



**T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI İLİŞKİLER BİLİM DALI**

**TÜRK KAMU DİPLOMASİSİNDE YUNUS EMRE ENSTİTÜLERİNİN
KÜLTÜREL DİPLOMASİ FAALİYETLERİ: PAKİSTAN, MALEZYA,
SİRBİSTAN VE MAKEDONYA ÖRNEKLERİ**

DOKTORA TEZİ

AHMET FETHİ GÜN

DANIŞMAN: DR ÖĞRETİM ÜYESİ MEHMET ALİ UĞUR

**YALOVA
OCAK 2023**



T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI İLİŞKİLER BİLİM DALI

TÜRK KAMU DİPLOMASİSİNDE YUNUS EMRE ENSTİTÜLERİNİN
KÜLTÜREL DİPLOMASİ FAALİYETLERİ: PAKİSTAN, MALEZYA,
SİRBİSTAN VE MAKEDONYA ÖRNEKLERİ

DOKTORA TEZİ

AHMET FETHİ GÜN
147307008

DANIŞMAN: DR ÖĞRETİM ÜYESİ MEHMET ALİ UĞUR

YALOVA
OCAK 2023

ETİK BEYAN

Yalova Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez/Proje Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım “Türk Kamu Diplomasisinde Yunus Emre Enstitülerinin Kültürel Diplomasi Faaliyetleri: Pakistan, Malezya, Sırbistan ve Makedonya Örnekleri” başlıklı bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksinin tespiti halinde doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi taahhüt ve beyan ederim.

İmza

Ahmet Fethi GÜN

ÖNSÖZ

Kamu diplomasisi kavramı son yıllarda hem Türkiye akademisinde hem de dünya genelinde çokça üzerinde durulan bir kavramdır. Özellikle Türkiye’de son yirmi yılda yükseköğretim kurumlarında lisans ve lisansüstü düzeyde kamu diplomasisi dersleri okutulmakta, bu alan üzerine tezler yazılmaktadır. Kavramın çok boyutlu ve farklı disiplinlerden beslenmesi sebebiyle sadece uluslararası ilişkiler disiplini kapsamında kalmayıp birçok sosyal bilim dalında da çalışmalara konu olmaktadır. Kamu diplomasisinin alt bir disiplini olarak nitelenen kültürel diplomasi ise nispeten daha yeni bir kavramdır. Bu kavramın dış politikadaki yansıması ise bazı kurumlar vasıtasıyla olmaktadır. Kültürel diplomasi işlevini Türkiye adına doğrudan yerine getirme hedefinde olan kurum ise Yunus Emre Enstitüleridir. Bu tezin oluşmasında Türk dış politikasında gittikçe daha fazla yer edinen, kurumların artmasıyla hem bütçe hem de personel istihdamı ile oldukça büyüyen bu kurumlar çalışmanın ana konusudur. Bu kurumlardan bu araştırmaya doğrudan konu olan ise Yunus Emre Enstitüleridir. Bu tez çalışması ile Yunus Emre Enstitülerinin Türkiye’nin dış politikasına etkisi seçilen dört ülke üzerinden ölçülmeye çalışılmıştır. Coğrafi ve kültürel olduğu kadar dil ve din anlamında da birbirinden büyük farklılıklar arz eden dört ülke seçilerek Yunus Emre Enstitülerinin faaliyetleri, bu enstitülerde eğitim gören öğrenciler üzerinden ele alınmıştır. Elde edilen veriler ışığında ortaya konan hipotezler test edilmiştir. Bu çalışmada özgün, ilk kez geliştirilen bir ölçek kullanılmıştır. Bu çalışmanın ortaya çıkmasında elbette birçok değerli insanın emeği ve katkısı bulunmaktadır. Doktora tez döneminde yaşadığım birçok aksaklık danışmanım Dr. Öğretim Üyesi Mehmet Ali UĞUR sayesinde aşılmıştır. Bu noktada danışman hocama canı gönülden teşekkür ederim. Diğer tarafta tez izleme komitemde yer alan Doç. Dr. Nevra Esentürk’e, Prof. Dr. Selami Özcan’a ayrı ayrı teşekkürlerimi sunarım. Doktora tez savunmama katılmak için Kütahya’dan iştirak edip zahmet çeken çok değerli naif bir kişilik olan Prof. Dr. Hüsametdin İnaç’a, yine aynı şekilde İstanbul’dan tez savunmasına gelen Doç. Dr. Hüseyin Alptekin’e çok teşekkür ederim. Tez savunmasında yine bizimle birlikte olan, tez savunması sırasında birçok farklı ve önemli öneride bulunan Prof. Dr. Elif Yüksel Oktay’a ayrıca teşekkür etmek isterim. Ve en büyük teşekkürlerden biri de bu tez sürecinde hem maddi hem de manevi anlamda tezime çokça katkıda bulunan sevgili eşim Elif Hanım’a kalpten teşekkürlerimi sunuyorum. Kurumsal katkılarından dolayı Yunus Emre Enstitülerine, enstitü başkanı Sayın Prof. Dr. Şeref Ateş’e teşekkürlerimi sunuyorum. Yunus Emre Enstitülerinin Malezya, Makedonya, Pakistan ve Sırbistan’daki yetkililerine canı gönülden teşekkürlerimi sunarım. Bu çalışmada en ufak katkısı dahi olan ismini anamadığım kimler varsa hepsine saygılarımı sunmak ve teşekkürlerimi sunmak isterim. Akademi için belki küçük ama benim adıma büyük olan bu serüvende yolun sonuna gelmenin mutluluğu ve yeni yolculuklara başlamanın heyecanı...

Mart-2023

Ahmet Fethi GÜN



İÇİNDEKİLER

ETİK BEYAN	i
ÖNSÖZ	iii
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar LİSTESİ	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
ÖZET.....	xi
ABSTRACT.....	xiii
GİRİŞ	1
1.1. Neden Bu Konu, Neden Bu Çalışma?	6
1.2. Hipotezler	8
1.3. Yöntem	8
1.3.1. Araştırmanın modeli	8
1.3.2. Veri toplama aracı ve verilerin toplanması.....	9
1.3.3. Literatürde kamu diplomasisi	9
2. İDEALİZM VE REALİZM ARASINDA ULUSLARARASI İLİŞKİLER	15
2.1. Modern Dönem Realist Yaklaşım Düşüncesi	18
2.2. Uluslararası İlişkiler Ortamı ve Kamu Diplomasisi	20
2.3. Sosyal İnşacı Yaklaşım	22
2.4. Kamu Diplomasisine Sosyal İnşacı Yaklaşım.....	27
3. DİPLOMASİ ve KAMU DİPLOMASİSİ KAVRAMI.....	33
3.1. Diplomasi Türleri	35
3.1.1. Konferans diplomasisi	35
3.1.2. Parlamenter diplomasi	35
3.1.3. Zirve diplomasisi	35
3.1.4. Siber Diplomasi	36
3.1.5. Kamu diplomasisi	36
3.2. Kamu Diplomasisinin Tanımı ve Ortaya Çıkışı	37
3.2.1. Kamu diplomasisinin ilişkili olduğu kavramlar	41
3.2.2. Kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler	42
3.2.3. Kamu diplomasisi ve propaganda.....	51
3.2.4. Kamu diplomasisi ve ulus markalama/ulus inşa etme.....	69
3.3. Kamu Diplomasisinin Kullanım Alanları.....	81
3.3.1. Kültürel diplomasi	81

3.3.2. Yurttaş diplomasisi	91
3.3.3. İnanç diplomasisi	93
3.3.4. Lobicilik.....	96
3.3.5. Savunuculuk.....	99
4. DÜNYADA KAMU DİPLOMASİSİ UYGULAMA ÖRNEKLERİ	103
4.1. Amerika Birleşik Devletleri’nde Kamu Diplomasisi	104
4.2. Avrupa’da Kamu Diplomasisi	123
4.2.1. Fransa.....	123
4.2.2. İngiltere.....	126
4.2.3. Almanya.....	130
4.2.4. Rusya	132
4.3. Çin.....	135
4.4. İran.....	140
5. VERİ ANALİZİ, BULGULAR VE DEĞERLENDİRME	149
5.1. Geçerlik Bulgusu	149
5.2. Karşılaştırmalara İlişkin Bulgular	153
5.3. Sorular ve Cevap Grafikleri.....	158
6. SONUÇLAR ve ÖNERİLER.....	181
KAYNAKÇA	187
EKLER.....	199
ÖZGEÇMİŞ	201

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 2. 1. Uluslararası sosyal kültürel yapının unsurları	26
Tablo 5. 1. Doğrulayıcı faktör analizi model-uyum indeksleri.....	152
Tablo 5. 2. Demografik değişkenlere göre frekans ve yüzde dağılımı	153
Tablo 5. 3. Yunus Emre Enstitülerinde Türkiye algısı ölçeği ölçek puanlarına göre betimsel istatistik tablosu	153
Tablo 5. 4. Cinsiyete göre Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüne olan algısı ile genel algı puanları arasında bağımsız gruplar T testi tablosu.....	154
Tablo 5. 5. Eğitim düzeyine göre Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk Kültürüne olan algısı ile genel algı puanları arasında bağımsız gruplar T testi tablosu	155
Tablo 5. 6. Ülkeye Göre Yunus Emre enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüne olan algısı ile genel algı puanları arasında ANOVA tablosu	156
Tablo 5. 7. Türkçe algısı puanlarına ilişkin ülkeler arasında LSD tablosu	157
Tablo 5. 8. Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüne olan algıları arasında Pearson Korelasyon Tablosu.....	157



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 5. 1. Uluslararası sosyal kültürel yapının unsurları.....	150
Şekil 5. 2. Yunus Emre Enstitülerinde Türkiye algısı ölçeği standart faktör yükleri grafiği.....	151
Şekil 5. 3. Yunus Emre Enstitüleri sayesinde Türkiye'nin daha yakından tanınması cevap grafiği	158
Şekil 5. 4. Türkiye'ye yönelik olumsuz algıların azaldığına yönelik cevap grafiği	159
Şekil 5. 5. Türkçe ve Türk kültürü hakkında cevap grafiği	160
Şekil 5. 6. Yunus Emre Enstitüleri tavsiye cevap grafiği	160
Şekil 5. 7. Yunus Emre Enstitüleri kanaatlerin belirtilmesi grafiği	161
Şekil 5. 8. Yunus Emre Enstitüleri tercih cevap grafiği.....	162
Şekil 5. 9. Yunus Emre Enstitülerinin Türkiye'yi tanıtmaya grafiği.....	163
Şekil 5. 10. Türkçe dilinin öğrenme zorluğunun belirtilmesi grafiği.....	164
Şekil 5. 11. Türkiye'ye seyahat etme isteğinin cevaplanması grafiği.....	164
Şekil 5. 12. Türkiye'de eğitim alma konusunda cevap grafiği	165
Şekil 5. 13. Türk kültürüne yönelik cevap grafiği	166
Şekil 5. 14. Türkçe ve kariyer konulu cevap grafiği.....	166
Şekil 5. 15. Türkiye'ye yönelik ilgilerin ölçülmesine dair cevap grafiği.....	167
Şekil 5. 16. Türk ürünlerine yönelik ilginin ölçülmesine dair cevap grafiği	168
Şekil 5. 17. Türkçenin etkililiğine dair cevap grafiği.....	169
Şekil 5. 18. Türk üniversitelerinin talep edilmesine yönelik cevap grafiği	169
Şekil 5. 19. Türkçe öğrenmedeki zorluklara yönelik cevap grafiği	170
Şekil 5. 20. Türkiye ve kültürel bağların oluşmasına yönelik cevap grafiği.....	171
Şekil 5. 21. Türkçe öğretmeye yönelik gönüllülük cevap grafiği	172
Şekil 5. 22. Türk yemeklerine dair ilgi grafiği.....	172
Şekil 5. 23. Türk müziğine dair ilgi grafiği.....	173
Şekil 5. 24. Türk giysi kültürüne yönelik cevap grafiği.....	174
Şekil 5. 25. Eğitim ve Türkiye merakına yönelik cevap grafiği	175
Şekil 5. 26. Türkiye'nin verdiği burslara yönelik cevap grafiği	175
Şekil 5. 27. Yunus Emre çalışanlarına yönelik cevap grafiği	176
Şekil 5. 28. Türk eğitim kurumlarına yönelik beklenti cevap grafiği	177
Şekil 5. 29. Türkiye'nin eğitim kurumlarının varlığı hakkında cevap grafiği	178
Şekil 5. 30. Türkiye'ye yönelik algı cevap grafiği.....	179



TÜRK KAMU DİPLOMASİSİNDE YUNUS EMRE ENSTİTÜLERİNİN KÜLTÜREL DİPLOMASİ FAALİYETLERİ: PAKİSTAN, MALEZYA, SİRBİSTAN VE MAKEDONYA ÖRNEKLERİ

ÖZET

Bu çalışmanın temel gayesi, Türk kamu diplomasisinin bir alt disiplini olan kültürel diplomasi faaliyetini incelemektir. Türk dış politikasında gittikçe fazla yer edinen kamu ve kültürel diplomasi faaliyetleri bir kurum üzerinden, sahadaki veriler ile desteklenerek irdelenmiştir. Onlarca ülkede faaliyet gösteren Yunus Emre Enstitülerinden, Türkiye'ye yakın ve uzak dört ülke seçilerek, bu ülkelerde eğitim alan öğrencilerden doğrudan veriler alınarak anket çalışması uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler geçerlilik ve güvenirlik testlerinden geçirilerek çeşitli analizlere tabi tutulmuştur. Bu analizler sonucunda hipotezlerde ortaya atılan tezler test edilmiştir. Bu testlere göre Türkiye'nin farklı coğrafyalarda kültürel diplomasi faaliyetleri yürütmesi Türkiye lehine olumlu algılar oluşturmaktadır. Yunus Emre Enstitüleri'nin faaliyette bulunduğu ülkelerde sadece Türkçe öğretmekle kalmayıp, Türkiye'ye yönelik olumsuz algıları azalttığı, aynı zamanda Türkiye'ye yönelik ilgi, alaka ve merakın arttığı anket sonuçlarından anlaşılmaktadır. Bu tez çalışması ile doktora düzeyinde doğrudan sahadan elde edilen veriler olması münasebetiyle, aynı zamanda uzak coğrafyalara ulaşması nedeniyle bir ilk özelliği taşımaktadır. Yapılan bu çalışma ile kültürel diplomasi literatürüne hem teorik hem de pratik katkı sağlanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Diplomasi, Uluslararası İlişkiler, Yunus Emre Enstitüleri



CULTURAL DIPLOMACY ACTIVITIES OF YUNUS EMRE INSTITUTES IN TURKISH PUBLIC DIPLOMACY: EXAMPLES OF PAKISTAN, MALAYSIA, SERBIA AND MACEDONIA

ABSTRACT

The main purpose of this study is to examine the cultural diplomacy activity, which is a sub-discipline of Turkish public diplomacy. Public and cultural diplomacy activities, which are increasingly taking place in Turkish foreign policy, have been examined through an institution, supported by field data. Four countries close and far away from Turkey were selected from Yunus Emre Institutes operating in tens of countries, and a survey study was conducted by directly obtaining data from students studying in these countries. The data obtained from the questionnaires were subjected to various analyzes by passing validity and reliability tests. As a result of these analyzes, the theses put forward in the hypotheses were tested. According to these tests, Turkey's carrying out cultural diplomacy activities in different geographies creates positive perceptions in favor of Turkey. It is understood from the survey results that Yunus Emre Enstitüsü not only teaches Turkish in the countries where it operates, but also reduces negative perceptions towards Turkey, but also increases interest, relevance and curiosity towards Turkey. This thesis is a first for the doctoral level, since it is the data obtained directly from the field, and also because it reaches distant geographies. With this study, it has been tried to contribute both theoretically and practically to the cultural diplomacy literature.

Keywords: Cultural Diplomacy, International Relations, Yunus Emre Institutes

GİRİŞ

1990'lı yıllardan itibaren Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle birlikte, küreselleşme ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte kamu diplomasisi kavramı önem kazanmaya başlamıştır. Bu kavramın gittikçe önem kazanmasında küreselleşme diye adlandırılan sürecin çok hızlı bir şekilde hem siyasette hem de günlük hayatta yer alması rol oynamıştır. Küreselleşme diye adlandırılan süreç kısaca fikirlerin, ürünlerin, kültürlerin tüm dünyada daha serbest dolaşım imkânı bulmasıdır. Sivil toplum temelli yeni siyaset anlayışı da kamu diplomasisinin gelişmesinde büyük öneme sahiptir. Geçmiş yüzyıllarda daha formel olan anlayışın yerine, sivil toplum kuruluşlarının, medyanın, bizzat halkın dâhil olduğu yeni dönem meydana gelmiştir. Bu yeni durum, 1990'lı yıllardan itibaren devlet merkezli, askerî ve ekonomik güce dayanan uluslararası anlayışın yerine, gücün tek elde toplanmadığı, sivil toplum ve yumuşak güç temelli bir ortam doğurmuştur.

Yeni dünya düzeninde ülkeler birbirleriyle resmî kanalların yanı sıra gayriresmî kanallarla da iletişim kurabilmektedirler. Geleneksel diplomasi tarzının yüzlerce yıllık bir tecrübesinin yanı sıra kamu diplomasisi de etkili şekilde diplomasi disiplininde yerini almaktadır. Bu yeni diplomasi tarzında, resmî diplomasi veya geleneksel diplomasi göz ardı edilmeden, resmî diplomasinin giremediği, eksik kaldığı yerler kamu diplomasisiyle doldurulmaktadır. Kamu diplomasisinin tanımı kısaca yapılacak olursa Szondi'nin yaklaşımından hareketle yurt dışındaki kitlelerin duygu, düşünce ve davranışlarında değişiklik yapmak üzere yapılan kamusal iletişim hareketidir. (Fitzpatrick, 2008, s. 26) Kamu kavramı diplomaside önemini gittikçe artırmaktadır. Kamunun daha etkin olmasında yaşanan teknoloji devriminin büyük etkisi vardır. 20. yüzyıla bakıldığı zaman her ne kadar iki büyük dünya savaşı atlatsa da savaşın getirdiği en önemli katkı askerî teknolojinin sürekli gelişim göstermesidir. Bu gelişen teknoloji zamanla tüm insanlığa ulaşmıştır. Radyo ve televizyondan sonra internetin hayata girmesiyle birlikte daha önceden az sayıda insanın ulaşabileceği bilgiler tüm dünyaya hızlı şekilde yayılmaya başlamıştır. Bilginin hızlı elde edilmesi ve aynı zamanda hızlı yayılması, kamu diplomasisinin ortaya çıkmasında belki de en önemli noktadır. Kapalı kapılar ardında konuşulan bilgiler artık kapının arkasından tüm dünyaya ulaşmaktaydı. Uluslararası ilişkilerde ana aktör olan devletler, kamuyu artık ihmal edemeyeceğini aynı zamanda kamuyu ikna etmek gerektiğini anlamış

bulunmaktaydı. İlk kamu diplomasisi uygulamalarında da bu noktaya uygun politikalar yapılmıştır. Soğuk Savaş döneminde ABD'nin demir perde arkasındaki halklara ulaşmaya çalışması kamu diplomasisinin ilk örnekleridir (Aslı, 2007, s. 14). Soğuk Savaş sonrası 11 Eylül ile birlikte diplomasideki yeni zorluklar, kamu diplomasisinin önemli ivmeler kazanmasına yol açmıştır. İletişim teknolojilerindeki yenilikler, uluslararası siyaseti yeniden şekillendirmiştir. CNN, BBC, Al Jazeera gibi büyük medya şirketlerinin dünyanın herhangi bir yerindeki olayı canlı yayınlaması diplomaside artık yeni döneme geçildiğinin en büyük delili olmuştur (Gilboa, 2008, s. 56). Kamu diplomasisinin Soğuk Savaş döneminde ortaya çıkması doğal olarak kamu diplomasisi kavramının propaganda, halkla ilişkiler, lobicilik gibi kavramlarla aynı kategoride yer aldığı izlenimini vermiştir. İlk olarak Malone, kamu diplomasisini “düşüncelerini ve nihayetinde hükûmetlerini etkilemek amacıyla yabancı halklarla doğrudan iletişim” olarak tanımlamıştır (Malone, 1985, s. 199). Ancak bu tanımlamada içeriğin kim tarafından kontrol edildiğinin yanı sıra sadece hükûmetlere yönelik bir uygulama olduğunu ifade etmesi eksik bir kamu diplomasisi tanımı oluşturmaktadır. Daha sonra Tuch (1990, s. 3), kamu diplomasisini “bir hükûmetin, ulusunun fikir ve ideallerini, kurumlarını ve kültürünü, ulusal amaçlarını ve politikalarını anlamak amacıyla yabancı halklarla iletişim süreci” olarak tanımlamıştır. Akademisyenler, uluslararası ilişkiler ve iletişim alanında yaşanan gelişmeler doğrultusunda kamu diplomasisinin tanımını güncellemişlerdir (Signitzer ve Coombs, 1992, s. 138). Halkla ilişkiler ve kamu diplomasisinin, benzer hedefler aradıkları ve benzer araçlar kullandıkları için çok benzer olduğunu savunmuşlardır. Kamu diplomasisini; hem hükûmetin hem de özel kişilerin ve grupların doğrudan veya dolaylı olarak başka bir hükûmetin dış politika kararlarını, kamu tutum ve görüşlerini etkileme şekli olarak tanımlamışlardır.

Yeni yüzyılla birlikte kamu diplomasisi terimi, yeni kelimesini alarak “yeni kamu diplomasisi” diye adlandırılmıştır. Yeni kamu diplomasisi, bilgi çağına uygun kamu diplomasisi yürütme sürecidir. Potter, bu yeni süreçte en önemli noktaları şöyle sıralamıştır: kamuoyunun artan önemi, daha müdahaleci ve küresel medyanın yükselişi, artan küresel şeffaflık ve kültürel çeşitliliği korumaya yönelik refleksif bir arzuya yol açan küresel bir kültürün yükselişi (Potter, 2003, s. 63). Kamu diplomasisinin doğmasına ve büyümesine olanak sağlayan bu yeni dünya düzeninde, bu diplomasi anlayışını, dünyanın askerî ve siyasi olarak süper gücü konumundaki

Amerika Birleşik Devletleri etkin şekilde kullanmıştır. İlk olarak ABD’de ortaya çıkan ve bu konuda çalışmalar yapan da ABD Enformasyon Ajansı (USIA) eski başkanı Edmund A. Gullion’dur. Soğuk Savaş devam ederken ABD tarafından yumuşak güç unsurları tüm dünyada etkin şekilde kullanılıyordu ancak en etkili ve güçlü şekilde 11 Eylül saldırıları sonrasında olmuştur. Sadece askerî güç veya ekonomik üstünlükle dünyada etkili olunamayacağını düşünen ABD politika yapımcıları, kamu diplomasisine daha fazla ağırlık vermişlerdir. Bu noktada kamu diplomasisinin bazı tanımlara göre ulusal güvenliğin bir parçası olduğunu vurgulamak gerekmektedir. Kamu diplomasisinin bu anlamda oturacağı bağlam, bir ülkenin millî menfaatlerinin belirlenmesi, bu menfaatlerin korunması düşüncesinden uzak olmadığıdır. 11 Eylül saldırılarından sonra ABD tarafından kamu diplomasisinin etkin kullanılması tüm dünyaya da rol model olma anlamında büyük önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra yine ABD tarafından 2003’teki Irak müdahalesi oldukça olumsuz bir imaj katmıştır. Tüm dünyada işgalci bir müdahale olarak anılan Irak Savaşı, kamu diplomasisine daha güçlü sarılmaya yol açmıştır. Bush yönetiminden sonra gelen Obama yönetimi daha az askerî operasyon gerçekleştirmiştir. Kamu diplomasisinin enstrümanları olan yumuşak güç araçlarını daha fazla istimal etmiştir. Türkiye’de ise kamu diplomasisi oldukça yeni bir alandır. Yapılan literatür taramalarında kamu diplomasisinin geçtiği ilk metinler en fazla geçmişteki 15 yılı kapsamaktadır. Kamu diplomasisinin Türkiye’de yeni olmasında ve gündeme daha fazla girmesinde Ak Parti’nin rolü oldukça fazladır. Eski Başbakanlardan Ahmet Davutoğlu, Cumhurbaşkanlığı Sözcüsü İbrahim Kalın gibi entelektüeller, kamu diplomasisini Türk Dış Politikasına taşımayı başarmışlardır. Bu metinlerde Türkiye’nin dünyaya anlatmak istediği bir hikâyesinin var olduğu tezi üzerinde durulmuş, dünyadaki ve Türkiye’deki kamu diplomasisi pratiklerine değinilmiştir. Aynı zamanda Türkiye’nin ince gücü ve imkânları ele alınmıştır. Bununla birlikte Başbakanlığa bağlı Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğünün kurulması, kurumsal anlamda kamu diplomasisinin Türkiye’de bilinmesine daha fazla imkân tanımıştır. Kamu diplomasisi, dış politikada yerini güçlendirdikçe bu alan üzerine yapılan çalışmalar da artmıştır. Türk kamu diplomasisinin temel taşı olan TİKA’nın yanı sıra bugün birçok araç bu alana katkı sağlamaktadır. Başta TİKA olmak üzere Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar, Yunus Emre Enstitüleri, TRT, Türk Hava Yolları gibi birçok önemli kuruluş bu alanın önemli oyuncularından birkaçıdır.

Gelişmekte ve büyümekte olan Türkiye'nin dış politikada çeşitli araçları devreye alması birçok disiplinde çalışan akademisyenin de dikkatini çekmiştir. Bu anlamda yüksek lisans çalışmam, kamu diplomasisinin kavramsal yönü ve kamu diplomasisine bir model önerisi şeklinde olmuştur. Daha sonra gelişen kamu diplomasisi pratikleri sayesinde doktora çalışmamda ise kamu diplomasisinin bir alt dalı olan kültürel diplomasi ele alınmaya çalışılmıştır. Bu anlamda kültürel diplomasisinin en önemli aktarıcısı olan Yunus Emre Enstitüleri yapılan çalışmanın ana aktörü konumundadır. Türk kamu diplomasisinin oturduğu bağlam dikkatle incelediği zaman yazılan tezler ve makaleler kanaat önderlerinin söylemleriyle birlikte değerlendirildiği zaman tarih, medeniyet, coğrafya, dil, kültür, sanat gibi normatif değerler ön plana çıkmaktadır. Dünya tarihinde bir dönemin siyasi, askerî ve ekonomik olarak güçlü devleti olan Osmanlı Devleti'nin devamı olan Cumhuriyet ile birlikte bu düşüncenin sekteye uğramadığını, form değiştirerek devam ettiğini ileri süren birçok entelektüel olmuştur. Bölgesinde tarihi, kültürü, tarihsel hafızası, coğrafyasıyla güçlü olan Türkiye Cumhuriyeti, parlamenter sistemi en iyi uygulayan devlet olarak ön plana çıkmıştır. Demokrasi tecrübesi yüzyılı aşan Türkiye'nin kültürel dinamikleri ise bin yılları aşmaktadır. Araştırmanın temel sorunsallarına geçmeden önce araştırmadaki yol aydınlatıcısı, Türkiye'nin temel uluslararası ilişkiler teorisinin ne olduğudur. Yukarıda da ifade edildiği gibi Türk kamu diplomasisi salt bir diplomasi anlayışını taşımamaktadır. Medeniyet temelli, tarihi hafızayı aktarmak üzerine planlanmış bir diplomasi tarzına sahiptir. Çalışmanın ilerleyen kısımlarında bahsedileceği üzere yapılan faaliyetler bunu göstermektedir.

Çalışmanın ana taşıyıcı teorisi, sosyal inşacılık olacaktır. Uluslararası ilişkiler çalışmalarında bir araştırma yapılırken her teorinin az veya çok fayda sağlayacağı düşünülür ancak konu ve bağlam düşünüldüğü zaman ve Türk kamu diplomasisinde norm ile değerler üzerine vurgunun fazla olduğu görüldüğünde en uygun teorinin sosyal inşacı yaklaşım olacağı düşünülmüştür. Sosyal inşacılığın temel söylemlerine bakıldığı zaman ana akım, uluslararası ilişkiler paradigmalarının aksine orta yolcu olarak bilinir ve bu alana sosyolojik yönden bakmayı önerir. Nicholas Onuf'a göre sosyal inşacılık, sosyal ilişkileri çalışma yöntemidir (Onuf, 2013, s. 25). 1980'lerden sonra gittikçe önem kazanan inşacılık, neo-realizmin askerî ve ekonomik güç temelli uluslararası ilişkiler okumasının aksine norm ve değerler temelli bir yaklaşım sergiler. İnşacılara göre en önemli şey materyal değil sosyal değerlerdir. İnşacı yaklaşıma göre

dünya, hazır verili bir yer değildir. Dünyadaki birçok düzende böyle değildir. İnsanlar konuşarak konuştuklarını hayata geçirerek sürekli bir inşa faaliyeti yaparlar. Dolayısıyla uluslararası ilişkilerde diğer teorilerde verili olarak kabul edilen güç, ekonomi, coğrafya, dil, kültür gibi unsurlara sosyal inşacı perspektiften bakınca daha farklı bir anlam kazanmaktadır.

Çalışmanın yol aydınlatıcı teorisi olarak alınan inşacı yaklaşımla kamu diplomasisi ilişkisinin çok kuvvetli ve anlamlı olduğu düşünülmektedir. Aynı zamanda inşacı yaklaşımın bölgesinde ve dünyada bir söylemi dile getirmek ve tekrarlayarak kitleleri bu söylem altında birleştirmek gayesini de taşıdığı görülmektedir. Daha önce değinildiği gibi Soğuk Savaş yıllarında dünyanın iki bloğa ayrıldığı zamanlarda her iki kutup da kendi siyaset, düşünsel tarzlarını etkisi altına aldıkları ülkelere yaymak konusunda oldukça yüksek çaba sarf etmişlerdir. Bu anlamda Amerikan sinemasının yani Hollywood'un etkisi üzerine fazlaca çalışma yapılmıştır. Fikirlerin bir toplumdan diğer topluma aktarılmasında bu yumuşak güç unsurlarının çok canlı şekilde ve yüksek bütçeler ayrılarak uygulandığı görülmektedir. Öz bilinci, medeniyet terakümü ve hayat felsefesi olan her devlet ve millet etrafında bulunan diğer devlete, millete bunu anlatmak istemiştir. Tüm bu anlatılanlar ışığında Türkiye'nin kültürel diplomasisini ele alırken bazı temel sorunsallar bu çalışmayı ele almaya sevk etmiştir. Bunlar kısaca anlatılacak olursa: Türk kamu diplomasisinde, kültürel diplomasisinin yeri ve önemini ele almak ve bu anlayışla Türk Dış Politikasına inşacı yaklaşımla bakmaya çalışmak. Bu yaklaşım tarzıyla özellikle Ak Parti dönemi dış politika anlayışını kamu diplomasisinin bir alt dalı olan kültürel diplomasisi etkisiyle açıklamaya çalışmak. Kamu diplomasisi ve Türkiye kapsamında yapılan çalışmalar üzerine yapılan okumalardan da anlaşılacağı üzere Türkiye bulunduğu coğrafya itibarıyla Soğuk Savaş'ın sona ermesinden bu yana güç mücadelelerinin ortasında yer almaktadır. Yugoslavya'nın dağılmasıyla birlikte Doğu Avrupa'daki kimlik kargaşası ve etrafında oluşan çatışmalar diğer tarafta Körfez Savaşları ile başlayan Suriye iç savaşıyla devam eden süreçler Türkiye'nin farklı misyonlar üstlenmesine yol açmıştır. En başta istikrarını korumak zorunda olan Türkiye aynı zamanda bölgesinde sınırı olan veya uzak denemeyecek kadar yakın olan bölge devletleriyle askerî, ekonomik, ticari olduğu kadar kültürel ilişkileri de geliştirmek durumundadır. Hem bölgesinde oluşan krizlere erkenden dâhil olabilme hem de oluşabilecek muhtemel krizleri kendi dış politik gerçeklerine göre ele alabilme bununla birlikte var olan kültürel ve tarihi

hafızayı canlı tutabilme adına dış politikada çok araçlı, kapsamlı faaliyetler yürütmektedir. Kamu diplomasisi, Türk dış politikası için yeni bir kavram olmasına rağmen yapılan çalışmalar ve tartışmalar sayesinde oldukça mesafe kat edilmiştir.

Türkiye'nin daha etkili dış politika yapması adına çeşitli kuruluşlar oluşmaya başlamıştır. TİKA gibi öncü kuruluşlarla birlikte Yunus Emre Enstitüleri, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar, Türk Hava Yolları, Diyanet İşleri Başkanlığı, Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü gibi birçok kuruluş bu anlamda hizmet vermektedir. Hipotezimizde de ele alacağımız üzere kamu diplomasisi, bu çalışmada özellikle ele alınan kültürel diplomasi yönetimi, uzun soluklu ve stratejik planlamalar gerektiren bir alandır. Kültür, kendi mahiyeti itibarıyla uzun yıllar sonra oluşan ve etkisi çağları aşan bir aktarım aracıdır. Bundan dolayı çalışmada bu noktaya, uzun soluklu stratejik planlamaya, değinilmiştir.

1.1. Neden Bu Konu, Neden Bu Çalışma?

Yeni yüzyılla birlikte diplomasinin değişimi ve dönüşümü görülmektedir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de yeni kamu diplomasisi diye adlandırılan kapsamlı bir diplomasi çeşitliliği icra edilmektedir. Kamu diplomasisi kavramı, literatür incelendiği zaman çalışmaların yoğunlaştığı bir alandır. Bu çalışmada, ana nokta kamu diplomasisinin bir alt disiplini olan kültürel diplomasi kavramıyla Yunus Emre Enstitüleri üzerinden kamu diplomasisi kavramına bakmaktır. Kültürel diplomasi kavramı özellikle isimlendirilmiş olmasa da Avrupa Devletleri tarafından uzun yıllardır uygulanan bir diplomasi yöntemidir. Türk dış politikasında ise bu kavram hem tanım anlamında hem de pratikte yenidir. Bu çalışmadaki ana eksen, kavramı makro düzeyde ele alıp mikro düzeyde Yunus Emre Enstitüleri üzerinden analiz etmektir. Türk dış politikasındaki yeni açılımlardan biri olan Yunus Emre Enstitülerinin kamu diplomasisindeki yerini tespit etmek bu çalışmada temel konudur.

Türkiye'de kamu diplomasisi üzerine yapılan yüksek lisans ve doktora tezlerinin tamamı incelendiği zaman kamu diplomasisi kavramına ve kamu diplomasisi araçlarına yoğunlaşıldığı görülmektedir. Dikkatle bakıldığında kamu diplomasisi, kültürel diplomasi kavramları dış politikanın bir pratiği olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle Türk Dış Politikası ile ilgili yapılan çalışmalarda kamu diplomasisi kavramı literatüre yeni denilebilecek bir zamanda girmeye başlamıştır. TDP ile ilgili kaynaklarda zamana ve mevcut iktidara veya gelişen olaylara bağlı olarak daha çok

tanımlama ve tasvir içeren çalışmalar yapılmıştır. 2000’li yıllardan itibaren aslında tüm ülkelerde değişen ve dönüşen bir diplomasi oluşmaya başlamıştır. Bu yeni diplomasi çağında devletler yine uluslararası ilişkilerde temel aktör olsa da devletle birlikte hareket eden veya devletin eksik kaldığı yerleri tamamlayan kamu diplomasisi kavramı gittikçe önem kazanmaktadır. İnsanlığın antik dönemden modern döneme kadar belki de bir araya gelerek oluşturduğu en önemli kavram devlet ve millettir. Devletler her zaman ve zeminde önemini korurken modern dönemle birlikte sivil toplum diye tasvir edilebilecek efkârı umumiye, kamuoyu gibi kavramlar fazlasıyla önemli hâle gelmiştir. Hâlihazırda hiçbir devlet yoktur ki kamuoyunu dikkate almadan veya kamuoyuna rağmen bir politikayı sürdürebilsin. Böyle bir zaman ve zemin kamu diplomasisi, halkla ilişkiler gibi kavramları tartışmayı zaruri hâle getirmektedir. Bir örnek verilecek olursa 1960 yılında Türkiye’de askerî darbe olduğunda tüm Türkiye’nin bu hadiseyi duyması ve bu hadiseye reaksiyon göstermesi belki de günler hatta coğrafyaya göre aylar almış olabilir. Buna mukabil 15 Temmuz askerî darbesinde ise halkın tamamı bir saat içinde hadiseden haberdar ve bu darbe girişiminde asli aktör hâline gelerek darbeyi önlemiştir. Bu kadar hızlı gelişen iletişim teknolojileri sayesinde kamunun yok sayılması, göz ardı edilmesi düşünülemez. Neredeyse medyanın tamamına yakınının dijital ortama geçtiği, haberlerin doğru veya yanlış olarak yayıldığı bir ortamda devletlerin hem doğruyu aktarma hem de kamuoylarını kendi düşünceleri doğrultusunda etkilemek istemeleri zorunlu hâle gelmiştir. Kamu diplomasisinin bu gelişimi klasik uluslararası ilişkiler paradigmasında ciddi bir değişimi de beraberinde getirmiştir.

Bu çalışmada ortaya konulmak istenen ana nokta, Türk dış politikasında önemli yer edinen Yunus Emre Enstitülerini kültürel diplomasi çerçevesinde ele almaktır. Bu amaçla literatürdeki eksikliğin giderilerek kamu diplomasisinde detaya inebilmektir. Çalışmanın temel amacı, var olan literatürün tekrarlanması değildir. Kamu diplomasisiyle ilgili temel bir bakış açısı oluşturduktan sonra kültürel diplomasi kavramını ele almak ve Yunus Emre Enstitülerinin dış politikadaki yerini tespit etmektir. Bu amaçla yurtdışında faaliyet alanını gün geçtikçe artıran, Japonya’dan Amerika Birleşik Devletleri’ne, İrlanda’dan Nijerya’ya 50’den fazla Yunus Emre Enstitüsü faaliyet göstermektedir. Farklı coğrafyalar, farklı diller, farklı kültür ve farklı dillere rağmen öğretilen Türkçe ve Türk kültürünün bir ölçümünü yapmak bu çalışmanın en önemli amacıydı. Bu amaçla seçilen 4 ülkede 200’e yakın öğrenciye

yönelik anket çalışması yapılmıştır. Buradan elde edilen verilerle altta bahsedilen hipotezler test edilmeye çalışılmıştır. Danışman hocam Dr. Mehmet Ali UĞUR önderliğinde temel felsefemiz teoriyi pratikle, alan çalışmasıyla desteklemektir. Bu nedenle 4 ülkeden elde edilen verilerle bu amaca ulaşmaya çalışılmıştır.

1.2. Hipotezler

Bir dilin öğrenilmesi aynı zamanda bir kültürün de öğrenilmesi anlamına gelmektedir. Yunus Emre Enstitüleri aracılığıyla Türk dilinin yurt dışında öğretilmesi, Türk dış politikasında tamamlayıcı yumuşak bir güç oluşturur. Dili ve kültürü öğrenilen devlete, millete karşı menfi fikir ve davranışlar azalır bunun yerine müspet bakış açıları gelişir. Dolayısıyla, bu çalışmada temel hipotez şu şekilde kurgulanmıştır

H: Yunus Emre Enstitüleri sadece Türkçe öğretmekle kalmayıp aynı zamanda Türkiye'ye yönelik olumlu algılar oluşturmaktadır.

Yukarıdaki ana hipotez aşağıdaki yan hipotezlerle desteklenmektedir:

H1: Kamu diplomasisi ve özelde kültürel diplomasi devletlerin içinde bulunduğumuz yüzyılda, uygulama çeşitliliğine gittiği alanlar başında yer almakta olup Türkiye için de bu durum geçerlidir.

H2: Yunus Emre Enstitülerin kültürel diplomasi faaliyetleri, Türk dış politikasının uzun soluklu, stratejik ve tamamlayıcı bir unsurudur.

H3: Farklı coğrafyalar ve farklı kültürlerle rağmen yürütülen kültürel diplomasi faaliyetleri birbirine benzer sonuçlar vermektedir.

1.3. Yöntem

Bu bölümde araştırma sürecinde kullanılan araştırma modeli, çalışma grubu, veri toplama aracı ve veri toplama süreciyle ilgili bilgiler yer almaktadır.

1.3.1. Araştırmanın modeli

Bu araştırma, nicel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama modelinde kurgulanmıştır. Araştırmanın konusu olan olaylar, bireyler veya nesneler olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları herhangi bir şekilde değiştirme veya yönlendirme çabası içine girilmez (Karasar, 2016). Bu araştırmada amaç, Yunus Emre Enstitüleri

aracılığıyla Türkçe öğrenen yabancı öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüyle ilgili algılarını betimlemektir.

1.3.2. Veri toplama aracı ve verilerin toplanması

Bu araştırma kapsamında veri toplamak amacıyla nicel araştırma tekniklerinden olan anket tekniği kullanılmıştır. Bu amaçla araştırmacı tarafından araştırma amaçları doğrultusunda sorular yazılarak soru havuzu oluşturulmuştur. Soru havuzu alan uzmanları tarafından incelenerek 29 soruluk nihai bir anket formu ortaya çıkarılmıştır. 3 tane kişisel bilgilere dair soru eklenerek anket formu elektronik ortamda uygulamaya hazır hâle getirilmiştir. Daha sonra elektronik posta yardımıyla anket formu katılımcılara ulaştırılmıştır. Toplam 189 katılımcı tarafından doldurulan anket formlarının tamamı değerlendirmeye alınmıştır.

Veri toplama aracındaki sorulara 5’li likert cevap seçenekleri konulmuştur. Katılımcılar 1 ile 5 arasında sorulara yanıt vermişlerdir. Cevaplar 1’e yaklaştıkça olumsuz, 5’e yaklaştıkça olumlu olarak değer almaktadır. Genel anlamda 4 ve 5 seçenekleri katılıyorum, 3 seçeceği kararsızlık, 1 ve 2 seçeneği ise katılmama fikrini ifade etmektedir.

1.3.3. Literatürde kamu diplomasisi

Kamu diplomasisi, yumuşak güç, kültürel diplomasi gibi kavramların Türkçe literatürüne girmesi 2000’li yılların başına denk gelmektedir. Yurt dışında ise kavramın oluşturulması 1960’lı yıllara uzanırken bu kavramların üzerine yapılan tartışmalar ve yapılan akademik çalışmalar 1990’lı yıllar sonrasına denk gelmektedir. Kamu diplomasisi kavramını ilk olarak 1965 yılında Tufts Üniversitesi Fletcher School of Law and Diplomacy Dekanı Edmund Gullion kullanmıştır. Gullion’a göre kamu diplomasisi, uluslararası ilişkilerdeki geleneksel diplomasinin dışında kalan tüm alanları kapsamaktadır. Soğuk Savaş yıllarını kapsayan bu dönemde, komünizmle liberal demokrasi, Marksizmle faşizmin çetin mücadeleler verdiği dönemdir. Bu ideolojik kamplaşma kamu diplomasisinin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Amerika Birleşik Devletleri, komünizmle mücadele etmek düşüncesiyle kamu diplomasisini etkin kullanmıştır. Yumuşak güç, kamu diplomasisi denilince tüm yerli ve yabancı en temel kaynakların başında Joseph Nye ve eserleri gelmektedir. Joseph Nye’in ABD dış politika yapım sürecinde etkili makaleleri ve kitapları vardır. Türkçe literatüre de

kazandırılan en önemli eseri Yumuşak Güç birçok yayınevi tarafından Türkçeye kazandırılmıştır. Bu eserde öncelikle gücün tanımını, gücün çeşitlerini ele almış ve yumuşak gücü tanımlamıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nin sadece sert güçle amacına ulaşamayacağına bunun yanında mutlaka yumuşak güç unsurlarına da başvurması gerektiğini ifade etmiştir. Joseph Nye'nin yine ana kaynak diye nitelenebilecek diğer eserleri ise şunlardır: Smart Power, The Powers the Lead, The Future of Power. Kamu diplomasisi literatüründe yabancı ana kaynaklardan yine Nicholas J. Cull çok önemli bir yer tutmaktadır. Cull, Public Diplomacy: Taxonomies and Histories adlı eserinde kamu diplomasisine olan yaklaşımları ele almakla birlikte kamu diplomasisinin nasıl uygulanması gerektiğini de ortaya koymuştur. Özellikle kamu diplomasisiyle halkla ilişkiler çalışanların sıkça başvurduğu bir kaynaktır. Kamu diplomasisiyle birlikte kültürel diplomasi, lobcilik, halkla ilişkiler, propaganda gibi kavramlara da açıklık getirmektedir. Cull, bu eserinde kamu diplomasisinin tarihçesinden de bahsetmektedir. Kamu diplomasisinin özellikle uluslararası ilişkilerdeki yerini tespit ve tanımlama anlamında Jan Melissen'in The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations eseri adeta bir el kitabı gibidir. 2005 yılında yayımlanan kitap birçok bölümden oluşmaktadır. Başlıca değindiği konulara bakılacak olursa teoride ve pratikte kamu diplomasisi, Amerika, Avrupa Birliği, Çin, Kanada, Norveç gibi ülkelerdeki kamu diplomasisi pratikleri, yeni kamu diplomasisi kavramı gibi geniş içerikle yazılmış bir kitaptır. Tezin çeşitli yerlerinde referans verilen kitap, bu alanda çalışma yapacak araştırmacılar için baş ucu seviyesinde bir kitaptır. Melissen ayrıca sekizinci bölümde kültürel ve Amerikan kültür diplomasisinden ayrıntılı bir şekilde bahsetmektedir.

Kamu diplomasisiyle ilgili yine ana kaynaklardan ve ülkemizde bu alanda yazılan master ve doktora tezlerinde sıkça başvuru kaynağı olan Nancy Snow ve P. Taylor'un editörlüğünü yaptığı Routledge Handbook of Public Diplomacy, isminden de anlaşılacağı üzere bir el kitabı mahiyetindedir. Kamu diplomasisi kavramı, iletişim bilimciler için de oldukça önemli olduğundan dolayı her iki profesör de iletişim bilimcidir. Bu da kamu diplomasisi kavramının multidisipliner bir alana çekmektedir. Bu kitapta birçok yazar kamu diplomasisinin çok farklı yönlerden ele almışlardır. Başta kamu diplomasisini yeniden düşünmek makalesiyle Nancy Snow, kavramı yeniden ele almakta ve bazı tartışmalar yapmaktadır. Bu kitapta yine kamu diplomasisi denilince akla gelen bilim insanlarından olan György Szondi'nin merkez ve Doğu

Avrupa’da kamu diplomasisi çalışması oldukça önemlidir. 2009 yılında yapılan bu el kitabı mahiyetindeki çalışma, kavramı anlama ve bölgesel kamu diplomasisi pratiklerini anlama açısından oldukça önemlidir.

Türkiye’de ilk kamu diplomasisi eserlerine bakıldığında zaman İbrahim Kalın’ın Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi adlı makalesi alanın ilk çalışmaları arasında yer almaktadır. Bu çalışmada Kalın, hem kavramı açıklamakta hem de Türk Dış Politikasında kamu diplomasisinin yerini tespit etmektedir. Yine yurt içinde yapılan çalışmalarda Gaye Aslı Sancar’ın Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler adlı doktora tezi alana özel ilk çalışmalardandır. Kamu diplomasisi ve ilişkili kavramları kapsamlı şekilde ele alan Sancar, tezin son bölümünde ise Türkiye için bir model önerisinde bulunmaktadır. Yine 2014 yılında Muharrem Ekşi tarafından doktora tezinden üretilen Kamu Diplomasisi ve Ak Parti Dönemi Türk Dış Politikası faaliyetlerini ele alan kitabı temel kaynaklar arasında yer almaktadır. Emine Akçadağ’ın Dünyada ve Türkiye’de Kamu Diplomasisi adlı makalesi hem Türkiye’deki hem de dünyadaki kamu diplomasisi faaliyetlerini ele alması bakımından oldukça önemlidir.

Aslı Yağmurlu’nun Halkla İlişkiler Yönetimi Olarak Kamu Diplomasisi adlı makalesi bu alan için oldukça önemlidir. Kamu diplomasisiyle halkla ilişkilerin benzerliklerini ve farklılıklarını ele aldığı makalede ayrıca Türkiye’deki kamu diplomasisi uygulamalarını da konu edinmiştir. Ayrıca Yağmurlu, bu makalesinde Yunus Emre Enstitülerinden bahsetmektedir. Abdullah Özkan ve Tuğçe Ersoy’un editörlüğünü yaptığı Kamu Diplomasisi kitabı alanda yapılan ilk derleme kitaplardandır. Bu eserde kamu diplomasisinin kavramsal yönü ele alınmıştır. Vedat Demir’in Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç adlı eseri alanda büyük bir boşluğu doldurmuştur. Kamu diplomasisi ve yumuşak güç kavramlarını ele alan Demir, kamu diplomasisinin tarihsel yönüne de vurgu yapmıştır.

Meltem Ünal Erzen’in Kamu Diplomasisi kitabı yine alandaki ilk çalışmalardandır. Bu çalışmada, kamu diplomasisinin gereklilikleri, bileşenleri ve dünyadaki kamu diplomasisi uygulamaları ele alınmıştır. Yumuşak Gücün Tesis Edilmesinde Kültürel Diplomasinin Önemi ve Bir Uygulayıcı Olarak Yunus Emre Enstitüleri adlı makalesinde Ahmet Nazif Ünal’ın, kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi kavramlarını ele almıştır. Aynı makalede bu kavramların uygulaması olarak Yunus

Emre Enstitülerini de ele almıştır. Bu enstitülerin önemini ve Türk Dış Politikasındaki yerini tespit etme anlamında önemli bir çalışma olmuştur.

Esra Tüylüoğlu'nun Kamu Diplomasisi Tekniği Olarak Kültürel Diplomasi: Suudi Arabistan Örneği adlı doktora tezi de literatür taramasında karşılaşılan önemli eserlerdendir. Bu çalışmada kamu diplomasisi ve ilgili kavramlarla kültür ve kültürel diplomasi kapsamlı şekilde ele alınmıştır. Bunun yanı sıra Suudi Arabistan'ın sosyal medya kullanımı üzerinden kültürel diplomasi faaliyeti analiz edilmiştir.

Talha Köse'nin Türkiye'nin Kuzey Afrika ve Ortadoğu Bölgesindeki Gücü: Zorlayıcı Olmayan Gücün İmkân ve Sınırları adlı makalesi saha bulguları noktasında önemli bir çalışma olmuştur. Türkiye'nin yumuşak gücünün özellikle Arap Baharı sürecinden sonraki dönemde bölgedeki etkisi incelenmeye çalışılmıştır.

Abdullah Özkan'ın 21. yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi İmkânları adlı çalışması bu alanda çalışan tüm araştırmacılar için oldukça önemlidir. Yeni dönemi ele alırken Özkan, kamu diplomasisinin stratejik önemine ve yapılacak olan hamlelere dikkat çekmiştir.

Tasam için hazırlanan bu rapor literatürde oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Tarık Oğuzlu, Soft Power in Turkish Foreign Policy adlı makalesinde Türkiye'nin dış politika kimliğinin son birkaç yılda ne ölçüde sert güçten yumuşak güce dönüştüğünü incelemektedir. Ayrıca bu makale sorunların güvenlikleştirme derecesiyle bunlarla başa çıkmak için kullanılan gücün doğası gereği sert mi yoksa yumuşak mı olduğu arasında yakın bir ilişki olduğunu iddia etmektedir.

Meliha Benli Altunışık ise The Possibilities and Limits of Turkey's Soft Power in the Middle East adlı çalışmada, Türkiye'nin Ortadoğu bölgesindeki yumuşak gücünün iki yönüne odaklanmaktadır. İlk olarak Türkiye'nin siyasi ve ekonomik reform tartışmalarıyla ilgisi tartışılmaktadır. Türkiye'nin iç dönüşümleri nedeniyle çekiciliğinin arttığı iddia ediliyor. Varlıklara sahip olmanın yanı sıra Türkiye, bölgede artan bir itibara sahip olan ülke olarak yumuşak güç projelendirmeye daha isteklidir. İkinci olarak makale, Türkiye'nin yumuşak güç araçlarını kullanmasına özellikle de bölgesel çatışmaların yönetimi ve çözümünde üçüncü taraf rolleri oynama isteğine odaklanmaktadır. Türkiye'nin İsrail-Suriye, İsrail-Filistin ve Lübnan ihtilaflarındaki rolleri örnek olarak değerlendirilmektedir. Makale, Türkiye'nin yumuşak gücünün bu

iki açıdan arttığını iddia etmekte ve bununla birlikte bu konudaki mevcut ve olası kısıtlamalar üzerinde de durmaktadır.

Kültür, Değerler ve Fikirler Yoluyla İkna: Türkiye Kültürel Diplomasi Örneği (Persuading through Culture, Values, and Ideas: The Case of Turkey's Cultural Diplomacy) adlı çalışmasında, Federico Donelli, kültürel diplomasi kavramsallaştırılmasından yola çıkıp Türkiye'nin yabancı kültür stratejisinin özelliklerini, yapısını, aktörlerini ve olanaklarını incelemektedir. Spesifik olarak Türk kültürel diplomasisi, yüksek kültür ve pop kültürünün ikili boyutunun bir analizine odaklanmakta ve pop kültürünün başarısının Türkiye'nin iç siyasi kargaşasının neden olduğu yumuşak gücüne verdiği zararı sınırlamasına izin verdiğini iddia etmektedir. Ayrıca araştırma, Türkiye'nin kültürü diplomasisi için bir kaynak olarak nasıl kullandığını vurgulamayı amaçlamaktadır.

Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayınlarından çıkan çok kapsamlı Turkish Foreign Policy dersindeki önemli kaynaktaki, Muharrem Ekşi kamu diplomasisi ve kültürel diplomasiyi detaylı şekilde ele almıştır. 7. bölüm olarak geçen kitapta, Yunus Emre Enstitüleri ve kültürel diplomasi kavramları ele almıştır. Reassessing Turkey's Soft Power: The Rules of Attraction (Türkiye'nin Yumuşak Gücünü Yeniden Değerlendirmek: Çekim Kuralları) adlı eserde, Senem B. Çevik; 2000'li yılların ortalarından bu yana Türkiye, yumuşak güç söylemini dış politika gündemine dâhil etmiş ve dikkatini yumuşak güç altyapısını oluşturmaya yöneltmiştir. 2013 yılına kadar Türkiye, bölgesel bir güç merkezi, yumuşak güç arenasında önemli bir oyuncu ve istikrarsız bir bölgede demokrasi ve istikrarın feneri olarak alkışlanıyordu. Ancak ifade özgürlüğü üzerindeki kısıtlamalar, medya sansür ve muhalefet üzerindeki baskı, Türkiye'nin mevcut yumuşak güç sıralamasını etkilemiştir. Yumuşak güç kullanmak için diplomatik ağı ve kamu diplomasisi aygıtını genişletirken Türkiye'nin küresel itibarı aşağı doğru bir sarmal görmüştür. Bu makale, Türkiye'nin yumuşak güç kapasitesini belirlemede siyasi liderliğin ve siyasi değerlerin oynadığı rolü incelemektedir. Bu makalenin ana iddiası, Türkiye'nin küresel katılımını ve Batılı olmayan izleyicilere hitap etme kapasitesini artırırken demokratik gerileme nedeniyle özellikle Batıda uluslararası izleyicileri çekme kapasitesinin azaldığıdır.

Comparing Russian, Chinese and American Soft Power Use: A New Approach adlı makalede Judit Trunkos, Amerika'nın yumuşak güç kullanımının azaldığını, Rusya ve

Çin'in yumuşak güç kullanımının arttığını göstermiştir. Şimdiye kadar bilim adamlarının bu tür iddiaları test edebilmelerinin tek yolu, bu ülkelerin yumuşak güç sıralamalarını karşılaştırmaktır. Bu makale, ülkelerin yumuşak güç kullanımını değerlendirebilen yeni bir yumuşak güç veri seti kullanmaktadır. Bu veri setini kullanan bu makale, 1995-2015 dönemi için Çin, Rusya ve ABD'nin yumuşak güç kullanımına ilişkin üç hipotezi test etmektedir. Bulgular, ABD'nin hâlâ Rusya ve Çin'den daha fazla yumuşak güç kullandığını göstermektedir. Veri analizi ayrıca ABD'nin Çin üzerinden ekonomik yumuşak güç eylemlerine ve Rusya üzerinden askerî yumuşak güç eylemlerine öncülük ettiğini ortaya koymaktadır.



2. İDEALİZM VE REALİZM ARASINDA ULUSLARARASI İLİŞKİLER

Uluslararası ilişkiler denilince disiplin olarak çok eski olmayan ancak diplomasiyi yeni bir formasyonu olarak değerlendirildiği zaman oldukça köklü bir geçmişe sahip olduğu ifade edilebilir. Dünya üzerinde insanlık var olduğundan beri insanlığın oluşturduğu her türlü organizasyon veya organizasyonlar hep ilişki içerisinde olmuştur. Özellikle tarım toplumuna geçişle birlikte yerleşik hayata başlayan insanlık, şehir hayatının da ilk nüvelerini oluşturmaya başlamıştır. İnsanların birlikte yaşamasının doğal bir sonucu olarak bir yönetim mekanizması da oluşmaya başlamıştır. Milattan önceki döneme bakıldığında zaman halklar arasında ticaret olduğu gibi savaşlar da barışlar da olmuştur. Devletler bir başka devlete elçiler göndermiş ve gelen elçileri kabul etmişlerdir. Yine haberleşme ve diplomasi anlamında mektuplaşma oldukça önemli bir yer tutmuştur. 1700'lü yıllara değin devlet mefhumunda ön plana çıkan ulus, ırk gibi kavramlar değil daha çok din odaklı bir sınıflandırma mevcuttu. Kutsal Roma, Osmanlı veya Endülüs gibi hüküm sürmüş imparatorluklarda bu açıkça görülebilir. Fransız İhtilali gerçekleşip öncesinde de kralların devlet yönetiminde gücünü kaybetmesiyle Avrupa'da modern devletin temeli de oluşmaya başlamıştır. Genel kabul olarak Vestfalya Antlaşması ile ilk nüveler oluşmaya başlamıştır. Bu antlaşmadan sonra bir anda değişim olmamıştır ancak değişimin ayak sesleri gelmeye başlamıştır. Bu yeni devlet mefhumunda öncelikle sınırları belli olan ülkesellik kavramı bununla beraber Fransız ihtilali ile beraber ulus kavramı aslında uluslararası ilişkilerin temelini oluşturur. Ulus-devlet diye dilimize çevrilen nation-state kavramı, uluslararası ilişkiler disipliniyle ilgilenen veya başka disiplinlerde olanların da sıklıkla kullandığı bir kavramdır. Ulusun temele alındığı bu modern devlet tahayyülü, içinde birçok kriz yaşamış olsa da bugüne kadar gelmeyi başarmıştır. Uluslararası ilişkiler disiplininin ilk ortaya çıkışı ise 1919 tarihine dayanır. 1919 tarihinde I. Dünya Savaşı'ndan hemen sonra savaşın da getirdiği sonuçları ile Uluslararası İlişkiler'e yönelik ilk kürsü David Davies tarafından Galler Aberystwyth University College of Wales'de kurulmuştur (Dunne, Kurki, ve Smith 2013, 33) Bu tarihten sonra doğrudan uluslararası ilişkiler adıyla hem Amerika Birleşik Devletleri'nde hem de İngiltere'de çeşitli üniversitelerde kürsüler kurulmaya başlamıştır. Birinci Dünya Savaşı ve İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde Londra'daki Chatham House ve New York'taki Council on Foreign Relations gibi

düşünce kuruluşları uluslararası ilişkiler disiplinin oluşmasında ciddi katkılarda bulunmuşlardır (Özlük 2009, s. 11). I. Dünya Savaşı'ndan sonra uluslararası ilişkiler disiplininde daha çok savaş, barış, çatışma gibi kavramlar yer almıştır. İkinci Dünya Savaşı öncesinde uluslararası ilişkiler disiplinine bakıldığı zaman Wilson prensiplerinin de etkisiyle uluslararası iş birliği, insanlar arasında dil, din, ırk gibi ayrımların ötelendiği, ilişkilerin daha fazla geliştirilmeye çalışıldığı bir dönem olmuştur. Bu durumda savaşın getirdiği yıkıcılık etkili olmuştur. Adı konmasa da tarihin her döneminde savaşlardan sonra barışın yakın olduğu, her savaşın mutlaka bir barışla bittiği malumdur. Uluslararası ilişkiler disiplini de İkinci Dünya Savaşı öncesinde idealizmin daha etkili olduğu bir dönemi yaşamıştır. İdealizm özünde bir siyaset felsefesi olarak okunmalıdır. Köklerinde filozofların etkili olduğu belirgindir. Uluslararası ilişkilerde idealizm denilince akla hemen İmmanuel Kant gelir. Kant'ın barışa yaklaşımı, ahlak felsefesi, cumhuriyetçi devlet ideali, dünya vatandaşlığı gibi düşünceleri oldukça önemlidir. İdealizm teorisi temelde Kant'ın üç temel doktrini çerçevesinde gelişir: demokrasiler, demokrasiler ile savaştan kaçınacağı, ekonomik ilişkilerin barışı koruyacağı, uluslararası örgütlerin ise kalıcı barışı tesis edeceği düşüncesidir. Bu felsefenin pratik hâline liberalizm denilebilir (Dunne ve diğ., 2013, s. 95). Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra savaşın yıkıcı etkisiyle, bir daha böyle yıkıcı şeylerin yaşanmaması, kalıcı barış gibi düşünceler çok fazla tartışıldı. Milletler Cemiyetinin kurulması da idealizm düşüncesinin en somut olumlu yönünü ortaya koymaktadır. Yine II. Dünya Savaşı'ndan sonra Birleşmiş Milletler'in kurulması idealizm felsefesinin en önemli yansımalarından biridir. Barış, uluslararası hukuk, norm ve değerler, iş birliği, uluslararası cemiyetler idealizminin temelleridir. İdealizmin uluslararası siyasette karşı karşıya kaldığı en büyük kriz II. Dünya Savaşı olmuştur. Birçok bilim insanı savaşı ön görememesi ve savaşı önleyememesi nedeniyle idealizm düşüncesini ütöpik bulmuştur.

II. Dünya Savaşı ile birlikte köklerinin Machievelli, Thomas Hobbes gibi daha da eskiye gidilecek olursa Thukydides'e kadar götürülebilecek realizm büyük bir meydan okumayla sahnedeki yerini almıştır. Realizmin temel felsefesine kısaca bakılacak olursa insanın doğasından hareketle bencil, menfaatine düşkün, rekabetçi, kendi iktidarı peşinde koşan, gücü mutlak hedef olarak gören varlıklar olarak tanımlamıştır. Buradan hareketle, devletlerin de insanın bir yansıması olduğu varsayılır. Thukydides, Poloponnes Savaşı adlı çalışmasıyla ünlü bir Yunan generaldir. Bu savaşta aslında bir

komutan olmasına rağmen savaşı önleyemediği için sürgüne gönderilmiştir. Bu savaşta komutan olmasının yanında iyi de bir gözlemci olan Thukydides, bu gözlemlerine kaleme almıştır. Kaleme aldığı görüşler realist felsefeyi açıklarken idealist felsefenin de neden çok faydalı olmadığını da açıklar. Atinalılar ile Spartalılar arasında 28 yıl süren savaşlardan sonra ortaya çıkan en önemli sonucun şu olduğuna kanaat getirir: gücü elde etme isteği, hâkim olma isteği, açgözlülük, hırs ve korku gibi duygular insanı motive eden duygulardır. Bu duygular aynı zamanda savaşların da kaynağıdır (Arıboğan, 2000, s. 22) Yunan şehir devletleri arasındaki iş birliği aynı zamanda rekabete de yol açmıştır. İrili ufaklı yüzlerce şehir devleti arasında Atina Şehir Devleti'nin çok fazla güçlenmesi, Sparta Şehir Devleti'ni harekete geçirmiştir. Spartalılar, Atinalıları dengelemek için ittifak arayışlarına girmişlerdir. Bu durum, modern dönem uluslararası ilişkiler okumalarında realist yaklaşıma da temel teşkil eder. Güç arayışı, caydırıcılık, savunma ittifakları, silahlanma yarışları bugün realist teorinin önemli argümanlarıdır (Riotti 1997, 38) Thukydides'e göre kullanılacak araç ilk önce meşrulaştırılmalıdır. Atina'nın güçlenmesiyle, Sparta'da oluşan korku ve endişe saldırmayı kaçınılmaz hâle getirmiştir. Bu durumda devletler önlemlerini almalı, ahlaki ve hukuki gerekçeleri dış politikanın önüne koymamaları gerekmektedir (Arıboğan, 2000, s. 24).

Thukydides'ten sonra bilinen en eski realistlerden biri de Machiavelli'dir. Prens adlı eseri neredeyse tüm uluslararası ilişkiler, siyaset bilimi alanlarda tüm dünyada okutulmaktadır. Yüzlerce şehir devletinin olduğu İtalya'nın Floransa Şehir Devleti'nde bir bürokrat ve danışman olarak görev yapmıştır. 15. ve 16. yüzyıl İtalya'sına bakıldığında zaman Yunan şehir devletleri gibi sürekli çekişme, değişen ittifaklar ve güç mücadeleleri vardır. Bu ortamda Machiavelli'nin görüşleri oluşmaya başlamıştır. Machiavelli, dağılan Roma'dan beri bir türlü birlik sağlanmayan İtalya'da, bu birliği sağlamanın en iyi yolun gücü elde etmekten geçtiğine inanır. Her ne olursa olsun güç elde edilmelidir. Bizatihi gücü bir amaç olarak görür. İnsanın doğası itibarıyla kötü olduğunu, güce düşkün olduğunu dolayısıyla akıllı liderin sürekli gücü elinde bulundurması gerektiğine inanır. Başarının yolunun iknadan değil güçten geçtiğine inanır. Kimseye bağlı olmayanlar ve zorlama gücüne sahip olanlar daima kazanırlar (Machiavelli, 2018, s. 12).

Machiavelli gibi insana dair bakış açısı oldukça negatif olan Thomas Hobbes da realizm denilince akla gelen ilk filozoflardandır. İnsanın doğası gereği bencil olduğunu, hırslı olduğunu, her ne olursa olsun gücü elde etmesi gerektiğine inanır. Thomas Hobbes, Leviathan adlı eserinde herkesin herkesle savaş durumunda kalmaması için büyük bir güce ihtiyaç duyulduğunu öne sürer. Öyle bir güç olmalı ki herkes koşulsuz ona itaat etmeli. Bu da ancak devlet mefhumu ile olabilmektedir. Tüm ulusların üstünde bir gücün olması gerektiğine işaret eden Hobbes, bunun mümkün olmayacağına da işaret eder. Bu durum ise uluslararası ilişkilerde anarşiyi kaçınılmaz kılacaktır. Hobbes'a göre anarşi durumunda her devlet bir diğer devlete kuşku ile bakar, hiçbiri bir diğerine güvenmez. Bu güvensizlik ortamı doğal olarak güvenlik kavramını daha fazla ön planda tutulmasına yol açar.

2.1. Modern Dönem Realist Yaklaşım Düşüncesi

Machiavelli, Thomas Hobbes, Thukydides gibi kadim realist düşünürleri fikirlerini kaleme alırken kuşkusuz modern anlamda uluslararası ilişkiler disiplininin haberdar değillerdi. Zamanla bu düşünürlerin insana, devlete, güce dair yaklaşımları modern dönem uluslararası ilişkilere de ciddi bir dayanak olmuştur. İdealizmde Kant etkisi, Realizm'de ise Hobbes ve Machiavelli etkisi oldukça fazladır. 20. yüzyıl ile birlikte hem disiplinin akademik yönü ortaya çıkmış, hem de felsefi düşünceler akademik boyutta bir kimlik kazanmıştır. Bugün tüm dünya uluslararası ilişkiler literatüründe büyük uluslararası ilişkiler tartışmaları dendiği zaman en başta idealizm-realizm tartışması akla gelir. Bu iki temel akımdan kaynağını alan, bu iki temel felsefeyi daha da olgunlaştıran neo yaklaşımlar da bu teorileri yaşatmaktadır.

