmuş Türk katılımcıların da Mısır Kültürü ve kültür ürünlerine karşı yaklaşımı değerlendirilmiş, katılımcıların bir Türk olarak Mısır'da edindiği yaşam deneyimine başvurulmuştur. Böylece, iki farklı katılımcı grubuna yöneltilen sorularla karşılıklı bir analiz yapılmasına olanak sağlanmıştır. Bu kapsamda araştırma, Türkiye'nin Mısır'daki Kültür-Dil Diplomasisi faaliyetlerinin ve imaj, itibar ve yumuşak gücünün geliştirilebilir olup olmadığı sorusuna cevap aramaktadır.

3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Tekniği

Araştırmanın ölçümlenmesinde Türkiye ve Mısır uyruklu katılımcılara hızlı bir yolla erişebilmek ve geniş bir kitleye hitap edebilmek amacıyla anket tekniği kullanılmıştır. Buradan hareketle, anket formu katılımcıların kolayca erişebilmesi amacıyla Google Forms platformunda tasarlanmıştır. 27 soruluk anket formu hazırlanırken Türkiye ve Mısır'ın tarihi, kültürel ve toplumsal dinamikleri göz önünde bulundurulmuştur. Cevap seçenekleri, katılımcıların diğer ülkeyle bir bağ oluşturup oluşturmadığını, oluşturduysa bu bağın nereden ileri geldiğini, iki ülke arasında farklılık veya yakınlık bulup bulmadıklarını, karşı ülkenin dil, kültür ve tarihine yaklaşımını ve her iki toplumdan katılımcıların diğer ülkeyi algılayış biçimlerini sergilemek üzere kurgulanmıştır. Bununla birlikte, anket formu Türkçe ve İngilizce olmak üzere iki ayrı dilde hazırlanmıştır. Türkiye uyruklu katılımcıların anket dili Türkçe olarak belirlenmiştir. Mısır uyruklu katılımcılardan Türkçe bilmeyenlere ise anket formunu İngilizce dilinde doldurma seçeneği tanınmıştır. Anket formları Facebook, Instagram, X, Whatsapp gibi sosyal medya mecraları ve/veya e-posta üzerinden potansiyel katılımcılara ulaştırılmıştır. Bu bağlamda, özellikle Mısır'da yaşayan Türkler ve Türkiye'de yaşayan Mısırlıların kurduğu sosyal medya grupları, geniş bir katılımcı kitlesine erişme fırsatı sağlamıştır.

Likert tipi ve açık uçlu sorular içeren anket formuna gelen cevaplar *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 26.0 Statistics Paket Programı* aracılığı ile analiz edilmiştir. Anket çalışması kapsamında toplanan veriler kapsamındaki sayısal değişkenlerin ortalama, standart sapma değerleri verilmiştir. İki ülke katılımcılarının kategorik verileri sayı ve yüzde olarak verilmiştir. Katılımcıların sayısal değişkenlerinin normal dağılıma uygunluğu çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılarak karar verilmiştir. Araştırmadan elde edilen veriler doğrultusunda; Türk/Mısır Kültürü'ne ilgi düzeyi, Türk/Mısır Tarihi'ne ilgi düzeyi, Türk Kültürü ve Mısır Kültürü'nün benzeme oranı, Türk/Mısır Kültürü'ne yakın hissetme oranı, Türk/Mısır Mutfağı'nı sevme durumu, ülke toplumları tarafından karşı kültürün bilinme durumu verilerinin normal dağılımın kurallarına uyduğu görülmüştür. Bu kapsamda, normal dağılımda alınan referans değer $\pm 1,5$ arasında (Tabachnick-Fidel, 2013) olmuştur. Araştırmanın istatistiksel analizi doğrultusunda *Ki-Kare Testi*; Mısır'a Giden Türkler ve Türkiye'ye gelen Mısırlıların sosyo-demografik özellikleri, Mısır veya Türkiye'ye gitme amaçları, Mısır/Türkiye'yi tercih etme nedenleri, dil ve kültür ile ilgili sorulara verdikleri cevaplar, dil ve tarih ile ilgili sorulara verdikleri

cevapların karşılaştırılmasında kullanılmıştır. Bununla birlikte *Independent Sample T Testi* ise; uyruklara göre Türk/Mısır Kültürü'ne ilgi düzeyi, Türk/Mısır Tarihi'ne ilgi düzeyi, Türk Kültürü ve Mısır Kültürü'nün benzeme oranı, Türk/Mısır Kültürü'ne yakın hissetme oranı, Türk/Mısır Mutfağı'nı sevmeye durumu, karşı kültürün her iki ülkede de bilinme durumunun karşılaştırılmasında ise kullanılmıştır. Tüm çalışmada anlamlılık düzeyleri 0,05 ve 0,01 değerleri dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir.

3.4. Araştırmanın Konusu ve Özgün Değeri

Mısır'ın birçok özelliğiyle Türk dış politikası için önemli ülkelerden biri olduğu bilinmektedir. Buradan hareketle, 2010 Yılı ve sonrası dönemde yeniden yapılandırılan Kamu Diplomasisi çalışmaları kapsamında Türk Kamu Diplomasisi'nin varlığı ve etkisi Mısır'da da artırılmaya çalışılmıştır. Özellikle, 2010, 2011 ve 2012 Yıllarının ülkede Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi çalışmalarının yoğunlaştığı dönemler olduğunu belirtmek mümkündür. Diğer yandan, Kamu Diplomasisi bağlamında Mısır ülkesi özelinde Türkiye'nin varlığını konu olan çalışmalar oldukça sınırlı olduğunu ifade etmek mümkündür. Dolayısıyla, Türk Kamu Diplomasisi Stratejileri bağlamında Mısır'da Türk Kültür ve Dil Diplomasisi'nin ölçülmesi, bu alanda daha önce yapılmamış bir çalışma olması adına araştırmanın özgün değerini oluşturmaktadır. Bu doğrultuda araştırma, "2010 Yılından bu yana çeşitli kurumlar aracılığıyla Türkiye'nin Kamu Diplomasisi çalışmaları yürüttüğü Mısır ülkesi, kültür ve dil enstrümanları ile Türk Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Gücü'nün kuvvetlendirilmesi adına uygun bir bağlam mıdır?" Sorunsalı çerçevesinde şekillendirilmiştir. Bununla birlikte, araştırma öncesi 7 adet hipotez öne sürülmüş ve bu hipotezler 9 adet araştırma sorusuyla sınanmak üzere kurgulanmıştır. Bu kapsamda, araştırma soruları aşağıda sıralanmıştır:

- Soru 1: Katılımcılar çoğunlukla hangi amaçla karşı ülkede bulunmuştur?
- Soru 2: Katılımcıların karşı ülkeyi tercih etme nedenleri nelerdir?
- Soru 3: Hangi katılımcı grubu karşı ülkeyi tercih etmek daha fazla neden belirtmiştir?
- Soru 4: Katılımcı gruplarının karşı ülkenin kültür ürünlerine olan ilgisi ne düzeydedir?
- Soru 5: Katılımcılar iki ülke arasındaki kültürel benzerliği ne oranda değerlendirmektedir?

- Soru 6: Katılımcılar kendilerini karşı ülkenin kültürüne yakın hissetmekte midir?
- Soru 7: Türkiye ve Mısır'ın kültürü, karşı ülkede ne ölçüde bilinip tanınmaktadır?
- Soru 8: Katılımcılar yaşam açısından karşı ülkeyi nasıl değerlendirmektedir?
- Soru 9: Hangi katılımcı grubu karşı ülkeyi daha cazip bulmaktadır?

Araştırmanın hipotezlerinin ise aşağıdaki şekilde sıralandığını belirtmek mümkündür:

- H1: Mısır, Türkler tarafından daha çok Din Bilimleri ve Arapça öğrenimi amaçları için tercih edilmiştir. Mısırlı katılımcılar ise Türkiye'yi daha çeşitli amaçlarla tercih etmiştir.
- H2: Mısırlı katılımcılar, Türkiye'yi tercih etmek için Türk katılımcı grubuna oranla daha fazla neden sunmaktadırlar.
- H3: Mısırlı katılımcıların Türk Kültürü'ne, Tarihi'ne, Mutfağı'na, Müzikleri'ne ve Dizi/Filmleri'ne olan ilgisi, Türk katılımcıların Mısır Kültürü'ne, Tarihi'ne, Mutfağı'na, Müzikleri'ne ve Dizi/Filmleri'ne olan ilgisinden daha fazladır.
- H4: Her iki katılımcı grubunda da katılımcıların büyük çoğunluğu, iki ülke arasında kültürel benzerlik bulunduğunu düşünmektedir.
- H5: Her iki katılımcı grubunun büyük çoğunluğu gittikleri ülkenin kültürüne kendilerini yakın hissetmektedir.
- H6: Türk Kültürü Mısır'da, Mısır Kültürü'nün Türkiye'de bilindiğinden daha fazla bilinmektedir.
- H7: Türkiye, Mısırlılar için yaşam açısından cazip bir ülkedir.

Bu kapsamda, araştırma bulgularının ortaya konması sonucu edinilen verilere göre, söz konusu hipotezler araştırma soruları ile sınanarak “3.6. Ölçümlemenin Değerlendirilmesi ve Sonuçları” bölümünde doğrulanmaya çabalanacaktır.

“Mısır’a Giden Türkler ve Türkiye’ye Gelen Mısırlılar Üzerine Kültür-Dil Diplomasisi’nin Ölçümlemesi (Anket Tekniği)” adlı araştırma, Türkiye’nin Mısır’da Kültür-Dil Diplomasisi varlığının ve potansiyelinin ortaya konması adına önem arz etmektedir. Buradan hareketle söz konusu araştırma, Türkiye ve Mısır vatandaşı katılımcıların karşı ülkedeki deneyimlerinden ve karşı kültüre dair

yaklaşımlarından yola çıkarak her iki ülkenin de karşılaştırmalı bir şekilde imaj ve tanınırlığını değerlendirmekte ve bununla birlikte Türkiye'nin Mısır'daki Kültür-Dil Diplomasisi potansiyelini konu almaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın, Türkiye'nin Kamu Diplomasisi çalışmaları bağlamında Mısır'daki varlığını Kültür-Dil Diplomasisi sınırlarıyla çerçeveleyerek ele aldığını ifade etmek mümkündür.

3.5. Araştırmanın Bulguları

Araştırma, Türkiye uyruklu 134 ve Mısır uyruklu 144 olmak üzere toplam 278 kişinin ankete katılımı ile tamamlanmıştır. Bu kapsamda katılımcılar, 27 adet soru cevaplamıştır. Anket tekniğiyle toplanan verilen SPSS programında *Ki-Kare* ve *Independent Sample T* testleri ile analiz edilmiştir. Likert soru tiplerinin yanı sıra, katılımcılara açık uçlu sorular da sorulmuştur. Bununla birlikte, katılımcılara yöneltilen sorular, cevaplarına göre kültür ve dil perspektifinden değerlendirilmiştir. Buna göre araştırmanın bulguları, “Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerinin İncelenmesi, Katılımcıların Karşı Ülkeye Gitme Amaçları ve Tercih Nedenleri, Katılımcıların Karşı Ülkenin Kültür ve Tarihine Bakış Açıları, Katılımcıların Karşı Ülkenin Dil ve Kültür Ürünlerine Bakış Açıları, Katılımcıların Karşı Ülkeye Yönelik Algıları” başlıkları altında tasnif edilmiştir.

3.5.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerinin İncelenmesi

Anket çalışması hedef kitlesi bakımından iki farklı uyruğa sahip bireylerin dağılımını içermektedir. Bu kapsamda, hedef kitle "Mısır" ve "Türkiye" uyruklu kişiler olarak belirlenmiştir. Toplamda 278 kişi içeren veri setinde, Mısır uyruğuna sahip bireylerin sayısı 144 (%51,8), Türkiye uyruğuna sahip bireylerin sayısı ise 134 (%48,2) şeklindedir. Uyruklar arasındaki sosyo-demografik özelliklerin dağılımları Tablo 3.1’de gösterilmiştir.

Tablo 3.1. Uyruklar Arasındaki Sosyo-Demografik Özelliklerin Dağılımları

Katılımcıların Tanıtıcı Özellikleri		Mısır (n:144)		Türkiye (n:134)		p
		Sayı	%	Sayı	%	
Cinsiyet	Kadın	82	56,9	70	52,2	$\chi^2=0,445$
	Erkek	62	43,1	64	47,8	p=0,505
Yaş	18-25 yaş	62	43,1	20	14,9	$\chi^2=49,325$
	25-40 yaş	76	52,8	71	53,0	p=0,000**
	40 yaş ve üstü	6	4,2	43	32,1	
Eğitim Seviyesi	Lise	8	5,6	15	11,2	$\chi^2=14,474$
	Lisans	76	52,8	91	67,9	p=0,001**
	Lisansüstü	60	41,7	28	20,9	
Lisans Eğitimi	Sosyal Bilimler	27	20,0	39	32,5	$\chi^2=84,037$
	Yabancı Dil	23	17,0	14	11,7	p=0,000**
	Din Bilimleri	4	3,0	49	40,8	
	Güzel Sanatlar	13	9,6	3	2,5	
	Fen Bilimleri	10	7,4	5	4,2	
	Mühendislik	40	29,6	8	6,7	
	Sağlık Bilimleri	18	13,3	2	1,7	

* $p<0,05$, ** $p<0,01$, χ^2 : Ki-kare testi (Kategorik veriler)

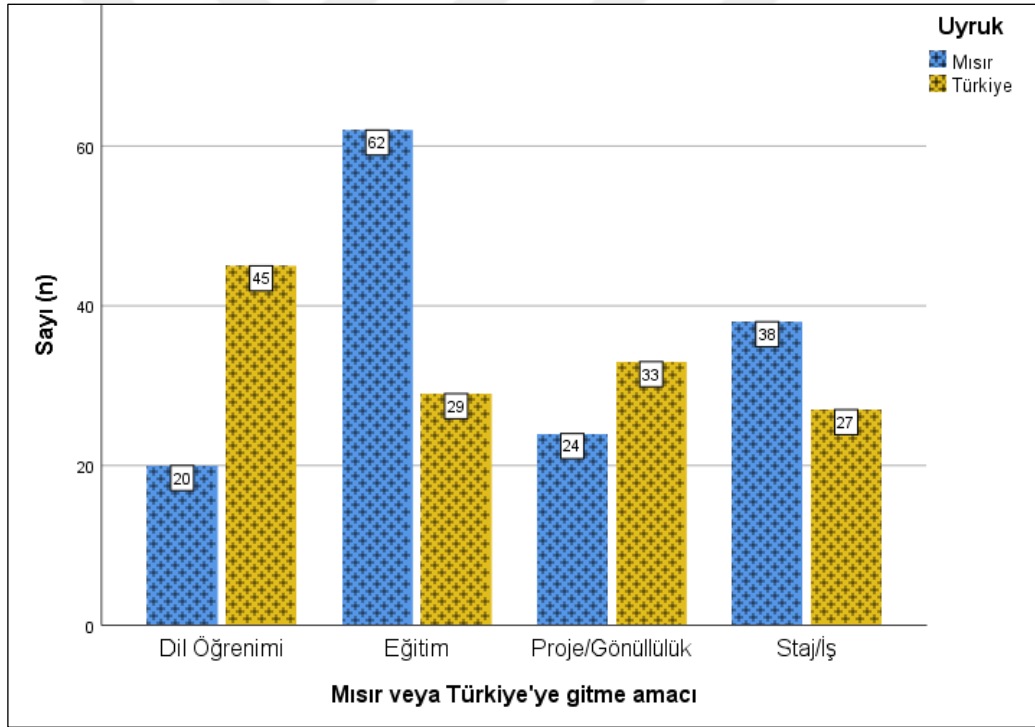
İki farklı ülkeye ait gruplar incelendiğinde cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi ve lisans eğitimi gibi çeşitli kategorik değişkenler üzerindeki dağılımlar karşılaştırılmıştır. Cinsiyet dağılımına göre, Mısırlı katılımcı kadınların oranı (%56,9) Türk katılımcı kadın oranından (%52,2) yüksektir. Bununla birlikte, iki farklı ülkeye göre cinsiyet dağılımı arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p>0,05$). Yaş dağılımına bakıldığında, Mısırlı katılımcılar arasında 18-25 yaş aralığındaki bireylerin oranı (%43,1) Türk katılımcılara göre daha yüksektir. Türk katılımcıların ise 25-40 yaş aralığı (%53,0) daha yoğundur. Bu sonuçlara göre, iki farklı ülkeye göre yaş dağılımı arasındaki farkın ise istatistiksel olarak anlamlı olduğunu belirtmek mümkündür ($p<0,05$). Bu doğrultuda, Türk katılımcıların yaş ortalamasının Mısırlı katılımcıların yaş ortalamasından yüksek olduğu bulgusuna erişilmiştir. Buna göre, Türkiye’de bulunan Mısırlı katılımcıların yaş grubunun daha

genç olmasının, Türkiye'nin Mısır'da son yıllarda daha çok ilgi görmesi ve popülerleşmesiyle bağlantılı olduğunu öne sürmek mümkündür. Öyle ki, ülkede Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi 2010 Yılı itibarıyla başlamış ve özellikle Türkçe öğrenimi ve Türk Dizileri'nin izlenmesi son 10-15 yıllık zaman dilimi içerisinde daha da yaygınlaşmıştır. Bununla birlikte, Mısır'ın Din Bilimleri ve Arapça eğitimi alanında uzun yıllardır öne çıkan bir ülke olduğu bilinmektedir. Bu durumu, özellikle Din Bilimleri alanında eğitim alarak Mısır'a gitmeyi tercih eden Türk katılımcılarının yaş ortalamasının nispeten daha yüksek olması ile ilişkilendirmek mümkündür.

Eğitim seviyesi açısından, Mısırlı katılımcılar arasında lisans eğitime sahip bireylerin oranı (%52,8) Türk katılımcıların lisans eğitim oranlarına göre (%67,9) daha düşüktür. Bununla birlikte, lisansüstü eğitime sahip Mısırlı katılımcıların oranı, Türk katılımcılardan %21 oranında daha fazladır. Eğitim seviyesi bağlamında, Türk katılımcıların lisans ve lisansüstü eğitime sahip olanların oranı %89 iken, Mısırlı katılımcılardan lisans ve lisansüstü eğitime sahip olanların oranı %97'dir. Buradan hareketle, araştırma evreni bağlamında Mısırlı katılımcıların eğitim seviyesinin daha yüksek olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu sonuçlara göre, iki farklı ülkeye göre eğitim dağılımları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<0,05$). Bununla birlikte, anket çalışması kapsamında katılımcıların eğitim aldığı alanlar sorulmuştur. Türkiye'de bulunan Mısırlı katılımcıların verdiği cevaplara göre en yüksek oran "Mühendislik (%29.6) ve Sosyal Bilimler (%20)" alanlarındayken, Türk katılımcıların eğitim aldığı alan büyük çoğunlukla "Din Bilimleri (%41) ve Sosyal Bilimler (%32.5)" olarak öne çıkmaktadır. Bu durum aynı zamanda katılımcıların karşı ülkede bulunma motivasyonları ile ilgili de ipucu vermektedir. Öyle ki, Mısır'ın İslami İlimler alanında bir ünü olduğu ve bu alanda önemli isimler yetiştirmiş El Ezher Üniversitesi'nin ekolüne ev sahipliği yaptığı bilinmektedir. Bu özelliğiyle ve aynı zamanda ülkenin ana dilinin Arapça olmasıyla Mısır'ın Din Bilimleri alanında eğitim görmüş Türkler tarafından tercih edilebilecek destinasyonların başında geldiğini ifade etmek mümkündür. Diğer yandan, Türkiye'de bulunan Mısırlıların yalnızca %3'ü Din Bilimleri alanında eğitim aldığını belirtmiştir. Bu kapsamda, Türkiye'de bulunan Mısırlı katılımcı grubunun eğitim aldığı alanların daha çeşitli olduğunu vurgulamak mümkündür.

3.5.2. Katılımcıların Karşı Ülkeye Gitme Amaçları ve Tercih Nedenleri

Anket katılımcılarının karşı ülkeye gitme amaçları aynı zamanda araştırmanın kapsamını oluşturmaktadır. Araştırmanın kapsamı eğitim, staj, iş, proje ve gönüllülük gibi amaçlarla Mısır’da bulunmuş Türkler ve yine aynı amaçlarla Türkiye’de bulunmuş Mısırlılar olarak sınırlandırılmıştır. Buradan hareketle, katılımcıların karşı ülkeye gidiş amacı ve motivasyonu birtakım sorularla tespit edilmiştir. Katılımcıların Mısır veya Türkiye’ye gitme amaçları Tablo 3.2 ve Şekil 3.1’de detaylandırılmıştır. Bu kapsamda, katılımcıların Mısır veya Türkiye’ye gitme amaçları arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Mısırlı katılımcıların Türkiye’ye gitme amaçları arasında “Eğitim (%43,1) ve Staj/İş (%26,4)” oranları fazla iken Türk katılımcılar tarafından Mısır’a gitme amaçları arasında “Dil öğrenimi (%33,6) ve Proje/Gönüllülük (%26,4)” seçenekleri daha yüksek oranda işaretlenmiştir.



Şekil 3.1. Katılımcıların Mısır veya Türkiye'ye Gitme Amaçları

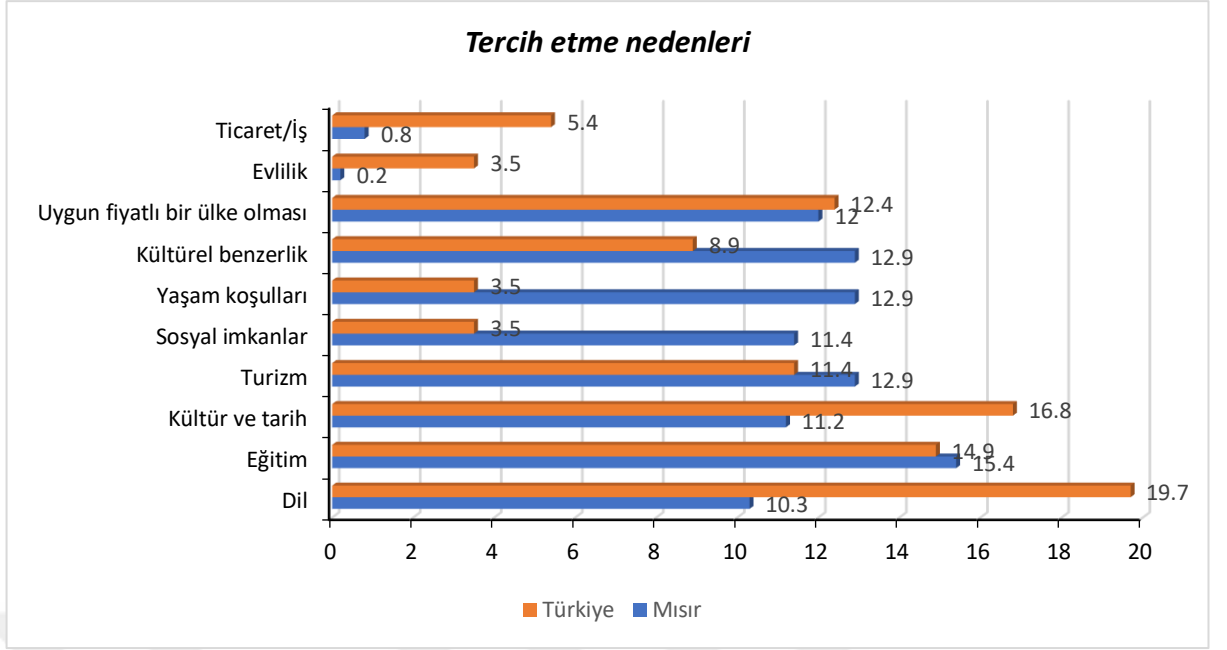
Tablo 3.2. Katılımcıların Mısır veya Türkiye'ye Gitme Amaçları ve Tercih Nedenleri

Amaç ve tercih etme nedenleri		Mısır (n:144)		Türkiye (n:134)		p
		Sayı	%	Sayı	%	
Mısır veya	Dil Öğrenimi	20	13,9	45	33,6	$\chi^2=24,537$ $p=0,000^{**}$
Türkiye'ye	Eğitim	62	43,1	29	21,6	
gitme amacı	Proje/Gönüllülük	24	16,7	33	24,6	

	Staj/İş	38	26,4	27	20,1	
Mısır veya	Dil	49	10,3	62	19,7	$\chi^2=50,394$
Türkiye'yi	Eğitim	73	15,4	47	14,9	p=0,000**
tercih etme	Kültür ve tarih	53	11,2	53	16,8	
nedenleri***	Turizm	61	12,9	36	11,4	
	Sosyal imkanlar	54	11,4	11	3,5	
	Yaşam koşulları	61	12,9	11	3,5	
	Kültürel benzerlik	61	12,9	28	8,9	
	Uygun fiyatlı bir ülke olması	57	12,0	39	12,4	
	Evlilik	1	0,2	11	3,5	
	Ticaret/İş	4	0,8	17	5,4	
	Toplam	474	100	315	100	

* $p<0,05$, ** $p<0,01$, χ^2 : Ki-kare testi (Kategorik veriler), ***Çok seçenekli soru

Katılımcıların karşı ülkede bulunma amaç ve tercih nedenleri kapsamında sorulan bir sonraki soru katılımcıların karşı ülkeye gidiş amacını detaylandırmaya yöneliktir. Buna göre, Türk katılımcılara “Neden Mısır’ı tercih ettiniz?” ve Mısırlı katılımcılara “Neden Türkiye’yi tercih ettiniz?” Soruları sorulmuş ve cevaplar birden fazla seçenek işaretlemeye uygun şekilde tasarlanmıştır. Ayrıca, seçeneklere “Diğer” bölümü eklenerek katılımcılara kendilerini ifade etme şansı da tanınmıştır. Buradan hareketle, 144 Mısırlı katılımcı Türkiye’ye gitme nedeni olarak verili seçenekleri 474 kez işaretlemiştir. 134 Türk katılımcı ise 315 kez işaretleme yapmıştır. Buna göre Mısırlı katılımcılar, Türk katılımcılara göre 159 kez daha fazla tercih nedeni belirtmiştir. Bununla birlikte, katılımcıların karşı ülkeye gitme nedenleri arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Mısırlı katılımcıların Türkiye’ye gitme nedenleri arasında sosyal imkanlar (%11,4), yaşam koşulları (%12,9), kültürel benzerlik (%12,9) oranları fazla iken Türk katılımcıların Mısır’a gitme nedenleri arasında dil/Arapça konuşulan bir ülke olması (%19,7), kültür ve tarih (%16,8), evlilik (%3,5) ve ticaret/iş (%5,4) oranlarının fazla olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, eğitim, turizm ve uygun bir fiyatlı bir ülke olması nedeniyle katılımcılar arasında her iki ülkeyi tercih etme oranlarının benzer olduğu ifade edilebilmektedir.