Realist düşünürler genelde sisteme dair bakış açıları idealistlere kıyasla daha çok insanı merkeze alan bir konumdadır. İnsana dair fikirleri, sisteme dair fikirlerini de ortaya koymaktadır. İnsanı güç peşinde koşan, hırslı, bencil vs. gibi duygularla tavsif eden realist düşünürler, uluslararası ortamın da bu duygularla şekillendiğini ifade ederler. İdealistler insanı genelde iyi bir varlık olarak görüp çevrenin insanı kötüye ittiğini savunurken realistler ise tam tersi durumda bir konumda yer alırlar. Uluslararası güç mücadelelerinin son derece doğal olduğunu çünkü devletlerin temel amacı barışı korumaktan çok gücünü artırmaktır (Arıboğan, 2000, s. 230). Realist yaklaşıma göre, uluslararası ortamda her devlet kendi başının çaresine bakmakla yükümlüdür. Eğer bir devlet hayatta kalmak istiyorsa rekabet edebilmeli ve bu rekabet

sonucunda gücü ikame ettirip hayata tutunmalıdır. Realist yaklaşımda, devlet toplumları her türlü tehlikeye karşı korur. Bu yaklaşım, devleti gücü elde etmeye veya güç için verilecek mücadeleye meşruiyet kazandırmaktadır. Realistler, uluslararası ortamda ticaret yoluyla gelişecek ilişkileri reddetmezler ancak sorunların çözümünde ilk sıraya güvenliği ve askerî seçenekleri koyarlar. Uluslararası ilişkilerde realist yaklaşımın çok fazla popüler olmasında kuşkusuz 1930’lu yıllarda Birinci Dünya Harbi’nden sonra idealistlerin iddia ettiği gibi Milletler Cemiyetinin barışı tesis etmedeki yetersiz kalışı bir dönüm noktası olmuştur. Bununla birlikte gelen İkinci Dünya Harbi, realist düşünce mevzisini daha da güçlendirmiştir. Bu dönemde nerdeyse anonim hâle gelmiş derecede tüm realist okumalarda kaşımıza çıkan E. H. Carr ve H. Morgenthau modern realist teorinin temelini atmışlardır.

Uluslararası ilişkilerde ilk modern yorumlamayı E. H. Carr yapmıştır. “Yirmi Yılın Krizleri 1919-1939” adlı eser uluslararası politikanın nasıl işlediğine dair önemli yapıttır. Bugün yapılan tüm uluslararası ilişkiler çalışmalarında veya bu alana temas eden tüm çalışmalarda Carr’dan bahsedilir. Carr, bu kitabında, Versay Antlaşması’ndan sonra çıkan savaşı hayretle karşıladığını aynı Birinci Dünya Savaşı’nda olduğu gibi korku, endişe, güvenlik ikilemleri, silahlanma yarışları gibi nedenlerin yeni bir savaşı doğurduğunu ileri sürer. Machiavelli’de olduğu gibi oldukça gerçekçi olan Carr, politikanın teoriden değil pratikten üretildiğini ileri sürer. İdeal bir fikre sahip olmanın ideal bir düzeni getirmeyeceğini ifade eder (Dinçer, 2004, s. 65). Realizm perspektifinden bakıldığı zaman devletler için etik kurallar belirlemek kolay değildir. İdealistlerin iddia ettiği gibi ideal bir dünya düzeni yoktur. Politikanın ahlaktan üstün olduğunu ifade eden Carr, yönetenlerin güçlü olduğu için yönettiğini, yönetilenlerin ise zayıf olduğu için itaat ettiğini ileri sürer (Hallet, t.y., s. 69). Carr’a göre batılı siyasetçilerin krizleri görememesinin nedeni, idealist bakış açılarından kaynaklanmaktadır. Bu bakış açısından kurtulmak için bir önce realizme dönmek gerekir (Burchill, t.y., s. 76). Carr’ın bu derece gerçekçi olmasında, Milletler Cemiyetinin Hitler’i durduramamış olmasının büyük etkisi vardır. Ona göre realist düzen olandır, idealist düzen ise olması gerekendir. Devletler ancak onları zorlayıcı güçler karşısında boyun eğler. Bundan dolayıdır ki Milletler Cemiyetinin yaptırım gücünün olmaması, sistemde herhangi bir etkisinin de olmadığına göstergesi olmuştur.

Hans Morgenthau da yine uluslararası ilişkiler teorileri denilince akla gelen ilk isimlerdendir. Uluslararası politikanın doğası üzerine birçok çalışması mevcuttur. Morgenthau da Edward Carr gibi Hobbes gibi insanın doğasına yönelik bakış açısı menfidir. İnsanın bencil, hırslı, menfaatine düşkün yapısına dikkat çeker. Bu düşüncesini devlet kavramı için de kullanır. Devletin de insan gibi çıkarıcı olduğuna, bu çıkarı elde etmek için ise mutlaka güç elde etmesi gerektiğine inanır. Gücün uluslararası politikada olmazsa olmaz bir unsur olduğuna vurgu yapar. Morgenthau'ya göre uluslararası sistem kusurlu ve noksandır çünkü insanın doğası kusurlu ve noksandır. Dolayısıyla uluslararası sistemde bu kusurları düzeltmek yerine bunlarla birlikte hareket etmek gerekir.

1950'ler ve 1960'lı yıllara gelindiği zaman uluslararası ilişkilerde gelenekselcilik ve davranışsalcılık akımları tartışılmaya başlanmıştır. Bu tartışmanın temelinde teoriden çok uluslararası ilişkiler konularına yaklaşım tarzı öne çıkmıştır. Popper etkisi de diyebileceğimiz bu yeni ortamda, davranışsalcı yaklaşım daha bilimsel olarak konumlanırken karşı tarafı ise bilimden uzak gelenekselci diye tanımlamıştır.

2.2.Uluslararası İlişkiler Ortamı ve Kamu Diplomasisi

Gelişen ve değişen teknoloji ve bilgi çağı kuşkusuz uluslararası ilişkilerdeki eğilimleri de dönüştürmektedir. Dünyanın küresel bir köy hâline geldiği, kamuoylarının daha fazla ön plana çıktığı bu yeni dönem kamu diplomasisi için mümbit bir zemin oluşturmuştur. Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, teknolojik ve enformasyon açısından güçlü olan daha zayıf olana üstünlük sağlamıştır. Ortaya çıkan kamuoyu kavramı giderek daha önemli hâle gelmiştir. İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesinden sonra, daha sonraları yumuşak güç olarak adlandırılan dış politika araçları, o dönemde adı geçmese de Soğuk Savaş ile birlikte yürürlüğe girmiştir. Kamu diplomasisi denilen kavram, bu hızlı gelişmelerin uluslararası ilişkiler alanına yayılmasından başka bir şey değildir. Kamu diplomasisi yumuşak güç kaynaklarına dayanan, sivil toplumdan gücünü alan küresel diplomasinin yeni adıdır. Kamu diplomasisini oluşturan temel ana dört ayak şöyle sıralanabilir: yumuşak güç, sivil toplum, diplomasi ve kamuoyu (Ekşi, 2014, s. 9). Uluslararası ilişkilerin tarihine bakıldığı zaman Vestfalya Barış Antlaşması'nın mihenk noktası olduğu kabul edilir. Bu anlaşmayla birlikte devletlerin territorial olması kavramı doğmuştur. Bu kavram daha da açılırsa devletlerin birbirlerini eşit

kabul etmesi anlamına gelmektedir. Devletlerin egemen eşit olduğu bu yeni dönem başlangıcı beraberinde devletin ana aktör olduğu, devletin davranışlarının uluslararası ortamda ön planda olduğu bir uluslararası ilişkiler dünyası oluşmuştur. Vestfalya ile bugünkü anladığımız anlamdaki uluslararası ilişkiler disiplini, uzun süre büyük teoriler olarak adlandırılan realizm ve idealizm ekseninde açıklanmaya çalışılmıştır. Hans Morgenthau'nun *Politics Among Nations* adlı eserinde kavramsallaştırdığı realist kuramı, Soğuk Savaş sonrasına kadar hem uluslararası sistemin bir kuramı hem de Uluslararası İlişkiler disiplininde bir ana akım olarak etkin konumunu korumuştur. Uluslararası siyasetin devletlerarası bir güç politikası olduğu görüşünü, Soğuk Savaş döneminde devletlerarası ilişkileri, güç, güvenlik, tehdit, askerî güç kullanımı, ulusal güvenlik, yüksek politika olarak ulusal çıkar kavramlarını maddiyatla yansıtan realist yaklaşım, güçler ve uluslararası ilişkiler onu evrensel olarak çerçeveledi ve doğal ve verili bir düzenin parçası olarak tanımladı (Morgenthau, 1948, s. 76). Bu devlet merkezli ve güç odaklı uluslararası sistem 1980'lerden itibaren değişmeye başlamıştır. Bu değişim kamu diplomasisine zemin hazırlamıştır. Küreselleşme diye üzerine fazlaca çalışma yapılan bu yeni dönem uluslararası siyasetin dilinde de değişiklik yapılmasına sebep olmuştur. Küreselleşme kavramına daha yakından bakılacak olursa: küreselleşme, bölgeler arası akışların ve sosyal etkileşim kalıplarının genişleyen ölçeği, büyüyen büyüklüğü, hızlandıran ve derinleşen etkisini ifade eder. Uzak toplulukları birbirine bağlayan ve dünyanın belli başlı bölgeleri ve kıtaları arasında güç ilişkilerinin erişimini genişleten insani toplumsal örgütlenme ölçeğindeki bir değişime veya dönüşmeyi ifade eder (Held ve McGrew, t.y., s. 4). Küreselleşme süreciyle birlikte uluslararası ilişkilerin devlet eksenli okunmasının karşısında, sivil toplum temelli, daha fazla paydaşın olduğunu iddia eden yeni teoriler de ortaya çıkmıştır. Kamu diplomasisi kavramı da bu teorilerden olan sosyal inşacılık teorisi üzerinden ele alınmıştır. Norm ve değerler, sosyal yapılar, sosyal ilişkiler normatif teorilerde oldukça önemlidir. Kültürel değerler üzerinden okunmaya çalışılan dış politikayı en uygun açıklayacak teorinin inşacı yaklaşım olacağı düşünülmüştür. Kuşkusuz diğer teorilerin penceresinden de kavrama bakılabilir. Bu amaçla sosyal inşacı yaklaşım ve kamu diplomasisi ilişkisi aşağıda açıklanmaya çalışılmıştır.

2.3.Sosyal İnşacı Yaklaşım

Akademik ve bilimsel analizlerde çalışmaların belli bir disiplinde ve metodolojide yürüyebilmesi için birçok yöntem kullanılmaktadır. Sosyal bilimlerde yapılan her çalışmanın mutlak anlamda geri planda yaslandığı bir teorik çerçeve vardır. Aksi hâlde bilimsel bir çalışmadan bahsetmek mümkün değildir. Uluslararası ilişkilerde temel bazı tartışmalar hep var olmuştur. Sistemi en iyi açıklayan, sistemi en iyi anlattığını ileri süren realizm-idealizm meydan okumaları, gelenekselci-davranışsalci yaklaşımlar, neorealist ve neoliberal yaklaşımlar gibi. Son dönemde ise daha çok pozitivist ve eleştirel teoriler arasında sistem üzerine tartışmalar devam etmektedir (Arı, 2014, s. 3). Her paradigma uluslararası sistemi belli parametrelerle açıklamaya çalışmaktadır. 1900'lerin başından itibaren realist ve idealist paradigmlar etrafında oluşan bir uluslararası ilişkiler literatürü vardır. Daha sonra neo yaklaşımlar bu teorilerin bir nevi güncellemesi olmuştur. 1980 sonlarına gelindiği zaman bu iki hâkim teorinin göremediği çok önemli bir hadise meydana gelmiştir. Sovyetler Birliği savaş ve dış müdahale olmadan dağılınca bu hâkim teorilere güven sarsılmıştır. Anarşinin dayanıklılığı, devletin meşru şiddet tekeli elinde tutması ve büyük güç savaşının daimi olasılığı, disiplinin temel varsayımlarıdır. Soğuk Savaş'ın barışçıl bir şekilde sona ermesinin ardından zaten yoğun bir incelemeye tabi olan bu varsayımlar, 11 Eylül sonrası dönemde daha fazla sorgulanmaya başlandı. Bu dönemle beraber konstrüktivizm (inşacı) yaklaşım, post pozitivist yaklaşımlar, eleştirel teoriler daha fazla ön plana çıkmaya başlamıştır. Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle birlikte özellikle kimlik, norm ve kültür gibi değerlerle dış politika arasında doğrudan ilişki kurma çabaları inşacı yaklaşımın temelini oluşturmaktadır. İnşacı yaklaşımın en önemli özelliği failerin, kimliklerin, değerlerin toplumsal olarak inşa edildiğinin ileri sürülmesidir (Arı, 2014, s. 32). İnşacı yaklaşım sayesinde uluslararası ilişkilerdeki değişim ve dönüşüm normatif değerler üzerinden ele alınmaktadır. Bu yaklaşım özellikle maddi olmayan yapılara odaklanarak sistemi açıklamaya çalışmaktadır (Griffiths, 2007, s. 60) İnşacılık, küresel siyasetin incelenmesine yönelik ayırt edici bir yaklaşım olarak olgunlaşmıştır. İnşacılar, aktörlerin çıkarlarının ve kimliklerinin toplumsal olarak inşa edilmiş karakterine yaptıkları vurguyla ve dünya siyasetindeki en değişmez görünen uygulama ve kurumların bile değişime açık olduğuna ilişkin inançlarıyla tanımlanırlar. İnşacı yaklaşımı diğer rasyonalist diye tabir edilebilecek teorilerden ayıran üç önemli nokta vardır: Öncelikle, inşacılar materyalistlerden ziyade

felsefi idealistlerdir. Maddi yapıların yalnızca aracılık ettikleri öznel arası paylaşılan anlam yapıları aracılığıyla toplumsal önem kazandıklarını iddia ederler. İkincisi inşacılar, failer ve yapılar arasında karşılıklı olarak kurucu bir ilişki olduğunu varsayarlar. Son olarak rasyonalistler ve inşacılar, failerin eylemlerini yöneten baskın mantık anlayışlarında birbirlerinden ayrılırlar. İnşacı bakış açısıyla davranış, esasen norm odaklı olarak görülür. Devletler kendi davranışlarıyla devletlerin kimliklerinden türettikleri meşru davranış için içselleştirilmiş reçeteler arasında bir uygunluk sağlamaya çalışırlar (Finnemore, 1996, s. 35)

Alexander Wendt'in yaptığı çalışmalarla daha da popüler hâle gelen inşacılık kuramı, kimlik ile dış politika ilişkisini kurumsallaştırmıştır. Wendt, kimliğin ve uluslararası toplumsal yapıların karşılıklı inşa edildiğini ve ilişkinin de çıkarları ve dış politikayı yönlendirdiğini iddia eder. Wendt'e göre toplumsal yapı üç temel unsurdan oluşur: maddi kaynaklar, paylaşılan bilgiler ve bunun üzerine inşa edilen pratikler (Wendt, 2007, s. 407). Wendt, inşacılıkla ilgili şu noktaların altını çizer; akademik araştırmalarda, uluslararası siyasetin toplumsal olarak inşa edilmiş olarak tanımlandığını görmek olağan hâle gelmiştir. Çeşitli sosyal teorilerden eleştirel teori, postmodernizm, feminist teori, tarihsel kurumsalcılık, sosyolojik kurumsalcılık, sembolik etkileşimcilik, yapılanma teorisi gibi uluslararası siyaset öğrencileri, inşacılığın iki temel ilkesini giderek daha fazla kabul etmişlerdir. İnsan birliğinin yapılarının maddi güçlerden ziyade paylaşılan fikirler tarafından belirlendiği ve amaç güden aktörlerin kimliklerinin ve çıkarlarının maksatlı aktörler tarafından inşa edildiğidir. Doğa tarafından verilmiş olmaktan ziyade bu paylaşılan fikirlerin ilki sosyal hayatta "idealist" bir yaklaşımı temsil eder ve fikirlerin paylaşımına yaptığı vurguda, aynı zamanda, karşıt materyalist görüşün biyoloji, teknoloji veya çevre üzerindeki vurgusu gibi toplumsaldır. İkincisi, toplumsal yapıların bireylere indirgenebileceğine ilişkin bireyci görüşe karşı çıkan, toplumsal yapıların ortaya çıkan güçlerine yaptığı vurgu nedeniyle bütüncül veya yapısalcı bir yaklaşımdır. Bu nedenle inşacılık, bir tür yapısal idealizm olarak görülebilir (Wendt, 2000, s. 1). Wendt, sosyal inşacı yaklaşımın temeline indiğinde önemli tartışmaların var olduğunu ileri sürer. Öncelikle maddi güçlerin ve fikirlerin sosyal yaşam üzerindeki göreceli önemi üzerine bir tartışma vardır. Fikirlerin toplumsal hayatta ne ifade ettiği veya yapıların ne kadar fikirlerden oluştuğunu irdeler. Bu anlamda materyalist ve idealistlerin yapılarıdaki yaklaşımlarını ele alır. Materyalistlere göre beş maddi faktörün yapı üzerinde önemli

etkisi vardır: insan doğası, doğal kaynaklar, coğrafya, üretim gücü ve yıkım gücü. Bu anlamda materyalist görüşte bu maddi güçler fikirlerden, kimliklerden daha önemlidir. İdealistler ise materyalistlerden tamamen farklı düşünürler. İdealistler, toplumla ilgili en temel gerçeğin, toplumsal bilincin doğası ve yapısı olduğuna inanırlar. Bu yapı bazen aktörler arasında normlar, kurallar veya kurumlar şeklinde paylaşılırken bazen de paylaşılmamaktadır. Her iki durumda da sosyal yapı çeşitli şekillerde önemli olabilir: kimlikleri ve çıkarları oluşturarak aktörlerin sorunlara ortak çözümler bulmalarına yardımcı olarak davranış beklentilerini tanımlayarak tehditler oluşturarak vb. Bu olasılıkların maddi güçlerin rolünü inkâr etmesi gerekmez ancak idealist iddia, maddi güçlerin ikincil, aktörler için özel anlamlarla oluşturuldukları sürece önemli olduğudur. Örneğin uluslararası sistemin maddi kutupluluğu önemlidir ancak bunun nasıl önemli olduğu, paylaşılan fikirlerin bir işlevi olan kutupların dost mu yoksa düşman mı olduğuna bağlıdır. Bu nedenle, fikirleri kesinlikle nedensel terimlerle ele alan materyalist eğilimin aksine idealistler fikirlerin kurucu etkileri dediğim şeyi vurgulama eğilimindedirler (Wendt, 2000, s. 24) Materyalist ve idealistlerin yapılarla ilişkin yaklaşımını şu örnekler üzerinden detaylandırır: nedensel bir ilişkide, bir öncül koşul X bir etki Y oluşturur. Bu, X'in geçici olarak Y'den önce olduğunu ve dolayısıyla bağımsız olarak var olduğunu varsayar. Kurucu bir ilişkide X, Y ile olan ilişkisi nedeniyle neyse odur. X, Y'yi varsayar ve bu itibarla zamansal bir ayrım yoktur; onların ilişkisi şarta bağlı olmaktan çok gereklidir. Nedensel ve kurucu etkiler farklıdır ancak birbirini dışlamaz. Su, bağımsız olarak var olan hidrojen ve oksijen atomlarının bir araya gelmesiyle oluşur; H₂O olarak bilinen moleküler yapıdan oluşur. H₂O suya neden değildir çünkü onsuz bir şey su olamaz ancak bu yapının hiçbir etkisinin olmadığı anlamına gelmez. Benzer şekilde, efendiler ve köleler, insanların olumsal etkileşimlerinden kaynaklanır; kölelik olarak bilinen toplumsal yapı tarafından oluşturulurlar. Efendiler kölelere neden olmazlar çünkü köleler olmadan her şeyden önce efendi olamazlar ama bu kölelik kurumunun hiçbir etkisinin olmadığı anlamına gelmez (Wendt, 2000, s. 25).

Nicholas Onuf, sosyal inşacılıkla ilgili kitabında uluslararası ilişkilerin verili olmadığını, insanlar tarafından inşa edildiğini savunur. Bireylerin toplumdan bağımsız olamayacağını, toplumsal kuralların birey davranışlarını etkilediğini ileri sürer (Onuf, 2013, s. 35). İnşacılığın temeli, insanların sosyal varlıklar olduğu ve sosyal ilişkilerimiz olmasaydı insan olmayacağımız önermesidir. Başka bir deyişle, sosyal

ilişkiler insanları kendimizi olduğumuz türde varlıklar hâline getirir veya inşa eder. Tersine, birbirimizle yaptığımızı yaparak ve birbirimize söylediğimizi söyleyerek doğanın sağladığı ham maddelerden dünyayı olduğu gibi yaparız. Aslında söylemek, yapmaktır. Konuşmak, dünyayı olduğu gibi yapmak için gittiğimiz en önemli yoldur (Onuf, 2013, s. 5) İnşacı yaklaşıma göre uluslararası ilişkilerde anarşi, egemenlik, güvenlik, iş birliği gibi kavramlar verili değildir bilakis sosyal olarak inşa edilirler. Değişmeyen ve dönüşmeyen hiçbir şeyin olmadığını ileri sürerler. İnşacılar değişimin kültürel ve sosyal yönünü ele alırlar. Onlara göre devletlerarasındaki dostluk veya düşmanlık sübjektiftir. Devletlerin dost veya düşman olarak tarif ettikleri ülkeler, gruplar farklı bir iktidar döneminde dost veya düşman sınıflandırmasından çıkabilmektedir. İnşacılar değişim kavramını açıklarken, bu değişimin fikirler üzerinden olduğunu ifade derler. Devletlerin kimlik algısı, çıkar tanımı değiştikçe uluslararası sistemin de değişeceğine inanırlar.

İnşacı yaklaşıma göre yapı denilen kavram makro ve mikro olmak üzere iki düzeylidir. Kurucu olan ise toplumdur. Çünkü toplum olmadan aktörler kendilerini gerçekleştiremezler. Fakat aktör olmadan da toplum inşa edilmez. Bundan dolayı karşılıklı bir inşa söz konusudur (Özev, 2013, s. 514) Uluslararası ilişkilerin insanlar tarafından inşa edildiğini vurgulayan Onuf, bunu bir örnekle açıklar. Bosna Savaşı'nda Hırvat ve Sırp'ların Müslümanları neden hedef aldıklarını irdeler. Ona göre savaştan çok önce bir inşa söz konusuydu. Müslümanlar hakkındaki bu inşa süreci sonucunda savaş çıkmış ve birçok olumsuz hadise cereyan etmiştir (Özev, 2013, s. 487). İnşacılık radikal söylemler üretmekten ziyade var olan durumu açıklamaya çalışır. Analiz birimine devleti alır, analiz düzeyinde ise maddi ve düşünsel unsurların tamamını alarak uluslararası sistemi alır. Dış politika analizinde ise maddi güçlerden ziyade karar vericilerin kimlikleri, algıları ve kültürlerinin daha etkili olduğu vurgulanır. Kimlik tanımı değiştikçe, güç dengesine yönelik algılar da değişime uğrar (Rumelili, 2014, s. 170).

Tablo 2. 1. Uluslararası sosyal kültürel yapının unsurları

	Tanım	Örnek
Normlar	Belli bir kimliğe uygun görülen davranış kalıpları	İnsan hakları normları, bazı silah türlerinin kullanımına ilişkin normlar
Fikirler	Bireysel ve Ortak İnanışlar	Ortak para birimine geçiş, tek pazardan elde edilecek ekonomik faydayı arttırır fikri
Kurallar ve Ortak Anlayışlar	Sosyal eylemleri belirleyen ve var eden düzenlemeler	Modern devlet sistemini teşkil eden münhasır hükümlerlik kuralı
Söylemler	Kalıplaşmış anlam yapıları ve ifade kuralları	Anarşi, egemenlik, insan hakları, kimlik, medeniyet, demokrasi gibi kavramlar üzerine söylemler

Kaynak: Rumelili, Bahar, “ Kimlik” , Uluslararası İlişkilere Giriş, s.260-266, (Der. Şaban Kardaş, Ali Balcı, İstanbul: Küre Yayınları)

Rumelili’nin tablolastırdığı inşacı yaklaşım parametrelerinden de görüldüğü üzere norm, fikir, kurallar ve söylemlerin her biri farklı bir noktayı açıklar. İnşacı yaklaşımın normlar etrafında şekillendiği görülmektedir. Ortak bilgi kavramı inşacılık teorisinin temel varsayımlarından biridir. Ortak bilgi etrafında oluşan ve ortak bilgi etrafındaki insanların davranışları inşacılığın önemli yapıtaşlarıdır. Wendt’e göre iki tür bilgi vardır. Birincisi ortak bilgi diğeri ise kolektif bilgidir. Ortak bilgi devletlerin diğeri devletler ile etkileşime geçtiklerinde kullandıkları bilgidir. Kolektif bilgi ise bireysel bilgilerin zamanla makro düzeye ulaşp kalıplar üretmesi sonucu oluşur. Bu bilgiye kapitalizm, Westphalian, Aphertheid rejimi örnek verilebilir (Özev, 2013, s. 58).

Christian Reus-Smit’in sözleriyle “yapılandırmacılık, normatif ve maddi yapıların önemine, siyasi eylemi şekillendirmede kimliğin rolüne ve faillerle yapılar arasındaki karşılıklı kurucu ilişkiye yapılan vurgu ile karakterize edilir.” Buna ek olarak yaklaşım neo-realizm ve neoliberalizmin rasyonalizmine ve pozitivistine meydan okurken aynı zamanda eleştirel teorisyenleri meta-teorik eleştiriden dünya siyasetinin deneysel analizine doğru iter (Alexander ve Hayman, 2008, s. 19). Uluslararası ilişkilerin geleneksel olarak dar bir disiplin olduğunu ve niteliklerden ziyade niceliklerin onun geçerliliği olduğunu göstermektedir. Ayrıca teori-pratik bağlantısıyla ilgili olarak yapılandırmacılık teorik ve disipline edici yanlışların bir haklısı olarak çizilir. Emanuel Adler bu taslağa daha fazla ayrıntı ekler: yapılandırmacılık; sosyal dünyanın dinamik,

olumsal ve kültürel temelli durumunu tanımlar. Doğa ve insan bilgisi arasındaki karşılıklı ilişkiyi vurgular ve sosyal bilimlere olumsal bir bakış açısı önerir (Adler, 2018, s. 112).

Uluslararası ilişkiler disiplininde her ne kadar yeni bir yaklaşım gibi görünse de inşacılığın temelleri çok daha önceye dayanmaktadır. Erken dönemde Grotius, Hegel, Kant gibi klasik düşünürler uluslararası ilişkilere inşacılık perspektifinden bakmışlardır. Dönemde adlandırma olmasa da yaklaşım açısından benzerlik taşımaktadır. İdealizmin, uluslararası ilişkilerde ilk inşacı yaklaşım olduğu ileri sürülebilir (Wendt, 2000, s. 93). Bunun yanı sıra İngiliz Ekolü'nün temel felsefesinin inşacılığa temel oluşturduğunu ileri sürenler de vardır. Bu felsefeye göre devletler sosyal varlıklardır, bu sosyal yapı sonucunda ortak norm ve değerler bir uluslararası toplumun öncüsü olabilir (Bull, 2000, s. 77). Rasyonalist teorilerle inşacı teoriler hadiselerle yaklaşım açısından da farklılıklar gösterirler. Rasyonalistler, bir olayın niçin meydana geldiğini ele alırken inşacılar ise neden oldu ve nasıl olduğuyla daha çok ilgilenirler (Küçük, 2009, s. 779). Rasyonalistler düşünsel unsurların ikinci planda bile olmayacak derecede olduğunu iddia ederler. Onlara göre davranışlar ancak rasyonel bir çıkarın veya bir politikanın sonucunda geliştirilen bir durumdur. Bu durumun ortaya çıkardığı en önemli nokta ise doğa bilimi yönteminin sosyal bilimlere uygulanıp uygulanmayacağı sorunudur. Rasyonalistler pozitivist yönetime bağlı olarak neden sonuç ilişkisi bağlamında bu durumun olabileceğini savunurlar. Bunun için de istatistiksel yöntemlerden fazlasıyla yararlanırlar. Deney ve gözlemin sonucunda elde edilen nedensellik ve sonuçları önemserler. Yapılandırmacı veya inşacı yaklaşımda ise durum tam tersidir. Çıkar dediğimiz durum verili değildir. Çıkarı oluşturan da geri plandaki düşünsel unsurlardır. Rasyonalistler bir çıkarın nasıl oluştuğuna değil de niçin oluştuğuna baktıkları için düşünsel unsurları açıklayamazlar. İnşacı yaklaşımda ise hem çıkarın ne olduğu belirlenir hem de buna uygun sosyal koşullar oluşturulur. Küçük'e göre inşacı yaklaşımın uluslararası ilişkiler alanına yaptığı en önemli katkı da nasıl ve neden üzerine yaptıkları açıklayıcı yöndür (Küçük, 2009, s. 780).

2.4. Kamu Diplomasisine Sosyal İnşacı Yaklaşım

Bilindiği üzere kamu diplomasisi, geleneksel diplomasiden araç ve yöntemler bakımından farklılıklar göstermektedir. Bazı uzman görüşlerine göre ise kamu diplomasisi, geleneksel diplomasinin uzanamayacağı yerlere uzanan tamamlayıcı

diplomasidir. Kamu diplomasisi çalışmalarında kavramın bazı teorilerde oturtulduğu yerler vardır. Örneğin kamu diplomasisi yumuşak güç kaynaklarını kullandığı için realist paradigma ile yakından ilişkili olmuştur. Diğer taraftan kamu diplomasisinin araç ve yöntemleriyle birlikte yaklaşım bakımından idealizme de yakındır. Son dönemde bazı yerli ve yabancı kaynaklarda kamu diplomasisi veya kültürel diplomasi kavramının normatif değerler üzerinde inşa edildiğini savunan yayınlar vardır. Bu çalışmada da sosyal inşacılık teorisinin Türkiye'nin kültürel diplomasisini açıklamada daha aydınlatıcı olacağı yönündedir. Bu anlamda altta sosyal inşacılık perspektifi noktasından kamu diplomasisi kavramı incelenmiştir.

Öncelikle kamu diplomasisinin tanımından yola çıkılacak olursa kamu kavramının açıklanmasında fayda vardır. Kamu denilince akla ilk gelen devlet daireleri olmaktadır. Kamu denilince kamuoyu, diğer bir anlayışla halka açık olan anlamlarını taşımaktadır. Kavram Antik Yunan ve Roma'da özgür vatandaşları, Orta Çağ'da soyluları, 16. yüzyıldan itibaren ise hükümdar ve ona hizmet eden saray görevlilerini tarif etmek için kullanılmıştır. 17. yüzyıldan itibaren ise hem hükümdar hem de burjuva tarafından kendi amaçları doğrultusunda kitle oluşturmak için gazeteler yoluyla oluşturulmak istenen kitleye denmektedir (Bektaş, 2000, s. 42) Ulus devlet, ulus egemenliği, demokratikleşme gibi kavramlar kamuoyunun gelişmesi için uygun zeminler oluşturmuştur. Günümüzde kamuoyu dış siyasette karar alıcıların göz ardı edemeyeceği kadar önem arz etmektedir. Kamuoyu, ulusal ve taraflı olabileceği gibi dünya kamuoyu kavramından da söz edilebilir. Belirli bir ülkedeki kamuoyu ulusal kamuoyu olarak kabul edilirken günümüzde dünya (uluslararası) kamuoyundan da söz edilmektedir.

Kamu diplomasisi tanımını ilk kez Edmund Gullion yapmıştır. Gullion'a göre kamu diplomasisi başka ülkelerdeki insanların kamuoylarının yapılacak olan politikalarla etkileme sanatıdır. Aynı zamanda karşılıklı fikir akışı ve çıkar oluşturma sürecidir (Demir, 2012, s. 6). Kamu diplomasisi kavramı ele alınırken önemli hususlardan birisi de yumuşak güç kavramıdır. Üzerine çokça çalışma yapılan bu kavram kamu diplomasisiyle adeta iç içe geçmiştir. Kamu diplomasisi, diplomaside yeni bir tarz iken yumuşak ise kamu diplomasisi icra edilirken başvurulan bir yöntem olarak tarif edilebilir. Yumuşak güç kavramına Joseph Nye'nin tanımından bakılacak olursa: Bir ülkenin başka ülke nazarında takip edilebilmesi, hayranlık uyandırması ve zorlama

olmaksızın taklit edilmesi, kısaca yumuşak güçtür (Nye, 2005, s. 14). Bu tanımdan anlaşılacağı üzerine yumuşak güçte temel gaye başkalarını kendine çekmek ve bunu yaparken zorlayıcı tedbirlere başvurmamaktır. Soğuk Savaş döneminde askerî ve ekonomik gücün, özellikle de askerî teknolojinin önemi yadsınamaz. 1980’li yıllara geldiği zaman tüm dünyada neoliberal politikalar revaçta olmuş, küreselleşme trendi hız kazanmaya başlamıştır. Bu hızlı döngüde internetin payı yadsınamaz.

Dijital iletişim döneminde her bireyin ağlar vasıtasıyla dünyanın herhangi bir yerindeki sorunu görmesi ve bu soruna tepki vermesi oldukça olağan hâle gelmiştir. Bazı sorunlar karşısında dünya kamuoyları oluşmaya başlamıştır. Tüm bu gelişmeler devletlerin de kullandıkları güç çeşidinde değişiklik yapmalarına yol açmıştır. Şu nokta oldukça önemlidir: kamu diplomasisi geleneksel diplomasiyi tamamlarken yumuşak güç de sert gücü tamamlamaktadır. Nye’ın ifade ettiği gibi etkileme, ikna etme, hayranlık uyandırma, taklit edilebilme bu dönemde uygulanan siyasetin en popüler olanıdır. Hayranlık uyandırılan devlet üzerinde çıkarların korunması daha kolay olacaktır. Bu, yumuşak güç stratejisinde sert gücün aksine daha farklı kaynaklar kullanılmaktadır. Kalın’a göre bunlar; kültür, sanat, medya, eğitim, sinema, üniversiteler, spor, yemek kültürü gibi birçok unsur yumuşak gücün kullanım alanına girer (Kalın, 2011, s. 166). Üstte ifade edildiği gibi kamu diplomasisi kavramı kültürle sosyal değerlerle yakından ilişkilidir. Bu ilişkinin var olması kavrama yönelik uluslararası ilişkiler paradigmalarından sosyal inşacılığı akla getirmektedir. İnşacı perspektifin bu kavramı ele alması normatif değerler üzerinden olacaktır.

Sosyal inşacılık yaklaşımında verili, sabit hiçbir değer yoktur. Tüm kavramlar sosyal olarak inşa edilir. Anarşi denilen kavram biz öyle tanımladığımız için vardır. Bu anlamda realistlerle tamamen ters düşer. Kamu diplomasisine bu minvalde bakıldığı zaman kavramın kendisi başlı başına bir inşa sürecidir. İlk önce ülkenin değerleri inşa edilir, cazibe alanları oluşturulur ve bunlar dış politikada istenilen hedefe ulaşmak için yerine ve zamanına göre kullanılır. Bu anlamda kamu diplomasisi ile inşacılık arasında güçlü ilişki vardır. Realist akımların güçlü olduğu Birinci ve İkinci Dünya Savaşı yıllarından sonra gelişen ulaşım ve iletişim teknolojileri sayesinde kolektif kimliklerin oluşması ve uluslararası toplum fikri önem kazanmıştır (Adler 2018, 99). Alexander Wendt, kolektif kimlik süreçlerine bağlı olarak güvenlik ikliminin aşıldığı uluslararası kültürel yapıları keşfetmiştir (Küçük, 2009, 775). Belli normları paylaşan

devletler askerî güce gerek duymadan da sorunları barışçıl olarak çözebilirler. Bu nokta kamu diplomasisi, yumuşak güç ve sosyal inşacılık üçgenine doğrudan temas etmektedir.

Sosyal inşacılık kuramının en önemli noktaları ortak norm, kültür ve değerler üzerine fazlaca kafa yormasıdır. Bu durum, kamu diplomasisiyle elde edilmeye çalışılan ve bu değerler üzerinden hareket, kavrama yeni bir boyut kazandırmaktadır. 1980’li yıllarda etkili olan ve uluslararası ilişkiler disiplinde dar bir tartışmaya meydan veren neorealist ve neoliberal tartışmalar sosyal inşacı yaklaşıma da zemin hazırlamıştır. Sistemi anarşik deneysel veriler ve bunların pratik sonuçları üzerinden okuyan bu iki akım özellikle Soğuk Savaş’ın savaşız bitişini kestirmemesi büyük bir tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Sosyal inşacılığın sosyal ve tarihsel olarak olayları yorumlaması, bu alana daha fazla kulak vermeyi zorunlu hâle getirmiştir. Kimlik, kültür, bilişsel ve toplumsal olaylar, sosyal inşacılık yaklaşımında olayları yorumlamada oldukça önemlidir. Yukarıda sıralanan nedenler ve sosyal inşacılığın olayları sosyal değerler üzerinden açıklaması kamu diplomasisine, kültürel diplomasiye ciddi bir zemin hazırlamıştır. Bu durum, bir örnek üzerinden ele alınacak olursa nükleer başlıklı füzeler konusunda ABD’nin tüm dünyada ciddi hassasiyet gösterdiği bilinmektedir ancak tepkinin Kuzey Kore ile İngiltere’ye karşı farklı olması ana akım uluslararası ilişkiler yaklaşımlarınca tatmin edici bir yaklaşım sergilenmemektedir. İnşacı yaklaşım tam bu noktada kimlik ve kültür gibi kavramların önemine vurgu yapar. Bu noktanın da sosyal inşacılık ile kamu diplomasisi arasındaki ortaklığına bizi götürmektedir.

Kamu diplomasisi veya kültürel diplomasinin temel kurallarından olan; başlıca şu nokta ki kamu diplomasisi yaklaşımı öncelikle komşu ülkelere, aynı dili konuşan ülkelere yapılır gibi kaideler vardır. ABD’nin Avrupa üzerinde ciddi kamu diplomasisi politikaları olduğu gibi Türkiye’nin de Balkanlar ve Orta Asya ülkeleri üzerinde kamu diplomasisi politikaları vardır. Dil faktörü ve kültürel yakınlık bu ülkeleri bu bölgeler üzerinde kamu diplomasisi faaliyeti yapmaya itmektedir. Mustafa Küçük’ün makalesinde ele aldığı ana akım uluslararası ilişkiler teorisi eleştirileri ve sosyal inşacı önermeler çalışmanın bu başlığına oldukça katkı sağlamaktadır. Bu çalışmada yapılan tartışmada ana akım materyalist teoriler uluslararası sistemi daha anarşik ve sert güce dayanan bir yaklaşımla ele alırlar. Bu yaklaşımda oldukça yüzeysel bir güç anlayışı

vardır. Bu gücün tarihsel ve sosyal yönünün ihmal edilmesi, kimlik ve çıkar algısının aktörlerden bağımsız olmayacağı inşacı teori tarafından dile getirilmektedir (Küçük, 2009, s.778). Bu tartışmadan bize çıkan en önemli sonuç ana akım teorilerin daha çok sert güce vurgu yapmaları, devletleri sert güçten ibaret görmeleri bize kamu diplomasisi yaklaşımının en fazla sosyal inşacı yaklaşımla ele alınabileceğini sunmaktadır.



3. DİPLOMASİ ve KAMU DİPLOMASİSİ KAVRAMI

Diplomasi kelimesi terim olarak müzakerelerin ve diğer uluslararası ilişkilerin resmî bir hükûmet tarafından yürütülmesi anlamına gelen siyasi bir kavramdır (<https://www.dictionary.com/browse/diplomacy>). Diplomasi, devletlerarasındaki ve devletler ve diğer aktörler arasındaki ilişkilerin yönetimiyle ilgilidir. Devlet perspektifinden diplomasi, dış politika konusunda tavsiye vermek, şekillendirmek ve uygulamakla ilgilenir. Bu itibarla, devletlerin resmî ve diğer temsilcileri ve diğer aktörler aracılığıyla yazışma, özel görüşmeler, görüş alışverişi, lobcilik, ziyaretler ve diğer aktörler aracılığıyla belirli veya daha geniş çıkarları ifade etme, koordine etme ve güvence altına alma aracıdır (Barston, 2013). Cull, diplomasiyi uluslararası bir aktörün uluslararası bir ortamı yönetmek için kullandığı savaş dışı bir mekanizma olarak tanımlar. Bugün bu aktör bir devlet, çok uluslu şirket, sivil toplum örgütü, uluslararası örgüt, terör örgütü ya da dünya sahnesinde başka bir oyuncu olabilir (Cull 2009b, s. 12).

1918'den beri demokratik ülkelerdeki kamuoyu, yabancı meselelerle artarak ilgilenmeye başladı. Ancak dış politika ve müzakere arasındaki karışıklık nedeniyle meydana gelen sorunların tam olarak anlaşılması azaldı. Bu karışıklık ise birçok farklı şeyi ifade eden “diplomasi” kelimesinin kullanımında ayrım gözetmeyenlerden kaynaklanmaktadır (Nicolson, 1942, s. 9). Harold Nicolson diplomasi kavramının iki önemli işlevi olduğundan bahsetmektedir. Ona göre diplomasi, uluslararası ilişkilerin müzakereler yoluyla yönetilmesidir ve bu ilişkilerin büyükelçiler veya elçiler tarafından ayarlanma ve yönetilme yöntemidir (Nicolson, 1942, s. 15). Morgenthau, ulusal gücün bir bileşeni olarak diplomasiyi oldukça hayati bir öneme sahip olduğunu ifade eder. Bu bağlamda uluslararası barışın muhafaza edilmesi için diplomasi önemli bir rol oynar. Aynı zamanda dış politikanın büyük bir alanını kapsayan diplomasi dört ana görevi vardır (Morgenthau, 1948, s. 419).

- Diplomasi hedef ve amaçlarını, fiilen ve potansiyel olarak mevcut olan gücün ışığında belirlemelidir.
- Diplomasi diğer ulusların amaç ve hedeflerine ulaşmak için fiilen ve potansiyel olarak var olan güç unsurlarını değerlendirmelidir.

- Diplomasi bu farklı amaçların ne derece birbiriyle rekabet edebilir olduğunu belirlemelidir.
- Diplomasi bu amaç ve hedeflere ulaşmak için en uygun araç ve yöntemleri kullanmalıdır.

Bu bağlamda denilebilir ki küreselleşen dünyada diplomasi, devletlerin ulaşmak istediği amaçları çeşitli iletişim formlarını kullanarak belirli bir süreç içerisinde dış politikalarına uygun araç ve metotları mevcut imkânlar dâhilinde etkili bir şekilde kullanma sanatıdır. Özünde siyasi bir faaliyet olan diplomasi, iyi kaynaklara sahip aynı zamanda işlevsel bir gücün oldukça önemli bir bileşenini teşkil eder. Temel amacı, devletlerin sahip olduğu dış politikalarının amaçlarını kuvvete, propagandaya veya hukuka başvurmaksızın çeşitli iletişim araçları da kullanılarak güvence altına almalarını sağlamaktır (Berridge, 2005).

Diplomasi uluslararası teoride “vardır” ancak nadiren analize tabi tutulmuştur veya kapsamlı bir şekilde araştırılmıştır. Buna ek olarak diplomasi literatürünün kavramsal zenginliği oldukça sınırlıdır ve büyük ölçüde siyaset teorisinin gelişiminden farklıdır. Bazı teorisyenler diplomasi literatürünü “gereksiz” bir anekdot olarak görmüşlerdir. Soğuk Savaş döneminde, uluslararası alanda kuramlaştırma devam etti ve uluslararası ilişkiler (Uİ) gelişti. Bu bağlamda diplomasiden ziyade güç tehdidi arttı. Diplomasi, uygulanabilir bir dış politikanın temeli olarak görüldü ve “ucuz konuşma” olarak tanımlanan diplomasi askerî alanda kullanılan kararlı eylemlerle karşılaştırıldı (Jönsson ve Hall, 2006). Diplomasi değişimin yönetimidir ve diplomasi kurumu yüzyıllar boyunca sürekli genişleyen uluslararası toplumda çoklu değişimlere uyum sağlamayı gerçekten başarmıştır (Melissen, 2005, s. 23). Bununla birlikte diplomasi özel veya kamusal alanda ikili veya çoklu görüşmelerde iknayı gerektiren müzakere, caydırma, ödül ve zorlamayı içerir. Amacı ise bir aktörün meydana gelen bir olaya, görüntüye veya mesaja karşı psikolojik olarak verdiği tepkileri hem tahmin etme hem de uygun bir şekilde o aktörün iradesini manipüle etmektir. Özetle söylemek gerekirse iyi bir hikâye anlatıcılığı yapmak veya bunu kontrol etmek değil söylemde ustalaşmaktır (Fitzpatrick, 2008, s. 65).

Devletlerarası görüşmelerde dış politikada siyasetin savaş ve şiddet yoluyla değil yazışma ve ikili görüşmeler vasıtasıyla yürütüldüğü ortamda diplomasi, çıkar ve menfaatleri sağlama ve koruma anlamında bir araç olarak oldukça etkili bir şekilde

kullanılmaktadır. Diplomasi, bu anlamda modern bir savaş yöntemi olarak da adlandırılabilir. Buraya kadar diplomasi kavramının kısaca kuramsal çerçevesinden bahsedildikten sonra araştırmaya bütünsel bir perspektiften yaklaşılması açısından kavramın türlerine ilişkin tanımlamalara yer verilmiştir.

3.1. Diplomasi Türleri

Küreselleşen dünyada devletler içinde bulundukları sosyal, siyasal, ekonomik şartların durumuna göre nerede duracaklarını belirleyecek bir dizi diplomatik faaliyetlerde bulunmuşlardır. Gerek sorunların çözümü gerekse çıkar ve menfaatleri koruma noktasında belirledikleri amaç ve hedeflere ulaşma amacıyla sair zamanlarda bir araya gelmektedirler. Bu bağlamda da çeşitli diplomasi türleri ortaya çıkmıştır. Bunlar:

3.1.1. Konferans diplomasisi

Günümüzde yeni diplomasi yöntemi çok yönlü bir nitelik taşımaktadır. Ancak bir sürekliliği olmayan bu diplomasi yöntemi yerini Birinci Dünya Savaşı sonrasında kurulan ve evrensel bir nitelik taşıyan Milletler Cemiyeti Örgütü ile konferans diplomasisine bırakmıştır. Bu diplomasi yönteminde ikiden fazla devlet temsilcilerinin bir araya gelerek sorunların çözümüne ilişkin meselelerde fikir beyan etme süreçlerini ifade eder (Tuncer, 1982, ss. 254–55).

3.1.2. Parlamenter diplomasi

Bu diplomasi türü, uluslararası örgütler adına atanan ve süreklilik arz eden temsilcilikler veya delegasyonlar tarafından yürütülmektedir. Özellikle bazı meselelerin tartışılması veya çözüme ulaştırılması noktasında çok yararlı bir yöntem olduğu saptanmıştır. Örneğin çevre kirliliği, insan hakları, silahsızlanma, güvenlik gibi bütün devletleri ilgilendiren genel nitelikteki konularda ya da devletlerarasındaki ilişkileri organize eden temel nitelikte olan anlaşma ve sözleşmelerin yapılması gibi konularda parlamenter diplomasi yöntemine başvurulmuştur (Tuncer, 1982, ss. 254–55).

3.1.3. Zirve diplomasisi

Çok yönlü ve ikili diplomasi yöntemlerinin yanı sıra uluslararası alanda bir devlet başkanı ya da hükûmet temsilcisi aracılığıyla gerçekleştirilen diplomasi yöntemi, zirve diplomasisi olarak adlandırılmaktadır. Özellikle barışın sağlanması ve korunması gibi

acil durum arz eden meselelerde diplomatik kararların olabildiğince hızlı bir şekilde alınmasını sağlar. Günümüzde ulaştırma alanında kaydedilen gelişmeler zirve diplomasinin uygulanmasını büyük ölçüde kolaylaştırmıştır (Tuncer, 1982, ss. 254–55).

3.1.4. Siber Diploması

Küreselleşmeyle birlikte diplomaside oldukça köklü değişimler ve gelişmeler meydana gelmiştir. Bu gelişmeler ülkeleri dış politikada önemli diplomatik değişiklikler yapmaya zorlamıştır. Meydana gelen yeni küresel dinamiklerin kapsayıcı nitelikteki boyutlarını hesaba katmak günümüzde yeni diplomasi araçlarının bir önceliği hâline gelmiştir. Bu durumda diplomasi daha çok toplum temelli bir alana evrilmiştir ve e-diplomasi, dijital diplomasi, online diplomasi olarak da tanımlanan siber diplomasi türü meydana gelmiştir. Siber diplomasi özellikle bilgi işlemin önem kazandığı, iletişim araçlarının oldukça etkili bir şekilde kullanıldığı, keza sosyal medyanın kitleleri yönetmek gibi bir potansiyele sahip olması ile birlikte siber diplomasi türü diplomasinin yeni bir formu olarak ortaya çıkmıştır (Çatal, 2015, s. 52).

3.1.5. Kamu diplomasisi

Kamu diplomasisi yaklaşık 30 yıldır küresel siyasette meydana gelen değişim ve dönüşümlerin diplomasi alanına etkili bir şekilde yansıyan en önemli diplomasi türlerinden biridir. Soğuk Savaş sonrası dönem küresel siyasette önemli dönüşümlerin meydana geldiği bir periyottur Soğuk Savaş'ın sona erdiği 1990'lı yıllarda dünya çift kutuplu sistemden tek kutuplu bir küresel sisteme dönüştü. Uluslararası sistemlerdeki bu dönüşüm evresi küresel siyaseti de derinden etkilemeye başladı. Küreselleşmeyle hız kazanan bilgi ve iletişim güçleri siyasetin yapısında önemli değişiklikler meydana getirdi. Siyasi dil, araç, söylem ve mekanizma değişerek yeni bir politika formu ortaya çıkmıştır (Ekşi, 2017, s.12).

Günümüzde kitle iletişim araçlarının hızlı bir şekilde gelişmesi ve dünyadaki küreselleşme süreci, Soğuk Savaş'ın hâkim olduğu 1990 öncesi dönemden her yönüyle farklı bir uluslararası sistemi de beraberinde getirmiştir. Artık klasik anlamda diplomaside sadece devletler, hükûmetler ve devlet adamları değil bunların yanı sıra millî ve uluslararası arenada hükûmetin dışında teşekkül eden organizasyonlar, sivil toplum örgütleri ve medya etkin hâle gelmeye başlamıştır (Demir, 2012, s. 12).

3.2. Kamu Diplomasinin Tanımı ve Ortaya Çıkışı

Kamu diplomasisi, dünya siyasetindeki değişimler bağlamında ve bu değişimlerin etkisi altında gelişmektedir. Kamu diplomasisi, sosyal ve insani bir kaynağın parçası olduğu için modern dünyada bir etki aracı olarak rolü çarpıcı biçimde artmaktadır. Aynı zamanda kamu diplomasisiyle birlikte propaganda, stratejik iletişim ve ulusal markalaşmanın oluşturulması dâhil olmak üzere sosyal ve insani etkiyle ilgili diğer araçlar tüm dünyada yaygın olarak kullanılmaktadır. Tüm devletler nüfuz için tüm araç cephaneliğini kullanır. Bu durumda, analizin odak noktası tam olarak kamu diplomasisidir. Aynı zamanda kamu diplomasisini diğer araçlardan ayıran karakteristik özelliklerini vurgulamak önemlidir (Lebedeva, 2021, s. 4).

Basitçe söylemek gerekirse Tuch'a göre kamu diplomasisi bir devletin hükûmetinin hedef ulusun politikasını avantaja çevirmek maksadıyla başka bir devletin kamuoyunu veya önde gelen kişilerini etkileme çabasıdır (Tuch, 1990, s. 3). Tuch; bir devletin, bir ulusun fikir ve ideallerini, amaç ve hedeflerini, kurumlarını ve kültürünü mevcut politikalarını anlama ve idrak etme çabası içinde yabancı halklarla iletişim kurma süreci olarak tanımlar. Ona göre kamu diplomasisi geleneksel diplomasiden farklıdır. Çünkü ikincisi çoğu durumda hükûmetler ve dış işleri bakanlıklarının vasıtasıyla milletlerarasındaki ilişkileri yönetmeyi amaçlarken geleneksel diplomasi genellikle gizlilik ve mahremiyet gerektiren bir süreçtir (Tuch, 1990, s. 3).

Kamu diplomasisinde ulusal hedefler ve menfaatler, uluslararası yayıncılık faaliyetleri, yabancı gazeteci ve akademisyenlerinin yetiştirilmesi, eğitim faaliyetleri ve burslar, organize edilmiş ziyaretler ve konferanslar ve yayınlar dâhil olmak üzere farklı şekillerde yabancı kamulara iletilir (Potter, 2003, s. 46).

Literatürde kamu diplomasisine ilişkin pek çok tanım vardır. Konuya bütünsel bir perspektiften bakılması ve farklı görüşlerin de değerlendirilmesi açısından konuya ilişkin bazı özet mahiyetindeki tanımlamalara yer vermek faydalı olacaktır:

Kamu diplomasisi, millî çıkar ve menfaatlerin tarifidir. Yabancı devletlerin kamuoylarını şekillendiren enformasyon, cazibe ve etkili bir nüfuz ile millî çıkar ve menfaatlerinin tarifinin yapılmasıdır (Demir, 2012, s. 14).

Kamu diplomasisi, hükûmetlerin ve ulusların bir iletişim politikasıdır. Yani bir devletin kendi halkının fikirlerini ve ideallerini, sahip olduğu müesseselerini ve

kültürünü aynı zamanda millî amaç ve hedeflerini ve güncel politikalarını çeşitli araçlar kullanarak yabancı hükûmetlere anlatma amacı taşıyan bir devletin iletişim politikası ve sürecidir (Demir, 2012, s. 14).

Kamu diplomasisi, uluslararası zemini yönetir. Uluslararası bir aktör, bu devlet olabilir, çok uluslu bir şirket olabilir devlet üstü kuruluşlar veya bir sivil toplum örgütü gibi organizasyonlar yabancı bir halkla iletişim kurarak uluslararası zemini yönetme teşebbüsü olarak tanımlanabilir (Cull, 2009b, s. 12).

Kamu diplomasisi diğer ülkelerin halklarına ve hükûmet politikalarındaki karar alıcı mekanizmalara ulaşarak onların izlenimlerini, düşüncelerini ve gözündeki imajı şekillendiren bir diplomasi türüdür (Demir, 2012, s. 15).

Kamu diplomasisi geleneksel diplomasiden farklıdır. Yani dış politikaların oluşumunda ve yürütülmesinde kamuoyunun tutumunun etkisiyle ilgilenir. Geleneksel diplomasiden farklı olarak uluslararası ilişkileri yönetmede farklı araçlar kullanır (Policy ve diğ., 2004, s. 3).

Kamu algı yönetimini idare etme sanatıdır. Uluslararası alanda etkin rol oynayan yabancı kamu aktörlerini hedefler doğrultusunda yönlendirme politikasıdır (Demir, 2012, s. 15). Kamu diplomasisi temel dinamiklerini “resmî diplomasi”ninki ile kıyaslayarak daha iyi tanımlanabilir. Bunlar iki türdür. Birincisi kamu diplomasisi şeffaftır ve geniş ölçekte yayılım alanına sahiptir. Oysa resmî diplomasi ara sıra sızıntılar haricinde daha dar bir yayılım alanına sahiptir. Dolayısıyla daha opaktır. İkincisi kamu diplomasisi devletler tarafından daha geniş bir alana yayılırken ve bu yayılım alanı bazı durumlarda seçilen halklara (örneğin Orta Doğu’daki veya Müslüman dünyasındakilere) iletilirken resmî diplomasi devletler tarafından diğer hükûmetlere karar alıcılar vasıtasıyla aktarılır. Üçüncü olarak resmî diplomasi, temalar ve meselelerle ilgilenirken aynı zamanda hükûmetlerin davranış ve politikalarıyla ilgilenir. Oysa kamu diplomasisinin ilgilendiği alanlar kamuların tutum ve davranışlarıyla ilgilidir. Yani resmî diplomasi tamamen hükûmetler ve politikalarıyla ilgilenirken kamu diplomasisi çeşitli iletişim araçlarını kullanarak doğrudan kamuoyu ile yakından ilgilenir (Policy ve diğ., 2004, s. 3).

Kamu diplomasisinin amacı, karar verme mekanizmalarında bulunan hükûmet temsilcilerinin tercihlerini şekillendirmektir denilebilir. Bu formasyonu etkileyen unsurlar ise kamuoyları, danışmanlar, özel şirketler olarak sıralanabilir (Karadağ,

2016, s.3). Kamu diplomasisi kavramı çıkmadan önce toplumları etkilemeye yönelik yapılan faaliyetler “psikolojik harekât” veya “algı operasyonu” olarak adlandırılıyordu. Amaç ise hedef kitlenin iradesini yönlendirmek, algıyı kontrol etmek ve karşıdaki muhatabı çeşitli araçlarla zayıflatmak gibi hasmane teşebbüsleri kapsıyordu. Ancak son yıllarda bu tabir yerini kamu diplomasisi kavramına bıraktı. Ancak her iki kavramın uygulama yöntemleri hususunda ayırt edici çizgiler vardır. Psikolojik hareketin uygulama mekanizmaları olumsuz motivasyon unsuru niteliğinde olup daha çok korkutmaya dayalı bir yöntemdir ve düşman kitlenin iradesinin kırılması amaçlanırken kamu diplomasisinde bu durum tam tersi bir yöntemi ihtiva eder. Kamu diplomasisi olumlu motivasyon unsurunu kullanarak hedef kitlenin iradesinin yumuşak bir geçişle şekillendirilmesini ifade eder ve iknaya dayalı bir politika temellidir (Karadağ, 2016, s. 3).

Kamu diplomasisine neden ihtiyaç duyulmuştur? Bilindiği üzere Birinci ve İkinci Dünya Savaşlarından sonra dünya iki kutuplu hegomonik bir gücün hâkimiyeti altına girdi. Bu süreçte bu iki gücün aktörleri olan Sovyetler Birliği ve ABD küresel hâkimiyet mücadelesinin başrolü olmak için bir çekişme sürecine girdiler. Ancak Soğuk Savaş sürecinde Sovyetler Birliği’nin komünist yönetim politikaları, halkın bireysel hak ve özgürlük alanını kısıtlayan, birey ve toplumun farklı fikir özgürlüklerine yer verilmeyen, tek sesli, tamamen devlet odaklı bir yönetim şeklinde tezahür etmekteydi. Halkı sürekli baskı altında olan bir ülkede toplumun ne düşündüğünün pek bir önemi yoktur. Dolayısıyla toplumun hak ve özgürlüklerini güvence altına alan bir sistemden söz edilemez. Doğu Blok’unun uyguladığı bu yönetim şekli modern devlet-toplum ilişkisiyle uyuşmamaktaydı. Bu noktada Batı Blok’unun içinde yer alan ABD ve bünyesinde yetişen çeşitli bilim insanları, bireyin temel hak ve özgürlüklerini esas alan, toplum temelli bir politikayı teşkil eden kamu diplomasisi kavramını literatüre dâhil etmişlerdir. Kısacası bu minvalde ortaya çıkan kamu diplomasisi kavramı tamamen insan hakları mefhumu çerçevesinde uluslararası ortamda vuku bulan ve toplumun ihtiyaçları göz önünde bulundurularak kavramsallaştırılan bir tabirdir.

İlk defa 1965 yılında ABD’de ortaya çıkan kamu diplomasisi kavramı Tufts Üniversitesinde öğretim elemanı olarak görev yapan Edmund Gullion tarafından ortaya konmuştur. O dönemde kamu diplomasisi kavramı henüz tedavüle girmese bile

bu tür faaliyetler ABD'nin savaş amaçlarının dünya çapında yaygın olarak bilinmesini sağlaması amacıyla George Creel başkanlığında oluşturulan Kamu Enformasyon Komitesi tarafından gerçekleştirilmiştir. Ancak Creel Komitesi olarak da bilinen bu komite 1919 yılında yürürlükten kaldırılmıştır (Tuch, 1990, s. 14). ABD kamu diplomasisi faaliyetlerinin bir sonraki aşaması İkinci Dünya Savaşı sırasında Pearl Harbor'dan sonra Savaş Bilgi Ofisi (Office of War Information-OWI) adı altında ortaya çıkmıştır ve yapılan kamu diplomasisi faaliyetleri oldukça etkili olmuştur (Dizard, 2004, s. 16).

Soğuk Savaş sürecinde Sovyetler Birliği'nin baskıcı ve otoriter bir devlet yapısına sahip olmasından dolayı kavram uygulama alanından yoksundu. Ancak küreselleşmeyle birlikte uluslararası platformda tek başına hâkim güç unsuru olarak sahneye çıkan ABD, söz konusu politikanın gerek uygulama alanı gerekse uygulama araçları açısından uygun bir siyasi zemine sahipti. Dolayısıyla diğer güç unsurlarıyla kıyaslanamayacak derecede belirgin farklılıklara sahip olduğu için siyasi ve ekonomik yönden de gücünü kullanarak kamu diplomasisi faaliyetlerini etkili olarak icra edebilmekteydi (Karadağ, 2016, s. 11). Bu süreçte ABD, Sovyetler Birliği'nin uyguladığı politikalar arasına ciddi bir mesafe koymak için kendi bilgi-işlem araçlarını kullanarak propaganda ve psikolojik hareket gibi zorlayıcı güç unsurlarını kapsayan yöntemler yerine daha yumuşak ve ılımlı alternatiflerde bulunmuştur. ABD'nin uluslararası istihbaratını sağlayan mekanizması Birleşik Devletler Enformasyon Ajansı (United States Information Agency-USIA) diplomat olarak nitelendirilen kişiler tarafından memnuniyetle karşılandı (Demir, 2012, s. 16).

Uluslararası kamuoyuna farklı bir bakış açısı sunan kamu diplomasisi kavramı içeriğinde muhkem olarak bu kavrama ait uygulama mekanizmalarının merkezileşmesini ihtiva ediyordu. USIA bu kavramı Amerika'nın Sesi Radyosu (Voice of America-VOA) üzerinde süregelen hâkimiyeti muhafaza etmek ve tamamına yakını Dış İşleri Bakanlığının bünyesinde devam eden kültürel faaliyetleri üzerine almasını meşru bir zemine oturtmak için 1978'de bu terimi kullandı (Demir, 2012, s. 16).

Kısaca özetlemek gerekirse bir hükûmetin amacı, kamu politikasının uygulama araçlarını kullanarak kendi menfaatlerini teşvik etmektir. Yani başka bir hükûmetin kamuoyunu etki altına alarak hedef konumundaki halk ile kendi halkını kamu

diplomasisi faaliyetleriyle birleştirerek daha fazla manevra alanı oluşturmaktadır. Dolayısıyla kamu diplomasisi, iletişim kurulan h k metle değiş tokuş yapılarak herhangi bir siyasi aktörün bu mübadele sonrasında kendi çıkarlarını gerçekleştirmek için diğer h k metlerin yasal olmayan onayını genişletmeye hizmet eder. Kısacası hedeflenen bu stratejik iletişim vasıtasıyla hedeflenen devletin kamuoyu farklı yönelimlere sahip bir kamuoyuyla karşı karşıya gelir. Zira alınan tüm önlemlerin varsayımı bulunduğu pozisyonu nasıl ifade ederse etsin kamuoyunu etkileme politikalarında ulusal çıkarların ve tercihlerin belirlenmesinde oldukça belirleyici bir rol oynayacaktır (Jager, 2009, ss. 2–3).

Buraya kadar kamu diplomasisinin kavramsal çerçevesinden ve kısaca ortaya çıkışından bahsettikten sonra kavramla ilişkili olan tanımlara yer verilmiştir. Bu bağlamda kamu diplomasisi ve propaganda, halkla ilişkiler, yumuşak güç ve ulus inşa etme gibi konular ele alınmıştır.

3.2.1. Kamu diplomasisinin ilişkili olduğu kavramlar

Kamu diplomasi faaliyetlerinin bir h k mete ait milletlerarası halkla ilişkileri olup olmadığı ya da olumsuz bir anlam taşıyan propagandanın süreç içerisinde kazandığı bu negatif etkiyi izole etmek için ortaya atılan yeni bir tabir olarak ortaya çıkması veya ulus markalaşma çalışmalarının yapılmasına olanak tanıyan bir kavram olup olmadığı hususundaki belirsizlikler, bu kavramlar arasındaki münasebetin ve farklılığın ayırt edilmesi gerektiğini ortaya koymuştur.

Kamu diplomasisinin aktörlerini oluşturan sivil toplum kuruluşları,  niversiteler, toplumun önde gelen kişiler, medya, haber ajansları, gazeteler gibi uygulama araçları bir ülkenin halkla ilişkiler, propaganda ve ulus markalama gibi alanlara ortam hazırlamaktadır. Kamu diplomasisi bünyesinde i  hedef kitle ve baskı grupları, y r t len faaliyetlerle bir ülkenin halkla ilişkiler ve propaganda misyonunu oluştururken öte yandan devlet üstü kuruluşlar sadece sosyal, ekonomik ve siyasi anlamda ilişki içinde olduğu devletin her yönden gelişmesi açısından propagandalarına hizmet etmektedir. Kamu diplomasisinde ulus markalama faaliyetleri ise özel sektörler veya küresel ölçekte etki alanına sahip işletmeler vasıtasıyla yürütülmektedir (Sancar, 2012, s. 109).

Kamu diplomasisinin bağlantılı olduğu kavramları açıklarken ulus markalama sürecinin ticari faaliyetlerle ilişkili olabileceği unutulmamalıdır. Dolayısıyla halkla ilişkilerin propagandayla yakından ilişkisi olduğu düşünülürse kamu diplomasisi kavramının yerine halkla ilişkiler ya da propaganda kavramları da kullanılabilir. Sonuç olarak halkla ilişkiler, propaganda ve kamu diplomasisi uygulama yöntemleri ve uygulama araçları yoluyla aynı zamanda ulus markalamasına da hizmet etmektedir.

3.2.2. Kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler

Halkla İlişkiler kurumsal nitelikteki ilişkilerin ve itibarın yönetilmesinden veya geliştirilmesinden sorumlu olan bir alandır. Kapsadığı konular genellikle halkla ilişkiler, ortak ilişkileri, kurumsal iletişim, risk iletişimi ve kurumsal sosyal sorumluluğu kapsar. Halkla ilişkilerin faaliyet gösterdiği alanlar hem devlet düzeyinde hem de kurumsal düzeyde olabilmektedir. Bu bağlamda küçük işletmelere ve gönüllü faaliyetlere kadar birçok farklı organizasyon türü adına faaliyet göstermektedirler. Halkla ilişkilerin uygulama araçları hem organizasyon kültürleri arasında hem de çok kültürlü bağlamlardaki konumu kültürlerarası bir role sahiptir. Toplumsal değişim ve direniş noktalarında ortaya çıkan halkla ilişkilerin, bugün kamu diplomasisi ile arasında yakın bir ilişki vardır (L'Etang, 2009, s. 609).

Böylece insanların birbirleriyle olan etkileşimi olarak görülen ve ulus devlet konjonktürüne giren her ülkenin halklarının birbiriyle ve bütünsel olarak aralarında nasıl bir bağlantı olduğunu ve birbirlerine nasıl bağımlı olduğunu görmemizi sağlar. Dolayısıyla parçaların bir bütün hâline getirilmesini ve aralarındaki etkileşim sürecini yakından takip edilmesine olanak sağlar (Gunaratne, 2005, s. 759). Amaç, kamuoyunu etki altına alarak devletlerin politikalarına yeni bir form kazandırmaktır. Bu durum göz önünde bulundurularak seçimle iş başına gelen hükümetler ve devlet yöneticileri maiyetindeki halkın isteklerini ve tutumlarını hesaba katmak zorundadır. Dolayısıyla her iki tarafın halklarının birbirlerini etkilemesi aynı zamanda her iki tarafın devlet yöneticilerinin de birbirlerini etkilemesi anlamına gelmektedir. Dolayısıyla taraflar arasında karşılıklı bir etkileşim söz konusu olmaktadır (Köksoy, 2015, s. 213).

Uluslararası kamuoyu ile halkla ilişkiler arasındaki iletişim süreci büyük ve küçük ölçekteki kurumlar için giderek kaçınılmaz hâle gelmektedir. Küreselleşen dünyada meydana gelen birçok değişim ve gelişim, yeni iletişim teknolojileri ve iş dünyasında

da kayda değer gelişmeler yaratmıştır. Dolayısıyla bu durumda daha fazla halkla ilişkiler uygulayıcılarının daha fazla uluslararası izleyicilerle ilişki kurması gerekmektedir. Başlangıçta uluslararası ve kültürlerarası iletişim taraflar için göz korkutucu bir sorumluluk olarak görünse de halkla ilişkiler alanında araştırma yapan kişiler tarafından bu zorlu görev görevde uygulayıcılara yol göstermek için oldukça etkili çalışmalar ve tartışmalar yapılmıştır (M. Taylor, 2001, s. 629).

Bu bölümün amacı halkla ilişkiler ve olası kavramsal ilişkileri belirlemek amacıyla “kamu diplomasisi” kavramsal çerçeveyi tanımlamak ve parçalara ayırmaktır. Ayrıca ulusal veya çeşitli ülke imajlarına belirli bir bakış açısının kamu diplomasisi açısından faydası tartışılmaktadır. Bunu kamu diplomasisi ve halkla ilişkilerin karşılıklı olarak birbirini nasıl teşvik edip besleyebileceğine dair düşünceler izler (Bentele, 2013, s. 229). Kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler uygulayıcıları sıklıkla aynı amaca hizmet ederler. Örgütlerinin ya da müşterilerinin menfaatleri için kamuoyunu etkilemek, kavramın karşılık bulmasında etkili olacaktır (Signitzer ve Coombs, 1992, s. 139). Halkla ilişkilerin uygulama araçları olan bilgi alışverişi, devletlerarası klişelerin ve ön yargıların azaltılması, bir devletin kendi dış politikasına ve toplum modeline karşı bir sempati oluşturulması, kendi kendini tasvir etme ve imaj yaratma kamu diplomasisinin alt amaçlarını oluşturmaktadır. Söz konusu alt hedefler kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler arasındaki ilişkide daha fazla benzerlik ortaya koymaktadır (Signitzer ve Coombs, 1992, s. 139).

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra ABD başta olmak üzere Soğuk Savaş’ın tarafı olan hükûmetler arasında kamu diplomasisi, olumsuz bir muhtevayı kapsayan, sert ve askerî güce dayalı bir propaganda ve algı operasyonu faaliyetlerine hizmet etmek için dünyada yaşayan insanların kalplerini ve akıllarını etkilemek için nükleer silahlar ve ideolojik savaş arasındaki hassas dengeyi sağlamanın önemli bir yolu olarak gösterilmiştir (Gilboa, 2008, s.55). Ancak kamu diplomasisi kavramı ortaya çıkmadan önce kavramın karşılığı halkla ilişkiler ya da propaganda kavramları tarafından sağlanmaktaydı. Propaganda, bugün hâlen geçerliliğini korumakta ancak kamu diplomasisi kavramına getirilen en önemli eleştirilerden biri olmuştur. Dolayısıyla uygulamada yürütülen faaliyetler aynı olsa bile teoride kavram karmaşası bazı tartışmaları beraberinde getirmiştir. Kurumsal bir propagandayı teşkil eden halkla ilişkilerle devlet tarafından uygulanan ve kamu diplomasisi uygulamaları olarak

yürütülen propaganda, söz konusu eleştirilerin konusunu oluşturmaktadır. Ancak her iki tarafın da gerçekleştirdiği propaganda şekli rızaya dayalı bir politikanın esasını teşkil etmektedir (Sancar, 2012, s. 110).

Konuya uluslararası perspektiften yaklaşıldığı zaman yumuşak gücü, halkla ilişkiler için bir imaj olarak kullanmak ve geçici bir popülerlik meselesi olarak değerlendirmek pek akıllıca olmayacaktır. Yumuşak güç, istenilen sonuçlara ulaşmak için bir vasıta olan, gücün farklı bir formudur. Yumuşak gücün cezbedici yönünün önemi diğer devletlere indirgendiğinde buna mukabil bir ücret öderler (Nye, 2008a, s. 129). Halkla ilişkiler ve daha geniş ölçekli olarak stratejiye dayalı bir iletişim yöntemiyle arzu edilen sonuçlara ulaşmayı hedeflemektedir. Dolayısıyla yumuşak güç sadece halkla ilişkiler alanına indirgenmemelidir. Yumuşak gücün yer aldığı bir disiplin çerçevesinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Nye'a göre ılımlı bir politika belirleyerek ortak çıkar ve menfaatleri elde etmek istenilen hedef ve amaçlarlar doğrultusunda kamu diplomasisini daha etkili bir şekilde kullanmak gerekir. Bu bağlamda halkla ilişkiler ile yumuşak gücü kullanmak için iyi bir stratejiye ihtiyaç vardır (Nye, 2008a, s. 131). Dolayısıyla kamu diplomasisiyle yumuşak güç arasında da doğrudan bir ilişki vardır. Zira muhatap olarak yabancı devletlerin halklarıyla doğrudan bir ilişki içerisinde yer alan kamu diplomasisi, bu ilişkilerle devletlerarasında itibar kazanmak, uluslararası arenada ön planda olmak, ülkesinin imajını başka ülkelerin gözünde yükseltmek ve bir marka olma yolunda adımlar atarak yumuşak güç üretmeye çalışır. Bu hedefe ulaşmak için ise araç olarak askerî ve ekonomik gücün temsil ettiği sert güçten ziyade ülkesinin doğal güzelliklerini, kültürel mirasını, gelişmiş eğitim-öğretim politikalarını kullanmaktadır. Dolayısıyla taraflar uluslararası alanda birbirlerini daha yakından tanıma imkânı bulmakta ve yürütülen faaliyetlerle karşılıklı saygı ve itibar oluşumunu desteklemektedirler (Mustafa ve Pocalari, 2019).

Halkla ilişkiler aynı zamanda gerçeği gizlemek ve aldatma sanatıdır. Halkla ilişkilerin istenilen başarıya ulaşması için hedef olarak belirlenen kitlenin halkla ilişkilerin bir oyuncağı olduğunu fark etmemesinin gerekliliği ifade edilmektedir. Ulus devlet statüsündeki ülkelerin halkla ilişkileri yabancı kitlelere yönlendirilmiş iknaya dayalı bir iletişim sanatı olarak ifade edilmektedir (Kunczik, 1997, s. 2).

Pratkanis'e göre kamu diplomasisini diğer milletlerin halklarının bilgilendirilerek ve etkileyerek ulusal çıkar ve menfaatlerin teşvik edilmesini sağlayan bir araç olarak tanımlamıştır. Kamu diplomasisi faaliyetlerinin diğer ulusların halklarına göre şekillenmesi demokrasinin en etkili bir geleneği olduğunu ifade eder ve kamu diplomasisi ile hedef kitlenin kamuoyunun, dini inanç ve geleneklerinin, davranış şekillerinin beklentilerinin, bakış açılarının ve ABD'nin uyguladığı dış politikaya karşı sempatinin ve beğenin de değiştirilmesi şeklinde değerlendirilmiştir (Pratkanis, Anthony ve Aranson, 2004, s. 112). Kamu diplomasisinin ilgili olduğu alanlarla halkla ilişkiler kıyaslandığı zaman her ikisinin de ortak temel kavramlar üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Hatta uygulama modellerinin bazıları ile aralarında çok güçlü benzerlikler vardır (Signitzer ve Coombs, 1992, s. 145).

Modern teknoloji ve modern ulus-devletlerin ihtiyaçları kamu diplomasisi ile halkla ilişkiler arasında bir yakınlık meydana getirmiştir. Modern ulus-devletler kendilerini halkla ilişkilerin alanına ne kadar dâhil ederlerse o kadar yabancı ulusların fikirlerini etkilemek için girişimde bulunacaklarını düşünür. Ancak ne kamu diplomasisi ne halkla ilişkiler karşılaşacakları yeni taleplerle başa çıkmak için tam olarak donanımlı değildirler (Signitzer ve Coombs 1992, s. 145).

Kamu diplomasisi ile halkla ilişkilerin tam olarak aynı şey olmadığını söyleyen Floyd, kamu diplomasisinin belirli bir politikanın satışını yapmaktan ziyade yabancı kamuları etkilemek ve Amerikan vatandaşları ve kurumları yoluyla yurt dışındaki muadilleri ile arasındaki münasebetin güçlenmesiyle ilgili olduğunu ifade etmektedir. Floyd'a göre son altı yılda ABD, kamu diplomasisi çalışmalarının yürütülmesinde görevli olan Dışişleri Bakanlığının, üç ulusun en yetenekli iletişim politikasına sahip olduğunu ifade eder. Bu bağlamda Charlotte Beers, Margaret Tutwiler ve son olarak Karen Hughes öncülük ettikleri faaliyetlerde başarısız olmuşlardır. Çünkü halkla ilişkiler yöntemleriyle kamu diplomasisi alanına giren bir sorunu çözmeye çalışmaları onların başarısız olmasına sebep olmuştur (Latimes, 2007). Hughes, 2005'te Dışişleri Bakanlığına geldiği dönemde oyunun kurallarını değiştirmekle işe başlamıştır. Bu sefer Amerikan değerlerini teşvik eden bir politika yerine “politikalarımızı duyabilecekleri bir şekilde açıklarsak o zaman anlayacaklardır” ifadesinin farklı bir versiyonunu denemişlerdir. Ancak diğer ülkelerdeki kamuoyu bu yönetim

politikasının nasıl bir amaca hizmet ettiğini çok iyi anlamışlardır. Dolayısıyla onlarla aynı fikri paylaşmamışlardır (Latimes, 2007).

ABD Dışişleri Bakanlığına bağlı ABD Enformasyon Dairesinin faaliyetlerinin durdurulması gerektiğini ve kurumun kapatılmasının elzem olduğu ifade edilmiştir. Çünkü söz konusu kurum, ABD'nin Soğuk Savaş döneminde komünizmin kurucusu Sovyetler Birliği'ni yenerek bu ideolojiye karşı karşıt politikalar yaparak komünizm karşıtlığının başarılı bir şekilde sonuca ulaşmasını sağlamıştır. Eskiden ABD değerlerini ve ideallerini destekleyen bir kurum olan Enformasyon Dairesi, şimdi yönetimin politikalarının satıldığı başka bir halkla ilişkiler aracı olmuştur (Latimes, 2007).

Bu görüşlerden yola çıkarak Floyd, kamu diplomasisini halkla ilişkilerin bir aracı olarak görmezken diğer görüşler bunun tam tersini savunmuşlardır. Buna göre kamu diplomasisi, hedeflenen amaçlara ulaşmak için halkla ilişkileri stratejik bir iletişim aracı olarak kullanan bir politikadır.

Kamu diplomasisi ile halkla ilişkiler arasında belirgin bir fark vardır. Zira kamu diplomasisinin hedef aldığı kitle diğer ülke yurttaşlarının kamuoyunu kapsar. Ancak kamu diplomasisi çalışmaları uluslararası bir nitelik taşıdığı için akıllara “kamu diplomasisi uluslararası halkla ilişkiler faaliyeti midir?” sorusu gelebilir. Bu sorunun cevabı, mesajı veren kaynakla alıcı konumdaki muhatabın kimler olduğuna ve mesajı ihtiva eden içeriğe bağlıdır. Bu durum bir örnekle somutlaştırılacak olursa bir devletin başka bir ülkeye turizm faaliyetlerini olumlu yönde etkileme amaçlı gönderdiği bir mesaj, yani kaynak, yabancı bir ülkeye ait yayın organında çıkan bir tatil beldesini tanıtan bir haber kaynağı, hedef ülkenin Turizm Bakanlığı ise uluslararası halkla ilişkiler faaliyetini kapsar. Bundan başka herhangi bir ülkenin yönetim mekanizmasında yer alan biri, yabancı basın mensuplarına başına gelen siyasi bir sorunla ilgili bir konferans veya sempozyum gibi etkinlik yapması ise kamu diplomasisinin uygulama alanına girmektedir (Sancar, 2012, s. 113). Buradaki temel fark, sadece devletin ya da diğer aktörlerin öncelik verdikleri herhangi bir dış politika kararları konusunda uluslararası kamuoyu faaliyetleri yürütme hususundaki uğraşlarına kamu diplomasisi denmesinden kaynaklanmaktadır (Sancar, 2012, 113). Kamu diplomasisi ile uluslararası halkla ilişkiler arasında kuvvetli bir ilişki olduğuna dair Yağmurlu, şu görüşü ifade etmektedir:

“Esasında kamu diplomasisi, uluslararası ilişkilerin bir alt başlığı gibi durmakta, halkla ilişkiler ise ticari işletmelerin bir uygulama alanı gibi görülmektedir. Ancak halkla ilişkiler, işletme dar alanından örgüt eksenine oturtulduğunda görülmektedir ki, kar amacı gütsün gütmesin, her türlü örgütün ilgili kamularına yönelik bir iletişim faaliyeti bulunmaktadır. Uluslararası halkla ilişkiler uygulamalarıyla pek çok ülkenin bütçesinden büyük bütçeye sahip çok uluslu şirketlere iletişim stratejilerinde yardımcı olan halkla ilişkiler faaliyetlerinin devletler için de uygulama geliştirebileceği aşikârdır” (Yağmurulu 2007, 10).

Uluslararası halkla ilişkiler olarak da adlandırılan küresel halkla ilişkiler, herhangi bir şirket, bir kurum veya hükûmetin diğer uluslarla etkileşime geçmesi ve bunlarla aralarında bir iletişim süreci kurmak için önceden organize edilmiş planlı ve düzenlenmiş faaliyetlerdir. Söz konusu kamuoyu planlı bir organizasyonun ve hatta bütün bir sanayiinin faaliyetlerinden etkilenen veya bu alanları etkileme potansiyeline sahip insan gruplarıdır. Günümüzde küreselleşmenin giderek artmasıyla birlikte neredeyse tüm halkla ilişkiler faaliyetlerinin uluslararası bir boyutu vardır. Bu faaliyetler ülkelerin tek tek uyguladığı faaliyetler olarak da görülebilir. Bu kavram 20. yüzyılın başlarında Amerika Birleşik Devletleri’nde yaygın olarak geliştirilen ve kullanılmaya başlanılan bir kavram olarak görülse de herhangi bir ulusun olumsuz tutumlarına karşı, tanıtım ve yıllık raporlarla karşı koymak gibi bazı yaptırımları, Almanya’da faaliyet gösteren bazı demiryolu şirketleri tarafından bugüne kadar uygulanmıştır. Günümüzde bazı dillerde halkla ilişkiler kavramı tam olarak karşılık bulamamış olsa da kavram uygulama olarak nüfus açısından kalabalık olan ülkelerde ve ekonomisi sanayiye dayalı devletlerde birçok faaliyette etkin olarak kullanılmaktadır. Sonuç olarak da dünya çapında gelişen teknolojik gelişmeler, sosyal, ekonomik ve politik değişimlerin ve halkla ilişkilerin marka inşa etme, pazarlama teknikleri ve kamu diplomasisinin temel bir bileşeni olduğuna dair artan anlayışın bir sonucudur (Wilcox ve Cameron, 2015, s.25).

Tenc ve Yeomans kamu diplomasisini birçok bağlamda kullanmışlardır. Genellikle halkla ilişkilerin olumlu bir alter egosu şeklinde kullanılan bir terim olduğunu ifade etmişlerdir. Aynı zamanda kamu diplomasisi, adına rağmen neredeyse hiçbir zaman ulusların geneline değil hedef olarak belirlenen ülkenin seçkinlerine, kanaat önderlerine ve karar vericilerine hitap ettiğini ifade etmişlerdir (Tench ve Yeomans, 2006, s. 132). Tench ve Yeomans’ın aktardığına göre milletlerin imajları hakkında Alman bir bilim adamı olan Michael Kuczik, halkla ilişkilerin başlıca hedeflerinden birinin, bir ulusun olumlu bir imajını yaratmak ya da hâlihazırda var olan imajın mevcudiyetini sürdürmek olduğunu ifade etmiştir. Yani dünya sisteminde yer alan

diğer uluslararası aktörlere ilgi alanlarına göre şekillenen bilgileri planlayarak ve dağıtarak güvenilir görünmek olduğunu ifade etmiştir (Tench ve Yeomans, 2006, s. 132).

Yukarıda ifade edilen bilgilerden anlaşıldığı üzere bir devletin başka bir devletin yurttaşlarına yönelik yürüttüğü faaliyetler birbirlerini destekler niteliktedir ve kamu diplomasisinin de kapsama alanına girmektedir.

Szondi'ye göre bu kavramların kamu diplomasisinin belirlediği amaç ve stratejilere göre merkezde nasıl konumlandığını görmek zor değildir. Uluslararası halkla ilişkiler, genel olarak kamu diplomasisi ile yürütülen kampanyalara, hükûmetler adına, bir ülkenin dış politikada ekonomik ve siyasi menfaatlerinin tanıtımına dâhil olurlar. Ona göre kamu diplomasisi faaliyetlerine halkla ilişkiler yaklaşımının dâhil olmasında şu amaçlar görülmektedir (Gyorgy Szondi, 2008, s. 297):

- “Kamu diplomasisi ile artan bilgi birikimine katkıda bulunmak,
- Kamu diplomasisi faaliyetleri birçok ülkede genellikle taktiksel ve durumsal kaldığından, kamu diplomasisini stratejik bir işlev ve faaliyet olarak konumlandırmak,
- İki yönlü etik kamu diplomasisinin en iyi nasıl yürütüleceğine dair kılavuzlar sağlamak,
- Yabancı hükûmet ve yabancı kamular arasındaki ilişkileri geliştirmek ve sürdürmek,
- Nihai kamu diplomasisi hedefi olarak “olumlu bir imaj yaratmak ve teşvik etmek” yerine ilişki kurmayı vurgulayarak bir hükûmet ve yabancı halklar arasında karşılıklı yarar sağlayan ilişkilerin geliştirilmesine ve sürdürülmesine yardımcı olur,
- Stratejik kamu diplomasisi kampanyalarının araştırılmasına, planlanmasına ve uygulanmasına yardımcı olur,
- Ulusal kamu diplomasisi hedefleri genellikle belirsiz, anlaşılması güç ve spesifik olmadığı için spesifik ve ölçülebilir kamu diplomasisi amaçlarının belirlenmesine katkıda bulunur.
- Kamuların belirlenmesine, önceliklendirilmesine ve bölümlere ayrılmasına katkıda bulunur ve hem halkla ilişkiler hem de kamu diplomasisi için temel kavramların anlaşılmasına yardımcı olur,
- Kamu diplomasisi programlarının etki ve etkilerinin değerlendirilmesi yeterince araştırılmadığından ve genellikle ihmal edildiğinden kamu diplomasisini değerlendirmek için kavramsal bir çerçeve ve kılavuzlar sağlar,
- Ülkenin itibarına etkileri olan iç konuları da uluslararası konularda olduğu gibi analiz etmek.”

Tanımı ne olursa olsun kamu diplomasisi, kısa ve uzun vadede gerek medya ilişkileri gerekse kültürel programlar bazında bir devletin sahip olduğu resmî mekanizmalar vasıtasıyla başka bir devletin kamuoyunu ulusal politikaları, fikirleri ve idealleri benimsemeye ve dikkate almaya ikna etmek için sorumluluğu üstlenir (Potter, 2003, s. 47). Ona göre hükûmetler tarafından yürütülen kamu diplomasisi faaliyetlerinin

halkla ilişkilerle arasında yakın bir ilişki vardır. Ancak resmî olmayan bir kurum tarafından yürütülen halkla ilişkilerle resmî bir hükûmet tarafından icra edilen halkla ilişkiler arasındaki en bariz fark ölçektir. Dolayısıyla her iki aktörün de amaca ulaşmak için aynı iletişim araçlarını kullanarak farkındalık yaratmak, tutum değişikliğini güçlendirmek, bir davranışı ya da davranışa ait değişikliği güçlendirmeyi amaçlamaktadır (Potter, 2003, s. xi).

Özet olarak kamu diplomasisi, halkla ilişkilerin uygulama araçlarını oluşturan imaj, itibar, algı yönetimi, rızanın üretim yöntemi, kamuoyunu etkilemek için kullanılan reklam ve tanıtım kampanyaları, spin doctor yöntemi gibi tamamen halkla ilişkiler disiplini içerisinde yer alan yöntem ve araçları kullanmaktadır. Her ikisinin de ortak noktasını kamuoyu oluşturmaktadır. Buradan yola çıkarak kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler farklı hedefler doğrultusunda yola çıksalar bile etkiledikleri hedef kitle itibarıyla aynı noktada birleşmektedirler. Her ikisinin odak noktası da kamuoyunu etkilemeye yönelik gayret ve çabaları ihtiva etmektedir. Ancak aynı şekilde her ikisinin hedeflediği kamuoyu kitlesi, tek bir yönden farklılık arz etmektedir. Halkla ilişkiler disiplini, müşterilerinin menfaatleri doğrultusunda kamuoyunu etkilemeyi amaçlarken kamu diplomasisi devletlerin ulusal çıkar ve menfaatleri ve belirledikleri dış politikalarına destek sağlamak maksadıyla kamuoyunu etkilemeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda kamu diplomasisi disiplininde devlet ve kamuoyu özne pozisyonunda iken dış politika ise nesne pozisyonunda konumlandırılmıştır. Halkla ilişkilerde ise özel şirketler, kurumlar, müşteri ve ürün odaklı bir mekanizmaya bağlı olması iki disiplin arasındaki ayrımı daha belirgin hâle getirmektedir (Ekşi, 2014, ss. 89–90).

Kamu diplomasisinin hedef kitlesini oluşturan yabancı halklarla olan münasebetlerini halkla ilişkiler yöntemlerini etkin bir şekilde kullanarak yürütmesi ve halkla ilişkilerin uygulama mekanizmasında yer alan özel şirketler, kurumlarla kampanyalar yapması, kamu diplomasisi ile halkla ilişkiler arasında yakın bir ilişki kurmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda halkla ilişkilerin uygulama yöntemi olan imaj ve itibar yönetimini, ülkesinin yabancı devletlere karşı itibarını ve imajını olumlu yönde etkileyen ve yabancı kamuoyuna karşı bilgilendirme faaliyetlerini yürüten kamu diplomasisi, uygulama yöntemi açısından halkla ilişkiler ile benzerlik taşımaktadır. Kısaca kamu diplomasisinin hedefe ulaşmak için halkla ilişkiler yöntemlerini kullandığı doğrudur.

Ancak kamu diplomasisi faaliyetlerinde, siyasi bir amaç taşıdığı için bu disiplini tamamen uluslararası halkla ilişkiler olarak nitelendirmek yanlış olacaktır. Çünkü her ikisinin ulaşmak istediği amaçlar farklı olduğu gibi iletişim ve kurulan ilişkinin içeriği de birbirinden tamamen farklıdır. Dolayısıyla halkla ilişkiler daha çok ticari ilişkiler içerisinde faal iken kamu diplomasisinde bir resmîlik söz konusudur ve tamamen siyasi bir amaca yönelik olarak uzun vadeli bir ilişki biçimini kapsar (Ekşi, 2014, s. 90).

Sonuç olarak karşılıklı ilişkilerde gösterilen çabaların hepsi bizi kamu diplomasisi ile buluşturmaktadır. Devletler yabancı kamuoyuna hitap ederken farklı bir disiplinin yöntemlerini kullandıkları için yalnız değildir. Bu etkileşim sürecinde devlet dışı aktörler de oldukça etkin bir rol oynamışlardır. Bu noktada sivil toplum örgütleri, çeşitli spor kulüpleri, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar yoluyla farklı ülkelerde çeşitli faaliyetlere dâhil olarak ülkeler temsil edilebilmekte ve bu ülkelerin halklarıyla temas kurarak pozitif bir etkileşimin meydana gelmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla bu faaliyetler yürütülürken uluslararası aktör olarak sadece devletleri görmek indirgemeci bir yaklaşıma sebep olacaktır. Aynı zamanda kamu diplomasisi faaliyetlerini sadece yabancı ülkelerin halklarını bilgilendirmek olarak tanımlamak da yetersiz kalacaktır. Zira kamu diplomasisi bunun çok ötesine geçmiştir. Çeşitli iletişim kanallarının açılmasıyla farklı ülkelerin kamuoylarıyla etkileşime geçmek, eğitim politikalarından kültür faaliyetlerine, çeşitli sanat merkezlerinden, eğitim enstitülerine kadar kamuoyunu yakından ilgilendiren ve etkileyen her türlü alan vasıtasıyla uzun vadede karşılıklı ilişkiler inşa etmek günümüzde kamu diplomasisi kapsamında mümkün olmaktadır. Dolayısıyla geniş bir alanı kapsayan kamu diplomasisi faaliyetlerini etkili bir şekilde yürütebilmek ve işlerlik kazanabilmesi için teknik bir iş birliği gerekmektedir. Bu bağlamda kavramın en çok bağlantılı olduğu disiplinlerden biri de kamu diplomasisidir (Sırt ve Ergenç, 2015, s. 266).

Buraya kadar kamu diplomasisiyle halkla ilişkiler arasındaki ilişkiden çeşitli görüşlerden de faydalanarak ifade ettikten sonra kamu diplomasisinin ilişkili olduğu bir diğer kavram olan propagandadan bahsedilecektir. Görüldüğü üzere kamu diplomasisi disiplini çok yönlü bir mekanizmayı kapsadığı için ilişkili olduğu disiplinler de o ölçüde artmaktadır. Halkla ilişkiler ile kayda değer benzerlikler içeren kamu diplomasisi aynı şekilde kamuoyunu etkileme ve ikna etme yöntemlerinden biri

olan propagandayla da birçok yönden ilişkilidir. Durum böyle olunca kamu diplomasisinin sınırları önemli oranda genişlemektedir.

3.2.3. Kamu diplomasisi ve propaganda

Diplomasi yöntemlerinden biri olan propaganda aynı zamanda kamu diplomasisinin de kamuoyuna hitap etmek için kullandığı yöntemlerden biridir. Konuya daha geniş bir perspektiften bakabilmek için öncelikle kavramın kısa bir analizini yapmak yerinde olacaktır.

Bir ulusun dış politikasını uygularken sistematik olarak propagandayı kullanması, büyük ölçüde son yarım yüzyılda ortaya çıkmıştır. Kitle iletişim ağlarında meydana gelen devrim niteliğindeki gelişmeler ve siyasi çıkar ve katılım temelinin genişlemesi, diğer ülkelerin kamuoylarını etkileme becerisinin önemini arttırmıştır. Dolayısıyla etkili bir propagandaya ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır (Black, 1975, s. 1).

Propaganda kavramı muhteviyatında çok fazla şey ifade ettiğinden dolayı kavramsal olarak tanımlamak biraz zordur. Ancak kavrama ilişkin genel bir ifadede bulunmak gerekirse Cantril'e göre propaganda kavramı, daha önceden belirlenmiş amaçlara atıfta bulunarak diğer bireylerin ve ya grupların düşünce ve fiillerini etkilemek için bilerek ve kasıtlı olarak organize edilmiş kişiler ve gruplar tarafından yapılan fikir ve eylem ifadesi olacaktır. Bu tanım bünyesinde birkaç durumu ifade etmektedir. Birincisi, propagandanın olumlu bir retoriğe sahip olduğu, çok iyi bir şekilde organize edilmiş olduğu, egoist olduğu, eleştirel olmadığı, akıldan değil telkinlerden faydalandığı ve son olarak yargılayan kişinin bakış açısına göre sosyal noktaya bağlı olarak iyi ya da kötü olabileceği bir diplomasi yöntemidir. İkincisi ise son derece ince ve gizli bir tavsiye kullanarak ürününüz veya düşünceleriniz etrafında yeni bir tutumun şekillenmesini sağlamaktır (Cantril, 1938,ss. 217-18).

Propaganda, tarafsız bir şekilde değerlendirilirse kayda değer önemli düşünceleri yaymak veya eyleme geçmesi için teşvik etmek anlamına gelir. Kavramın Latince karşılığı “çoğalmak” veya “ekmek”tir. Propaganda, propagandacının ulaşmak istediği amaca yönelik karşılık bulmaya çalışan bir iletişim şeklidir. İknaya dayalı bir etkileşim söz konusudur. Dolayısıyla hem ikna eden kişinin hem de ikna edilen kişinin gereksinimlerini karşılamaya çalışır (Jowett ve O'Donnell, 2012, s. 2). Avrupa'da meydana gelen reform faaliyetleriyle kilisenin yönetim mekanizmasının etkisi

kırılmaya çalışılmış ve 22 Haziran 1622’de Sacra Congregation Christiano de Propaganda Fide’nin kurulmasıyla birlikte, yeni bir inanç sisteminin Yeni Dünya’ya yayılması ve Avrupa’da Martin Luther tarafından organize edilen Protestan devrimine karşı koymak amaçlanmıştır (Pratkanis ve diğ., 2004, s. 12). Protestan devriminin başladığı yıllarda Katolik Kilisesi yeni inancı tekrardan silah gücüyle kabul ettiremeyeceğini anlayınca Papa Gregory, erkeklerin ve kadınların kilisenin doktrinlerini kendi hür iradeleriyle kabul etmelerini sağlamak için bir propaganda ofisi kurmuştur (Pratkanis ve diğ., 2004, s. 12).

Propagandada amaç bir fikri yaymak, ideolojik temellere dayanan bir söylemi kasıtlı olarak toplumsal zihne aşılaktır. Burada temel amaç, her zaman yeni bir düşünceyi veya fikri, empoze etmek veya yaymak demek değildir. Mevcut olan, hazır bulunan ve uygulanması istenen ideolojik fikirlerin de devamlılığının sağlanması anlamında bir yapılandırmayı teşkil etmektir. Dolayısıyla propaganda yeni bir fikri aşılacak değil aynı zamanda mevcut olan düşüncenin olması istenildiği şekline evirme sürecidir (Çetin, 2014, s. 240). Tarih boyunca bütün devletler propagandayı meşruiyet sağlamak için siyasi bir araç olarak kullanmışlardır. Günümüz modern devletleri de aynı şekilde seçim kongreleri, parti gruplarının yürüttüğü faaliyetler, medyanın aktif bir şekilde kullanımı, kitle iletişim araçlarının karşılıklı etkileşim sürecine dâhil edilmesi gibi faaliyetlerle devletlerin hedeflerine ulaşmasında diğer devletleri ya da kamuoyunu etkilemek için kullandığı siyasi propaganda araçlarını kamu diplomasisi kapsamında etkili bir şekilde kullanmaktadırlar.

Televizyonun ve uydu yayınında meydana gelen son gelişmeler kitle iletişim alanında önemli değişiklikleri meydana getirmiştir ve uluslararası propaganda faaliyetlerine yeni bir boyut kazandırmıştır (Ioannou, 1986, s. 311). 19. yüzyılın ilk yarısında 1914-1918 yılları arasında meydana gelen savaş, propaganda uygulamaları kapsamında denemeler yapmak için uygun bir zemin oluşturmuştur. Pek çok insan bu savaşın sonunda modern propaganda teknikleri hususunda deneyim sahibi olmuş bulunuyordu. Birinci Dünya Savaşı sırasında ise müttefik devletlerin uyguladığı propaganda, ulusal ölçekte olduğu kadar, uluslararası bir boyut kazanarak uzun bir zaman dilimini kapsamış ve kamuoyunun kontrol altına alınmasında atılmış ilk sistemli çabayı teşkil etmiştir. Bu dönemde propaganda devletler tarafından bir silah olarak kullanılmaya başlanmış, yalan ve hile üzerine kurulan diplomatik ilişkiler yoğun bir şekilde

devamlılığını sürdürmüş ve propagandanın işlerlik kazanmasına sebep olmuştur (Terence, 1980, s. 258). Hitler iktidarda olduğu dönemde, dönemin Propaganda Bakanı Goebbels ile birlikte uyguladığı politikalar, çağdaş propagandanın oluşumuna katkı sağlamıştır. Bu dönemde propaganda, kendine özel bir tekniği olan ve kendine ait yasaları bulunan, diplomasi ve ordu gibi özel bir kullanıma sahip bir disiplin olmuştur (Domenach, 1950, ss. 40-41). Jowett ve O'Donnell propagandayı şöyle tanımlamaktadır:

“Propaganda kullanımı, amacı vurguladığı zaman terim kontrol ile ilişkilendirilir ve propagandacı için avantajlı olan bir güç dengesini değiştirmeye veya sürdürmeye çalışmaz. Kasıtlı girişim genellikle açık bir kurumsal ideoloji ve hedefle bağlantılıdır. Reklamın amacı, ilgili bir amacı olan bir izleyiciye bir ideolojiyi iletmektir. İster bir savaş çabasını desteklemek için ulusal bir izleyici kitlesine büyük bir vatanseverlik dalgası aşılarmaya çalışan bir devlet kurumu olsun, ister bir cihatta taraftar toplayan bir terör ağı olsun, ister ordusunun gücünü abartarak düşmanı korkutmaya çalışan askerî bir lider olsun, ister müşterileri arasında meşruiyetini korumak için güvenilir bir imaj peşinde koşan veya ürünü için rekabeti caydırmak için rakibini karalamak isteyen bir şirket olsun. (...) Burada amaç, bir kitlenin tutumlarını, davranışlarını veya her ikisini de güçlendirmeye veya değiştirmeye çalışmaktır.”

Propagandanın uluslararası siyasette kamuoyunu ve devletleri etkileme sürecinde bir araç olarak kullanımı İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra hızla artmıştır. Bunun en önemli sebeplerinden biri kitle iletişim ağlarının Kıta Avrupası, İngiltere ve ABD dışına yayılmasıdır (Bünyamin ve diğ., 2018, s. 21). Özellikle kamuoyunu etkilemek için radyonun aktif bir şekilde kullanılmasıyla kitle iletişim araçlarının propagandist eylemler üzerindeki rolü giderek etkin hale gelmiştir (Biber ve diğ., 2018, s. 35). Ancak İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra uluslararası toplum en azından bazı propaganda şekillerini yasal olarak onaylamamaya ve bu faaliyetleri kısıtlamaya başladı. Esasında bu eğilim savaş esnasında Nazi propagandasının kötüye kullanılmasının ve propaganda vasıtasıyla ulusları savaşa kışkırtmanın yasal olmayan bir eylem olduğu, Nuremberg doktrininde kabul edilen kararların sonucuydu. Bu süreçte propagandanın çeşitli formlarını yeniden düzenleme eğilimi, esas olarak gerek Birleşik Devletler'in kuramsal çerçevesi aracılığıyla gerekse belirli antlaşma kurallarının oluşturulması yoluyla yönlendirilmiştir (Ioannou, 1986, s. 311). Bu bağlamda siyasi propaganda kavramı ön plana çıkmaktadır. Domenach'a göre siyasi propagandanın amacı kamuoyunu etkisi altına almak ve yönetmek için organize olmuş bir kurumdur (Domenach, 1950, s. 19). 1919 yılında büyük ulus devletler propaganda faaliyetlerini kapsayan karmaşık örgütler kurmuş ve propaganda küresel platformda güç mücadelesinde bulunan devletlerin önemli bir silahı hâline gelmiştir. Dolayısıyla

siyaset bilimcilerin inceleme konusuna giren siyaset süreci araştırmalarında propagandanın konudan bağımsız kalmasını imkânsız hâle getirmiştir. Bu dönemde kavrama ilişkin net bir görüş birliğine varılamamış ve anlam sınırlarını tam olarak genişletememiştir. Hem isim hem de sıfat olarak kullanılan propaganda kavramı literatürde “yalan, cerbeze, hilekârlık, manipölasyon, zihin kontrolü, algı yönetimi, beyin yıkama” gibi tanımlarla ifade edilmiştir (Terence, 1980, s. 258). Kavramın günümüzdeki modern karşılığı ise rızanın imalatı ve istenilen davranışın ikna yöntemiyle gönüllü bir şekilde elde edilmesidir. Özellikle demokratik toplumları ihtiva eden modern ulus devletlerinde propaganda, rızanın imalatı için en temel uygulama araçlarından biri olarak telakki edilmekte ve iktidarın bütün faaliyetlerini meşrulaştıran en önemli ve güçlü argümanları içermektedir (Biber ve diğ., 2018, s. 35). Ellol’a göre propaganda “*psikolojik manipölasyonlar yoluyla psikolojik olarak birleştirilmiş ve bir organizasyona dahil edilmiş bir grup bireyin eylemlerine aktif veya pasif katılımı sağlamak isteyen organize bir grup tarafından kullanılan bir dizi yöntemdir*” (Marlin, 2014, s. 192).

Ellul, propagandadan bahsederken tutarsız görünebilir. Çünkü Ellol bu terimi bazen alışılmış olarak anlaşıldığından dolayı daha dar bir anlamla tanımlanan “total propaganda”ya göndermede bulunmak için kullanır. Bu bağlamda propaganda, kitle iletişim araçlarının varlığına bağlı insan düşüncesini, duygularını ve eylemlerini nasıl etkileyeceği konusunda belirli bir bilimsel bilgi kullanımıyla birleştirilmiş ve bireylerin eksik olduğu bir nüfus üzerinde çalışan tamamen modern bir fenomendir. Aile, kilise ve köy gibi birbirine sıkı sıkıya bağlı toplulukların desteğiyle belirli bir kitle bilincini kolayca benimsemeleri sağlanır (Marlin, 2014, s. 193).

Taylor’a göre yaşadığımız modern çağda propaganda kelimesi olumsuz bir anlam ifade etmeye devam ediyor. Kimileri için bir savaş sebebi olurken kimileri için savaştan bile daha kötü bir durumu ifade eder. Lord Ponsonby propagandayı “insanın ruhunu kirleten–ki bu durum– insanın bedeninin yok olmasından daha vahimdir” şeklindeki düşüncelerini yazarken birçok insanın da aynı duygulara sahip olduğunu tekrar tekrar ifade etmiştir. Liberal bir düşünce sistemini benimseyen bazı insanlar için propagandanın varlığı, hızla küreselleşen ve özgürleşen toplumumuzun vücut politikasını yok etmekle korkutan bir kanser olmaya devam etmektedir. Ona göre propaganda, çevremizde neler olup bittiğine dair kendi zihnimizi kontrol etme

hususundaki bireysel ve kolektif kapasitemizi kötü etkileyen bir hastalıktır (Taylor, 2003, s. 1). Jowett ve O'Donnell'a göre propaganda, algıları yönetmek, bilinçleri manipüle etmek ve istenen amacı daha da ileri bir boyuta taşıyarak bir cevap elde etmek için davranışın yönünü belirleyen sistematik olarak organize edilen bir teşebbüstür (Jowett ve O'Donnell, 2012, s. 7).

Aslında propaganda kavramı normalde psikolojik operasyon ve taktikler kullanılarak askerî bir çatışmayla ilişkili olan bir manipölasyon tekniğidir. Bugüne kadar ABD propaganda yöntemini kullanarak bilgiyi sistematik olarak yaymıştır. 1950'den 1980'e kadar devam eden psikolojik savaş süresince ABD ve Sovyetler Birliği çeşitli propaganda kampanyaları oluşturarak hedefledikleri kamuoyunun algılarını etkili bir şekilde yönetmişler ve istekleri doğrultusunda beyin yıkama taktikleri kullanarak zihinleri kontrol etmişlerdir (Fitzpatrick, 2008, s. 188).

Günümüzde propaganda hitap ettiği sınıflara ve takip ettiği hedeflere göre kaynağının gizliliği ve muhteviyatının gerçeği yansıtması noktasında belirli kriterler çerçevesinde çeşitli türlere ayrılmıştır. Bunlar beyaz, siyah, gri ve silahlı propaganda olarak dört farklı şekilde sınıflandırılmaktadır (Kayhan, 2018, s. 1).

Beyaz propaganda, parçanın kaynağını gerçeğe uygun bir şekilde belirtir ve doğru bilgiler sunarak güvenilirlik inşa eder. Gri propaganda, başlıgından da anlaşılacağı üzere kaynağı belirsizdir, belirli bir temele dayanmaz. Bu nedenle içeriğinin doğruluğu konusunda şüpheler vardır. Siyah propaganda, bunların içinde en kötü şöhrete sahip olanıdır ve yürüttüğü her faaliyet yalan olarak değerlendirilmektedir. Renk şeması kaynağın kendisinin tanımlanmasına atıfta bulunsa bile kaynak yanlış tanıtıldığı zaman ürünün imal edilmiş olması kuvvetle muhtemeldir. Ses ve video düzenleme yazılımları gibi modern teknoloji araçları, propagandanın bu üç türünü de daha sofistike hâle getirebilir (Fitzpatrick, 2008, s. 188). Propagandanın renklere göre sınıflandırılması, kaynağın kimliğinin doğru ya da yanlış içeriği kapsadığına dair net bilgiler vermesi bu sınıflandırma için tek ölçüt değildir. Önemli olan verilen mesajın içeriğinin durumuna göre inandırıcılığı o ölçüde etkilenmektedir. Beyaz propaganda türü bilgi verme adı altında daha saf ve inandırıcılık açısından daha masum görünürken siyah propaganda da verilen kaynağın gizlilik ilkesine uygun olması bu sürecin daha inanılır bir niteliğe bürünmesine sebep olmaktadır.

Beyaz propaganda türündeki kaynaklar gerçeğe uygun bir şekilde tanımlanmıştır ve verilen mesajdaki veriler doğru olmaya yatkındır. Beyaz propaganda, izleyicinin nazarında bir güven inşa etme olgusu taşır. Çünkü karşılıklı bu güven olgusu gelecekte bir noktada fayda sağlayabilir. Şeffaf vatanseverlikleri ve bölgesel gösterileriyle ulusal kutlamalar genelde beyaz propagandanın kapsama alanına girmektedir. Uluslararası platformda yürütülen spor müsabakaları da medya ve basının yaptığı beyaz propagandaya örnek gösterilebilir (Jowett ve O'Donnell, 2012, s. 17). Beyaz propaganda türü bilgilendirici iletişimle de çok büyük benzerlikler taşır. Söz konusu mesaj gerçeğe dayanır ve doğru tanımlanmış bir kaynaktan verilir. Ancak ikisi arasındaki fark, beyaz propaganda belirli ideolojik bir düşünceyi teşvik etmek verilirken bilgilendirici iletişim teknikleri gri ve siyah propaganda türlerinde de kullanılmaktadır. Ancak verilen bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliği konusunda şüpheler vardır veya kesin olarak tamamen yanlıştır (Fitzpatrick, 2008, s. 31). Siyah propaganda, asılsız iddiaları içeren, tamamen yalan, uydurma ve kaynağının nereden geldiği belli olmayan güvenilirlik açısından gerçek dışı bilgilere dayanan bir propaganda türüdür. Muhteviyatı her türlü hile ve doğru tanımlanmamış bilgilerden oluşur ancak dikkat çeken propaganda türlerinden biridir. Siyah propaganda, genellikle savaş dönemlerinde psikolojik bir baskı unsuru olarak kullanılmaktadır. İkinci Dünya Savaşı'nda Almanya başbakanı Hitler ve Rusya'nın devlet başkanı Stalin tarafından kullanılmıştır (Erkiş ve Summak, 2014, s. 301). Herhangi bir iletişim sürecinde gösterilen çabada, propagandanın doğru olmadığı anlaşılırsa etkililiğini kaybeder. Bu bağlamda siyah propaganda güveni ve inandırıcılığını kaybederken duygusal propaganda kısa vadede çözümler üretebilir ancak her halükarda uzun vadede güveni hasara uğratabilmektedir (Pratkanisve diğ., 2004, ss. 128-30). İkinci Dünya Savaşı döneminde Hitler'in propaganda bakanı Joseph Goebbels Britanya'yı işgal etmeden önce "The New English Broadcasting Station" olarak bilinen bir radyo istasyonunu gün boyunca yarım saatlik programlarla yürütmüştür. Yayın sonucunda "Tanrı kraliçeyi korusun" şeklinde bir kapanış sloganı yapmıştır. Amacı ise savaş boyunca Britanya halkının moralini bozmak olmuştur. Bahsedilen bu örnek, siyah propagandanın kapsama alanı içindedir (Jowett ve O'Donnell, 2012, s. 18).

Bir başka propaganda türü olan gri propaganda, daha çok savaşçıların, gönderilen mesajları daha inandırıcı olmasını sağlamak için kullandıkları bir propaganda türüdür. Bu bağlamda bir hükûmet hedef olarak belirlediği başka bir ülkenin medya ve basın

kuruluşlarını etkileyerek mesajların kaynağını aklayabilir ve bunları tarafsız kaynaklardan geliyormuş gibi göstererek propagandasının inandırıcılığını artırabilir. Bu propaganda türünü genellikle siyasi aktörler saldırıya geçtikleri zaman kullanırlar. Örneğin bir kampanyanın rakibini alt edebilmek için bir materyal ortaya attığını farz edelim. Ancak direkt bir saldırının izleyiciler nazarında çok kötü bir imaj yaratacağından endişe ettiğini varsayalım. Problem değil yeterli belgelerle ortaya konulan kaynak materyali, daha sonra asıl incelemeyi kimin yaptığını açığa çıkarmadan bilgiyi basan basın mensuplarına teslim edilir. Haber mensupları bu kaynağı izole ederler. Haber muhabirleri genellikle haber kuruluşlarından daha fazla paraya, daha fazla personele ve daha fazla zamana sahip oldukları için kampanyalar neredeyse her zaman muhabirlerin önündedir ve genellikle yardım etmekten memnuniyet duyarlar (Pitney, 2001, s. 108).

Propaganda ile aynı anlama gelen bir diğer kavram da dezenformasyondur. Dezenformasyon, hedeflenen bir kişi, grup veya ülkeye gönderilen, beslenen veya doğrulanan yanlış, eksik veya yanıltıcı bilgi anlamına gelmektedir (Godson, 1984, s. 40). Dezenformasyonda amaç, düşmanı zayıflatmak için bilerek ve kasıtlı olarak tasarlanan ve aslında yabancı bir ülkenin gizli ajanı olan gazeteciler tarafından gazetelere haberler yazmaktır. Dezenformasyonda verilen hikâyeler gerçekmiş gibi güvenilir kaynaklardan aktarılmaktadır. Bu bağlamda dezenformasyon gizli olmasından ve eksik veya hatalı bir bilgi kullanmasından dolayı genellikle siyah propagandaya örnek teşkil etmektedir (Jowett ve O'Donnell, 2012, ss. 21-22). Dezenformasyon aynı zamanda yeni olayları da gündeme getirmektedir. Oluşturduğu yeni gündem maddeleriyle kamuyu meşgul etmekte ve gündemde asıl olması gereken diğer konuların üzerini örttüğü için de siyah propagandanın amaçlarına hizmet etmektedir.

Propagandacı faaliyetlerini yürütürken propagandanın etkisini daha güçlü kılmak için genellikle güçlü metaforları, sloganları veya müzik dilini kullanır. Propaganda hitap ettiği kitleye göre çeşitli formlarda yürütülür. Doğru ve güvenilir açıklamalar yaparak gerçekleştirilir ancak yanlış bir izlenim verecek şekilde seçilir. Örneğin A ulusunun B ulusuna saldırdığını bildirdiği zaman B ulusunun gerçekten A ulusuna saldırdığından hiçbir şekilde bahsetmemesi onun kasıtlı bir propaganda yürüttüğünü gösterir. Bir propaganda yapılacağı zaman verilen mesajın genellikle basitleştirilmiş ve

tekrarlanmış olması gerekmektedir. Bunu yaparken niteleyicileri dışarda bırakmak gerekir. Eğer amaç belirli bir kitleye ulaşmak ise, bu propagandanın türüne göre kasıtlı veya kasıtsız olabilir (Marlin, 2014, s. 192).

Günümüzde modern ve sanayileşmiş toplumlarda belirli amaçlara ulaşmak için en etkili bir araç olarak görülen propaganda, çeşitli sektörler aracılığıyla amaçladığı hedef kitlenin ihtiyaçlarına hitap etmektedir. Lobicilik, reklamcılık, sosyal medya gibi mecralar propaganda faaliyetleri için en uygun zemini oluşturmaktadır. Propaganda bir ulusu savaşa başlatmaya ve sürdürmeye, ya da bir seçmeni, bir adayı, bir partiyi veya bir politikayı desteklemeye teşvik etmek için kullanılan kelimeler ve sembollerden daha fazlasını kapsar. Aynı zamanda ticaret, kültür sanat ve sosyal hareketlerle de yakından ilişkilidir. İnsanın özgürlüğünü ve kendiliğindenliğini azaltan süreçte insanı teknolojiye adapte etme işlevini tersine değil yerine getirmektedir (Marlin, 2014, s. 192).

Propaganda tarih, gazetecilik, siyaset bilimi, sosyoloji ve psikoloji gibi disiplinler arası bir bakış açısıyla incelenmiştir. Propagandayı tarih disiplini içerisinde incelemek, propagandacıların yürüttüğü faaliyetleri olaylar olarak sonraki gelişen olaylar ise propagandanın muhtemel bir etkisi olarak incelemeyi gerektirir. Propagandayı gazetecilik disiplini içerisinde değerlendirmek “spin veya “haber yönetimi”nin bilgiyi nasıl biçimlendirdiğini kavramak, olumlu özellikleri ön plana çıkararak ve olumsuz olanları küçümsemek kurumları olumlu bir ışık altında tutmaktır. Propagandayı siyaset bilimi disiplini içerisinde değerlendirmek, uygulayıcılarının ideolojilerini ve kamuoyunun yayılmasını ve etkisini analiz etmektir. Propagandayı sosyoloji disiplini içerisinde incelemek toplumsal hareketlere ve muhalefette ortaya çıkan karşı propagandaya bakmaktır. Propagandayı psikoloji disiplini çerçevesinde değerlendirmek, bireyler üzerindeki etkisini belirlemektir. Propaganda aynı zamanda bazı bilim adamları tarafından kitle kültürünün doğasında bulunan düşünce ve uygulama şekli olarak görülmektedir (Jowett ve O'Donnell, 2012, s. 2).

Propaganda, bir ülkenin bilgi akışının kontrolünü sağlayarak kendine malzeme üretir. Propagandacının amacı, taraflar arasında karşılıklı anlayışı sağlamak ve geliştirmek değil kendi ulaşmak istediği amaçları gerçekleştirmektir. Böylece propagandist bilgi akışını kontrol eden iletişim stratejileri aracılığıyla algı yönetimini sağlayarak gerekli bilgi akışını kontrol etmeye ve belirlediği kamuoyunun görüşlerini yönetmeye

çalışacaktır. Propaganda yapan kişinin asıl amacı, açık bir şekilde ifade edilmiş bir sonucu varmış gibi görünebilir ancak burada gerçek niyetin gizlenmiş olması kuvvetle muhtemeldir. Aynı şekilde ikna edici konumdaki kişi de ihtiyaç duyduğu şeylerin karşılıklı tatminini teşvik etmek amacıyla fikirlerini paylaşır, açıklar ve ya gerekli talimatları verir. İkna eden kişi bunu yaparken cevapları kendi istekleri doğrultusunda şekillendirmek niyetiyle potansiyel iknaları öğretmek için elinde bulundurduğu kanıtları büyük bir ustalıkla kullanır. Böylece inanılrlılığını da artırmış olur (Jowett ve O'Donnell, 2012, ss. 44–45).

Sancar'a göre burada propaganda uygulayan kişiler halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi uygulamaları yapmaktadırlar. Bu bağlamda propaganda kavramı eski kullanımına göre anlam itibariyle aynı içeriğe sahiptir. Yeni anlamıyla halkla ilişkileri ifade etmektedir. Gelecekteki anlamı ise kamu diplomasisine ait uygulamaların ortak özellikleriyle hedeflenen etkinin sağlanması, konumuzu ilgilendiren şekliyle devletlerin faydalarına yönelik amaçların tanınması için belirlenen hedef kitlenin algılarını istenilen doğrultuda şekillendirilmesidir (Sancar, 2012, s. 122).

Propaganda ile aynı anlam ilişkisinde bulunan bir diğer kavramın dezenformasyon olduğu belirtilmişti. Dezenformasyon dışında propaganda ile eş anlamı olan bir diğer terim ise “spin” ve “haber yönetimi” (news management) kavramlarıdır. Bu terim, ilk defa 1984'te Başkan Ronald Reagan'sın yeniden seçilmesi kampanyaları kapsamında yapılan seçim aktivitelerini tanımlamak için ilk defa *New York Times* 'ta kullanılmıştır. Başlangıçta spin kelimesinin anlamı, siyasi kampanya danışmanlarının genellikle etik olmayan ve yanıltıcı faaliyetleri ve taktikleri olarak kabul edilen şeylerle sınırlıydı. Fakat bugün 1990'dan itibaren medyada bir kişi veya bir kuruluşun bir olayı veya konuyu belirli bir bakış açısına göre yorumlamaya yönelik herhangi bir çabasını tanımlamak için yaygın olarak kullanılmaya başlandı. Spin daha çok akademik bir kavram olarak çoklu araştırma çalışmalarında gazetecilerin yanı sıra halkla ilişkiler personelinin sorunları nasıl çerçevelediğini göstermektedir (Wilcox ve Cameron, 2015, s. 37).

Halkla ilişkiler yöntemlerinden biri olan propaganda, kamu diplomasisi tarafından da kullanılan bir uygulama aracı olmuştur. Bu iki kavramı birbirinden bağımsız düşünmek yanlış olacaktır. Çünkü halkla ilişkiler içerisinde yer alan bir uygulama aracı olan propagandayı kamu diplomasisi disiplininin ayrı görmek tamamen yanlış

bir yaklaşım olduğu gibi aynı şekilde kamu diplomasisini de sadece propagandaya indirgemek de yanlış olacaktır. Kamu diplomasisinde bir düşünceyi etkileme yolu olan algı yönetiminden haber yönetimine kadar faydalanılan bazı yöntemlerin belli bir kısmı propagandist bir temele dayanmaktadır. Bu bağlamda her iki kavram arasındaki ilişkiyi analiz etmek, ikisi arasındaki bağlantıyı ortaya koymak açısından son derece önemlidir (Ekşi, 2014, s. 99).

Propaganda ikna ile de anlam itibarıyla yakın bir ilişki içerisinde. İkna iletişimin bir alt kategorisi olarak başkalarını etkileyebilmek için iletişimsel bir süreç olarak tanımlanmaktadır. İkna yönteminde alıcı mesajı gönüllü bir şekilde benimsemesi için belirli bir bakış açısına veya istenen bir davranışa sahiptir. O'Donnell ve Kablo (1982) iknayı, verilmek istenen mesajı bir gönderici ve bir alıcının sözlü veya sözsüz sembollerle birbirine bağlandığı ve ikna eden kişinin ikna edileni bir değişim kabul etmesi için manipüle etmeye çalıştığı karmaşık, süreklilik arz eden, etkileşimli bir süreç olarak tanımlamıştır. İkna edilen kişinin bu iletişim sürecinde algıları genişlediği ve değiştiği için verilen tutum veya davranışları da ikna edicinin istediği doğrultuda gerçekleşmektedir (Jowett ve O'Donnell, 2012, ss. 32–33). Diplomatik süreçlerde de taraflardan birisi, hedeflenen amaçlar doğrultusunda iknaya mecbur kalmaktadır. Seçim propagandaları olsun bir ülkeye özgürlük ve demokrasi getirmek olsun bütün hedeflenen amaçların gerçekleşmesi için ikna edebilme gücünün olması gerekmektedir. Örneğin ABD'nin Irak'a girerken demokrasi ve özgürlük getirmek gibi propagandist söylemlerle ülkeye müdahale etme girişimi ve bölge halkını da doğruluk payı, güvenilirliği ve inandırıcılığı olmayan bir politika ile ikna etmesi, propagandaya hedef olan kitlenin algılarını istenildiği şekilde biçimlendirerek kısa yoldan hedefe ulaşmasını sağlamaktadır. Günümüzde küresel platformda devletlerin amaçlarına ulaşabilmesi için yürüttükleri diplomatik ilişkiler de askerî güç ve teknolojilerin kullanılmasından ziyade tamamen ikna yöntemine dayalı bir diplomatik süreci kapsamaktadır.

1963'te ABD Kennedy hükûmetinde ABD'nin direktörü olan ünlü yayıncı Edward R. Murrow kamu diplomasisini yalnızca yabancı hükûmetlerle değil aynı zamanda sivil toplum, birey ve kuruluşlarla karşılıklı etkileşimler olarak tanımlamıştır. Joseph Nye, septiklerin kamu diplomasisi kavramını basit bir örtmece olarak tanımladıklarını ifade etmiştir. Ona göre basit propaganda genellikle inandırıcılık yönünden zayıftır ve bu

nedenle kamu diplomasisinin kural ve kaideleriyle karşıt bir ilişki içerisinde. İyi bir kamu diplomasisi propagandanın önüne geçmelidir. Kamu diplomasisini sadece halkla ilişkiler kampanyaları olarak tanımlamak da doğru bir yaklaşım tarzı değildir. Bilgiyi karşıya doğru bir şekilde aktarmak ve olumlu imaj satmak bunun bir parçasıdır. Ancak kamu diplomasisi aynı zamanda hükûmet politikaları için elverişli bir ortam yaratan uzun vadeli ilişkiler kurmayı da içerir (Nye, 2008b, s. 101). Leonard'a göre kamu diplomasisi terimi propaganda için çoğunlukla bir örtmecedir. Ancak açık toplumlarda (ve giderek kapalı toplumlarda da) enformasyonun gittikçe yaygınlaşması, hükûmetlerin bilgiyi kontrol etmesini daha da zorlaştırmaktadır. Sürekli olarak gerçeği çarpıtma girişimleri eninde sonunda açığa çıkacak ve bu nedenle hükûmetlere karşı daha da büyük bir şüphecilik yaratacaktır. Ayrıca insanların bir ülke hakkında özümsemediği fikirlerin çoğu, ulusal hükûmetlerin, basılmış kitapların, CD'lerin, filmlerin, çeşitli televizyon programlarının ve ulusal çağrışımlara sahip tüketici ürünlerinin kontrolü dışında olduğu için hükûmetler ancak sınırları netleştirmeye çalışarak marjinal bir etkiye sahip olabilirler. Burada Nye ve Leonard'ın dikkat çekmek istediği nokta, kamu diplomasisinin işlevinin sadece bilgi vermekten ibaret olduğunu düşünmek, indirgemeci bir yaklaşım olduğudur. Bilgi vermek dışında bir anlayış sağlaması retoriği, karşılıklı bir anlaşmanın sonucunda politikalarda meydana gelecek değişiklikleri belirtmemektedir. Ancak kamu diplomasisinin istediği ilişki, güce sahip olanların birbirleriyle karşılıklı anlayışına göndermede bulunmaktadır. Ancak herhangi bir savaş durumunda söz konusu karşılıklı ilişkinin mümkün olması pek gerçeği yansıtmamaktadır. Yine ABD-Irak Savaşı'ndan bir örnek verilecek olursa ABD Irak'a karşı savaşı başlatmadan önce uluslararası kamuoyunu çeşitli söylemlerle etkilemeye çalışarak yapacağı müdahalenin bir ön hazırlığını yapmıştır ve Irak'a yönelik hedeflediği politikalarının uluslararası kamuoyu nezdinde de desteklenmesini sağlamıştır. Süreç içerisinde Irak devlet başkanı Saddam Hüseyin de aynı şekilde ABD gibi hedeflediği politikaları uluslararası kamuoyunda desteklenmesini sağlamış olsaydı taraflardan hangisinin politikası kamu diplomasisi bağlamında daha başarılı sayılmış olacaktı sorusu akıllara gelmektedir. Konuya bu noktadan bakıldığı zaman kamu diplomasisinde her zaman güçlü olan kazanır ifadesi mucibince elde edilen başarı da gücü elinde bulunduran tarafın başarısıdır ve dolayısıyla karşı tarafın anlayışını gerektirmez (Sancar, 2012, s. 126).

Zaharna ise kamu diplomasisi kapsamında propaganda olarak atfedilmesi gereken uygulamalarının kapalı iletişim ortamları –diktatörlük veya kaotik çatışmalı ortamlar- hükûmet darbesi, iç karışıklık veya silahlı çatışma alanlarının görüldüğü ülkeler olarak ifade etmektedir (Zaharna, 2020, s. 89). Sancar’a göre Zaharna’nın bu konudaki iyimser yaklaşım tarzı, diktatörlük yönetiminin olmadığı ülkelerde tek taraflı uygulamaların olmayacağı anlamına gelmemektedir. Nitekim daha önce de ifade edildiği üzere propaganda, bazen bilgilendirici iletişim yöntemini de kullanabilmektedir. Fakat propagandanın bu özelliği onun gerçek işlevinden uzaklaşmasına neden olmamaktadır (Sancar, 2012, s. 127). Jowett ve O’Donnell’da propagandanın bilgilendirici iletişimi benzer bir şekilde kullandığını ifade etmiştir. Onlara göre fark, amacın karşılıklı anlayış kavramını aşmasıdır. Propagandanın amacı, propagandanın çıkarları doğrultusunda partizan veya rekabetçi bir amacı teşvik etmektir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken nokta teşvik edilmek istenen amaçlar alıcının çıkarlarına göre olmamasıdır. Alıcı konumdaki kişi ancak iletişimin sadece bilgilendirici olduğuna inanabilir. Daha önce de belirtildiği gibi bilgilendirici iletişim teknikleri gri ve siyah propagandada da kullanılmaktadır ancak verilen bilgilerin doğru olması veya gerçeğe dayalı olması muhtemel değildir (Jowett ve O’Donnell, 2012, s. 30).

Melissen, kamu diplomasisini yeni şişelere eski şarabın doldurulması olarak görmektedir. Yabancı halklarla yapılması amaçlanan resmî iletişim uluslararası ilişkilerde yeni bir olgu değildir. Günümüzde kamu diplomasisi olarak etiketlediğimiz imaj yaratımı, propaganda ve aktiviteler diplomasinin kendisi kadar eskidir. Antik zamanlarda bile prestij bilincine sahip prensler ve onların temsilcileri, yabancı ülkelerdeki kamuoyunun potansiyelini ve tuzaklarını hiçbir zaman tamamen görmezden gelmediler. Ulusa ve onun imajına yönelik yapılan atıflar eski Yunanistan ve Roma, Bizans ve İtalyan rönesansındaki İncil ve uluslararası ilişkilerin yabancı kamuları hedef alan diplomatik faaliyetlere aşına olduğu kadar eskilere dayanmaktadır (Melissen, 2005, s. 3). Zaharna, iletişim perspektifinden kamu diplomasisi ve propagandaya kadar bir hükûmet ikna araçlarını yabancı halkları etkilemek ve bilgiyi iletmek için kullanabilir. Bu durumda her ikisi arasındaki teknik farklılık, şeffaflık ve kontrol mekanizmasındaki derecelere göre uzanmaktadır. Propaganda oldukça yetenekli bir şekilde iletişimi kasıtlı olarak manipüle eder. Böylece bazı yönler seyirciden gizlenir ve seyirci mesajı kabul etmeye kendini mecbur hissedecek şekilde

tasarlanır ve kullanılır. Aldatma ve şiddet etkili bir propagandanın arzu edilen sonuçlarıdır. Kamu diplomasisi ise propagandanın tersine tanım itibarıyla nettir ve izleyiciler iletişimi kabul etmek ya da reddetmek konusunda hür bir iradeye sahiptir (Zaharna, 2011, s. 78). Zaharna, bu ayrımı yaparken propagandanın geleneksel kavram çerçevesine göre yapmıştır. Günümüzde bu tarz bir propaganda türü yönetim şekli itibarıyla demokratik olan ülkelerde yapılamamaktadır. Yapılamadığı için de verilen mesajların kabul edilmesi ve doğrulanması mesajı alan tarafa özgür oldukları hissiyatı oluşturularak iletildiği takdirde karmaşık şekillerde yeni bir propaganda şekli olarak ortaya çıkmaktadır (Sancar, 2012, s. 128).

Nicholas Cull, kamu diplomasisi kavramını ABD kökenli bir kavram oluşunun sebebini açıklarken şu ifadelerle yer vermektedir. İlk olarak Sovyetler Birliği tarafından takip edilen politika ve kendi sahip olduğu enformasyon uygulamaları arasında bariz bir farklılığa olanak sağlamak için psikolojik savaş ve propaganda gibi terimlere alternatif olarak daha masum ve daha saf bir anlam teşkil eden kamu diplomasisi terimine ihtiyaç duymuştur. İkinci olarak diplomatlara statü veren ABD'nin Uluslararası Enformasyon Bürokrasisi tarafından kamu diplomasisi terimi daha hoş karşılanmıştır. Üçüncüsü kamu diplomasisi terimi bir ulusun uluslararası kamuoyuna yaklaşımının tek bir kavramını ima ettiğinden dolayı, içinde kamu diplomasisi mekanizmalarının merkezileştirilmesi için örtük bir argüman içeriyordu (Cull, 2009b, s. 17).

Kamu diplomasisi kapsamında verilen mesajların birer propaganda niteliğinde olmasına örnek verilecek olursa bir ülkeye doğrudan bir mesaj verilmesine olanak sağlayan devletlerin, savaş veya herhangi bir çatışmadan sonra toplumların kurumlarını yeniden inşa etmelerine yardımcı olmaktır. Bu bağlamda Afganistan'daki Amerikan ordusu Taliban hareketini yenilgiye uğrattıktan sonra verilen desteğin altını oymak için Afgan halkından yeterince şükran ve sadakat kazanmak amacıyla Paktia'daki okulları yeniden inşa etmiştir. Ülkelerin yaşadığı bir savaştan sonra o ülkenin yeniden inşa edilmesi faaliyetleri kolaylaştırıcı propagandanın bir başka türünü örnek teşkil etmektedir (Jowett ve O'Donnell, 2012, s. 29).

Herhangi bir çatışma kapsamında ülkelerin yeniden restore edilmesi sürecinde olaylara dâhil olmak, kamu diplomasisi kapsamında o ülkenin kamuoyuna gönderilmek istenen mesajlar için bir araç niteliği taşımaktadır. 2011 yılında

Türkiye'nin Libya'da ülkesinden kaçanların tasfiye edilmesinden başlayarak ve sonraki süreçlerde Dışişleri Bakanlığının söz konusu bölgeye gerçekleştirdiği ziyaretlerle devam eden sürece etkin bir şekilde dâhil olması verilmek istenen kamu diplomasisi mesajlarının başarılı bir örneğini teşkil etmektedir. Aynı şekilde Mısır'da Hüsnü Mübarek yönetiminin karşıt güçler tarafından yıkılmasından sonra Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Mısır'a gerçekleştirdiği ziyaret ve meydanlarda Cumhurbaşkanının posterlerinin açılması da Türkiye'nin bölgedeki lider ülke konumunu güçlendirmesine ve onun yumuşak güç avantajı sağlamasına sebep olmuştur (Sancar, 2012, s. 128). Buradan anlaşıldığına göre bütün bu faaliyetler esasen propagandanın kolaylaştırıcı bir nitelikte olduğunu göstermektedir. Aslında bu tür faaliyetlere doğrudan hem propaganda hem de kamu diplomasisi diyemeyiz ancak verilmek istenen mesaj doğrultusunda kamu diplomasisi disiplininin de faydalanılarak yürütülen propaganda faaliyetlerine kamu diplomasisi kapsamında yumuşak bir geçiş sağlanmaktadır.