Şekil 3.2. Katılımcıların Mısır veya Türkiye'yi Tercih Etme Nedenleri

Sıralanan söz konusu tercih nedenlerinin yanı sıra katılımcıların bir kısmı diğer bölümünde de çeşitli nedenler belirtmişlerdir. Buna göre, Mısırlı katılımcılar tarafından “Aiesec projesiyle geldim”, “Eğitim kalitesinin iyi Avrupa ülkelerine göre daha uygun fiyatlı olması”, “Eğitim fiyatlarının uygun olması”, “Türk Dizileri’ni çok seviyorum Türkiye’yi hep merak ediyordum”, “Türk Dizileri”, “Türk Dizileri ile Türkçe öğrendim” “Türkçe bildiğim için”, “Özellikle tesettür giyimde Türk kıyafetlerini çok beğeniyorum ve Türkiye’yi merak ettim” şeklinde cevaplar yazılmıştır. Buradan hareketle, verili seçeneklerin yanı sıra farklı neden belirtmek isteyen Mısırlı katılımcıların Türk Dizileri, Türkçe ve Türkiye’ye yönelik merak, Türkiye’de eğitim gibi alanlarda öne çıkan cevaplar vermesi dikkate değerdir. Diğer yandan, “Diğer” seçeneği kapsamında Türk katılımcıların verdiği cevaplar ise “Aiesec projesi”, “evlilik” ve “iş” olmuştur. Buradan hareketle, Aiesec projesi ile karşı ülkeye gitme durumunun her iki katılımcı grubunda da mevcut olduğunu vurgulamak mümkündür. Aynı zamanda, Mısırlı katılımcıların “Diğer” bölümüne Türk katılımcılara kıyasla daha çeşitli ve spesifik tercih nedenleri belirttiği ifade edilebilmektedir. Bu kapsamda, Mısırlı katılımcıların Türkiye’ye gitme tercih nedeni için daha çok seçenek işaretlemesi ve “Diğer” bölümüne daha çeşitli nedenler yazması Türkiye’ye yönelik ilginin yoğun olduğuna dikkat çeken ipuçları şeklinde yorumlanabilmektedir.

3.5.3. Katılımcıların Karşı Ülkenin Kültür ve Tarihine Bakış Açıları

Türk ve Mısırlı katılımcıların karşı ülkenin kültür ve tarihine yönelik yaklaşımlarını ortaya koymak, karşı kültür hakkında ne kadar bilgi sahibi olduğunu ve karşı kültürün katılımcıları ne oranda etkilediği tespit etmek gibi amaçlarla birtakım sorular hazırlanmıştır. Buna göre, katılımcıların Mısır veya Türkiye'nin kültür ve tarihine bakış açıları ile ilgili sorulara verdikleri cevaplar Tablo 3.3'te gösterilmiştir.

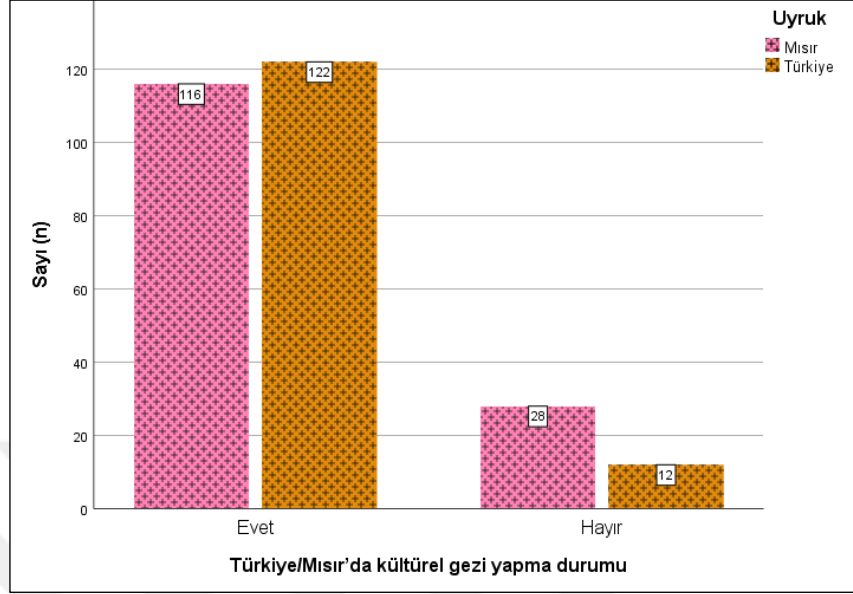
Tablo 3.3. Katılımcıların Mısır veya Türkiye'nin Kültür ve Tarihine Bakış Açıları ile İlgili Sorulara Verdikleri Cevaplar

		Mısır (n:144)		Türkiye (n:134)		Test
Kültür ve tarihe bakış açıları ile ilgili sorular		Sayı	%	Sayı	%	istatistiği
Türkiye/Mısır'da kültürel gezi yapma durumu	Evet	116	80,60	122	91,00	$\chi^2=5,377$ p=0,030*
	Hayır	28	19,40	12	9,00	
Türkiye ve Mısır'ın tarihsel bağlarının olduğunu düşünme	Evet	107	74,30	113	84,30	$\chi^2=4,234$ p=0,102
	Kısmen	35	24,30	20	14,90	
	Hayır	2	1,40	1	0,70	
Mısır ve Türk Kültürü'nün benzerlik gösterdiği alanlar	Yaşam stili	48	10,7	41	11,7	$\chi^2=13,749$ p=0,069
	Dini pratikler ve inanç	99	22,0	99	28,4	
	Aile yapısı	105	23,3	76	21,8	
	Toplumsal ilişkiler	64	14,2	56	16,0	
	Görgü kuralları	51	11,3	24	6,9	
	Yemek kültürü	57	12,7	36	10,3	
	Eğlence kültürü	25	5,6	13	3,7	
	Diğer	1	0,2	4	1,1	
	Toplam	450	100,0	349	100,0	

* $p<0,05$, ** $p<0,01$, χ^2 : Ki-kare testi (Kategorik veriler), ***Çok seçenekli soru

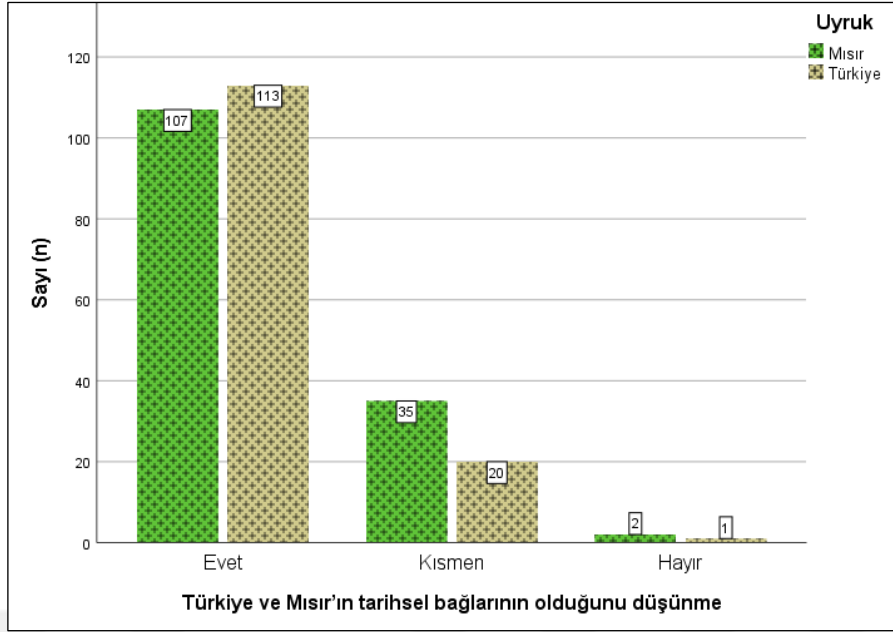
Türkiye veya Mısır'da kültürel gezi yapma durumunun dağılımlarında uyruklara göre farklılıklar olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Bu bağlamda, Mısırlı katılımcıların %80,6'sı, Türk katılımcıların ise %91'inin karşı ülkede kültürel gezi yaptığını ifade etmiştir. Buna göre, Türk katılımcıların Mısır'da kültürel gezi yapma oranları, Mısırlı

katılımcıların Türkiye’de kültürel gezi yapma oranlarından yüksektir. Şekil 3.3 her iki ülkedeki bireylerin karşı ülkede kültürel gezi yapma oranlarına işaret etmektedir.



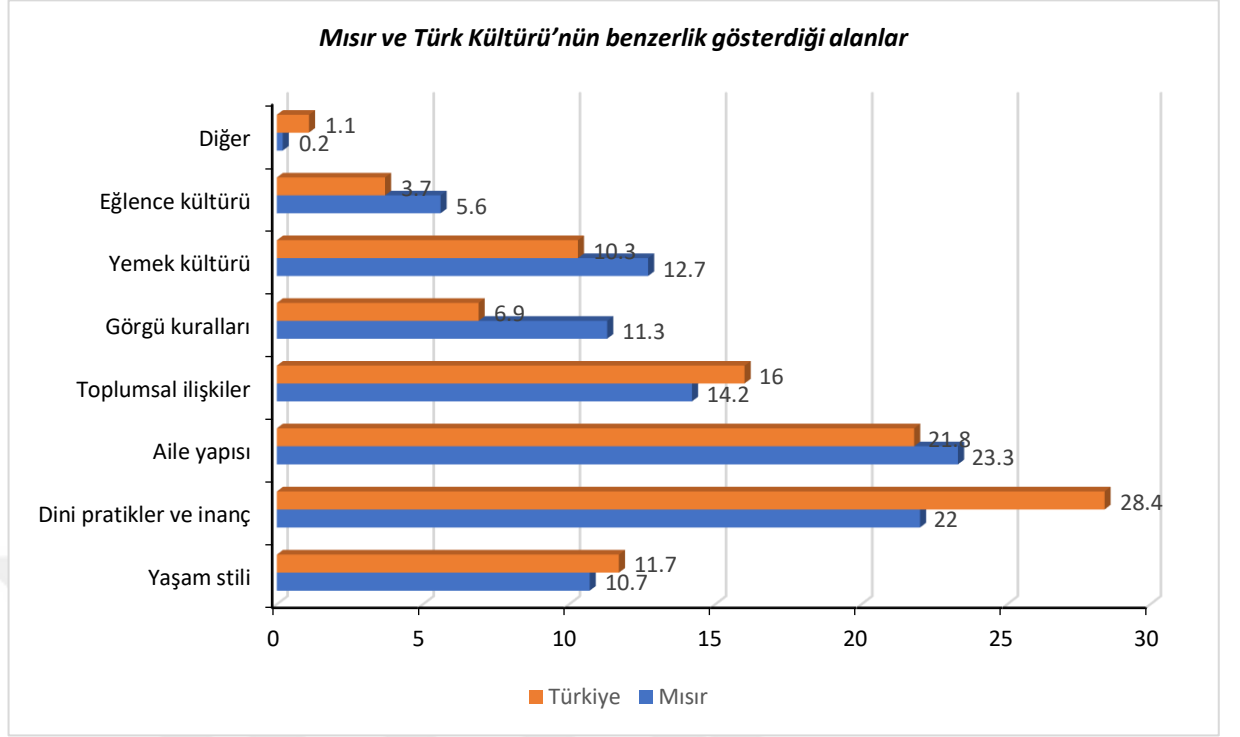
Şekil 3.3. Uyuğa Göre Karşı Ülkede Kültürel Gezi Yapma Durumu

Bununla beraber, karşı ülkeye yönelik bakış açısını irdeleme amacı kapsamında katılımcılara “Türkiye ve Mısır arasında tarihsel bağlar olduğunu düşünüyor musunuz?” Sorusu yöneltilmiştir. Buradan hareketle, uyruklara göre Türkiye ve Mısır’ın tarihsel bağlarının olduğunu düşünme oranları arasında büyük farklılıklar olmadığı görülmüştür ($p>0,05$). Mısırlı katılımcıların %74,3’ü ve Türk katılımcıların %84,3’ü Mısır ve Türkiye’nin tarihsel bağları olduğunu ifade etmiştir. Buna göre, her iki ülkeden katılımcılar da karşı ülke ile tarihi bağların bulunduğunu düşünmektedir. Her iki ülkedeki bireylerin Türkiye ve Mısır’ın tarihsel bağlarının olduğunu düşünme oranları Şekil 3.4’te gösterilmiştir.



Şekil 3.4. Uyruğa Göre Türkiye ve Mısır'ın Tarihsel Bağları Olduğunu Düşünme

Araştırma kapsamında katılımcılardan Mısır ve Türk Kültürü'nde birbirine benzeyen öğeleri işaretlemeleri talep edilmiş ve cevap seçenekleri çoklu işaretlemeye uygun olacak şekilde kurgulanmıştır. Buradan hareketle, Mısır ve Türk Kültürü'nün benzerlik gösterdiği alanlarla ilgili soruyu Mısırlı 144 katılımcı toplamda 450 kez işaretlemiştir. 134 Türk katılımcı ise toplamda 349 kez işaretleme gerçekleştirmiştir. Mısırlı katılımcıların sayıca daha çok seçenek işaretlemesine rağmen her iki katılımcı grubundan da gelen cevaplar birbirine yakındır. Katılımcıların cevaplarına göre, Mısır ve Türk Kültürü'nün benzerlik gösterdiği alanların dağılımları farklılık göstermemiştir ($p>0,05$). Bununla birlikte, cevaplar doğrultusunda her iki gruptan da katılımcıların Mısır ve Türk kültürleri arasında bir dizi benzerlik bulduğunu belirtmek mümkündür. Bu benzerliği Mısırlı katılımcıların %10,7'si yaşam stili, %22'si dini pratikler ve inanç, %23,3'ü aile yapısı, %14,2'i toplumsal ilişkiler, %11,3'ü görgü kuralları, %12,7'si yemek kültürü, %5,6'sı eğlence kültürü ve %0,2'si diğer olarak ifade etmiştir. Bunun yanı sıra, aynı soruya Türk katılımcıların %11,7'si yaşam stili, %28,4'ü dini pratikler ve inanç, %21,8'i aile yapısı olarak, %16'sı toplumsal ilişkiler, %6,9'u görgü kuralları, %10,3'ü yemek kültürü, %3,7'si eğlence kültürü ve %1,1'i diğer cevaplarını vermiştir. Her iki katılımcı grubunun da en çok oyladığı ilk 3 seçeneğin aynı olması, araştırma evreni bağlamında Türk ve Mısır Kültürü'nün “dini pratikler ve inanç, aile yapısı ve toplumsal ilişkiler” bağlamında benzerlik gösterdiğini işaret etmektedir.



Şekil 3.5. Mısır ve Türk Kültürü'nün Benzerlik Gösterdiği Alanlar

Katılımcıların Türk/Mısır Kültürü'ne ilgi duyma düzeyi, Türk/Mısır Tarihi'ne ilgi duyma düzeyi, Türk/Mısır Kültürü'nü benzer bulma oranı ve kendilerini Türk/Mısır Kültürü'ne yakın hissetme düzeyi Tablo 3.4'te gösterilmiştir.

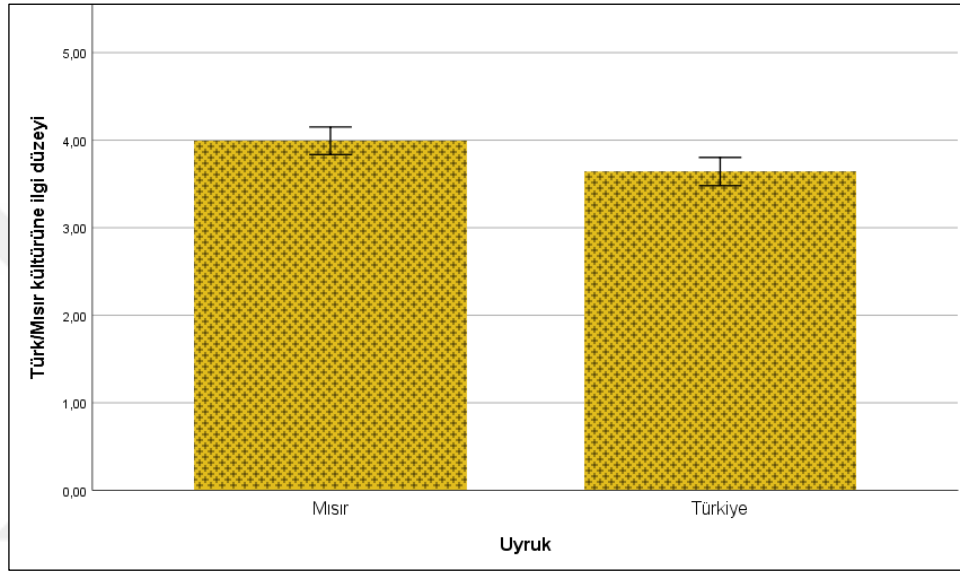
Tablo 3.4. Katılımcıların Mısır veya Türkiye'nin Kültür ve Tarihi'ne Yaklaşımı

Kültür ve tarihe ilgi düzeyi	Uyruk	N	Ort.	S.S.	t	p
Türk/Mısır Kültürü'ne ilgi düzeyi	Mısır	144	3,99	0,96	3,076	0,002**
	Türkiye	134	3,64	0,95		
Türk/Mısır Tarihi'ne ilgi düzeyi	Mısır	144	3,56	1,20	-1,273	0,204
	Türkiye	134	3,74	1,10		
Türk Kültürü ve Mısır Kültürü'nü benzer bulma oranı	Mısır	144	3,56	0,80	3,181	0,002**
	Türkiye	134	3,24	0,86		
Türk/Mısır Kültürü'ne yakın hissetme oranı	Mısır	144	3,71	0,88	4,685	0,000**
	Türkiye	134	3,15	1,10		

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, t : Independent Sample T Testi

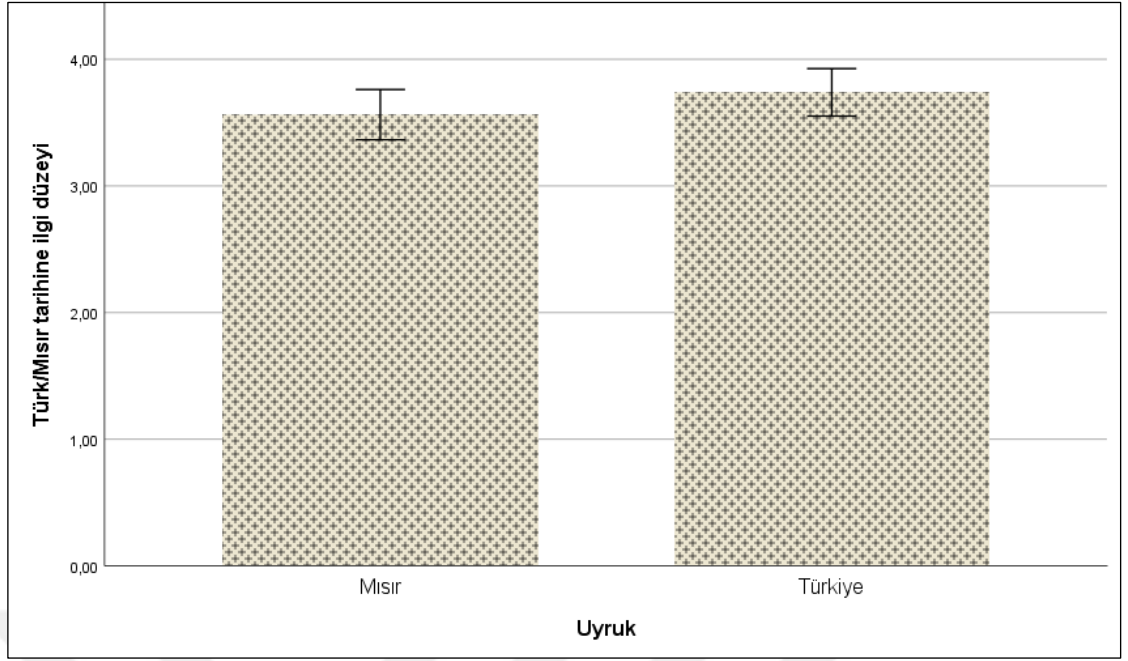
Araştırma kapsamında, Mısırlı ve Türk katılımcılardan karşı ülkenin kültürüne duydukları ilgi düzeyini 1 en düşük ve 5 en yüksek olacak şekilde puanlamaları

istenmiştir. Bu kapsamda, edinilen bulguya göre Mısırlı katılımcıların Türk Kültürü'ne ilgi duyma düzeyi 3,99 ve Türk katılımcılarının Mısır Kültürü'ne ilgi duyma düzeyi 3,64'tür. Söz konusu sonuçlar Şekil 3.6'da gösterilmiştir. Sonuçlar doğrultusunda, uyruklara göre karşı kültüre ilgi duyma düzeyleri farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Mısırlı katılımcıların Türk Kültürü'ne ilgi duyma düzeyinin, Türk katılımcıların Mısır Kültürü'ne ilgi duyma düzeyinden yüksek olduğu görülmüştür.



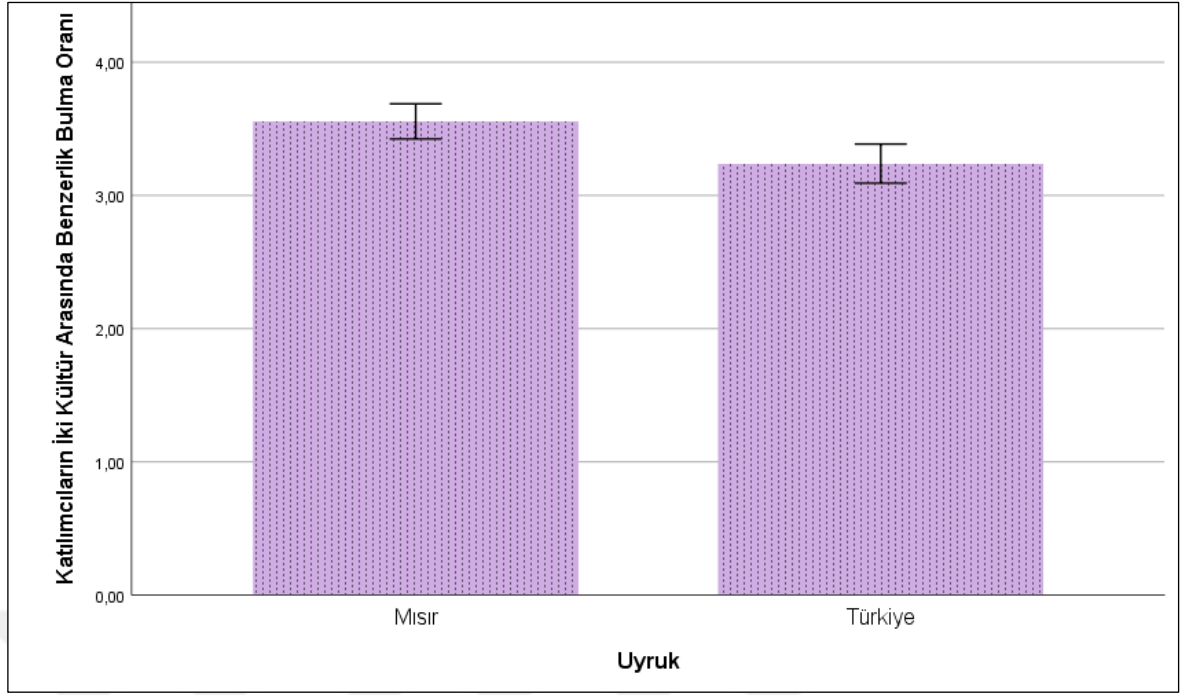
Şekil 3.6. Türk/Mısır Kültürü'ne İlgi Düzeyi

Dil, kültür ve tarihin Kültürel Diplomasi bağlamında birbiriyle iç içe kavramlar olduğuna değinmek mümkündür. Bu bağlamda katılımcılara, karşı ülkenin dil ve kültürüyle ilgili sorulan soruların yanı sıra, karşı ülkenin tarihine yönelik ilgileri olup olmadığı da sorulmuştur. Katılımcıların ilgi düzeylerini 1 en düşük ve 5 en yüksek seviyede olacak şekilde puanlamasının ardından, Mısırlı katılımcıların Türk Tarihi'ne ilgi duyma düzeyi ortalama 3,56 ve Türk katılımcılarının Mısır Tarihi'ne ilgi duyma düzeyi 3,74 olarak öne çıkmıştır. Buna göre, sonuçlar Şekil 3.7'de gösterilmiştir. Buna göre Türk katılımcıların Mısır Tarihi'ne olan ilgisinin %4 oranında daha fazla olduğu saptanmıştır. Bu sonuçlara istinaden, uyruklara göre karşı ülkenin tarihine ilgi duyma düzeyleri farklılık göstermemiştir ($p>0,05$).