Kamu diplomasisi ile karıştırılan propaganda kavramıyla kamu diplomasisi arasındaki en önemli fark, propagandanın öncelikle bilgi veya mesaj içeriğini manipüle etmeye odaklanmasıdır. Terörle edilen bir mücadelede bile propaganda ve kamu diplomasisi ikna yönteminin iki farklı stratejik aracı olması yerine birbirlerinin yedekleri olarak değerlendirilmiştir (Zaharna, 2011, s. 88).

Szondi'ye göre kamu diplomasisini savaş olgusuyla birlikte düşünmek gerekmektedir. Ona göre Batı ülkelerinde kamu diplomasisi faaliyetleri çatışmalarla zemin bulmuştur. Uluslararası platformda devletler ve diğer aktörler arasında meydana gelen farklı boyuttaki gerilim seviyeleri ile yakından ilişkilidir. Bu durumda siyasi atmosferin barışçıl olması kamu diplomasisinin yerleşmesi için olması gereken bir şart değildir (Szondi, 2008, s. 3).

Propaganda üzerine çalışan birçok bilim insanı, propagandanın savaş zamanı uygulamasına odaklanmaktadır. Ancak halkla ilişkiler ve kamu diplomasisinin sivil ve kurumsal propagandadaki rolünü inceleyen akademisyenlerin, gazetecilerin ve kampanyacıların sayısı giderek artmaktadır (Tench ve Yeomans, 2006, s. 268). Terörle savaş mücadelelerinde devletler uluslararası halkla ilişkiler kapsamında paslı imajlara kısa yoldan kestirme çözümler sunarak kolay bir şekilde propaganda biçimine dönüşebilmektedir (Tench ve Yeomans, 2006, s. 137). Tench ve Yeomans'ın

aktardığına göre Grunig ve Hunt propagandayı dört modellerinden ilki olan basın ajansı konumuna yerleştirir. Halkla ilişkileri basın ajansı tanıtım modelinde bir propaganda işlevinde olduğunu görür. Uygulayıcılar genellikle eksik, çarpık veya yarı doğru bilgiler aracılığıyla ilgili örgütün veya ideolojinin inancını yayarlar. Dolayısıyla bu durum, bazı halkla ilişkiler faaliyetlerinin propaganda olarak anılmasına sebep olmaktadır. Ancak daha sonra bunun içerik olarak genellikle etik dışı olduğunu ve onu tarihsel olaylarla ilişkilendirme eğilimi olduğunu örneklerle açıkça ortaya koymaktadır (Tench ve Yeomans, 2006, s. 269).

Daha politik bir yaklaşım şekli de şu şekilde ifade edilmektedir. İletişimde özellikle totaliter devletlerin dışında, gücün (özellikle devlet ve şirket gücü) kullanımını açıklamak için Tench ve Yeomans bir propaganda modeli öneren Herman ve Chomsky tarafından geliştirilen propaganda modellerine yer vermiştir. Bu propaganda modelinde, verilen mesajlar belirli kitlelerin çıkar ve menfaatlerine uygun olacak şekilde manipüle edilebileceği beş filtre veya kontrol katmanı önermişlerdir. Bunlar şu şekilde özetlenebilir (Tench ve Yeomans, 2006, ss. 270–71):

- *Medya sahipliğinin boyutu ve yoğunluğu,*
- *Medya kuruluşlarına gelir sağlamada reklamın rolü,*
- *Kitle iletişim araçlarından gazetecilerin hükûmete ve diğer “resmî” bilgi kaynaklarına güvenmesi,*
- *Medya içeriğini kontrol etmenin bir aracı olarak “kabul” (programcılara/editörlere şikâyetler) ulusal bir din ve kontrol mekanizması olarak “anti-komünizm”*

Bu modelde propaganda tarafsız değildir tam tersine hükûmetin ve iş dünyasının görüşlerini diğer seslerin üzerinde tutan mesajlar meydana getirirken bir “özgür basın” imajı vermek üzere tasarlanmıştır ve organize edilmiştir. Anti-terörizm, anti-komünizm yerine konulursa geliştirdikleri model hâlâ geçerliliğini sürdürmektedir ve oldukça etkili olmuştur. Halkla ilişkilerin sadece tanıtım değil siyasi, askerî ve kurumsal iletişimdeki rolü de propagandayı körükleyen bir unsur olarak görülmektedir (Tench ve Yeomans, 2006, s. 271).

Görüldüğü üzere halkla ilişkiler disiplininin can sıkıcı propaganda yöntemlerinin yerine geçmesi ve her iki kavramdan da benzer sonuçların meydana gelerek yalnızca isimlerinin değişmesi, ikna temelleri üzerine kurulan halkla ilişkilerin propagandanın yerine geçtiğini göstermektedir (Sancar, 2012, s. 130).

Taylor'da konuya birbirlerinin yerine konulan yeni kavramları birer örtmece olarak tanımlamaktadır. Çünkü 11 Eylül saldırılarından günümüze kadar Batı dünyasının İslami aşırılık karşısında yaptığı propaganda savaşını kaybettiği sürekli gündeme getirilmiştir. Elbette ki Batı dünyasının sözde demokratik liderleri yaptıkları faaliyetleri "propaganda" olarak nitelendirmemişlerdir. Bu tarihsel bağlamda aşığılayıcı olan etiket, El Kaide web siteleri, Üsame Bin Ladin'e ait olduğu iddia edilen video kasetleri ve genellikle haksız bir şekilde El-Cezire haber raporları gibi "düşman bilgi faaliyetleri" için ayrılmıştır. Bunun yerine Batı dünyası, diplomatik alandaki kamu diplomasisinden Afganistan ve Irak savaşı sürecindeki bilgi operasyonlarına kadar kendi bilgi kampanyalarını tanımlamak için çeşitli örtmeceler kullanmayı tercih etmişlerdir. 2006 yılından bu yana ise "stratejik iletişim" kavramı algılama yönetimi kavramıyla yer değiştirerek resmî demokratik devletlerin etki faaliyetleri için tercih edilen kapsayıcı bir ifade olarak ortaya çıkmıştır. Ancak adı ne olursa olsun, hem El Kaide'nin hem de Batı dünyasının bir mutabakata vardığı konusunda yaygın bir fikir birliği var. Dar askerî doktrinlerde belirtilenden çok, daha geniş anlamda tanımlanması gereken enformasyon savaşı olduğudur (Taylor, 2010, s. 152).

Berridge, radikal bir çözüm olarak kamu diplomasisini kendi kontrolünde bulunan aynı bakanlık çatısı altında topladığı gibi Dışişleri Bakanlıkları bünyesinde yönetilen ve koordine edilen propagandanın bir örtmecesi olduğunu söyleyerek kavramın yerleşik olduğunu ifade etmektedir (Berridge, 2010, s. 18). Berridge, kavramın yerleşik olmasının sebebini onun köklü bir geçmişe sahip olan uygulamaları olmasına bağlamaktadır. Şüphesiz Berridge'nin dikkatle vurgulamak istediği nokta kamu diplomasisinin propagandanın yeni adı olarak literatüre geçmesidir.

"Yabancı bir hükûmeti etkilemek için tasarlanmış propaganda, diplomasi değildir. Siyasî reklamcılığın bir çeşididir. Bunun amacı genellikle yabancı bir hükûmetin özel bir görüşü kabul etmesi için bu görüşün üzerinde dostluğu kazanarak ikna edilmesidir. Kendi genel kamusunda, medyasında, baskı gruplarında ve yabancı işbirliklerinde... Yine de yabancı bir devletin dış politikasına yönelik yürütülen propaganda genellikle kabul edilebilirdir. Ve de büyükelçilikler bunu ihtiva etmektedirler. Bu şimdi kamu diplomasisi olarak bilinmektedir ve çok modadır" (Berridge, 2010, s. 128).

"Ağ toplumu" terimini ortaya atan Castells, insanların bireysel olarak devlet politikalarına katılımcı olmalarını mümkün kılan internetin kamu diplomasisi açısından farklı bir yönüne vurgu yapmaktadır. Burada Castells, katılımcılıktan bahsederken elbette mutlak bir katılımcılığı kastetmemiştir. Politikada katılımcılık

konumunda olan insanların interneti yeterince kullanıp kullanamaması burada karşılaşılan bir sınırlılık olarak ifade edilmektedir. Ona göre:

“Kamu diplomasisi propaganda değildir. Ve de hükümet diplomasisi değildir. Diplomasinin geleneksel uygulamalarını belirtmek için yeni bir kavram kullanmaya gerek yoktur, kamu diplomasisi halkın diplomasisidir, yani halkın değer ve fikirlerinin uluslararası alanda yansıtılmasıdır. Kamu, hükümet değildir, çünkü devletin kurumlarında resmîleştirilmemiştir. Kamu ile genellikle özel olanı aşan belirli bir organizasyon için ortak olanı kastediyoruz. Kamu diplomasisi fikrinin ardındaki örtük proje, bir devletin ya da sosyal aktörün gücünü yumuşak güç olarak ortaya koymak değildir. Bunun yerine, anlam ve anlayışı paylaşmak umuduyla farklı sosyal kolektifler ve kültürler arasındaki diyalogu güçlendirmektir. Kamu diplomasisi uygulamasının amacı ikna etmek değil, iletişim kurmak, beyan etmek değil, dinlemektir. Kamu diplomasisi çeşitli kökenlerine, farklı değerlerine ve çoğu zaman çelişkili çıkarlarına rağmen farklı seslerin duyulabileceği bir kamusal alan inşa etmeye çalışır. Kamu diplomasisinin amacı, hükümet diplomasisinin aksine güç iddiasında bulunmak veya güç ilişkilerinin yeniden düzenlenmesini müzakere etmek değildir. Diplomasi için bir ön koşul olarak yeni, ortak bir dilin ortaya çıkabileceği bir iletişim alanını teşvik etmektir, böylece diplomasi zamanı geldiğinde sadece çıkarları ve güç oluşturmaya değil aynı zamanda anlam ve paylaşmayı da yansıtır...”(Castells 2008, s. 91).

Castells’in de bahsettiği gibi kamu diplomasisi disiplininin halkın fikirlerinin, görüş ve düşüncelerinin uluslararası bir platformda yansıtılması fikri, devletlerin belirlemiş olduğu herhangi bir dış politika çıkarlarıyla uyuşmadığı durumlarda nasıl bir yol izleneceği sorusunu akıllara getirmektedir. Bu bağlamda kamu diplomasisinin mutlak olarak halkın diplomasisi olabilmesi için devletlerin kamu diplomasisi uygulamalarında aktif bir şekilde rol üstlenmemesi gerekmektedir. Ülkelerin hiçbirinde kamu diplomasisi faaliyetleri sivil toplum kuruluşları aracılığıyla gerçekleştirilmemektedir. Kavramın devlet kökenli bir uygulama olması da bunu açıklar niteliktedir. Bu bağlamda kamu diplomasisinin halkın diplomasisi olup olmayacağı sorunsalı, modern dünyada kamusal alana ait uygulamaların hangi aktörler tarafından inşa edildiğiyle birlikte ele alınmalıdır. Devlete ait olan kamusal alan, belirli kitlelerin özel çıkar ve menfaatlerinin etkisinden çıkamamakta, kamuoyu, hükümetler, özel şirketler ve bu kurumlara ait halkla ilişkiler ajansları tarafından yürütülmekte, bu durumda bizden istenen ise yine aynı aktörler tarafından, buna razı olarak içinde bulunduğumuz temsili kamusal alan ve temsili demokrasiyi kabul etmek üzerine inşa edilmektedir (Sancar, 2012, s. 132).

Castells’in ağ toplumu kavramına getirilen eleştirilerden biri de onun interneti kontrol edenleri düşünmemiş olmasıdır. İnternet insanlara bireysel bir şekilde oluşturulan politikalara katılımcı olma imkânı vermesi kamu diplomasisinde kültürel bir iş birliği ve karşılıklı bir etkileşim sağlanması için oldukça önemli bir rol üstlenmektedir. Ancak kamu diplomasisi faaliyetlerinde yalnızca internet kullanılmamaktadır. Çünkü pek çok

Ülkede interneti suiistimal edenler onun etkili bir Şekilde diplomatik faaliyetlerde kullanılması engellemektedir. Bu noktada Castells'in vurgu yaptığı önermenin reelde hayat bulabilmesi için basın ve medyada meydana gelen tekelleŐmelerin, az gelişmiş ülkelerde sürekli olarak internetin sansürlenmesi durumu ve daha da önemlisi kullandıkları sert gücü arka planda bırakmak için yumuşak gücü unsurlarını etkili bir Şekilde kullanan gücü elinde bulunduran devletlerin öncelikle sahneden çekilmeleri gerekmektedir (Sancar, 2012, s. 132).

Cull, kamu diplomasisi faaliyetlerinin propagandayla örtüŐmeye baŐladığında Gullion'un kamu diplomasisi kavramının propaganda alternatif bir anlam oluşturarak tamamen yeni anlamıyla yeniden konumlandırmak için nispeten kısa bir mesafeye taŐması onun korunması için yeterli olmaktadır (Cull, 2009c, s. 21).

Gilboa'ya göre kamu diplomasisindeki var olan araştırmalar birkaç büyük yetersizlikten muzdariptir. Çünkü yapılan çalışmaların çoğu tarihsel bir nitelik taşımaktadır ve genellikle Soğuk Savaş döneminde meydana gelen ABD tecrübelerini ele almaktadır. Kamu diplomasisinin tarihsel nitelikteki hesapları özellikle analitiktir ve önemli olup olmadığı anekdotsal olup olmadıklarına bağlıdır ve kamu diplomasisi disiplininin teori ve metodolojisinin gelişimine katkıları sınırlı olmuştur. Gilboa'nın aktardığına göre Holbrooke bu durumu Şöyle tanımlamıştır: *“Buna kamu diplomasisi, halkla ilişkiler, psikolojik savaş ya da gerçekten açık sözlü olmak istiyorsanız propaganda deyin.”* Bu açıklama Amerikalı politikacıların ve karar alıcıların hayal kırıklığını ifade edebilir ancak kamu diplomasisinin özünü ve benzersizliğini netleŐtirmez. Gerçekten de modern dünyadaki birçok bilim insanı ve akademisyen kamu diplomasisi uygulamalarını propaganda, halkla ilişkiler, psikolojik savaş ve uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri ile karıŐtırmıŐlardır. Bugün ise kamu diplomasisinin bu terimlerin bireysel olarak ifade ettiğinden çok daha fazlasını kapsadığı hemen hemen neredeyse her bilim adamı veya uygulayıcı için gayet açık ve nettir (Gilboa, 2008, s. 56).

Sonuç olarak kamu diplomasisi ve propaganda arasındaki ilişki çeşitli bilim adamları ve akademisyenlerin görüşlerine yer verilerek açıklanmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda her iki kavramla arasındaki anlam örüntüsünü, olumlu ve olumsuz, karşıt veya taraflı bir Şekilde Jowett ve D'Onnell, Melissen, Fortner, Zaharna, Berridge, Taylor, Tench ve Yeomans, Snow gibi kamu diplomasisi alanında kendini ispatlamıŐ bilim

insanlarının görüşlerine başvurularak konu daha net bir yaklaşımla ele alınmaya çalışılmıştır. Söz konusu bilim insanları propagandanın yeni bir formu olan halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi disiplini içerisinde verilen mesajları zoraki dikte ettirmemekte, hedeflenen kitleleri daha çok ikna yöntemine başvurularak gönüllü bir şekilde kabul ettirerek amaçlarına ulaşmayı denemişlerdir ki büyük oranda da başarılı olmuşlardır. Günümüz iletişim dünyasında kitle iletişim ağlarının küresel bir boyuta ulaşmasıyla bilgi iletişim araçları enformasyonun yaygınlaşmasında oldukça etkili olmuştur. Bu bağlamda geleneksel anlamıyla karşılıklı etkileşimde herhangi bir zorlamaya dayalı bir propagandanan bahsetmek mümkün değildir. Bunun yerine kitlelerin, verilen mesajları hiçbir baskı altında kalmadan, kendi hür iradesiyle, rızanın hâkim olduğu yeni bir propaganda şekli etkili olmuştur.

3.2.4. Kamu diplomasisi ve ulus markalama/ulus inşa etme

Günümüzde dünya küresel bir pazar niteliğindedir. Küreselleşmenin hızlı bir şekilde ilerlemesiyle birlikte her ülkenin, her şehrin ve her bölgenin dünyanın tüketicilerinden, turistlerden, yatırımcılardan, öğrencilerden, girişimcilerden, uluslararası alanda gerçekleştirilen spor ve kültürel etkinliklerden kendi payına düşen pay için ve dünya toplumunun dikkati ve saygısı için ve diğer aktörlerle rekabet etmek için bir ulus markalamaya ihtiyaç vardır. Örneğin Paris, uluslararası platformda moda ve tasarımla ön plana çıkmaktadır, keza Japonya gelişmiş teknolojisiyle, İsviçre, zenginlik ve konforlu bir yaşam standartları ile Rio de Janeiro, karnaval ve futbolla Toskana, iyi bir yaşam gibi özellikleriyle ön plana çıkmışlardır. Bu aynı zamanda ülkeler arasında rekabetçi bir kimliğin de ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Anholt, 2007, s. 1). Anholt, ilk olarak markalar ve markalaşma arasında net bir ayrım yapılması gerektiğinden bahseder. Bu bağlamda marka, adı, kimliği, itibarı ile birlikte düşünülen bir ürün, hizmet veya kuruluştur. Markalaşma ise herhangi bir markaya ait adı ve kimliği tasarlama, planlama ve iletme sürecidir. Aynı zamanda da itibar oluşturmak veya yönetmek için de bir araçtır (Anholt, 2007, s. 4). Markalar elbette bir boşlukta var olmazlar ve başarılı olmak için hâkim olan zamanın ruhuyla birlikte etkin bir şekilde bir arada var olmaları gerekmektedir. Bir toplumdaki popüler kültür ve eğilimler de güçlü markaları istenilen doğrultuda yönlendirir ve etkiler. Bu tema, markaların çevreleriyle yaratıcı etkileşim yoluyla nasıl ikon hâline geldiğini analiz eden Holt tarafından kültürel markalaşma olarak adlandırdığı bir süreçte, özellikle de

uluslara uygulanmasının uygun olduğunu düşündüğü bir süreç tarafından güçlendirilmiş ve teorileştirilmiştir (Dinnie, 2008, s. 14).

Anholt'a göre ilk olarak 1996 yılında ortaya çıkan markalaşma konusundaki gözlemlerini ifade ederken ülkelerin itibarlarının daha çok şirketlerin ve ürünlerin marka imajları gibi olduğunu söyleyerek aynı derecede önemli olduğunu ifade etmektedir. Marka yönetimi fikrinin de hâlâ bu fikrin önemli bir parçası olduğundan bahsetmektedir. Antholt, bunu genellikle Rekabetçi Kimlik olarak isimlendirmektedir. Çünkü genel anlamıyla anlaşıldığı gibi markalaşmadan ziyade ulusal kimlik ve rekabet edebilirliğin siyaseti ve ekonomisiyle ilgili olduğunu ifade etmektedir (Anholt, 2007, s. xi).

Dinnie'e göre ulus markalaşması, heyecan verici, karmaşık ve tartışmalı bir olgudur. Bu konudaki mevcut teorilerin çok sınırlı olduğu ancak büyük miktarda gerçek dünya etkinliğinin olduğu bir alanı temsil ettiği için heyecan vericidir. Çünkü geleneksel marka stratejisinin sınırlı alanının ötesinde birden fazla disiplini kapsamaktadır. Tutkuyla tutulan ve sıklıkla çatışan bakış açıları ve görüşler üreten son derece politikleştirilmiş bir faaliyet olması bakımından tartışmalara açık bir hâldedir. Ayrıca dünya çapında giderek daha fazla ülkenin kendi ulus markalarının gelişimine bütçe ayırmasıyla birlikte ulus markalaşması istikrarlı bir şekilde önem kazanmaktadır (Dinnie, 2008, s. 13).

Bu bölümde kamu diplomasisi uygulamaları kapsamında bir ulus markası stratejilerinin bir ülkeye ne gibi değerler sağlayabileceği açısından ulus markalaşmasının uygunluğunu araştırmakta aynı zamanda ulus markalaşmasının evrimini takip etmekte ve son yıllarda elde ettiği önemi özetlemektedir.

Bir ulusun bir marka olarak ele alınması kavramına ayrıntılı bakmadan önce, bir 'marka' ile ne kastedildiğinin bazı tanımlarına bakmakta fayda vardır. Bu tür tanımlamalar iki kampa ayrılma eğilimindedirler. Bir yanda bir markanın görsel tezahürüne odaklanan tanımlamalar varken diğer yandan bir markanın görsel yönlerinin ötesine geçen ve bir markanın özünü yakalamaya çalışan daha derin tanımlamalar vardır. Olumlu veya başarılı bir markanın belirli bir organizasyonun ürününü sürdürülebilir bir marka olarak tanımlayan bir isim, sembol, tasarım veya bazı kombinasyonlar olduğunu öne süren yaklaşımlar vardır. Aynı zamanda bir markanın esas olarak üretici perspektifinden ziyade bir tüketicinin bakış açısını içermesi

bakımından biraz daha zengin bir tanım olarak bir markanın hem işlevsel hem de işlevsel olmayan benzersiz bir özellik ve katma değer kombinasyonunu temsil ettiğini öne süren yaklaşımlar da vardır (Dinnie, 2008, s. 14).

Ulrich Ermann ve Klaus-Jürgen Hermanik markalaşmayı, ürünlerin, yerlerin ve ulusların kimliğini tanıtmak ve şekillendirmek için giderek daha fazla benimsenen bir pazarlama aracı olarak tanımlamaktadır (Hermanik, 2018, s. 1). Foley ve Kendrick, markayı, şirketlerin müşterileriyle sadakat oluşturmak için yarattıkları bir dizi vaatler, çağrışımlar, imajlar ve duygular olarak tanımlamaktadır. İnternette sıkça karşımıza çıkan popüler bir tanım olarak marka, müşterinin gözünde bir ürünü diğerinden ayıran, tek başına veya kombinasyon hâlinde kullanılan herhangi bir isim, tasarım, stil, kelime veya sembol olarak ifade edilmektedir (Foley ve Kendrick, 2006, s. 3).

Melissen, ulus markalaşmasını; ticari ve kamu sektörünün çıkar ve menfaatlerinin içerde ve uluslararası nüfuslar arasındaki iletişim önceliklerine, birbirleriyle karşılıklı olarak birçok amaç için etkileşimde bulunmanın bir sonucu olarak geçici bir şekilde tanımlanabilir bir kavram olduğunu ifade etmektedir. Ulus markalaşmasının ikinci bir boyutu, diplomatik alanda meşruiyet ve yetki imajı vermek, devlet liderlerini ve diğer ulusal seçkinleri çok yönlü kararlarda veya ulus ötesi kurum veya kuruluşlara, üyeliklerde sofrada yer edinir hâle getirmektir. Ulus markalaması hem proaktif hem de reaktif amaçlar için kullanılabilir. Siyasi ve ekonomik miraslardan, zarar gören itibarları onarmak, popüler olmayan yerel nitelikteki kararların ardından olumsuz bir imaj sağlayan uluslararası ilgiden mümkün olduğunca kaçınmak veya öngörülemeyen veya meydana gelen kontrol edilemez olaylar bağlamında izleyicileri kontrol etmek ve yönetmek için yürütülen faaliyetleri kapsar (Aronczyk, 2013, s. 16). Ulus markalamanın üçüncü bir boyutu ise özyinelemeli bir amaca hizmet eder. Ulusal liderler, ulusal farklılıkları uluslararası bir boyutta modelleyerek yurt içinde bumerang etkisi oluşturacak, hem iç fikir birliğini ya da faaliyetlerinin kabul edilmesini hem de ülke sınırları içinde gurur ve vatanseverliği teşvik edecek olumlu bir dış kamuoyu yaratmayı amaçlamaktadır. Ulus markalaştırma, devletin sert gücünü değil tam aksine yumuşak güç biçimi olarak tanımlanır (Aronczyk, 2013, s. 16).

Demokratik olarak nitelendirilen herhangi bir devlet veya uluslararası bir hükûmet, diğer ülkeler nazarında itibarını ön plana çıkarmak ve yabancı kamuoyu karşısında olumlu bir imaj yaratmak için yumuşak güç unsurundan faydalanmaktadır. Bu da

lkelerarası çeşitli kültürel ve sanatsal faaliyetler düzenleyerek eēitim açısından yabancı devletlerden gelen ērencilere yeterince eēitim hakkı tanıyarak ve burs vererek vs. gibi karşılıklı etkileşim yoluyla hem hedef kitle açısından hem de uluslararası platformdaki diēer aktörler açısından olumlu bir imaj çizilerek gerçekleşmektedir. Ulus markalama ve kamu diplomasisi arasındaki ilişki üzerine yapılan tartışmalar, her iki kavramın da esasen aynı ŗey olduēu, kamu diplomasisinin ulus markalama uygulamalarına dāhil olduēu veya ulus markalaması uygulamalarına dahil olduēu ŗekliyle vücut bulmaktadır (Sancar, 2012, s. 138).

Kamu diplomasisi ve ulus markalamasının hem akademik literatürde hem de uygulamada giderek artan bir ŗekilde aynı anlamda kullanılmasına raēmen her iki kavramın da aralarındaki ilişki anekdotsal bir nitelik taşımaktadır ve belirsizliēini korumaktadır. Bununla birlikte hem ulus markalaması hem de kamu diplomasisinin, disiplinlerin sınırlarının hem teorik hem de pratik konumlarını bulmaya çalışan akışkan bir durumda olduēu, gelişen bilgi yapılarıyla ortaya çıkan çalışma alanları olduēu kabul edilmelidir (Szondi, 2020, s. 1). Her iki kavrama ait tutarsızlıēın nedenlerinden biri, her ikisinin de ulus markalaması ve kamu diplomasisi terimlerinin yetersiz bir ŗekilde kavramsallatırılması ve her yerde bulunan terimler olmasından kaynaklanmaktadır. Kamu diplomasisi ve ulus markalaması, ulusal itibar yönetimini kavramsallatırırken hem ülke markalamasının hem de kamu diplomasisinin birbirlerinin yerine geçmesinden ziyade karşılıklı bir etkileşim hāinde bulunarak birbirlerini tamamlaması gereken önemli unsurlardır. Her ülkenin kendine ait bir dış politikası vardır. Belirli bir politika hedefleri var ancak bunlar yabancı kamuoyunun dikkati için birbirleriyle rekabet etmiyorlarsa söz konusu rekabet için kamu diplomasisi kapsamında ulus markalaşma faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine ihtiyaç vardır. Bu baēlamda Szondi, markalamayı olumlu ülke imajları yaratmak amacıyla büyük ölçüde imaj odaklı olduēunu ifade etmektedir. Ulus markalamanın hem içerde hem de dışarda ekonomik ve ticari çıkarların teşvik edilmesini ve menşe ülke imajı yaratmayı amaladıēını vurgulamaktadır (Szondi, 2009, s. 301).

Tanınmış bir halkla ilişkiler uzmanı olan James Grunig'in ne srdēu gibi imaj; pazarlama, markalaşma ve halkla ilişkilerde aşırı kullanılan bir terimdir ve buna uluslararası ilişkiler ve kamu diplomasisi de eklenebilir. Aynı zamanda mesaj, itibar,

algı, güvenilirlik, tutum veya ilişki gibi kavramlarla da eş anlamlı olarak kullanılabilir (Grunig, 1993, s. 129).

Olins'e göre ulus markalama ile kurum markalama farklı anlamlara gelmektedir. Fakat teknik açıdan birçok benzerlikler göstermektedir. Yani insanlar, herhangi bir kurumda görev yapsa da veya herhangi bir ülkede yaşasa da aynı insandır. Bu bağlamda aynı teknikler yoluyla motive edilebilir, etkilenebilir veya aynı hedef doğrultusunda yönlendirilebilirler (Olins, 2014, s. 247). Anholt ve Hildreth'e göre kamu diplomasisi, ulus markalamanın bir alt disiplini (Hildreth, 2005, s. 87). Markalaşma en başta iletişimcinin mesaj üzerinde kontrol sahibi olduğu basit ve özlü olma eğiliminde olan ve iletişim için çok az yer bırakan tek yönlü bir diyalog ve etkileşimleri içeren bir iletişim biçimidir. Marka odaklı bir yaklaşım, diplomasi bileşeni ortadan kalktıkça kamu diplomasisinin özünü de sulandırabilir. Kamu diplomasisi kültürel veya siyasi seçkinler, kanaat önderleri ve liderler, dış haberler veya politikayla ilgilenenler gibi iyi tanımlanmış kamuları hedeflerken, markalaşma; hedef ulustaki büyük ölçüde pasif olan kitleleri hedefler (Szondi, 2009, s. 302). Gilboa'ya göre bir devlet markalaşma faaliyetlerini yeterince gerçekleştiremezse ihracatı genişletmek ve daha yüksek yaşam standartlarına ulaşmak için yatırımları, turistleri, şirketleri ve fabrikaları yeterince geliştiremez. Ulusal markalama kampanyalarına örnek olarak İngiltere'nin hem kamuoyu hem de yabancı devletlerin nazarında itibarını yükseltmek için sanat, moda, medya ve tasarım imajını desteklemek adına ülkenin Başbakanı Tony Blair tarafından "Cool Britanya" ifadesi bulunan bir logo tasarlanmıştır (Gilboa, 2008, s. 67). Konuya ilişkin bir başka örnek verilecek olursa Kanada-Japonya arasındaki karşılıklı etkileşimi güçlendirmek için Kanada Elçiliği, 1999 yılında bir "Markalaşma Komitesi" oluşturarak Kanada'nın Japon hükûmeti ve kamuoyu üzerindeki imajını ön plana çıkarmak için kültürel etkinlikler, ziyafetler vs. faaliyetler düzenleyerek Kanada'yı yüksek teknoloji ihracatçısı olarak ön plana çıkarmayı amaçlamıştır. Bu aktivitelerden Japon medyası verilen mesajı almış ve daha geniş kapsamlı bir marka oluşturma çabasına girerek birkaç ekstra kaynakla aynı şekilde karşılık vermek için harekete geçmiştir. Bunun üzerine ekip, Kanada misyonunun hemen ardından Mart-Temmuz 2001 arasında "Think Kanada 2001" festivalini düzenlemiştir. Bu Japonya'da şimdiye kadar düzenlenen en büyük Kanada festivali olmuş ve ülke çapında yaklaşık 200 etkinlik içeren bir programdan oluşmuştur. Etkinlikler; sanat ve kültür, iş, bilim ve teknoloji, siyaset ve toplum, eğitim programları, yemek ve yüksek

standartlı bir yaşam gibi çok çeşitli alanlardan oluşmuştur. Amaç, Kanada'yı çeşitli sofistike, teknolojik olarak gelişmiş bir toplum olarak marka hâline getirmektir (Potter, 2003, s. 61).

Göran Bolin ve Per Stalhberg'e göre ulus markalaşması, hükûmetlerin belirli bir ulus devlet imajını üretmeyi amaçlayan bilinçli faaliyetlerde bulunma olgusudur. Ulus markalama kampanyalarının ilk örneklerinden biri Estonya'nın uluslararası imaj yönetimi için temiz bir strateji oluşturmak amacıyla Estonya hükûmeti tarafından kiralanmış İngiliz Markalar arası Halkla İlişkiler Ajansı, 2002 Mayıs'ta Tallin'de düzenlenen Eurovision şarkı yarışması kanalıyla Estonya Hükûmeti tarafından 2001'de "Brand Estonia" kampanyası başlatılmıştır. Ulus markalama son zamanlarda bazı ekonomistlerden ve işletme alanındaki akademisyenlerden ilgi görmüştür. Ulus markalaşması ilgili kamu diplomasisi kavramından ayırt edilebilir. Ona göre ulus markalaması, uluslararası siyasi ilişkilerde bir güç ve etki aracı olarak kullanılmak üzere ulus devletinin belirli bir imajını teşvik etmekle uğraşan bir hükûmetin faaliyetlerine atıfta bulunur. Ulus devleti, kamu diplomasisinin bir imajı olabilir ancak siyasi aktörlerden ziyade öncelikle küresel pazara yöneliktir (Bolin ve Stahlberg, 2002, s. 82).

Fan'a göre ulus markalaştırma Olins'in başlangıçta önerdiği gibi "ulusal kimliği inşa etmek veya yeniden şekillendirmek" ile ilgili değildir. Ona göre bir ulusun kimliği, marka stratejisti tarafından değil ulusun insanları tarafından tanımlanır. Bir ulusun kimliğindeki herhangi bir değişiklik ya başarılı olur ya da ülkenin siyasi, ekonomik ve sosyal sistemlerindeki temel değişikliklerle birlikte gerçekleşir. Bunun yerine ulus markalaşması, dışardaki insanların ulus hakkında sahip olduğu imajı değiştirmek üzeredir. Ulus markalaşması özünde ulusun imajını gerçeğe uygun hâle getirmektir. Bu dışsal görüntüler neredeyse her zaman gerçeğin gerisinde kaldığından dolayı siyasi, ekonomik ve sosyal sistemlerinde dramatik değişikliklere girişmiş ülkeler için özellikle zorunludur. Bu bağlamda imgeler ve gerçeklik arasındaki boşluğu daraltmak ulus markalaşmasının görevidir (Fan, 2010, s. 101). Szondi'ye göre ulus markalama, mekân markalamaya ait özel bir alan olarak kavramsallaştırılarak imaj teşvikiyle ilişkilendirilmektedir. Fakat aynı zamanda markalamadan farklı olarak da anlamlandırılarak bir ülkenin imaj ve itibara yönelik merkezini yaratmak için kendi stratejik tanıtımı şeklinde bir tanımlama yapmıştır (Szondi, 2008, ss. 4-5).

Ulus markalaşmasının bir ulusun rekabet gücündeki rolü Anholt'un kitabında iddia ettiği kadar büyük değildir. Ticari bir ortamda güçlü bir markanın sahibine rekabette belirli avantajlar sağladığı söylenir. Ancak bu tür bir avantaj, firmanın inovasyon gibi diğer alanlardaki gücüne bağlıdır ve uzun vadede sürdürülmesi zordur. Ulus markalaşmasında ise tamamen farklı bir durum söz konusudur. Bir ulusun olumlu ülke imajı nedeniyle bazı avantajları varsa bu normalde tüm ülkeyi kapsamak yerine belirli bir sanayi sektörüyle sınırlıdır (Fan, 2010, s. 101).

Kimlik, imaj ve itibar sıklıkla birbirlerinin yerine kullanılsa da aslında farklı yapılardır. Hepsi bilgi ve geçmiş deneyimler tarafından üretilen zihinsel çağrışımlara atıfta bulunur. Kimlik, kendini algılamayla ilgilidir. Bir ulusun kimliği, hemcinsleri birbirine bağlayan ve oluşturması gereken esasen irrasyonel psikolojik bağı ifade eder. Ulus markalaşmasının ilgilendiği durum, bir ulusun dünyada sahip olduğu imaj ve itibardır. Bir ulusun imajını ülke dışındaki insanlar belirler. Algıları, basmakalıp yargılardan, medyada yer alan haberlerden ve kişisel deneyimlerden etkilenir. Ticari markalara benzer şekilde bir ulusun imajı profesyonel bir şekilde yeniden paketlenabilir, yeniden konumlandırılabilir ve iletilebilir. Ulusal kimlik, ulus markalaşması ve ulus imajı arasındaki ilişki şu şekilde özetlenebilir: Ulusal kimlik ile benlik algısı, ulus markalama ile ulus marka kimliği, ulusların imajı ile de diğerlerinin algısı şeklinde bir tanımlama yapılabilir (Fan, 2010, s. 100). Melissa'ya göre ulus markalaşması, çok uzun vadeli bir durumdur ve yerel hükûmetler, ulusal hükûmetler, turizm otoriteleri, içe dönük yatırımlar ve dışa dönük tüm oyuncu hükûmetlerine getiren çok kapsamlı bir stratejiyi içerir (Aronczyk, 2013, s. 67).

Buradan anlaşıldığı üzere yukarıda farklı akademisyenlerin konuya ilişkin tartışmalarına dayalı olarak ulus markalaşmasının yeni bir tanımı şu şekilde önerilmiştir. Ulus markalaşması, bir ulusun imajlarının oluşturulabildiği veya değiştirilebildiği, izlenebildiği, değerlendirilebildiği ve ülkeyi geliştirmek için proaktif bir şekilde yönetilebildiği bir süreçtir. Hedef ise küresel platformda kitleler arasındaki itibarı en üst sıralara taşımaktır. Ulus imaj yönetiminin tanımı sadece bir terim değişikliği değildir. Bunun aynı zamanda birkaç yararı da vardır. Neyin markalaştırılabileceği ve neyin markalaştırılamayacağı konusundaki kafa karışıklığını netleştirmekle kalmaz aynı zamanda markalaşmanın kullanımına ilişkin kamuoyundaki şüpheciliğin üstesinden gelinmesine de yardımcı olur. Bu noktada ulus

imaj yönetimi, ulus markalaşmasındaki temel amacının yanı sıra konusunun daha iyi tanımlanmasını sağlar (Fan, 2010, s. 101).

Kamu diplomasisi ve ulus markalaşması kavramsallaştırmaları arasındaki benzerlikler ve farklılıklar veya bunların pratikteki yakınsama veya ayrılmaları bu kategorideki araştırmacıların ilgisini çekmiştir. Anholt, Szondi ve Zaharna'nın konuyla ilgili iki kapsamlı görüşleri vardır. Biri, kamu diplomasisi ve ulus markalama kavramlarını farklı ama birbirleriyle ilişkili görür. Diğerisi daha tartışmalı konum, teknik ekonomik yaklaşımın politik yaklaşıma taşmasını önererek onları temelde aynı görür. İlk olarak kamu diplomasisi ve ulus markalaşmasının kesişme şekline ilişkin dört temel model bulan Szondi tarafından en ayrıntılı bir şekilde tartışılmaktadır. İkisini eş değer olarak gören beşinci bir modeli kabul eder ancak nihayetinde reddeder. Her iki kavrama ilişkin denklik argümanı en doğrudan, bir röportajda iki terimin aynı uygulamalarına atıfta bulunduğunu belirten Anholt tarafından ileri sürülmüştür. Bu konum Anholt'un ulusal imaj yönetiminin her şeyi kapsayan bir stratejisi olarak "politika temelli" ulus markalaşması fikirleriyle paralellik göstermektedir. Bununla birlikte Anholt'un görüşleri bile zaman içinde kamu diplomasisi ve ulus markalaşması arasındaki ayrımlara izin verecek şekilde nitelendirilmiştir (Kaneva, 2011, s. 124).

"Ulus inşa etme" terimi eski komünist rejiminden ayrılan markalaşma ve değişim sinyali veren yeni cumhuriyetlerdeki değişimin sembolü hâline gelmiştir. Ayrıca eski kolonyal yönetim tarafından empoze edilen yapay jeopolitik sınırların doğasında olmayarak ulusal bir kimlik inşasının meydan okumasıyla neredeyse bütün gelişmiş ülkelerde ulus inşa etme kavramı yerleşmeye başlamıştır. Birçok gelişmiş uluslar, genellikle geleneksel kültürel sınırlarla kavşak noktasında bulunan bu bağlantılar arasında ulusal bir kimlik inşa etmeye çalışmaktadırlar. Uluslararası ulus inşa etme, sıklıkla diğer hükûmetlerden ya da yardım organizasyonlarından ekonomik destek sağlamak amacıyla bir ülkeyi güvenilirlik ve farkındalığın küresel bir akışına getirmek amacıyla sarf edilen çabalardır (Curtin ve Gaither, 2005, s. 9). Melissen'e göre kamu diplomasisi ve ulus markalama arasındaki kavramsal fark hemen göze çarpmaktadır. Birincisi, markalaşmanın hırs düzeyi, çoğu kamu diplomasisi kampanyasının sınırlı amaçlarını ve alçakgönüllülüğünü kolayca geride bırakmaktadır. Basitçe söylemek gerekirse kamu diplomatları için dünya bir pazar değildir ve uygulayıcılara sürekli olarak diplomatik iletişimin yoğun ve çok katmanlı ulus ötesi iletişim süreçlerinin

yalnızca önemsiz bir parçası olduğu hatırlatılmalıdır. Başka bir deyişle kamu diplomasisinin gücü, sınırlarının tanınmasında ve kabul edilmesinde yatmaktadır. Birçok kamu diplomasisi kampanyası, bunların hiçbir şekilde dış algıları belirlemede belirleyici bir faktör olmadığı yönündeki sağduyu varsayımına dayanmaktadır. Buna karşılık markalaşma projelerinin temel özelliği bütünsel yaklaşımlardır (Melissen, 2005, s. 20).

İletişim, karşılıklı etkileşim aracılığıyla ulus inşa etmenin temel bir bileşenidir. Çünkü iletişim araçları kamuoyunu bir araya getirerek herhangi bir kriz ve tehdit zamanlarında onları bütünleştiren bir ilişki inşa etme araçları gibi davranırlar. Bu bağlamda iletişim Curtin ve Gaither'in de bahsettiği gibi karşılıklı uzlaşma ve anlaşma sağlamak ve uluslararası platformda farkındalık sağlanması açısından kolaylaştırıcı bir unsur olarak göze çarpmaktadır.

Ulus inşa etme projeleri, iç ve dış politika amaçlarını gerçekleştirmek üzere devletler tarafından sarf edilen bir çabadır. İçsel olarak hükûmetler ulusal birliğe ve ulusal güce ulaşmak için *consensus* 'u sağlamak için devasa bir çaba sarf etmeleri gerekmektedir (Curtin ve Gaither, 2005, s. 9). Günümüzde Konsensus'a ulaşmanın temel bir amaç olduğu iletişim dünyasında birçok ülke hedef kitleye yönelik mesajlarını farklı konular kapsamında vermektedirler. Bu bağlamda dünya üzerindeki pek çok devlet ve hükûmet dünyaya mesajlarını altı farklı içerik doğrultusunda vermektedir. Söz konusu içeriklerin neredeyse çoğu ülke markasının oluşturulmasına katkı sağlamaktadır. Bunlar turizm, yurt dışına ihraç edilen çeşitli markalar, iç ve dış politika, yatırım ve göçler, kültür ve miras gibi alanlarda insanlar vasıtasıyla iletilen mesajlar, ulus markasının oluşturulmasında oldukça önemli bir rol üstlenmektedirler (Hildreth, 2005, s. 88). Bir ulusun dünya çapında iyi bir adının olması o ülkeye, küresel ölçekte faaliyet gösteren şirketlerin fabrikalarını inşa edecekleri bir ülke olarak uluslararası platformda organize edilen çeşitli spor etkinliklerinin, güzellik yarışmalarının yapılacağı ülke ve şehir olarak ya da çeşitli opera ve tiyatro topluluklarının ülkeye ziyarette bulunması şeklinde geri dönüş yapacak kararların alınmasını sağlamaktadır (Hildreth, 2005, s. 85).

Son yirmi yılda reklamcılık, doğrudan doğruya yerini markalaşmaya bıraktı. Markalaşma ürünlere ve hizmetlere insanların tanımlayabileceği duygusal bir boyut kazandırdı. Bu bağlamda Singapur ve İrlanda artık yalnızca bir atlasta bulunan ülkeler

konumundan çıkmıştır. Giderek artan küresel bir tüketici kitle arasındaki duygusal rezonansa kıyasla önemsiz görülen coğrafi ve politik ortamlara sahip “marka devletler” hâline geldiler. Bir marka en iyi şekilde müşterinin bir ürün hakkındaki fikri olarak tanımlanır. Marka devleti, belirli bir ülke hakkında dış dünya fikirlerini içerir. “Amerika” ve “ABD’de üretildi” damgasının bireysel özgürlük ve refahı temsil ettiğini herkes bilir. Herm’in eşarpları ve Beaujolais Nouveau, Fransız *art de vivre*’yi çağrıştırır. BMW’ler ve Mercedes-Benz’ler, Alman verimliliği ve güvenilirliğini ortaya koyar. Günümüzde aşırı bir şekilde bilgi yüklendiği dünyada güçlü markalar doğrudan yabancı yatırımları çekmede, en iyi ve en parlak kişileri işe almada ve siyasi etkiyi kullanmada önemlidir (Ham, 2001, s. 2).

İster ulus markası olsun ister devlet markası olsun, markalama burada o ulusla ve devletle ilgili diğer ülke halklarının zihinlerinde kök salmış olan ön yargıları izole etmeyi amaçlamaktadır. Bir diğer deyişle stereotipleştirme, bireyler ya da uluslar hakkında işittiğimiz fakat bireysel olarak tecrübe sahibi olmadığımız düşüncelerdir. Uluslar hakkında pek çok ön yargı kuşaktan kuşağa aktarılmaktadır ve tarihsel bağlamda yaşanan olaylar da bir ulusun imajı hakkında karar verici bir mekanizma konumunda olabilmektedir. Bu bağlamda hiç şüphe yok ki kitle iletişim araçları bir kişinin nasıl davranacağını etkilemektedir. Ülke halkı diğer ülkelerin halkları ve hükûmetleri hakkındaki imajlarını oluşturur. Çünkü yabancı ülkeler hakkındaki bilgilerin büyük bir kısmının yaygınlaşması kitle iletişim araçları aracılığıyla oluşmaktadır (Kunczik, 1997, s. 8). Ulus markalaşmasında uzmanlar, diğerlerinin bir ulusa karşı sahip olduğu ve bir ülkenin ekonomik kalkınması için olumsuz sonuçlar doğurabilecek yanlış algılardan ön yargının sorumlu olduğunu iddia ediyor. Öte yandan ulusal gururun sağlam bir kısmının başarılı ulus markalaşmasının hem ön koşulu hem de sonucu olduğu söylenmektedir. Yani ön yargıya karşı reçete olarak ulus markalanması sunulmaktadır (Widler, 2007, s. 144).

Ulus markalaşması komünizmden demokrasiye geçiş yapan ülkeler için özel bir öneme sahiptir. Çünkü ulus markalaşmasının bir amacı, olumsuz ve pekiştirici kalıp yargıları değiştirmektir. Geçiş ülkeleri için bu, ülkeyi Sovyet etkisi altında var olan eski ve ekonomik siyasi sistemlerden uzaklaştırmayı ve ülkeyi modern küresel pazarda güvenilir ve uygun bir oyuncu olarak yeniden tanımlamayı içerir. Bu nedenle eski komünist ülkelerdeki ulusal markalaşma kampanyaları, yatırımcıları veya turistleri

çekmek için basit araçlardan daha fazlasını ifade etmektedir (White ve Kolesnicov, 2015, s. 327).

Söylem boyunca stereotiplerden, insanların diğer uluslar hakkında yeterince bilgi sahibi olmadan onlar hakkında duyduğu şeyler olarak söz edilmektedir. Aslında ulus markalaşması da kendi içinde potansiyel bir stereotipleştirici bir uygulama olduğu üzerinde pek düşünülmemektir. Uzmanlar küreselleşme nedeniyle insanların dünyayı anlamlandırmak için bu stereotipleri kullanmaları gerektiğini kabul ediyor. Yine de stereotip, modası geçmiş basitleştirmeler, gerçekler yerine izlenimlere dayalı genellemeler, çarpıtılmış fikirler olarak tanımlanmaktadır. Stereotipler ulus markalarının aynı anda hem düşmanı hem de en iyi dostu gibi görünmektedir. Çünkü uygulamada geçerli stereotipler genellikle ulusal bir markanın geliştirildiği başlangıç noktasıdır (Widler, 2007, s. 148). Örneğin ürünlerin ve şirketlerin marka imajları olduğu gibi dünya üzerinde yaşanan her yerin bir itibarı vardır. Bir yerin itibarı zengin, karmaşık veya basit olabilir. Çoğunlukla olumlu veya çoğunlukla olumsuz olabilir. Çoğu yer için, bu ikisinin sürekli değişen bir karışımıdır. Yer, Amerika Birleşik Devletleri veya Rio de Janeiro gibi uluslararası bir üne sahip olabilir. Bu da dünya nüfusunun çoğu için bir anlam ifade etmektedir. Dünyanın bir yerinde ünlü olabilir, ancak Manş Adaları veya Kırım Rivierası gibi yerler tanınmayabilir. Ya da Jamaika'daki Fruitful Vale veya Novolokti gibi en yakın komşuları dışında herkes tarafından tamamen bilinmiyor olabilir. Yer, bilen çoğu insan için çok az şey ifade ediyorsa veya kime sorduğunuza bağlı olarak çok farklı şeyler ifade ediyorsa zayıf bir üne sahiptir. Ancak birçok kişi tarafından biliniyorsa burası ünlü bir yer anlamına geliyor. Elbette güçlü ve ünlü olmak mutlaka olumlu anlamına gelmez. Örneğin Kuzey Kore, Afganistan, Irak şu anda olumlu olmayan güçlü ve ünlü itibarlara sahiptir. Ülkenin itibarı, içerideki ve dışarıdaki insanların şeklini güçlü bir şekilde etkiler (Anholt, 2007, s. 8). Bu bağlamda stereotipler, daha önce görmediğimiz ve hayal etmediğimiz dünya hakkında bize söylenen şeylerden ibarettir. Tecrübe etmeden hayalini kurduğumuz şeyler olarak tanımlanmaktadır. Sahip olduğumuz bu ön yargılar eğitim olmadığı müddetçe bizde zekâ aracılığıyla bir farkındalık oluşturarak derinlemesine algılama sürecine hükmetmektedirler (Lipmann, 1922, s. 85).

Ulus markasının bir stereotipleşme uygulaması olması, onun olumsuz stereotipleşme uygulaması yerine olumlu olanları yerleştirme amacından kaynaklanmaktadır (Widler,

2007, s. 148). Görüldüğü gibi, bir stereotipleşme olarak ulus markalama, onun propagandanın yararlandığı yöntemleri kullandığını göstermektedir. Ülkelerin başka ülkeler tarafından kendilerine atfedilen özellikleri de onların stereotipleşmelerine örnek gösterilebilir (Sancar, 2012, s. 143).

Ham, markalaşmayı uluslararası ilişkilere yapısalcılık olarak bilinen önemli bir çağdaş teorik yaklaşımla ilişkilendirme konusunda ilginç bir deney yapmıştır. Bu yaklaşım normların, değerlerin ve kimliklerin, devletlerarası güç ilişkilerinden bağımsız olduğunu ve ilgili aktörler tarafından kurulan sosyal yapılar olduğunu savunur. Normlar, değerler ve kimlikler hakkındaki tartışmalar ağırlıklı olarak medyada yürütülmektedir. Gerçekliğin sosyal inşası da yapılandırmacılığı iletişim teorisine bağlar. Ancak yapılandırmacılığın savunucuları ilgili iletişim teorilerini görmezden gelirken aynı şekilde iletişim uzmanları da yapılandırmacılığı görmezden gelmiştir. Kamu diplomasisi yapılandırmacılık, markalaşma ve iletişim çalışmaları arasında etkili bir şekilde köprü kurabilir (Gilboa, 2008, s. 68).

Robert Callahan'a göre kamu diplomasisi ve markalaşma belirli alanlarda benzer ancak diğerlerinden çok farklıdır. Benzerlikler arasında imaj ve sembol yönetimi, ilişki kurma ve kitle iletişim araçlarının yaygın kullanımı yer almaktadır. Farklılıklar, dış politikaya karşı artan satışlar, araçlar, iletişim türleri, yönetim, dil ve kültür olmak üzere hedefleri veya sonuçları içerir. Halkla ilişkiler, reklam, siyasi kampanyalar ve filmlerin, beyzbolun kriketle ilgili olduğu kadar kamu diplomasisiyle de ilgili olduğunu doğru bir şekilde gözlemlemiştir. Ona göre kamu diplomasisi karmaşık ve çok yönlü politikalarla ilgilenmeli, dış politika kararlarına uygun bağlam sağlamalı ve yurt dışında kolayca anlaşılamayan sosyal ve politik dürtülerle başa çıkmalıdır. Kısacası kamu diplomasisi sloganlara ve imajlara indirgenemez. Bir diğer tartışmalı sorun da markalaşmanın dikkatleri ezici ve baskın bir krizden daha avantajlı alanlara yönlendirme yeteneğidir (Callahan, 2006, s. 33).

Kamu diplomasisi ve ulus markalama ilişkisi üzerine genel bir değerlendirme yapılacak olursa kamu diplomasisi, propaganda, halkla ilişkiler ve ulus markalama gibi kavramların yeri geldiğinde uygulamanın konusuna göre karşılıklı etkileşim yoluyla birbirlerinin yerine geçmektedirler. Bir devlete karşı olumlu bir imaj yerleştirmek isteniyorsa bu noktada kamu diplomasisi kapsamında hedef kitlenin algıları yönetilerek amaçlanan olumlu imaj sağlanabilir. Olumlu imaj sayesinde bir

devletin başka halklar karşısında itibarı gelişecektir. Aynı zamanda bütün bu projeler kapsamında devletin hem itibarı ön plana artacak hem de ulus inşa edilerek bir marka yaratılmış olacaktır. Dolayısıyla kamu diplomasisi, doğru bir kimlik üzerine inşa edilmiş imaj yönetiminin, algının ve itibarın yönetilmesi olarak ifade edilebilir. Bu kavramların çoğu iletişimin stratejik olarak yönetilmesine hizmet etmektedir (Sancar, 2012, s. 144).

3.3. Kamu Diplomasisinin Kullanım Alanları

Kamu diplomasisi, devletlerin diğer ülkelerin yönetim mekanizmasından ziyade onların kamuoyunu etkilemek ve onlarla belirli yöntemler kapsamında karşılıklı iletişime geçmek için kaynaklarını harekete geçirdiği bir araçtır. Kamu diplomasisi, yayın yaparak ve kültürel ihracatı sübvans ederek değiş tokuşlar düzenleyerek ve benzeri yollarla bu potansiyel kaynaklara dikkat çekerek cezbetmeye çalışır. Ancak bir ülkenin kültürünün, politikalarının, değerlerinin içeriği çekici değilse bunları yayınlayan kamu diplomasisi yumuşak güç üretmez. Tam tersini üretebilir. Örneğin çıplaklık ve şiddet içeren Hollywood filmlerini muhafazakâr Müslüman ülkelere ihraç etmek, yumuşak güçten ziyade tiksinti yaratabilir. Bir başka örnek olarak Amerika'nın Sesi (VOA) yayınları, başkaları tarafından kibirli görülen hükûmet politikalarının erdemlerini öven yayınlar, sadece propaganda olarak reddedilecek ve çekiciliğin yumuşak gücünü üretmeyecektir (Nye, 2008a, ss. 97–98). Kamu diplomasisinin kullanıldığı alanlar, bağımsız bir şekilde uygulandığı zaman da onun amaçlarına hizmet etmektedirler. Bu bağlamda kültürel diplomasiyi kullanan birçok ülke bunu kamu diplomasisinden bağımsız bir şekilde kullanmıştır ancak yine de kamu diplomasisinin amaçlarını gerçekleştirmektedir (Sancar, 2012, s. 169). Bu başlık altında kamu diplomasisinin uygulama alanları kapsamında kültürel diplomasi, yurttaş diplomasi, inanç diplomasisi, lobicilik ve savunuculuk gibi alt başlıklar incelenecektir.

3.3.1. Kültürel diplomasi

Nye, ekonomik ve askerî bir gerileme yaşayan bir ülkenin, uluslararası gündemi şekillendirme yeteneğini ve çekiciliğini kaybetmesinin muhtemel olduğunu söylemektedir. Bazı ülkeler yenilmezlik veya kaçınılmazlık efsanesi tarafından sert güce sahip diğerlerine çekilebilir. Hem Hitler hem de Stalin bu tür mitler geliştirmeye çalışmıştır. Ona göre bir ülkenin sahip olduğu kültür ve ideolojinin çekiciliği, başka

Ülkelerin dikkatini çektiği ölçüde anlam kazanır (Nye, 2002, s. 10). Kültürel diplomasi genellikle bir ülkenin yönetim mekanizmasında bulunan karar alıcılarla daha çok yakından ilişkilidir. Devletlerin diplomatik ilişkilerinin olumlu bir şekilde sonuçlanmasını sağlar ve başka halklar nazarında olumlu bir imaj tanıtımı yapma gayretinde olan dış politika amaçlarını gerçekleştirir (Chartrand, 1992, ss. 134–54).

Kültür hakkında konuşulduğu zaman ne demek istenildiği ve kültürün uluslararası ilişkilerde nasıl bir işleve sahip olduğunu görmek için birkaç tanımlamada bulunmak gerekebilir. Daha sonra ise diplomatik kültürün temel unsurları teşhir edilecektir. Diplomatik kültür denilen kavram, kendilerini benzersiz ve diğerlerinden farklı gören farklı halklar arasındaki ilişkileri yürütme deneyiminden gelir. Bu kültür, diplomatik eğitim ve öğretimin sonucu olmalıdır.

Kültür, dünya üzerinde yaşayan toplulukların yaşam tarzlarını ifade eden, eğitim sürecinin oluşumu ailede başlayan, toplumların çekirdeğini oluşturan toplumsal bir bileşendir. Herhangi bir toplumun üzerinde kalıcı bir etki bırakılmak isteniyorsa işe önce o toplumun kültürel dinamiklerini öğrenerek başlamak gerekmektedir. Uluslar birbirleriyle kültür ve dil aracılığıyla etkileşime geçmektedirler. Bu noktada kamu diplomasisi muhatap olduğu kitleye daha etkili bir şekilde hitap edebilmek için kültürel diplomasinin yöntemlerini kullanmaktadır (Karadağ, 2016, s. 88).

Kültür, insanların birbirlerini nasıl algıladıklarını ve farklılıkları nasıl müzakere ettiklerini belirleyen önemli bir belirleyicidir. Küresel temas ve değişim fırsatları hiç olmadığı kadar çoğalıyor ve bu temaslar nedeniyle kültürün kendisi değişiyor. Artık kendilerini birbirlerine anlama ve değerlendirme için sunan görece statik kültürleri dşunemeyiz. Bunun yerine kültürler buluşuyor, karışıyor ve değeriyor. Bu, hkmetlere ve kültürel kuruluşlara ikili bir meydan okuma sunmaktadır. Bir yandan artan içerik ve uluslararası rekabet karşısında yerleşik bilim, kalite ve süreklilik standartlarını sürdürmeleri ve diğer yandan, kitlesel nüfusların hayati önem taşıyan kültürel okuryazarlık becerilerini geliştirmelerini sağlamaları gerekmektedir. Popüler kültürün anından uyumsuzluk yaratacağı bir dünyada, resmî kültür sektörünün arabuluculuk ve açıklama rolünü sürdürmesine her zamankinden daha fazla ihtiyaç vardır. Kısaca kültürel uçurumlarla en iyi şekilde kültürel köprü kurularak ilgilenilir (Briggs ve diğ., 2007, s. 19).

Kültürel diplomasi, bir ülkenin çıkarlarını ve konumunu dünyaya duyurmak için kullanılabileceği bir araçtır. Akademik, profesyonel, kültürel ve öğrenci değişim programları, ekonomik ve sosyal sorunlar, edebiyat, film endüstrisi, tiyatro sanatı, sanat sergileri ve performanslarının yanı sıra dans ve müzik konserleri kültürel diplomasi'nin uygulama araçları kapsamında yer almaktadırlar. Yapıcı bir imajın kurulmasına ve ülkenin olumlu bir imajının yaratılmasına olanak tanıyan çeşitli platformların ve fırsatların mevcut olduğu açık ve nettir. Kültürel diplomasi karşılıklı anlayışı geliştirmek için uluslar ve halklar arasında fikir, bilgi, sanat, dil ve kültürün diğer yönlerinin değişimini içeren bir tür kamu diplomasisi aracıdır. Kültürel diplomasi'nin kararlılığı, yabancı ulusun ekonomik ve politik hedeflere destek oluşturmak için ulusun idealleri ve kurumları hakkında bir anlayış geliştirmesidir (Kamsaris, t.y., s. 2).

Cynthia P. Schneider'a göre kültürel diplomasi, karşılıklı anlayışı teşvik etmek için uluslar ve halkları arasında fikirlerin, bilgilerin, sanatın ve kültürün diğer yönlerinin değişimi temelde bir ulusun kendisini başkalarına açıklamak için yaptığı her şeyi içeren daha geniş kamu diplomasisi çabasının önemli bir bileşenini oluşturur (Schneider, 2007, s. 147). Kültürel diplomasi'nin çoğu, yaratıcı ifadelerinin biçimlerini paylaşan uluslardan oluştuğu için doğası gereği zevklidir ve bu nedenle herhangi bir diplomatik araç kutusundaki en etkili araçlardan biri olabilir. Kültürel diplomasi; yumuşak gücün, kültür, değerler ya da fikirler yoluyla ikna etme yeteneğinin başlıca örneğidir (Schneider, 2007, s. 147).

Ali Fisher'e göre kültürel diplomasi izleyicinin üreticiyi temsil ettiğini algıladığı fikirlere dâhil etme girişiminde kültürel bir mal sunma eylemidir. Milton Cummings gibi bazıları, karşılıklı anlayış gibi ifadeler kullanarak kültürel diplomasiyi kültürel değişim diliyle birleştirmeye çalışır. Bununla birlikte Milton Cummings'in belirttiği gibi kültürel diplomasi "iki yönlü bir değişimden çok, tek yönlü bir yol" olabilir. Tıpkı bir ulusun çabalarını ulusal dili teşvik etmeye, politikalarını ve bakış açısını açıklamaya veya hikâyesini dünyanın geri kalanına anlatmak gibidir. Dil ne olursa olsun anahtar, değişim ve diplomasi arasındaki fark güç dinamiğidir. Bu bağlamda karşılıklılık ve simetrik bir ilişki, alışverişi kategorize eder, sunum ve tek yönlü iletişim ise kültürel diplomasi'nin daha büyük bir parçasını oluşturur (Fisher, 2008, s. 257).

Kültürel diplomasi birçok Orta Avrupa ülkesinde her zaman dış politikanın temel direklerinden biri olmuştur. Kültürel diplomasi, bir ülkenin yönetimiyle ve bir bütün olarak diplomatik operasyonların kolaylaştırılması için olumlu bir imaj çizmeyi amaçladığı için dış politika hedeflerine ulaşmakla yakından ilişkilidir. Bu anlamda kültür, dış politikaya ulaşmanın bir aracı olarak hizmet eder. Kültürel ilişkiler, edebiyat, film, TV ve radyo programları, sanat, bilim, müzik ve yurt dışındaki diller gibi kültürel ürünlerin tanıtılmasıyla ilgilidir. Nihai hedef, yabancı halkları bir ulusa, halkına, kültürüne ve diline alıştırmak ve kültürüyle o ülke hakkında olumlu bir kanaat oluşturmaktır. Kültürel diplomasi tek taraflı bir faaliyet olma eğilimindeyken kültürel ilişkiler karşılıklı çıkarları için ulusal toplumlar arasında anlayış ve iş birliğini sağlamayı amaçlar. Kültürel ilişkiler bu diğer itibar yönetimi biçimlerinden daha derin etkiye sahip oldukları ve daha fazla güvenilirlik taşıdıkları için olumsuz veya yanlış klişeleri değiştirmenin en iyi yoludur (Szondi, 2009, s. 302).

Kültürel diplomasi, dünya Soğuk Savaş'ın iki kutupluluğundan günümüzün çok kutuplu dünyasının belirsizliklerine geçerken de önem kazanmıştır. Bunun, ulusların ulusal kimliklerini inşa etme ve yansıtmaya biçimleri üzerinde derin bir etkisi olmuştur. Kültürel, dini ve etnik faktörler artık benlik ve topluluk duygumuzu tanımlamada daha büyük bir rol oynamaktadır. Yükselen Asyalı güçler, kültürün önemini anlıyor ve bilinçli olarak kendilerini sadece yabancı hükûmetlere değil aynı zamanda küresel kamuoyuna ve potansiyel ortaklara ve müttefiklere yansıtmak için bir araç olarak kullanılmaktadırlar. Bunu yaparken Batı dünyasındakilerle rekabet edebilmek için farklı ekonomik ve politik modeller geliştirmektedirler. Kültürel diplomasiğin artan önemi, daha geniş kamu diplomasisi kavramıyla birlikte, bir dizi son gelişmelere yansımıştır (Briggs ve diğ., 2007, s. 17).

Kültürel diplomasi uygulamalarının kamu diplomasisi uygulamalarında kullanılması, değişim programları ve başka ülkelerde var olan sosyal kültür dernekleri aracılığıyla olmaktadır. Bununla ilgili akla ilk gelen örnekler Fulbright, Erasmus gibi üniversiteler arası değişim programları, Fransa'da faaliyet gösteren Fransız Kültür Merkezi, Alliance Française, İngiltere'de bulunan British Council gibi farklı ülkelerde organize olan örgütlenmeler verilebilir (Sancar, 2012, s. 170).

Kültürel diplomasi kapsamında son 12 ayda Birleşik Krallık, Kültür, Medya ve Spor Dairesi (DCMS) uluslararası stratejisini yayımladı. Carter'in kamu diplomasisi

incelemesi, Kamu Diplomasisi Kurulunun kurulmasına yol açtı ve Full Corporate Offer- Fiyat Teklifi (FCO), dış politika önceliklerini bir kitapta netleştirdi. Bu üst düzey gelişmeler operasyonel düzeyde yansıtıldı. Örneğin Birleşik Krallık Ticaret ve Sanayi (UKTI) Sahne Sanatları Uluslararası Gelişim grubunun oluşumu da dâhil olmak üzere sahne sanatları için bir strateji yayımlarken Arts Council England (ACE) kısa süre önce öncelikler listesine “uluslararası” kelimesini ekledi ve sanatçıların uluslararası düzeyde uluslararası alışverişi ve ortak yapımı teşvik etme vaadinde bulunarak ülkedeki izleyicilerin ve sanatçıların Birleşik Krallık dışındaki en iyi sanatlardan yararlanmasını sağlamak için uygun bir zemin oluşturdu. Bir bütün olarak ele alındığı zaman bütün bu girişimler, kültürel diplomasinin nasıl bir şekilde yürütüldüğünü göstermektedir. Her ne kadar bu raporun iddia ettiği gibi kendimizi henüz meydana gelen değişimin ölçeğini karşılayacak şekilde organize etmiş olmamamıza rağmen her zamankinden daha ciddiye alınıyor (Briggs ve diğ., 2007, s. 17).

Kamu diplomasisinde uluslararası eğitim alanında değişim programlarında öğrencinin o topluma yönelik tutumlarının aşırı basitleştirilmiş kalıp yargılardan ziyade çok yönlü doğru bir imaja dayanmasını amaçlamaktır. Bu sürecin önemi, uluslararası öğrencinin ev sahibi ülkenin daha sofistike bir imajını kendi ülkesine taşıması ve bu gözden geçirilmiş imajı tanıdıklarına rapor etmesidir. Uluslararası eğitim değişimleri yoluyla kendi kültürü ve diğer yönleri hakkında anlayışı artırmayı amaçlayan bir ülke için değişim öğrencisinin öğrendiklerini kendi ülkesindeki çok sayıda insana aktararak aktif hâle getirmesini sağlamaya çalışmak ve garanti etmek önemlidir. Buna çarpan veya yayılma etkisi de denebilir. Bu, değişim programlarının önemli bir bileşenidir. Çünkü bütçe kısıtlamaları nedeniyle değiştirilebilecek sınırlı sayıda öğrenciyi telafi eder. Bu nedenle hükûmetler tarafından desteklenen uluslararası eğitim ve kültürel değişim programlarının çoğu, değiş tokuş edilecek doğru insanları, ideal olarak potansiyel lider olanları seçme ihtiyacını vurgular (Lima, 2007, s. 241).

Kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi kapsamında yapılan uluslararası değişim programlarının bir diğer önemli bileşeni de karşılıklılık düzeyidir. Hükûmetlerin daha uluslararası bir bakış açısı geliştirebilmesi için kendi vatandaşlarını yurt dışına göndermekle de ilgilendiklerini belirtmekte fayda vardır. Dünya daha da birbirine bağımlı hâle geldikçe, dar görüşlülüğün azaltılması, uluslararası ilişkilerin

yürütülmesinde gerçekten de giderek daha da önemli hâle gelmektedir. Bu, kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi pratiğinde monolog yerine diyalogun daha fazla öne çıktığı argümanını desteklemektedir (Lima, 2007, s. 241).

Günümüzde kültürel diplomasi faaliyetlerinin en çok yürütüldüğü ülke ABD'dir. ABD hükûmeti tarafından desteklenen uluslararası eğitim ve kültür değişimleri, ABD kamu diplomasisinin ulusal çıkar hedefleri doğrultusunda denizaşırı ülkeleri bilgilendirmek, etkilemek ve dâhil etmek için yürüttüğü çabalar da kültürel diplomasi uygulamalarının bir dayanak noktası olarak kabul edilmektedir (Snow, 2009b, s. 239).

Kamu diplomasi faaliyetlerinin yelpazesi belirli politikaların doğrudan savunulmasından kültürel diplomasinin daha asil arayışlarına ve yurt dışında sempaticanlar kazanmak için sanatların kullanımına kadar uzanmaktadır. Değişimler genellikle kültürel diplomasi kategorisine girerken tasarlandıkları amaca göre çeşitli şekillerde uygulanabilen esnek bir ortamdır. Değişimler iki yönlü kamu diplomasisi uygulamaları için karşılıklı diyalog ve alternatif görüşlere yer vermesi açısından idealdir (Smith, 2009, ss. 51–52).

1946 yılında Arkansas senatörü J. William Fulbright, İkinci Dünya Savaşı sonrasında karşılıklı eğitim ve kültürel değişim aracılığıyla ülkelerarasında ortak bir nokta geliştirmek maksadıyla Amerikan kongresine bir kanun sunmuştur. Fulbright Programı olarak da bilinen bu tasarı, Amerika Birleşik Devletleri'nin en itibarlı burs programıdır. Bu kanunun fikir babası olan Senatör J. William Fulbright, Fulbright Programı'nın dünyadaki silahlı çatışma ihtimaline karşı atılan önleyici bir nitelik taşıyan bir eğitim programıdır. Amerikalı öğrenciler ve sanatçılar, bu program sayesinde dünyanın her yerinde eğitim ve araştırma olanaklarından faydalanmakta aynı zamanda dünyanın birçok yerinden öğretmen, öğrenci, akademisyen gibi çeşitli meslek gruplarından insanlar gelerek hem eğitim alabilmekte hem de eğitim verebilmektedirler. Bu program, günümüzde ülkelerin giderek daha da birbirine bağımlı hâle geldiği bir dünyada bireylere kendilerini uluslararası alanda özgürce ifade edebilme ve geliştirme imkânı sunmaktadır (www.fulbright.org.tr).

Bu bağlamda Fulbright Programı, Soğuk Savaş sebebiyle özellikle ABD Başkanı Harry S. Truman'ın Sovyet propagandasına karşı koymaya yönelik “Hakikat Kampanyası” ışığında daha stratejik bir siyasi rol kazanmıştır. Buna göre komünizme karşı Amerikan psikolojik saldırısında bilgi faaliyetlerini ve uluslararası eğitim

değişimlerini harmanlama planları vardı. Aynı zamanda bir propaganda aracı olarak daha saldırgan hâle gelmesi için, Fulbright Programı üzerindeki baskının bir kanıtı, 1948’de ABD Bilgi ve Eğitim Değişimi yasasının onaylanmasıdır (Lima, 2007, s. 244).

ABD Dışişleri Bakanlığı, ABD Fulbright öğrencilerinin bir sonuç değerlendirmesi yayınlamıştır. 2005 yılındaki program, Fulbright Programına katılımın %97 oranında karşılıklı anlayışı desteklediğine, %92 oranında özgüven ve liderlik gibi özelliklerini geliştirdiğine dair neredeyse oybirliği ile inancı ifade etmiştir. Aynı zamanda %89 oranında diğer kültürlerden olan insanlarla yakın çalışma becerisi, %71 oranında başkalarına liderlik etme isteği, %100’ü ise ev sahibi ülke hakkında daha derin bir anlayış geliştirmiştir. Amerikalı öğrencilerin %93’ü ev sahibi ülke vatandaşlarının gözünden görmenin bir sonucu olarak ABD toplumu ve kültürünü daha derinden anladığını bildirmiştir (Snow 2009b, s. 238). Uluslararası eğitim ve değişim programlarının kültürel diplomasi kapsamında yapılmasından dolayı bu diplomasi türüne aynı zamanda “Değişim Diplomasisi” de denilmektedir.

Kültürel diplomasi, çeşitli faaliyetler yürütmek için araç olarak genellikle kültür merkezleri, kütüphaneler gibi mekânlardan faydalanarak uzun vadeli bir enformasyon akışını sağlarken değişim diplomasisi, bir devletin yurttaşlarını yurt dışına göndererek ve karşılıklı olarak yurt dışından vatandaşları bir eğitim veya kültürleşme dönemi için kabul ederek uluslararası çevreyi yönetmeye çalışmaktadır. Bu, tek yönlü bir süreç olarak kavramsallaştırılabilse de karşılıklılık unsuru değişim diplomasisinin bu alanını karşılıklılık yapma eğilimindeydi. Yani her iki tarafın da yararlandığı ve dönüştürüldüğü uluslararası bir öğrenme deneyimi vizyonu oluşturmayı amaçlamaktadır (Cull, 2009b, s. 20). Değişim programları aynı zamanda kanaat önderi yetiştirme modelini amaçlamaktadır. Bu sayede değişim katılımcılarının gönüllü olarak Amerika Birleşik Devletleri hakkında meşru ve saygın görüş ve yargı kaynakları olarak hareket etmişlerdir (Scott-Smith, 2009, s. 51).

Snow’a göre ABD medyası, uluslararası gazetecilerle daha güçlü ve kalıcı ilişkiler geliştirmek için çalışmalıdır. Kişiler arası iletişim, güven, anlayış ve dostluk inşa etmek için bu, en önemli fırsattır. Bu nedenle Fulbright Programı, Uluslararası Ziyaretçi ve Liderlik Programı ve sanat ve yazar değişimleri Amerika Birleşik Devletleri’nde kalpleri ve zihinleri kazanma konusunda en çok söze sahiptir (Snow

2009a, s. 5). ABD Dışışleri Bakanlığı, Uluslararası Ziyaretçi Programı kapsamında 1997 yılında kuruluşundan bu yana IVP ile yaklaşık 100.000 kişinin Birleşik Devletler'e seyahat ettiğini hesaplamıştır. Bunların içinden 177'si devlet veya hükûmet başkanı olmuştur. Bu program dâhilinde değişim faaliyetlerine katılan en ünlü örnekler Margaret Thatcher, Nicolas Sarkozy, Ehud Olmert ve Hamit Karzai gibi siyasetçilerdir (Scott-smith, 2009, ss. 345–46). Görüldüğü üzere Amerika Birleşik Devletleri, bu program kapsamında seçtikleri öğrencileri, gelecekte ABD'nin yönetim mekanizmasında yer alan bireyler yetiştirmek için özel bir eğitim sürecine tabi tutmaktadırlar.

Nancy Snow, kültürel diplomasi alanında yapılan çalışmalardan en başarılı olarak Fulbright Programını görerek diğer kültürel diplomasi programlarının söz konusu programın amaç ve hedeflerini örnek almaları gerektiğini ifade etmektedir. Ona göre entelektüel arayışlara katkıda bulunmak, kişinin küresel bir vatandaş olarak rolünü güçlendirmek, barış ve küresel iş birliği arayışında fikir ve bilgileri paylaşmak için lanse edilen bir program, Fulbright idealizm ruhunu güçlendirecek bir stratejiye sahip olmalıdır (Snow, 2009b, ss. 237–38).

Karşılıklı etkileşimin kültürel diplomasinin en önemli bileşenlerinden biri olduğu daha önce ifade edilmişti. Bu bağlamda değişim programları da bu amaca hizmet etmektedir. ABD için bu değişim programı kapsamında kültürel etkileşim faaliyetlerinin en önemli olduğu ülke SSCB'dir. Bu kapsamda, 27 Ocak 1958 tarihinde ABD ve SSCB arasındaki ilk değişim programı anlaşması imzalanmıştır. Söz konusu anlaşma, dönemin ABD başkanı Esienhower'ın Doğu ve Batı değişimlerinden sorumlu özel kalemi William S.B. Lacy ile ABD'deki Sovyet elçisi Gregory Z. Zarubin'in adını taşıyan "Lacy-Zarubin" anlaşmasıdır. Anlaşmanın tam başlığı "Agreement Between the United States of America and the Union of Soviet Socialist Republics on Exchanges in the Culturel, Technical and Educational Fields" (ABD ve SSCB arasında Kültürel, Teknik ve Eğitim Alanlarındaki Değişim Anlaşması) olan anlaşma, ilk defa 1958 yılında Moiseyev Dans Topluluğu'nun ABD'ye gelmesine imkân tanımıştır. Aynı şekilde 1960 yılında American Ballet Theatre SSCB'ye gönderilmiştir. 1959 Nisan ayında bir Bolşoy Balesi ve 1961'de Eylül ayında Kirov Balesi Amerika'ya gelmiş, buna karşılık 1962 yılında New York Şehir Balesi SSCB'ye gönderilmiştir (Prevots, 1998, ss. 69–81).

Soğuk Savaş döneminde SSCB’de tiyatrolar, müzeler, operalar, sanat sergileri gibi çeşitli alanlarda kültürel gösterilen kültürel faaliyetler, ABD’nin yumuşak gücünü üretmiştir (Nye, 2005, s. 45). 1959’larda Sovyetler Birliği, uluslararası platformda komünizm rejimini barışçıl bir yöntemle yaygınlaştırmış buna mukabil ABD’nin Kore Olayı’nda savaş yanlısı bir politika izlediği bir sırada USIA aracılığıyla gerçekleştirilen etkinlik bu sert ortamı yumuşatmayı amaçlamıştır. 1955 yılında ABD’de New York Modern Sanat Müzesi için oluşturulmuş “The Family Of Man” adlı fotoğraf sergisi Sovyetler Birliği’nin de aralarında bulunduğu 68 farklı ülkeden sanatçıyı bu organizasyon sayesinde bir araya getirmiştir. Sergide genellikle hayatın içinden izler barındıran fotoğraflar sergilenmiştir. Sergi; Berlin, Guatemala City, Moskova ve Paris gibi şehirlerin olduğu 91 şehir ve 38 ülkede ziyaretçilere açılmıştır. Sergide sadece Amerikan yaşam tarzını anlatan fotoğraflardan ziyade birçok farklı kültürden izler barındırması Amerika’yı dünyaya değil dünyanın Amerika tarafından dünyaya tanıtılması onu başarılı kılmıştır. Sergide yer alan fotoğraflar arasında Berlin’de bir isyancı, Kore’de hayatını kaybetmiş bir asker gibi siyasi içerikli fotoğraflar da vardır. Ancak sergi, Roland Barthes tarafından tarihe referans verilmediği gerekçesiyle eleştirilmiştir (Cull, 2009, ss. 36–40).

Ampirik çalışmalar bugüne kadar değişim programlarıyla uluslararası anlayış arasında güçlü bir ilişki olduğunu öne sürse de bazı önemli istisnalar da vardır. Bunlardan en önemlisi ve en ünlüsü de 1948’de Amerikan eğitim sistemini incelemek için Colorado’ya giden bir değişim ziyaretçilerinden biri olan Mısırlı yazar Sayed Qtub’tur. Sayed Qtub, Colorado’da gördüklerini tüketicilik ve şehvet düşkünlüğü olarak nitelendirmiştir. Ülkesine döndüğünde Müslüman Kardeşler adlı bir örgüt kurarak batı dünyasının yaklaşmakta olan yozlaşmış kültürüne karşı ülkesinin sesi olmuştur. Seyyid Kutub’un kariyerinin analistleri, değişim programından önce onun Amerika hakkında anlayışsız düşüncelere sahip olduğunu ifade etmiştir ancak programın bunları güçlendirdiği ve belki de onu daha fazla militanlığa motive ettiği açık ve net bir şekilde görülmektedir (Cull, 2009b, s. 45).

Değişim programının başarılı örneklerinden biri Fransa-Almanya arasında gerçekleşen lise değişimleridir. İkinci Dünya Savaşı’ndan 1997 yılına kadar beş milyondan fazla öğrenci değişikliği yapılmış, bu program, iki ülke arasındaki ilişkilerin normalleşmesine katkı sağlamıştır (Smith, 2009, s. 50).

İngiltere'nin kültürel değişim faaliyetleri ise Büyük Britanya Konsül'ü tarafından yürütülmektedir. Konsey; dil öğretimi, kültürel değişimler ve sunumlar vasıtasıyla, İngiliz halkının yaşamını ve düşüncesini yurt dışında daha yaygın bir şekilde tanıtmak ve İngiliz Milletler Topluluğundaki ortak kültürel gelenekleri güçlendirmek için kurulmuştur (Kunczik, 1997, s. 63). British Council, terör örgütlerinin politikalarına karşıt olarak illegal göçle mücadeleye destek olmaktan ziyade İslam dünyasına dâhil olma amacına hizmet etmeye daha çok uygundur (Cull, 2009b, s. 20). British Council'in temel amacı, Birleşik Krallık'taki ve diğer ülkelerdeki insanlar arasında karşılıklı olarak yararlı ilişkiler kurmak ve Birleşik Krallık'ın yaratıcı fikirlerinin ve başarılarının takdirini artırmaktır. Bu kurumlar, kendi ülkelerinin ve yurt dışındaki halkların algıları hakkında araştırmalar yaparak, çoğu zaman ön yargılara ya da kalıp yargılara dayanan bu imajı geliştirmeyi amaçlamaktadır (Tench ve Yeomans, 2006, s. 133).

Almanya'nın kültürel diplomasi faaliyetleri İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra 1951 yılında Goethe Enstitüsünün kurulmasıyla birlikte yeni bir boyut kazanmıştır. Bu kapsamda genellikle Batı tarzı demokrasilere özgü olağan dersler, gençlik, akademik ve spor değişimleri, kültür ve sanat sergileri ve dil eğitimi gibi uygulamalara yer verilmiştir. Amaç; Almanya'nın yabancı halklar karşısında tanıtımını yapmak ve imajını güçlendirmektir (Zöllner, 2006, s. 170).

Japon diplomasi tarihinde, diğer ülkelere insanlarla yakınlığı teşvik etme, halkla ilişkiler ve kültürel değişim, başka bir deyişle kamu diplomasisi yoluyla tutarlı bir kavram ve koordineli bir politika olarak Japonya hakkında daha derin algılar yaratma fikri nispeten yenidir. Bu kapsamda oluşturulan MOFA, kendi operasyonları ve yurt dışında 189 büyükelçilik ve konsolosluk ofisleri aracılığıyla yabancı vatandaşlara ve deniz aşırı medyaya yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri ve kültürel değişim programları yürütmektedir. Kurum, dış halkla ilişkilerle ilgilenir, Japon kültürünü ve toplumunu tanıtır, dünya çapında insandan insana alışverişi yürütür, Japonca dil öğrenimini ve deniz aşırı Japonca çalışmalarını teşvik eder, sanatsal ve entelektüel alışverişi gerçekleştirir ve UNESCO gibi uluslararası kuruluşlarla iş birliği yapar (Ogawa, 2009, s. 271).

Çin'de icra edilen kültürel diplomasi faaliyetleri, buraya yabancı ülkelere daha fazla öğrenci çekmek için Eğitim Bakanlığı yurt dışında bulunan Çin üniversitelerinin

tanıtımını yaparak gelişmiş ülkelerden gelen öğrencilere yönelik yeni programlar geliştirmektedir. Ayrıca yabancı öğrenciler için vize işlemlerini kolaylaştırarak Batı dünyasının kaliteli eğitim görmüş yabancı akademisyenlerin Çin’de eğitim vermeleri için her türlü imkânı sağlamaktadırlar (Leonard, 2014, s. 21).

3.3.2. Yurttaş diplomasisi

Yurttaş diplomasisi, kamu diplomasisinin etkin bir şekilde kullandığı uygulama araçlarından birisidir. Yurttaş diplomasisinin uygulama şekli genellikle kişiler arası iletişim şeklinde gerçekleşmektedir. Yüz yüze iletişimin esas olduğu bu iletişim şeklinde, iletişime geçilen bir bireye ulusal çıkar ve menfaatler anlatmak isteyenler için bu uygulama şekli hedefe ulaşmada oldukça etkilidir. Yüz yüze iletişim sayesinde iletişim kurulan bireyle doğrudan bilgi akışı yapılmakta ve kişinin verilen mesajları doğru anlayıp anlayamaması veya verilen mesajlara nasıl tepki gösterdiği, mesajı gönderen tarafından anında öğrenilebilmesi açısından avantajlı bir yöntemdir (Sancar, 2012, s. 176).

Çoğu zaman bireylerle en iyi iletişim sivililer tarafından kurulmaktadır (Nye, 2008a, s. 142). Kitleler mananın ortaya çıkmasında aktif bir rol üstlenmektedirler (Curtin ve Gaither, 2005, s. 101) Dolayısıyla kitleleri meydana getiren bireylerin sürece aktif bir şekilde katılması verilen mesajın iletilmesi açısından değil mesajın aktarılıp anlamın ortaya çıkmasına katkı sağlayacaktır. Mesajı doğrudan alan bireyin mesaj karşısında verdiği tepki elbette anlamın üretilmesinde etkili olacaktır. Ancak yurttaş diplomasisinde mesajı aktaran kişinin mesajı ne şekilde aktardığı da önemli bir ayrıntıdır. Bu nedenle yurttaş diplomasisinde mesajları alan yurttaşların yetkinliğinin sağlanması onu kamu diplomasisinin bir alt disiplini hâline getirmektedir (Sancar, 2012, s. 176).

Yurttaş diplomasisi bireysel olarak ABD dış ilişkilerini şekillendirmeye yardımcı olmaya hakkına, hatta sorumluluğa sahip olduğu, her seferinde bir el sıkışma kavramıdır. Yurttaş diplomatları genellikle yurt dışındaki değişim programlarına katılan veya ABD’deki uluslararası değişim programı katılımcılarına ev sahipliği yapan ve onlarla etkileşime giren resmî olmayan elçiler olarak tanımlanır. Kişiden kişiye yüz yüze ilişkiler kurarlar daha sonra resmî diyalog ve müzakereler için bağlam görevi görececek insan bağlantıları ağını oluşturmaktadır. Bu değişim programları öncelikle ABD hükûmeti tarafından finanse edildiği ölçüde, yurttaş diplomasisi kamu

diplomasisinin bir bileşenini teşkil etmektedir (Mueller, 2009, s. 101). Kamu diplomasisinin iç yüzü, herhangi bir ülkenin yurttaş diplomatı pozisyonunda dışarıda okuyan ya da görev yapan vatandaşlardır. Bu vatandaşlar gayriresmî şekilde faaliyet gösterdikleri için gönüllü olarak bu organizasyonları yürütmektedirler. Dolayısıyla gittikleri ülkenin halklarının gözünde daha samimi ve daha inandırıcı olabilmektedirler (Potter, 2003, s. 58).

Kamu diplomasisinin bir alt disiplinini oluşturan yurttaş diplomasisi yeni bir kavram değildir. Mueller, kâr amacı gütmeyen yurttaş diplomasi kuruluşlarının ev sahibi hükûmetten bağımsız hareket etmesinin ne kadar önemli olduğunu belirtmiştir. Yurttaş diplomasisi, kim olduğumuzu ve neye değer verdiğimizi gösterir ve Birleşik Devletler'deki özel sektörün önceliğini belirler. Örnek olmanın gücü her şeyden önemlidir. Değişim ziyaretçileri, herhangi bir uzmanın konferansta veya brifingde söylediklerinden, kendi öğrendiklerinden çok daha fazlasını öğrenirler (Eastwood, 2007, s. 445).

Yurttaş diplomasisinde her şey pembe değildir. Pratikte ve teoride bununla ilgili sorunlar vardır. Yurttaş diplomasisi her derde deva değildir. Daha geniş bir uluslararası ilişkiler stratejisine entegre edilmesi gereken birçok araçtan sadece birisidir. Seçimleri kazanan, büyük medya sıçramaları yapan veya bitmeyen bütçe fonları alan bir kavram değildir. İster Amerika Birleşik Devletleri'nde ister yurt dışında olsun, yurttaş diplomasisine katılan insanlar genellikle akademi ve siyaset dünyasının seçkinlerindendir (Eastwood, 2007, s. 445). Mueller yurttaş diplomasisinin artık çok daha fazla dikkat çeken bir boyutunun olduğundan bahseder. Her bir vatandaşın kendini bir yurttaş diplomatı olarak algılaması gerektiğini ifade etmektedir. Bir üniversite sınıfında yabancı bir akademisyenin yanında oturan bir öğrenci, yurt dışında yarışan bir sporcu, yabancı meslektaşları karşılayan seçilmiş resmî görevli, başka bir ülkede performans sergileyen bir rock yıldızı veya denizaşırı bir iş temsilcisi yurttaş diplomatlarına birer örnek teşkil etmektedirler (Mueller, 2009, s. 106).

Yurttaş diplomasisi kişiler arasında iletişim kurabilir ancak genellikle demokrasi için kurumlar inşa edemez. Başka bir deyişle gelişmekte olan ülkeler, yurttaş diplomasisine ilişkin anlayıştan daha fazlasını kullanabilen ülkeler, genellikle yeni bir fikir birliği oluşturmak amacıyla yurttaş diplomasisi için gerekli olan iç güvenliğe, istikrara ve demokratik kurumlara sahip değildir (Eastwood, 2007, s. 445).

Kamu diplomasisi disiplininde yurttaş diplomatı olarak tanımlanır labilecek bir diğer grup, ülkesinden kaçıp başka ülkelere sığınan mülteciler ve o ülkede bulunan diasporalardır. Bu iki grup, kamu diplomasisinde kişiler arası iletişimi sağlamak için kullanılan iki ana grubu teşkil eder. Bu bağlamda uluslararası kültürel aktarım mekanizması olarak göçmenlerin etkisi ve çalışan göçmenler, onlara yönelik politikaların oluşturulmasını da gerekli kılmaktadır (Cull, 2009b, s. 50). Ülkelerin başka ülkelerde yaşayan yurttaşlarına yönelik farklı bölgelerde kurulacak dernek ya da çeşitli birimler vasıtasıyla onları kamu diplomasisi kapsamında verilen mesajlar hakkında bilgilendirmeleri mesajların diğer ülkelerin yurttaşlarına doğrudan ulaşması açısından önemlidir (Sancar, 2012, s. 178).

3.3.3. İnanç diplomasisi

Din, kültürlerin oluşumuna katkı sağlayan ve onu tanımlayan etkenlerden biridir. İnanç diplomasisi de kültürel diplomasinin bir uzantısı ya da farklı bir boyutudur. Tarih boyunca din olgusu, genelde uluslararası ilişkileri, özelde ise dış politikayı şekillendiren önemli bir unsur olmuştur. Bir kültür unsuru olan din, devletlerin siyasi amaçlarına hizmet eden önemli bir değişkendir (Fischer, 2006, s. 38). Aynı zamanda Sancar’a göre din, hem uluslararası çatışmaların temel nedeni olurken hem de ülkelerin politik menfaatleri için de bir araç olarak kullanılabilir. Tarihte Haçlı Seferleri, Osmanlı’nın halifelikle yönetilmesi gibi süreçler dinin güç dengelerini sürdürmek için önemli bir dayanak noktası olduğunun göstergesidir. Bu örnekler doğrultusunda inanç diplomasisinin amacı öncelikle çatışmaları sonlandırmak ve bütün bireylerin inancına gereken saygıyı göstermek ve dinler arasında diyalogu oluşturmaktır (Sancar, 2012, s. 179). Zaharna’ya göre din, dünyanın diğer bölgelerinde her zaman siyasetin ve devlet olmanın merkezinde yer almıştır. Din, kültürel çatışmanın ana kaynağı olarak görülse de diğer bilim adamları dini daha iyi anlamının çatışmaları hafifletmeye yardımcı olabileceğini iddia ettiğini ifade etmektedir (Zaharna, 2011, s. 118).

Amerikan çıkarları, siyasetçilerin ve seçkinlerin inançları ve dini inançları da dâhil olmak üzere, dinin uluslararası ilişkileri nasıl etkilediğine dair artan farkındalık ve tanıma yoluyla ulusal ve uluslararası görüşlerin altında yatan inanç yapıları ve dini kuruluşların etkisi daha iyi karşılanacaktır. Dini liderler, örgütler, kurumlar ve topluluklar şiddeti onaylamak için dini harekete geçirebilirken aynı zamanda çatışmaları çözmek için de dinden faydalanabilir veya insani yardım ve kalkınma

yardımı sağlamak için dine başvurabilir. Başarılı bir şekilde dâhil olmak için hükûmet analizleri, politikaları, eğitimi ve programlaması, çatışmaya meyilli ortamlarda dinin çeşitli rollerinin anlaşılmasını tam olarak içermelidir (Farr, 2009, s. 198).

Seib'e göre dini kurumlar, liderler ve taraftarlar, kamu diplomasisinin etkilemek ve ortak olmak istediği küresel kamuoyunun önemli bir bölümünü temsil etmektedir. Diplomatlar ve kamu görevlileri tarafından dinin gücüne yeniden gösterilen ilgi, dinin büyük ölçüde değişmesinin sonucu olmayabilir ancak bunun yerine her zaman var olana dair artan bir farkındalığın sonucu olabilir. Modern ve postmodern dünyalarda dinin gerileyeceğine dair yaygın bir varsayımın birleştiğinde birçoğu dini topluluklarla ortaklıklar arayan devlet kurumlarının önemini duyunca şaşırmaktadır (Seib, 2013, s. 10).

İnanç diplomasisi örneklerine Türkiye'nin İslamofobi karşısında gösterdiği mücadeleci tavırlar ve bu anlamda verdiği mesajlar da gösterilebilir. Nitekim Türkiye'nin kamu diplomasisine yönelik gayretleri onun modern ve aynı zamanda Müslüman bir ülke olduğu imajını barındırmak ve ülke olarak benimsediği bu kimlik onun uluslararası platformda yumuşak gücünü meydana getirmektedir. Örneğin her yıl Aralık ayının 17'sinde Konya'da düzenlenen Şeb-i Arus törenleri ulusal ve uluslararası toplumlarda oldukça büyük ilgi görmekte ve dünyanın dört bir yanından insanlar bu törene katılmak için Konya'ya gelmektedirler. Dolayısıyla yapılan bu törenler Mevlana Celaleddin Rumi'nin inanç felsefesini oluşturan sevgi, hoşgörü, alçakgönüllülük gibi değerlerin ön plana çıkmasına katkı sağlamakta ve yabancı halklar nazarında İslamiyet'e karşı bir sempati oluşmaktadır. Bu, aynı zamanda Türkiye'nin kültürel diplomasi kapsamında yürüttüğü faaliyetler arasına da girmektedir. Birbirleriyle ilişkili olan bu kavramlar Türkiye'nin kamu diplomasisi uygulamalarında dünyaya hem modern hem de Müslüman bir devlet imajı oluşturmada oldukça etkili olmaktadır.

Bir başka örnek olarak Çin, Budizm'in ülkeye tanıtıldığı 2000 yıl öncesine kadar izlenebilen inanç diplomasisiyle uzun bir geçmişe sahiptir. O zamandan beri Çin, Budizm'in yanı sıra Zerdüştlük, Maniheizm, Hristiyanlık ve İslam dâhil olmak üzere yabancı dinlerle resmî ve gayriresmî etkileşimlerde bulunmuştur. Çin aynı zamanda Konfüçyüsçülük ve Çin Budizm'i gibi doğuştan gelen inançlarını da destekledi. Bugün Çin, dünyanın önemli bir güç oyuncusu hâline geldikçe, diplomatik amaçlarla çeşitli

inançlardan yararlanarak yumuşak gücünü arttırmaya çalışmaktadır (Zhang, 2013, s. 75). Bu amaçla aynı zamanda sistemik sosyo-ekonomik ve siyasi reformlarının bir parçası olarak Çin, son yıllarda dini örgütlerin kurumsal özerkliğini genişleten ve dini kurumların gücünü sınırlayan bir dizi yeni politika yaparak ve yasalaştırarak ödevini yapmaktadır. 2001 yılında Başkan Jiang Zemin, ilk kez dinin toplumda dengeleyici bir güç unsuru olarak hareket edebileceğini ve dolayısıyla ulusal kalkınma için olumlu bir güç olarak harekete geçirilebileceğini kabul etmiştir. Dinlerin artık sosyal kalkınmada olumlu bir rol oynadığı kabul edilmekte, olumlu değerleri temsil ediyor ve uyumlu bir toplumun gelişimine katkıda bulunmaktadır. Hem seçkinler hem de devlet kademeleri dini ve dini faaliyetleri kurumsallaştırmakla ilgilenmektedir. Şaşırtıcı olmayan bir şekilde Çin hükûmeti dini diplomatik bir kaynak olarak görmektedir (Zhang, 2013, s. 83).

Çin hükûmeti tarafından belirtildiği gibi buranın inanç diplomasisinin hedefleri arasında Çin'in dini politikasının uluslararası olarak anlaşılmasını ve kabul edilmesini teşvik etmek, dinlere ilişkin eylemlerini savunmak, imajını iyileştirmek ve uyumlu bir dünya inşa etmek yer alıyor. Bu açıkça “uyumlu bir toplum inşa etme” yerel sloganının bir uzantısıdır. Çin hükûmeti bu bağlamda 2006 ve 2009 yıllarında “Uyumlu bir dünya akılda başlar” temalı Dünya Budizm Forumu 1000 budisti, 37 farklı ülkeden gelen akademisyenlerle bir araya getirmiş, forumun ikincisi ise “uyumlu bir dünya: koşulların sinerjisi” teması kapsamında 1700 budist ile 50 farklı ülkeden gelen akademisyeni buluşturmuştur (Zhang 2013, 84). Bu bilgilerden de görüldüğü üzere Çin, kamu diplomasisi kapsamında ülkesinde farklı dini inanç ve kültürlere özgürlük alanı tanıyarak Budist inancını ve kültürünü tüm dünyaya tanıtmak istemiştir. Çin'in bu kapsamda gerçekleştirdiği politikalar kültürel diplomasinin de uygulama alanlarına girmektedir.

Sonuç olarak dinin toplumlar nezdinde önemli bir kurum olduğu açık ve nettir. Dolayısıyla kamu diplomasisinin din olgusunu dış politika kararlarına dâhil etmemesi düşünülemez. Çünkü toplum diniyle, kültürüyle, benimsediği ideolojiyle ve sosyo-ekonomik yapısıyla bir bütündür. Bu olguları birbirinden bağımsız bir şekilde ele almak eksik ve yetersiz bir sonuç doğuracaktır. Etkili bir kamu diplomasisi oluşturmak için mutlaka toplumun benimsediği dini inançlar göz ardı edilmemelidir. İnanç diplomasisi, küreselleşen dünyada kitlelerle iletişime geçmek ve dinler arasında etkili

bir diyalog oluşturmak için kamu diplomasisinin kullandığı ve geliştirdiğı yöntemlerden biridir.

3.3.4. Lobcilik

Lobicilik, diplomasi sanatıyla benzer özellikler içermektedir. Lobcilik politik bir ikna kabiliyeti olarak da tanımlanabilir. Kulis faaliyeti olarak da bilinen lobcilik, bir devletin yönetim mekanizmasını, milletvekillerini ve karar alıcı mekanizmalara yönelik çıkar ve baskı gruplarının yürüttüğü faaliyetleri içermektedir (Demir, 2012, s. 107). Yabancı toplumlarda daha geniş kamuoyunu etkilemeyi amaçlayan kamu diplomasisinden farklı olarak politika oluşturma çevrelerine odaklanmaktadır. Lobcilik teoride genelde halkla ilişkiler disiplininin bir alt dalıdır ancak pratikte kamu diplomasisi kapsamında yürütölen halkla ilişkiler faaliyetleri olarak belirli bir amaca hizmet etmektedir (Melissen, 2011, s. 9).

Lobicilik, resmî olarak tanınmasa da işletmelerin kullandığı ve değer verdiğı, insanların girmek istediğı ancak ne bekleyeceğini ve gerçekte ne olduğunu her zaman bilmeden artık bir meslek grubundan biridir. Lobcilik kurumların eylemlerini etkilemek için tasarlanmış herhangi bir eylem olarak görölebilir. Kapsamı, mevzuat düzenleyici ve politika kararlarıyla kamu sektörü temasları veya hibeleri hakkındaki müzakereleri içermektedir. Lobcilik, demokratik sürecin önemli bir parçasıdır. Her zaman da olmuştur. Lobcilik aynı zamanda halkla ilişkiler firmalarının sunduğı hizmetlerden biri olmuştur. Bu firmaların çoğı tam olarak iletişim hizmeti yetenekleri sunduğunu iddia eder ve bu nedenle bu hizmetin bir parçası olarak siyasi kitlelerle iletişim kurmayı yani lobi yapmayı içerir. Bu anlamda lobcilik daha geniş iletişim hizmeti sunumunun bir parçasıdır (John, 2007, s. 2).

Berridge'ye göre lobcilik, kamu diplomasisinde müzakerelerle yakından ilgili olan büyükelçilik tarafından yürütölen faaliyetlerdir. Kabul eden devlette nüfuz sahibi olanları ülkesinin çıkarlarına uygun bir tavır almalarını sağlamaktadır. Karar vericilerin hedef alınması iletilen mesajın doğru alıcıya iletilmesi açısından önemlidir. Lobciliğin kamu diplomasisi uygulamalarına etkisi, mevcut kamu diplomasisi faaliyetlerine hizmet etmesi bakımından gerçekleşmektedir. Eliliğin ilgisinin hedefleri, lobciliğin ne ölçüde ihtiyatlı olduğı ve en etkili olduğına karar verilen tarz, kabul eden devletin anayasasına ve siyasi kültürüne göre değişmektedir. Bununla birlikte kişisel temas, lobcilikte en etkili araçtır ve tipik hedefler, devlet dairelerindeki,

iş dünyasındaki ve medyadaki kanaat önderleridir. Amerika Birleşik Devletleri'nde olduğu gibi yalnızca seçilmiş meclislerin gerçek bir etkiye sahip olduğu yerlerde yasa koruyucular da bir büyükelçiliğin dikkatini çekmektedirler (Berridge, 2010, s. 116).

Ülkemizdeki Türk iş adamları yurt dışında gerçekleştirdiği lobicilik faaliyetleri genellikle kendi çıkarlarına hizmet ettiği için kamu diplomasisi açısından çok önemli bir etkiye sahip değildirler. Ancak söz konusu iş adamlarının kendi çıkarları için değil de ülke adına gerçekleştirdiği lobicilik faaliyetleri kamu diplomasisine de doğrudan yansımaktadır. Buradaki temel fark, kamu diplomasisi kapsamında yapılan lobicilik faaliyetleri genellikle hükûmet çıkarları adına yapılarak ilgili karar alıcıları harekete geçiren halk ve kamuoyunun önde gelen kişileri iken lobicilikte esasen kaynak olan baskı gruplarının da kamu diplomasisinde sosyal hissedar olmasıdır (Sancar, 2012, s. 181).

Baskı gruplarının ülke lehine gerçekleştirdiği lobicilik faaliyetlerine 19 Aralık 2011 yılında Sabah gazetesinde verilen bir haberi örnek olarak vermek yerinde olacaktır. Habere göre Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) Dış İlişkiler Komisyonu Başkanı Volkan Bozkır ve beraberinde bulunan TÜSİAD ve TOBB heyetleri, 1915 yılında Türkiye-Ermenistan olaylarıyla ilgili olarak Ermeni iddialarının kabul edilmemesini suç olarak nitelendiren yasa teklifinin 22 Aralık 2011 tarihinde Fransa meclisi genel kurulunda gerçekleştirilecek oylama öncesinde 19-20 Aralık 2011 tarihleri arasında Paris'te yoğun temaslarda bulunacaklardır. Bu görüşmelerde TBMM heyeti, Fransız hükûmet temsilcileri ve milletvekillerini sunulan yasa teklifinin kabul edilmemesi konusunda ikna etmek için ilk olarak Fransa Meclisi Dış İlişkiler Komisyon Başkanı Axel Poniatowski ile müzakerelerde bulunacaktır. Görüşmeden sonra Sosyalist Parti'nin önde gelen isimlerinden Pierre Moscovici, Türk-Fransız Dostluk Grubu Başkanı ve mevcut yönetimdeki Halk Hareketi Birliği üyesi Michel Diefenbacher ile görüşme yapacak olan heyet ertesi gün de Cumhurbaşkanı Nicholas Sarkozy'nin diplomasi danışmanlığı görevinde bulunan Jean-David Levitte, Dışişleri Bakanı Alain Juppe, Fransa Meclis Başkanı Bernard Accoyer ile bir araya gelerek görüşme gerçekleştireceklerdir. Türkiye safında ise TÜSİAD başkanı Ümit Boyner ile TOBB başkanı Rıfat Hisarcıkoğlu'nun başkanlığını yapacağı Türk İş Adamları heyeti Fransız iş adamlarını söz konusu yasa teklifinin reddedilmesi hususunda ikna etmek için gayret sarf edeceklerdir. Türk iş adamları, bu kapsamda MEDEF ile Uluslararası Ticaret

Odaları ve Paris Ticaret Odaları temsilci heyetleri ile bir görüşme gerçekleştirecektir (www.sabah.com.tr 2011). Bu örnekte görüldüğü üzere Türkiye'deki baskı grupları Fransa'ya karşı doğrudan bir lobicilik faaliyeti gerçekleştirmişlerdir.

Baskı gruplarının lobicilik faaliyetlerine bir diğer örnek de Fransa Parlementsosunda yine 22 Aralık 2011 yılında kabul edilen 1915 olaylarıyla ilişkili olarak Ermeni iddialarının reddinin cezalandırılmasını öngören yasa teklifi konusunda görülmektedir. Aynı zamanda kültürel diplomasiye örnek olarak Türkiye'de faaliyet gösteren Fransız eğitim kurumlarının Fransız milletvekillerine ve senatörlerine göndermiş oldukları mektup bu kapsamda bir lobicilik işlevi görmüştür. Söz konusu mektup 21 Aralık 2011 tarihinde Le Monde ve Le Figaro gazetelerinde yayımlanmış ve 577 Fransız milletvekiline mail aracılığıyla gönderilmiştir (Sancar, 2012, s. 182).

“Bizler temelleri, 1923'te Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasından çok daha öncesine dayanan köklü Türk-Fransız Liseleriyiz. İki kültürlü bir eğitim anlayışı çerçevesinde, ilk ve ortaöğretim kurumlarımızda her yıl 6000 Türk gencine eğitim vermekteyiz. Bu okullar grubu; karşılıklı saygı ve laiklik ilkesi temelinde, Fransa'nın ve Türkiye'nin kültürel ve ekonomik menfaatlerine, farklı kültürler ve dinler arasındaki diyaloga hizmet etmektedir. Okullarımız; Fransız kültürünün ve dilinin tanınması açısından Fransa'ya çok büyük katkı sağlamaktadır. Ankara'daki idari ve siyasi muhataplarımız bizlere Voltaire ve Aydınlanma Çağı'ndan örnekler vererek insan haklarının ve ifade özgürlüğünün vatani olan Fransa'nın bu yola girmesini anlayamadıklarını ifade etmektedirler. Bizler 21.yüzyıl başında konumu nedeniyle büyük stratejik değer taşıyan dünyanın bu bölgesinde, 'Frankofoni'nin ve Fransa'nın etkisinin önemli savunucularıyız. Her iki ülke için de son derece değerli olan bu gerçek, tehlikeye atılmalı mıdır.?

(.....) Sayın Milletvekilleri ve Sayın Senatörler; zararları ölçülemez nitelikte sonuçlar doğurabilecek siyasi bir hata gördüğümüz bu metni onaylamamanızı rica ediyoruz” (www.nds.k12.tr 2010).

Gönderilen mektupta, İstanbul Saint-Michel Lisesi Müdürü Jacques Augereau, İstanbul Notre Dame de Sion Lisesi Müdürü Yann de Lansalut, İstanbul Sainte-Pulcherie Lisesi Müdürü Pierre Gentric, İzmir Saint-Joseph Lisesi Müdürü Elisabeth Maire, İstanbul Saint-Joseph Lisesi Müdürü Jean-Michel Tricart ve İstanbul Saint Benoît Lisesi Müdürü Luc Vogin isimli müdürlerin imzaları bulunmaktadır. Buralar kamu diplomasisi kapsamında gerçekleştirdikleri lobicilik faaliyetleri ile Türkiye'ye destek olmuşlardır. Görüldüğü üzere bu noktada lobicilik bir ülkenin uyguladığı kamu diplomasisi stratejilerini verme araçlarından bağımsız düşünülemez. Dolayısıyla kamu diplomasisiyle gerçekleştirilmeye çalışılan uluslararası kamuoyu, uygulanan lobicilik faaliyetleriyle desteklendiği zaman daha da başarılı sonuçlar ortaya çıkmaktadır (Sancar, 2012, s. 183).

3.3.5. Savunuculuk

Teoride her ne kadar halkla ilişkiler disipliniyle iletişim birbirinden bağımsız bir mekanizma gibi görölse de ontolojik açıdan bakıldığında zaman neredeyse her faaliyet bünyesinde iletişimi barındırdığından dolayı pratikte halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetlerini birbirinden ayrı düşünmek mümkün değildir. Bu iki disiplin sadece kamu diplomasisi çerçevesinden incelendiğinde zaman ayrı kabul edilebilir. Çünkü kamu diplomasisinin kullandığı iletişim araç ve faaliyetleri bilgilendirici olması nedeniyle iletişim araç ve faaliyetleri şeklindeki analize tabi tutulması uygun görölmüştür. Zaten hâlihazırda kamu diplomasisi uygulamalarında iletişim faaliyetleri, savunuculuk yöntemi çerçevesinde bilgilendirici bir program olarak ele alınmaktadır (Ekşi, 2014, s. 109).

Kamu diplomasisinde savunuculuk, bir aktörün belirli bir politikayı, fikri veya bu aktörün genel çıkarlarını yabancı bir kamuoyunun zihninde aktif olarak teşvik etmek için uluslararası bir iletişim faaliyeti üstlenerek uluslararası ortamı yönetmeye çalışmak olarak tanımlanmaktadır. Bugün bu, elçilik basın ilişkilerini ve bilgilendirme çalışmalarını içermektedir. Savunuculuğun unsurları, halkla ilişkilerin tüm alanlarında bulunabilir ve kısa vadeli faydası, tarihsel olarak halkla ilişkilerin bu boyutuna karşı bir ön yargıya ve onu yerleştirme eğilimine ve bürokrasinin onunla en yakından bağlantılı unsurlarına yol açmıştır (Cull, 2009b, s. 19).

Patterson ve Wilkins, savunuculuğu, algılamaların yabancı kamulara iletilmesinde pek çok farklı türden sosyal hissedarla olan ilişkiyi içeren bir girişim olduğunu ifade etmektedir (Waugh, 2019, s. 125). Cull’a göre savunuculuk, kendine has özel bir politikayı, düşünceyi ya da yabancı kamuoylarında genel bir ilgi ve alakayı tutundurmak amacıyla kullanılmaktadır. Elçiliklerin basın ilişkileri ve bilgilendirici faaliyetleri kapsayan savunuculuğa çok eski bir örnek olarak Pers Kralı I. Serhas’ın Yunan İmparatorluğu’nun müdahalelerine karşı tarafsızlıklarına başvurmak için Argos halkına Herodot’u elçi olarak göndermesi verilmektedir (Cull, 2009b, ss. 32–33).

Savunuculuk, bireylerin başka bir kişiyle tartışarak tercih ettikleri adayı veya politikayı önermeye çalıştıkları belirli bir siyasi iletişim türüdür. Savunucular ya hareketsiz bir kişiyi oy kullanmaya çalışarak ya da birinin tercihlerini veya destek yoğunluğunu değiştirmeye çalışarak diğerlerinin oylarını etkilemeye çalışırlar. Dolayısıyla savunucular, bir tür çekişmeli siyasi tartışmaya girmektedirler. Daha da

önemlisi, bunun hem geçerli hem de güvenilir bir ölçüsüne sahip olmak çok önemli bir kriterdir. Savunuculuk, basit bir tartışmadan çok daha fazla ilgilidir. Siyasi tartışma yoğun bir şekilde tutkulu olabilir ancak tartışma her zaman kişinin tercih ettiği pozisyonları, partiyi veya adayı savunmayı amaçlamaz. Bu nedenle savunuculuk, ara sıra çatışmaların beklendiği bir siyasi iletişim alanına tartışmanın ötesinde bir adımdır. Savunuculuk benzer araştırma türlerinde sıklıkla ölçülen başka bir siyasi davranış olan bir kampanyada fiilen yer almaya daha benzer olabilir. Ancak yine de savunuculuk kampanya faaliyetinden farklıdır. Çünkü bir kampanyanın üyesi olarak tartışmacılar arasında bireyler olarak bir sosyal mesafe veya bölünme vardır (Taylor, 2021, s. 21).

Cull, savunuculuğu kamu diplomasisinin dış politika unsurlarının bir bileşeni olarak tanımlamaktadır. Dış politika için kararların ve olayların yabancı kamuoyuna açıklanarak rızalarını harekete geçirmek ve eleştirilerini köreltmek için açıklandığı bir kamu sesinin yaratılması olarak ifade etmektedir (Cull, 2009a, s. 24). Bu bilgilere göre kamu diplomasisi disipliniinde yer alan savunuculuk, yabancı kamuoyunun dikkatini çekmek, onlarla karşılıklı anlayışa dayanan bir etkileşim kurmak, onlara ülke hakkında tatmin edici bilgi vermek ve onların rızalarını almak gibi hedefleri içermektedir (Sancar, 2012, s. 183).

Kamu diplomasisinde savunuculuk, mesajı iletenin devamlılığı adına değil onun sahip olduğu fikirleri ve bu fikirlerin kamu diplomasisi stratejileri çerçevesinde oluşturulmasıyla ilgili olmalıdır. Kamu diplomasisinde savunuculuk herhangi bir hükûmetin savunuculuğu değil bilakis onun fikirlerinin temeline dayanmaktadır. Bir kamu diplomasisi faaliyeti gerçekleştiren kişi, herhangi bir fikri paylaşırken o düşüncenin kültürden kültüre farklılaşacak bir kullanımı olduğunu unutmamalıdır (Cull, 2009b, s. 48). Bu durumda kamu diplomasisi vasıtasıyla kurulan karşılıklı iletişimde mesajı veren kişi karşı tarafın kültürel farklılıklarını düşünerek hareket etmelidir. Çünkü verilen mesajın karşı tarafta bulunan kişiler tarafından doğru ve eksiksiz anlaşılması hedeflenen amacın tam olarak yerine getirilmiş olması açısından önemlidir.

Savunuculuğa verilecek örnekler arasında Amerika'nın Soğuk Savaş döneminde USIA vasıtasıyla gerçekleştirdiği faaliyetler vardır. Eisenhower döneminden itibaren Amerikan hükûmetinin USIA'ya yaklaşımında savunuculuk işlevi hâkim olmuştur. Bu dönemde USIA'nın savunuculuğu hem 1950'lerin anti-komünist filmleri gibi yoğun

politika ürünleri hem de Amerikan yaşamının sunumu, ırklar arası hoşgörü ve şüphesiz maddi bolluk gibi yumuşak politika ürünlerini kapsamaktaydı (Cull 2010, 488). Verilen bu örnekte tek taraflı bir savunuculuk uygulamasına yer verilmiştir. Ancak günümüzde yeni dünya sisteminin yarattığı politik aktörler düşünüldüğü zaman savunuculuk faaliyetlerinde karşılıklı etkileşim için karşı tarafında kendini yeterince ifade etmesi önemlidir (Sancar, 2012, s. 184).

Kamu diplomasisinde hükûmetler dış politika mesajlarının savunuculuğunu yaparken buna karşılık ulus ötesi savunuculuk ağları ya da uluslararası örgütler de savunuculuk yapabilirler. Uluslararası örgütlerin savunuculuk faaliyetleri hükûmetin yürüttüğü kamu diplomasisine çok benzer. Ulus ötesi örgütlerin yürüttüğü savunuculuk faaliyetleri halkı, medyayı ve hükûmeti ele alır. Bu anlamda devlet kamu diplomasisiyle benzerlik göstermektedir. Ancak bu ulus ötesi savunuculuk faaliyetleri mevcut hükûmetin yararına ya da zararına olabilmektedir. Bu noktada bu tür örgütlenmeler, kamu diplomasisi paydaşları olarak incelenmeli ve onlarla iş birliğine varılmalıdır (Zaharna, 2011, s. 94). Ulus ötesi savunuculuk ağları herhangi bir konu üzerinde çalışan herkesi aynı ortak noktada buluşturma işlevi görerek bu kişilerin ortak bir zeminde hareket etmelerine imkân sağlamaktadır. Bu anlamda özellikle sivil toplum kuruluşları ve diasporalar örnek verilebilir. Bu tarz karşıt savunuculuk örneklerinin var olması, karşılıklı bir anlayışın inşa edilmesi için bir adım olma ihtimalinin sinyali vermektedir (Sancar, 2012, s. 184).

Sonuç olarak savunuculuğun başarılı örnekleri görülebilse de genel anlamda kamu diplomasisinin karşılıklı anlayış ve diyalog ilkelerine hizmet etmemektedir. Dolayısıyla devletlerin kendilerini doğru bir şekilde ifade edip ortaya çıkan yanlış anlaşılmalara düzeltilecekleri bir yöntem olan savunuculuk kamu diplomasisinin türlerinde de tek yönlü özelliğiyle yer almaktadır. Adından da anlaşılacağı üzere savunma üzerine inşa edilmiş olması onun tek taraflı bir nitelikte olduğunu kanıtlar niteliktedir. Ancak kamu diplomasisi uygulamalarında karşılıklı iletişimi gerçekleştirecek başka araçların da var olmasından dolayı savunuculuğun bu anlamdaki yetersizliği kayda değer bir önem arz etmemektedir (Sancar, 2012, s. 185).

4. DÜNYADA KAMU DİPLOMASİSİ UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Kamu diplomasisi bir disiplin olarak ilk defa Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmıştır. Yabancı kamuoyunu çeşitli kültürel faaliyetlerle etkilemek, olumlu bir imaj yaratmak ve çeşitli iletişim araçlarıyla bilgiyi kolay bir şekilde yaygın hâle getirmek kamu diplomasisinin kullandığı etkili yöntemlerden bir kaçıdır. Bunun dışında lobicilik, savunuculuk, yurttaş diplomasi, inanç diplomasisi ve kültürel diplomasi, kamu diplomasisi uygulamalarının amacına hizmet etmek için kullanılan alanları teşkil etmektedir. Her ne kadar kamu diplomasisi kavramı olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde çıkmış olsa da uygulama alanı olarak tüm dünyayı kapsayan küresel bir diplomasi yöntemi olarak işlev görmüştür. Soğuk Savaş'tan sonra küresel güç olmak için birbirleriyle adeta yarış içerisinde olan ulus devletler, küresel platformda ön planda olabilmek için bütün kamu diplomasisi kaynaklarını bu amaç doğrultusunda kullanmışlardır. Sonuç olarak kavrama ilişkin yeni türler ve yeni modeller çeşitli uygulama alanları kapsamında ve ülkelerin belirlediği hedefler doğrultusunda çeşitli faaliyetler gerçekleştirilmiştir.

Etkili ve başarılı kamu diplomasisi, hedef kitlelerin haritalandırılmasıyla başlar. Ancak insanların ülke algısı net bir şekilde anlaşılmadıkça bu hedefe ulaşılamaz. Doğrudan deneyim olmaksızın insanlar, yabancı bir ülkeyi, ürünleri ve hizmetleri, diğer insanların konuşmaları ve ülkenin açıklamaları ve davranışları aracılığıyla tanırlar. Bu nokta 20.yüzyılın ortalarından 20.yüzyılın sonlarına kadar Amerika Birleşik Devletleri, Sovyet Propagandası tarafından kültürel bir çöl olarak tasvir edilmiştir. ABD hükûmeti, Soğuk Savaş'taki bu çarpık ulusal imaja karşı savaşmak için ilk kez denizaşırı kültür ve sanat projelerine öncelik vermiştir. Örneğin “Amerikan Markası” fikri radyo, televizyon, müzik, film, video oyunları ve internet alanlarında neredeyse tüm dünyaya ulaşmıştır. McDonald's; Mickey Mouse ve kovboy şapkalarının altın kemerleri dünya çapındaki insanlar tarafından kolayca tanınmaktadır (Zhou ve diğ., 2013, s. 872). Bu gibi faaliyetler bir ulusun, uluslararası alanda tanınmasına ve bilinmesine katkı sağlamaktadır. Bir ulusun adı geçtiği zaman insanların zihninde o ulusa dair tek bir objenin canlanması onun uluslararası alanda bir marka yarattığının göstergesidir.

Bu başlık altında konuya bütünsel bir perspektiften yaklaşmak için dünyadaki kamu diplomasisi örnekleri incelenmiştir.

4.1. Amerika Birleşik Devletleri'nde Kamu Diplomasisi

Kamu diplomasisi kavramıyla ilgili Amerika'da başlangıçta “bilgilendirme faaliyetler” adı altında yabancı halkların dikkatini çekmek ve çeşitli kültürel etkinliklerle bir ülkeyi yurt dışında tanınır hâle getirmek şeklinde literatürde pek çok tanımlama mevcuttur. Öncelikli olarak bir disiplin şeklinde literatüre giren bu kavram, savaş ya da çatışma zamanlarında önem kazanırken barış ve sükûnet zamanlarında gereken önem verilmemiştir.

Amerika'da kamu diplomasisinin ortaya çıkışı öncelikle bir fikir savaşı olarak isimlendirilen Soğuk Savaş, Amerikan'ın ulusal enformasyon merkezi görevini üstlenen USIA'yı meydana getirmiş ve bu kurum aracılığıyla ABD, denizaşırı bilgi programları vasıtasıyla Amerikan dış politikasını ve ABD ulusal çıkarlarını açıklamaya ve desteklemeye çalışmak ve eğitim ve kültürel faaliyetler yürüterek Amerika Birleşik Devletleri ve diğer milletler arasında karşılıklı bir etkileşim ve anlayışı teşvik etmiştir (Duffey, 2009, s. 325).

Amerikan'ın kamu diplomasisinin bazı oluşum aşamaları vardır. Özellikle Birinci ve İkinci Dünya Savaşları kamu diplomasisinin temellerinin yeni yeni atılmaya başladığı dönemler olarak kabul edilmektedir. Yani savaş sürecinde bir çözüm arayışında olan ulus devletler Soğuk Savaş döneminde propaganda karşıtı faaliyetlerde bulunmaya başlamışlardır ancak bu dönemde kamu diplomasisi uygulamaları daha çok önem arz etmekteydi. Bundan sonraki süreçte 11 Eylül 2001 tarihinde Amerika Birleşik Devletleri'nde meydana gelen terör saldırıları dönemiyle günümüze kadar süregelen aralıkta, yani barış sürecini kapsayan dönemde kamu diplomasisi daha az önemsenmiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nin bilgilendirici nitelikte kurduğu kurumların çoğu savaş sürecinin sona ermesiyle beraber önemini kaybetmiştir.

“Bilgilendirme, etkileme ve yabancı halkların desteğini kazanma, Amerikan tarihinin içsel bir parçası olmuştur. 1776'da Benjamin Franklin'in Fransız Hükûmeti'ni devreye alarak Amerikan bağımsızlığına destek sağlamak için broşürler dağıtması, 1812 savaşından sonra Thomas Jefferson'ın Amerika'nın Britanya'da gördüğü eleştirilere karşılık araması, Birinci Dünya Savaşı sırasında 1917'de Woodrow Wilson'ın Committee on Public Information'ı (CPI, Halkı Bilgilendirme Komitesi) kurması, yine İkinci Dünya Savaşı sırasında OWI'nin kurulduğu görülmektedir. Yine 1953 yılında Soğuk Savaş sırasında kurulan USIA savaş sırasında bilgilendirmenin önemini ortaya koymaktadır” (Zaharna 2004, 219–21).

Amerikan kamu diplomasisi çabalarına ilişkin bir dizi araştırma ve kariyer hesabı, bazı tarihsel bölümlere ve iç işleyişine ışık tutmuştur. Bu literatür esas olarak iki ABD kamu diplomasisi kurumu ve uygulamalarına odaklanmaktadır. Yani Kamu

Bilgilendirme Komitesi (CPI) Creel'in önderliğinde Birinci Dünya Savaşı sırasında CPI'nin denizaşırı çalışmalarının vaka öyküleri, kamu diplomasisinin uluslararası iletişim ve uluslararası ilişkilerdeki rolünü, kullanılan iletişim araçlarının çeşitliliğini ve bunların etkisini vurgulamıştır. Buna ek olarak diğer hükûmetlerin kamu diplomasisi programlarını nasıl yürüttüğüne dair genel açıklamalarda mevcuttur (Wang, 2006, s. 93).

Birinci ve İkinci Dünya Savaşlarından sonra bütün savaşların seyri yavaş yavaş sona ermiştir. Bu süreçte kapsamlı savaş zamanı bilgi aygıtı sökülüştür. Creel Komisyonu, Birinci Dünya Savaşı'nı sona erdirmek için ateşkes öncesi anlaşmanın imzalanmasından bir gün sonra yurt içi faaliyetlerini durdurdu ve birkaç ay sonra da dış bilgi faaliyetlerini durdurdu. İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesinden sonraki aylar içinde, Başkan Truman, Savaş Enformasyon Ofisini kaldıran yürütme emrini imzaladı. Benzer şekilde, USIA'nın kapsamlı programlarının gerilemesi, Soğuk Savaş'ın sembolik sonu olan 1989'da Berlin Duvarı'nın ve 1991'de Sovyetler Birliği'nin yıkılmasından hemen sonra başladı. Ancak 11 Eylül öncesi dönemde Amerika barış zamanı ekonomisi ve havası içinde olduğu için bilgi programları ve aygıtlarının yeniden kurulması gerekiyordu. Bu bağlamda kongre ve oturumlar düzenlendi ve kamu diplomasisi için gerekli fon sağlandı. Dışişleri Bakanlığı yeni bir kamu diplomasisi müsteşarı atadı. Başkan, Amerika'nın mesajını koordine etmek için Beyaz Saray'ın Küresel İletişim Ofisini kurmuştur.

Wang'a göre kamu diplomasisi üzerine bir grup araştırma projesinin bir kaçını saymak gerekirse birkaç ABD ve İngiliz düşünce kuruluşu tarafından yakın zamanda yürütülmüştür. Bu kapsamda faaliyet gösteren kurumlar, Brookings Enstitüsü (2004), Dış İlişkiler Konseyi (2003) ve Dış Politika Merkezi (2000) gibi kuruluşlardır. Hepsi mevcut kavram ve uygulamadaki boşlukları belirleyerek kamu diplomatik iletişimini güçlendirme ihtiyaçlarını ele almıştır. ABD'nin çabaları Amerika'nın son yıllarda dünya toplumunda bozulan imaj ve itibarının bir sonucu ise İngiltere'nin Dış Politika Merkezi tarafından yapılan analiz daha proaktif bir incelemeyi temsil etmekteydi. Raporda kamu diplomasisinin sadece siyasi ve ekonomik hedefleri kamuoyuna savunmak ve tanıtmakla ilgili olmadığı bunun yerine daha iyi iletişim yoluyla uluslar ve kültürler arasında ilişki kurmakla ilgilidir (Wang, 2006, s. 93). Wang'a göre kamu diplomasisi literatürü, genel olarak üç temel söylemle karakterize edilir. Birincisi,

kamu diplomasisi dış politika yapımının ayrılmaz bir parçasıdır ve ilişki temelli olmaktan çok politika güdümlü olmuştur. Kamu diplomasisinin olmazsa olmazı politikalara uygun tutum ortamı yaratarak bir ülkenin kendine özgü uluslararası politikalarının savunuculuğu olmuştur. İkincisi, dış politika yapımının ayrılmaz bir parçası olarak hükûmet, kamu diplomasisinin yapısından ve sürecinden ayrılamaz. Askerî ve dış politika, modern bir devletin yürütme egemenliği olmuştur. Kamusal diplomatik iletişimde hükûmetin önceliği olduğuna dair kabul edilen nosyona meydan okumaya başlayan son düşünce kuruluşu raporları dışında, literatürün çoğu ulusal hükûmetin kamu diplomasisinde sponsor ve iletişimci rolü oynadığını varsaymaktadır. Üçüncüsü, kamusal diplomatik iletişimde kitle iletişim araçlarının (örneğin basılı, radyo, televizyon ve film) kullanılmasına yönelik bir ön yargı vardır. Kitle iletişim araçlarının gücü, insanların yakın çevrelerinin ötesinde dünya hakkında farkındalık geliştirmelerine izin verse de kamu diplomatik iletişiminin farklılaşmamış, tek yönlü iletimi kalmıştır (Wang, 2006, s. 94).

Amerika'nın geçmişteki enformasyon faaliyetlerinin bugün bile görünen son bir özelliği, devlet kurumları ve departmanları arasında özellikle de savunma ve devlet departmanları arasındaki rekabetin varlığıdır. Tarihsel olarak Savunma Bakanlığı, bilgilendirme faaliyetlerinin başlatılmasında başı almış görünmektedir. Mantıksal olarak da bu, akla yatkındır. Çünkü enformasyon faaliyetleri, iç ve dış desteği güvence altına aldığı ve sürdürdüğü ve aynı zamanda muhalefeti azalttığı için savaş çabası için hayati bir öneme sahiptir. Savaşın süresi ilerledikçe, dış bilgi faaliyetleri askerî, ekonomik ve siyasal olarak genişliyor gibi görünmektedir (Zaharna, 2004, s. 222).

1942 tarihinde dönemin başkanı Roosevelt, doğru bilginin sağlanması ve iletimi için OWI'yi kurmuştur. Bilgilendirme ofisi bilgiyi sağlamanın yanı sıra birçok filme sahne ekleme ve çıkarma tavsiyelerinde bulunarak Hollywood'un etkili bir propaganda görevi görmesi için de çaba sarf etmiştir. Bilgilendirme ofisinin amaçları arasında uluslararası bağlamda gerçekleştireceği etkinliklerden askerî operasyonlara destek sağlayan savaş alanlarına kadar Amerika Birleşik Devletleri'nin iletişim girişimini kapsamaktaydı (Nye, 2008b, s. 98).

İkinci Dünya Savaşı'nı takip eden yıllarda dünyada yeni bir tehdit unsuru olarak SSCB ve Doğu Avrupa'daki Komünist Blok ülkeleri görülmüştür. Bu dönemde 1953 yılında dünya çapındaki devletlerin ve vatandaşların kamu diplomasisi disiplini çerçevesinde

akıllarını ve kalplerini kazanmak için USIA kurulmuştur (Wilcox ve Cameron, 2015, s. 525).

Lebedeva'ya göre başlangıçta ABD kamu diplomasisi komünist propagandaya karşı koymaya odaklanmıştı. Bu bağlamda Amerikalı bilim adamları genellikle kamu diplomasisini SSCB'nin uluslararası arenadaki faaliyetleriyle karşılaştırdılar. 1990'larda SSCB'nin çöküşünün sona ermesi, dünyadaki herhangi bir önemli değer çelişkisinin sona erdiği yanılsamasına yol açtığı için kamu diplomasisine ilgi önemli ölçüde azaldı. 21. yüzyılın başlangıcına dünyada kamu diplomasisinin yeniden canlanması damgasını vurdu. Birçok yönden Amerika Birleşik Devletleri bu canlanmayı başlattı. Kamu diplomasisinin gelişimindeki yeni aşamanın birkaç nedeni vardır. Her şeyden önce 11 Eylül terör saldırıları dünyadaki değer çelişkilerinin ortadan kalkmadığını gösterdi. Ortadoğu'daki birçok insanın 11 Eylül saldırılarına tepkisi, milyonlarca insanın ABD politikasına karşı olumsuz bir algıya sahip olduğunu açıkça ortaya koydu. Açıktır ki ABD'nin olumsuz imajını sadece geleneksel diplomasi yoluyla düzeltmek mümkün değildi. Bu sorunu çözmek için Amerikan seçkinlerinin temsilcileri yine kamu diplomasisi araçlarına başvurdu. Bu nedenle, 1990'larda "tarihin sonu" yanılsamasının etkisiyle gerileme yaşayan kamu diplomasisi, 11 Eylül trajedisinin ardından yeniden canlandırıldı (Lebedeva, 2021, s. 4).

Dönemin başkanı Carter'a göre USIA'nın kamu diplomasisi uygulayıcıları için beş ana görev vardır. Bunlar:

- Ülkemiz ve diğer milletler arasında mümkün olan en geniş insan ve fikir alışverişini teşvik etmek, yardım etmek ve sponsor olmak,
- Yabancı halklara Amerikan toplumu ve politikalarımız ve niyetlerimiz hakkında mümkün olan en iyi anlayışı belirli politikaları neden diğerlerine tercih ettiğimizi anlamak için yeterli bilgiyi vermek,
- Hükûmetimizin politika oluşturma amaçları için yabancı kamuoyu ve kültürü yeterince anlamasını sağlamaya yardımcı olmak ve bireysel Amerikalılara ve kurumlara diğer uluslar ve onların toplumları hakkında bilgi edinmede yardımcı olmak,

- Dünya halkları arasında maksimum bilgi ve fikir akışına izin vermek ve teşvik etmek için tasarlanmış uluslararası iletişim konusunda kapsamlı politikaların geliştirilmesine ve yürütülmesine yardımcı olmak,
- Diğer hükûmetlerle fikir, kültür ve bilgilerin en etkili şekilde paylaşılmasının hükûmetlerin resmî eylemlerinden ziyade bireysel insanlar arasında gerçekleştiğinin bilincinde olarak kültürel değişim müzakerelerini yürütmek (Tuch, 1990, s. 33).

Amerika Birleşik Devletleri'nin USIA'yı kurmasıyla birlikte geniş bir iletişim ağı sayesinde tüm dünyaya USIA'nın kuruluş amaçlarını yerine getirmesi için oldukça kayda değer çabalar sarf etmiştir. Bu bağlamda bütün ulus devletlerle iletişime geçme şansına sahip olarak gerek kendi ülkesinin politikaları hakkında gerekse yabancı ulus devletlerin politikaları hakkında bilgi sahibi olarak küresel çapta kamu diplomasisi faaliyetlerini gerçekleştirme imkânı bulmuştur. Ancak burada önemli olan husus, anlatılacak hikâyenin doğruluğu konusunda ihtilafların varlığı mı yoksa birileri tarafından mı yazılıp yazılmadığıdır.