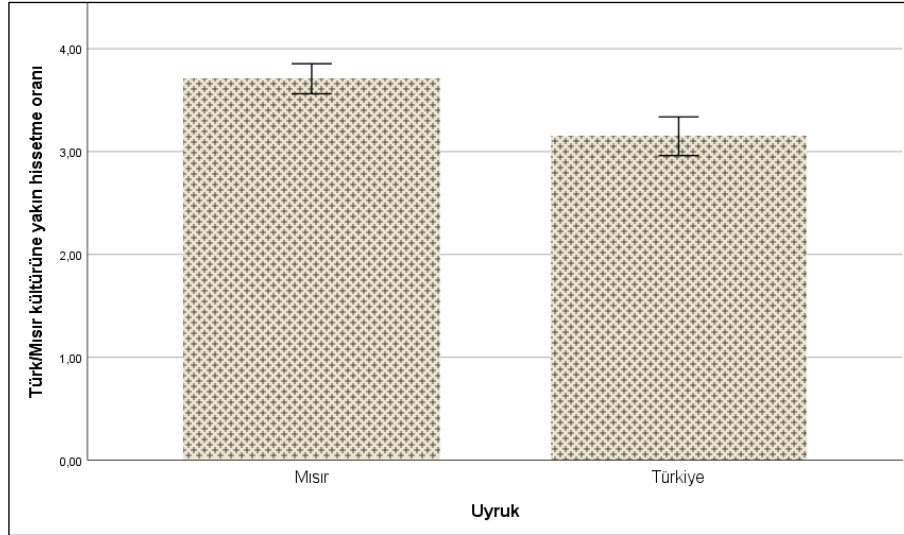
Şekil 3.7. Türk/Mısır Tarihi'ne İlgi Düzeyi

Katılımcılara “Karşı ülkenin kültür ve tarihine yaklaşımı” bağlamında sorulan bir diğer soru ise iki kültür arasında ne oranda benzerlik bulduklarına yöneliktir. Bu doğrultuda, katılımcılar 1 en düşük ve 5 en yüksek puan olacak şekilde Türk ve Mısır Kültürü’nün benzerlik oranını puanlamıştır. Verilen bilgilere göre, Mısırlı katılımcılar, Türk Kültürü ile kendi kültürleri arasındaki benzerlik oranını 5 üzerinden 3,56 olarak değerlendirmişlerdir. Aynı şekilde, Türk katılımcılar da Türk Kültürü ile Mısır Kültürü arasındaki benzerlik oranını 3,24 olarak belirtmiş ve sonuçlar Şekil 3.8’de gösterilmiştir. Bu sonuçlara göre, iki kültürün birbiri ile benzediğini ifade etme oranları Türk ve Mısırlı katılımcıların cevaplarında farklılık göstermiştir ($p<0,05$). Mısırlı katılımcıların cevaplarının Türk katılımcılara göre daha yüksek olduğunu ifade etmek mümkündür.



Şekil 3.8. Uyuğa Göre Katılımcıların İki Kültür Arasında Benzerlik Bulma Oranı

Katılımcıların karşı ülkenin kültürüne yakın hissedip hissetmedikleri sorulmuş ve 1 en düşük ve 5 en yüksek şekilde puanlama yapmaları istenmiştir. Buradan hareketle, edinilen bulgulardan biri Mısırlı katılımcılarının kendilerini Türk Kültürü'ne yüksek oranda yakın hissettikleridir. Öyle ki, yapılan puanlamaya göre Mısırlı katılımcıların kendilerini Türk Kültürü'ne yakın hissetme oranı 5 üzerinden 3,71 çıkmıştır. Bununla birlikte, Türk katılımcılarının da puanlaması ortalamanın üstünde olmasına rağmen, araştırma evrenindeki Türk katılımcıların kendilerini Mısır Kültürü'ne yakın hissetme oranları nispeten düşüktür. Bu bağlamda, Türk katılımcılar kendilerini Mısır Kültürü'ne 5 üzerinden 3,15 oranında yakın hissettiğini belirtmişlerdir. Dolayısıyla, Mısırlı katılımcıların kendilerini Türk Kültürü'ne, Türk katılımcıların ortalama değerine kıyasla, %11 oranında daha yakın hissettiğini vurgulamak mümkündür. Şekil 3.9 katılımcıların karşı ülkenin kültürüne yakın hissetme oranlarını grafiklemiştir.



Şekil 3.9. Türk/Mısır Kültürü’ne Yakın Hissetme Oranları

3.5.4. Katılımcıların Karşı Ülkenin Dil ve Kültürü ile İlişkisi

Araştırma kapsamında, katılımcıların karşı ülkenin diline ve dizi, film, müzik gibi kültür ürünlerine yönelik bakış açılarını değerlendirmek hedeflenmiştir. Buradan hareketle, daha önceki soruların cevaplarına göre Mısır’a giden Türk katılımcı grubunun %33’ü temel gidiş amacının dil öğrenmek olduğunu ifade ederken aynı katılımcı grubu bir tercih nedeni olarak en çok işaretlemeyi “Ülkede Arapça konuşulması” seçeneğinden yana yaptığı bilinmektedir. Dolayısıyla Türk katılımcılara Arapça, Mısırlı katılımcılara ise Türkçe bilip bilmediği veya dili hangi seviyede konuşabildiğine yönelik sorular yöneltilmiştir. Arapça veya Türkçe bilmeyen katılımcılar için dil ile ilgili soruların devamını cevaplaması zorunlu tutulmamıştır. İlaveten, Kültürel Diplomasi ile dil ve kültür arasındaki sıkı ilişki doğrultusunda, katılımcılara karşı ülkenin kültür ürünlerine bakış açısını analiz edecek sorular da sorulmuştur. Buna göre, katılımcıların Mısır veya Türkiye’nin dil ve kültür ürünlerine bakış açıları ile ilgili sorulara verdikleri cevaplar Tablo 3.5’te gösterilmiştir.

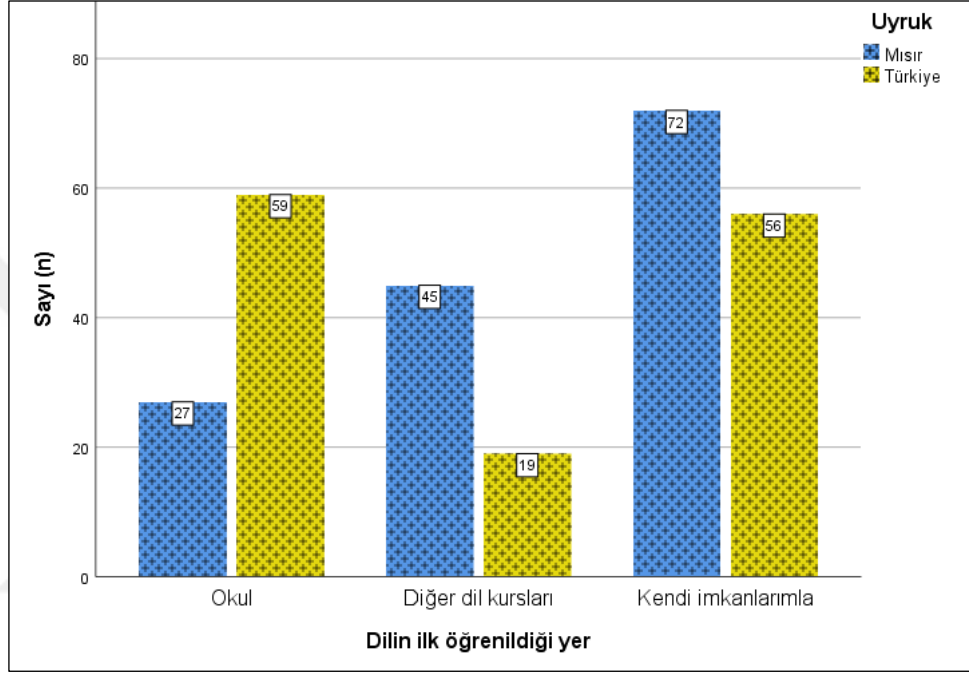
Tablo 3.5. Katılımcıların Mısır veya Türkiye'nin Dil ve Kültür Ürünlerine Bakış Açıları ile İlgili Sorulara Verdikleri Cevaplar

Dil ve Kültür Ürünlerine Bakış Açıları		Mısır (n:144)		Türkiye (n:134)		Test istatistiği
		Sayı	%	Sayı	%	
Dilin ilk öğrenildiği yer	Okul	27	18,8	59	44,0	$\chi^2=24,141$ p=0,000**
	Diğer dil kursları	45	31,2	19	14,2	
	Kendi imkanlarımla	72	50,0	56	41,8	
Arapça veya Türkçe bilme durumu	Evet	69	47,9	73	54,5	$\chi^2=59,504$ p=0,000**
	Kısmen	47	32,7	34	25,4	
	Hayır	28	19,4	27	20,1	
Türkçe/Arapça seviyesi	Başlangıç	27	20,2	24	21,4	$\chi^2=3,628$ p=0,305
	Orta	37	27,6	24	21,4	
	İyi	41	30,6	29	25,9	
	Çok iyi	29	21,6	35	31,3	
Türkçe/Arapça müzik dinleme durumu	Evet	67	46,5	70	52,2	$\chi^2=6,995$ p=0,030*
	Kısmen	32	22,2	40	29,9	
	Hayır	45	31,3	24	17,9	
Türkçe/Arapça dizi/film izleme durumu	Evet	100	69,4	30	22,4	$\chi^2=71,798$ p=0,000**
	Kısmen	26	18,1	30	22,4	
	Hayır	18	12,5	74	55,2	

*p<0,05, **p<0,01, χ^2 : Ki-kare testi (Kategorik veriler)

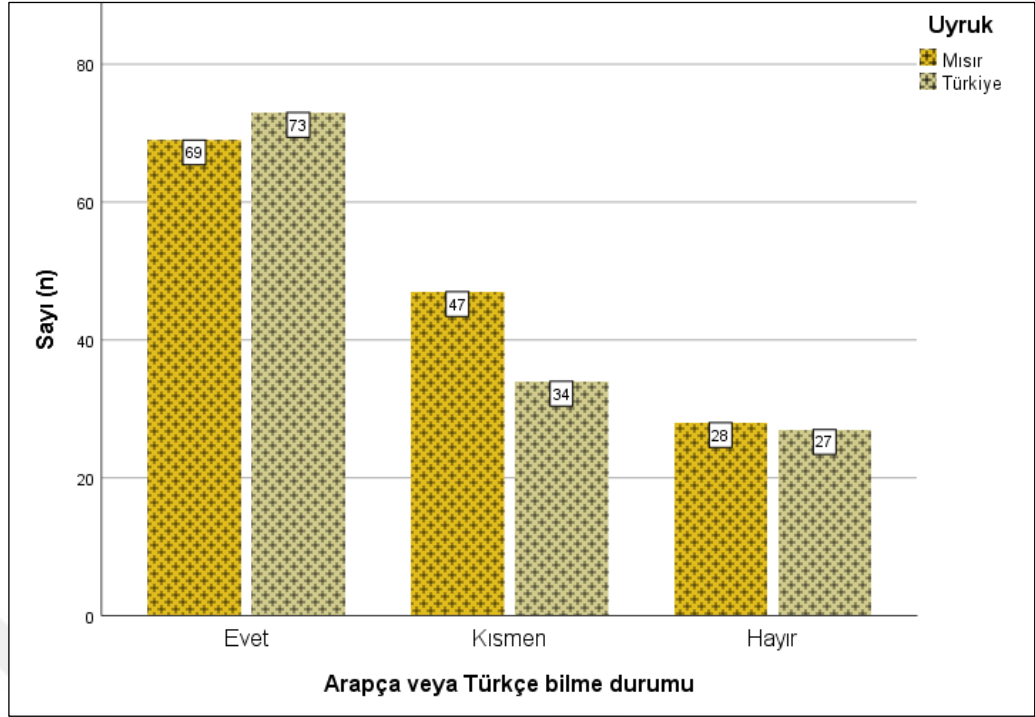
Tablo 3.5'te belirtildiği üzere, uyruklara göre katılımcıların karşı ülkenin dilinin ilk öğrendikleri yerlerin dağılımlarında farklılıklar olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Bu kapsamda, Mısırlı katılımcılar %18,8 oranında okulda, %31,2 oranında diğer dil kurslarında ve %50 oranında kendi imkanlarıyla Türkçe öğrendiğini ifade etmiştir. Bununla beraber, Türk katılımcıların %44'ünün okulda, %14,2'sinin diğer dil kursları ve %41,8'inin kendi imkanlarıyla Arapça öğrendiği sonucuna varılmıştır. Bu sonuçlara göre, Türk katılımcıların büyük çoğunluğu Arapça'yı okulda öğrendiğini belirtirken Mısırlı katılımcıların büyük çoğunluğu Türkçe'yi kendi imkanlarıyla öğrendiklerini ifade etmiştir. Buna göre, anket kapsamında demografik sorulardan hareketle birçoğu Din Bilimleri eğitimi almış katılımcıların Arapça dil eğitimi veren İmam Hatip Liseleri ve/veya İlahiyat bölümlerinde okumuş olabileceği

çıkarımını yapmak mümkündür. Diğer taraftan, Mısırlı katılımcıların %50'sinin Türkçe'yi kendi imkanlarıyla öğrendiklerini belirtmesi de ülkede Türkçe'ye yönelik artan ilgiyi ispatlar niteliktedir. Öyle ki, bir dili kendi imkanlarıyla öğrenmeye çalışmanın o dile karşı var olan bir ilginin göstergesi olduğunun altı çizilmelidir. Bu bağlamda, Şekil 3.10 dilin ilk öğrenildiği yerlerin dağılımlarını işaret etmektedir.



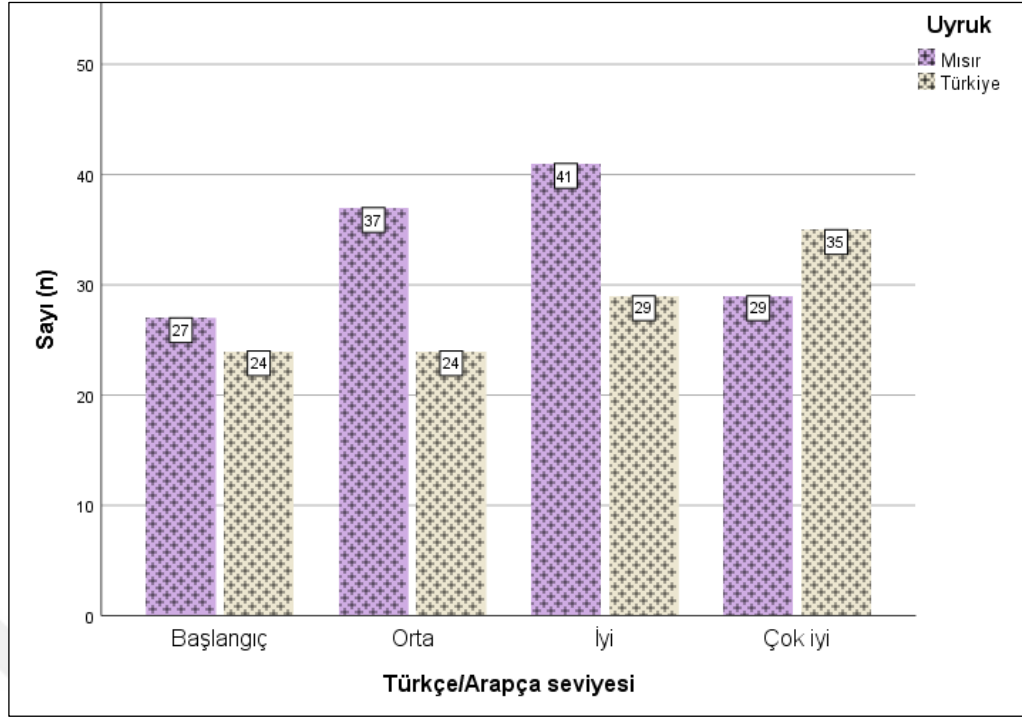
Şekil 3.10. Dilin İlk Öğrenildiği Yerlerin Dağılımları

İşaret edilen verilere göre, katılımcıların Arapça veya Türkçe bilme durumları üzerinde yapılan karşılaştırmada, Mısır ve Türk katılımcıların dil becerilerinde farklılıklar gözlemlenmiştir ($p < 0,05$). Mısırlı katılımcıların %47,9'u Türkçe bilmekte iken Türk katılımcıların %54,5'i Arapça bilmektedir. Kısmen dil bilen katılımcılara bakıldığında, Mısırlı katılımcılarda bu oran %32,7 iken Türk katılımcıların ise %25,4'ü kısmen Arapça bildiğini ifade etmiştir. Ayrıca, Arapça veya Türkçe bilmeyen katılımcıların oranlarının birbirine çok yakın olduğunu belirtmek mümkündür. Mısırlı katılımcıların %19,4'ü Türkçe, Türk katılımcıların %20,1'i Arapça bilmediğini belirtmiştir. Katılımcıların Arapça veya Türkçe seviyeleri Şekil 11'de gösterilmiştir.



Şekil 3.11. Katılımcıların Arapça veya Türkçe Bilme Durumları

Verilen cevaplara istinaden uyruklarına göre katılımcıların dil seviyeleri, Mısırlı ve Türk katılımcıların Türkçe ve Arapça dil becerilerinde çeşitli düzeylerde farklılıklar olmadığını göstermektedir ($p < 0,05$). Bu doğrultuda, Mısırlı katılımcıların %20,1'inin Türkçesi (27 kişi) başlangıç seviyesindeyken, Türk katılımcıların %21,4'ü (24 kişi) başlangıç seviyesinde Arapça bilmektedir. Mısırlı katılımcıların %27,6'sı (37 kişi) orta seviyede Türkçe bilirken Türk katılımcıların %21,4'ü (24 kişi) orta seviyede Arapça bilmektedir. Diğer yandan, Mısırlı katılımcıların %30,6'sı (41 kişi) iyi seviyede Türkçe bildiğini belirtirken Türk katılımcıların ise %25,9'u (29 kişi) iyi seviyede Arapça bilmektedir. Bununla birlikte, çok iyi seviyede Türkçe bildiğini belirten Mısırlı katılımcıların oranı ise %21,6 (29 kişi) iken çok iyi seviyede Arapça bilen Türk katılımcıların oranı %31,3 (35 kişi) olarak öne çıkmıştır. Söz konusu bulgulardan hareketle, katılımcıların Türkçe/Arapça seviyesi Şekil 3.12'de gösterilmiştir.

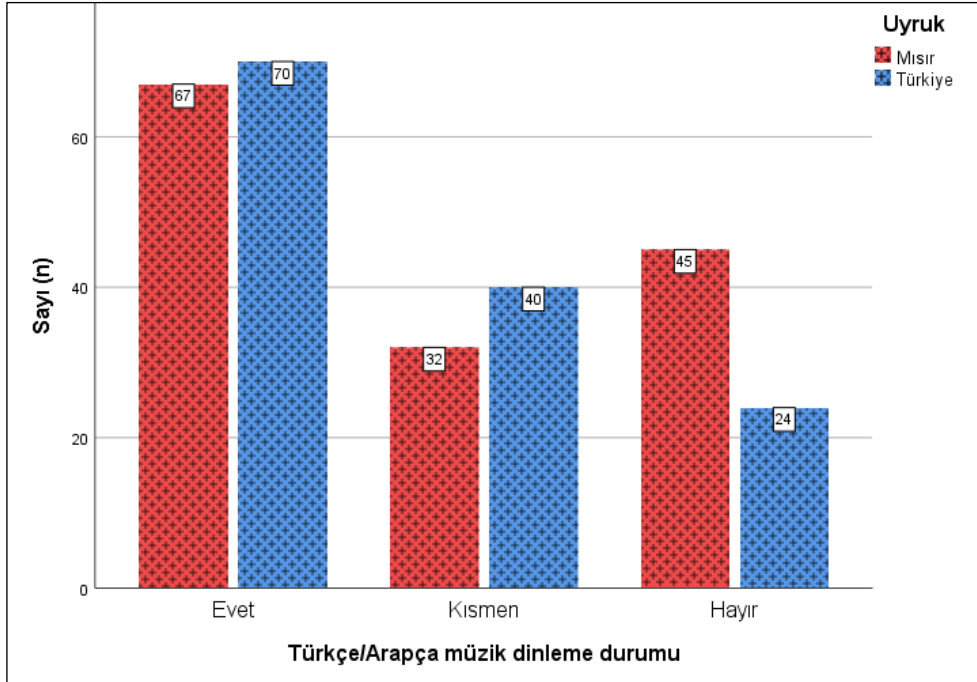


Şekil 3.12. Katılımcıların Türkçe/Arapça Seviyesi

Müzik, Kültürel Diplomasi'nin ve ülkelere ait kültür ürünlerinin önde gelen enstrümanlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Bu kapsamda, katılımcılara Türkçe/Arapça müzik dinleme tercihleri sorulmuştur. Gelen cevaplara istinaden, her iki katılımcı grubunun müzik dinleme tercihlerinin farklılıklar gösterdiği bulgusuna erişilmiştir ($p < 0,05$). Buna göre, Mısırlı katılımcıların %46,5'i (67 kişi) Türkçe müzik dinlediğini ifade etmiştir. Diğer yandan, Türk katılımcıların %52,2'si (70 kişi) Arapça müzikleri dinlemektedir. Mısırlı katılımcıların %22,2'si (32 kişi) kısmen Türkçe müzik dinlediğini belirtirken Türk katılımcıların %29,9'u (40 kişi) Arapça müzikleri kısmen dinlediğini ifade etmiştir. Diğer taraftan, Türkçe müzik dinlemediğini belirten Mısırlı katılımcıların oranı %31,3'ü (45 kişi) iken Türk katılımcıların yalnızca %17,9'u (24 kişi) Arapça müzik dinlemediğini belirtmiştir. Bu kapsamda, Türk katılımcıların Arapça müzik dinleme oranı, Mısırlı katılımcıların Türkçe müzik dinleme oranından yüksektir. Bununla birlikte, katılımcılardan karşı kültüre ait bildikleri şarkıcıların isimlerini yazmaları istenmiştir. Cevaplanması zorunlu tutulmayan bu soruya Türk katılımcıların %80'i en az 1 Arap kökenli sanatçı ismi yazarken, bu oran Mısırlı katılımcılarda ise %44'tür. Buradan hareketle, araştırma evreninde Türk katılımcıların daha fazla Arap sanatçı bildikleri ve Arapça müziğe daha hakim oldukları çıkarımı yapılabilmektedir. Diğer yandan, yalnızca Mısırlı değil, Lübnan, Cezayir, Fas gibi Arapça konuşan farklı ülkelerden

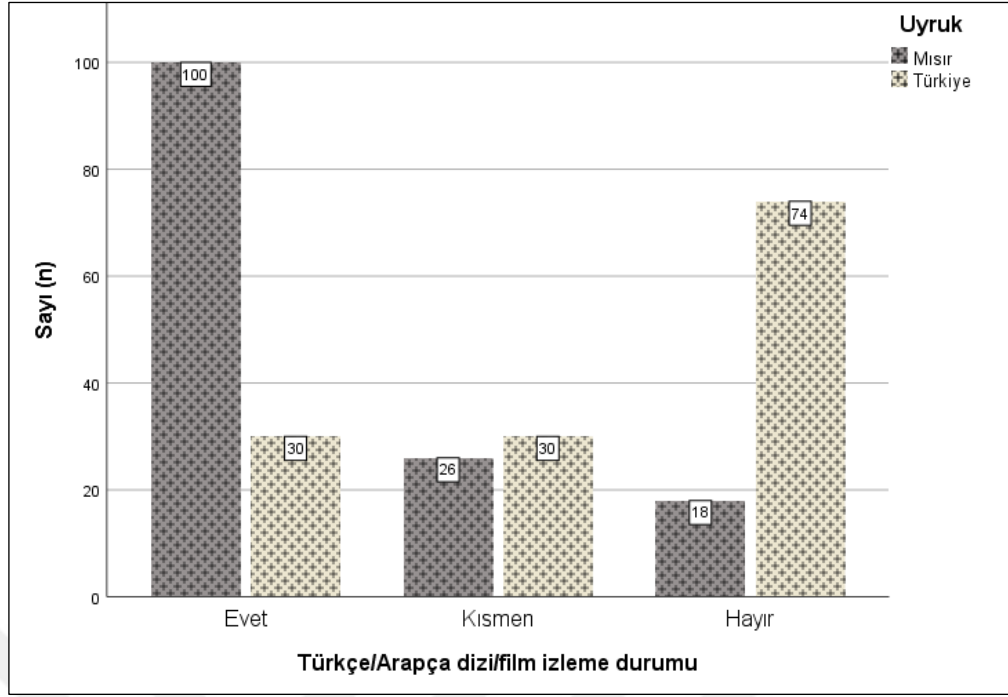
sanatçıların isimlerinin de anket sorusuna cevap olarak yazıldığı göz önünde bulundurulmalıdır.

Türk katılımcıların yazdığı sanatçılarda ismi en çok geçen kişi “Doğu’nun Yıldızı” veya “Mısır’ın 4. Piramidi” lakaplarıyla bilinen ünlü sanatçı Ümmü Gülsüm olmuştur. Mısırlı musikişinas Ümmü Gülsüm’ü, Lübnanlı sanatçı Feyruz takip etmektedir. Bunun yanı sıra, Aldülhalim Hafız, Ferit El Atraş, Asmahan, Varda el-Cezayiriye gibi çoğunlukla 1960-1970’li yılların popüler şarkıcılarının ismi geçmiştir. Ayrıca, Amr Diab, Tamer Hosny, Nancy Ajram gibi günümüz pop şarkıcılarından da bahsedilmiştir. Diğer yandan, Mısırlı katılımcıların cevaplarında ismi en çok geçen Türk şarkıcılar Tarkan ve Sezen Aksu olmuştur. Bunun yanında İbrahim Tatlıses, Sertap Erener, Müslüm Gürses, Hadise ve Barış Manço’nun isimleri geçmiştir. Mısırlı katılımcıların cevaplarında ismi geçen Türk şarkıcıların, Türk katılımcıların cevabındaki Arap şarkıcılara göre daha yeni dönem sanatçıları olduğunu belirtmek mümkündür. Öyle ki, Türk katılımcıların cevaplarındaki Mısırlı/Arap şarkıcıların büyük çoğunluğu 1960-1970’li yıllarda yaşamışlardır. Türk katılımcı grubunun yaş ortalamasının Mısırlı katılımcı grubuna göre daha yüksek olmasının bu durum ile paralellik gösterdiğini belirtmek mümkündür. Buna göre, Katılımcıların Türkçe/Arapça müzik dinleme durumları Şekil 3.13’te gösterilmiştir.



Şekil 3.13. Katılımcıların Türkçe/Arapça Müzik Dinleme Durumları

Katılımcıların aynı zamanda en çok rağbet gören kültür ürünü olarak öne çıkan dizi ve filmler ile de ilişkisi incelenmiştir. Buna göre, katılımcılara karşı kültürün dizi ve filmlerini izleyip izlemedikleri sorulmuştur. Anket sorusuna gelen yanıtlar doğrultusunda, Mısırlı ve Türk katılımcıların Türkçe ve Arapça dizi/film izleme alışkanlıkları farklılık göstermiştir ($p<0,05$). Mısırlı katılımcıların %69,4'ü (100 kişi) Türkçe dizi/film izlemektedir. Diğer yandan, Türk katılımcıların yalnızca %22,4'ü (30 kişi) Arapça dizi/film izlediğini ifade etmiştir. Buna göre, Türk yapımı dizi/film izlediğini belirten Mısırlı katılımcılar, Arapça dizi/film izleyen Türk katılımcılardan %47 oranında daha fazladır. Ayrıca, soruya “Kısmen” cevabını veren Mısırlı katılımcıların oranı %18,1'i (26 kişi), Türk katılımcıların oranı %22,4'ü (30 kişi) olmuştur. Diğer yandan, Türkçe dizi/film izlemediğini belirten Mısırlı katılımcıların oranı yalnızca %12,5'i (18 kişi) iken Arapça dizi/film izlemediğini belirten Türk katılımcıların oranı ise %55,2 (74 kişi) olarak öne çıkmıştır. Bu sonuçlara göre, Mısırlı katılımcıların Türkçe dizi/film izleme oranının Türk katılımcıların Arapça dizi/film izleme oranlarından oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Hangi Türk/Mısır dizilerini biliyorsunuz?” sorusuna ise çeşitli cevaplar gelmiştir. Mısırlı katılımcı grubunun adından en sık söz ettiği Türk yapımı dizi/filmler “*Aşk-ı Memnu, Diriliş: Ertuğrul, Kurtlar Vadisi, Kara Para Aşk, Çukur, Kuruluş: Osman, Atiye*” olarak öne çıkmaktadır. Mısırlı katılımcıların soruyu yanıtlama oranı ise %92'dir. Diğer yandan, cevaplama zorunlu tutulmayan bu soruyu Türk katılımcıların ise yalnızca %35'i yanıtlamıştır. Soruyu yanıtlayan %35'lik dilimdeki Türk katılımcılardan aynı soruya, “Hz. Ömer, Hz. Yusuf, sahabelerin hayatını anlatan yapımlar” cevapları gelmiştir. Buna göre, araştırma kapsamında Mısırlı katılımcıların bildiği Türk Dizi/Filmleri'ni izlediğini belirtme oranı, Türk katılımcıların Mısır yapımı dizi/Filmleri'ni izlediğini belirtme oranından %57 daha fazladır. Anket sonuçlarının da gösterdiği üzere Mısırlı katılımcılar nezdinde Türk Dizileri'ne yönelik yoğun bir ilginin var olduğunun ve bu yoğun ilginin bir Türk Kültür Diplomasisi adına işlevsel olabileceğinin altı çizilmelidir. Şekil 3.14 katılımcıların Türkçe/Arapça dizi/film izleme durumlarını göstermektedir.



Şekil 3.14. Katılımcıların Türkçe/Arapça Dizi/Film İzleme Durumları

Müzik, turizm, dizi ve filmlerin yanı sıra bir ülkenin mutfağı ve yemek kültürü de o ülkeyi tanıtan ve Kültürel Diplomasi bağlamında çekici kılan unsurların başında gelmektedir. Öyle ki günümüzde Gastrodiploasi, Kültürel Diplomasi bağlamından taşarak günümüzde başlı başına bir çalışma alanı olarak öne çıkmaktadır. Bu doğrultuda, anket kapsamında katılımcıların karşı ülkenin yemek kültürü ile ilişkisi irdelenmiştir. Katılımcıların Türk/Mısır Mutfağı'nı sevme düzeyini Tablo 3.6'da gösterilmiştir.

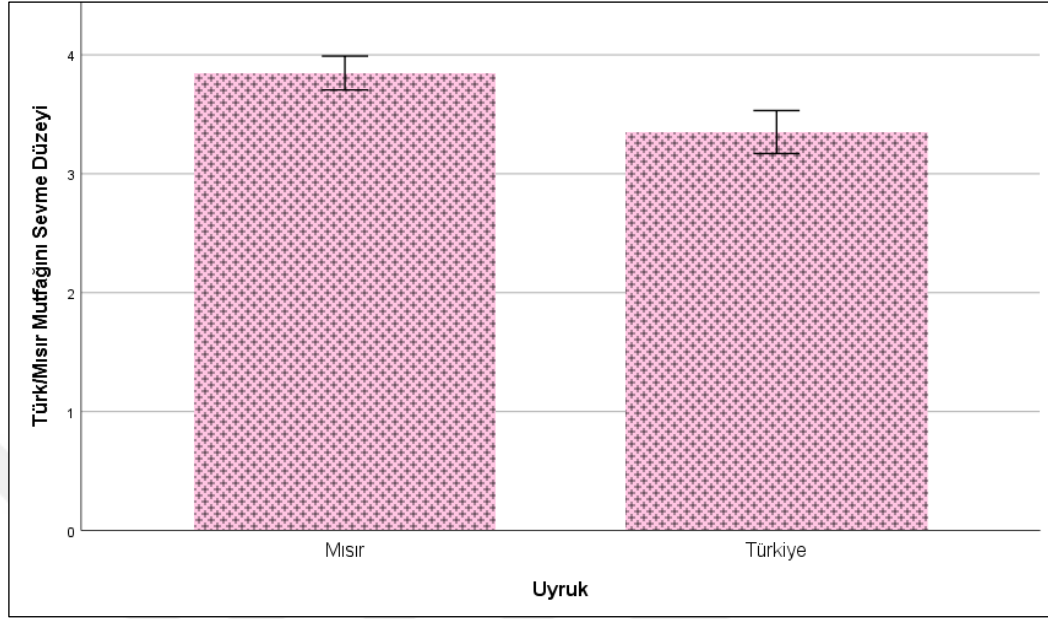
Tablo 3.6. Katılımcıların Türk/Mısır Mutfağı'nı Sevme Düzeyi

Karşı Ülkenin Mutfağını Sevme Durumu	Uyruk	N	Ort.	S.S.	t	p
Türk/Mısır Mutfağı'nı sevme durumu	Mısır	144	3,85	0,86	4,271	0,000**
	Türkiye	134	3,35	1,06		

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, t : Independent Sample T Testi

Anket kapsamında, katılımcılardan karşı ülkenin mutfağını sevip sevmeme düzeyini 1 en düşük ve 5 en yüksek olarak şekilde puanlamaları istenmiştir. Buradan hareketle, Mısırlı katılımcılarının Türk Mutfağı'nı sevme düzeyi 3,85 ve Türk katılımcılarının Mısır Mutfağı'nı sevme düzeyi 3,35 olarak öne çıkmıştır.

Dolayısıyla, uyruklara göre Türk/Mısır Mutfağı'nı sevme düzeyleri farklılık göstermiştir ($p<0,05$). Şekil 3.15 söz konusu sonucu işaret etmektedir.



Şekil 3.15. Katılımcıların Türk/Mısır Mutfağı'nı Sevme Düzeyi

Araştırma kapsamında, Mısırlı katılımcıların Türk Mutfağı'nı sevme oranı 3.85 ile ortalamanın üstünde bir sonuç olarak öne çıkmaktadır. Aynı şekilde, Türk katılımcıların da Mısır Mutfağı'nı sevme oranı 3.35 ile ortalamanın üzerindedir. Bununla birlikte, araştırma evreninde Mısırlı katılımcıların Türk Mutfağı'na, Türk katılımcıların Mısır Mutfağı'na duyduğu ilgiden daha fazla ilgi duymuş olduğunun altını çizmek mümkündür. Mısırlı katılımcıların Türk Mutfağı'na olan yüksek seviyede ilgisinin, Türk Kültür Diplomasisi adına bir diğer işlevsel enstrüman olabileceğinin altını çizmek mümkündür. İlaveten, katılımcılardan bildikleri Mısır/Türk yemeklerini yazmaları talep edilmiştir. Mısırlı katılımcılardan gelen en yoğun cevaplar “Kebap, Döner, Lahmacun, Baklava, Yaprak Sarması, Kokoreç, Midye, Mantı, Çiğ Köfte, Tandır, İskender” şeklinde olmuştur. Türk katılımcılardan aynı soruya gelen yanıtlar ise “Kuşari, Tamiye, Molehiya, Şavarma, Foul, Mahşi, Luby ve Fesih” olmuştur. Bununla birlikte Falafel, Hummus, Maklube, Mansef gibi Levant Mutfağı'na ait yiyeceklerin de adı geçmiştir.

3.5.5. Katılımcıların Karşı Ülkeye Yönelik Algıları

Araştırma kapsamında, katılımcılara karşı ülkeye yönelik algıyı genel hatlarıyla ölçmek adına birtakım sorular sorulmuştur. Bu doğrultuda, katılımcıların Türkiye ve Mısır algısı ile ilgili sorulara verdikleri cevaplar Tablo 3.7’de gösterilmiştir.

Tablo 3.7. Katılımcıların Türkiye/Mısır Algısı ile İlgili Sorulara Verdikleri Cevaplar

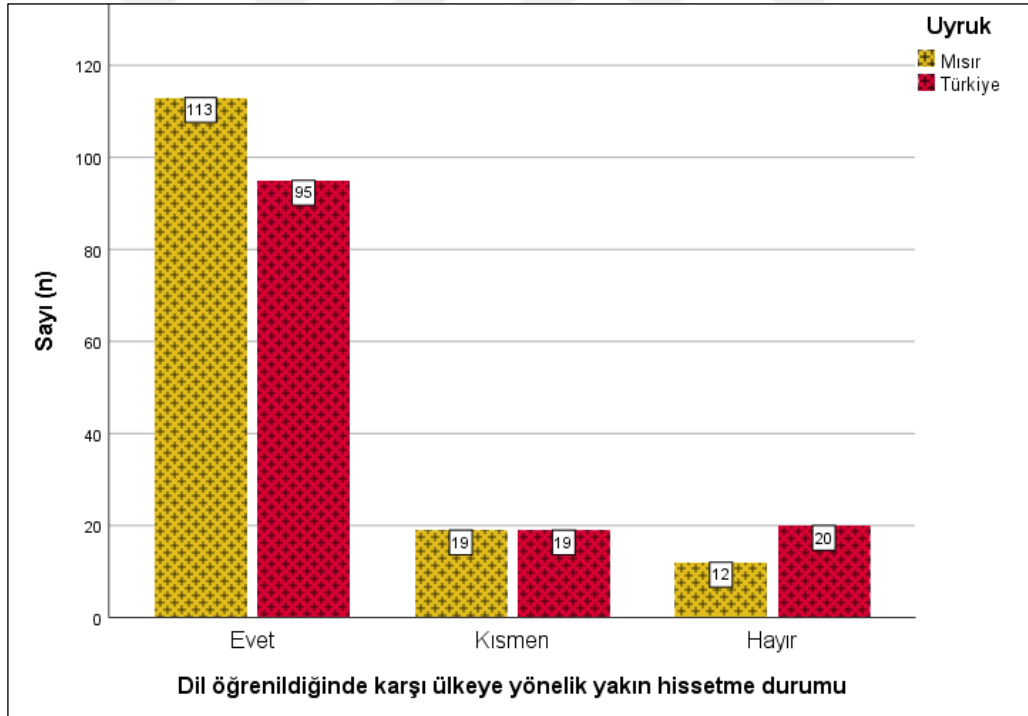
Karşı Ülkeye Yönelik Algı ile ilgili sorular		Mısır (n:144)		Türkiye (n:134)		Test istatistiği
		Sayı	%	Sayı	%	
Dil öğrenildiğinde karşı ülkeye yönelik yakın hissetme durumu	Evet	113	78,5	95	70,9	$\chi^2=3,202$ p=0,202
	Kısmen	19	13,2	19	14,2	
	Hayır	12	8,3	20	14,9	
Türkiye veya Mısır'da yaşamak isteme durumu	Evet	94	65,3	55	41,0	$\chi^2=21,886$ p=0,000**
	Hayır	17	11,8	44	32,8	
	Emin değilim	33	22,9	35	26,1	
Karşı ülkede yaşamak isteme nedenleri***	Kültürünü seviyorum	56	22,1	36	22,0	$\chi^2=70,450$ p=0,000**
	Yaşam stili hoşuma gidiyor	81	32,0	22	13,4	
	Halkı seviyorum	38	15,0	46	28,0	
	Alım gücüm ülkede rahat yaşamak için yeterli oluyor	31	12,3	33	20,1	
	İklim ve coğrafyasını seviyorum	45	17,8	23	14,0	
	İş fırsatları	2	0,8	0	0,0	
	Diğer	0	0,0	4	2,4	
	Toplam	253	100,0	164	100,0	

*p<0,05, **p<0,01, χ^2 : Ki-kare testi (Kategorik veriler), ***Çok seçenekli soru

Araştırma soruları kapsamında öncelikle katılımcıların dil öğrendiğinde karşı ülkenin kültürüne yönelik yakın duygular hissedip hissetmedikleri irdelenmiştir. Buna göre, katılımcıların öğrendikleri dillere karşı duydukları yakınlık hissetme durumlarının benzer olduğu görülmüştür ($p>0,05$). Mısırlı katılımcıların %78,5'i (113 kişi) Türkçe

öğrendiğinde Türkiye'ye karşı daha yakın hissettiğini ifade etmiştir. Türk katılımcıların ise %70,9'u (95 kişi) Arapça öğrendiğinde kendilerini Arapça konuşan ülkelere daha yakın hissettiklerini belirtmiştir. Aynı soruya “kısmen” cevabını veren Mısırlı katılımcıların oranı %13,2 (19 kişi), Türk katılımcıların oranı ise %14,2 (19 kişi) olmuştur. Bununla birlikte, Mısırlı katılımcıların %8,3'ü (12 kişi) Türkçe öğrenmelerinin Türkiye'ye karşı yakınlık hissettirmedeğini belirtirken bu oran Türk katılımcı grubunda %14,9 (20 kişi) olarak öne çıkmıştır.

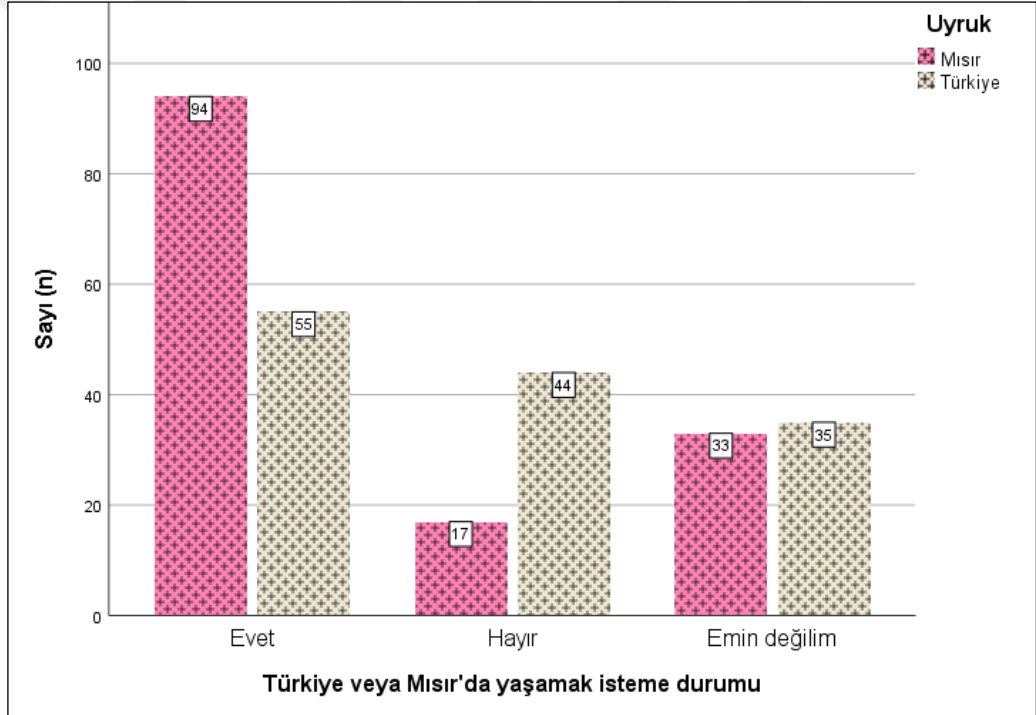
Dili öğrenilen ülkeye yönelik yakınlık hissetme durumları Şekil 3.16'da gösterilmiştir. Buradan hareketle, Mısırlı katılımcı grubunun %78,5'i, Türk katılımcı grubunun ise %71'i Türkçe/Arapça öğrendiklerinde karşı ülkeye yönelik daha yakın hisler beslemeye başladıklarını ifade etmiştir. Her iki katılımcı grubunun da soruyu “Evet” şeklinde yanıtlama oranı birbirine yakın ve aynı zamanda ortalamanın üstündedir. Bu doğrultuda, araştırmadan edinilen bulguya istinaden, yabancı dil öğrenmenin karşı kültüre yönelik yakınlık hissetmeyi sağlayabileceği çıkarımını yapmak mümkündür.



Şekil 3.16. Dil öğrenildiğinde karşı ülkeye yönelik yakın hissetme durumu

Diğer yandan, katılımcılara karşı ülkede yaşamayı isteyip istemeyecekleri sorulmuş ve “Evet” cevabı verenlerin bunu gerekçelendirmeleri istenmiştir. Buna göre, katılımcıların Türkiye veya Mısır'da yaşamak isteme durumları için her

katılımcı grubunun cevapları arasında farklılıklar gözlemlenmiştir ($p<0,05$). Mısırlı katılımcıların %65,3'ü (94 kişi) Türkiye'de yaşamak isteyebileceğini belirtirken Türk katılımcıların %41'i (55 kişi) Mısır'da yaşamak isteyebileceğini ifade etmektedir. Bununla birlikte, Türkiye'de yaşamak istemeyeceğini belirten Mısırlı katılımcıların oranı %11,8 (17 kişi) iken Mısır'da yaşamak istemeyeceğini belirten Türk katılımcıların cevaplarında %32,8 (44 kişi) gibi daha yüksek bir oran olarak kaydedilmiştir. Ayrıca, "Emin değilim" seçeneğini tercih eden katılımcılar arasında da oransal olarak fark bulunmaktadır. "Emin değilim" seçeneğini işaretleyen Mısırlı katılımcıların oranı %22,9 (33 kişi) iken bu oranın Türk katılımcılarda %26,1 (35 kişi) olduğu görülmüştür. Katılımcıların Türkiye veya Mısır'da yaşamak isteme durumları Şekil 3.17'de gösterilmiştir.

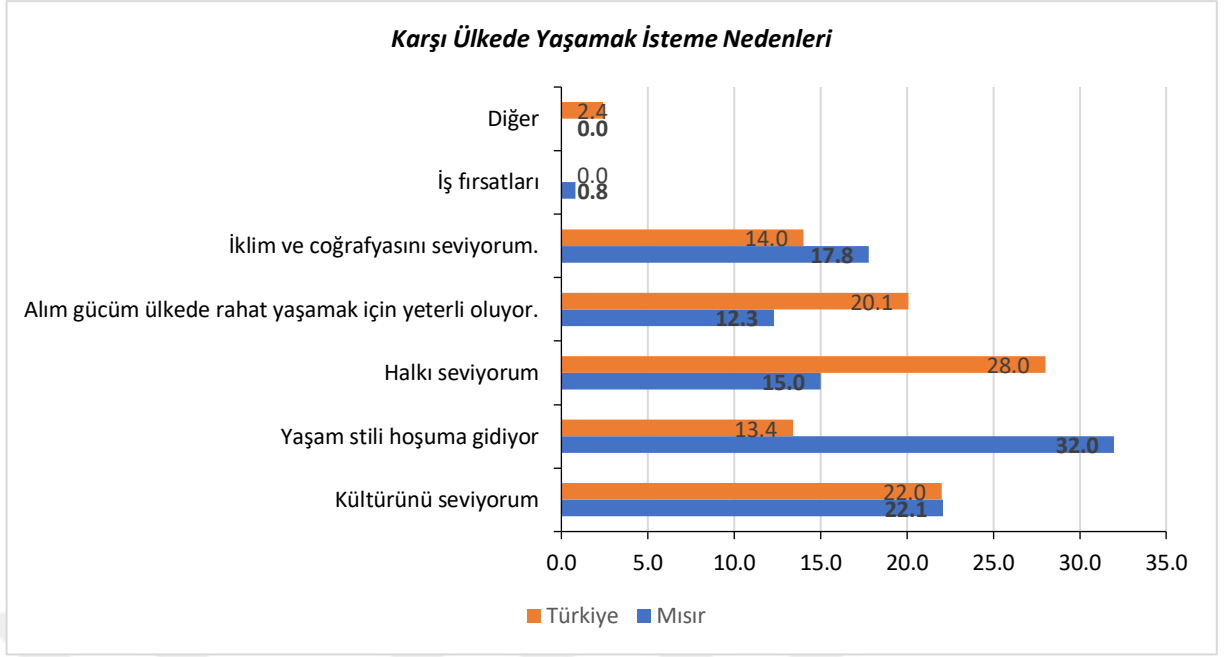


Şekil 3.17. Katılımcıların Türkiye veya Mısır'da Yaşamak İsteme Durumları

Mısır veya Türkiye'de yaşamak isteyebileceğini belirten katılımcılara cevaplarının nedeni çok seçenekli soru olarak sorulmuş, ayrıca katılımcılara "Diğer" bölümüne manuel şekilde cevap yazabilme imkanı tanınmıştır. Buna istinaden, katılımcıların Türkiye veya Mısır'da yaşamak isteme nedenleri farklılık gösterdiği görülmüştür ($p<0,05$). Türkiye'de yaşamak isteme nedenlerine odaklanıldığında, Mısırlı katılımcıların en çok işaretlediği seçenek %32'lik oran ile "Yaşam stili hoşuma gidiyor" olmuştur. Bunun yanı sıra Mısırlı katılımcılar %22 oranında

“Kültürü sevmek” seçeneğini işaretlemişlerdir. “Halkı sevme” nedeni de %15'lik bir oranla dikkat çekerken “İklim ve coğrafya” da %17,8'lik bir oranla değerlendirilmiştir. Diğer yandan, Mısır'da yaşamak isteyebileceğini belirten Türk katılımcıların nedenleri incelendiğinde kültürü sevmeye oranının %22 olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra, Türk katılımcıların en çok oyladığı seçenek %28 ile “Halkı seviyorum” olmuştur. Bu verilerden hareketle, Mısırlı katılımcıların en çok oyladığı ilk üç neden “Yaşam sitali hoşuma gidiyor”, “Kültürünü seviyorum” ve “İklim ve coğrafyasını seviyorum” olarak öne çıkmıştır. Mısır'da yaşamak isteyebileceğini belirten Türk katılımcıların en çok işaretlediği ilk üç seçeneğin ise “Halkı seviyorum”, “Kültürünü seviyorum” ve “Alım gücüm ülkede rahat yaşamak için yeterli oluyor” şıkları olduğu görülmektedir. Buna göre, her iki uyruktan katılımcıların yaşam tercihlerini etkileyen faktörlerin çeşitliliği ve öncelik sıralamaları olduğunun altı çizilmelidir.

Verili seçeneklerin yanı sıra katılımcılara “Diğer” bölümü ile şahsi cevaplarını yazma imkanı da tanınmıştır. Bu kapsamda, Türk katılımcılar tarafından “Diğer” bölümüne “*Sıcak hoş bir ülke ama çok kalabalık, Hurghada gibi gelişmiş ama küçük bir şehirde yaşamak isterdim*”, “*Çocuklarım Arapça öğreniyor ve İslami bir çevrede büyüyorlar*”, “*Eşimi seviyorum*”, “*İş amaçlı*”, “*Çocukluğumdan beri buradayım, nereye gitsem Mısır'ı özliyorum*”, “*Eşim buralı*”, “*İstikrarsız bir ülke, emin olamıyorum*” şeklinde cevaplar yazılmıştır. Mısırlı katılımcılar ise “Diğer” bölümüne kayda değer bir cevap yazmamıştır. Buna göre, Şekil 3.18 katılımcıların karşı ülkede yaşama isteme nedenleri işaret etmektedir.



Şekil 3.18. Karşı Ülkede Yaşamak İsteme Nedenleri

Buradan hareketle, Mısır’da yaşamak istediğini belirten Türk katılımcıların çoğunluğu Mısır Halkı’nı ve kültürünü sevdiğini ifade etmiştir. Öyle ki, “*Kültürünü seviyorum*” cevabı her iki katılımcı grubunda da en çok oylanan seçeneklerin başında gelmektedir. Buradan hareketle, karşı ülkenin “kültürünü sevmek” her iki katılımcı grubunda da karşı ülkede yaşamak istemeye yönelik bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda, Türkiye’de yaşamak isteyebileceğini belirten Mısırlı katılımcıların sırasıyla Türk Yaşam Stili’ni, Türk Kültürü’nü ve Türkiye’nin iklim ve coğrafyasını sevdiğini belirtmesi bu unsurların bölgedeki Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi kapsamında kullanılabilmesi adına da anlamlıdır.