Amerika Birleşik Devletleri, USIA'nın ünlü deyişini şu şekilde ifade etmektedir: Kamu diplomasisindeki yeni düşüncemiz, USIA'nın “Amerika'nın hikâyesini dünyaya anlatmak” sloganından dünyayla “değerleri, umutları, hayalleri ve ortak saygıyı paylaşma” sloganını içermektedir (Snow, 2009a, s. 5).

USIA'da görev yapan bir kişi ABD'nin kamu diplomasisine yönelik tüm dünyada yaptığı çalışmaları şu şekilde ifade etmektedir:

ABD Hükûmetinin “anlatmak”tan sorumlu ajansında sadece iki yıl geçirdim. ‘Amerika’nın dünyaya hikâyesi... Güneybatı Washington D.C’deki C caddesindeki binamızın koridorunda her gün dolaştım, Amerika’nın hikâyesinin ne hale geldiğini merak ettim. 1990’ların başındaydı ve Soğuk Savaş’ın ölümü hala tazeydi... Amerika Birleşik Devletleri, eski bir Rhodes bilgini olarak ülkenin dünyadaki yeri için bir vaat duygusunu sembolize eden Hope, Arkansas’tan bir Baby Boomer Demokrat Başkanı Bill Clinton’un seçilmesiyle bir bahar geçirdi. Belki de Amerika’nın hikâyesi, dünyadaki ABD ahlaki liderliğinden biri olurdu ve bir süre için bu yöne gidiyor görünüyordu. Ancak bu liderlik ekonomik çıkarların yönlendirdiği bir liderlik olarak hızla ortaya çıktı. Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması’nın kabulü, ABD Enformasyon Ajansının salonlarında kilit bir kamu diplomasisi haline geldi ve bir süre için anlattığımız, özellikle Amerika’nın ekonomi ve ticaret alanındaki bilgi birikimi ve hünerini bir satış modeli haline getirdi” (Snow 2009a, s. 5).

Bu ifadeler, kamu diplomasisi bağlamında incelendiği zaman siyasal retoriğin önemini vurgulamaktadır. Aynı zamanda bilgi işlemin de dış politika karar mekanizmaları açısından oldukça etkili bir güce sahiptir. Dünyada bütün devletlerin nazarında bir marka devlet olmak isteniyorsa şayet, uyguladığımız bütün kamu diplomasisi

faaliyetlerinde güçlü argümanlara sahip olmak gerekmektedir. Başarıya ulaşmak için elimizde kayda değer bir gerekçe ve güçlü bir ekip varsa bu noktada yapılan çalışmalar olumlu sonuçlar doğuracaktır. Gerek hükûmet gerekse kamu bütün kaynaklarını ortak bir amaç etrafında birleştirdikleri zaman hem dış hem de iç politikada uluslararası platformda devletler bazında bir adım önde olma imkânı mümkündür.

Amerika Birleşik Devletleri'nin kamu diplomasisi faaliyetleri için bilgilendirici bir kurum görevini yapan USIA'nın aktiviteleri arasında çeşitli operasyonlara da yer verilmiştir. Bu kapsamda bir radyo programı olan Amerika'nın Sesi yayın faaliyetlerine devam etmiş bunun yanı sıra İngilizce ve diğer dillerde filmlerin, TV programları, dergilerin üretimi ve dağıtımı ve kütüphanelerin işletilmesi gibi faaliyetler icra edilmiştir. Ayrıca USIA 100 ülkede 159 kütüphane ve okuma odası işletmektedir. Diğer programlar, kitapların hedef gruplara dağıtılmasını ve kitap çevirisini içermektedir. USIA ayrıca ders ve seminer programlarına, İngilizce öğretim programlarına ve eğitim değişim programlarına sponsorluk yapmaktadır (Kunczik, 1997, s. 231).

İkinci Dünya Savaşı'ndan hemen sonra devlet tarafından işletilen bilgi programlarının denizaşırı ülkelerdeki yararlılığı hakkında bazı tartışmalar yaşansa da Avrupa ve Japonya'daki büyük savaş sonrası yeniden yapılanma ve özellikle komünist ideoloji biçiminde ortaya çıkan Sovyet meydan okuması ışığında, kongre denizaşırı bilgi operasyonlarına devam etme ihtiyacını kabul etmiştir. Birleşik Devletler Bilgi ve Eğitim Değişimi Yasası'nı yürürlüğe koymaya da devam etmiştir. Senatör Alexander Smith ve temsilci Karl Mundt sponsorluğunda Smith-Mundt Yasası hükûmetin uluslararası bilgi programları için iki geniş hedef belirlemiştir. Birleşik Devletler'in diğer ülkelerde daha iyi anlaşılmasını sağlamak ve Birleşik Devletler halkıyla diğer ülke halkları arasındaki karşılıklı anlayışı arttırmak şeklinde bir program hazırlamıştır. Yasa, gelecek yıllarda ABD kamu diplomasisi için yasal bir temel sağlamıştır. Hükûmetin sadece uluslararası iletişimde değil aynı zamanda kültürel bir işlevi yerine getirme yetkisine sahip olması da önemlidir (Wang, 2007, s. 24).

Nelson ve Izadi'ye göre bu yasa, Soğuk Savaş gerilimlerinin artması ve ABD'nin Sovyetler Birliği'nin barış zamanında VOA'nın gerekliliği ve meşruiyeti konusunda kongreyi ikna eden ve daha gelişmiş bir propaganda faaliyetlerini yasallaştırmaktadır (Nelson ve diğ., 2009, s. 334). USIA'nın görevleri dünyanın her yerinden toplumları

etkilemek için oluşturulmuş bir kuruluş olarak uluslararası alanda 40 farklı dilde yayıncılık faaliyetlerini sürdüren ve Soğuk Savaş döneminde yaklaşık olarak 100 milyon kişi tarafından dinlenen VOA radyo ağı, 100 farklı dilde 10 milyar kopya hâlinde dağıtılan dergiler, çeşitli kitaplar, broşürler ve bültenler, yaklaşık olarak 150 ülkede faaliyet gösteren kütüphane ağı, dünyanın en gelişmiş İngilizce öğretim programı ve başka ülkelerde yerel olarak faaliyet sürdüren binlerce yerel İngilizce öğretmeni, dünyanın her bölgesinden insanların Amerikan yaşam tarzı ve fikirleri hakkında sergiler, binlerce belgesel filmler, haber ve televizyon programları ve çeşitli dizi yapımları, milyonlarca öğrenci, akademisyen, öğrenci, sanatçı ve çeşitli alanlarda profesyonelleşmiş sanatçıların kendilerini yetiştirmelerine imkân sağlayan değişim programlarını kapsamaktadır (Dizard, 2004, s. 4). USIA'nın diğer faaliyetleri arasında, Amerikan Elçiliğine yerel medyayla çalışılması için Public Affairs Officers/Kamusal İşler Temsilcisi yerleştirilmesi, Amerikan film ve televizyon programlarının dağıtılması, Amerikan dans ve müzik topluluklarının turnelerine sponsor olunması, sanat şovları, Fulbright gibi öğrenci ve fakülte değişim programları, Amerikan yazarlarını ve entelektüellerinin okuma turlarına sponsor olunması gibi etkinlikleri de kapsamaktadır (Wilcox ve Cameron, 2015, s. 525).

Amerika Birleşik Devletleri'nde kamu diplomasisine oldukça büyük bir önem verilmektedir. Çünkü USIA'nın bünyesinde çalışan insan sayısı ve USIA'ya ayrılan bütçe kayda değer bir ölçüde değer taşımaktadır. Soğuk Savaş'ın şiddetli bir şekilde etkisini sürdürdüğü dönemlerde bile USIA'ya ayrılan bütçe 900 milyon dolardır (Wilcox ve Cameron, 2015, s. 525). Nye'ye göre, Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle beraber Amerikalılar güç yatırımlarından çok bütçe tasarruflarıyla ilgilendiler. 1963'ten 1993'e kadar federal bütçe on beş kat arttı ancak Birleşik Devletler Bilgi Ajansı (USIA) bütçesi yalnızca altı buçuk kat büyüdü. USIA'nın 1960'ların ortalarında bünyesinde 12.000'den fazla çalışanı vardı ancak 1994'te yalnızca 9000 ve ABD Dışişleri Bakanlığı tarafından devralınmasının arifesinde 6715 çalışan vardı (Nye, 2008a, s. 98).

Amerikan başkanının iletişim koordinasyonundan sorumlu White House Office of Communication (Beyaz Saray İletişim Ofisi) 1969 yılında kurulmuştur. Ancak bu organizasyon daha çok iç iletişimi koordine etmektedir. Ofisin 1987 yılındaki organizasyon şemasında “hükûmetlerarası ilişkiler”, 1993 yılındaki organizasyon

şemasında ise “dış ilişkiler” yer almaktadır (Maltese, 1992, ss. 244–53). Günümüzde ise Office of Communication bünyesinde çalışan Office of Press Secretary (Basın Sözcüsü Ofisi), Media Affairs (Medya İşleri), Research (Araştırma), ve Speechwriting (Konuşma Hazırlama) birimleri bulunmaktadır (www.whitehouse.gov.tr).

Bilindiği gibi 11 Eylül 2001 yılından sonra yeni kamu diplomasisi tartışmaları ABD kamu diplomasisinin egemenliğine girdi ve uluslararası güvenlik ve Batı dünyasıyla İslam dünyası arasındaki ilişkiye güçlü bir vurguyla karakterize edildi. Ancak ABD deneyimi, birçok ülkenin 11 Eylül’den çok önce ve çok farklı nedenlerle kamu diplomasisiyle ilgilenmeye başladığı gözleminden uzaklaştırmamalıdır. Kamu diplomasisini doğru bir şekilde anlamak için büyük, orta ölçekli, küçük ve hatta mikro devletlere bakmak ve ayrıca demokratik olmayan ülkelerin bu yeni “uzayılma” biçimini yabancı ülkelere nasıl keşfettiklerini analiz etmek de aynı derecede ilginçtir (Melissen 2005, 6–7). 2002 yılında Pentagon tarafından kurulan Office of Strategic Influence, özellikle İslami dünyada Amerikan faydaları için destek sağlama amacıyla kurulmuştur (Cowan ve Arsenault, 2008, s. 10).

11 Eylül sonrasında United States Government Accountability Office’nin (ABD Hükûmeti Hesap Verilebilirlik Dairesi) yayınladığı rapora göre uluslararası ölçekte var olan Amerikan karşıtı düşünceler, yabancı halkların Amerika’ya karşı gerçekleştirilen terör saldırılarına destek vermesine yol açabilmektedir. Bu türden düşünceler Amerika Birleşik Devletleri’nin askerî operasyonların etkililiğini ve bu alana ayrılan bütçenin miktarını da etkilemektedir. Aynı zamanda ABD’nin başka uluslarla olan ortak politika amaçlarının takip edilmesi yönündeki dengeleme kabiliyetini zayıflatmaktadır (United States Government Accountability Office, 2008, s. 73).

Amerika’nın medya ve basın yayın organı olan Washington Post gazetesinde Holbrooke’nin yayımladığı bir makalede, Holbrooke, ABD başkanı Bush’un 11 Eylül 2001 tarihinde gerçekleşen terör saldırılarından hemen sonra Washington’daki İslam Merkezi’ni ziyaret ederek önde gelen Müslüman ve Arap Amerikalılarla görüşmüştür. İki taraf arasında gerçekleşen bu görüşme her ne kadar doğru bir davranış olsa da bu dönemde meydana gelen kamu diplomasisi çalışmalarında çoğunlukla Washington bürokrasisi daha ağır basmıştır ve kimsenin bu durumdan memnun olması mümkün değildir. Başkan Bush’a göre Washington’da devlet, savunma, adalet, CIA, AID ve diğerlerinin İslam dünyasına yönelik kamu işleri faaliyetlerini koordine edebilen tek

merkez Beyaz Saray'dır. Yönetim mekanizmalarını kapsayan bütün faaliyetler buradan tek elden idare edilmesi gerekmektedir. Aynı zamanda hedef kitle ise sadece Afganistan değil Hindistan ve Çin gibi Arap olmayan ülkelerdeki Müslümanlar da dâhil olmak üzere tüm Müslüman dünyası için terör ağlarının derinden yoğun olduğu Batı Avrupa için bu amaca yönelik özel yayın sistemleri oluşturulmalıdır (Holbooke 2001). Holbrooke'nin ifade ettiği esasen ideal olan bir kamu diplomasisi modelidir. Yani olayların türüne göre bir karar mekanizması oluşturulup tek bir merkezden yönetilmesi bütünlük açısından oldukça önemlidir. Zira Amerika Birleşik Devletleri'nde 11 Eylül terör saldırılarından sonraki iki yıllık süreçte siyasi açıdan birçok farklı oluşum meydana gelmiştir. Bu dönemde kamu diplomasisi çalışmaları da sekteye uğramıştır. Çünkü 11 Eylül saldırıları ile ABD tabiri caizse kendi evinde vurulmuştur. Bu nedenle gerek kamu diplomasisi uygulamaları gerekse diplomatik ilişkilerin seyrindeki hareketlilik geçici bir süreliğine yavaşlama eğiliminde bulunmuştur. United States Government Accountability Office'nin hazırladığı rapora göre bu dönemde kamu diplomasisi çalışmalarının Dışişleri Bakanlığı, Beyaz Saray, Savunma Bakanlığı, bağımsız bir şekilde faaliyetlerini icra eden USAID ve bünyesinde çalışan üyeleri başkan tarafından atanarak Senato tarafından onaylanan BBG tarafından yürütüldüğü görülmektedir (United States Government Accountability Office, 2008, ss. 7-8).

2002'nin Eylül'ünde National Security Council'in (Ulusal Güvenlik Konseyi) tarafından kurulan Strategic Communications Policy Coordinating Committee'nin (Stratejik İletişim Politikaları Koordinasyon Komitesi) kuruluş amacı, bu kapsamda tüm birimlerin birlikte koordineli bir şekilde çalışmasını sağlamak ve Başkan Bush'un mesajlarının yabancı halklara yayılmasını, geliştirilmesini sağlamak ve ulusal iletişim stratejisi taslağını ortaya koymaktır. Ancak komite hedeflediği amaca ulaşamamış Kamu Diplomasisi ve Kamusal İşler Müsteşarının görevinin sona ermesiyle birlikte aktiviteler tamamlanamamıştır (United States Government Accountability Office, 2008, ss. 19). O dönemde müsteşar Charletto Beers "Paylaşılan Değerler" adlı bir reklam kampanyasını yürütmekteydi ancak kampanyanın başarısız olması üzerine komitenin geleceği de sonlanmıştır. Bu dönemde Beyaz Saray'a bağlı olarak kurulan Office of Global Communications'ın (OCG/Küresel İletişim Dairesi) sorumlulukları şunlardır (United States Government Accountability Office, 2008, s. 20):

- ABD hakkında diğer ülkelere gönderilen mesajların dağıtılması için Beyaz Saray’a bağlı uygun ajanslar arasında bir iletişim stratejisinin geliştirilmesini kolaylaştırmak,
- ABD hükûmetinin yabancı uluslara bilgi iletmek için kullandığı yöntemleri ve mesajları değerlendirmek ve gerekli birimlerin ABD’nin öncelikli olarak belirlediği hedeflerini ve stratejik olarak iletişim çerçevesini yansıtan mesajlarını koordine etmek,
- Dışarda ABD’nin çıkar ve menfaatlerinin teşvik edilmesi için gönderilen mesajların doğruluğunu garanti altına almak, yanlış bilgilendirmelerin önüne geçmek, koalisyon ortakları arasında onlar için destek sağlamak ve uluslararası kitleleri bilgilendirmek,
- Küresel bağlamdaki çıkarlar ve medya dikkati alanlarında kısa zamanlı yerleştirmelerde güncel iletişim araçlarının oluşumunu koordine etmek şeklinde bir dizi plan ve programı kapsamaktadır.

Fitzpatrick, 2004 yılında OGC’nin yayınladığı bir raporda Amerika’nın iletişim stratejileri hakkında bir revizyona ihtiyacı olduğunu ifade etmiş, stratejik yönetimi, iş birliğini ve gelişimi yerleştirme konusunda yetersiz olduğunu ifade etmektedir. Nitekim Mart 2005 tarihinde de resmî olarak kapanmıştır (Fitzpatrick, 2007, s. 193). Beyaz Saray’a bağlı olarak 2004 yılında Muslim World Outreach Policy Coordinating Committee (Müslüman Dünyası Destek Politikaları Koordinasyon Komitesi) Stratejik İletişim Politikaları Koordinasyon Komitesinin yerine kurulmuştur. Söz konusu komite kamu diplomasisi faaliyetleri sırasında karşılaşılan problemler karşısında çözüm odaklı stratejiler geliştirmekle ilgilenerek ılımlı Müslümanlarla aynı ortamda çalışmak ve aşırı dini faaliyetlere karşı gelmek gibi iki önemli amaca hizmet ettiğinin altını çizmektedir (United States Government Accountability Office, 2008, ss. 13–14). Yine Dışişleri Bakanlığı bünyesinde 2004 yılında Office of Policy, Planning and Resources (Politika Planlama ve Kaynaklar Dairesi) kurulmuştur. Bu birim, ABD’nin Ortadoğu’daki kamu diplomasisi uygulamaları için yeni bir strateji geliştirmeyi amaçlamaktadır. Ofis, birçok konuda güncelleme yaparak çeşitli yenilikleri de kapsamaktadır (United States Government Accountability Office, 2008, ss. 14–15):

- Kamu diplomasisi kapsamında yapılacak faaliyetler için uzun vadeli ve geniş kapsamlı stratejik bir vizyon oluşturulmasına destek olmak ve bu vizyonun özel sektör de dahil olmak üzere deniz aşırı çalışanların da iletişimini sağlamayı amaçlamaktadır,

- Ofis bünyesindeki bütün birimler arasında koordinasyonu sağlamak ve buna bağlı olarak müsteşarlığın stratejik vizyonuna katkıda bulunmak,
- Kamu diplomasisi ve kamusal işlere yönelik etkinlikler için performans gelişim belirleyicileri geliştirmek,
- Kamu diplomasisi ve kamusal işlere yönelik programların ne derece etkili olduğunu saptamak ve bu kapsamda program düzenlemelerinin veya değişimlerinin hangi yönde gösterilebileceğini tanımlamak için bu tarz gelişim çabalarının kat ettiği aşamaları analiz etmek, şeklinde bir dizi amaçları içermektedir.

Eytan Gilboa kamu diplomasisinin temel unsurlarını ortaya koyarken yumuşak güce dayalı olduğunu ve kamu diplomasisinin sert güç ve yumuşak güçle arasında bir ilişki olduğu düşünüldüğü zaman savunma bakanlıklarının niçin kamu diplomasisi faaliyetlerinde var olduğu sorusu da cevabını bulmuş olacaktır. Amerikan Savunma Bakanlığının kamu diplomasisine yönelik uygulamaları genellikle askerî operasyonları yönetme, askerî eğitim çalışmaları, başka ülkelerle resmî ziyaretler gerçekleştirmek, yine başka ülkelerin savunma bakanlarıyla irtibat sağlamak, kriz anlarında anında çözüm üretmek, yabancı kitlelerle iletişim sağlamak gibi amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilecek tüm faaliyetler Deputy Assistant Secretary (Uluslararası Güvenlik İşleri Müsteşar Yardımcısı) aracılığıyla koordine edilmektedir (United States Government Accountability Office, 2008, s. 17).

Hilary Clinton'un Dışişleri Bakanlığı yaptığı dönemde ve günümüzde Kamu Diplomasisi ve Kamusal İşler Bakan Yardımcısı Judith Mchale'dir. Mchale'ye göre Amerika'nın kamu diplomasisi uygulamalarının bazı temel prensipleri vardır. Bunlar; kamu diplomasisi dış politikanın temel bir bileşenini oluşturur ve formülasyondan uygulamaya kadar her düzeyde gerçekleştirilen politika sürecine dâhil edilmelidir. İkinci olarak kamu diplomasisi stratejik olarak yürütülmelidir. Yani sadece bağlantısız, bütünleşmemiş programlarda değil daha geniş ve kapsayıcı bir nitelikte olmalıdır. Bu, ABD politikasının çıkarlarını destekleyen ve yabancı kamuoyunda yankı uyandıran proaktif, amaçlı ve entegre programlar oluşturmaya imkân sağlayacaktır. Üçüncü olarak sonuçlar kaynak gerektirir. Onaylanırsa, kamu diplomasisinin ihtiyaç duyduğu kaynakları ve desteği almasını ve bu kaynakların verimli ve etkili bir şekilde kullanılmasını sağlamak için çaba gösterilmelidir. Dördüncü olarak ödülleri risk gerektirir. Bu bağlamda yeni stratejiler geliştirilecekse

statükoya meydan okumalı ve yeniliği besleyen ve riski tolere eden bir kültür oluşturulmalıdır. Beşinci olarak etkili ve yaratıcı bir biçimde kullanılan son teknoloji, oyunun kurallarını değiştirebilir. İletişimdeki ilerlemeler, insanları doğrudan meşgul etmek, onları birbirine bağlamak ve birçok geleneksel kamu diplomasisi çabasını çarpıcı biçimde büyütmek için eşi görülmemiş fırsatlar sunmaktadır. Bu araçların belirli koşullara dikkatle uyarlanması ve her zaman daha büyük bir stratejinin hizmetinde kullanılması gerektiği anlayışıyla yeni medyadan tam olarak yararlanabilecek kurumsal bir çerçeve oluşturulmalıdır. Son olarak da kamu diplomasisi, hükûmetin tek başına yapabileceği veya yapması gereken bir durum değildir. Dünyayı kapsayan derin bağları ve ağları olan birçok diaspora topluluğumuz da dâhil olmak üzere, Amerikan halkının ruhundan, iyimserliğinden ve çeşitliliğinden yararlanmak gerektiği ifade edilmektedir (McHale, 2009).

Amerika'nın kamu diplomasisi kapsamında Amerika hakkında mesajları bütün dünyaya yaymak için kullandığı bir diğer araç USAID'dır. USAID, 11 Eylül Komisyonunun ABD dış yardımı alan birçok nüfusun güçlü Amerikan karşıtı duygular sergilediğini tespit etmesinin ardından, bu olumsuz imajı izole etmek için kamu diplomasisine olan ilgisini arttırmıştır. USAID, o zamandan beri Amerika'nın insani ve kalkınma yardımı girişimleri hakkında alıcıları ve dünya çapındaki büyükelçilikleri bilgilendirmek için kurulmuştur. Bu amaçla USAID, kamu diplomasisinde iki kurum arasındaki program koordinasyonunu geliştirmek için Devlet-USAID Ortak Politika Konseyi ve Yönetim Konseyinde ABD Dışişleri Bakanlığı ile yakın bir ilişki içerisinde. Amaçları arasında ABD kamu diplomasisi hedefleri için alıcı bir uluslararası ortam oluşturmak ve Amerikan değerleri, politikaları ve girişimlerine yönelik anlayışı artırmak gibi hedefler mevcuttur. ABD Dışişleri Bakanlığı ve USAID Stratejik Planı, kamu diplomasisi çabalarını geliştirmek için üç bileşeni ana hatlarıyla belirtmektedir. Bunlar; bölgesel ortamları ve bunların ABD politikalarına ve girişimlerine açıklığını anlamak, Amerikan halkını diğer ülkelerle ilişkilerin ve etkileşimlerin önemi konusunda meşgul etmek ve onları başarılı kalkınma konusunda bilgilendirmek, yardım hikâyeleriyle daha fazla genç kitleye ulaşmayı kapsamaktadır (www.publicdiplomacy.wikia.org). Kuruluşun misyonu, Amerikan halkı adına, yurt dışında demokratik değerleri teşvik etmek ve sergilemek, özgür, barışçıl ve müreffeh bir dünya geliştirmektir. Bunun yanı sıra Amerika'nın dış politikasını desteklemek için ABD Uluslararası Kalkınma Ajansı, hayat kurtaran, yoksulluğu azaltan, demokratik

yönetişimi güçlendiren ve insanların insani krizlerden çıkmasına ve yardımın ötesinde ilerlemesine yardımcı olan ortaklıklar ve yatırımlar aracılığıyla ABD hükûmetinin uluslararası kalkınma ve afet yardımına öncülük etmek şeklindeki amaçları kapsamaktadır (www.usaid.gov.tr).

1970'lerden itibaren USAID, odağını teknik ve sermaye yardım programlarından uzaklaştırmaya başladı. Bunun yerine ABD kalkınma yardımı temel insan ihtiyaçları yaklaşımını vurgulayarak gıda ve beslenme, nüfus planlaması, sağlık, eğitim ve insan hakları gelişimi gibi alanlara odaklanmıştır (www.usaid.gov.tr).

2000'lere geldiği zaman USAID için daha fazla evrim ve hükûmet yetkilileriyle bir kez daha ajansın iş yapma biçiminde reform çağrısında bulunan dış yardım için daha fazla gelişme getirdi. Afganistan ve Irak savaşları tüm hızıyla devam ederken USAID'den bu iki ülkeye hükûmeti, altyapıyı, sivil toplumu ve sağlık ve eğitim gibi temel hizmetleri yeniden inşa etmesine yardım etmesi talebinde bulunuldu. Ajans, fon tahsislerinden en iyi şekilde faydalanmak için yeniden yapılanmaya başladı. Ayrıca dış yardımın kapsamını genişletmek için özel sektör ve vakıflarda dâhil olmak üzere yeni ortak kuruluşlara ulaşmak için agresif bir kampanya başlatmıştır. Bugün USAID personeli Başkan Kennedy'nin 50 yıl önce ana hatlarını çizdiği aynı kapsayıcı hedeflerle dünya çapında 100'den fazla ülkede faaliyet göstermektedir. Amerika'nın demokrasi ve serbest piyasaları genişletme konusundaki dış politika çıkarlarını iletirken aynı zamanda daha iyisini yapmak için mücadele eden insanlara yardım eli uzatıyor, yaşamak, bir felaketten kurtulmak veya özgür ve demokratik bir ülkede yaşamak için çaba sarf etmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nin dünya çapında ayırt edici özelliği olarak duran bu özendir (www.usaid.gov.tr).

USAID'in günümüze bakan yönü değerlendirilecek olursa amaçları, ortakların kendilerine güvenmelerini ve kendi gelişim yolculuklarına liderlik etmelerini desteklemektir. Çatışmaların kapsamını azaltarak, pandemik hastalığın yayılmasını önleyerek ve şiddet, istikrarsızlık, ulus ötesi suç ve diğer güvenlik tehditlerine karşı mücadele ederek bu yönde ilerleme kaydetmektir. ABD'nin ihracatı için pazarları genişleten yatırımlar yoluyla Amerikan refahını teşvik etmektir. Ayrıca Amerikan işletmeleri için eşit şartlar oluşturmak ve daha istikrarlı, dayanıklı ve demokratik toplumları desteklemektir. İnsani yardımda dünya lideri olarak afetler veya krizler

ortaya çıktığında insanların yanında yer almak şeklinde bir politika izlemektedir (www.usaid.gov.tr).

Amerika'nın kamu diplomasisi araçlarından bir diğeri de The Peace Corps adıyla sosyal yardımlaşma faaliyetlerinde bulunan bir organizasyondur. İnce ama etkili bir sosyal yardım programı olan barış gücü de faaliyetlerini ve önemini artırmıştır. 1961'de Başkan John F. Kennedy tarafından kuruluşundan bu yana 178.000'den fazla Barış Gönüllüsü 183 ülkede yaklaşık olarak iki yıl hizmet vermiştir. Barış Gücü katkılarını vurgulamaya yönelik yeni çabalar arasında, resmî web sitesinde kamu diplomasisinin özel bir bölümünün oluşturulması yer almıştır. Kongre, Temmuz 2003'de gönüllü sayısını 2007'ye kadar 14.000'e iki katına çıkarmak amacıyla Barış Gücü bütçesini 367 milyon dolara genişletmiştir (Zaharna, 2011, ss. 40–41). Barış Gönüllüleri, Amerikan halkının en acil sorunlarının üstesinden gelmek için yerel liderlerle yan yana çalışarak yurt dışındaki bir topluluğa kendilerini kaptırmak için motive olmuş değişim yaratanlar için bir hizmet fırsatıdır (www.peacecorps.gov.tr).

Barış Gücü Misyonunun amaçladığı hedefler arasından üç temel kriter vardır. Bunlar: dünya barışını ve dostluğunu teşvik etmek, ilgili ülkelerin insanlarına eğitilmiş erkek ve kadınlara olan ihtiyaçlarını karşılamalarında yardımcı olmak, hizmet verilen halklar açısından Amerikalıların daha iyi anlaşılmasına yardımcı olmak şeklinde özetlenebilir (www.peacecorps.gov.tr).

Kamu diplomasisi perspektifinden bakıldığında zaman Barış Gönüllüleri, kamu diplomasisi çalışmalarına katılırlar ancak doğrudan veya resmî yollarla katılmazlar. Barış Gücü, üç hedefinden ikisi olarak karşılıklı anlayışı açıkça teşvik etse de gönüllüler bu hedefleri mümkün olan en etkili şekilde yerine getirmek için eğitilmemiştir ve bu bağlamda kendilerinden ne beklendiği konusunda belirsiz bir fikirle karşı karşıya kalmaktadırlar. Artan eğitim ve sınırların tanımlanması yoluyla gönüllüler daha etkili olabilir ve gönüllülerin güvenilirliğinden veya elçilikten bağımsızlığından ödün vermeden büyükelçiliğin hedeflerinden faydalanabilir (Madeley, 2011, s. 240).

Marshall Planı, İkinci Dünya Savaşı sonrasında ABD kamu diplomasisi amaçlarına hizmet etmiştir. Brian Angus McKenzie, inatçı Fransızların kalplerini ve zihinlerini kazanmak için bir tür kamu diplomasisi olarak savaş sonrası Marshall Planı'nın ilgi çekici bir analizini sunuyor. Amerikan küresel stratejisinin bir parçası olarak Marshall

Planı'nın yeniden canlandırılması yönündeki mevcut çağrılar göz önüne alındığında bu, zamanında yapılmış bir çalışmadır.

McKenzie, Avrupa'nın yeniden inşası için iyi bilinen ekonomik mekanizmalara odaklanmak yerine, Avrupa toplumunu yeniden düzenleme girişimi, komünizme karşı koymak ve Amerikan çıkarlarını desteklemek için geniş bir propaganda operasyonu olarak Marshall Planı'nı benimsemektedir. Plan en açık şekliyle Amerikanlaşma olan bir modernleşmeyi teşvik etmektedir. McKenzie, Amerika'nın hikâyesini anlatmak için amansız bir kampanyaya rağmen Marshall Planı'nın kamu diplomasisi olarak gerçekte geri teptiğini savunmaktadır. ABD'nin kısa vadede bile yerine getiremediği efsanevi beklentiler yaratmış ve Fransız anti-Amerikancılığını körükleyerek sona ermiştir. ABD Dışişleri Bakanlığı ve Marshall Planı, büyük ölçüde Fransa'ya odaklanmıştır. Onların Fransız misyonu diğer Avrupa ülkelerinden daha fazla bilgi ve kültür projelerine harcayacak imkâna sahipti (Wakeman, 2007, s. 289). McKenzie, Fransa'daki ABD kamu diplomasisinin psikolojik savaştan Amerikan kültürü ve toplumu üzerine görüşleri şekillendirmeye geçişini inceledikten sonra daha yaratıcı projeleri açıklamaktadır. Gezici tarım sergileri ve Amerika Birleşik Devletleri'nin bölgesel fuarlara katılımı, modern tarım yöntemlerini ve Amerikan yardımını sergilemiştir. Sanat sergileri, Fransızları Batı kültürel standartlarını sürdürme konusunda Amerikan istekliliğine ikna etmeyi amaçlamaktadır. Emek, Amerikan tarzı zenginliğe ve kolay yaşama sihirli formüller olarak teşvik edilen üretkenlik dürtülerini ve tüketimciliği sergilemektedir. Turist sınıfı uçak biletlerinin yaratılması, Marshall Planı yetkilileri için Amerika-Amerika seyahatinin Fransa'ya ekonomik ve kültürel faydalarını tanıtmaya fırsatı sunmuştur. Filmlerden ve radyodan, Labor Informations Bulletin sendikası, Fransız Misyonu Dergisi raporları, özel yayınlar, broşürler ve yayınlara kadar bütün medya iletişim araçları Amerikan kitle iletişim araçlarının işgali altındadır. Bunların hepsi, Amerikan fikrini ve Marshall Planı'nın faydalarını Fransızlara satmayı amaçlamaktadır. McKenzie'nin tasvir ettiği gibi bu geniş kapsamlı söylem, Amerika'nın her şeye kadir ve kültürel gücüne tekabül eden normatif bir modernleşme vizyonu sunmuştur (Wakeman, 2007, s. 290).

Szondi'ye göre, kamu diplomasisi kavramının kökeni Soğuk Savaş'ın zirvesine kadar uzanmaktadır. Ona göre tarihsel olarak Amerikan kamu diplomasisi, sembolik yapıların çöküşleriyle damgasını vuran uluslararası siyasi iklimdeki değişikliklerle

bağlantılı üç farklı aşamaya ayrılabilir. İlk dönem, Amerikan ve Batı değerlerinin ve normlarının Doğu Avrupa'ya yoğun bir şekilde yayıldığı ve Demir Perde'nin arkasında yaşayan insanları ikna etmek için bir dizi yöntemin kullanıldığı kırk yılı aşkın bir süreci kapsamaktadır. İkincisi Berlin Duvarı'nın çöküşü, kamu diplomasisinde önemli ölçüde daha az çaba ve kaynak ayrıldığında kamu diplomasisinin ikinci aşamasının başlangıcına işaret etmektedir. Bu da ABD kamu diplomasisinin dünya çapında azalmasına neden olmaktadır. 11 Eylül 2001'de Dünya Ticaret Merkezi'nin trajik yıkımı ve çöküşü üçüncü aşamanın başlangıcına işaret etmektedir. Kamu diplomasisi her aşamada yeni anlamlar ve yorumlar kazanmış, genellikle kavram yeniden tanımlanmış ve yeniden canlanmıştır (Szondi, 2020, s. 2).

1990'da kamu diplomasisini öğreten ve uygulayan Hans Tuch, kamu diplomasisinin anlamı üzerinde genel bir anlaşma olmadıkça etkili bir araç olamayacağından endişe etmiştir. Neredeyse yirmi yıl sonra kamu diplomasisi hala evrensel olarak kabul edilmiş bir tanımdan yoksundur ve bu gerçeğe rağmen kavram her yerde bulunur hâle gelmiştir (Szondi, 2008, s. 3). Amerikan dünya topluluğunun istediği durum bir Amerikan dünya imparatorluğuna anayasal dönüşümdü ve hâkim olan gayriresmî dünya otoritesi artık kendi içinde yeterli bir amaç değildi. Daha ziyade, Amerikan dünya liderliğinin yasal meşrulaştırılmasının temelini oluşturması bekleniyordu. Kamu diplomasisi, kayaları yumuşatan bir nehir gibi Amerikan dünya otoritesinin ikna yoluyla doğrulanmasını temsil etmeye devam etmektedir. Amerikalılar olarak derin dünya otoritesi geleneklerimizi, boyun eğmek yerine otorite aramaya ikna yoluyla bir kenara atmak, bu savaşın deneyiminin bize çok trajik bir şekilde hatırlattığı gibi, bu otoriteyi tamamen kaybetme riskiyle karşı karşıyadır (Vlahos, 2009, s. 36).

Szondi'ye göre tanım olarak kamu diplomasisi, bir ülkenin hükûmetini içermektedir. Herhangi bir kampanya ve girişim yabancı kamuoyuna hitap eden ve Rus hükûmetinden kaynaklanan haberler Batı'da inandırıcı olmayacaktır. Bu anlamda, Rus ve Amerikan kamu diplomasisi çabalarının pek çok ortak yönü vardır. Her ikisi de yabancı kamuoyunu hükûmetlerinin dış politikalarının ve eylemlerinin meşru ve haklı olduğuna ikna etmeye çalışırlar. Politikalarını değiştirmek yerine dış kamuoyunun algısını değiştirmeye çalışırlar. Hem ABD hem de Rus hükûmetleri, ülkelerinin dünya çapında neden bu kadar olumsuz imajlara sahip olduklarının farkındadırlar (Szondi, 2009, s. 310). Wang ise Amerika Birleşik Devletleri'nin günümüzdeki kamu

diplomasisi anlayışında diyalektik iletişim tarzının olmadığını ifade etmektedir (Wang, 2006, s. 27). ABD'nin kamu diplomasisine karşı olan eleştiriler, onun iki yönlülük ve gerçek bir diyalog için samimiyetinin sorgulanmasına sebep olmaktadır.

ABD kamu diplomasisi finansmanı, Dışışleri Bakanlığı bünyesinde kamu diplomasisi için ayrılan fonları ve uluslararası yayın için ayrı fonları içeren yıllık Dışışleri Bakanlığı/Dış Operasyonlar ödenekleri mevzuatında yer almaktadır. Dışışleri Bakanlığı, kamu diplomasisinin finansman taleplerini, ödenek mevzuatında Diplomatik ve Konsolosluklar Programları başlığı altında ve ayrıca Eğitim ve Kültür Programları gibi bir dizi başka başlık altında içermektedir. Bu kapsamda 2008 ve 2009 mali yılı ve 2010 mali talebi için kamu diplomasisi ödenekleri için ayrılan bütçe 2008 yılında 890.889 dolar, 2009 yılında ise, 1 milyon 81 bin 428 dolar, 2010 yılında istenecek bütçe 1 milyon 253 bin 985 dolardır. Dışışleri Bakanlığı ABD kamu diplomasisi çabalarında tanınan lider olmakla birlikte bazı devlet kurumları, misyonlar gereği yabancı halklarla iletişim kurar. Savunma Bakanlığı (DOD) ve Uluslararası Kalkınma Ajansı (USAID) faaliyetlerinde net dış politika yönleri olan iki kuruluştur. Diğer bazı ajanslar, 1956 Karşılıklı Eğitim ve Değişim Yasası (MECEA) kapsamında bilgi alışverişi yapmaktadır. Uydu ve internet medyası aracılığıyla anlık küresel iletişimin ortaya çıkmasıyla birlikte daha fazla ajans mesajlaşmalarının yabancı halklar üzerindeki etkisini eskisinden daha fazla dikkate almalıdır (Nakamura ve Weed, 2010, s. 24).

Nelson ve İzadi, Amerikan kamu diplomasisinin sembolik ilişkilere ek olarak gerçek davranışsal ilişkilerle ilgili olması gerektiğini ifade eder. Bu, iletişim formunda yalnızca mesajlar diyalog içerir. Ancak bu tr mesajların sonuçları diğer tarafın görüşlerini de dikkate almalıdır. Dolayısıyla ABD'nin iki yönlü simetrik kamu diplomasisi yürütebilmesi için politikalarını yaparken diğer ülkelerden aldığı geri bildirimleri de dikkate alması gerekmektedir. Neyse ki etik iletişim modelleri zaten mevcuttur. Grunig'in ilişki yönetimi modelinin merkezinde, simetri ya da ilişkilerin dengesi kavramı yer almaktadır. Bir kuruluş ile halkları arasındaki çıkarlar Grunig'in halkla ilişkiler yaklaşımı sistem teorisine dayanmaktadır. Miller, sistemi, aralarında ilişkiler olan bir dizi etkileşimli birim olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda Grunig ve Huang aşamalar ve ilişki biçimleri için bir model önerir. İki yönlü simetrik model, uygulayıcıların kuruluşun çevresinden olduğu kadar kuruluşta da değişiklikler

meydana getirmek için kuruluşun çevresinden girdi aldığı açık bir sistem olarak görülür. Bu modelde Grunig ve Huang, simetrik ve asimetrik halkla ilişkiler uygulamalarını ilişki sürdürme stratejileri olarak tanımlamaktadır. Simetrik bir dünya görüşüyle bir organizasyonun sürekliliğin saf simetri ucuna yaklaşarak simetrik ilişki sürdürme stratejilerini kullanması daha olasıdır. Buna karşılık asimetrik bir dünya görüşüne sahip bir organizasyonun, sürekliliğin asimetrik uç noktasına yaklaşan asimetrik stratejiler kullanma olasılığı daha yüksektir. Dolayısıyla halkla ilişkilerin iki yönlü simetrik biçimi özünde yeni kamu diplomasisi ile aynıdır (Richard ve Izadi, 2009, s. 342).

Bu nedenle Amerikan kamu diplomasisi, hükûmet tarafından yönetilmedikçe, propagandacı ve etik dışı olacaktır. Yetkililer dinlemeye ve değişmeye, iletişim düzeyinde ve politika düzeyinde yabancı halklarla ilişki kurmaya isteklidir. Bu, Soğuk Savaş sırasında ABD kültürel diplomasisinin kısa vadeli siyasi hedeflere boyun eğdiği görülüyordu. Kültürel diplomasiye yönelik bu araç-gereç yaklaşımıyla ABD yetkilileri, kusurlu veya popüler olmayan bir politikanın en iyi kamu diplomasisi programlarını nasıl baltalayabileceğini genellikle ihmal etmişlerdir (Richard ve Izadi, 2009, s. 342).

Ross, Amerika'nın kamu diplomasisinin başarılı sonuçlar vermesi için yedi temel kriter saymaktadır. Bunların ilki, politika savunuculuğudur ve tüm kamu diplomasisi faaliyetleri, ne kadar çeşitli olursa olsun ABD'nin ulusal çıkarlarını desteklemek ve onun uluslararası görevlerini yerine getirmek için tasarlanmıştır. Her şeyden önce ilk sorumluluk her zaman yabancı izleyicilerin ABD politikalarını başkalarının söylediği gibi değil oldukları gibi anlamalarını sağlamak olmalıdır. Değişen olaylara verilen bir dizi geçici yanıtın daha fazlası olması için kamu diplomasisi dış politikanın zemin katına dâhil edilmelidir. Politika yapıcılar, birçok farklı hedef kitleye açık ve anlaşılır bir şekilde açıklanamayan bir politikanın sürdürülebilir olmadığı düsturunu dikkate almalıdır. Bush yönetiminin ulusal iletişim stratejisinde, bu nedenle dış politika ve kamu diplomasisi, politika oluşturma ve uygulama süreci boyunca ayrılmaz ve bütünleşmiştir. Bilgi önceliklerinin açık olmasını, genel temaların oluşturulmasını, mesajların tutarlı olmasını ve kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasını sağlamak için hükûmet genelinde etkili bir ulusal kamu diplomasisi çabası koordine edilmelidir. Mesaj türleri, dil, hedef kitle, format ve medya büyük ölçüde farklılık gösterecektir.

Ancak bunların tümü başlangıcında politikanın formüle edilmesiyle bağlantılı ve dış ilişkiler topluluğu genelinde geniş çapta koordine edilen kapsamlı bir kamu diplomasisi stratejisinin parçası olmalıdır (Ross, 2014).

Ross'a göre politika tartışmasının günlük nokta kontrpuanı yalnızca kamu diplomasisinin bir unsurudur. Değerlerimizin ve dünya görüşlerimizin en derinlerinde yer aldığı insani duygu ve algılarla bağlantı kurmak için halkın tutumlarının daha yavaş olan nabzını sistematik olarak ele almak da aynı derecede hayatidir. Bir yazarın dediği gibi “insanlar bilgi içinde boğuluyor ancak bağlam için umutsuzlar...” Bush yönetiminin Soğuk Savaş'ın sona ermesinden bu yana odağını ve finansmanını kaybeden ABD, kamu diplomasisine yeniden enerji vermek için çok çalıştığı, devletler ve halklarla daha derin bir anlayış ve daha geniş bir diyalog arayışı içinde olduğu yer burasıdır. Bu kapsamda ABD kamu diplomasisi, bilgi esnekliğinin bazı yönlerinde, özellikle resmî metinlerin ve transkriptlerin genellikle yerel veya bölgesel dil versiyonlarında daha hızlı ve güvenilir bir şekilde iletilmesini sağlamak için Listserv e-posta ve web sitelerinin kullanımında başarılı olmuştur. Aynı zamanda yeni fırsatlar ve zorluklar boldur. ABD, özellikle sohbet odalarında ve ABD dış politikasını rutin olarak tartışan diğer çevrim içi konuşma türlerinde herhangi bir resmi ses veya denge veya kontrpuan sağlayan bir varlık olmadan internetteki seslerden payını sağlamayı henüz tam olarak anlayamamıştır (Ross, 2014).

ABD kamu diplomasisinin özellikle Avrupa, Asya ve başka yerlerdeki birçok müttefiki arasındaki politika ve kültürel farklılıklara çok fazla odaklanıldığı bir zamanda eğitim ve değişim programlarının önemi göz ardı edilemez. Şu anda terörizme karşı savaşta küresel koalisyonun liderlerinin yüzde 50'sinden fazlası en büyük değişim çabamız olan Uluslararası Ziyaretçi Programı'nın eski katılımcılarıdır. 200'den fazla mevcut ve eski devlet başkanı, 1500 kabine düzeyinde bakan ve hükûmet ve özel sektördeki dünya çapında birçok seçkin lider bu aynı programa katılmıştır. ABD kamu diplomasisinin ana yönergesi her zaman ABD politikalarının mümkün olduğunca açık ve güçlü bir şekilde savunmamızı sağlamak olacaktır. Aynı zamanda sürekli diyalog ve katılım taahhüdü yoluyla iletişimlerin uygun bir bağlamda iletilmesi çok önemlidir. ABD kamu Diplomasisinin yedi temel maddesinde yer alan ilkelere bağlı kalarak yalnızca ulusal çıkarlarını değil dünyayla paylaştığımız evrensel özgürlük, eşitlik ve fırsat değerlerini de geliştirebilir (Ross, 2014).

Amerikan kamu diplomasiyle ilgili daha birçok örnek verilebilir. Kamu diplomasisi kavramı ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıktığı için bu kapsamda verilen örnekler ABD kamu diplomasisi kaynaklarından alınmıştır. Bu yüzden doğrudan ABD kamu diplomasisinin boyutunu yansıtmaktadır.

4.2. Avrupa'da Kamu Diplomasisi

Kamu diplomasisi terimi her ne kadar Amerika'da ortaya çıkmış olsa da Avrupa da bu kavrama karşı yabancı değildir. Çünkü Avrupa'nın başka uluslarla iletişim kurma süreci kapsamında gerçekleştirdiği bütün faaliyetler aynı zamanda kamu diplomasisi niteliği taşımaktadır. Buraya kadar Amerika Birleşik Devletleri'nin kamu diplomasisi uygulamalarından bahsedilmiştir. Bu bölümde Avrupa'da kamu diplomasisi faaliyetlerinin nasıl ilerlediğini görmek için Fransa, İngiltere, Almanya, Avrupa Birliği kamu diplomasisi politikalarına yer verilmiştir.

4.2.1. Fransa

Bir ülkenin yumuşak gücü öncelikle üç kaynağa dayanır. Bunlar: kültürü (başkaları için çekici olduğu yerlerde), siyasi değerleri (yurt içinde ve yurt dışında onlara göre yaşadığında) ve dış politikaları (bunlar görüldüğünde meşru ve ahlaki otoriteye sahip olarak). Kültür, bir toplum için anlam yaratan pratikler bütünüdür. Dolayısıyla birçok tezahürü vardır. Edebiyat, sanat ve eğitim gibi seçkinlere hitap eden yüksek kültür ve kitle eğlencesine odaklanan popüler kültür arasında ayrım yapmak yaygındır. Fransa, Fransız-Prusya Savaşı'ndaki yenilgisinden sonra Fransız hükûmeti, 1883'te Alliance Francaise Enstitüsünü kurmuştur. Bu Enstitü aracılığıyla dilini ve edebiyatını tanıtarak ulusun parçalanmış prestijini onarmaya çalışmıştır. İtalya, Almanya ve diğerleri kısa bir süre sonra bu politikayı izlemiştir. Birinci Dünya Savaşı, bu hükûmetlerin çoğu davalarının propagandasını yapmak için ofisler kurdukça, yumuşak gücü yayma çabalarında hızlı bir hızlanma görüldü. Bu süreçte Amerika Birleşik Devletleri kendi ofisini kurmakla kalmadı, diğer ülkelerin de merkezi bir hedefi idi. Amerika'nın savaşa girmesinden sonraki ilk yıllarda, İngiltere ve Almanya Amerikan kamuoyunda olumlu imajlar yaratmak için yarışmıştır (Nye, 2008a, s. 96).

Alliance Française Paris Ile-de-France, 1901 yasası uyarınca dünya çapında 800'den fazla kuruluştan (133 ülke) oluşan küresel bir ağın kalbinde, kamu yararına, dini ve apolitik olarak kabul edilen bir dernektir. İlk ortağı Fondation des Alliances

Françaises'tir. Kuruluşun misyonu: tüm ittifaklar gibi, Fransız dilini ve Fransızca konuşan kültürleri dünya çapında teşvik etmek ve yaymaktır. Tütünün benzersiz bir ağı olan Alliance Française, 1883'te Paris'te Paul Cambon ve Pierre Foncin'in himayesinde, Jules Verne, Louis Pasteur, Ferdinand de Lesseps, Armand Colin ve Ernest Renan gibi şahsiyetler etrafında kurulmuştur. Alleince Françaises'in ortak noktası üç temel misyonun peşindedir. Bunlar (www.alliancefr.org):

- Fransa'da ve dünyanın her yerindeki tüm kitlelere Fransızca kurslar sunmak,
- Fransız ve Frankafon kültürlerinin farkındalığını arttırmak,
- Kültürel çeşitliliği teşvik etmek,

Alleince Françaises, ağın gücünü ve ömrünü oluşturan ve her bir eylemin temelini oluşturan değerleri paylaşır. Bunlar, kültürlerin çeşitliliğine saygı, değişim ve dayanışma tutkusu, ilişkisel değerler, samimiyet, üstlenilen tüm faaliyetlerde mükemmellik arayışı, modernite ve yenilik gibi değerlerden oluşmaktadır.

Fransa, kamu diplomasisi kapsamında Marshall Planı'na katılmıştır. Bu kapsamda bu plana katılma sebeplerini birkaç maddeyle açıklamıştır. Bunlar:

- Marshall Planı kapsamında Fransa'nın Amerika'dan kabul ettiği yardım, Fransa'nın sadece küçük bir bölümünün inşası içindir.
- Amerika Marshall Planı kapsamında birçok ülkeye yardım göndermiştir. Fransa'da bu ülkelerden biridir. Kabul edilen yardım paketi hediye amaçlıdır. İlerleyen dönemlerde Amerika Birleşik Devletlerinin kapitalistleri tarafından Fransa'nın kontrol edilmesi söz konusu bile olmaz.
- Fransa bu yardım planı kapsamında sadece ihtiyacı olan eşyaları kabul etmektedir,
- Fransa, kendi üretebildiği ya da diğer Avrupa ülkelerinden satın alabildiği üretilmiş ürünleri değil, sadece ham maddeyi ithal etmektedir.
- Marshall Planı, Fransa'nın kendini yeniden inşa etme planı doğrultusunda yardımları kabul etmekte ancak onun yerini almamaktadır.

1922 yılında Association Française d'Action Artistique (Fransız Sanatsal Eylem Topluluğu) hükûmete bağlı olarak kurulan bir sanat topluluğudur. Bu topluluk, Fransız kültürünün yurt dışında yayılmasını amaçlamaktadır (McKenzie, 2007, s. 53).

1990 yılında kurulan Yurt dışı Fransız Eğitim Ajansı (AEFE), Avrupa ve Dışışleri Bakanlığı'nın denetimi altında bulunan ulusal bir kamu kurumudur. Kuruluşların kabul kapasitesini göz önünde bulundurarak Fransa dışında ikamet eden Fransız çocukların eğitimi ile ilgili kamu hizmeti misyonları yürütür ve Fransız dili ve kültürünün etkisinin yanı sıra Fransız ve yabancı eğitim sistemleri arasındaki ilişkilerin güçlendirilmesine katkıda bulunur. AEFE'nin temel amacı, 2020 eğitim-öğretim yılının başlangıcında 139 ülkede bulunan 535 kuruluştan oluşan, dünyada benzeri olmayan bir okul ağına hizmet etmek ve teşvik etmektir. Ajansın Türkiye'de Fransız Pierre Loti Lisesi ve Ankara Charles De Gaulle Lisesi ile iş birliği bulunmaktadır (www.aefe.fr). Bugün faaliyet gösteren bu okullarda sadece o ülkede yaşayan Fransızlar değil o ülkenin vatandaşları da eğitim görmektedir. Bu sayede bu okullarda eğitim gören öğrenciler Fransız eğitim sistemine tabi olarak Fransız dili ve kültürü hakkında bilgi sahibi olmaktadır.

Fransa'nın kamu diplomasisi politikalarına hizmet eden araçlardan biri de Cannes Film Festivali'dir. Festivalin amacı, sinemanın evrimine hizmet etmek, dünyada film endüstrisinin gelişimini teşvik etmek ve uluslararası alanda 7. sanatı kutlayacak kaliteli eserleri ortaya çıkarmak gibi misyonlara sahip bir medya iletişim aracıdır. Fransa'nın dünya çapında tanınmasına aracılık eden topluluk, Fransa'da uluslararası kültürel faaliyetleri yerleştirmek için Uluslararası Cannes Film Festivali'ni tasarlamıştır ve ilk faaliyet 20 Eylül 1946 yılında gerçekleştirilmiştir. Topluluğun kuruluşunun ilk dönemlerinde katılan her film ödül almıştır. Ancak daha sonra dünya çapında ünlü olan sanatçıların katılımıyla birlikte kısa bir süre içinde uluslararası bir niteliğe sahip olmuştur (www.festival-cannes.com).

Günümüzde Fransa'nın başkenti Paris'in dünyanın en önemli moda merkezlerinden biri olarak anılması, Eiffel Kulesi ve çeşitli Fransız markaları (Chanel, Christian Dior, Louis Vitton) gibi ünlü markalar Fransa'nın uluslararası platformda tanınmış bir ülke konumuna gelmesine yardımcı olan çeşitli kamu diplomasisi araçlarındandır.

Tarihte Fransa'nın gerçekleştirdiği kolonizasyon faaliyetleri hem geçmiş zamanlarda hem de günümüzde sömürge sonrası dönemi çağrıştırmaktadır. Bu nedenle Fransa'nın günümüzde yumuşak gücünü üretebilmesi için onun geçmişte sömürgeci bir ülke olduğunun zihinlerden silinmesi gerekmektedir. Blanchard'a göre Fransa'nın da bir Barack Obama'ya ihtiyacı vardır. Yani kendi siyasi tarihlerini (hem sağın hem de

solun tarihini) üstlenemeyen ve siyasi partilerden tamamen kurtulmuş bir sivil toplum liderine ihtiyaç vardır. Fransa tarihine farklı bir bakış açısıyla bakabilecek hem cinsiyet hem de köken açısından çifte bir kırılma, sömürge sonrası zamanlara girmedeki bu yetersizliği kırabilecek tek bir kişi Fransa'ya karşı takınılan bu olumsuz imajı izole edecektir (Blanchard, 2009, ss. 121–26). Görüldüğü üzere Fransa kamu diplomasisi politikalarının öneminin farkındadır ve bu konuda çeşitli kamu diplomasisi araçları kullanarak dünya çapında Fransa'nın tanınabilir bir ülke hâline gelmesi için ve Fransız dili ve kültürünün bütün dünyada yaygınlaşması için çeşitli dernekler ve enstitüler gibi topluluklar kurarak yumuşak güç üretmeye çalışmaktadır.

4.2.2. İngiltere

Devletler kendilerini ve dış politikalarını denizaşırı halklara daha etkili bir şekilde sunma ihtiyacının farkına varmaktadırlar. Demokrasi, insan hakları, yönetim gibi değerleri teşvik etmek, belirli bir devlet imajını yansıtmak gibi dış politikanın önemli bir parçası hâline gelmektedir. Britanya'nın ulusal kimliğini yeniden markalaştırma girişimleri bunun bir belirtisidir. Yani küresel şirketlerin kurumsal kimliklerini yönetmek için kullandıkları yöntemlerden bazılarının, Birleşik Krallık'ın tüm “kurumsal” imajı için netlik ve tutarlılık sağlamak için yararlı bir şekilde ele alınabileceği elçilikler ve British Council ofislerinden tanıtım literatürüne ve haber servislerine kadar devletlerin dış politikalarına ilişkin uluslararası kamuoyu algılarını şekillendirmek için kitlesel reklam ve ilkeli siyasi kampanya tekniklerini kullanmaları gerektiğine dair önerilerde Kanada'da olduğu gibi Britanya'nın denizaşırı ülkelerdeki imajı üzerine yapılan araştırmalar, insanların eski bir Britanya imajını koruduklarını belirlemiştir. Dışişleri ve Milletler Topluluğu Ofisi (FCO) ayrıca özellikle genç kanaat önderleri olmak üzere denizaşırı kamuoyunun İngiltere hakkındaki algıları hakkında diğer kurumlar tarafından toplanan materyalden de yararlanmıştır. Başka gözlerle Dünya Birleşik Krallık'ı nasıl görüyor? sorusunun cevabı, İngiltere'nin en büyük güçlerinin güçlü ve istikrarlı bir ekonomide, geleneklerinde ve mirasında yattığı şeklinde bir ifade olacaktır (Vickers, 2004, s. 188).

Genel olarak İngiltere'nin kamu diplomasisi politikaları için belirlediği beş temel madde vardır. Bu maddeler kapsamında kamu diplomasisi İngiltere'nin diplomatik stratejisinin merkezinde olmalıdır. Bunlar (Leonard ve diğ., 2005, s. 8):

- Cool Britannia’nın 1990’lardaki versiyonu değil Britanya’nın, uluslararası hukuka, küresel kalkınmaya ve Avrupa Birliği’ne inanan ilkeli bir güç olduğunu göstermek için tasarlanmış, bir kamu diplomasisi stratejisi olmalıdır. Çünkü günümüzde kamu diplomasisi kurguya değil gerçeği yansıtmaya bağlıdır dolayısıyla başarı gerçeğe bağlı olacaktır. Gelecekte kamu diplomasisi, geçmişte ekonomide olduğu kadar siyasete ve kültürel bölünmelere de odaklanmalıdır.

- Kamu diplomasisi, kamu diplomasisi ve politikanın çok daha yakın entegrasyonunu gerektirir -eylemin tutarlılığı, ideallere bağlılığı gerçekten göstermenin ve ikiyüzlülük suçlamalarının düzeltilmemesini sağlamanın en önemli yoludur. Bu, belirli politikaların kamu diplomasisi sonuçlarının mümkün olan en erken aşamada titiz bir değerlendirmesini gerektirir. Çünkü bu politikaların İngiltere’nin çıkarları üzerinde politikanın kendisinin doğrudan sonuçları kadar etkisi olması muhtemeldir.

- İngiliz kamu diplomasisi yalnızca eşik/gelişmekte olan ülkelere değil geleneksel müttefiklere ve sanayileşmiş ülkelere çok daha fazla odaklanmalıdır. Uygun olduğu yerde eşik uluslardan gelişmiş dünyaya kaynakların transferini ve ortak sonuçlar üzerinde diğer benzer düşünen ülkelerle birlikte çalışmak için ortak bir girişimi düşünmeye hazırlıklı olmalıyız.

- Hükûmetler kötü sözcülerdir. Resmî kamu diplomasisi çalışması, STK’lar, diasporalar, siyasi partiler ve diğer sivil toplum yolları aracılığıyla çalışan paralel bir “insandan insana diyalog” geliştirmeye yönelik sürekli uyumlu bir girişimle paralel olmalıdır.

- İngiliz kamu diplomasisinin tonunda ve karakterinde bir devrim olması gerekiyor böylece sadece mesaj tesliminden ziyade güven ve karşılıklılığa odaklanmaktadır.

İngiltere’de gerçekleşen kamu diplomasisi uygulamaları Birinci Dünya Savaşı dönemlerine dayanmaktadır. 5 Eylül 1914 tarihinde İngiliz kabinesinde Almanya’nın doğru olmayan haber yönetimine karşı tedbir alınması gerektiği yönde karar alınmıştır. Bu amaçla da Wellington House kurularak resimli propaganda üretmek için baskı tesisleri sağlanmıştır. Entelektüel bir izleyici kitlesini hedef alan broşürler ve resimli dergiler popüler tüketim için İngiliz propagandasının ana aktörlerinden biri olmuştur (Sanders, 1982, s. 121).

Aynı zamanda İngiltere hükûmetine bağlı Foreign and Commonwealth Office (Dışişleri Bakanlığı) İngiltere'nin ulusal çıkarlarını gözeten ve Birleşik Krallık'ı dünyada iyilik için bir güç olarak tasarlayan bir kurumdur. Amaç Birleşik Krallık'ın güvenliğini korumak, değerlerini savunmak, yoksulluğu azaltmak ve uluslararası ortaklarla küresel çaptaki problemlerin üstesinden gelmektir. 280 denizaşırı büyükelçilik ve yüksek komisyon dâhil olmak üzere dünya çapındaki diplomatik ve kalkınma ofislerinde yaklaşık 17.300 personel istihdam etmektedir. İngiltere merkezli personel King Charles Street, Londra ve Abercrombie House, East Kilbride'da çalışmaktadır. Aynı zamanda 22 Whitehall dâhil olmak üzere başka Londra ofisleri ve Milton Keynes merkezli hizmetleri vardır (www.gov.uk.tr).

Bakanlığın 2010 ve 2011 yılı yıllık raporları incelendiği zaman İngiltere, kamu diplomasisi kapsamında bir dizi faaliyetlerde bulunduğunu ifade etmiştir. Bu kapsamda İngiltere'nin değişen dünyada aydınlanmış ulusal çıkarlarını desteklemek için Temmuz 2010 yılında Başbakan ve Dışişleri Bakanı tarafından dış politika öncelikleri kabul edilmiştir. Bu bağlamda diğer ülkelerle birlikte çalışarak ve İngiltere'nin değerlerini desteklemek için kurallara dayalı bir sistem geliştirmek ve aktif bir eylemci dış politika izleyeceğini ifade etmiştir. Amaçlar arasında İngiltere'yi güvende tutmak, yurt dışındaki İngiliz vatandaşlarını desteklemek gibi hedefler doğrultusunda çalışmalarını gerçekleştirmektedir (Report, 2011, s. 6). İngiltere, kamu diplomasisi kapsamında yumuşak gücü Birleşik Krallık dış politikasının bir aracı olarak kullanan FCO'nun, başlıca yumuşak güç ve kamu diplomasisi ortakları için nihai finansman düzenlemelerini onaylamıştır. Aynı zamanda faaliyet programlarının İngiltere'nin dış politika hedefleriyle uyumlu olmasını sağlamak için British Council ve BBC ile yakın bir şekilde çalışmışlardır. British Council'in kurumsal planı Bakanlar tarafından onaylanarak BBC Dünya Servisi ile fonları ve hizmet tekliflerinin şekli hakkında yoğun medya, halk ve parlamento tarafından yıl boyunca tartışılmıştır (Report, 2011, s. 6).

Kamu diplomasisi ortaklarından biri olan British Council tarafından gerçekleştirilen değişimler, 2001 yılına gelindiği zaman yaklaşık olarak 40 bin İngiliz vatandaşını kapsamıştır. Aynı şekilde İngiltere'ye 20 ülkeden yaklaşık olarak 2500 öğrenci eğitim için gelmiştir (Leonard, 2014, s. 82). Bugün British Council'in 100 ülkede 191 ofisi vardır. Uluslararası alanda bugüne kadar British Council'in değişim programlarına

208 bin öğrenci katılmıştır (Council, 2012, ss. 4–7). İngiliz hükûmeti aynı zamanda Think'e 5.4 milyon sterlinlik kamu ve özel fonu yatırarak 2003 yılında en büyük denizaşırı kamu diplomatik girişimlerden birini başlatmıştır. British Council ayrıca Birleşik Devletler'de İngiliz toplumunun farkındalığını ve çekiciliğini sergilemek için Dickens 2012: Sketching the City ve The City ve the City gibi çeşitli kültürel değişim etkinlikleri de sunmuştur. Birleşik Krallık gibi bir ülke için büyük kültürel başarılarla sahip olan en büyük zorluk, tarihsel başarısının modern eş değerlerinin yanı sıra alakalı ve büyüleyici bir şekilde nasıl markalaştırılacağını ve yeniden markalaştırılacağını bulmaktır. Birçok ülkenin uluslararası imajını değerlendirmesi ve imajın muadili doğru bir şekilde temsil edip etmediğini belirlemesi gerekir. Bundan dolayı ulus markası kavramı bu tür çabaların başında gelmektedir (Zhou ve diğ., 2013, s. 872).

İngiltere'nin kamu diplomasisi bağlamında gerçekleştirdiği en önemli faaliyetlerden biri de Londra Olimpiyat Oyunları'dır. Olimpiyatlar gibi spor etkinliklerinin bir şehri ve bir ulusu sergilemek için nasıl kullanıldığını ve bu tür manevraların arkasındaki araçları, mekanizmaları ve teorik temelleri daha iyi anlamak için bu türden faaliyetlerin gerçekleştirilme amaçlarına odaklanmak gerekmektedir. Şubat 2015 Londra Olimpiyatları'nın açılış töreninin sistematik bir analizinde ulus markalaşması ve kamu diplomasisi perspektifleri özellikle iki yabancı kamuoyunun ve İngiltere'nin kendi iç kamuoyunun medya kapsamının önemini inceleyerek gösteriye nasıl tepki verdiğine ve ifade edilen tutumların değeri ve farklı ülkelerde vurgulanan farklı temaların, gösteriyi tasvir ettiğine odaklanmaktadır. Açılış töreninin düzenlenmesinin çoğu, Birleşik Krallık Dışişleri ve Milletler Topluluğu Ofisinin (FCO) öncülük ettiği kamu diplomasisi girişimlerinde yıllarca süren planlama çabalarının nihai sonuçlarıdır. Olimpiyat oyunları, İngiltere'nin kamu diplomasisi ve yumuşak güç potansiyelini kilit bireyler ve gruplar üzerinde etki kazanmaya yardımcı olan bir araç olarak nitelendirilmektedir. Bu kapsamda incelenmesi gereken stratejiler ve sunumlar bu tür çabalara verilen yanıtlardır. Çünkü hükûmetten hükûmete diplomasinin aksine yabancı kamularla iletişim olarak (Cull, 2009b, s. 42) tanımlanan kamu diplomasisi genellikle ulusal düzeyde yürütülür. Ulus markalaşması fikri genellikle bu tür kamu diplomatik çabalarının odak noktasıdır (Zhou ve diğ., 2013, ss. 870–71).

İngiltere'nin kamu diplomasisi konusunda en büyük avantajı hiç şüphesiz İngilizcenin dünya dili olmasıdır. İngilizcenin uluslararası bir dil niteliğinde olmasından İngiliz

sanatçılar da faydalanmaktadır. “The Beatles ve Spice Girls” gibi çeşitli grupların yanı sıra Amerika tarafından finanse edilmiş ve dağıtılmış olsa da James Bond filmleri İngiliz kamu diplomasisinde ön plana çıkan en önemli kültürel araçlardan biridir. Sonuç olarak İngiltere’nin kamu diplomasisi çalışmaları en az ABD’nin ki kadar köklü bir geçmişe sahiptir. İngilizce’nin dünya dili olmasından dolayı İngiltere kamu diplomasisi çalışmalarında bu avantajı kullanarak hareket ettiği görülmektedir. İngilizce dilinin yaygınlaştırılması kamu diplomasisi mesajlarının verildiği önemli bir araçtır (Sancar, 2012, s. 237).