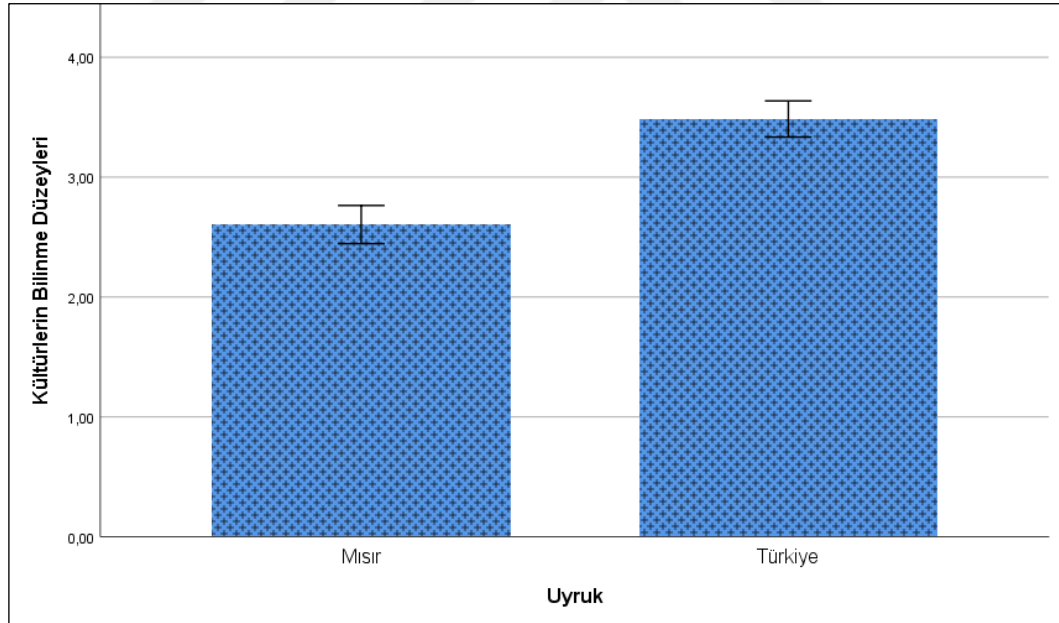
Anket çalışması kapsamında, katılımcıların karşı ülkedeki yaşam tecrübelerinden hareketle, bulundukları ülkede kendi kültürlerinin bilinip bilinmediği de sorulmuştur. Buna göre Türk katılımcılara, “Sizce Türk Kültürü Mısır’da biliniyor mu?” ve Mısırlı katılımcılara “Sizce, Mısır Kültürü Türkiye’de biliniyor mu?” Sorusu yöneltilmiştir. Gelen yanıtlarına istinaden, karşı ülke tarafından Türkiye veya Mısır’ın kültürlerinin bilinme durumu Tablo 3.8’de gösterilmiştir.

Tablo 3.8. Türkiye veya Mısır'ın Kültürünün Bilinme Düzeyleri

<i>Algı ile ilgili sorular</i>	Uyruk	<i>N</i>	<i>Ort.</i>	<i>S.S.</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
Kültürlerin bilinme durumu	Mısır	144	2,60	0,97	-7,905	0,000**
	Türkiye	134	3,49	0,88		

**p<0,05, **p<0,01, t: Independent Sample T Testi*

Bu kapsamda, Mısırlı katılımcıların 1 en düşük 5 en yüksek olacak şekilde yaptığı puanlamaya göre, Mısır Kültürü'nün Türkiye'de bilinme düzeyi 5 üzerinden 2,60 olarak çıkmıştır. Bununla birlikte, Türk katılımcı grubu da aynı puanlamayı yapmış ve katılımcıların cevaplarından hareketle Türk Kültürü'nün Mısır'da bilinme düzeyi 3,49 olarak öne çıkmıştır. Buna göre, Mısır ve Türkiye'de karşı ülkenin kültürünün bilinme düzeyleri farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Türkiyeli katılımcıların cevaplarına istinaden, Türk Kültürü'nün Mısır'da, Mısır Kültürü'nün Türkiye'de bilindiğinden daha yüksek oranda bilinip tanındığı görülmüştür. Sonuçlar Şekil 3.19'da gösterilmiştir.



Şekil 3. 19. Kültürlerin Bilinme Düzeyleri

Kültürlerin bilinme düzeyi kapsamında, her iki katılımcı grubunun cevaplarına göre arada büyük bir fark olduğunu ifade etmek mümkündür. Soruya gelen cevaplardan hareketle, Türk Kültürü'nün Mısır'da bilinip tanındığı çıkarımı da yapılabilmektedir. Bu kapsamda tarihsel olarak Mısır'daki 11 asırlık Türk Varlığı'nın yanı sıra, yakın tarihte ülkede Türk Dizileri'nin ve Türkçe öğretiminin

yaygınlaşmasının ve son olarak 2010'dan bu yana yürütülen Kültür Diplomasisi çalışmalarının sürmesinin ülkede Türk Kültürü'nün tanınmasına olanak sağladığını vurgulamak mümkündür. Bu doğrultuda Türkiye'de bulunan Mısırlı katılımcıların cevaplarından hareketle Mısır Kültürü Türkiye'de bilinmediği ifade edilmektedir.

3.6. Ölçümlemenin Değerlendirilmesi ve Sonuçları

“Kamu Diplomasisi Bağlamında Türkiye'nin Mısır'daki Kültür-Dil Diplomasisi Faaliyetlerinin Ölçülenmesi (Anket Tekniği)” adlı tez çalışmasının üçüncü bölümü olarak yürütülen “Mısır'a Giden Türkler ve Türkiye'ye Gelen Mısırlılar Üzerine Kültür-Dil Diplomasisi'nin Ölçülenmesi (Anket Tekniği)” adlı araştırma ile Türkiye ve Mısır ülkelerinden katılımcıların karşı ülkedeki deneyimlerinin, karşı ülkenin kültürüne dair yaklaşımlarının irdelenmesi ve iki ülke arasındaki kültürel ortaklığa dikkat çekilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca araştırma kapsamında, Türkiye'nin Mısır'daki Kültür Diplomasisi kapasitesine ve yumuşak güç potansiyeline dair fikir edinmek de amaçlanmıştır. Bu bağlamda, eğitim, dil öğrenimi, staj, iş, proje veya gönüllülük gibi amaçlarla Mısır'da bulunmuş Türkler ve Türkiye'de bulunmuş Mısırlılar hedef kitle olarak seçilmiştir. Araştırma evreninde, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin incelenmesi, katılımcıların karşı ülkeye gitme amaçları ve tercih nedenleri, katılımcıların karşı ülkenin kültür ve tarihine bakış açıları, katılımcıların karşı ülkenin dil ve kültür ürünlerine bakış açıları ve katılımcıların karşı ülkeye yönelik algıları ortaya konmuştur. Anket soruları doğrultusunda, katılımcıların karşı ülkede bulundukları süre zarfında, karşı ülkenin kültürüne dair edindiği izlenimlerden ve yaklaşımlardan yararlanılmıştır. Aynı zamanda anket soruları, katılımcıların karşı kültüre yönelik düşüncelerini de paylaşmasına imkan tanımıştır. Anket verilerinden hareketle 9 adet araştırma sorusu ile araştırma öncesi öne sürülen 7 hipotez doğrulanmaya çalışılmıştır. Araştırma soruları aşağıdaki şekilde sıralanabilmektedir:

- Soru 1: Katılımcılar çoğunlukla hangi amaçla karşı ülkede bulunmuştur?
- Soru 2: Katılımcıların karşı ülkeyi tercih etme nedenleri nelerdir?
- Soru 3: Hangi katılımcı grubu karşı ülkeyi tercih etmek daha fazla neden belirtmiştir?
- Soru 4: Katılımcı gruplarının karşı ülkenin kültür ürünlerine olan ilgisi ne düzeydedir?

- Soru 5: Katılımcılar iki ülke arasındaki kültürel benzerliği ne oranda değerlendirmektedir?
- Soru 6: Katılımcılar kendilerini karşı ülkenin kültürüne yakın hissetmekte midir?
- Soru 7: Türkiye ve Mısır'ın kültürü, karşı ülkede ne ölçüde bilinip tanınmaktadır?
- Soru 8: Katılımcılar yaşam açısından karşı ülkeyi nasıl değerlendirmektedir?
- Soru 9: Hangi katılımcı grubu karşı ülkeyi daha cazip bulmaktadır?

Araştırma sorularından hareketle hazırlanan 7 adet hipotez ise aşağıda belirtilmiştir. Buna göre hipotezler bağlamında araştırma soruları sınanmıştır.

- H1: Mısır, Türkler tarafından daha çok Din Bilimleri ve Arapça öğrenimi amaçları için tercih edilmiştir. Mısırlı katılımcılar ise Türkiye'yi daha çeşitli amaçlarla tercih etmiştir.
- H2: Mısırlı katılımcılar, Türkiye'yi tercih etmek için Türk katılımcı grubuna oranla daha fazla neden sunmaktadırlar.
- H3: Mısırlı katılımcıların Türk Kültürü'ne, Tarihi'ne, Mutfağı'na, Müzikleri'ne ve Dizi/Filmleri'ne olan ilgisi, Türk katılımcıların Mısır Kültürü'ne, Tarihi'ne, Mutfağı'na, Müzikleri'ne ve Dizi/Filmleri'ne olan ilgisinden daha fazladır.
- H4: Her iki katılımcı grubunda da katılımcıların büyük çoğunluğu, iki ülke arasında kültürel benzerlik bulunduğunu düşünmektedir.
- H5: Her iki katılımcı grubunun büyük çoğunluğu gittikleri ülkenin kültürüne kendilerini yakın hissetmektedir.
- H6: Türk Kültürü Mısır'da, Mısır Kültürü'nün Türkiye'de bilindiğinden daha fazla bilinmektedir.
- H7: Türkiye, Mısırlılar için yaşam açısından cazip bir ülkedir.

Araştırma 27 soruya 144'ü Mısır uyruklu, 134'ü ise Türkiye uyruklu toplam 278 katılımcının verdiği cevaplar ile sonuçlanmıştır. Anket çalışması kapsamındaki sorular içerik olarak daha önce öne sürülen 7 adet hipotez ve araştırma sorularına paralel şekilde hazırlanmıştır. Böylelikle anket sorulara gelen cevaplar, araştırma sorularına ve öne sürülen hipotezlerin doğrulanmasına ışık tutar niteliktedir. İlk hipotez için araştırma kapsamında “Katılımcılar çoğunlukla hangi amaçla karşı

ülkede bulunmuştur?” Sorusu hazırlanmıştır. Bu kapsamda, katılımcılardan karşı ülkede bulunma amaçları ve karşı ülkeyi tercih etme nedenlerini belirtmeleri istenmiştir. Soruya gelen cevaplara göre Türk katılımcı grubunun “Mısır’a gitme amacınız nedir?” sorusuna verdiği cevaplarda en yüksek oran %33 “Dil öğrenimi” olmuştur. “Neden Mısır’ı tercih ettiniz?” sorusunda ise en çok işaretlenen seçenek “Ülkede Arapça konuşulması” olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte, Türk katılımcı grubunun en yoğun eğitim aldığı alan Din Bilimleri’dir. Bu durumda, çoğunluğu Din Bilimleri alanında eğitim almış Türk katılımcıların, dil öğrenimi amacıyla ve ülkede Arapça konuşulması motivasyonu ile Mısır’ı tercih ettikleri sonucuna varılabilmektedir. Diğer yandan, Mısırlı katılımcı grubunun ise soruya verdiği cevaplar sonucunda Türkiye’de bulunma amaçlarının yüzdesel olarak daha çeşitlidir. Buna göre, Mısırlılar tarafından en yüksek oranda oylanan tercih nedenleri "Eğitim (%15,4), yaşam koşulları (%12,9), kültürel benzerlik (%12,9), turizm (%12,9), uygun fiyatlı bir ülke olması (%12)" olarak sıralanabilmektedir. Bu kapsamda, en yüksek oran %15,4 ile eğitim kategorisinde görülürken “Evlilik, iş” gibi “Diğer” bölümü altına yazılan cevaplar haricinde, verili seçeneklerden işaretlenen en düşük oran %10 ile dil olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla, söz konusu verilerin Hipotez 1’i (Mısır, Türkler tarafından daha çok Din Bilimleri ve Arapça öğrenimi amaçları için tercih edilmiştir. Mısırlı katılımcılar ise Türkiye’yi daha çeşitli amaçlarla tercih etmiştir.) doğruladığı ifade edilebilmektedir.

Araştırma kapsamında hazırlanan Soru 2, “Katılımcıların karşı ülkeyi tercih etme nedenleri nelerdir?” ve Soru 3, “Hangi katılımcı grubu karşı ülkeyi tercih etmek daha fazla neden belirtmiştir?” Olarak öne çıkmaktadır. Buradan hareketle Hipotez 2 ise “Mısırlı katılımcılar, Türkiye’yi tercih etmek için Türk katılımcı grubunun cevaplarına oranla daha fazla neden sunmaktadır.” Şeklinde kurgulanmıştır. Böylece, Soru 2’ye istinaden, her iki katılımcı grubuna da karşı ülkeyi tercih etme nedenleri sorulmuş ve Türklerin Mısır’ı, Mısırlıların ise Türkiye’yi tercih etmesindeki nedenler analiz edilmeye çalışılmıştır. Soruya gelen cevaplara göre, Türk katılımcıların Mısır’a gitme motivasyonu çoğunlukla Arapça öğrenmeye yönelikken Mısır katılımcı grubunun Türkiye’yi tercih etme nedenlerinin daha çeşitli olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, araştırma evreninde Mısırlı katılımcıların perspektifinden Türkiye’nin daha çeşitli imkanlar vaat ettiği çıkarımını yapmak mümkündür. Öyle ki, Mısırlı katılımcılar “Neden Türkiye’yi tercih ettiniz?” sorusundaki birden fazla işaretlemeye uygun olarak hazırlanan şıkları 474 kez

işaretlemişlerdir. Türk katılımcılar ise “Neden Mısır’ı tercih ettiniz?” sorusuna 315 kez işaretlemeye bulunmuştur. Ayrıca, Mısırlı katılımcı grubu “Diğer” bölümünde de “Aiesec projesi, eğitim kalitesi, eğitim fiyatları, Türk dizileri, Türkiye’ye yönelik merak” gibi daha çeşitli nedenler belirtmiştir. Dolayısıyla, işaretleme sayılarına göre Mısırlı katılımcı grubu Türkiye’ye gelmek için 1 buçuk kat daha fazla tercih nedeni belirtmiştir. Böylece, anket kapsamındaki bulgular Soru 2 ve 3’ü yanıtlamakta ve Hipotez 2’yi de doğrulamaktadır.

Araştırma kapsamında hazırlanan “Katılımcı gruplarının karşı ülkenin kültür ürünlerine olan ilgisi ne düzeydedir?” Sorusundan hareketle Hipotez 3, “Mısırlı katılımcıların Türk Kültürü’ne, Tarihi’ne, Mutfağı’na, Müzikleri’ne ve Türk yapımı dizi ve filmlere olan ilgisinin, Türk katılımcıların Mısır Kültürü’ne, Tarihi’ne, Mutfağı’na, Müzikleri’ne ve Mısır yapımı dizi ve filmlerine olan ilgisinden daha fazla olduğunu” önermektedir. Bu doğrultuda, katılımcılardan karşı ülkenin dizi/film, yemek, kültür, tarih ve müzik gibi kültür ürünlerine duydukları ilgiyi puanlamaları istenmiştir. Buna göre, elde edilen bulgular aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir:

- Mısırlılar Türk Dizi ve Filmleri’ni, Türk katılımcılarının aynı soruya cevabına oranla %42,7 daha fazla izlemektedir. (“Evet” ve “Kısmen” cevaplarının toplam oranı kıstas alınmıştır.)
- Mısırlılar Türk Mutfağı’nı, Türk katılımcılarının aynı soruya cevabına oranla, %10 daha fazla sevmektedir. (5 üzerinden puanlamada çıkan ortalama değerler karşılaştırılmıştır.)
- Mısırlılar Türk Kültürü’ne, Türk katılımcılarının aynı soruya cevabına oranla, %13 daha fazla ilgi duymaktadır. (5 üzerinden puanlamada çıkan ortalama değerler karşılaştırılmıştır.)
- Türkler Mısır Tarihi’ne, Mısırlı katılımcılarının aynı soruya cevabına oranla, %4 daha fazla ilgi duymaktadır. (5 üzerinden puanlamada çıkan ortalama değerler karşılaştırılmıştır.)
- Türkler Arapça Müziği, Mısırlı katılımcılarının aynı soruya cevabına oranla, %13 daha fazla dinlemektedir. (“Evet” ve “bazen” cevaplarının toplam oranı kıstas alınmıştır.)

Bu bağlamda, Mısırlı katılımcı grubu Türkiye’nin dizi ve filmlerine, mutfağına ve kültürüne daha yüksek seviyede ilgi duymaktadır. Bununla birlikte, Türk katılımcılar da Arapça Müziğe ve Mısır Tarihi’ne, Mısırlı katılımcı grubunun cevaplarına

nispeten daha fazla ilgi duymaktadır. Bundan dolayı, Hipotez 3'ün kısmen doğrulanabildiği ifade edilebilmektedir.

Araştırma bağlamındaki 5. Soru “Katılımcılar iki ülke arasında kültürel benzerlik bulmakta mıdır?” şeklinde hazırlanmıştır. Buna göre anket kapsamında katılımcı gruplarından Türk ve Mısır Kültürü’nü ne oranda benzer bulduklarını 1 en düşük 5 en yüksek olmak üzere puanlamaları istenmiştir. Bu soruyla ilişkili olarak Hipotez 4’e göre “Her iki katılımcı grubunda da katılımcıların büyük çoğunluğu, iki ülke arasındaki kültürel benzerlik bulunduğunu düşünmektedir”. Buna göre, katılımcıların puanlamalarının sonucunda, Türk katılımcıların toplam %67’si, Mısırlı katılımcılar ise %71’i iki kültürün birbirine benzerlik oranını 3 ve üzeri olarak puanlamıştır. Bu durum, Hipotez 4’ü doğrulamaktadır. Bununla birlikte, iki kültür arasındaki benzer bulunan seçeneklerin işaretlenmesi talep edildiğinde her iki katılımcı grubu da en sık “Dini pratikler ve inanç” ve “Aile yapısı” seçeneklerini işaretlemiş ve böylece katılımcılar bu iki seçeneğin Türk ve Mısır Kültürü’nde en çok benzerlik gösteren öğeler olduğuna dikkat çekmiştir.

Araştırma kapsamında “Katılımcılar kendilerini karşı ülkenin kültürüne yakın hissetmekte midir?” Sorusu sorulmuş, böylelikle “Her iki katılımcı grubunun büyük çoğunluğu gittikleri ülkenin kültürüne kendilerini yakın hissetmektedir.” ifadesini öneren Hipotez 5 sınanmıştır. Buna göre, anket çalışması kapsamında Mısırlı katılımcılara “Kendinizi Türk Kültürü’ne ne kadar yakın hissediyorsunuz?” ve Türk katılımcılara “Kendinizi Mısır Kültürü’ne ne kadar yakın hissediyorsunuz?” sorusu sorulup en düşük 1 ve en yüksek 5 olacak şekilde puanlama yapmaları istenmiştir. Yapılan puanlamaya göre Türk katılımcı grubunun cevap ortalaması 3.15, Mısırlı katılımcı grubunun cevap ortalaması ise 3.71 olarak öne çıkmıştır. Buradan hareketle, her iki grubun cevap ortalamasının 3’ün üstünde çıkması Hipotez 5’i doğrulamaktadır. Diğer yandan Mısırlı katılımcıların, Türk katılımcıların cevaplarına kıyasla kendilerini Türk Kültürü’ne %11 oranda daha yakın hissettiklerinin altını çizmek mümkündür.

“Türkiye ve Mısır’ın kültürü, karşı ülkede ne ölçüde bilinip tanınmaktadır?” Sorusundan hareketle Hipotez 6, “Türk Kültürü’nün Mısır’da, Mısır Kültürü’nün Türkiye’de bilindiğinden daha fazla bilindiğini” önermektedir. Bu doğrultuda anket, katılımcılara kendi kültürlerinin gittikleri ülkede bilinip bilinmediğini sormuş, katılımcıların soruyu en düşük 1 ve en yüksek 5 olacak şekilde puanlamaları istenmiştir. Gelen cevaplara göre Türk katılımcı grubunun %70’i, ortalamanın

üstünde puanlama yaparak Türk Kültürü'nün Mısır'da bilindiğini ifade etmiştir. Diğer taraftan, Mısırlı katılımcıların ise ancak %52'lik bir dilimi Mısır Kültürü'nün Türkiye'de bilindiğini 3 ve üstü şekilde puanlamıştır. Sonuç olarak, Türk katılımcıların Türk Kültürü'nün Mısır'da bilindiğini belirtme oranı, Mısırlı katılımcıların verdiği cevaptan %18 oranında daha yüksektir. Bu durum, Hipotez 6'yı doğrulamaktadır.

Araştırma kapsamında son olarak “Katılımcılar yaşam açısından karşı ülkeyi nasıl değerlendirmektedir?” ve “Hangi katılımcı grubu karşı ülkeyi daha cazip bulmaktadır?” Soruları sorulmuştur. Buna göre araştırmanın son hipotezi olan Hipotez 7 “Türkiye, Mısırlılar için yaşam açısından cazip bir ülkedir.” İfadesini ileri sürmüştür. Buradan hareketle anket çalışmasında, Mısırlı katılımcı grubuna “Türkiye’de yaşamak ister miydiniz?” ve “Cevabınız evetse, neden?” soruları yöneltilmiştir. Mısırlı katılımcıların %65.3’ü bu soruyu “Evet” diyerek cevaplamıştır. Bunun yanı sıra, “Evet” diyen %65’lik dilimin Türkiye’de yaşamak isteme nedenlerinden en çok belirtileni “Yaşam stili hoşuma gidiyor” ve “Kültürünü seviyorum” cevapları olmuştur. Diğer taraftan, Türk katılımcıların %41’i “Mısır’da yaşamak ister miydiniz?” sorusuna “Evet” derken, “Hayır” seçeneğini işaretleyenlerin oranı ise %33 olmuştur. Soruyu “Evet” olarak cevaplayan Türk katılımcıların bunun nedenini en sık “Halkı seviyorum” ve “Alım gücüm ülkede rahat yaşamak için yeterli oluyor” seçeneklerini işaretleyerek belirtmişlerdir. Buradan hareketle, Mısırlı katılımcıların Türkiye’de yaşama isteği, Türk katılımcıların Mısır’da yaşama isteğinden %24.3 daha fazla olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu durum, “Türkiye Mısırlılar için yaşam açısından cazip bir ülkedir.” Hipotezini doğrulamaktadır. Öyle ki, Türkiye’de yaşamak isteyebileceğini belirten Mısırlıların oranının ortalamanın üzerinde olduğu görülmektedir.

Anket çalışmasının soruları, Türkiye ve Mısır’ın dil ve kültürünün karşı ülkenin halkı üzerindeki etkisi ve iki ülkenin birbirleri üzerinde çeşitli Kültürel Diplomasi araçlarıyla geliştirebileceği yumuşak güç potansiyeli hakkında fikir sahibi olabilecek yönde kurgulanmıştır. Buna göre anket, kültürel değişim ve etkileşime dikkat çekmek ve soruların cevaplarını her iki halktan katılımcının perspektifiyle görmek adına karşılaştırılmalı bir biçimde yürütülmüştür. Bununla birlikte, araştırmanın asıl odak noktası Türkiye’nin Mısır’daki Dil ve Kültür Diplomasisi kapasitesi ve yumuşak güç potansiyeli üzerinedir. Dolayısıyla söz konusu araştırmada, Mısır ülkesi bağlamında, Türk Kültür ve Dil Diplomasisi, genel

hatlarıyla Mısır Halkı'nın Türkiye'ye ve Türk Dili ve Kültürü'ne yaklaşımı ile ülkedeki Türk Yumuşak Gücü potansiyeli analiz edilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda, araştırma evreninde Türkiye'nin Kamu ve Kültür-Dil Diplomasisi geliştirebilmesine olanak sağlayacak ve yumuşak gücü adına elini güçlendirecek birtakım bulgulara erişilmiştir. Anket soru ve cevaplarının değerlendirilmesi ve hipotezlerin doğrulanması sürecinde de bahsedildiği üzere, erişilen bulgular madde madde aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir:

- Türkiye Mısır'da bilinen bir ülkedir. Türk katılımcıların %70 oranında bir kısmı Türkiye'nin Mısır'da bilindiğinin altını çizmektedir.
- Türk Mutfağı, Kültürü, Tarihi, Müziği ve Türk yapımı dizi/filmler Mısırlılar tarafından ilgi görmektedir.
- Hem Türk hem Mısırlı katılımcılar iki ülke arasında tarihi ve kültürel bağların bulunduğunu düşünmektedir.
- Hem Türk hem Mısırlı katılımcılar iki ülke kültürünün birbirine benzediğini düşünmektedir. Bu durum, ülkede Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi adına kolaylaştırıcı bir zemin oluşturmaktadır.
- Türkçe Mısır'da popülerleşen bir dildir. Ülkede, Türkçe öğreniminin gittikçe arttığı ifade edilmektedir. Bu kapsamda, tez çalışmasının ikinci bölümünde bilhassa değinildiği üzere, Kahire Yunus Emre Enstitüsü'ne kaydolun öğrenci sayısının her geçen yıl büyük oranda arttığı kayda geçmektedir.
- Anket çalışması kapsamında Mısırlı katılımcıların %50'si Türkçe'yi öncelikle kendi imkanları ile öğrendiklerini belirtmiştir. Bu durum, araştırma evreninde Mısırlıların Türkçe öğrenmeye yönelik ilgisini açıklar niteliktedir.
- Mısırlı katılımcılar, Türkçe öğrendiklerinde Türkiye'ye karşı; Türk katılımcılar ise Arapça öğrendiklerinde Arapça konuşan ülkelere karşı daha yakın hissettiklerini belirtmiştir. Anket çalışması kapsamında elde edilen bu bilgiye göre, yabancı dil öğreniminin karşı kültüre yönelik yakınlık oluşturabileceğinden söz etmek mümkündür. Buradan hareketle, Mısır'da Türkçe diline yönelik artan ilgi, Türkiye'nin Kültürel Diplomasisi bağlamında, yumuşak gücünü pekiştirmek adına sahip olduğu en büyük enstrüman olarak öne çıkmaktadır.
- Türk Dizileri'nin Mısır'da bilinme ve izlenme oranı yüksektir. Araştırma bulgularına göre Türk Dizi/Filmleri'ni izlediğini belirten Mısırlıların oranı, Mısır yapımı dizi/filmleri izleyen Türk katılımcılara oranla %47 daha fazladır.