4.2.3. Almanya

Alman kamu diplomasisi faaliyetleri, Alman Dışişleri Bakanlığı ve Deutsche Welle radyosu aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu faaliyetler Kültür ve Kültürlerarası Diyalog başlığı altında Almanya Dışişleri Bakanlığı bünyesinde yürütülmektedir. Bu bağlamda Alman kamu diplomasisinin başarılı sonuçlar vermesi için Dışişleri Bakanlığının bir takım temel misyonları vardır. Misyonlar Almanya’nın yurt dışındaki gözü, kulağı ve sesi olarak adlandırılabilir. Federal Dışişleri Bakanlığının talimatıyla Almanya’yı yurt dışında temsil eder, çıkarlarını savunur ve ev sahibi ülkedeki vatandaşlarını korurlar. Ev sahibi ülkenin hükûmetiyle görüşürler ve siyasi ilişkilerin yanı sıra ekonomik, kültürel ve bilimsel iş birliğini de geliştirirler. Misyonların temel görevleri şunları içerir (https://www.auswaertiges-amt.de/en/aamt/auslandsvertretungen):

- Bilgi toplamak,
- Federasyonun ve eyaletlerin çeşitli makamlarını ilgilendiren konularda rapor vermek,
- Alman vatandaşlarına acil durumlarda yardım etmek, krizden korunma önlemleri almak ve yurt dışında yaşayan Almanlara sertifika ve yasal belgeler hakkında yardımcı olmak,
- Almanya’ya seyahat için vize verilmesi,
- Alman şirketlerine ev sahibi ülkedeki faaliyetlerinde yardımcı olmak ve genel olarak karşılıklı ticareti geliştirmek,
- Kültürel alışverişi teşvik etmek,

- Ev sahibi ülkenin halkını Almanya kültürü ve toplumu hakkında eğitmek
- Almanya'dan üst düzey ziyafetler hazırlamak ve refakat etmek gibi amaçları kapsamaktadır.

Almanya'nın kamu diplomasisi kapsamında gerçekleştirdiği çalışmalar çok yönlü bir nitelik taşımaktadır. Bu çalışmalar arasında aynı zamanda Batı tarzı demokrasilere özgü olağan dersler, gençlik, akademik ve spor değişimleri, kültür ve sanat sergileri, dil eğitimi vb. ve uluslararası yayıncılık faaliyetleri de bu çalışmanın bir parçasını oluşturmaktadır. Deutsche Welle (DW) 1953'te yurt dışındaki dinleyicilerin yeni, Nazi sonrası Almanya hakkında bilgilendirmek için bir radyo servisi olarak kuruldu. Bu radyo yerli Alman izleyicileri hedef almamaktadır. Bugün DW, 30 dilde radyo, televizyon ve çevrimiçi hizmetler sunmaktadır ve haftalık 65 milyon dinleyici ve haftalık 28 milyon izleyiciden oluşan küresel bir kitleye sahip olduğunu iddia etmektedir (Zöllner, 2006, s. 170).

Tüm programlar Bonn ve Berlin'deki tesislerde ve Brüksel, Moskova ve Washington DC'deki stüdyolarda ve çeşitli ülkelerdeki yerel stringerlerden ek girdilerle üretilmektedir. DW, Alman Federal hükûmeti tarafından açıkça Almanya'nın kamu diplomasisi çabalarının bir parçası olarak tanımlanmaktadır. DW 2005 yılı itibariyle yılda 261 milyon Euro'luk bir kamu bütçesine sahiptir. Diğer bazı ortak projeler örneğin Afganistan veya Balkanlar'da Alman Dışişleri Bakanlığı'ndan ek finansman almaktadır. İstasyonun gazetecilik misyonu inanılır ve ciddidir. Medyanın yetkililer tarafından sansürlendiği, yerel veya uluslararası haberlerin tarafsız bir şekilde rapor edilmesinin nadir olduğu birçok ülkede, DW ve diğer uluslararası yayıncılar güvenilir bir "özgürlük sesi" olarak önemli bir rol oynamaktadır. Gazetecilik misyonunu yansıtan DW, editoryal açıdan bağımsız kalacak şekilde tasarlanmıştır. Bu nedenle yayıncı, bir devlet kurumu (VOA tipi olarak değil özerk bir kamu şirketi BBC modeli) olarak kurumsallaşmıştır. Bu elbette medya ve siyasetin örtüşen toplumsal alt sistemleri tarafından ve bunlarla sınırlı köklü bir özerklik pratiği anlamına gelmektedir (Zöllner, 2006, s. 170).

Görüldüğü gibi Almanya'nın kamu diplomasisi faaliyetleri, onun Avrupalı bir kimlik yaratma süreci üzerine kuruludur. Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Almanya, Nazi propagandalarının olumsuz imajını izole etmek için kamu diplomasisi faaliyetlerine odaklanmıştır ve bu kapsamda kamu diplomasisi uygulamalarına yıllık

büyük miktarda bütçe ayırmıştır. Bu süreçte Almanya'nın yeniden inşa edilmesiyle birlikte düşünüldüğü zaman Almanya diğer Avrupalı ülkeler arasında çok kültürlü bir toplum yapısıyla dikkatleri çekmekte ve bunu yumuşak güç avantajına dönüştürmeyi amaçlamaktadır. Yine Almanya'nın Avrupa Birliği sürecinde merkezi bir konumda yer alması onun geçmişten beri gelen güçlü köklerini yumuşak güce dönüştürebilme yeteneğinde yatmaktadır.

4.2.4. Rusya

Rusya 21. yüzyılda kamu diplomasisinin yeniden canlanmasından uzak durmadı. Aynı zamanda Rus kamu diplomasisi (o dönemde halk diplomasisi olarak tanımlanmaktadır) ve kamu diplomasisi deneyiminin kökleri Sovyet dönemine dayanmaktadır. Sovyet zamanının kamu diplomasisi önemli ölçüde ideolojik yönelimli idi. Sovyet pratiği ve deneyimi, Rus kamu diplomasisinin oluşumuna ve gelişimine ve mevcut durumuna yansır. SSCB'de "kamu diplomasisi" terimi kullanılmamıştır. Bunun yerine bilim adamlarının, sanatçıların, astronomların vs. faaliyetleri olarak anlaşılan ve Sovyetler Birliği'nin yurt dışında olumlu bir imajını yaratmayı amaçlayan başka bir kavram olan halk diplomasisi kavramı kullanıldı. Buna göre kamu diplomasisi aslında devlet dışı veya resmî devlet dışı aktörleriyle sınırlıydı. Resmî yapıların uluslararası arenadaki faaliyetleri, halk diplomasisi kavramına dâhil edilmedi. Bununla birlikte elbette Sovyet yetkilileri tarafından yapılan kamuya açık konuşmalar genellikle dış bir izleyici kitlesine yönelik olmasına rağmen ideolojik temel ortadan kalkmıştır. Sosyalist bir devletin çekiciliği sorunu, aslında varlığının ilk günlerinden itibaren ortaya çıkmıştır. 1917 devriminden sonra Rusya kendini uluslararası bir izolasyon içinde buldu. 1920'de Rusya'nın uluslararası tanınırlığı başladı. Estonya ve Letonya Cumhuriyeti bunu ilk tanıyanlar arasındaydı. SSCB'nin uluslararası tanınırlığı için özellikle önemli olan 1922'de 29 devlet ve 5 İngiliz egemenliğinin temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirilen Ceneviz Konferansı idi. Bütün bunlar, SSCB'yi ülkede hem diplomasi hem de kamu (halk) diplomasisi kurmaya ve geliştirmeye teşvik etti. Kamu diplomasisine gelince, 1920'lerin ortalarında SSCB, Yabancı Ülkelerle Kültürel İlişkiler için All-Union Society'yi (VOKS) kurdu. Amacı, bir yandan Sovyetler Birliği halklarının kültürünü yurt dışında yaygınlaştırmak ve diğer yandan yabancı devletlerin kültürünü SSCB'ye tanıtmaktı (Lebedeva, 2021, s. 15). Faaliyetleri, Alli-ance Française ve diğerleri gibi dünyada

daha önce oluşturulmuş benzer kuruluşlardan etkilenmiştir. VOKS'un kurulmasında belirli bir rol, bu süre zarfında Rusya'da açlıkla mücadele için yabancı STK'ların çalışmasıyla onaylanmıştır. Maya-kovsky Prokofiev, Rolan Shostakovich, Dreiser ve diğerleri gibi kültürel figürler VOKS'un çalışmalarında aktif rol almıştır (Lebedeva, 2021, s. 15).

Rusya şu anda dünya sahnesinde aktif bir durumdadır. Rus kamu diplomasisinin analizi, çeşitli devlet ve devlet dışı yapıların Rus kamu diplomasisi yoluyla dünyanın algısını şekillendirmede ve uygulamasında nasıl rol oynadığını daha iyi anlamamızı sağlayacaktır. Son olarak Rusya'ya ve Rus kamu diplomasisine karşı ilginin başka bir nedeni vardır. Dünya daha karmaşık bir hâle gelmektedir. Batılı ve Batılı olmayan devletler buna aktif olarak katılmaktadır. Bu, Batılı olmayan yaklaşımlara, kavramlara ve teorilere gösterilen artan ilgiyi açıklamaktadır. Son yıllarda Rus kamu diplomasisi üzerine çoğunlukla yabancı bilim adamları tarafından yazılan makaleler ortaya çıkmıştır. Bu durumda dikkatin odak noktası, Rus kamu diplomasisinin Rusya içinde nasıl inşa edildiği ve incelendiğidir. Kamu diplomasisi araç seti büyük ölçüde evrenseldir. Ancak nasıl uygulandığı, hangi teknolojilerin öncelikli olarak kullanıldığı ve kamu diplomasisinin diğer etki araçlarıyla nasıl birleştirildiği her devlete özgüdür. Bu nedenle Rus kamu diplomasisini ele almadan önce kamu diplomasisinden genel olarak ne anlaşıldığını analiz etmek önemlidir (Lebedeva, 2021, s. 2).

Günümüzde birçok devletin kamu diplomasisi politikası genellikle kendi kültürünün yurt dışında tanınır hâle gelmesini aynı zamanda kendi dilinin başka ülkeler tarafından kullanılmasını ve öğrenilmesini sağlamak gibi amaçlardan oluşmaktadır. Bu kapsamda da her ülke bu hedefler doğrultusunda çeşitli kültür merkezleri ve vakıflar kurarak amaçlarına ulaşmayı istemektedirler. Rusya'da diğer ülkelerde olduğu gibi bu amaç doğrultusunda Russkiy Mir Foundation'ı kurmuştur.

Rus dünyası olgusu hem akademik çevrelerde hem de kamusal alanda ilgi odağı hâline gelmiştir. Rusya'da ancak son zamanlarda sağlanan istikrar, Rus dünyasının önemi ve değeri üzerinde ve sadece kendilerini bu dünyanın katılımcıları olarak görenler için değil aynı zamanda genel olarak modern uygarlık için de yeniden odaklanmasına izin vermiştir. Günümüz dünyasında Rus dilini ve kültürünü hem korumak hem de ciddi ciddi adımlar atılması gereği ortaya çıkmıştır. Bu tartışmalar, Rusya devlet başkanı Vladimir Putin'in Nisan 2007'de Federal Meclise hitaben yaptığı konuşmada doruğa

ulaşmıştır (Http://russkiymir.ru/en/fund/index.php). Bu kapsamda Vladimir Putin'in gerçekleştirdiği konuşma şu şekildedir:

“Rus dili yalnızca gerçek anlamda küresel başarıların bütün bir katmanını korumakla kalmıyor, aynı zamanda Rusya'nın kendisinin çok ötesine geçen bir topluluk olan Rusça konuşulan dünyadaki milyonlarca insanın yaşam alanıdır. Birçok halkın ortak mirası olan Rus dili asla nefretin, düşmanlığın, yabancı düşmanlığının veya izolasyonun dili olmayacak. Benim görüşüme göre, Rus dilbilimcilerin ana amacı, yurt içinde Rus dilini geliştirmek, yurt dışında Rusça eğitim programlarını desteklemek ve genel olarak Rus dilini tanıtmak olan Ulusal Rus Dili Vakfı oluşturmak için Rus dilbilimciler tarafından ileri sürülen girişimi desteklememiz gerekiyor. Ve dünya çapında edebiyat...”

Rusya'nın kamu diplomasisi araçlarından biri de Rossotrudnichestvo Ajansıdır. Bağımsız Devletler Topluluğu, Yurt dışında Yaşayan Vatandaşlar ve Uluslararası İnsani İşbirliği Federal Ajansı olarak Rossotrudnichestvo kurumu dönemin devlet başkanı Medvedev'in onayladığı başkanlık genelgesiyle Eylül 2008'de Rus Dışişleri Bakanlığı'na bağlı federal tarzda bir yapı olarak kurulmuştur. Kurumun ana amaçlarından biri de Rus diasporasıyla kuvvetli ilişkiler geliştirmek için Rus dili, Slav kültürü ve geçmişe yönelik bağlantıları yeniden canlandırmak için çeşitli faaliyetler yürütmektedir (Ekşi, 2018, s. 51). Her yıl yabancı ülke vatandaşlarına ve yabancı ülkelerde eğitim gören Rus vatandaşlarına bu federasyon tarafından yaklaşık olarak 15000 eğitim bursu sağlanmaktadır. Bu burs sayesinde birçok öğrenci yüksek lisans ve doktora programlarına katılabilmektedirler (<http://rusmer.com/tr/%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BF%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D1%8F-%D1%80%D1%84/>). Gorchakov Kamu Diplomasisi Fonu, Rus kamu diplomasisinin Rus dilini, kültürünü ve tarihini dünya ülkelerine tanıtmayı amaç edinmiş aynı zamanda Rusya lehine olumlu bir kamuoyu imajı yaratmayı amaçlayan kamu diplomasisi araçlarından bir diğeridir. Özellikle de çeşitli iş toplantılarıyla da Rusya'nın ekonomik, sosyal ve siyasi açıdan menfaatlerini sağlamak için faaliyetlerde bulunmaktadır. Medya programları, yayın faaliyetleri, akademik konferans ve seminerler düzenleyerek kültürlerarası imaj ve bilgi akışını sağlamaktadır (Ekşi, 2018, s. 54).

Görüldüğü üzere Rus kamu diplomasisi yukarıda da bahsedildiği şekilde birçok ülke gibi kendi çıkarlarını sağlamak amacıyla çeşitli vakıflar, kuruluşlar ve kültürel organizasyonlar aracılığıyla hem yumuşak güç üretmeye çalışmakta hem de uluslararası alanda tanınır ve güvenilir bir devlet olabilmek için kamu diplomasisinden faydalanmaktadır.

4.3.Çin

Son yıllarda, geniş anlamda bir ülkenin ulusal çıkarları desteklemek amacıyla yabancı halklarla iletişimi ve etkileşimi olarak anlaşılan kamu diplomasisi kavramı, Çin Halk Cumhuriyeti'nde hem resmî hem de akademik çevrelerde büyük ilgi görmüştür. Kamu diplomasisi Çin'in hikâyesini dünyaya anlatmanın ve dolayısıyla ülkenin başta Batı olmak üzere yabancı medyadaki olumsuz hesaplarına karşı koymanın bir aracı olarak görülmektedir. Bu bağlamda kamu diplomasisi dünyaya gerçek Çin'i tanıtmayı ve Çin'in barışçıl küresel niyetlerini iletmeyi amaçlamaktadır. Tüm bunları yaparken kamu diplomasisi, Çin'in ekonomik kalkınması için elverişli bir küresel ortam yaratarak ulusal ilerlemeye katkıda bulunmaktadır. Yabancı halklarla iletişim kurmak ve ilişki kurmak için Çin, Konfüçyüs Enstitüsü de dâhil olmak üzere çeşitli programlar ve araçlar kullanarak kamu diplomasisinin yürütülmesinde giderek daha aktif hâle gelmektedir (Hartig, 1967, s. 2).

Eytan Gilboa'nın kamu diplomasisi çerçevesini üç zaman boyutunda (yani yakın, orta ve uzun) kullanırsak bu kapsamda amaçlar, aktörler ve araçlar daha iyi analiz edilecektir. Örneğin Çin'in giderek daha sofistike hâle gelen hükûmet sözcüsü sistemi ve genişleyen uluslararası yayıncılık faaliyetleri, hükûmetin 7 gün 24 saat etkin bir şekilde haberleri izlemesini ve bunlara yanıt vermesini gerektiren kamu diplomasisinin acil işlevlerini göstermektedir. Huawei ve Xiaomi örneği, devlet dışı bir oyuncuyu ve nihayetinde kurumsal ve ulusal çıkarlara benzer şekilde hizmet eden daha iyi uluslararası ilişkileri savunmak amacıyla halkla ilişkiler gibi stratejik araçların kullanılmasını içeren orta düzeyde kamu diplomasisinin en iyi şekilde örneklemektedir (Wang, 2011, s. 14).

Bu çeşitli alanlarda kamu diplomasisi nasıl uygulanmaktadır? sorunun cevabının tam olarak verilebilmesi için kamu diplomasisinin uygulama düzeyleri, kurumsal ve ideolojik zorunluluklar ve bağlamlar tarafından koşullandırılması gerekmektedir. Yani Çin'in tarihsel deneyimi, onun kamu diplomasisi anlayışları ve uygulamasına ilişkin analizi için özellikle önemli bir rol oynamaktadır. Çin'in çağdaş yükselişi, küresel öneme geri dönüşü söylemiyle vurgulanmaktadır. Çin'in uluslararası tanınırlığı ve prestiji geri kazanma yoluyla ilgilidir. Bu bağlamda Çin'in kamu diplomasisi ve uluslararası iletişim çabaları doğru bir şekilde analiz edilebilir ve anlaşılabilir.

Yukarıda da bahsedildiği gibi birçok ülkenin olduğu gibi Çin'in de uluslararası platformda kamu diplomasisi uygulamaları giderek daha çok işlerlik kazanmaktadır ve daha çeşitli bir aktör grubunu oluşturmaktadır. Artan sayıda Çinli birey ve sivil toplum grubu, kamu ve özel aktörlerle küresel ağlara katılarak Çin'in kamu diplomasisine yeni dinamikler ve daha fazla meşruiyet kazandırmaktadır. Ancak devlet hâlâ Çin'in kamu diplomasisinin çoğunu başlatıyor ve kamu diplomasisi mesajlarında meşruiyet ve güvenilirlik eksikliği büyük bir engel olmaya devam etmektedir (Hooghe, 2007, s. 19). Çin'in genel kamu diplomasisi anlayışı, Çin'in devlet merkezli ve stratejik yaklaşımıyla büyük ölçüde örtüşmektedir. Ancak bu devlet dışı aktörler tarafından yürütülen diplomasinin resmin bir parçası olmadığı anlamına gelmemektedir. Çinli politika yapıcılar ve akademisyenler, sivil toplum örgütleri, iş toplulukları, üniversiteler, araştırma kurumları ve saygın bireyler gibi devlet dışı aktörlerin oynayacağı bir rol olduğunu giderek kabul etmektedir. Çin Dışişleri Bakanlığı, konferanslar vererek, seminerler ve internet tartışmaları düzeyinde her kesimden vatandaş Dışişleri Bakanlığı'nı ziyaret etmeye davet ederek kamu diplomasisi hakkında farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır. Çin'in dış politikasının iç meşruiyeti açısından bu faaliyetler aslında daha başarılı bir kamu diplomasisine katkıda bulunabilir. Yerli izleyiciler Çin'in dış politikaları hakkında ne kadar çok bilinçli olurlarsa, onları yurttaş diplomatlar olarak o kadar iyi destekleyebilir ve tanıtabilirler (Wang, 2011, s. 20).

Çin'in kamu diplomasisinin ana aktörleri genellikle pek çok parti ve hükûmet organından oluşan kurumlar kamu diplomasisinin geliştirilmesi veya yürütülmesiyle ilgilenmektedir. Bu aktörler, Devlet Konseyi Bilgi Ofisi (SCIO) ve Devlet Bilgi-İnternet Ofisi, Dışişleri Bakanlığı ve onun yurt dışındaki büyükelçilikleri ve misyonları, Kültür Bakanlığı, Eğitim Bakanlığı ve Devlet Radyo, Film ve Televizyon İdaresi (SARFT), Savunma Bakanlığı ve Halk Kurtuluş Ordusu (PLA), Çin'in liderleri, Çin Komünist Partisi (ÇKP) ve Çin Halkının Siyasi Dayanışma Konferansı (CPPCC), Sağlık Bakanlığı ve Devlet Gıda ve İlaç İdaresi gibi belirli vakalarda ilgili rol oynayan diğer birkaç ulusal aktör vardır (D'Hooghe, 1967, s. 135).

Birçok ülkede de Çin'de olduğu gibi dışişleri bakanlıkları kamu diplomasisinde en önemli devlet aktörleridir. Ancak Çin'de Devlet Konseyi Enformasyon Ofisi (SCIO) ve Komünist Parti'nin Dış Tanıtım Ofisi, Çin'in kamu diplomasisi faaliyetlerini

geliştirmede ve bunlara karar vermede birincil rollere sahiptir. Bu iki ofis, kamu diplomasisi planlarını ve kılavuzlarını geliştirmekten, denetlemekten ve izlemekten sorumludur. Yabancı medya ve internet de dâhil olmak üzere yerli medyaya rehberlik etmede ve sansürlemede önemli rol oynamaktadır. Belirli konularda ne zaman ve nasıl yazılacağına ilişkin izin gibi tanıtım çalışmaları için yönergeler, Parti'nin Haber Departmanı tarafından sınıflandırılmış dâhili raporda yayımlanmıştır. Dış Tanıtım Ofisi oldukça gizli bir organizasyondur. Çin'in siyasi sisteminde yaygın olduğu gibi birçok memur aynı anda hem SCIO'da hem de Dış Tanıtım Ofisinde dönüşümlü olarak hükûmet veya parti şapkası takarak kamu diplomasisi uygulamaları için görev yapmaktadır. Çin Dışişleri Bakanlığı (MFO) kamu diplomasisi ve politika oluşturma alanında üçüncü bir oyuncudur. MFA, stratejilerin geliştirilmesine öncülük etmese de elbette bunların uygulanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Kamu diplomasisi Dışişleri Bakanlığının ana sorumluluklarından biridir ve bakanlık yetkilileri genellikle konuşmalarında buna atıfta bulunmaktadır. Dışişleri Bakanlığı Bilgi Departmanı altında bir Kamu Diplomasisi Ofisi kurmuş ve kamu diplomasisinin yürütülmesini hızla geliştirmiş ve iyileştirmiştir (Wang, 2011, s. 21).

Bunların dışında Çin'de mevcut olan en iyi üniversitelerde görev yapan akademisyenler de Çin'in dış politikalarına doğrudan yön vermektedirler. Hükûmete ve politika yapıcılara Çin'in kamu diplomasisi uygulamalarında daha başarılı sonuçlar alması için çeşitli tavsiyelerde bulunmaktadır. Uluslararası alanda yaptıkları akademik yayınlarla Çin'in dünya çapında olumlu bir imaj kazanmasına katkıda bulunmaktadır. Çin'in kamu diplomasisi çalışmalarında en önemli rol oynayan bazı firmalar vardır. Yukarıda da örnek verildiği gibi Huawei ve Xiaomi Çin'in ekonomik ve teknolojik açıdan büyük bir ilerleme kaydettiğini, önceden olduğu gibi Çin ürünlerine karşı olan olumsuz imajın izole edilmesi açısından etkili bir rol oynadıkları inkâr edilemez bir gerçektir. Özellikle teknolojik açıdan dev atılımlar yapan Çin, dünya çapında tanınan ve güvenilen teknoloji firmaları kurmuştur. Çin'in her anlamda küresel platformda yükselişe geçmesi, yarattığı kamu diplomasisi araçları ve aktörleri aracılığıyla oluşmuştur. Bu bağlamda kamu diplomasisi faaliyetleri için çok yönlü bir politika izleyerek yurt dışında yabancı halklar nezdinde pozitif bir imaj sağlamıştır.

Şu anda Çin'in kamu diplomasisinin dört ana hedefi ortaya çıkmaktadır. Birincisi, Çin siyasi sistemi ve politikaları için anlayış aramaktadır. Kendisini uyumlu bir toplum

inşa etmeye çalışan ve halkına daha iyi bir gelecek sunmak için çok çalışan bir ülke olarak göstermek istemektedir. Vermeye çalıştığı görüntü yavaş ama temel bir ekonomik geçişin ortasında, kolay yanıtların olmadığı muazzam zorluklarla karşı karşıya kalan gelişmekte olan bir ülkenin görüntüsüdür. Başka bir deyişle dünya, Çin liderlerinden siyasi ve ekonomik reformda radikal adımlar atmasını beklememelidir. Çünkü aceleci politikalar ülkeyi istikrarsızlaştıracak ve halkına sefalet getirecektir. Bu bağlamda Çinli liderler “uyumlu bir toplum inşa etme” terimlerini icat ettiler ve daha yakın bir zamanda bilimsel gelişmeleri desteklemişlerdir. Bu terimler, Çin’in büyüme uğruna insanların ihtiyaçlarından ödün vermeden daha kapsamlı daha dengeli ve sürdürülebilir bir ekonomik kalkınma arayışında olduğunu göstermektedir (Wang 2011, s. 24). İkincisi, Çin istikrarlı, güvenilir ve duyarlı bir ülke olarak görülmek istemektedir. Uluslararası toplumun korkmak zorunda olmadığı yükselen bir ekonomik güç olan olası bir ekonomik ortak olarak dünya sahnesine çıkmak istemektedir. Bu stratejiler çatışma ve muhalefetin doğasında var olan başlıklarının aksine ülkelerin Çin ile iş birliği yaparak elde edebilecekleri ekonomik ve güvenlik yararlarını göstermektedir. Üçüncüsü, Pekin Çin’in güvenilir ve sorumlu bir ülke olarak görülmesini istemektedir. Uluslararası siyasi topluluğun dünya barışına aktif olarak katkıda bulunmaya istekli ve yetenekli bir üyesi olmasını istemektedir. Son olarak Çin, eski ama canlı bir kültür olarak tanınmak ve saygı görmek istemektedir (Wang, 2011, s. 24).

Çin’in bir diğer kamu diplomasisi aracı, en büyük ve donanımlı araştırma enstitüsü olan China Institute of Contemporary International Relations (CICIR) şu ana kadar önemini korumaya devam etmektedir. CICIR Çin Hükûmet’inin ana sivil istihbarat organı olarak görev yapmaktadır ve kurumsal olarak Devlet Güvenlik Bakanlığı bünyesinde faaliyetlerini yürütmektedir. Politbüro Daimi Komitesinin tüm üyelerine doğrudan birkaç kanalı vardır. Geçmiş zamanlarda Tayvan Araştırma Enstitüsü CICIR idaresi altında faaliyet yapmaktaydı. Ancak günümüzde doğrudan Devlet Konseyinin Tayvan İşleri Ofisi’ne ve bireysel Çinli liderlere raporlar vermektedir. Pekin ise münhasıran Tayvan işlerine odaklanan tek hükûmet enstitüsü olarak görev yapmaktadır (Glaser ve diğ., 2014, s. 599).

Çin ordusu kamu diplomasisinin birçok alanında gelişmelere ayak uyduramamıştır. Ancak Ulusal Savunma Bakanlığı ve Halk Kurtuluş Ordusu olarak hizmet yapan PLA,

Çin'in kamu diplomasisi çabalarına aktif olarak katılan kurumlardan bir diğeridir. Amaçları, HKO için yetenekli ve sorumlu bir ordu olarak bir imaj oluşturmaktır. Son on yılda PLA, Çin'in askerîyesinin şeffaflık eksikliği suçlamalarına karşı koyma ihtiyacını ve bunu yapmanın en iyi yolunun yerel ve uluslararası kamuoyu ile iletişim kurmak olduğunu fark etmiştir. bu kapsamda da 2008 yılında, Millî Savunma Bakanlığı bir Bilgi Bürosu kurmuştur ve 2008 Wenchuan depreminden sonra PLA'nın kurtarma çalışmaları ve deniz eskort ve uluslararası insani kurtarma operasyonları gibi olumlu konularda ara sıra basın toplantıları düzenlemeye başlamıştır. Bu, Çin ordusunun daha da dışa açılmasında ileriye doğru atılmış büyük bir adım olarak görülmüştür. Ancak Dışişleri Ofisi Genel Müdürü, bakanlığın “medya ve dışarıdan bakıldığı zaman düzenli basın toplantısı mekanizmasında hâlâ iyileştirme için alan olduğunu” ifade etmektedir (D’Hooghe, 1967, s. 143).

Bunun dışında Çin'in kamu diplomasisine hizmet eden birçok kuruluş vardır. Çin'i sadece yurt içinde değil yurt dışında da büyükelçilikler tarafından temsil edilen pek çok resmî organ vardır. Bunlardan birisi de Ticaret Bakanlığıdır. Ticaret Bakanlığı (Mofcom) Çin'in kamu diplomasisi faaliyetlerini yürütmeye ve organize etme hususunda Dışişleri Bakanlığı ile yakın bir ilişki içerisindedir. Görevi, Çin'in ekonomik politikalarını ve yabancı yatırım planlarını özellikle de Batı dünyasında çok fazla endişe uyandırdıkları için dünyaya açıklamaktadır. Böylece Çin'in yabancı şirketleri satın alma planlarına ilişkin duyuruları, düzenli olarak düşmanca tepkilere ve Çin tarafının geri çekilmesine yol açmaktadır (D’Hooghe, 1967, s. 144).

Yukarıda Çin'in kamu diplomasisine hizmet eden araçları ve aktörleri kısaca verilmeye çalışılmıştır. Konunun uzun uzadıya anlaşılması için elbette bu konuda daha birçok örnek de verilebilir. Ancak konu sadece kamu diplomasisi bağlamında ele alındığı için bu kadar yeterli olacaktır. Görüldüğü üzere pek çok ülkede kamu diplomasisine giderek ihtiyaç duyulmaktadır. Ülkeler çeşitli aktörler aracılığıyla gerek resmî gerekse gayriresmî bir şekilde kamu diplomasisi uygulamalarını gerçekleştirmektedir. Küreselleşen dünyada toplumların birbirleriyle etkileşim hâlinde olmamaları düşünülememektedir. Bu etkileşim sosyal, siyasi, ekonomik ve kültürel faaliyetler şeklinde gerçekleşmektedir. Bu yüzden de devletler kamu diplomasisi yöntemleri kullanarak dünyaya vermek istediği mesajları doğrudan veya dolaylı bir şekilde çeşitli medya araçları aracılığıyla iletmektedirler. Kamu diplomasisi

hususunda Avrupa ülkeleri bütün kaynaklarını bu amaca hizmet için sarf etmişlerdir ve hedeflerine de çoğunlukla ulaşmışlardır. İran üzerinden bir örnek verilebilir. İran, Ortadoğu'nun stratejik öneme sahip olan ülkelerinden biri olduğu için şüphesiz kamu diplomasisi Ortadoğu bölgesi için de oldukça büyük bir öneme sahiptir.

4.4. İran

İran, Ortadoğu'nun jeopolitik açıdan en önemli olduğu ülkelerin başında gelmektedir. Yüzyıllardır büyük medeniyetlere ev sahipliği yaparak toplumlar arası etkileşimi başarılı bir şekilde sağlamıştır. Çok eski bir tarihe ve kültüre sahip olduğu için birçok farklı etnik kültür, din, dil gibi unsurları bünyesinde barındırmıştır. Bölgesel olarak merkezi bir konumda yer alması nedeniyle de çevresindeki ülkelerle de yoğun bir etkileşim hâlinde olmuştur. Bu etkileşim siyasi olduğu gibi sosyal ve ekonomik açıdan da gerçekleşmiştir. Dönemin şartları göz önünde bulundurulduğu zaman bir “kamu diplomasisi” kavramından söz edilemese de dış politika konularında çeşitli aktörler aracılığıyla bir nevi kamu diplomasisi faaliyetlerini yürütmüştür. Günümüzde İran'ın kamu diplomasisi büyük ölçüde devrimden önce ve devrimden sonra olmak üzere iki şekilde incelenebilir.

Kamu diplomasisinin İran dış politikasındaki önemi, İran İslam Cumhuriyeti'nin kurucusu Ayetullah Humeyni'nin önerdiği Humeyni'nin “devrimi ihraç etme” doktrini çerçevesinde anlaşılabilir. Bununla birlikte Farhang Rajaee'ye göre İran'da devrimi uygulayabilecek ve onu başka yerlere ihraç edebilecek en iyi tavsiyenin reklam olduğunu ifade etmektedir. Ayetullah Humeyni'nin tavsiyesi doğrultusunda İranlı liderler, kamu diplomasisinin 1979 İslam Devrimi'ni en iyi bir şekilde ihraç edebileceklerine inanmaktadırlar. Kamu diplomasisi yaklaşımının diğer ülkelerdeki kültürel seçkinleri ve akademisyenleri etkileyebileceklerini düşünmektedirler. Ayrıca İran'ın diğer ülkelerdeki sivil toplumlarla ilişki kurmasına yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda İranlı liderler düzenli olarak İran'ın yumuşak bir savaş yürüttüğünü iddia ediyor ve bu yumuşak savaşta kilit bir araç olarak kamu diplomasisinin önemine vurdu yapmaktadır. Devlet içinde üst siyasi ve askerî pozisyonlara sahip olan “devrim ihracı” doktrininin savunucuları üç gruba ayrılmaktadır. İlk grup devrimin fiziksel ihracatına inanmaktadır. Devrimin mesajlarına yatkın halkların İran'a davet edilmesi, gerekli kurum ve yapıların kurulması, devlet karşıtı örgütlerin de desteklenmesi ve sığınakların sağlanmasını önermektedirler (Moghset ve Kamal, 2018, s. 25). İkinci

grup, İran'ın rol model bir toplum inşa etmesi ve "oportünizm" ile birlikte barışçıl ve iyimser bir politika izlemesi gerektiğini savunmaktadır. Üçüncü grup, devrimin kamu diplomasisi ve değerlerinin tanıtılması yoluyla ihraç edilmesi gerektiğine böylece devrimin değişimine zemin hazırlanacağına inanmaktadır (Khomeini, 1999, s. 321).

İran, devrim sonrasında birçok yeni gelişmelere tanık olmuştur. İran'ın yeni yönetim mekanizmasında yer alan liderler, devrim sürecinde aktif rol oynayan birçok kişi ve grupları saf dışı etmek için, yeni bir anayasa, yeni bir yönetim modeli ve yeni bir dış politika söylemiyle gündeme gelmişlerdir. Bu bağlamda söz konusu yeni anayasayla beraber İran'a farklı misyonlar yüklenmiştir. İran'a evrensel bir misyon biçilmiş ve bu kapsamda ümmetin koruyuculuğu vazifesini üstlenmesi söz konusu olmuştur. Devrim, ezilenlerin ezenlere galip gelmesi için çalışan bir sloganla formüle edilmiştir ve bu amaç doğrultusunda bütün kaynaklar sarf edilmiştir. Yeni anayasa devrimin yurt dışına ihraç edilmesi gibi bir hedefi içermekteydi. Bu hedef İran'ın Ortadoğu bölgesindeki politikalarının temelini teşkil etmektedir (Sarıkaya, 2012, s. 17). İran, devrim ihracı çabalarına ilişkin uygulamalarında başlangıçta Şii'liğe ait kavramlardan özellikle uzak durulmaya çalışılarak, devrimin seyrinin olumsuz yönde ilerlemesinin önüne geçilmiştir. Çünkü devrimcilere göre, devrim İslam İran yönetimi 1979 devriminden bu yana ulusal gücüne din olgusunu da eklemiştir. İslami konularda meydana gelen gelişmeler, İran'ın Ortadoğu bölgesindeki genel görünümünü ve komşu devletlerle olan politikalarını da doğrudan etkilemiştir. İran'ın bu bölgedeki stratejik konumu, büyük ölçüde İslam jeopolitiği tarafından belirlenmektedir (Efegil, 2012, s. 57).

İran'ın kamu diplomasisi programları çok çeşitlilik göstermektedir. Bu kapsamda kamu diplomasisi dört geniş kategoride sınıflandırılmaktadır. Birincisi, bölgesel ve küresel olayların İran yorumunu yabancı izleyicilere sunmayı amaçlayan iletişim çabalarını kapsamaktadır. Bu bağlamda İran İslam Cumhuriyeti yayıncılığı (IRIB) 45 ülke ve 25 dilde yayıncılık faaliyetlerini gerçekleştirmektedir (<https://www.irib.ir/>). Ayrıca Hispan TV ve web sitesi (<https://www.hispantv.com/> y.y.) Güney Amerika'yı hedefleyen İspanyolca IRIB'e benzer içerikler sunmaktadır. Arjantin'deki Annur TV (<https://www.annurtv.com/>) İran'ın bir diğer kamu diplomasisi kanalıdır. İnternet sitesiyle birlikte aynı kitleyi hedefleyen Şii yanlısı programlar sunmaktadır. El Salvador ve Bolivya gibi az sayıda Müslüman nüfusa sahip ülkelerde bile İran, Revista Biblioteca Islámica (<https://www.rankwise.net/www.redislam.net>) ve İslam en

Bolivya gibi iyi güncellenmiş web sitelerine sahiptir. Ağırlıklı olarak Müslüman dünyasını hedefleyen altı İngilizce ve Arapça gazete ve beş uydu kanalı bulunmaktadır. Al' Alam'ın Ramallah ve Gazze'de bölge ofisleri var ve muhabiri 1948 yılında İsrail tarafından işgal edilmiş topraklarda bile görev yapmaktadır. Washington ve New York'ta ofisleri ve diğer 40 ülkede de 52 muhabirleri vardır (Moghset ve Kamal, 2018, s. 32).

Türk Dış Politikasında Kamu Diplomasisi ve Yunus Emre Enstitüleri

Bir devletin dış politika unsurunu belirleyen ana etkenler, bulunduğu coğrafya, tarihsel ve kültürel geçmiş, etkileşime girdiği ülkeler ile olan diplomatik faaliyetler, savaşlar, antlaşmalar, ortak bir tarihi ve kültürü paylaşmış milletlerle olan her türlü münasebetle doğrudan ilişkilidir. Dolayısıyla bu münasebetlerin oluşmasında kullandıkları siyasi, askerî ve ekonomik güç, belirlenen amaçlar ve hedefler doğrultusunda dış politika araçlarının belirlenmesi ve algılanması noktasında etkili olmuştur. Şüphesiz dış politika araçlarının oluşmasında ve kapsamının belli noktalar üzerinde yoğunlaşmasında etkili olan en önemli unsur tarihsel bilgidir. Bu bir devletin ulusal çıkarlarının korunması ve ileriye dönük atacağı adımlarda geçmişteki devletlerin diplomatik tecrübelerinden faydalanma hususunda oldukça belirleyici bir rol oynamaktadır.

Bu bağlamda tarihsel süreç içerisinde herhangi bir dönemde uygulanan diplomasi pratiklerini anlamak ve yorumlamak için, içinde var olageldiği bu tarihsel sürecin dış politika araçlarını ve diplomasi uygulamalarının derin bir analize tabi tutulması gerekmektedir. Özellikle kamu diplomasisinin teoride ve pratikteki uygulama alanlarında kültür odaklı oluşu, kültürel süreklilikle doğrudan ilişkili olduğu göz önünde bulundurulduğu zaman kültürün geliştiği tarihsel süreç ve pratikler ve bu süreçte meydana gelen ilişkilerin önemi daha da iyi anlaşılacaktır (Köksoy, 2013, s. 139).

Türk kamu diplomasisine ilişkin tarihsel süreç ve kültürel pratiklerin oluşturduğu dış politika araçları ve diplomasi uygulamaları hususunda Osmanlı Devleti'nin yönettiği diplomasi faaliyetleri, günümüz Türkiye Cumhuriyeti için dış politikada nasıl bir yol ve yöntem izleyeceğine dair bir pusula vazifesi görmektedir. Nasıl ki Osmanlı Devleti'nin dış politikasını kendinden önceki Türk devletlerinin yürüttüğü diplomatik faaliyetler etkilerken Türkiye Cumhuriyeti'nin dış politika araçları da Osmanlı

Devleti'nden aynı ölçüde etkilenmiştir. Bu tarihsel süreç ve etkileşim dünyanın her yerinde her dönemde devam edegelmiştir (Gözen, 2010, s. 117).

Elbette ki Türkiye Cumhuriyeti ile Osmanlı Devleti arasında bu noktada benzerlikler olduğu gibi farklılıklar da mevcuttur. Örneğin Osmanlı Devleti'nin 18. yüzyılda aldığı Batı tarzı diplomatik kurum ve örgütler –dışişleri bakanlığı, tercüme büroları, kurum çalışanları ve yapısı vs. gibi kurumsal ve sivil bürokrasinin alanına giren ne varsa aynen ya da benzer şekillerde Türkiye Cumhuriyeti'nde de görülmüştür. İkinci olarak Osmanlı Devleti'nde İslami gelenek yapısına göre şeyhülislamlık kurumu özerk bir yapıya sahiptir. Ancak bürokratik hiyerarşi içerisinde doğrudan padişaha bağlıdır. Yani din bürokrasiye bırakılmamış, bürokratik hiyerarşi içinde doğrudan padişaha bağlı olsa da dolaylı olarak din âlimleri tarafından yürütülmüştür. Bu kurum Türkiye Cumhuriyeti'nde Diyanet İşleri Başkanlığı bünyesinde yürütülmektedir. Aynı şekilde Diyanet İşleri kendi içinde özerk bir yapıya sahipken hiyerarşik sistem içerisinde Başbakanlığa bağlıdır (Kodaman ve Akçay, 2010, s. 86). Üçüncü olarak Osmanlı'da Batılaşma hareketleri Batı kültürü ile yetişmiş seçkin bir zümreyle başlamıştır. Ancak Türkiye'de bu sistem batı tarzında yetişen diplomatlar ve devlet adamlarıyla organize edilmiştir. Dolayısıyla Osmanlı'daki seçkin tabaka ile Türkiye'deki aydın kesim birbiriyle doğru orantılıdır. Özetle denilebilir ki Türkiye Cumhuriyeti gerek sosyal ve ekonomik olarak gerekse siyasi ve askerî alanda Osmanlı Devleti'nin bir devamı niteliğindedir. Dolayısıyla meseleyi daha bütüncül bir perspektiften ele almak için her iki siyasi mekanizmanın tarihsel süreç içerisindeki işleyişine hâkim olmak gerekmektedir.

Cumhuriyetle birlikte Türk dış politikası Mustafa Kemal Atatürk'ün görüş ve önerileri doğrultusunda “Yurtta Sulh Cihanda Sulh” söylemi çerçevesinde şekillenmiştir. Bu bağlamda yeni Türkiye devletinin dış politikası içte ve dışta barışçıl bir siyaset sürdürmek üzerine inşa edilmiştir (Erzen, 2012, s. 44). Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren dış politikada barışçıl bir siyaset izlenmiş ve bu siyaset dış politikanın tüm alanlarına yansımıştır. Sorunlar diplomasi ve müzakereler yoluyla karşılıklı çıkar ve menfaatler gözetilerek çözülmeye çalışılmıştır. Türkiye bu amaç doğrultusunda 1929'da devletlerarasında meydana gelebilecek bütün anlaşmazlıkların daima barışçıl bir politika ekseninde çözümleneceğini taahhüt eden Kellog Paktı'na katılmıştır. Bunun bir yansıması olarak Türk-Yunan anlaşmazlıklarından Musul meselesine,

Hatay sorunundan Boğazlar meselesine kadar pek çok konu diplomasi ve karşılıklı müzakereler sonucunda çözüme kavuşturulmaya çalışılmıştır (<https://www.mfa.gov.tr/ataturk-doneminde-turk-dis-politikasi.tr.mfa>).

Türk dış politika araçlarından biri olan bilgi ve iletişim, Osmanlı Devleti'nde yeterince sağlanamamıştır. Dönemin ulusal haber ajansı olan 1911 yılında Salih Gürcü Bey'in kurduğu Osmanlı Telgraf Ajansı sadece yabancı büyük ajansların bir aracı olurken zamanla başına "ulusal" ibaresi konmasına rağmen asıl mahiyetine uygun vazife yürütememiştir ve devletin sona ermesine kadar böyle devam etmiştir. Türkiye'de ilk ulusal haber ajansı ise 6 Nisan 1920'de Mustafa Kemal Atatürk tarafından Anadolu Ajansı'dır. Anadolu Ajansı Birinci Dünya Savaşı sürecinde ABD öncülüğünde kurulan Kamuoyu Bilgilendirme Komitesi (Committee on Public Information) ile benzer amaçları taşımaktadır. Ajans sadece kurulduğu dönemde hizmet etmekle kalmamış daha sonraki dönemlerde de Türkiye'nin dünya ile irtibatını sağlayan ana araçlardan biri olmuştur (Yavaşgel, 2004, s. 2). Anadolu Ajansı hem iç hem de dış kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla kurulmuştur. Ajans her ne kadar kamu diplomasisi aracı olarak kurulmasa da yerine getirdiği fonksiyon olarak çağdaşı olan Kamuoyu Bilgilendirme Komitesi ile benzer özellikler taşımaktadır. Yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla birlikte Türk kültürünü tanıtmaya ve yaymada Anadolu Ajansı önemli bir rol oynamıştır. Dönemin ilk kadın pilotu olan Sabiha Gökçen, bu dönemdeki kamu diplomasisi faaliyetleri için oldukça üstün bir çaba göstermiş ve Anadolu Ajansı tarafından fotoğraflanarak basında yerini almıştır (İnan, 2012, s. 67).

Osmanlı Devleti ve Cumhuriyet Türkiye'sinde uygulanan kamu diplomasisi faaliyetleri haddizatında bulunduğu dönemin siyasi şartlarına göre şekillenmiştir. Günümüzde bilgi iletişim ağlarının oldukça geniş olması, teknolojik gelişmelerin yeni kamu diplomasisi araçları ihtiyacını ortaya çıkarması, dış politika ve diplomatik ilişkilerin bu minvalde ilerlemesi, ortaya farklı alanlarda kamu diplomasisi araçları gereksinimini doğurmuştur. Bu kapsamda günümüz Türkiye'sinin kamu diplomasisi faaliyetlerini yürüten kurum ve kuruluşlar Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık, Dışişleri Bakanlığı, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) Kültür ve Turizm Bakanlığı, Millî Eğitim Bakanlığı, Avrupa Birliği Genel Sekreterliği, Türk İş Birliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı (TİKA) Basın Yayın ve Enformasyon Müdürlüğü, Anadolu Ajansı, Başbakanlık Tanıtım Fonu ve benzer faaliyetler yürüten kamu kurum ve diğer

kuruluşlar olarak sıralanmaktadır (Yağmurlu, 2007, s. 27). Tabi bunların dışında faaliyet gösteren çeşitli kamu diplomasisi alanları bulunmaktadır. Yurt dışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı, Kızılay, Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD), T.C Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı (TYDTA- Invest in Turkey), Diyanet İşleri Başkanlığı vs. gibi kamu kuruluşları da kamu diplomasisi faaliyetlerine katkı yapan kurumlar olarak sıralanabilir. Ayrıca bu kuruluşlara günümüzde kamu diplomasisinin önemli aktörleri sayılan çeşitli sivil toplum örgütleri, yardım kuruluşları, özel eğitim kuruluşları, özel sektör temsilcileri, kültür ve sanat örgütleri, kanaat önderleri ve vatandaşlar da eklenmelidir (Köksoy, 2013, s. 184).

Buraya kadar Osmanlı Devleti, erken Cumhuriyet dönemi dış politika araçları ve günümüz Türkiye'si kamu diplomasisi araçlarından kısaca bahsettikten sonra çalışmamızın asıl konusunu teşkil eden Yunus Emre Enstitüleri'nden bu noktada ne gibi faaliyetler yürüttüğü, amaç ve kapsam olarak neleri içerdiği ve uygulama pratiklerinin nasıl işlediğine dair kısaca bahsetmekte fayda vardır.

Yunus Emre Enstitüleri ve Kültür Merkezleri

Yunus Emre Enstitüleri adından da anlaşılacağı üzere 13. ve 14. yüzyıllarda yaşamış olan bir Anadolu mutasavvıfı olan Yunus Emre'nin adını alan bir kamu diplomasisi kuruluşudur. Kuruluşun en önemli özelliği toplumda insani değerleri, sevgiyi, ahlakı, toplumsal barışı temsil eden sembol bir isim olmasıyla ön plana çıkmasıdır. Dolayısıyla enstitünün amacı, bu minvalde dünyaya Türkiye'nin çağlardan beri inşa ettiği kadim kültür ve sanatını tanıtarak medeniyetin en yetkin, incelikli ve kendine has dilini kullanarak birbirini daha iyi anlayan, barış üzerine temellenen bir toplum modeli için çalışmaktır. Bu kapsamda bu amaca ulaşabilmek ve bütün dünyaya söyleyecek bir sözümüz olduğunu göstermek için evvela kendi kültürel değerlerimizi, tarihsel geçmişimizi daha doğru ve özgün bir şekilde anlatmak mecburiyetindeyiz. Bu sebeple tamamen insan odaklı bir anlayışla hareket eden enstitü için Yunus Emre isminin seçilmiş olması tesadüfi değildir. Medeniyetimizin yetiştirdiği bu emsalsiz şahsiyet, yazmış olduğu şiirleriyle sadece Türkçenin gelişimine bir katkıda bulunmamış aynı zamanda evrensel insani değerler üzerine tesis ettiği felsefesi ile hiçbir şekilde dil, din, ırk, mezhep ayrımı gözetmeksizin insanlığın barış ve huzur içinde ortak değerler etrafında kardeşçe yaşamasını amaçlayan mesajlar vermiştir. Dolayısıyla Yunus Emre Enstitülerinin bütün faaliyetleri bu temel felsefi görüşe göre

hizmet etmeyi hedeflemektedir (<https://www.yee.org.tr/tr/kurumsal/neden-yunus-emre>).

Yunus Emre Enstitülerinin vizyonu dünyanın neresinde olursa olsun Türkiye ile dostane bağ kuran ve Türkiye'ye dost olan insan sayısını artırmaktır. Misyonu ise Türkiye'nin uluslararası platformda bilinirliğini ve tanınırlığını sağlamak, güvenilirliğini ve itibarını artırmaktır. Dolayısıyla Enstitünün bağlı olduğu birimler tarafından yürütülen faaliyetler, yabancı öğrencilere Türkçeyi öğretmek ve kültür sanat etkinlikleri sayesinde ülkemizi en iyi şekilde temsil etmeyi kapsamaktadır. Bu doğrultuda bu iki faaliyeti kapsayan Daire Başkanlıkları oluşturulmuştur. Yabancı öğrencilere Türkçe öğretimi alanındaki çalışmalar Eğitim Dairesi Başkanlığı tarafından yürütülürken kültür sanat alanındaki etkinlikler ve geliştirilen projeler Kültürel Tanıtım ve Projeler Dairesi Başkanlığı tarafından yürütülmektedir. Enstitünün bu faaliyetleri gerçekleştirmesi için gerekli olan maddi manevi destek ise İnsan Kaynakları Dairesi Başkanlığı ve Destek Hizmetleri ve Bilişim Dairesi Başkanlığı tarafından yürütülmektedir. Enstitünün yıllık faaliyet ve bütçe planının yapılmasına ilişkin stratejik planlama çalışmaları, kurum içi ve kurum dışı toplantılar, çalıştaylar, yıllık raporlar, büyüme hedeflerine ilişkin gerekli çalışma ve analizler Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı tarafından yürütülmektedir (<https://www.yee.org.tr/tr/kurumsal/daire-baskanliklari>).

Bir kamu vakfı olarak hizmet veren Yunus Emre Enstitüleri, yurt dışında kurduğu merkezlerde yabancı öğrencilere Türkçe eğitimi çalışmalarının yanı sıra ülkemizin diğer ülkelerle kültürel alışverişini geliştirmek ve dostluğunu kazanmak için ayrıca bilimsel çalışmalara da öncülük etmektedir. 2009 yılında faaliyetlerine başlayan Yunus Emre Enstitülerinin yurt dışında 83 kültür merkezi bulunmaktadır. Kültür merkezlerinde Türkçe eğitiminin yanında diğer ülkelerin eğitim kurumlarıyla yapılan iş birlikleri neticesinde Türkoloji bölümleri ve Türkçe eğitimi desteklenmektedir. Kültürel çalışmalarda düzenlenen etkinlikler sayesinde ülkemizin ulusal ve uluslararası alanda tanınırlığı ve bilinirliği sağlanmaktadır (<https://www.yee.org.tr/tr/kurumsal/yunus-emre-enstitusu>).

Projeler

Yunus Emre Enstitüsünün 2021 yılına ait bir raporda enstitünün amacına uygun nitelikte pek çok projelere imza attığını ve gerçekleştirdiği etkinliklerden bazıları aşağıda ele alınmıştır.

Kemankes Projesi

Yunus Emre Enstitüsü ile Okçular Vakfı iş birliği neticesinde çağlardan beri Türk toplumlarının ata sporlarından biri olan okçuluğun dünya çapında bilinmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda Türk okçuluğunun tarihi, sportif, sanatsal ve kültürel özellikleri ile kavranması ve bu alanda sporcular yetiştirerek kültürlerarası diyaloga katkıda sunmak amacıyla 2017 yılında Kemankes Projesi adı altında eğitimler düzenlenerek 2021 yılında Arnavutluk, Gürcistan, Hırvatistan, Katar, Kosova, Kuzey Makedonya, Lübnan, Macaristan, Polonya, Sırbistan ve Suriye güvenli bölge olmak üzere toplam da 11 ülkede Geleneksel Türk Okçuluğu kursları düzenlenmiştir (Yunus Emre Enstitüsü Faaliyet Raporu, 2021, s. 11).

Türk Filmleri Haftaları

Yunus Emre Enstitüsü, çeşitli ülkelerde T.C Kültür Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü iş birliği kapsamında her yıl Türk Filmleri Haftası düzenleyerek ülkemizde alanında yetkin ve nitelikli yönetmenlerin eserlerini yüz binlerce izleyici kitlesiyle buluşturarak hem ülkeler arası kültürel etkileşimin oluşmasını sağlamakta hem de bu sayede Türk kültürünün tüm dünyada bilinmesine katkıda bulunmaktadır.

Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı

Bu proje Yunus Emre Enstitüsünün Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) iş birliği neticesinde gerçekleştirilen bir etkinliktir. Proje genel itibariyle dijital çağda medyanın dönüşümü, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, Türkçenin medyada doğru kullanımına ilişkin çalışmalar, dijital ortamlarda güvenliğin sağlanması ve çocuklara yönelik Türkçe masal atölyelerinin yanı sıra dijital okuryazarlık eğitimlerini kapsayan çalıştay, 2021 yılında Belçika'nın başkenti Brüksel'de gerçekleştirilmiştir.

Şehrime Hoş Geldiniz Projesi

Bu proje kapsamında Yunus Emre Enstitüsü, TRT ile iş birliği sağlayarak TRT 1'de çeşitli programlar yapmıştır. Yayımlanan programlarda Yunus Emre Enstitüsünde

Türkçe eğitim gören kursiyerler tarafından yaşadıkları şehrin tarihi, kültürel mirası ve turistik mekanları Türkçe olarak tanıtılmıştır. Bununla birlikte programda Enstitünün Türkçe eğitimi çalışmaları ve çeşitli kültürel faaliyetleriyle ilgili bilgiler verilmiştir. Çekimlerin ilk bölümü Yunus Emre Enstitüsünün ilk merkezini açtığı Bosna Hersek'in başkenti Saraybosna'da gerçekleştirilmiştir.

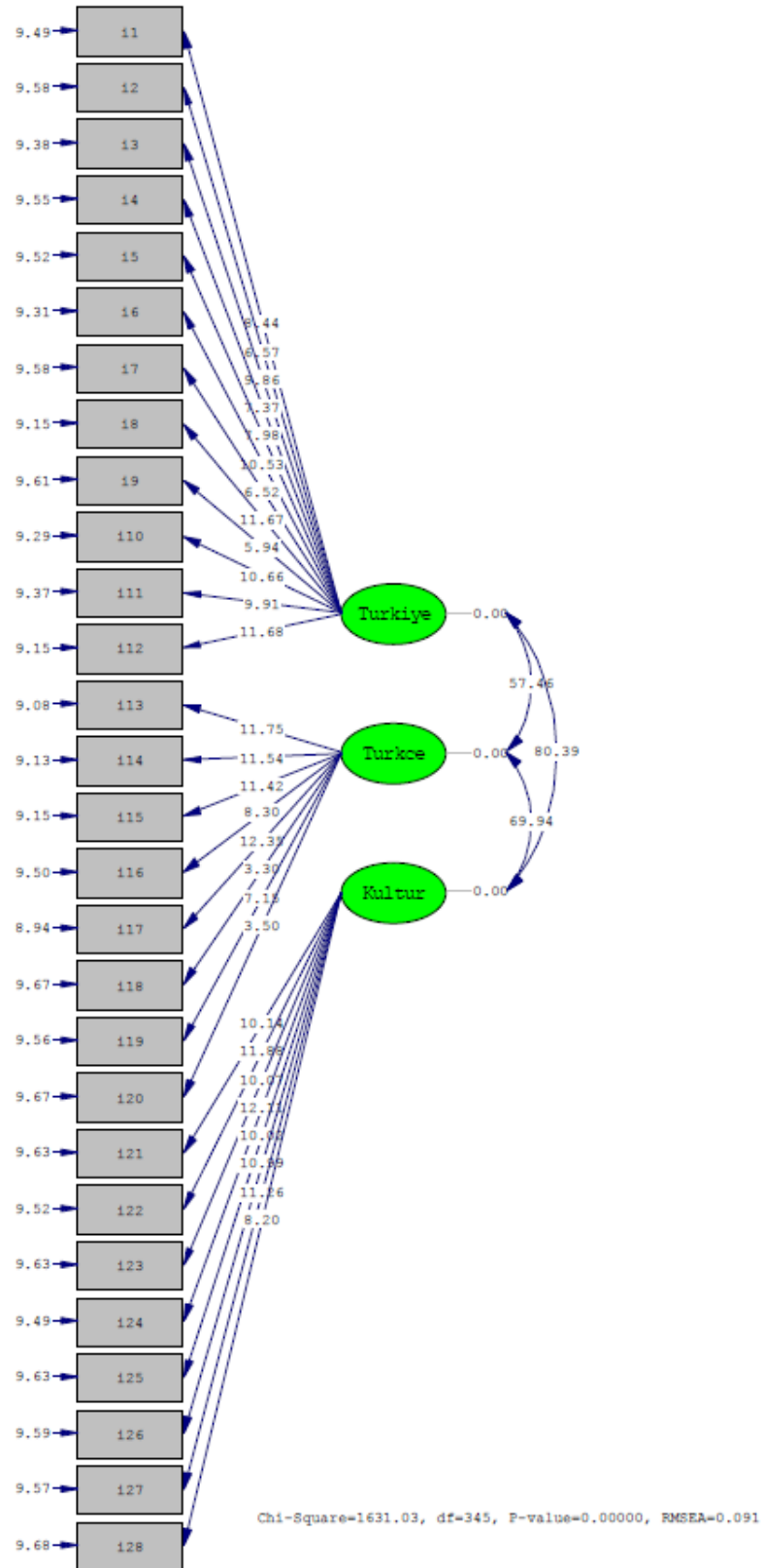


5. VERİ ANALİZİ, BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Veri analizinde yapı geçerliliği Lisrel programıyla istatistiksel karşılaştırma ve korelasyon analizi SPSS 26 programı ile yapılmıştır. DFA için gerekli olan varsayımlar test edilmiştir. İstatistiksel analizlerde ise iki gruba göre karşılaştırmada bağımsız gruplar t testi yöntemi, ikiden fazla grup için ise tek yönlü varyans analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemler için temel varsayım olan normallik varsayımı çarpıklık değerine göre kontrol edilmiş ve normallik sağlanmıştır. ANOVA sonucunda anlamlı fark çıkan gruplarda (ülke) farkın hangi gruplar arasında olduğu LSD çoklu karşılaştırma yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Son olarak ölçek alt boyutları arasındaki ilişki de Pearson korelasyon yöntemi kullanılmıştır. İstatistiksel analizler için $p < .05$ manidarlık düzeyi incelenmiştir.

5.1. Geçerlik Bulgusu

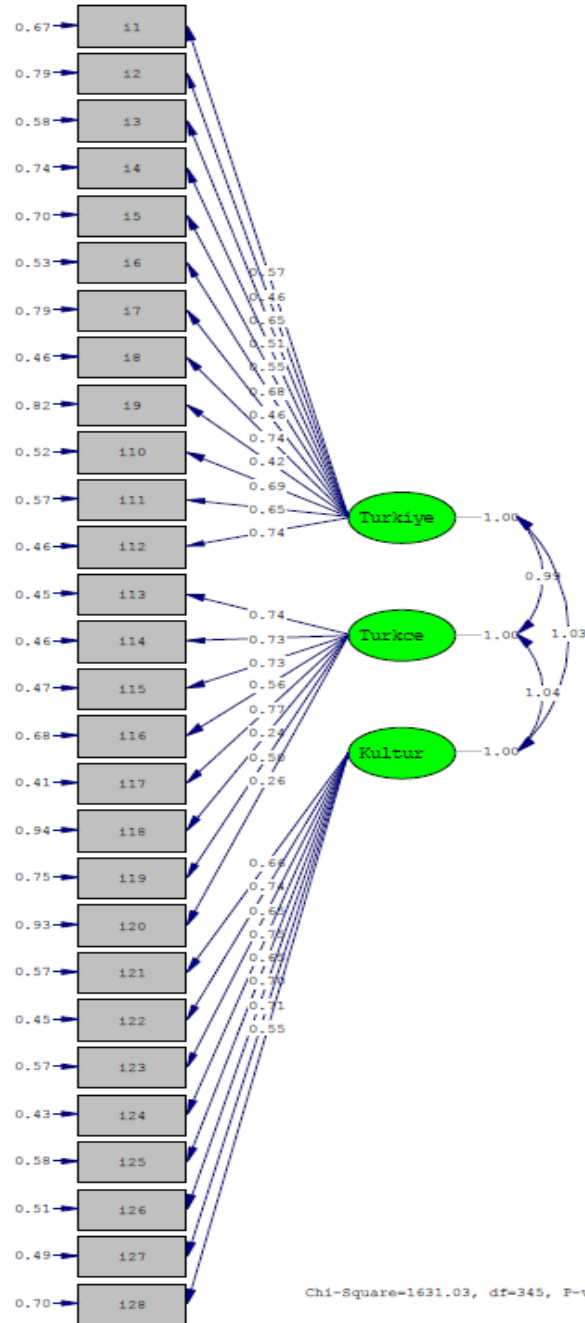
Yunus Emre Enstitülerinde Türkiye Algısı Ölçeği, Yunus Emre Enstitülerinde 4 farklı ülkede eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürü algılarına göre geliştirilmiştir. Bu bağlamda 189 öğrenciye uygulanmış olup ölçek geçerliliği yapı geçerliliğiyle incelenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi için veri kontrol edilmiş olup hatalı veri yoktur. Ayrıca tüm ölçeğe aynı cevap veren herhangi bir katılımcıya da rastlanmamıştır. Son olarak Yunus Emre Enstitülerinde Türkiye Algısı Ölçeğinde yer alan tüm maddeler için uç değer olup olmadığı kontrol edilmiştir. Tabachnick ve Fidell (2013) uç değer için maddelerden standart z değeri dönüşümü yapıldığında z değerlerinin ± 3.29 aralığı dışındaysa ise uç değer olarak nitelendirilebileceğini belirtmiştir. Tüm maddeler için z değeri bu aralıkta elde edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi Lisrel programı kullanılarak yapılmış olup öncelikle maddelerin boyutlarla ilişkisinin anlamlılığını gösteren T değerleri kontrol edilmiş ve Şekil 5.1'de gösterilmiştir.



Şekil 5. 1. Uluslararası sosyal kültürel yapının unsurları

Ölçekte yer alan tüm maddelere ilişkin T değerinin 0.05 anlamlılık düzeyinde ve sonsuz serbestlik derecesindeki kritik değeri ± 1.96 değerinden aralığı dışında olması

faktör yükünün anlamlı olduğunu yani maddenin o boyutla ilişkili olduğunu gösterir (Çokluk ve diğ., 2010). Tüm maddeler için T değeri 1.96'dan büyük olup çıkarılması gereken madde yoktur. Yani tüm maddeler ilgili boyutlara anlamlı faktör yükü vermişlerdir.



Şekil 5. 2. Yunus Emre Enstitülerinde Türkiye algısı ölçeği standart faktör yükleri grafiği

Her bir madde için standart faktör yükleri grafiği Şekil 2’de gösterilmiştir. Türkiye algısı boyutu için faktör yükleri 0.46-0.74, Türkçe algısı boyutu için 0.24-0.77 ve Türk kültürü algısı boyutu için 0.55-0.75 arasında elde edilmiştir.

Tablo 5. 1. Doğrulamalı faktör analizi model-uyum indeksleri

İndeks	Mükemmel Uyum Ölçütü	İyi Uyum Ölçütü	Araştırma Bulgusu	Sonuç
χ^2/sd	0-3	3-5	4.7	Mükemmel Uyum
RMSEA	$.00 \leq RMSEA \leq .05$	$.05 \leq RMSEA \leq .10$	0.091	İyi uyum
CFI	$.95 \leq CFI \leq 1.00$	$.90 \leq CFI \leq .95$	0.93	İyi uyum
NFI	$.95 \leq NNFI \leq 1.00$	$.90 \leq NNFI \leq .95$	0.90	İyi Uyum
IFI	$.95 \leq NFI \leq 1.00$	$.90 \leq NFI \leq .95$	0.93	İyi uyum
SRMR	$.00 \leq SRMR \leq .05$	$.05 \leq SRMR \leq .10$	0.092	İyi Uyum

(Kaynak: Schumacker ve Lomax, 1996)

DFA sonucunda elde edilen model veri uyumu Tablo 5.1’de yer almaktadır. Model veri uyumları test edilen modelin doğrulanması için kullanılan indekslerdir. Literatürde çok fazla sayıda bu model veri uyum indeksi yer alır (Schumacker ve Lomax, 1996). Bu ölçek geliştirme çalışmasında ise literatürde sıklıkla kullanılan model veri uyumlarına yer verilmiştir. İlk olarak ki-kare değerinin anlamlılığı incelenir ancak ki-kare örneklem büyüdükçe anlamlı olma olasılığı yüksektir yani büyük örneklemde etkilenir (Bryne, 2011). Bundan dolayı ki-karenin anlamlı olması ise model veri uyumunun zayıflığını belirtir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Dolayısıyla ki-kare ve serbestlik derecesi olan oranı model veri uyumunda sıklıkla kullanılan indekslerden biri olarak önerilmiştir (Hoe, 2008). Bu oran 3’ten az ise mükemmel uyum 3-5 arasında ise iyi uyum gösterir (Kline, 2011). Bu çalışmada oran (1631.03/345) 4.7 olarak elde edilmiş ve iyi uyumu gösterir. Model uyumunda diğer sık kullanılan uyum indeksi ise tahmin hatalarının ortalamasının kareköküdür (Root Mean Square Error of Approximation, RMSEA). RMSEA değerinin 0.10’dan düşük olması model veri uyumunun iyi olduğunu gösterir (Anderson ve Gerbing, 1984; Cole, 1987). RMSEA değer 0.091 olarak elde edilmiştir ve iyi uyum gösterir. Diğer model veri uyum indeksleri ise CFI (Comparative Fit Index- Karşılaştırmalı Uyum İndeksi), NFI (Normed Fit Index- Normlaştırılmış Uyum İndeksi), IFI (Incremental Fit Index- Artan Uyum İndeksi) ve SRMR (Standardized RMR-Standartlaştırılmış Kök Artık Kareler Ortalaması) indeksleridir. DFA analizi sonucunda elde edilen model veri

uyumları değerlendirildiği zaman üç faktörlü olan Yunus Emre Enstitülerinde Türkiye Algısı Ölçeği için model veri uyumu iyidir ve yapı geçerliliği sağlanmıştır (RMSEA=.091, CFI=.93, NFI=.90, IFI=.93, SRMR= .092).