Bu durumun, Türkiye'ye ve Türk Kültürü'ne karşı duyulan sempati ve merakı tetiklediği çıkarımını yapmak mümkündür. Böylelikle, Türk Dizileri ve Filmleri, Türk yumuşak gücünün geliştirebilecek bir başka Kültürel Diplomasi enstrümanı olarak öne çıkmaktadır.

- Türkiye, Mısırlılar için eğitim amaçlı bir durak olmuştur. Birçok Mısırlı öğrenci, Türkiye'yi eğitim almak için tercih etmektedir. Bu durum Türkiye'nin eğitim alanında tercih edilme potansiyelinin olduğunu göstermektedir. Bu potansiyelin geliştirilmesi ve daha verimli kullanılması, Türkiye'ye hem Eğitim Diploması ve Ulus Markası açısından hem de ekonomik anlamda büyük getiri sağlama imkanı sunmaktadır.
- Türkiye Mısırlıların yaşamak için tercih edebileceği bir ülkedir. Anket bulgularına göre Türkiye, "Yaşam stili, kültürü, iklim ve coğrafyası ile alım gücü açısından zorlayıcı bir ülke olmaması" gibi nedenlerle tercih edilmektedir. Böylelikle, araştırma evreninde Türkiye'yi "cazibeli veya çekici" bir ülke olarak betimlemek mümkündür. Mısırlılar nezdinde Türkiye'nin cazibeli bir ülke olarak alımlanması, Türk Yumuşak Gücü'nü katkı sunmaktadır.
- Araştırma bulgularına göre Türk katılımcılar büyük oranda, Türk Kültürü'nün Mısır'da tanınıp bilindiğini belirtmişlerdir. Buradan hareketle, ülkede halihazırda bir Türkiye ve Türk İmajı bulunduğu söz etmek mümkündür. Türk Kamu ve Kültür Diploması çalışmalarıyla ülkede bulunan Türk İmajı olumlu doğrultuda pekiştirilebilmektedir.
- Bahsedilen söz konusu bulguların tamamı, Mısır'da Türk Kültür Diploması bağlamında Türk Yumuşak Gücü'nü ve Türk İmajı'nı olumlu yönde pekiştirecek unsurlar olarak öne çıkmaktadır.

Araştırma evreninde edinilen bulgulara istinaden, Mısır Halkı'nın Türkiye'ye ve Türk Kültür Ürünleri'ne sempatisi bulunduğunu ifade etmek mümkündür. Bu durumda Mısır, Türkiye için Kamu ve Kültür Diploması faaliyetlerine yatırım yapmaya uygun bir bağlam sunmaktadır. Halihazırda faaliyetleri pasife alınmış olsa da TİKA Kahire Proje Koordinasyon Ofisi, Kahire Yunus Emre Enstitüsü, Anadolu Ajansı ve TRT gibi Türk kuruluşlarının Mısır temsilciliklerinin mevcut olması bu durumun bir göstergesidir. Türkiye ve Mısır ülkeleri arasında diplomatik ve politik ilişkilerin gerilediği döneme rağmen özellikle Kahire Yunus Emre Enstitüsü, ülkedeki çalışmalarını dil öğretimi ve kültür bağlamında aktif şekilde sürdürmüştür.

Buradan hareketle, Mısır ülkesi bağlamında ve Kahire Yunus Emre Enstitüsü özelinde, kültürel faaliyetlerin ve dil öğreniminin siyaset üstü bir boyutta olduğunun ve siyasetten bağımsız şekilde işleyip başarılı olabileceğinin de altını çizmek mümkündür.

Araştırmadan edinilen bir diğer bulguya göre Mısırlıların bir kısmı Türkiye'ye eğitim amaçlı gitmiş, bunun yanı sıra bazı Mısırlı katılımcılar Türkiye'deki eğitimin uygun ve cazip olduğunu belirtmişlerdir. Eğitim Diplomasisi çerçevesinde, her yabancı öğrencinin aynı zamanda "kültür elçisi" rolünü üstlendiği sıkça ifade edilmektedir. Bu kapsamda, Türkiye'de eğitim alan öğrencilerin Türkçe'ye ve Türk Kültürü'ne yönelik ilgisi ve aşinalığı, Türk Yumuşak Gücü'nü güçlendirecek bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca, Türkiye'nin eğitim için tercih edilen bir ülke olmasının, Eğitim Diplomasisi yanında Türkiye'ye ekonomik açıdan da fırsatlar sunduğunu ifade etmek mümkündür. Bu çerçevede, Mısır'ın genç nüfusunun Türkiye'ye, Türkçe'ye ve Türk Dizileri'ne olan ilgisinin, Türkiye'yi hem Kültür ve Eğitim Diplomasisi bağlamında ve hem de iktisadi anlamda avantajlı bir konuma taşıdığı belirtilebilmektedir. Dolayısıyla, Türkiye'nin Eğitim Diplomasisi alanına ağırlık vererek ulus markasını geliştirmesi bu kapsamda önem arz etmektedir.

Dil, eğitim, müzik, sanat, yemek, tarih gibi kültürel öğelerin Kamu ve Kültür Diplomasisi'nin işlevsel enstrümanları olduğu ifade edilmektedir. İlâveten bu enstrümanlar, halkların karşı kültür ile ne oranda bir kültür alışverişi içerisinde olduğu, karşı kültürü ne oranda benimsediği ve karşı kültüre ne oranda sempati duyduğuna yönelik ipuçları vermektedir. Bu kapsamda Türk katılımcı grubu, 5 üzerinden yaptığı puanlamaya göre Türk Kültürü'nün Mısır'da %70 oranında bilindiğini ifade etmiştir. Tez çalışmasının ikinci bölümünde de ifade edildiği üzere, Türkiye ile olan tarihi bağlar, din birliği, çeşitli kültürel benzerlikler ve bunun yanı sıra izlenen Türk Dizileri ve Türkçe öğrenimine artan ilgi, Mısır'da halihazırda bir Türk bilinirliğinin oluşmasına katkı sunmuştur. Diğer bir deyişle Türk Kültürü, Mısır için tamamen yabancı bir kültür değildir. Mısır Halkı Türk Kültürü'ne belirli bir ölçüde aşinadır. Bununla birlikte, ülkedeki Türk Algısı'nın pozitif tutulabilmesi adına Türkiye'nin Kamu ve Kültür Diplomasisi çalışmalarına ağırlık vermesi önem arz etmektedir. Buradan hareketle “dil ve kültür”, politik atmosferden bağımsız olarak Türkiye için kullanılabilecek etkili iki araç olarak öne çıkmaktadır. Böylelikle, Kamu ve Kültür Diplomasisi araçlarıyla Türk Yumuşak Gücü'nün Mısır'da gelişime açık olduğunu ve Mısır'ın bu açıdan potansiyel vaat ettiğini saptamak mümkündür.

Yürütülen anket sonuçlarında da ifade edildiği üzere, özellikle dizi, film, yemek kültürü, tarih, müzik, dil gibi Kültürel Diplomasi öğeleri sayesinde Mısır Halkı'nın Türkiye'ye, Türk Dili'ne ve Türk Kültürü'ne yönelik bir ilgisi olduğunun altı çizilebilmektedir. Buradan hareketle, araştırma bulguları söz konusu tüm bu özelliklerle Mısır'ın, Türkiye'nin Kültür-Dil Diplomasisi çalışmalarını kolaylıkla yürütebileceği bir bağlam olarak öne çıktığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte hem jeopolitik ve jeostratejik önemi hem nüfus büyüklüğü hem de deniz komşuluğu ve ticaret hacmi ile Mısır'ın, Türk dış politikası adına önemli bir konumda olduğu da ayrıyeten vurgulanmaktadır. Son dönemde karşılıklı atılan adımlarla iki ülke arasındaki ilişkiler pozitif bir bağlama evrilmektedir. İki ülke arasındaki ilişkilerin kuvvetlenmesi, ülkede Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi adına daha geniş bir alan açılacağı öngörüsünü de beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla, araştırmadan elde edilen bulgular ve bunun yanı sıra halihazırda olumlu bir rotaya evrilen politik ve diplomatik süreç, “2010 Yılından bu yana çeşitli kurumlar aracılığıyla Türkiye'nin Kamu Diplomasisi çalışmaları yürüttüğü Mısır ülkesi, kültür ve dil enstrümanları ile Türk Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Gücü'nün kuvvetlendirilmesi adına uygun bir bağlam mıdır?” Araştırma sorunsalını yanıtlar niteliktedir. Öyle ki, araştırma bulguları Türk Kamu Diplomasisi, Kültür ve Dil Diplomasisi, Türk Yumuşak Gücü'nün Mısır'da gelişim alanına sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre, Mısır ülkesi Türk Kamu Diplomasisi faaliyetleri adına uygun bir bağlam olarak öne çıkmaktadır.

SONUÇ

Kamu Diplomasisi, 20. Yüzyıl'ın dönüşen Uluslararası İlişkiler bağlamında devletlerin Geleneksel Diploması anlayışından sıyrılarak yabancı ülkelerinin kamuoyuna yönelik yürüttüğü bir Stratejik İletişim Yönetimi çalışması olarak ortaya çıkmıştır. Propaganda çalışmalarının zirve yaptığı İkinci Dünya Savaşı ve Soğuk Savaş dönemlerinin sona ermesi ve devletlerarası ilişkilerin bu doğrultuda farklılaşması, yeni devletlerin kurulması, küreselleşmenin hız kazanması, bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişim ile haberleşme fırsatlarının genişlemesi, kamuoyunun ve devlet dışı aktörlerin önem ve etkisinin giderek artması gibi gelişmeler, Kamu Diplomasisi'nin doğduğu bağlamı oluşturmaktadır. Buna göre, Kamu Diplomasisi'nin doğuşuna öncülük eden bu bağlamda, diploması pratiklerinin ve devletlerin kullandığı iletişim stratejilerinin de dönüşüme uğradığını ifade etmek mümkündür. Öyle ki, diploması artık yalnızca devletçe görevlendirilmiş diplomatların mahrem şekilde yürüttüğü profesyonel bir iş olmanın ötesine geçmiştir. Bu doğrultuda devletler, iletişim stratejileri ve ilişki inşa etme biçimlerini; sivil toplum, çok uluslu şirketler, devletler üstü organizasyonlar gibi çok aktörlü bir yeni Uluslararası İlişkiler sistemine göre yeniden kurgulama ihtiyacı içine girmiştir. Böylece, halka ve kamuoyuna önem veren, hedef kitlesine çok yönlü iletişim ile yaklaşan, propagandadan çekinen, sert gücü geri planda tutan, bunun yerine Kamu Diplomasisi çalışmalarıyla yumuşak gücünü geliştirme, “cazibeli ve çekici” bir ülke imajı çizmeye gayret eden yeni bir devlet profili oluşmuştur.

Kamu Diplomasisi ve yumuşak güç kavramları öncelikle Amerika Birleşik Devletleri'nde şekillendirilmiş, bu iki kavram da devletin dış politika ve iletişim stratejileri bağlamında kabul görmüştür. Ayrıca, Kamu Diplomasisi çalışmalarının kuvvetli bir sacayağı olan dil, kültür ve eğitim de ABD'nin sıkça kullandığı cazibe ve yumuşak güç geliştirme araçları olarak öne çıkmaktadır. Bu çerçevede, dil ve kültür enstrümanları ABD'nin yanı sıra uzun yıllar Batı Avrupa devletlerinin de yumuşak gücüne katkı sunmuştur. Özellikle, Fransa, İngiltere, İtalya, Almanya ve İspanya gibi ülkelerin dünyanın birçok noktasında kurdukları dil ve kültür merkezleri, dillerinin yayılmasına ve kültürlerinin tanıtılmasına olanak sağlamıştır. Bu bağlamda, dünya genelindeki dil ve kültür enstitüleri, ülkelerin Kamu ve Kültür Diplomasisi'ni ve

olumlu imajını desteklemekte önemli bir rol oynamaktadır. Bu enstitülerin dil kursları, kültürel etkinlikler, sergiler ve sanatsal performanslar gibi çeşitli programlar aracılığıyla kendi ülkelerinin dilini ve kültürünü tanıtarak, hedef kitle üzerindeki yumuşak gücü geliştirmeye katkı sundukları ifade edilebilmektedir. Dil ve kültür enstitülerinin sadece dil öğretmekle kalmayıp aynı zamanda ülkeler arasındaki ilişkilerin gelişimini ve kültürel alışverişi arttırdığının da altını çizmek mümkündür.

Tez çalışmasının birinci bölümünde Kamu Diplomasisi'nin teorik çerçevesi çizilmiş, Halkla İlişkiler, Stratejik İletişim Yönetimi, Kültürel Diplomasi, Eğitim Diplomasisi, Ulus ve Yer Markalama gibi Kamu Diplomasisi ile ilişkili kavramlardan bahsedilmiştir. Öyle ki, tüm bu alanların Kamu Diplomasisi ile ortak yönleri olduğunun altını çizmek mümkündür. Buradan hareketle, Halkla İlişkiler'in kuruluşların hedef kitleleriyle ilişkilerini yönetmeyi ve olumlu imajlarını korumayı amaçladığı bilinmektedir. Diğer yandan, Kamu Diplomasisi'nin ise ülkenin dış ilişkileri bağlamında ülke imajını güçlendirmek için yabancı halklara yönelik olarak çeşitli iletişim ve etkileşim stratejileri geliştirdiği belirtilmektedir. Bu kapsamda, planlı ve sistemli iletişim stratejileri geliştirmesi, uygulaması ve yönetilmesini ifade eden Stratejik İletişim Yönetimi alanının ise bir çatı kavram olarak Kamu Diplomasisi'ni kapsadığını vurgulamak mümkündür. Buna göre, Halkla İlişkiler, Kamu Diplomasisi ve bir çatı kavram olarak Stratejik İletişim Yönetimi çalışmalarının ortak yönünün; paydaşlar arasında ilişki kurma, anlayış ve iş birliği geliştirme ve İmaj ve İtibar Yönetimi gerçekleştirme olduğu ifade edilebilmektedir. Uluslararası alanda yabancı kamularla ilişkileri yönetmek, yumuşak güç kullanımı ile ülkenin imajını güçlendirmek için iletişim stratejileri geliştiren Kamu Diplomasisi bu özellikleriyle ulus markasını güçlendirmeyi ve sağlam bir İmaj ve İtibar Yönetimi yapmayı hedeflemektedir.

Tez çalışmasının birinci bölümünde ayrıca İletişim Çalışmaları'yla ortaklıklar barındıran birtakım Kamu Diplomasisi modellemelerinden bahsedilmiştir. Bu bağlamda, Kamu Diplomasisi'nde teori çalışmalarının henüz yeni gelişen bir alan olduğuna değinmek mümkündür. Bununla birlikte, Kamu Diplomasisi ve İletişim Bilimleri teorisyenlerinin şekillendirdiğini modellemeler ile iki disiplin arasındaki paralellik ortaya konmuştur. Ayrıca, tez çalışmasının birinci bölümünde Kamu Diplomasisi kavramının Türkiye'deki gelişim sürecine değinilmiş, Türk Kamu Diplomasisi kurumları hakkında bilgi verilmiştir. Buna göre, özellikle Cumhuriyet'in kurulduğu ilk yıllarda gerçekleştirilen birçok faaliyetin olumlu bir imaj yaratma ve

ülke itibarını sağlamlaştırma çabasına yönelik olduğunu belirtmek mümkündür. Diğer yandan, Cumhuriyet'in ilk dönemlerinde henüz modern anlamda bir Kamu Diplomasisi stratejisinden bahsetmek mümkün değildir. Türkiye'de Kamu Diplomasisi'nin çağdaş manada gelişmesinin 20. Yüzyıl'ın sonu ve 21. Yüzyıl'ın başı olan döneme denk geldiği ifade edilebilmektedir. Bu kapsamda Türkiye, yeni bir dış politika rotasıyla yeni Kamu Diplomasisi stratejisini belirlemiş, halihazırdaki kurumların yeniden yapılandırmış veya bu doğrultuda yeni kurumların açılışını yapmıştır. Böylece günümüzde Türk Kamu Diplomasisi, çeşitli kurumlar aracılığıyla yürütülmektedir. Özellikle, Kamu Diplomasisi stratejisinde Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA), Yunus Emre Enstitüsü, Maarif Vakfı ve Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı gibi kurumlar ve bunun yanı sıra Türkiye'nin resmi medya kuruluşu TRT ve uluslararası basında TRT World, Türk Kamu Diplomasisi adına kayda değer kurumlar olarak öne çıkmaktadır. Bu kurumlar, Türkiye'nin dış ilişkilerini güçlendirmek, Türk Dil ve Kültürü'nü tanıtmak, Türkiye'nin imajını güçlendirmek ve ulusal çıkarlarını korumak, Türk Kamu Diplomasisi stratejisi doğrultusunda faaliyet göstermek ve Türkiye Cumhuriyeti'nin söylem ve ideolojisinin taşıyıcısı olmak sorumluluklarını üstlenmektedir.

Tez çalışmasının ikinci bölümünde öncelikle 2000'li yıllar ile gelişen Yeni Türk Dış Politikası ve Yeni Türk Kamu Diplomasisi stratejisinden bahsedilmiş, sonrasında ise Türkiye-Mısır ilişkileri ile Mısır'daki Türk Varlığı konu alınmıştır. Bu kapsamda, iki ülke arasındaki ilişkinin eski tarihlere dayandığı bilinmektedir. Buna göre tarih boyunca Mısır'da birçok Türk kökenli yönetici hüküm sürmüştür. Tolunoğulları, İhşitler, Memlükler, Osmanlı Devleti ve Mehmet Ali Paşa Hanedanlığı'nın kurduğu Mısır Hıdivliği ile Mısır'da 11 Asırlık kesintisiz bir Türk Varlığı'ndan söz etmenin mümkün olduğu belirtilmektedir. 11 Asırlık bu süreçte, Türk Dili ve Kültürü'ne ait birçok ögenin de Mısır coğrafyasına yerleştiği ifade edilmektedir. Özellikle 19. Yüzyıl'da Mehmet Ali Paşa yönetiminde Mısır, Türk Kültürü'nden birçok manada etkilenen bir ülke olmuştur. Günümüzde de halen Mısır'da, Türk Kültürü'nde izler görmek mümkündür. Dolayısıyla tarih boyunca Mısır'da kurulan Türk Devletleri, Mısır'ın tarihi ve kültürel dokusunda iz bırakmıştır. Bu durum, Türk-Mısır ilişkilerindeki tarihi ve kültürel bağlara işaret etmektedir. Bununla birlikte, aynı dini inanışa sahip olmak da iki ülke arasındaki ortaklıklardan bir diğeri olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca, Türk Dizileri'nin Mısır'da büyük ilgi

gördüğü de bilinmektedir. Türk Dizi ve Filmleri, Mısır'da geniş bir izleyici kitlesi tarafından takip edilmekte ve sevilmektedir. Bu durumun da ülkede Türk Yumuşak Gücü'nü artırdığına vurgu yapmak mümkündür., Tez çalışmasının ikinci bölümünde bahsedilen bu bilgiler, üçüncü bölümünde şekillendirilen sorunsala da cevap veren bir nitelik taşımaktadır. Bu doğrultuda, Mısır'ın Türk Kamu Diplomasisi çalışmalarını yürütmek adına uygun bir bağlam olabileceği sonucuna varmak mümkündür. Buna göre, ülkede gelişime açık bir Türk yumuşak güç potansiyelinden de bahsedilebilmektedir.

Tez çalışmasının ikinci bölümünde Türkiye ve Mısır ilişkilerinin son 10 yılı konu alınırken aynı zamanda ülkedeki Türk Kamu Diplomasisi'nin aracı kurumlarına da değinilmiştir. Türkiye-Mısır ilişkileri bağlamında Türkiye'nin Arap Baharı sürecinde Mısır'daki halk ayaklanmasını desteklediğinden bahsedilmiştir. Bununla birlikte, 2010-2013 Yılları arasında iki ülke ilişkilerinin oldukça pozitif ilerlediği ve bu bağlamda ülkede Türk Kamu Diplomasisi kurumları olan TİKA Kahire Program Koordinasyon Ofisi ve Kahire Yunus Emre Enstitüsü'nün kurulduğu belirtilmiştir. İki ülke arasındaki ilişkilerin gerilediği 2013-2022 Yılları arasında TİKA Kahire Program Koordinasyon Ofisi'nin faaliyetlerinin pasife alındığı bilinirken, aynı dönemde Kahire Yunus Emre Enstitüsü ise faaliyetlerine devam etmiştir. Ayrıca bu kapsamda, Kahire Yunus Emre Enstitüsü'nün dünya genelinde en yoğun çalışan Yunus Emre Enstitüleri'nden biri olduğunun altı çizilmelidir. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Şubat 2024'teki Mısır ziyaretinde Kahire Yunus Emre Enstitüsü'nün dünyada Türkçe kurslarına en fazla ilgi gösterilen şube olduğunu belirtmiş ve geçtiğimiz yıl 22 bin Mısırlı öğrencinin Türkçe öğrenmek üzere kurslara kayıt yaptırmasını "memnuniyet verici" olarak nitelendirmiştir. Buna göre, son 10 yıl içerisinde Türkçe öğrenmek üzere Kahire Yunus Emre Enstitüsü'ne kayıt yaptıran öğrenci sayısının 83 kat arttığı da ifade edilebilmektedir. Ayrıca, Enstitü'nün yürüttüğü Türkoloji Projesi kapsamında Mısır'daki çeşitli üniversitelerle akademik iş birliği kurularak ülkede Türk Dili ve Edebiyatı bölümleri de yaygınlaştırılmaktadır. Bunun yanı sıra, Anadolu Ajansı ve TRT Arapça aracılığıyla ülkede Türk basının da var olduğuna değinmek mümkündür.

Türkiye'nin Mısır'daki varlığı ile ülkedeki Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi potansiyelini ele alan ikinci bölüm, aynı zamanda tez çalışması kapsamında yürütülen araştırmanın sorunsalını cevaplar niteliktedir. Buna göre, iki ülke arasındaki kültürel, tarihi ve dini bağlar ile Mısır'da yaygınlaşan Türk Dizileri ve

gittikçe daha fazla ilgi gören Türkçe öğrenimi; ülkedeki Türk Kamu Diplomasisi faaliyetleri için uygun bir zemin hazırlamaktadır. Buradan hareketle, Türk Kamu Diplomasisi kapsamında Mısır'da en işlevsel kullanılabilecek iki unsurun dil ve kültür olduğuna vurgu yapılmalıdır. Öyle ki, her yıl on binlerce Mısırlı Kahire Yunus Emre Enstitüsü'nde veya farklı kaynaklarla Türkçe öğrenmektedir. Diğer yandan, 2013 Tarihinden itibaren yaklaşık 10 yıllık bir süre boyunca iki ülke arasındaki politik ve diplomatik ilişkilerin olumsuz seyirde ilerlediği bilinmektedir. Bu durumun ülkedeki Türk Kamu Diplomasisi ve Türk basın faaliyetlerini de yavaşlattığını ifade etmek mümkündür. Örneğin, Anadolu Ajansı'nın ve TRT Arapça'nın Kahire bürolarına zaman zaman düzenlenen polis baskınlarıyla ülkedeki Türk medya faaliyetlerine ket vurulmuştur. Aynı zamanda, kurumun faaliyet raporunda belirtildiği üzere TİKA Kahire Program Koordinasyon Ofisi halihazırda pasif konumdadır. Bununla birlikte Kahire Yunus Emre Enstitüsü, iki ülkenin politik ve diplomatik ilişkilerindeki gerilemeye rağmen Mısırlılar tarafından talep görmeye ve Kültür Diplomasisi bağlamında faaliyetlerini sürdürmeye devam etmiştir. Türkiye-Mısır arasındaki politik atmosferin olumlu olmadığı bu 10 yıllık dönemde Kahire Yunus Emre Enstitüsü'nün faaliyetlerinin yoğun bir şekilde devam etmesi ve öğrenci sayısının her sene daha da artması, kültür ve dilin oldukça etkin ve siyaset üstü bir Kamu Diplomasisi aracı olduğunu kanıtlamaktadır.

Tez çalışmasının üçüncü bölümü, araştırma sorunsalından hareketle, anket tekniği ile yürütülen “Mısır’a Giden Türkler ve Türkiye’ye Gelen Mısırlılar Üzerine Kültür-Dil Diplomasisi’nin Ölçümlenmesi (Anket Tekniği)” adlı araştırmayı içermektedir. Söz konusu araştırmanın hedef kitlesi “eğitim, dil öğrenimi, staj, iş, proje veya gönüllülük” gibi amaçlarla Mısır’a giden Türkiye vatandaşları ve aynı amaçlarla Türkiye’ye gelen Mısır vatandaşları olarak belirlenmiştir. Araştırma kapsamında, katılımcıların karşı ülkede bulunma motivasyonlarını, iki ülke arasındaki kültürel yakınlığın ve tarihi bağların düzeyini, her iki ülkeden de katılımcıların karşı ülkenin diline ve kültürüne yaklaşımı incelemek ile karşı ülkeyi algılayış biçimlerini değerlendirmek amaçlanmıştır. Buradan hareketle, Google Forms üzerinden hazırlanan anket formu, Facebook, Instagram ve e-posta yoluyla araştırma kapsamına giren kişilere gönderilmiş ve araştırma 144’ü Mısır ve 134’ü Türkiye uyruklu 278 kişinin katılımıyla tamamlanmıştır. Araştırma sorularının, Türkiye ve Mısır’ın dil ve kültürünün her iki ülkeden katılımcılar üzerindeki etkisi ile her iki ülkenin de birbirleri üzerinde Kültürel Diplomasi araçlarıyla geliştirebileceği

yumuşak güç potansiyeline dair fikir sahibi olmaya yönelik olarak tasarlandığını belirtmek mümkündür. Bu bakımdan anket çalışması, kültürel değişim ve etkileşimi vurgulamak ve katılımcıların her iki toplumun bakış açısından cevaplarını irdeleyebilmek amacıyla karşılaştırmalı bir şekilde yürütülmüştür. Bununla beraber, araştırmanın temel odağının ise Türkiye'nin kültür ve dil çerçevesinden Mısır'daki potansiyel Kültür Diplomasisi'ni ve yumuşak gücünü değerlendirmek olduğunun altı çizilmelidir. Bu bağlamda, araştırma öncesi 7 adet hipotez öne sürülmüştür. Öne sürülen 7 hipotez araştırma soruları ile sınanmış ve buna göre hipotezlerin 6'sı doğrulanmış, 1'i ise kısmen doğrulanabilmiştir. Bu kapsamda hipotezlerin doğrulanmaları üçüncü bölümün "Ölçümlemenin Değerlendirilmesi ve Sonuçları" başlığı altında detaylandırılmıştır. Araştırma bulgularına göre 1'i kısmen olmak üzere doğrulanmış 7 hipotez aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir:

- H1: Mısır, Türkler tarafından daha çok Din Bilimleri ve Arapça öğrenimi amaçları için tercih edilmiştir. Mısırlı katılımcılar ise Türkiye'yi daha çeşitli amaçlarla tercih etmiştir. (Doğrulanmıştır.)
- H2: Mısırlılar, Türkiye'yi tercih etmek için Türk katılımcı grubunun cevaplarına oranla daha fazla neden sunmaktadır. (Doğrulanmıştır.)
- H3: Mısırlı katılımcıların Türk Kültürü'ne, Tarihi'ne, Mutfağı'na, Müzikleri'ne ve Türk yapımı dizi ve filmlere olan ilgisi, Türk katılımcıların Mısır Kültürüne, Tarihi'ne, Mutfağı'na, Müzikleri'ne ve Mısır yapımı dizi ve filmlerine olan ilgisinden daha fazladır. (Kısmen doğrulanmıştır.)
- H4: Her iki katılımcı grubunda da katılımcıların büyük çoğunluğu, iki ülke arasında kültürel benzerlik bulunduğunu düşünmektedir. (Doğrulanmıştır.)
- H5: Her iki katılımcı grubunun büyük çoğunluğu gittikleri ülkenin kültürüne kendilerini yakın hissetmektedir. (Doğrulanmıştır.)
- H6: Türk Kültürü Mısır'da, Mısır Kültürü'nün Türkiye'de bilindiğinden daha fazla bilinmektedir. (Doğrulanmıştır.)
- H7: Türkiye, Mısırlılar için yaşam açısından cazip bir ülkedir. (Doğrulanmıştır.)

Araştırmanın ana sorunsalı "2010 Yılından bu yana çeşitli kurumlar aracılığıyla Türkiye'nin Kamu Diplomasisi çalışmaları yürüttüğü Mısır ülkesi, kültür ve dil enstrümanları ile Türk Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Gücü'nün kuvvetlendirilmesi adına uygun bir bağlam mıdır?" Şeklinde kurgulanmıştır. Buna göre hem ikinci bölümde değinilen unsurlar hem de üçüncü bölümde yürütülen

araştırmanın ölçümlemesi ve değerlendirilmesi sonucunda, Mısır'ın kültür ve dil enstrümanları ile Türk Yumuşak Gücü'nün kuvvetlendirilmesi adına uygun bir bağlam" olarak öne çıktığını belirtmek mümkündür. İki ülkenin kültürel, dini ve tarihi bağları, Mısır'da rağbet gören Türk Dizileri, Mısır'da Türkçe öğrenimine artan ilgi, Mısır'daki üniversitelerde yaygınlaşan Türk Dili ve Edebiyatı bölümlerinin yanı sıra anket tekniğiyle yürütülen araştırmanın doğrulanan hipotezleri ve bulguları da söz konusu sorunsalı cevaplamaktadır. Öyle ki, siyasi gerilimler bir yana, ikinci bölümde sıkça değinildiği üzere iki ülke arasındaki kültürel, dini ve tarihi bağlar, Mısır'daki Türkçe öğrenimi ve Türk Dizileri'ne olan ilgi; ülkede Türk Yumuşak Gücü'nü geliştirme için büyük bir potansiyel taşımaktadır. Bu kapsamda, özellikle son zamanlarda iki ülke arasındaki siyasi ve diplomatik ilişkilerin pozitif bir bağlama taşınması da önem arz etmektedir. 2022 Yılından itibaren iki ülke arasındaki ilişkilerin pozitif bir bağlama evrilmesiyle ülkedeki Türk Kamu ve Kültür Diplomasisi faaliyetlerinin önümüzdeki dönemde daha özgür bir ortamda, daha aktif bir şekilde ilerletilebileceği çıkarımını yapmak mümkündür.

Son olarak, araştırma kapsamında değinilmesi gereken bir diğer nokta ise Mısırlı katılımcıların birçoğunun Türkiye'yi eğitim amaçlı da tercih etmiş olmasıdır. Eğitim Diplomasisi bağlamında, her bir yabancı öğrencinin doğal olarak bir "kültür elçisi" kimliği taşıdığına vurgu yapılmaktadır. Buradan hareketle, Türkiye'de eğitim alan öğrencilerin Türkçe'ye ve Türk Kültürü'ne yönelik aşinalığı ve sempatisi Türk Yumuşak Gücü'nü pekiştirecek bir diğer unsurdur. Aynı zamanda, Türkiye'nin, eğitim almak için de tercih edilen bir ülke olarak öne çıkması, Türkiye'nin bu kapsamda tercih edilesi ve "cazibeli" bir ülke olduğunu gösterirken, bir yandan da iktisadi açıdan geniş fırsatlar içermektedir. Bu kapsamda Türkiye, Mısır'ın yüksek seviyede genç nüfusunu ve genç nüfusun Türkiye'ye, Türkçe'ye ve Türk Dizileri'ne olan ilgisini, hem Kültür-Dil ve Eğitim Diplomasisi bağlamında yumuşak güce hem de iktisadi anlamda fırsat ve kazanca dönüştürebilme olanağına sahiptir.

KAYNAKÇA

AKÇADAĞ E. (2012) “Yükselen Güç Çin’in Kamu Diplomasisi”. Kamu Diplomasisi. ÖZKAN- ÖZTÜRK (der) içinde. Tasam Yayınları. İstanbul.

AKGÜN A.C.-AYDIN D.P.-DEMİR B. (2022) “Türkiye’nin Kültürel Diplomasi Yaklaşımında Televizyon Dizilerinin Rolü ve Önemi: Macaristan Özelinde Bir Saha Araştırması”. İletişim ve Diplomasi. 9. 49-72.

AKSAN D. (1979) Her Yönüyle Dil (Ana Çizgileriyle Dilbilim) 1. Türk Dil Kurumu Yayınları. Ankara.

AKYÜREK Y. (2017) “Mısır’da İlk Dönem Türk İdari Uygulamaları, Ahmed B. Tûlûn Örneği”. FSM İlmi Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi. 10.

ARMSTRONG M. C. (2009) “Operationalizing Public Diplomacy”. Handbook of Public Diplomacy. SNOW-TAYLOR (der.) içinde. Routledge. New York.

ASNA A. (2012) Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler. Pozitif Yayınları. İstanbul.

AYDEMİR E. (2018) Kamu Diplomasisi, Ülkeler- Avrupa Birliği-Kurumlar-Uygulamalar. Kalkedon. İstanbul.

AYDOĞAN F. (2004) Medya ve Popüler Kültür. Mediacat. İstanbul.

AYTUNA Ü. N. (2008) “Siyasal Kimlikler ve İkna Süreçleri”. Sen Benim Kim Olduğumu Biliyor Musun: Toplumsal Yaşamda Kimlik İzdüşümleri. Hülya Tanrıöver Uğur (der.) içinde. Hil yayın. İstanbul.

BECERİKLİ S. Y. (2005) Uluslararası Halkla İlişkiler. Nobel Akademik Yayıncılık. Ankara.

BEKTAŞ A. (2000) Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi. Bağlam Yayıncılık. İstanbul.

BIÇAKÇI İ. (2002) İletişim ve Halkla İlişkiler. “Eleştirel Bir Yaklaşım”. Mediacat. İstanbul.

BOSTANCI M. (2012) Kamu Diplomasisi’nde Medyanın Rolü ve Önemi. Anahtar Kitaplar. İstanbul.

BOURSE.-YÜCEL H. (2017) Kültürel Çalışmaları Anlamak. İletişim. İstanbul.

brandirectory.com/reports. Brand Finance. “Rankings”. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2024.

CİCİOĞLU F.-MİŞ N. (2013). “Arap Baharı ve Yeni Ortadoğu”. Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi 2.

CLARK T. (2011) Sanat ve Propaganda: Kitle Kültürü Çağında Politik İmge. Ayrıntı Yayınları. İstanbul.

COWAN G.- CULL N. J. (2008) “Public Diplomacy in Changing World”. The Annals of the American Academy of Political and Social Science. Vol.616.

COWAN G.-ARSENAULT A. (2008) “Moving from Monologue to Dialogue to Collaboration: The Three Layers of Public Diplomacy”. Public Diplomacy in a Changing World. The Annals of the American Academy of Political and Social Science. Vol. 616.

CULL N. J. (2008) “Public Diplomacy: Taxonomies and Histories”, The Annals of American Academy of Political and Social Science, Vol. 616. No.10.

CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI. “Kamu Diplomasisi Nedir? (2022)”. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları. Ankara.

ÇINARLI İ. (2013) Stratejik İletişim Yönetimi. Beta Yayıncılık. İstanbul.

dergipark.org.tr/en/download/article-file/1476626. Erişim Tarihi: 30 Ekim 2023.BAYRAKTAR Ö. “Mısır’daki Hür Subaylar Darbesi ve Türkiye’deki 27 Mayıs Darbesi’nin Karşılaştırılması”. Kesit Akademi Dergisi 608-621.

dergipark.org.tr/en/download/article-file/114321. KOCAOĞLU M. (1995) “Kavalalı Mehmet Ali Paşa İsyanı (1831-1841)”. 195-210. OTAM Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi. Erişim Tarihi: 30 Ekim 2023.

dergipark.org.tr/en/download/article-file/2950118. TÜRK O. (2022) “Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç Bağlamında İnanç Diplomasisi: İran ve Suudi Arabistan Örneği”. 45-78. Journal of Middle East Perspectives. Erişim Tarihi: 2 Kasım 2023.

dergipark.org.tr/en/download/article-file/21r. KARADENİZ Y. (2022) “Türkiye’nin Kamu Diplomasisi’nde TRT World’ün Rolü”. 561-578. USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi. Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2023.

dergipark.org.tr/tr/download/a. KOYUNCU S. (2022) “Türk Kamu Diplomasisi Tarihinde BYEGM’nin Konumu ve Önemi”. 922-937. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2023.

dergipark.org.tr/tr/download/article-file/157498. YÜCE N. (2009) “Mısır’da Türk Dili ve Kültürünün İlk İzleri”. Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi. 91-106. Erişim Tarihi: 4 Ekim 2023.

dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2358116. ÇETİN O.M. (2022) “Bir Kamu Diplomasisi Aktörü Olarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı”. İletişim Çalışmaları Dergisi. 233-255. Erişim Tarihi: 18 Ağustos 2023.

dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2790627. KAPLAN H, ÇİMEN İ-BALCI E. (2022) “Türkiye’nin Eğitim Diplomasisi’nde Türkiye Maarif Vakfının Rolü”. Akdeniz Havzası ve Afrika Medeniyetleri Dergisi. 118-126. Erişim Tarihi: 4 Kasım 2023.

dergipark.org.tr/tr/download/article-file/816442. KALIN İ. (2011) “Soft Power and Public Diplomacy in Turkey”. Perceptions. 5-23. Erişim Tarihi: 4 Eylül 2023.

dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22897/245091. KARLIDAĞ S.- BULUT D. (2014) “The Transnational Spread Of Turkish Television Soap Operas”. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. 75-96

dergipark.org.tr/tr/download/article-file/76953. YAĞMURLU A. (2019) “Kültürel Diplomasi: Kuram ve Pratikteki Çerçevesi”. Selçuk İletişim. Vol.12, no.2. 1182-1210. Erişim Tarihi: 6 Kasım 2023.

DEVİRAN Y. (2012) “Türk Tarihi Perspektifinden Kamu Diplomasisi Olgusuna Bakış ya da Tarihi Potansiyeli Yeniden Düşünmek”. Kamu Diplomasisi. ÖZKAN- ÖZTÜRK (der) içinde. Tasam Yayınları. İstanbul.

DIZARD. W. JR. (2004) *Inventing Public Diplomacy: The Story of the U.S. Information Agency*. Lynne Rienner Publishers. Colorado.

DOĞAN E. (2012) “Kamu Diplomasisinin Sunduğu Fırsatlar ve Kısıtlar”. Kamu Diplomasisi. ÖZKAN- ÖZTÜRK (der) içinde. Tasam Yayınları. İstanbul.

doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1273435. GÖKSU O. (2023). “21. Yüzyılda Türkiye’nin Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Gücü: Yapısı, Araçları ve Mesajları”. Erciyes İletişim Dergisi, 10(2), 845-870.

DOSTER B. (2018) “Atatürk ve Kamu Diplomasisi”. Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Üzerine Akademik Analizler. YILMAZ-KILIÇOĞLU (der.) içinde. Nobel Akademik Yayıncılık. Ankara.

EKŞİ M. (2014) *Kamu Diplomasisi ve AK Parti Dönemi Türk Dış Politikası*. Siyasal Kitabevi. Ankara.

english.alarabiya.net/media/2013/08/18/Egypt-TV-channels-boycott-Turkish-drama-in-Erdogan-protest. Al Arabia News. “Egypt TV channels boycott Turkish dramas in Erdogan protest”. Erişim Tarihi: 2 Kasım 2023.

ERDOĞAN İ. (2006) *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*. Erk Yayınları. İstanbul.

ERKOÇ M. (2020) *Osmanlı Devleti’nden Ayrılma Sürecinde Mısır’da Arap Milliyetçiliği*. İksad Yayınevi. Gaziantep.

ERZEN M. Ü. (2012) “Kamu Diplomasisinin Kapsamı ve Geleceği”. Kamu Diplomasisi. ÖZKAN- ÖZTÜRK (der) içinde. Tasam Yayınları. İstanbul.

FAN Y. (2010) “Branding the Nation: Towards a Better Understanding”. *Place Branding and Public Diplomacy*. 97-103. Vol 6,2.

foreignpolicy.com/2020/09/05/ertugrul-Türkiye-dizi-soft-power-pakistan/.

Fatima Bhutto. “How Turkey’s Soft Power Conquered Pakistan”. Erişim Tarihi: 2 Kasım 2023.

GILBOA E. (2000) Mass Communication and Diplomacy: A Theoretical Framework, Communication Theory. London: The Foreign Policy Center.

GILBOA E. (2008) “Searching for a Theory of Public Diplomacy”. The Annals of the American Academy of Political and Social Science. Vol.616.

GRUNIG J.E.-HUNT T. (1984) Managing Public Relations. CBS College Publishing. New York.

GÜLTEKİN B. (2013) “Türkiye’nin Uluslararası İmajında Yükselen Değerler ve Eğilimler”. Selçuk İletişim, 4(1). 126-140.

GÜVENÇ C. (2021) “Arap Baharı Öncesi ve Sonrasına Yönelik Türk Dış Politikası: Tunus, Mısır, Bahreyn ve Yemen Örneği”. USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi. 3/5. 355-381.

İHSANOĞLU E. (2012) The Turks in Egypt and Their Cultural Legacy. The American University in Cairo Press. Kahire.

İNAN E. (2012) “Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler Eksenini”. Kamu Diplomasisi. ÖZKAN- ÖZTÜRK (der) içinde. Tasam Yayınları. İstanbul.

İSKİT T. (2007) Diplomasi, Tarihi, Teorisi, Kurumları ve Uygulamaları. Bilgi Üniversitesi Yayınları. İstanbul.

ijoc.org › ijoc › article › download. YÖRÜK Z.- VATIKIOTIS P. (2013) “Soft Power or Illusion of Hegemony: The Case of the Turkish Soap Opera Colonialism”. International Journal of Communication. 7. 2361-2385.

ivanrasmussen.com/wp-content/uploads/2012/06/A-Theory-of-Public-Diplomacy-Rasmussen-June-2012.pdf. RASMUSSEN I. W. (2009) “Towards a Theory of Public diplomacy”. Erişim Tarihi: 7 Mart 2024.

jag.journalagent.com/gpt-studios/pdfs/GPT_3_2_158_175.pdf. ÇAPIK E.-DULUPÇU M.A. (2023) “Türkiye’nin Tanıtımında Türk Dizileri’nin Bölgesel Başarısı”. Geographies, Planning & Tourism Studios. 3/2. 158-174. Erişim Tarihi: 20 Mart 2024.

KALIN İ. (2010) “Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi”. Yükselen Değer Türkiye. MÜSİAD (der) içinde. Müsiad Araştırmalar ve Yayın Komisyonu. İstanbul.

KALIN İ. (2012) “Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi”. Kamu Diplomasisi. ÖZKAN- ÖZTÜRK (der) içinde. Tasam Yayınları. İstanbul.

kamudiplomasisi.org/demo/images/stories/aslisancar.pdf. SANCAR A. (2015). “Kamu Diplomasisinde ‘İlişki İnşa Etme’ Söylemi”. 22 Şubat 2024.

kamudiplomasisi.org/pdf/abdkdstratejisi.pdf. AKÇADAĞ E. (2013). “ABD’nin Kamu Diplomasisi Stratejisi: Akıllı Güç”. Erişim Tarihi:16 Şubat 2024.

KAPLAN M. (2000) Kültür ve Dil. (13. Baskı). Dergah Yayınları. İstanbul.

KARABULUT B. (2014) Algı Yönetimi. Alfa. İstanbul.

KARDAŞ T.-ERDAĞ R. (2012) “Bir Dış Politika Aracı Olarak TİKA”. Akademik İncelemeler Dergisi (Journal of Academic Inquiries). Cilt:7. Sayı:1.

KAVOĞLU S. (2018) Türk Kamu Diplomasisi Halkla İlişkiler Eksenli Model Arayışları. Eğitim Yayınevi. Konya.

KELLEY J. R. (2009) “Between “Take-offs” and “Crash Landings- Situational Aspects of Public Diplomacy”. Handbook of Public Diplomacy. SNOW-TAYLOR (der.) içinde. Routledge. New York.

KILIÇ E. A. (2015) “Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak TRT Kurumu”. ŞAHİN M-ÇEVİK B.S. (der) içinde. Nobel Yayınları. Ankara.

KÖKSOY E. (2016). Kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler ilişkisi: Kuramsal bir değerlendirme. Marmara İletişim Dergisi (22), 211-231.

KULAKLIKAYA M. (2010) “Yükselen Donör Ülke Türkiye ve TİKA’nın Türkiye Kalkınma Yardımlarındaki Rolü”. Yükselen Değer Türkiye. MÜSİAD (der) içinde. Müsiad Araştırmalar ve Yayın Komisyonu. İstanbul.

KURT D. (2019) “Orta Doğu’da Türk Dizileri, Yumuşak Güç ve Kültürel Emperyalizm”. Kamu Diplomasisi’nde Yeni Yönelimler. GÖKSU (der) içinde. 225-246. Literatürk. Konya.

L’ETANG, J. (1996) “Public relations as public diplomacy”. In J.L’Etang & M. Pieczka (der.) içinde. Critical perspectives in public relations. International Thomson Business Press. London.

LE BON G. (1997) Kitleler Psikolojisi. Hayat. İstanbul.

LEONARD M.-STEAD C.-SMEWING C. (2002) Public Diplomacy. The Foreign Policy Center. London.

levantine-journal.org/product/rethinking-Türkiyes-soft-power-in-the-arab-world-islam-secularism-and-democracy/. CERAMI C. (2013) Journal of Levantine Studies. “Rethinking Turkey’s Soft Power in the Arab World: Islam, Secularism, and Democracy”. Erişim Tarihi: 4 Eylül 2023.

link.springer.com/article/10.1057/palgrave.pb.5990029. GUDJONSSON H. (2005) “Nation Branding”. Place Branding. Erişim Tarihi: 21 Temmuz 2023.

LIPMANN W. (2020) Kamuoyu. Kabalcı Yayınevi. İstanbul.

MCLUHAN M. (1964) Understanding Media: The extentions of man. McGraw Hill. New York.

MCNAIR B. (2002) “Politikada Temsil ve Temsilin Politikası”. Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar. L’Etang Pieczka (der.) içinde. Vadi Yayınları. Ankara.

MELISSEN J. (2005) The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations. Palgrave Macmillan. Basingstoke.

MENGÜ S.-YILDIRIM G. (2012) “Halkla İlişkilerin Kamu Diplomasisinde Etkin Kullanımı”. Kamu Diplomasisi. ÖZKAN- ÖZTÜRK (der) içinde. Tasam Yayınları. İstanbul.

MORGENTHAU H. J. (1993) *Politics Among Nations: The Struggle for Power and Peace*. Mc Graw-Hill. New York.

MUTLU E. (2008) *İletişim Sözlüğü*. Ayraç Yayınları. Ankara.

nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/TEZ/50499.pdf. KÖKSOY E. (2013) “Halkla İlişkiler Bağlamında Kamu Diplomasisi Yönetimi: Türkiye’nin Kamu Diplomasisi’ndeki Yetkinlik İncelemesi”. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi. Erişim Tarihi:18 Temmuz 2023.

nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/TEZ/51887.pdf. YILDIRIM G. (2014) “Uluslararası Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi: Türkiye Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Örneği Çerçevesinde Kültürel Diplomasi”. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi. Erişim Tarihi: 18 Ağustos 2023.

NYE J. S. (1990) “Soft Power”. *Foreign Policy*. No:80. 153-171.

NYE J. S. (1990) *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. Basic Books. New York.

NYE J.S. (2008) “Public Diplomacy and Soft Power”. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Vol.616. 94-109.

NYE J.S. (2017) *Yumuşak Güç*. BB101 Yayınları. Ankara.

onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1468-2370.2005.00109.x. CHUN R. (2005) “Corporate reputation: Meaning and measurement”. *International Journal of Management Reviews*. Volume 7. Issue 2. Erişim Tarihi: 13 Şubat 2024.

onlinelibrary.wiley.com/doi/. DAHL R.A. (1957) “The Concept of Power”. *Behavioral Science*. 201-215. Erişim Tarihi: 18 Temmuz 2023.

ÖZKAN A. (2009) *Halkla İlişkiler Yönetimi*. İstanbul Ticaret Odası Yayınları. İstanbul.

ÖZKAN A.- ÖZTÜRK T. E. (2012) Kamu Diplomasisi. Tasam Yayınları. İstanbul.

ÖZTERMİYESİ M. (2018) “THY ve İstanbul Yeni Havalimanının Türkiye’nin Yumuşak Gücüne Etkileri”. Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Üzerine Akademik Analizler. YILMAZ-KILIÇOĞLU (der.) içinde. Nobel Akademik Yayıncılık. Ankara.

PELTEKOĞLU F. B. (2001) Halkla İlişkiler Nedir? Beta Yayıncılık. İstanbul.

PRATKANIS A. (2009) “Public Diplomacy in International Conflicts”. Handbook of Public Diplomacy. SNOW-TAYLOR (der.) içinde. Routledge. New York.

researchcentre.trtworld.com/perspectives/. TRT World. “Perspectives”. Erişim Tarihi: 2 Kasım 2023.

SANCAR G. (2014) Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler. Beta Yayıncılık. İstanbul.

SANCAR G. (2016) Kamu Diplomasisinde Yeni Yaklaşımlar ve Örnekler. Beta Yayıncılık. İstanbul.

search.trdizin.gov.tr/tr/yayin/. YAĞMURLU A. (2018) “Bir Aşk ve Nefret Hikayesi: Halkla İlişkiler ve Propaganda”. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi. 40-58. Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2023.

SIGNITZER B.H.- WAMSER C. (2009) “Public Diplomacy: A Specific Governmental Public Relations Function”. Public Relations Theory II. BOTAN-HAZELTON (der.) içinde. Taylor & Francis. New York.

SMITH S.G. (2009) “Exchange Programs and Public Diplomacy”. Handbook of Public Diplomacy. SNOW-TAYLOR (der.) içinde. Routledge. New York.

SNOW N. (2009) “Rethinking Public Diplomacy” Handbook of Public Diplomacy. SNOW-TAYLOR (der.) içinde. Routledge. New York.

softpower30.com/find-out-more/. The Soft Power 30. “Find Out More”. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2024.

softpower30.com/. The Soft Power 30. "Home". Erişim Tarihi: 16 Nisan 2024.

softpower30.com/country/turkey/. The Soft Power 30. "Turkey". Erişim Tarihi: 16 Nisan 2024.

softpower30.com/wp-content/uploads/2019/10/The-Soft-Power-30-Report-2019-1.pdf. The Soft Power 30. "The Soft Power 30: A Global Ranking of Soft Power". Erişim Tarihi: 16 Nisan 2024.

sozluk.gov.tr/. Erişim Tarihi: 14 Haziran 2023.

state.gov/documents/organization/87427.pdf. U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication. Policy Coordinating Committee (PCC). Erişim Tarihi: 19 Temmuz 2023.

SÜMER O.-YILMAZ E. (2014) "Ulusal İtibar Yönetiminde Kamu Diplomasisi". Düşünen Siyaset Düşünce Dergisi. Sayı 29.

SZONDI G. (2009) "Central and Eastern European Public Diplomacy". Handbook of Public Diplomacy. SNOW-TAYLOR (der.) içinde. Routledge. New York.

ŞAHİN A. (2018) Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretimi. Pegem Akademi. Ankara.

ŞAHİN M.- ÇEVİK B.S. (2015) Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi. Nobel Akademik Yayıncılık. Ankara.

ŞEKERCİ Y. (2020) "İnsani Diplomasi Aracı Olarak Sosyal Medyanın Kullanımı: Türk Kızılay Örneği". Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi.

TABACHNICK B. G.-FIDELL L. S. (2013) Using Multivariate Statistics (6th ed.). MA: Pearson. Boston.

TELCİ İ. N. (2014) Mısır Devrimi Sözlüğü. Açılım Kitap. İstanbul.

TELCİ İ. N. (2017) Mısır: Devrim ve Karşı Devrim. SETA. İstanbul.

tika.gov.tr/basin-odasi/yayinlar/tika-faaliyet-raporlari/. TİKA Kurumsal Web Sitesi. "2022 İdare Faaliyet Raporu". Erişim Tarihi: 21 Eylül 2023.

tika.gov.tr/wp-content/uploads/2024/02/TİKA-2023-İdare-Faaliyet-Raporu.pdf.
TİKA Kurumsal Web Sitesi. TİKA 2023 İdare Faaliyet Raporu. Erişim Tarihi: 14 Mart 2024.

TUCH H. N. (1990). *Communicating with the World: U.S. Public Diplomacy Overseas*. St. Martin's Press Inc. New York.

TUNCER H. (2009). *Diplomasinin Evrimi-Gizli Diplomasiden Küresel Diplomasıye*. Kaynak Yayınları. İstanbul.

turkiyemaarif.org/dunyada-maarif. Türkiye Maarif Vakfı Kurumsal Web Sitesi. “Dünyada Maarif”. Erişim Tarihi: 4 Kasım 2023.

turkiyemaarif.org/page/hakkimizda. Türkiye Maarif Vakfı Kurumsal Web Sitesi. “Hakkımızda”. Erişim Tarihi: 4 Kasım 2023.

turkiyemaarif.org/uploads/editions/files/16435827a044b6.pdf. Türkiye Maarif Vakfı Kurumsal Web Sitesi Faaliyet Raporu. Erişim Tarihi: 4 Kasım 2023.

twitter.com/Tika_Turkiye/status/1720077400099393716. TİKA Kurumsal X Hesabı. “TİKA_Turkiye”. Erişim Tarihi: 25 Mart 2024.

twitter.com/yeekahire/status/1759953626309574983. Kahire Yunus Emre Enstitüsü. Kurumsal X Hesabı. Erişim Tarihi: 26 Mart 2024.

twitter.com/yeeorgtr/status/1757743827996008908/photo/1. Yunus Emre Enstitüsü Kurumsal X Hesabı. Erişim Tarihi: 26 Mart 2024.

UYSAL H. (2020) “Mısır Lehçesindeki Türkçe Kelimelerin Köken Analizi”. 1 Turkish Studies-Social Sciences. 561-1604.

VURAL A. (2018) “Çin Dış Politikasında Yumuşak Güç Etkisi”. *Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Üzerine Akademik Analizler*. YILMAZ-KILIÇOĞLU (der.) içinde. Nobel Akademik Yayıncılık. Ankara.

www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/turkiye-dizi-film-ihracatinda-hollywooda-rakip-oldu/1408437. “Türkiye dizi film ihracatında Hollywood'a rakip oldu”. Erişim Tarihi: 2 Kasım 2023.

www.academia.edu/7855121/. GREGORY B. (2005) “Public Diplomacy and Strategic Communication: Cultures, Firewalls, and Imported Norms”. American Political Science Association Conference on International Communication and Conflict. Erişim Tarihi: 18 Temmuz 2023.

www.americansforthearts.org/sites/default/files/MCCpaper.pdf. CUMMINGS M. (2002) “Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey”. Erişim Tarihi: 1 Mart 2024.

www.britishcouncil.org/sites/default/files/british_council_annual_report_fin. British Council 2021-2022 Yıllık Faaliyet Raporu. “British Council 2021-22 Annual Report and Accounts”. Erişim Tarihi: 10 Eylül 2023.

www.brookings.edu/articles/the-2011-arab-public-opinion-poll/. TELHAMİ S. (2011) “The 2011 Arab Public Opinion Poll”. Erişim Tarihi: 11 Eylül 2023.

www.ceidizleme.org/ekutuphaneresim/dosya/914_1.pdf. Diyanet İşleri Başkanlığı. “Türkiye’de Dini Hayat Araştırması”. Erişim Tarihi: 31 Ekim 2023.

www.cia.gov/the-world-factbook/countries/egypt/summaries/#people-and-society.

CIA World Fact Book. “EGYPT”. “Egypt- Country Summary”. Erişim Tarihi: 10 Eylül 2023.

www.iletisim.gov.tr/turkce/dis_basinda_turkiye/detay/erdogan-turkiye-misir-iliskileri-12-yillik-aradan-sonra-yeniden-aktif-hale-geldi. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Kurumsal Web Sitesi. “Haberler”. Erişim Tarihi: 16 Şubat 2024.

www.iletisim.gov.tr/turkce/kurum-h. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Kurumsal Web Sitesi. “Hakkımızda”. Erişim Tarihi: 18 Ağustos 2023.

www.iletisim.gov.tr/turkce/yerel_basin/detay/kamu-diplomasisi-koordinasyon-kurulu-cumhurbaskanligi-iletisim-baskani-. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Kurumsal Web Sitesi. “Yerel Basın”. Erişim Tarihi: 18 Ağustos 2023.

www.insamer.com/tr/ulke-profil-misir/. İNSAMER. “Mısır-Temel Göstergeler”. Erişim Tarihi: 31 Ekim 2023.

www.instagram.com/p/CzJ82LYMzWJ/?img_index=1. TİKA Kurumsal Instagram Hesabı. “TİKA_Turkey”. Erişim Tarihi: 25 Mart 2024.

www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-10/NBI_2023_Press_Release_Supplemental_Deck_WEB.pdf. “The Anholt-Ipsos Nation Brand Index. 2023”. Erişim Tarihi: 16 Nisan 2024.

www.jstor.org/stable/40203812. POTTER E. (2003) “Canada and the New Public Diplomacy”. International Journal. Canadian International Council, Vol. 58, No.1.

www.jstor.org/stable/4092794. FURIA P.A.-LUCAS R.E. “Determinants of Arab Public Opinion on Foreign Relations”. International Studies Quarterly. Vol. 50, No. 3. 585-605.

[www.jstor.org/stable/pdf/resrep05374.pdf?refreqid=excelsior%](http://www.jstor.org/stable/pdf/resrep05374.pdf?refreqid=excelsior%3A). SZONDI G. (2008) “Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences”. Cligendeal Institute. Discussion Papers in Diplomacy. Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2023.

[www.jstor.org/stable/pdf/resrep07713.pdf?refreqid=excelsior%](http://www.jstor.org/stable/pdf/resrep07713.pdf?refreqid=excelsior%3A)3Addecdd089. SHEIRA O. (2014) “Turkey-Egypt Relations: Incentives to Normalize”. GPOT Policy Brief. 1-14. Erişim Tarihi: 10 Eylül 2023.

www.kamudiplomasisi.org/pdf/emineakcadag.pdf. AKÇADAĞ E. (2012) “Dünya’da ve Türkiye’de Kamu Diplomasisi”. Erişim Tarihi: 14 Mart 2024.

www.mfa.gov.tr/no_-164_-turkiye-misir--ortak--aciklamasi.tr.mfa. Türkiye Cumhuriyeti Dış İşleri Bakanlığı. “Güncel Duyurular”. Erişim Tarihi: 7 Eylül 2023.

www.oed.com/search/. Oxford English Dictionary (2023). Erişim Tarihi: 14 Haziran 2023.

www.researchgate.net/publication/242342477_The_antecedents_of_service_quality_and_product_quality_and_their_influences_on_bank_reputation_Evidence_fr

om_the_banking_industry_in_China. WANG Y.- H. P. L.- HUI- Y. V. (2003). “The Antecedents of Service Quality and Product Quality and Their Influences on Bank Reputation: Evidence From The Banking Industry in China”. *Managing Service Quality*. Vol. 13 Iss: 1.

www.researchgate.net/publication/311575994_Yeni_Turkiye'nin_Kuresel_Sesi_TRT_World_Firsatlar_ve_Guclukler. DEVRAN Y. (2015). “Yeni Türkiye’nin Küresel Sesi TRT World: Fırsatlar ve Güçlükler”. *EJournal of Intermedia* 2 (2). Erişim Tarihi: 13 Mart 2024.

www.researchgate.net/publication/340455848_. KHAN M- ROHN U. (2020) “Transnationalization, Exportation, and Capitalization of Turkish Television and its Impact on the Audience of the Egypt and Pakistan”. *European Journal of Social Sciences*. 123-137. Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023.

www.researchgate.net/publication/340528825_. KÖKSOY E. (2019) "Kamu Diplomasisi Yönetim Stratejisi". *Kamu Diplomasisi’nde Yeni Yönelimler*. 11-54. Erişim tarihi: 15 Haziran 2023.

www.researchgate.net/publication/357476836.P.S. "Strategic Communications and Public Diplomacy". *The ASEF Public Diplomacy Handbook*. 23-34. Erişim Tarihi:19 Temmuz 2023.

www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2010/01/20100130-19.htm. Resmi Gazete. “Genelge 2010/3”. Erişim Tarihi: 18 Ağustos 2023.

www.sciencedirect.com/. ÖZKAN A. (2014) “Strategic Practices Of Public Diplomacy Policies In Educational Field And Turkey’s Potential For Cultural Diplomacy”. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. Erişim Tarihi: 6 Kasım 2023.

www.statista.com/statistics/879340/china-confucius-institutes-and-confucius-classrooms-worldwide/. Statista. “Total number of Confucius Institutes and Confucius Classrooms worldwide from 2013 to 2018”. Erişim Tarihi: 10 Mart 2024.

www.tesev.org.tr/wp-content/uploads/r. AKGÜN M.- GÜNDOĞAR S.S. (2013) “Ortadoğu’da Türkiye Algısı 2013”. TESEV Dış Politika Programı. Erişim Tarihi: 11 Eylül 2023.

www.tesev.org.tr/wpcontent/uploads/rapor_Ortadoguda_Turkiye_Algisi_2012.pdf f. AKGÜN M.- GÜNDOĞAR S.S. (2012) “Ortadoğu’da Türkiye Algısı 2012”. TESEV Dış Politika Programı. Erişim Tarihi: 11 Eylül 2023.

www.tika.gov.tr/tr/duyuru/t. TİKA Kurumsal Web Sitesi. “Duyurular”. Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023.

www.tika.gov.tr/tr/haber/tika%27dan_kahire%27de_engellilere_yonelik_iftar_programi-51315. TİKA Kurumsal Web Sitesi. “Haberler”. Erişim Tarihi: 21 Eylül 2023.

www.tika.gov.tr/tr/haber/tika_misir_da_engellilere_kurban_eti_dagitti-52912. TİKA Kurumsal Web Sitesi. “Haberler”. Erişim 21 Eylül 2023.

www.tika.gov.tr/tr/haber/tika'dan_kahire'de_mevlit_kandil'i_merasimi-54284. TİKA Kurumsal Web Sitesi. “Haberler”. Erişim Tarihi: 21 Eylül 2023.

www.tika.gov.tr/tr/haber/turkiye_ve_misirin_ortak_tarihi_gecmisten_gelecege_tasiniyor-2234. TİKA Kurumsal Web Sitesi. “Haberler”. Erişim Tarihi: 20 Eylül 2023.

www.tika.gov.tr/tr/koordinatorklukler. TİKA Kurumsal Web Sitesi. “Koordinatörlükler”. Erişim Tarihi: 21 Eylül 2023.

www.tika.gov.tr/tr/sayfa/hakkimizda-14649. TİKA Kurumsal Web Sitesi. “Hakkımızda”. Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2023.

www.tika.gov.tr/tr/sayfa/tarihce-222. TİKA Kurumsal Web Sitesi. “Tarihçe”. Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2023.

www.trthaber.com/haber/gundem/trt-burosuna-inceleme-adi-altinda-baskin-100286.html. TRT Haber. “TRT bürosuna inceleme adı altında baskın”. Erişim Tarihi: 21 Eylül 2023.

www.trtworld.com/about. TRT World. “About”. Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2023.

www.worlddata.info/africa/egypt/index.php. World Data. “Egypt”. Erişim Tarihi: 31 Ekim 2023.

www.worlddata.info/asia/Türkiye/index.php. World Data. “Turkey”. Erişim Tarihi: 31 Ekim 2023.

www.yee.org.tr/sites/default/files/yayin/. Yunus Emre Enstitüsü Kurumsal Web Sitesi. “Yayınlar”. 2022 Faaliyet Raporu. Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023.

www.yee.org.tr/tr/kurumsal/yunus-emre-enstitusu. Yunus Emre Enstitüsü Kurumsal Web Sitesi. “Kurumsal”. Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023.

www.youm7.com/story/2013/1/8/. “Because of the series, there is a great demand among Egyptians to learn the Turkish language (2013)”. Erişim Tarihi: 20 Kasım 2023.

WYNE A.S. (2009) “Public Opinion and Power”. Handbook of Public Diplomacy. SNOW-TAYLOR (der.) içinde. New York.

YAĞMURLU A. (2007) “Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi”. İletişim Araştırmaları 5 (1).

YAVAŞGEL E. (2004) Siyasal İletişim-Kavramlar ve Ardındakiler. Babil Yayınları Ankara.

YILDIRIM G. (2015) Uluslararası Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi. Beta Yayıncılık. İstanbul.

YILMAZ A.N. (2018) “Kültür ve Sanatın Ulusal Tanınırlığının Pozitifleştirilmesi Bir Araç Olarak Kullanılması: Türkiye’nin Kültürel Yumuşak Güç Potansiyeli”. Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Üzerine Akademik Analizler. YILMAZ-KILIÇOĞLU (der.) içinde. Nobel Akademik Yayıncılık. Ankara.

YILMAZ A.N.-KILIÇOĞLU G. (2018) Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Üzerine Akademik Analizler. Nobel Akademik Yayıncılık. Ankara.

YILMAZ S. (2012) Akıllı Güç. Kumsaati Yayınları. İstanbul.

ytb.gov.tr/kurumsal/baskanlik. Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı Kurumsal Web Sitesi. “Kurumsal”. Erişim Tarihi: 5 Kasım 2023.

ZAHARNA. R.S. (2009) “Mapping Out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives. Information and Relational Communication Frameworks”. Handbook of Public Diplomacy. SNOW-TAYLOR (der.) içinde. New York.



EKLER**EK 1: TÜRK KATILIMCI GRUBU ANKET SORULARI**

1. Uyuşgunuz? *

- Türkiye
- Mısır

2. Cinsiyetiniz? *

- Kadın
- Erkek
- Diğer

3. Yaşınız? *

- 18-25
- 25-40
- 40 ve üstü

4. Eğitim durumunuz? *

- Lise Mezunu
- Lisans
- Yüksek Lisans
- Doktora
- Diğer:

5. Üniversite mezunuysanız, lisans eğitiminiz?

- Sosyal Bilimler
- Yabancı Dil
- Din Bilimleri
- Güzel Sanatlar

- Fen Bilimleri
- Mühendislik
- Sağlık Bilimleri

6. Mısır'a gitme amacınız? *

- Dil Öğrenimi
- Eğitim
- Proje/Gönüllülük
- Staj/İş

7. Neden Mısır'ı tercih ettiniz? (Birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz.) *

- Arapça konuşulması
- Eğitim
- Mısır'ın kültür ve tarihi
- Turizm
- Sosyal imkanlar
- Yaşam koşulları
- Kültürel benzerlik
- Uygun fiyatlı bir ülke olması
- Diğer:

8. Arapça biliyor musunuz? *

- Evet
- Hayır
- Kısmen

9. Arapça seviyeniz nedir?

Arapça bilmiyorsanız bu soruyu geçebilirsiniz.

- Başlangıç
- Orta

- İyi
- Çok İyi

10. Arapçayı nasıl öğrendiniz?

Arapça bilmiyorsanız bu soruyu geçebilirsiniz.

- Okul
- Diğer dil kursları
- Kendi imkanlarımla (kişisel çalışma, basılı ve dijital kaynaklarla vb.)

11. Arapça müzik dinler misiniz? *

- Evet
- Hayır
- Bazen

12. Hangi Arap sanatçıları biliyorsunuz?

13. Arapça dizi/film izler misiniz? *

- Evet
- Hayır
- Bazen

14. Hangi Arapça dizi/filmleri biliyorsunuz?

15. Mısır Mutfağı'nı sever misiniz? *

1'den 5'e kadar puanlayınız.

- 1= Hiç sevmem.
- 2= Sevmem.
- 3= Kısmen.
- 4= Severim.
- 5= Çok severim.

16. Bildiğiniz Mısır Yemekleri'nden birkaçını yazınız.

17. Mısır Kültürü'ne ilginiz var mı? *

1'den 5'e kadar puanlayınız.

- 1= Hiç ilgim yok.
- 2= İlgim yok.
- 3= Kısmen.
- 4= İlgim var.
- 5 = Çok ilgim var.

18. Mısır Tarihi'ne ilginiz var mı? *

1'den 5'e kadar puanlayınız.

- 1= Hiç ilgim yok.
- 2= İlgim yok.
- 3= Kısmen.
- 4= İlgim var.
- 5 = Çok ilgim var.

19. Mısır'da hiç kültürel gezi yaptınız mı? *

- Evet
- Hayır

20. Türkiye ve Mısır'ın tarihsel bağları olduğunu düşünüyor musunuz? *

- Evet
- Hayır
- Kısmen

21. Türk Kültürü ve Mısır Kültürü'nü ne oranda benzer buluyorsunuz? *

1'den 5'e kadar puanlayınız.

- 1= Hiç benzer değil.
- 2= Benzer değil.

- 3= Kısmen benzer.
- 4= Benzer.
- 5= Çok benzer.

22. Kendinizi Mısır Kültürü'ne ne kadar yakın hissediyorsunuz? *

1'den 5'e kadar puanlayınız.

- 1= Hiç yakın hissetmiyorum.
- 2= Yakın hissetmiyorum.
- 3= Kısmen.
- 4= Yakın hissediyorum.
- 5= Çok yakın hissediyorum.

23. Sizce, aşağıdakilerden hangisi Mısır ve Türk Kültürü'nde benzerlik göstermektedir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.) *

- Yaşam stili
- Dini pratikler ve inanç
- Aile yapısı
- Toplumsal ilişkiler
- Görgü kuralları
- Yemek kültürü
- Eğlence kültürü
- Diğer:

24. Arapça öğrendiğinizde kendinizi Arapça konuşan ülkelere karşı daha yakın hissettiniz mi?

Arapça bilmiyorsanız bu soruyu geçebilirsiniz.

- Evet
- Hayır
- Kısmen

25. Sizce Mısır'da Türk Kültürü biliniyor mu? *

1'den 5'e kadar puanlayınız.

- 1= Hiç bilinmiyor.
- 2= Bilinmiyor.
- 3= Kısmen.
- 4= Biliniyor.
- 5= Çok iyi biliniyor.

26. Mısır'da yaşamak ister miydiniz? *

- Evet
- Hayır
- Emin değilim

27. Cevabınız evet ise neden? (Birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz.)

- Kültürünü seviyorum.
- Yaşam stili hoşuma gidiyor.
- Halkı seviyorum.
- Alım gücüm ülkede rahat yaşamak için yeterli oluyor.
- İklim ve coğrafyasını seviyorum.
- Diğer:

EK 2: MISIRLI KATILIMCI GRUBU ANKET SORULARI

1. Uyruğunuz? *

- Türkiye
- Mısır

2. Cinsiyetiniz? *

- Kadın
- Erkek
- Diğer

3. Yaşınız? *

- 18-25
- 25-40
- 40 ve üstü

4. Eğitim durumunuz? *

- Lise Mezunu
- Lisans
- Yüksek Lisans
- Doktora
- Diğer:

5. Üniversite mezunuysanız, lisans eğitiminiz?

- Sosyal Bilimler
- Yabancı Dil
- Din Bilimleri
- Güzel Sanatlar
- Fen Bilimleri

- Mühendislik
- Sağlık Bilimleri

6. Türkiye'ye gitme amacınız? *

- Dil Öğrenimi
- Eğitim
- Proje/Gönüllülük
- Staj/İş

7. Neden Türkiye'yi tercih ettiniz? (Birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz.) *

- Türkçe konuşulması
- Eğitim
- Türkiye'nin kültür ve tarihi
- Turizm
- Sosyal imkanlar
- Yaşam koşulları
- Kültürel benzerlik
- Uygun fiyatlı bir ülke olması
- Diğer:

8. Türkçe biliyor musunuz? *

- Evet
- Hayır
- Kısmen

9. Türkçe seviyeniz nedir?

Türkçe bilmiyorsanız bu soruyu geçebilirsiniz.

- Başlangıç
- Orta
- İyi
- Çok İyi

10. Türkçe'yi nasıl öğrendiniz?

Türkçe bilmiyorsanız bu soruyu geçebilirsiniz.

- Okul
- Diğer dil kursları
- Kendi imkanlarımla (kişisel çalışma, basılı ve dijital kaynaklarla vb.)

11. Türkçe müzik dinler misiniz? *

- Evet
- Hayır
- Bazen

12. Hangi Türk sanatçıları biliyorsunuz?

13. Türkçe dizi/film izler misiniz? *

- Evet
- Hayır
- Bazen

14. Hangi Türkçe dizi/filmleri biliyorsunuz?

15. Türk Mutfağı'nı sever misiniz? *

1'den 5'e kadar puanlayınız.

- 1= Hiç sevmem.
- 2= Sevmem.
- 3= Kısmen.
- 4= Severim.
- 5= Çok severim.

16. Bildiğiniz Türk yemeklerinden birkaçını yazınız.

17. Türk Kültürü'ne ilginiz var mı? *

1'den 5'e kadar puanlayınız.

- 1= Hiç ilgim yok.
- 2= İlgim yok.
- 3= Kısmen.
- 4= İlgim var.
- 5 = Çok ilgim var.

18. Türk Tarihi'ne ilginiz var mı? *

1'den 5'e kadar puanlayınız.

- 1= Hiç ilgim yok.
- 2= İlgim yok.
- 3= Kısmen.
- 4= İlgim var.
- 5 = Çok ilgim var.

19. Türkiye'de hiç kültürel gezi yaptınız mı? *

- Evet
- Hayır

20. Türkiye ve Mısır'ın tarihsel bağları olduğunu düşünüyor musunuz? *

- Evet
- Hayır
- Kısmen

21. Türk Kültürü ve Mısır Kültürü'nü ne oranda benzer buluyorsunuz? *

1'den 5'e kadar puanlayınız.

- 1= Hiç benzer değil.
- 2= Benzer değil.
- 3= Kısmen benzer.
- 4= Benzer.
- 5= Çok benzer.

22. Kendinizi Türk Kültürü'ne ne kadar yakın hissediyorsunuz? *

1'den 5'e kadar puanlayınız.

- 1= Hiç yakın hissetmiyorum.
- 2= Yakın hissetmiyorum.
- 3= Kısmen.
- 4= Yakın hissediyorum.
- 5= Çok yakın hissediyorum.

23. Sizce, aşağıdakilerden hangisi Mısır ve Türk Kültürü'nde benzerlik göstermektedir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.) *

- Yaşam stili
- Dini pratikler ve inanç
- Aile yapısı
- Toplumsal ilişkiler
- Görgü kuralları
- Yemek kültürü
- Eğlence kültürü
- Diğer:

24. Türkçe öğrendiğinizde kendinizi Türkçe konuşan ülkelere karşı daha yakın hissettiniz mi?

Türkçe bilmiyorsanız bu soruyu geçebilirsiniz.

- Evet

- Hayır
- Kısmen

25. Sizce Türkiye’de Mısır Kültürü biliniyor mu? *

1'den 5'e kadar puanlayınız.

- 1= Hiç bilinmiyor
- 2= Bilinmiyor.
- 3= Kısmen.
- 4= Biliniyor.
- 5= Çok iyi biliniyor.

26. Türkiye’de yaşamak ister miydiniz? *

- Evet
- Hayır
- Emin değilim

27. Cevabınız evet ise neden? (Birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz.)

- Kültürü’nü seviyorum.
- Yaşam stili hoşuma gidiyor.
- Halkı seviyorum.
- Alım gücüm ülkede rahat yaşamak için yeterli oluyor.
- İklim ve coğrafyasını seviyorum.
- Diğer

TEZ ONAY SAYFASI

Üniversite : T.C. GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
Enstitü : SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Hazırlayanın Adı Soyadı :
Tez Başlığı :
Savunma Tarihi : / / 20....
Danışman :

JÜRİ ÜYELERİ:

Unvan, Ad-Soyadı

İmza

Prof. Dr. Ulun AKTURAN

Enstitü Müdürü