5.2. Karşılaştırmalara İlişkin Bulgular

Bu bölümde ise araştırma problemlerine yönelik bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 5. 2. Demografik değişkenlere göre frekans ve yüzde dağılımı

Değişkenler	Grup	Frekans	Yüzde
Medeni Durum	Malezya	59	31,2
	Makedonya	51	27
	Sırbistan	51	27
	Pakistan	28	14,8
Cinsiyet	Erkek	35	18,5
	Kadın	154	81,5
Eğitim	Lise ve altı	65	34,4
Durumu	Lisans ve üstü	124	65,6
Toplam		189	100

Araştırmaya Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören 4 farklı ülkedeki 189 öğrenci katılmıştır. Öğrencilerin %31.2'si Malezya, %27'si Makedonya, %27'si Sırbistan ve %14.8'i ise Pakistan'dan katılmıştır. Öğrencilerin %81.5'i kadın, %18.5'i ise erkektir. Eğitim durumuna göre ise öğrencilerin %65.6'sı lisans ve üstü, %34.4'ü ise lise ve altında eğitime sahiptir.

Tablo 5. 3. Yunus Emre Enstitülerinde Türkiye algısı ölçeği ölçek puanlarına göre betimsel istatistik tablosu

Ölçek Puanları	En Küçük	En Büyük	Ort	ss	Çarpıklık
Türkiye Algısı	1	5	3,99	0,80	-0,976
Türkçe Algısı	1	5	4,08	0,68	-1,497
Türk Kültürü Algısı	1	5	4,09	0,84	-1,42
Genel Algı	1	5	4,05	0,73	-1,397

Genel ölçek puanı olan algı ile alt boyutlarına ilişkin puanlar maddelerin ortalaması alınarak elde edilmiştir. 5'e yaklaştıkça her bir alt boyut ve genel için algılarının

yüksek olduğunu belirtir. Buna göre genel algı puanları 1-5 arasında değişirken ortalaması 4.05 ve standart sapması ise 0.73'tür. Türkiye, Türkçe ve Türk kültürü algısı puanları 1-5 arasında elde edilmiş ortalamaları ise sırasıyla 3.99, 4.08 ve 4.09 olarak elde edilmiştir. Genel olarak Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüne olan algısı yüksektir. Tabachnick ve Fidell (2013) çarpıklık değerinin ± 1.5 arasında olduğunda puanların simetrik dağılım gösterdiğini ve normal dağıldığını belirtmiştir. Tüm puanlara ilişkin çarpıklık değeri ± 1.5 arasında olduğunda puan dağılımı normaldir.

Cinsiyete göre Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüne olan algısı ile genel algı puanları farklılaşmakta mıdır?

Cinsiyete göre Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüne olan algısı ile genel algı puanları arasında fark olup olmadığı bağımsız gruplar t testi yöntemiyle incelenmiştir. Bu yöntem için iki önemli varsayım iki grup olması ve gruplarda veri sayısının ($N > 25$) yeterli olması olup aynı zamanda sürekli olan bağımlı değişkenin (ölçek puanları) normal dağılması gerekir.

Tablo 5. 4. Cinsiyete göre Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüne olan algısı ile genel algı puanları arasında bağımsız gruplar T testi tablosu

Ölçek Puanları	Cinsiyet	N	Ortalama	ss	t	sd	p
Türkiye Algısı	Erkek	35	3,93	0,89	-0,509	187	0,611
	Kadın	154	4,00	0,78			
Türkçe Algısı	Erkek	35	4,06	0,70	-0,23	187	0,818
	Kadın	154	4,09	0,68			
Türk Kültürü Algısı	Erkek	35	4,04	0,87	-0,356	187	0,722
	Kadın	154	4,10	0,84			
Genel Algı	Erkek	35	4,00	0,78	-0,418	187	0,677
	Kadın	154	4,06	0,72			

*p<.05

Cinsiyete göre Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye ($t_{(187)} = -0.509$, $p > .05$), Türkçe ($t_{(187)} = -0.23$, $p > .05$) ve Türk kültürüne ($t_{(187)} = -0.356$, $p > .05$) olan algısı ile genel algı ($t_{(187)} = -0.418$, $p > .05$) puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı

fark yoktur. Yani Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören kadın ve erkek öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüne olan algısı ile genel algısı benzer düzeydedir.

Eğitim düzeyine göre Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüne olan algısı ile genel algı puanları farklılaşmakta mıdır?

Eğitim düzeyine göre Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüne olan algısı ile genel algı puanları arasında fark olup olmadığı bağımsız gruplar t testi yöntemiyle incelenmiştir.

Tablo 5. 5. Eğitim düzeyine göre Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk Kültürüne olan algısı ile genel algı puanları arasında bağımsız gruplar T testi tablosu

Ölçek Puanları	Eğitim	N	Ortalama	Ss	t	sd	p
Türkiye Algısı	Lise ve altı	65	4,11	0,78	1,543	187	0,124
	Lisans ve üstü	124	3,93	0,80			
Türkçe Algısı	Lise ve altı	65	4,23	0,63	2,132	187	0,034*
	Lisans ve üstü	124	4,01	0,70			
Türk Kültürü Algısı	Lise ve altı	65	4,21	0,81	1,392	187	0,166
	Lisans ve üstü	124	4,03	0,85			
Genel Algı	Lise ve altı	65	4,17	0,69	1,751	187	0,082
	Lisans ve üstü	124	3,98	0,74			

*p<.05

Eğitim düzeyine göre Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkçe algısına ilişkin puanlar arasında anlamlı fark elde edilmiştir ($t_{(187)}=2.132$, $p<.05$). Yani Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören lise ve altında eğitim düzeyine sahip öğrencilerin Türkçe algı puan ortalaması lisans ve üstü eğitim düzeyine sahip öğrencilerden daha yüksektir. Ancak eğitim düzeyine göre Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye ($t_{(187)}=1.543$, $p>.05$) ve Türk kültürüne ($t_{(187)}=1.392$, $p>.05$) olan algısı ile genel algı ($t_{(187)}=1.751$, $p>.05$) puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark yoktur. Yani Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin eğitim düzeyine göre Türkiye ve Türk kültürüne olan algısıyla genel algısı benzer düzeydedir.

Ülkeye göre Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüne olan algısı ile genel algı puanları farklılaşmakta mıdır?

Ülkeye göre Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüne olan algısıyla genel algı puanları arasında fark olup olmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. Bu yöntem ikiden fazla grup olduğunda gruplar arasında fark olup olmadığına kullanılan parametrik bir yöntemdir. Her bir grupta veri sayısı yeterli büyüklükte olmalı ($N > 25$) ve puanlar normal dağılımı gerekir.

Tablo 5. 6. Ülkeye Göre Yunus Emre enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüne olan algısı ile genel algı puanları arasında ANOVA tablosu

Ölçek Puanları	Ülke	N	Ortalama	ss	F	p
Türkiye Algısı	Malezya	59	4,09	0,66	2,285	0,080
	Makedonya	51	3,81	0,85		
	Sırbistan	51	4,15	0,70		
	Pakistan	28	3,82	1,05		
Türkçe Algısı	Malezya	59	3,95	0,57	2,755	0,044*
	Makedonya	51	4,15	0,66		
	Sırbistan	51	4,28	0,54		
	Pakistan	28	3,94	1,02		
Türk Kültürü Algısı	Malezya	59	4,06	0,70	1,636	0,183
	Makedonya	51	4,01	0,89		
	Sırbistan	51	4,30	0,66		
	Pakistan	28	3,92	1,21		
Genel Algı	Malezya	59	4,04	0,60	1,85	0,140
	Makedonya	51	3,95	0,77		
	Sırbistan	51	4,23	0,58		
	Pakistan	28	3,88	1,05		

* $p < .05$

Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gördükleri ülkelere göre öğrencilerin Türkiye ($F_{(3,185)}=2.285$, $p > .05$) ve Türk kültürüne ($F_{(3,185)}=1.636$, $p > .05$) olan algısıyla genel algı ($F_{(3,185)}=1.85$, $p > .05$) puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark yoktur. Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gördükleri ülkelere göre öğrencilerin Türkiye ve Türk kültürüne olan algısı ile genel algısı benzer düzeydedir. Ancak Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gördükleri ülkelere göre öğrencilerin Türkçe algısına ilişkin

puanlar arasında anlamlı fark elde edilmiştir ($F_{(3,185)}=2.755$, $p<.05$). Farkın hangi ülke grupları arasında olduğu ise çoklu karşılaştırma yöntemlerinden LSD yöntemi kullanılarak analiz edilmiş ve tabloda gösterilmiştir.

Tablo 5. 7. Türkçe algısı puanlarına ilişkin ülkeler arasında LSD tablosu

Grup (i)	Grup (ii)	p
Malezya	Makedonya	0,041
	Sırbistan	0,011*
	Pakistan	0,918
Makedonya	Sırbistan	0,211
	Pakistan	0,036
Sırbistan	Pakistan	0,029*

* $p<.05$

Yunus Emre Enstitülerinde Sırbistan ve Makedonya’da eğitim gören öğrenciler ile Malezya ve Pakistan’da eğitim gören öğrencilerin Türkçe algı puanları arasında anlamlı fark elde edilmiştir ($p<.05$). Yunus Emre Enstitülerinde Sırbistan ve Makedonya’da eğitim gören öğrencilerin Türkçe algısına ilişkin puan ortalaması Malezya ve Pakistan’da eğitim gören öğrencilerden daha yüksektir.

Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüne olan algıları arasında ilişki var mıdır?

Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüne olan algıları arasında ilişki için Pearson korelasyon yöntemi kullanılmış olup bu yöntem sürekli aynı zamanda normal dağılım gösteren puanlar arasındaki ilişkiyi incelemede kullanılır. Korelasyon katsayısı ± 1 arasında yer alırken pozitif olması iki değişkenin birlikte aynı yönde değiştiğini, negatif olması ise değişkenlerden biri artarken diğerrinin azaldığını gösterir (Pallant, 2007).

Tablo 5. 8. Yunus Emre Enstitülerinde eğitim gören öğrencilerin Türkiye, Türkçe ve Türk kültürüne olan algıları arasında Pearson Korelasyon Tablosu

	1	2	3
1.Türkiye Algısı	1		
2.Türkçe Algısı	,754**	1	
3.Türk Kültür Algısı	,859**	,833**	1

** $p<.01$

Ölçek alt boyutlarının tümü arasında yüksek düzeyde ($r>0.70$) ve pozitif yönde anlamlı ilişki elde edilmiştir ($p<.01$). Yani tüm alt boyutlarda algı puanları aynı yönde değişmektedir.

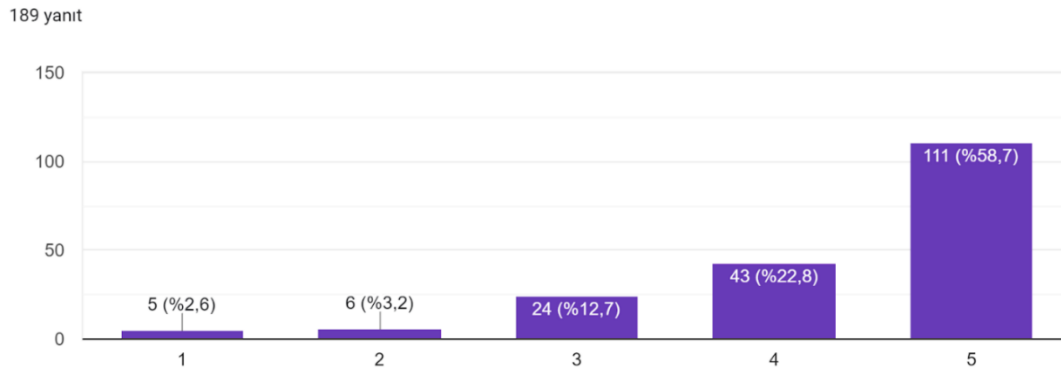
5.3. Sorular ve Cevap Grafikleri

Bu bölümde katılımcıların anket sorularına verdikleri cevaplar soru bazında değerlendirilmiş ve grafik olarak sunulmuştur. Her bir soru için ayrı ayrı grafik oluşturularak hangi seçeneğe kaç katılımcının ve katılımcıların yüzde kaçının katıldığı gösterilmiştir.

1. Yunus Emre Enstitüleri sayesinde Türkiye'yi daha yakından tanıdım.

(I got to know Turkey better owing to Yunus Emre Institutes)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 3. Yunus Emre Enstitüleri sayesinde Türkiye'nin daha yakından tanınması cevap grafiği

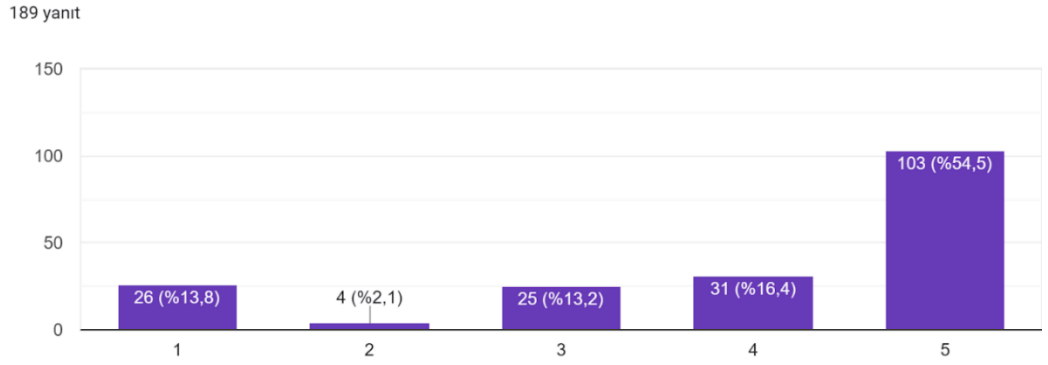
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %59 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek net olarak Yunus Emre Enstitüleri sayesinde Türkiye'yi daha yakından tanıdıklarını ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında (%58,7 + %22,8) katılımcıların %81,5'inin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Yunus Emre Enstitüleri sayesinde Türkiye'yi daha yakından tanıdıkları* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %6 civarında olduğu görülmektedir.

2. Yunus Emre Enstitüsü ile tanıştıktan sonra Türkiye'ye yönelik olumsuz düşüncelerim azaldı.

(After contacting with Yunus Emre Institutes, my negative thoughts towards Turkey have decreased.)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 4. Türkiye'ye yönelik olumsuz algıların azaldığına yönelik cevap grafiği

Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %55 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek net olarak Yunus Emre Enstitüsü ile tanıştıktan sonra Türkiye'ye yönelik olumsuz düşüncelerim azaldığını ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında (%55,5 + %16,4) katılımcıların %71,9'unun bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

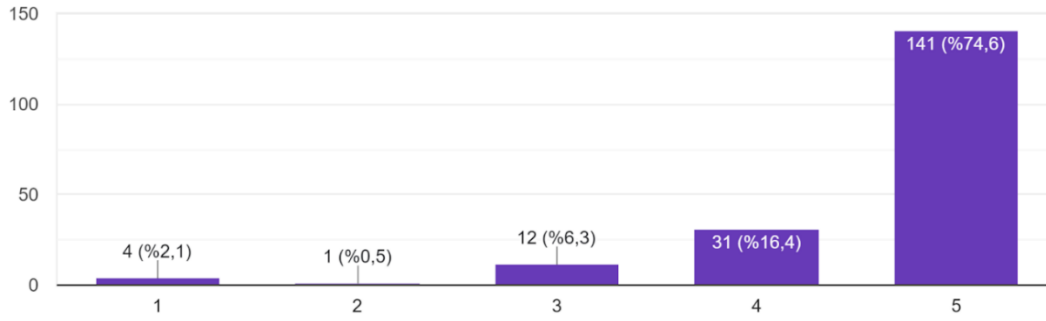
1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Yunus Emre Enstitüsü ile tanıştıktan sonra Türkiye'ye yönelik olumsuz düşüncelerim azaldığı* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %16 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruda nisbeten olumsuz cevapların da varlığının belirgin olduğu görülmektedir.

3. Yunus Emre Enstitülerinin Türkçe ve Türk kültürünü öğretmesi tercih sebebim oldu.

(I preferred Yunus Emre Institutes because they taught Turkish language and the Turkish culture.)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.

189 yanıt



Şekil 5. 5. Türkçe ve Türk kültürü hakkında cevap grafiği

Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %75 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek net olarak Yunus Emre Enstitülerinin Türkçe ve Türk kültürünü öğretmesi tercih sebepleri olduğunu ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %91'inin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

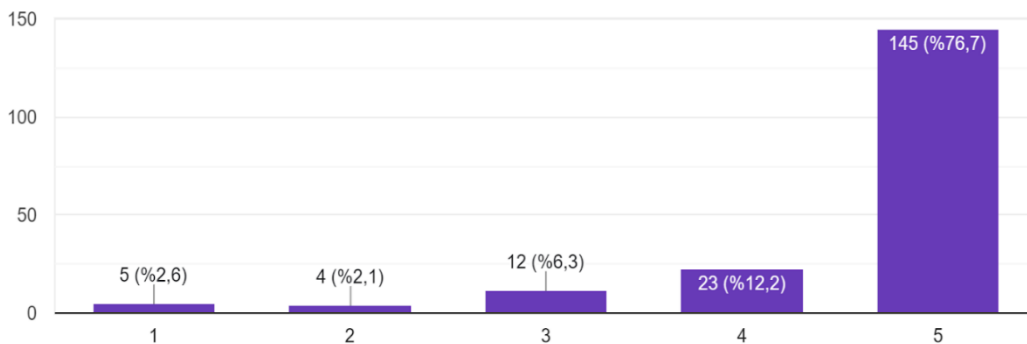
1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Yunus Emre Enstitülerinin Türkçe ve Türk kültürünü öğretmesi tercih sebepleri olduğu* görüşüne katılmayanların sayısının sadece yaklaşık %3 civarında olduğu görülmektedir.

4. Yunus Emre Enstitülerinden eğitim aldıktan sonra çevremdekilere eğitim almaları için tavsiyede bulundum.

(After attending courses myself, I advised Yunus Emre Institutes to people around me.)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.

189 yanıt



Şekil 5. 6. Yunus Emre Enstitüleri tavsiye cevap grafiği

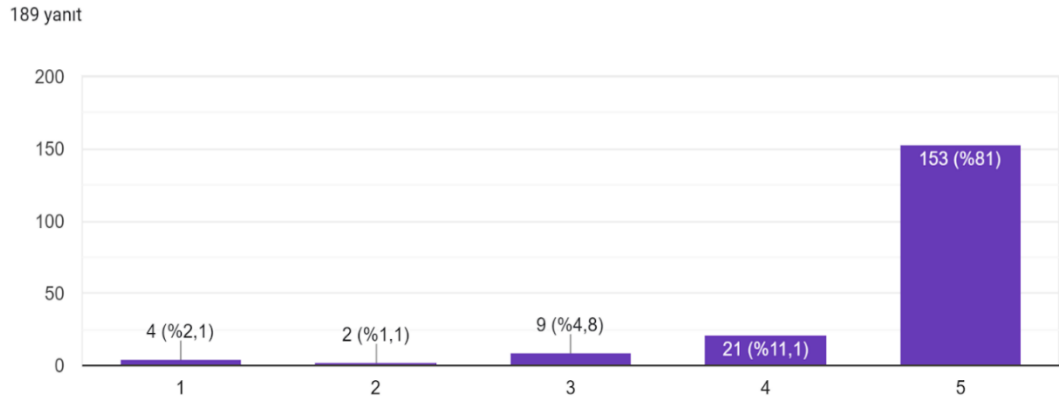
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %77 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek net olarak *Yunus Emre Enstitülerinden eğitim aldıktan sonra çevresindekilere eğitim almaları için tavsiyede bulunduklarını* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %89'unun bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Yunus Emre Enstitülerinden eğitim aldıktan sonra çevresindekilere eğitim almaları için tavsiyede bulundukları* görüşüne katılmayanların sayısının sadece yaklaşık %5 civarında olduğu görülmektedir.

5. Yunus Emre Enstitüleri öğretmenleri Türkçe ve Türkiye'yi bana sevdirdi.

(The teachers at Yunus Emre Insitutes help me love Turkey and Turkish language.)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 7. Yunus Emre Enstitüleri kanaatlerin belirtilmesi grafiği

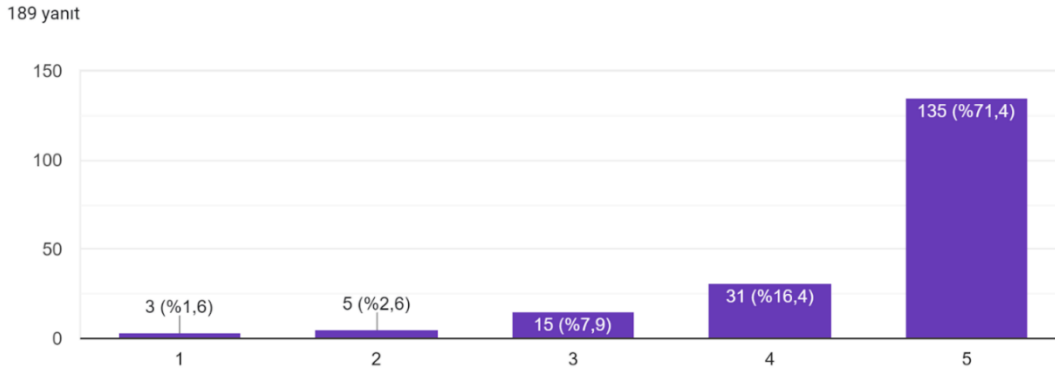
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %81 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek net olarak *Yunus Emre Enstitüleri öğretmenleri Türkçe ve Türkiye'yi kendilerine sevdirdiğini* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %92'sinin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Yunus Emre Enstitüleri öğretmenleri Türkçe ve Türkiye'yi kendilerine sevdirdiğini* görüşüne katılmayanların sayısının sadece yaklaşık %5 civarında olduğu görülmektedir.

6. Başka seçenekler olmasına rağmen özellikle Yunus Emre Enstitüsünü seçtim.

(Even though there were other options I especially preferred Yunus Emre Institutes)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 8. Yunus Emre Enstitüleri tercih cevap grafiği

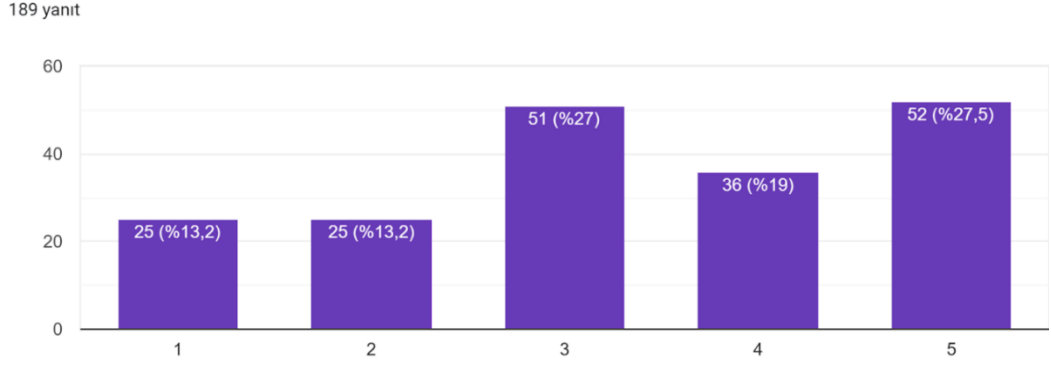
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %71 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Başka seçenekler olmasına rağmen özellikle Yunus Emre Enstitüsünü seçtiklerini* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %88'inin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Başka seçenekler olmasına rağmen özellikle Yunus Emre Enstitüsünü seçtikleri* görüşüne katılmayanların sayısının sadece yaklaşık %5 civarında olduğu görülmektedir.

7. Yunus Emre Enstitüleri Türkiye'yi tanıtmak için oldukça önemlidirler. Eğer Yunus Emre Enstitüleri ile tanışmamış olsaydım Türkiye hakkında fikrim olmayacaktı.

(Yunus Emre Institutes are very important for promoting Turkey. If I had not met Yunus Emre Institutes, I would not have had any idea about Turkey)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 9. Yunus Emre Enstitülerinin Türkiye'yi tanıtmada grafiği

Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %27 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Yunus Emre Enstitüleri Türkiye'yi tanıtmak için oldukça önemlidirler. Eğer Yunus Emre Enstitüleri ile tanışmamış olsaydım Türkiye hakkında fikrim olmayacaktı* görüşünü ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %47'sinin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

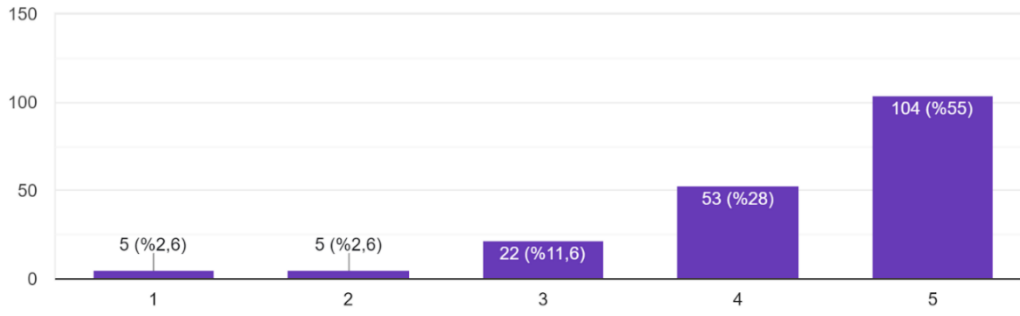
1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Yunus Emre Enstitüleri Türkiye'yi tanıtmak için oldukça önemlidirler. Eğer Yunus Emre Enstitüleri ile tanışmamış olsaydım Türkiye hakkında fikrim olmayacaktı* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %26 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruya 3 işaretleyenlerin, yani kararsız olanların oranı ise %27 oranındadır. Bu soruda diğer soruların aksine kararsız ve olumsuz görüşe sahip katılımcı sayısının toplamının olumlu görüşe sahip katılımcılardan daha fazla olduğu görülmektedir. Bu soruda özellikle *Eğer Yunus Emre Enstitüleri ile tanışmamış olsaydım Türkiye hakkında fikrim olmayacaktı* görüşüne katılmama durumunun ağır bastığı söylenebilir. Çünkü 1. Soru ve diğer bazı sorularda Yunus Emre enstitülerinin Türkiye'yi tanıtmada konusunda etkili olduğu yönünde görüşlerin ağır bastığı tespit edilmişti. Burada ise Türkiye hakkında fikir sahibi olmak için başka alternatiflerin de var olduğuna dikkat çekildiği düşünülmektedir.

8. Enstitüler sayesinde Türkçe öğrenmenin zor olmadığını anladım.

(Thanks to the Institutes, I realized that learning Turkish was not difficult)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.

189 yanıt



Şekil 5. 10. Türkçe dilinin öğrenme zorluğunun belirtilmesi grafiği

Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %55 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Enstitüler sayesinde Türkçe öğrenmenin zor olmadığını anladıklarını* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %83'ünün bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

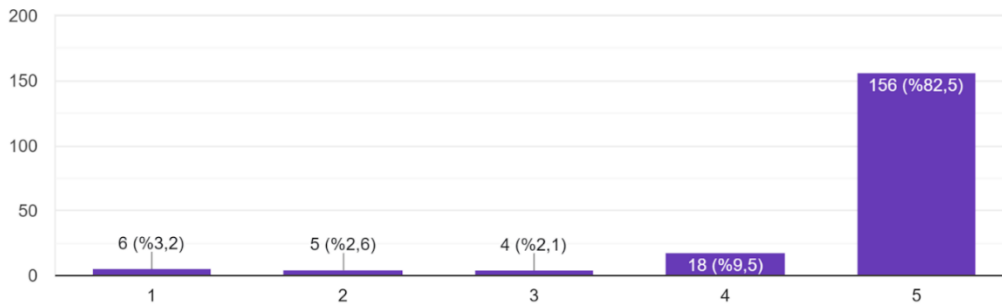
1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Enstitüler sayesinde Türkçe öğrenmenin zor olmadığını anladım* görüşüne katılmayanların sayısının sadece yaklaşık %5 civarında olduğu görülmektedir.

9. Türkçe öğrendikten sonra Türkiye'ye gezip görmeyi merak ediyorum.

(After learning Turkish I would love to travel around Turkey)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.

189 yanıt



Şekil 5. 11. Türkiye'ye seyahat etme isteğinin cevaplanması grafiği

Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %82 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Türkçe öğrendikten sonra Türkiye'yi gezip görmeyi merak ettiklerini* ifade etmişlerdir.

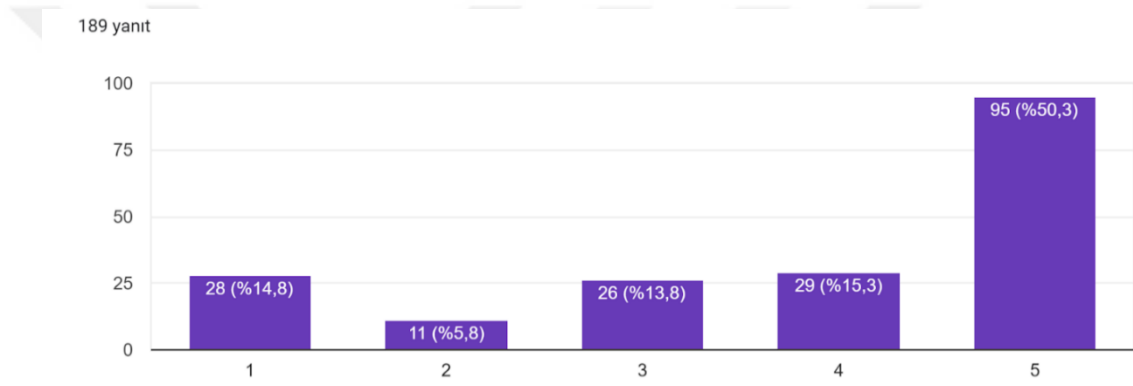
Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %92'sinin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Enstitüler sayesinde Türkçe öğrendikten sonra Türkiye'yi gezip görmeyi merak ettim* görüşüne katılmayanların sayısının sadece yaklaşık %6 civarında olduğu görülmektedir.

10. Türkçe öğrendikten sonra Türkiye'de eğitim almayı düşündüm.

(Thanks to Institutes, after learning Turkish I thought about studying in Turkey)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 12. Türkiye'de eğitim alma konusunda cevap grafiği

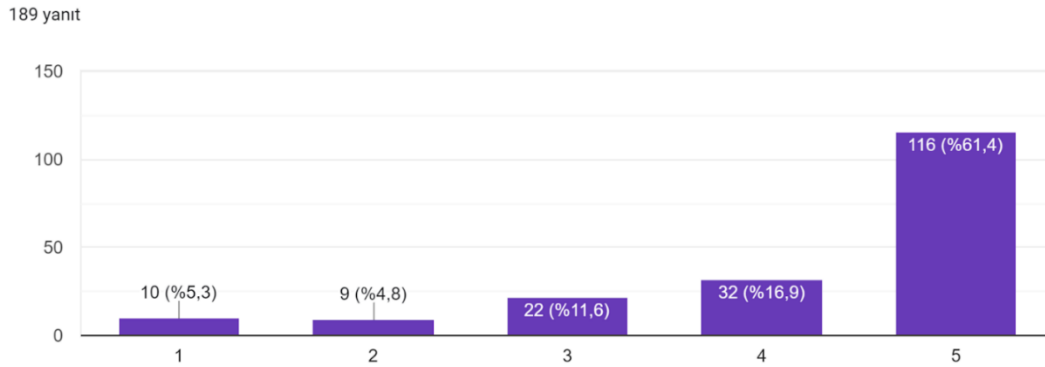
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %50 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Türkçe öğrendikten sonra Türkiye'de eğitim almayı düşündüklerini* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %66'sının bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Türkçe öğrendikten sonra Türkiye'de eğitim almayı düşündüm* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %21 civarında olduğu görülmektedir.

11. Türk kültürünü yakından takip etmek için Türk dizilerine ve Türk sinemasına ilgi duymaya başladım.

(I became interested in Turkish TV series and Turkish cinema to keep up with the Turkish Culture.)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 13. Türk kültürüne yönelik cevap grafiği

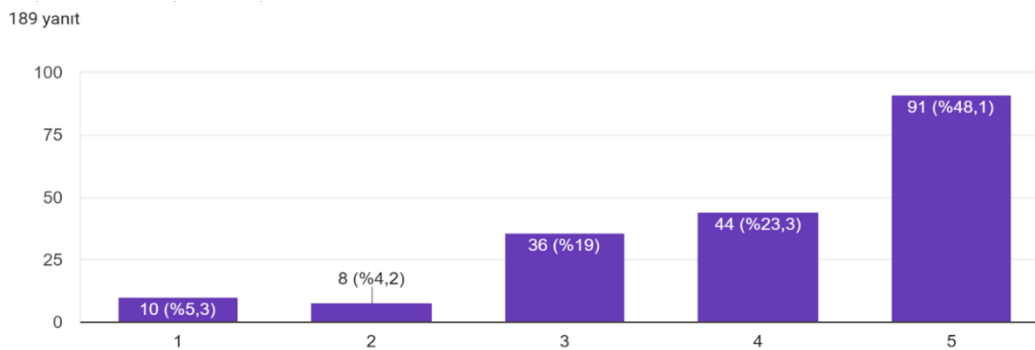
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %61 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Türk kültürünü yakından takip etmek için Türk dizilerine ve Türk sinemasına ilgi duymaya başladığını* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %78'inin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Türk kültürünü yakından takip etmek için Türk dizilerine ve Türk sinemasına ilgi duymaya başladım* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %10 civarında olduğu görülmektedir.

12. Türkçe öğrenmenin kariyerim için önemli olduğunu düşünüyorum.

(I think learning Turkish is important for my career.)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 14. Türkçe ve kariyer konulu cevap grafiği

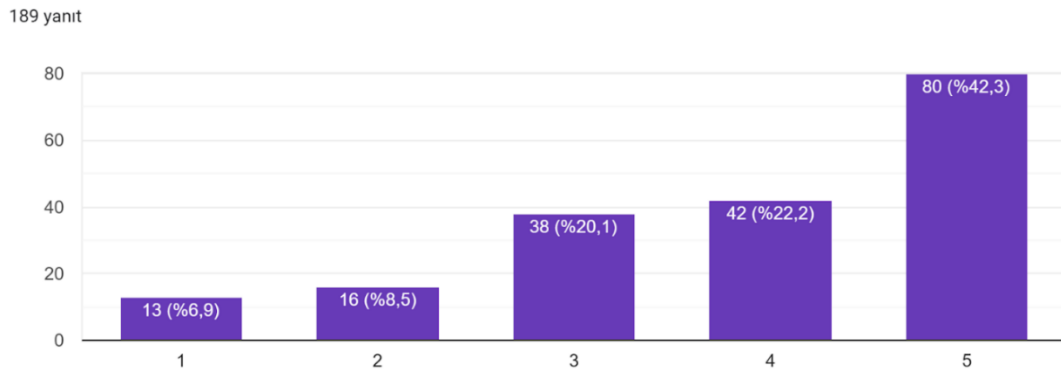
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %48 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Türkçe öğrenmenin kariyerim için önemli olduğunu düşündüklerini* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %71'inin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Türkçe öğrenmenin kariyerim için önemli olduğunu düşünüyorum* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %5 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruda 3 işaretleyenlerin yani kararsız olanların da %19'luk bir oran oluşturduğu dikkat çekmektedir.

13. Yunus Emre Enstitüsünden eğitim aldıktan sonra Türkiye ile ilgili haberleri yakından takip etmeye başladım.

(After receiving training from Yunus Emre Institutes, I started to follow the news about Turkey closely)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 15. Türkiye'ye yönelik ilgilerin ölçülmesine dair cevap grafiği

Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %42 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Yunus Emre Enstitüsünden eğitim aldıktan sonra Türkiye ile ilgili haberleri yakından takip etmeye başladıklarını* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %64'ünün bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

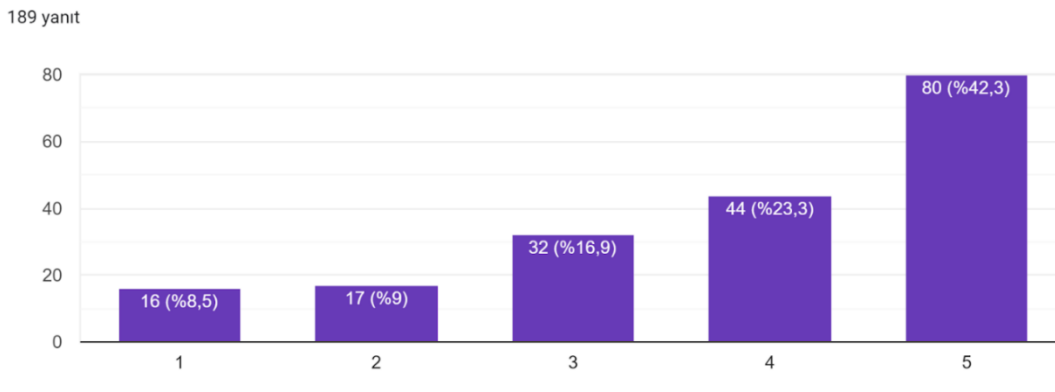
1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Yunus Emre Enstitüsünden eğitim aldıktan sonra Türkiye ile ilgili haberleri yakından takip etmeye başladım* görüşüne katılmayanların sayısının

yaklaşık %15 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruda 3 işaretleyenlerin yani kararsız olanların da %20’lik bir oran oluşturduğu dikkat çekmektedir.

14. Yunus Emre Enstitüleri ile tanıştıktan sonra Türkiye markalı ürünlere ilgi duymaya başladım.

(After contacting with Yunus Emre Institutes, I started to be interested in Turkish brand products.)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 16. Türk ürünlerine yönelik ilginin ölçümlemesine dair cevap grafiğı

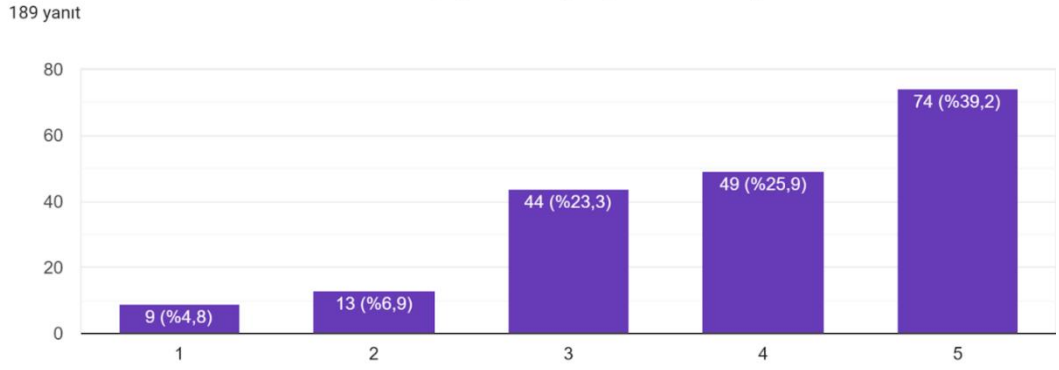
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %42 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Yunus Emre Enstitüleri ile tanıştıktan sonra Türkiye markalı ürünlere ilgi duymaya başladığını* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneğı birlikte ele alındığında katılımcıların %66’sının bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2’yi işaretleyenlerin, *Yunus Emre Enstitüleri ile tanıştıktan sonra Türkiye markalı ürünlere ilgi duymaya başladım* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %17 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruda 3 işaretleyenlerin yani kararsız olanların da yaklaşık %17’lik bir oran oluşturduğu dikkat çekmektedir.

15. Eğitim aldıktan sonra Türkçenin dünyada etkili bir olduğuna kanaat getirdim.

(After attending courses, I realized that Turkish is a widely spoken language in the world)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 17. Türkçenin etkililiğine dair cevap grafiğı

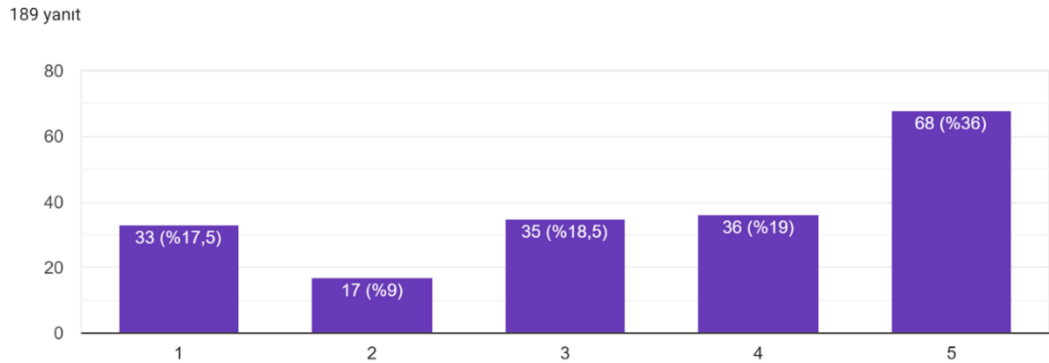
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %39 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Eğitim aldıktan sonra Türkçenin dünyada etkili bir dil olduğuna kanaat getirdiklerini* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneğı birlikte ele alındığında katılımcıların %65'inin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Eğitim aldıktan sonra Türkçenin dünyada etkili bir dil olduğuna kanaat getirdim* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %12 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruda 3 işaretleyenlerin yani kararsız olanların da yaklaşık %23'lük bir oran oluşturduğu dikkat çekmektedir.

16. Türkçe öğrendikten sonra Türk üniversitelerini araştırmaya başladım.

(After learning Turkish, I started researching Turkish universities)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 18. Türk üniversitelerinin talep edilmesine yönelik cevap grafiğı

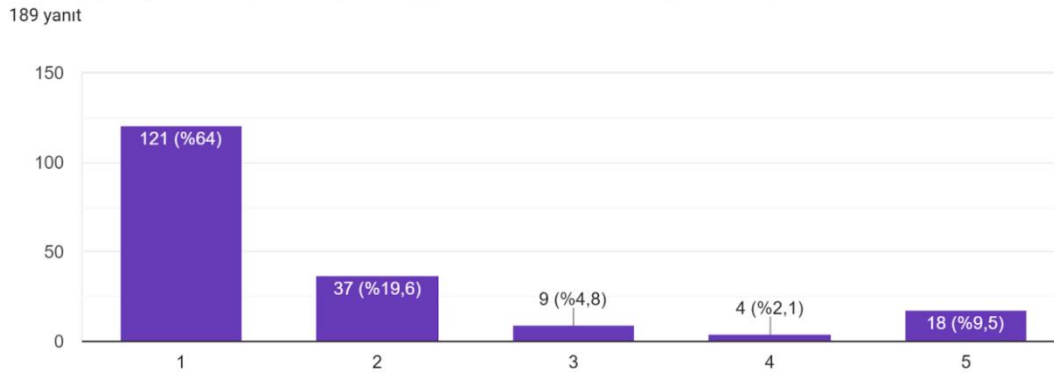
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %36 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Türkçe öğrendikten sonra Türk üniversitelerini araştırmaya başladıklarını* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %55'inin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Türkçe öğrendikten sonra Türk üniversitelerini araştırmaya başladım* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %27 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruda 3 işaretleyenlerin yani kararsız olanların da yaklaşık %18'lik bir oran oluşturduğu dikkat çekmektedir.

17. Türkçe öğrenirken çok sıkılıyorum.

(I get bored while learning Turkish.)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 19. Türkçe öğrenmedeki zorluklara yönelik cevap grafiği

Bu soru diğerlerinden farklı olarak olumsuz bir soru (ters madde) olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla araştırma amaçları doğrultusunda bu soruya katılmama oranlarının yüksek olması beklenmektedir.

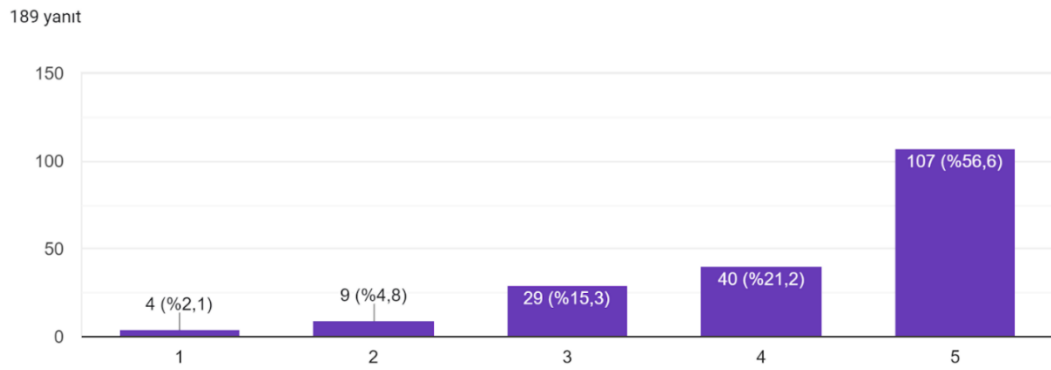
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %64 oranında 1 seçeneğini işaretleyerek *Türkçe öğrenirken çok sıkıldıklarına* katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Katılmama fikrini ifade eden 1 ve 2 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %84'ünün bu görüşe katılmadığı şeklinde değerlendirilebilir.

4 ve 5'i işaretleyenlerin, *Türkçe öğrenirken çok sıkılıyorum* görüşüne katılanların sayısının yaklaşık %12 civarında olduğu görülmektedir.

18. Yunus Emre Enstitüleri sayesinde ülkem ile Türkiye arasında kültürel bağların oluştuğunu düşünüyorum.

(I think cultural ties have been formed between my country and Turkey with the help of Yunus Emre Institutes)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 20. Türkiye ve kültürel bağların oluşmasına yönelik cevap grafiği

Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %57 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Yunus Emre Enstitüleri sayesinde ülkeleri ile Türkiye arasında kültürel bağların oluştuğunu düşündüklerini* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %78'inin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

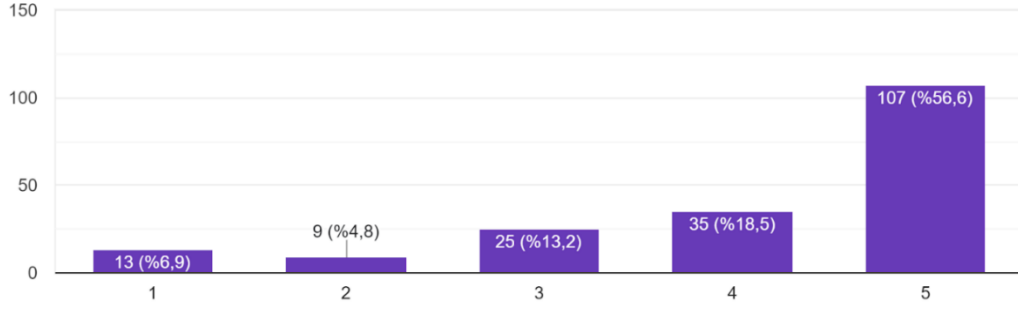
1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Yunus Emre Enstitüleri sayesinde ülkem ile Türkiye arasında kültürel bağların oluştuğunu düşünüyorum* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %7 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruda 3 işaretleyenlerin yani kararsız olanların da yaklaşık %15'lik bir oran oluşturduğu dikkat çekmektedir.

19. Fırsat elde edebilirsem Türkçe öğretmek için gönüllü olabilirim.

(If I could have the opportunity, I could volunteer to teach Turkish)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.

189 yanıt



Şekil 5. 21. Türkçe öğretmeye yönelik gönüllülük cevap grafiği

Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %57 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Fırsat elde edebilirsem Türkçe öğretmek için gönüllü olabileceğimi* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %75'inin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

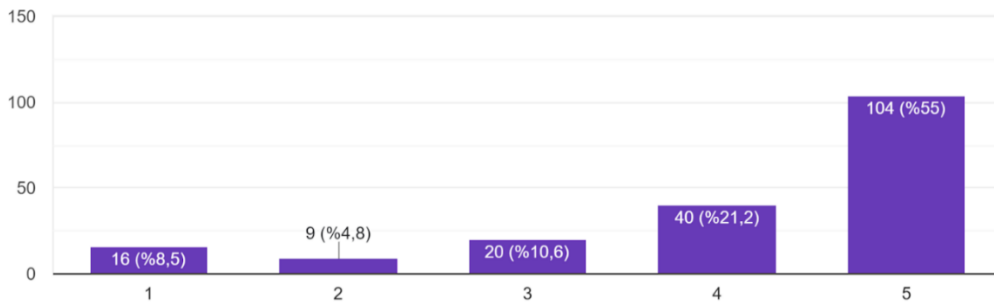
1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Fırsat elde edebilirsem Türkçe öğretmek için gönüllü olabilirim* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %12 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruda 3 işaretleyenlerin yani kararsız olanların da yaklaşık %13'lik bir oran oluşturduğu dikkat çekmektedir.

20. Yunus Emre Enstitüsünden eğitim aldıktan sonra Türk yemeklerini merak etmeye başladım.

(I started to have an interest towards Turkish food after attending courses offered by Yunus Emre Institutes)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.

189 yanıt



Şekil 5. 22. Türk yemeklerine dair ilgi grafiği

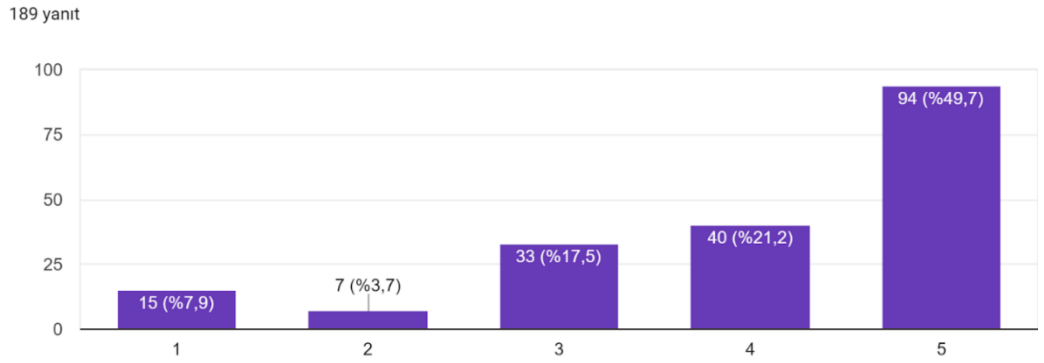
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %55 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Yunus Emre Enstitüsünden eğitim aldıktan sonra Türk yemeklerini merak etmeye başladıklarını* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %76'sının bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Yunus Emre Enstitüsünden eğitim aldıktan sonra Türk yemeklerini merak etmeye başladım* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %13 civarında olduğu görülmektedir.

21. Yunus Emre Enstitüleri sayesinde Türk müziğine ilgi duymaya başladım.

(I started to have an interest towards Turkish music, thanks to Yunus Emre Institutes)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 23. Türk müziğine dair ilgi grafiği

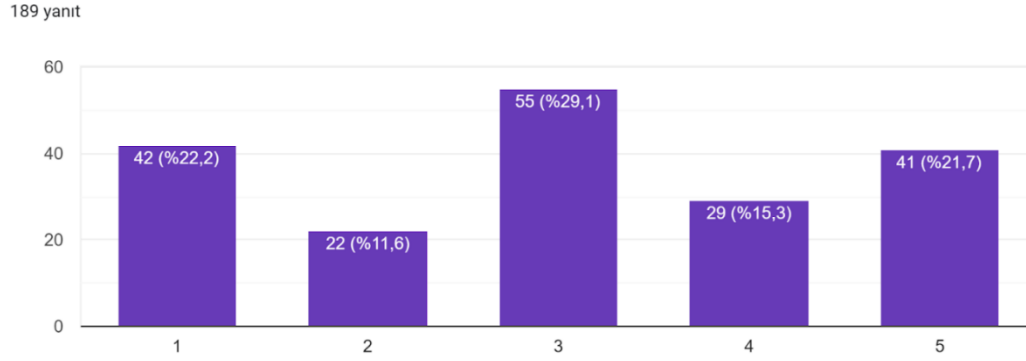
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %50 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Yunus Emre Enstitüleri sayesinde Türk müziğine ilgi duymaya başladıklarını* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %71'inin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Yunus Emre Enstitüleri sayesinde Türk müziğine ilgi duymaya başladım* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %12 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruda 3 işaretleyenlerin yani kararsız olanların da yaklaşık %17'lik bir oran oluşturduğu dikkat çekmektedir.

22. Yunus Emre Enstitülerinden eğitim aldıktan sonra geleneksel Türk kıyafetlerine ilğim arttı. Bir Türk gibi giyinmeyi isterim.

(After attending courses at Yunus Emre Institutes, my interest in traditional Turkish clothing has increased. I would like to dress like Turks.)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 24. Türk giysi kültürüne yönelik cevap grafiği

Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %22 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Yunus Emre Enstitülerinden eğitim aldıktan sonra geleneksel Türk kıyafetlerine ilgilerinin arttığını ve Bir Türk gibi giyinmeyi istediklerini* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %37'sinin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

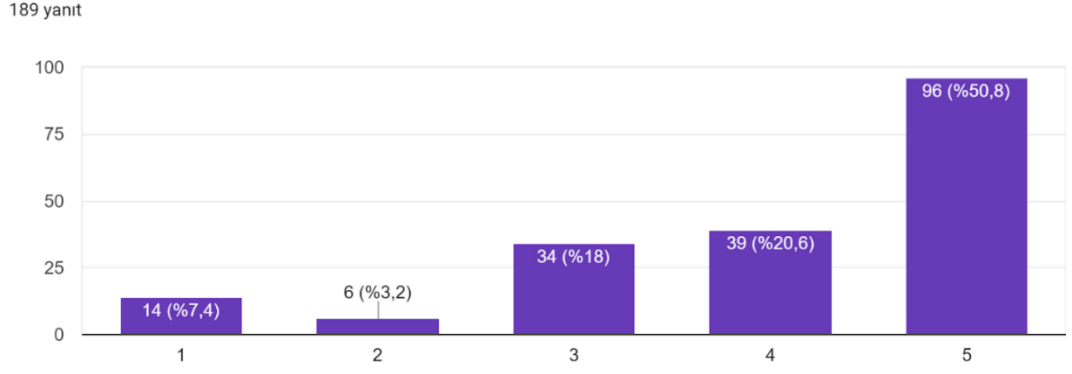
1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Yunus Emre Enstitülerinden eğitim aldıktan sonra geleneksel Türk kıyafetlerine ilgin arttı. Bir Türk gibi giyinmeyi isterim* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %34 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruda 3 işaretleyenlerin yani kararsız olanların da yaklaşık %29'luk bir oran oluşturduğu dikkat çekmektedir.

Katılımcıların verdiği cevaplar genel olarak değerlendirildiğinde diğer sorulardan farklı olarak giyim kültürü konusunda daha az etkilendikleri görülmektedir. Giyim kültürü konusunda kültür transferinin uzun yıllar aldığı düşünülürse bu cevapların normal olduğu hatta kısa sürede bu derece etkinin önemli olduğu söylenebilir.

23. Yunus Emre Enstitüleri bende Türkiye tarihini araştırmaya yol açtı.

(Yunus Emre Institutes awoke an interest in me to do research about Turkish history)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 25. Eğitim ve Türkiye merakına yönelik cevap grafiği

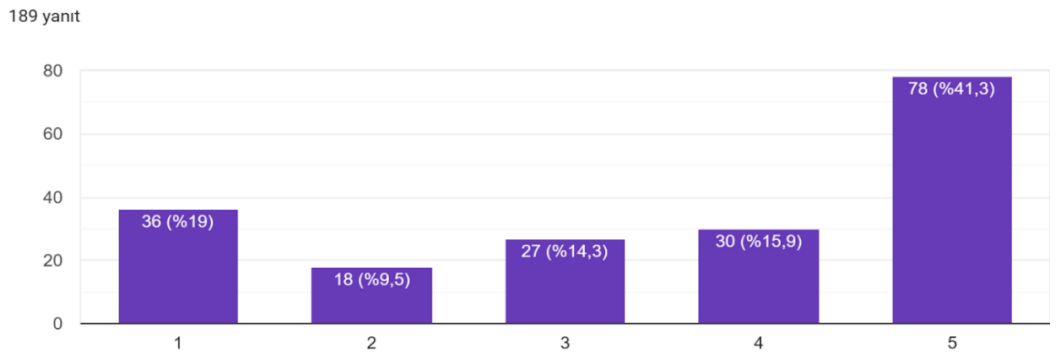
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %51 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Yunus Emre Enstitüleri kendilerini Türkiye tarihini araştırmaya yönlendirdiğini* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %71'sinin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Yunus Emre Enstitüleri bende Türkiye tarihini araştırmaya yol açtı* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %11 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruda 3 işaretleyenlerin yani kararsız olanların da yaklaşık %18'lik bir oran oluşturduğu dikkat çekmektedir.

24. Yunus Emre Enstitülerinden eğitim aldıktan Türkiye'deki öğrenim burslarını araştırmaya başladım.

(After attending the courses at Yunus Emre Institutes, I started to search for education scholarships in Turkey)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 26. Türkiye'nin verdiği burslara yönelik cevap grafiği

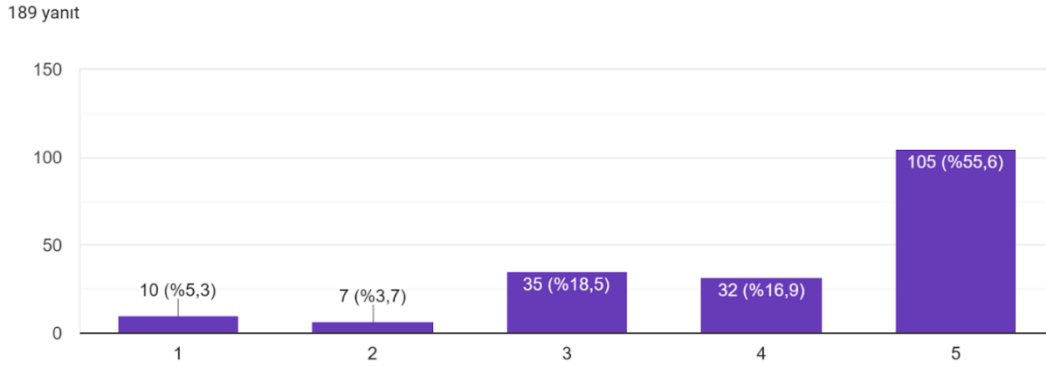
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %41 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Yunus Emre Enstitülerinden eğitim aldıktan Türkiye'deki öğrenim burslarını araştırmaya başladıklarını* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %57'sinin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Yunus Emre Enstitülerinden eğitim aldıktan Türkiye'deki öğrenim burslarını araştırmaya başladım* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %29 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruda 3 işaretleyenlerin yani kararsız olanların da yaklaşık %14'lük bir oran oluşturduğu dikkat çekmektedir.

25. Derslerden sonra Yunus Emre Enstitüsü eğitmenleri ile Türkiye üzerine konuşmayı çok severim.

(After the courses, I like to talk about Turkey with the teachers at Yunus Emre Institutes)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 27. Yunus Emre çalışanlarına yönelik cevap grafiği

Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %56 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Derslerden sonra Yunus Emre Enstitüsü eğitmenleri ile Türkiye üzerine konuşmayı çok sevdiklerini* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %73'ünün bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

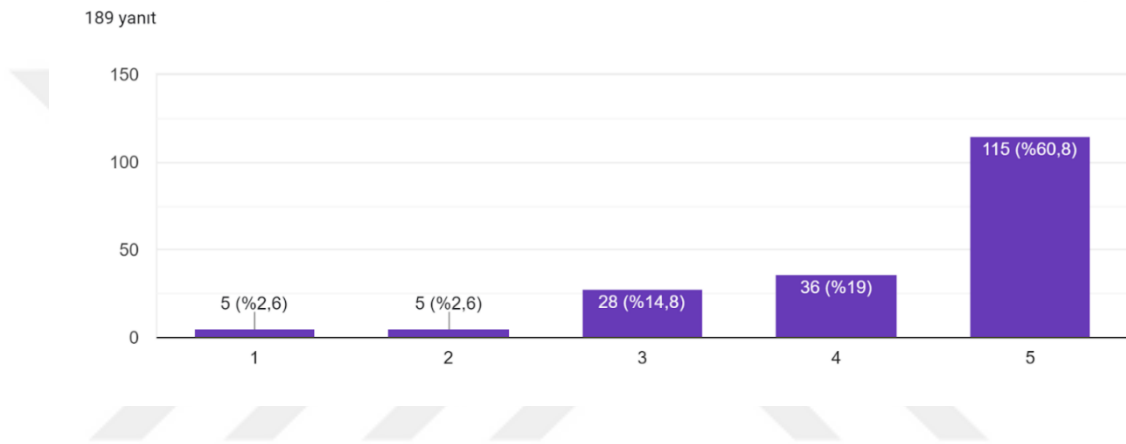
1 ve 2'yi işaretleyenlerin, *Derslerden sonra Yunus Emre Enstitüsü eğitmenleri ile Türkiye üzerine konuşmayı çok severim* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık

%9 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruda 3 işaretleyenlerin yani kararsız olanların da yaklaşık %18’lik bir oran oluşturduğu dikkat çekmektedir.

26. Yunus Emre Enstitülerinden eğitim aldıktan sonra ülkemizde daha fazla Türkiye'ye ait eğitim kurumlarının olmasını isterim.

(After attending courses at Yunus Emre Institutes, I think it would be better to see more Turkish educational institutions in our country)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 28. Türk eğitim kurumlarına yönelik beklenti cevap grafiği

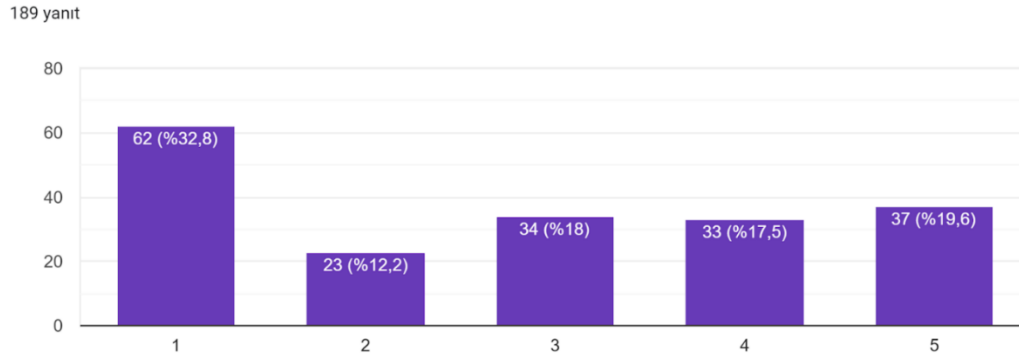
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %61 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Yunus Emre Enstitülerinden eğitim aldıktan sonra ülkelerinde daha fazla Türkiye'ye ait eğitim kurumlarının olmasını istediklerini* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %80’inin bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2’yi işaretleyenlerin, *Yunus Emre Enstitülerinden eğitim aldıktan sonra ülkemizde daha fazla Türkiye'ye ait eğitim kurumlarının olmasını isterim* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %5 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruda 3 işaretleyenlerin yani kararsız olanların da yaklaşık %15’lik bir oran oluşturduğu dikkat çekmektedir.

27. Yunus Emre Enstitülerinin dünyada pek çok farklı ülkede Türkçe öğrettiğinden haberdar değilim.

I am not aware that Yunus Emre Institutes teach Turkish in many different countries around the world)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 29. Türkiye'nin eğitim kurumlarının varlığı hakkında cevap grafiği

Bu soru diğerlerinden farklı olarak olumsuz bir soru (ters madde) olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla araştırma amaçları doğrultusunda bu soruya katılmama oranlarının yüksek olması beklenmektedir.

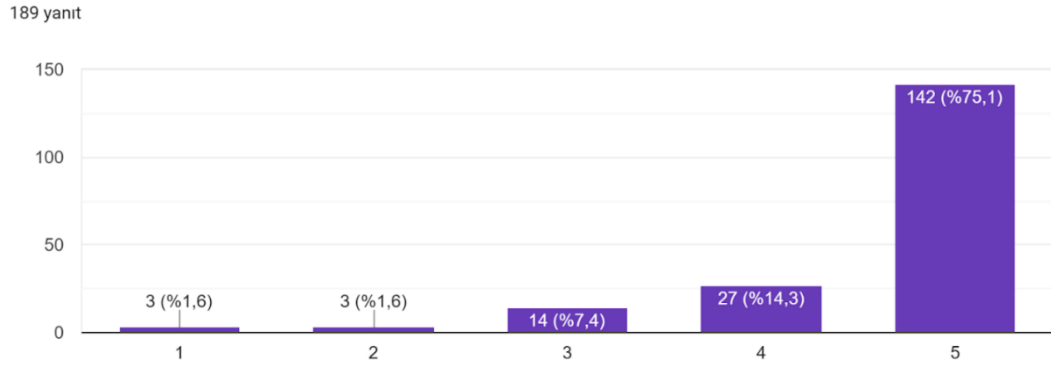
Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %33 oranında 1 seçeneğini işaretleyerek *Yunus Emre Enstitülerinin dünyada pek çok farklı ülkede Türkçe öğrettiğinden haberdar olmadıklarına* katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Katılmama fikrini ifade eden 1 ve 2 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %45'inin bu görüşe katılmadığı şeklinde değerlendirilebilir.

4 ve 5'i işaretleyenlerin, *Yunus Emre Enstitülerinin dünyada pek çok farklı ülkede Türkçe öğrettiğinden haberdar değilim* görüşüne katılanların sayısının yaklaşık %37 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruda 3 işaretleyenlerin yani kararsız olanların da yaklaşık %18'lik bir oran oluşturduğu dikkat çekmektedir.

28. Aldığım eğitim sonrasında Türkiye denilince aklıma hep olumlu şeyler gelir.

After the education I received, positive things always come to my mind when Turkey is mentioned)

Katılımcıların bu soruya yönelik yanıtlarının yüzde ve frekans değerlerini gösteren grafik aşağıda sunulmuştur.



Şekil 5. 30. Türkiye’ye yönelik algı cevap grafiği

Şekilde görüldüğü gibi katılımcılar yaklaşık %75 oranında 5 seçeneğini işaretleyerek *Aldıkları eğitim sonrasında Türkiye denilince akıllarına hep olumlu şeylerin geldiğini* ifade etmişlerdir. Katılma fikrini ifade eden 4 ve 5 seçeneği birlikte ele alındığında katılımcıların %89’unun bu görüşe katıldığı şeklinde değerlendirilebilir.

1 ve 2’yi işaretleyenlerin, *Aldığım eğitim sonrasında Türkiye denilince aklıma hep olumlu şeyler gelir* görüşüne katılmayanların sayısının yaklaşık %3 civarında olduğu görülmektedir. Bu soruda 3 işaretleyenlerin yani kararsız olanların da yaklaşık %7’lik bir oran oluşturduğu dikkat çekmektedir.

6. SONUÇLAR ve ÖNERİLER

Türk siyasi tarihine ve dış politikasına bakıldığı zaman dış politikanın uzun yıllar geleneksel diplomasi kanallarıyla yürütüldüğü görülmektedir. Geleneksel diplomasi denildiğinde akla gelen ilk mana, münasebette bulunulan ülkeyle karşılıklı elçiler, maslahatgüzarlıklar, ateşeler atamak gibi devlet merkezli bir ilişki olmuştur. Türk dış politikasının batılı tarzda oluşmaya başlaması ilk kez çeviri odasının kurulmasının tarihi olan aynı zamanda Tanzimat Fermanı'nın da ilan edildiği 1839 yılıdır. Mustafa Reşit Paşa tarafından idare edilen bu kurumda birçok aydın yetişme imkânı bulmuştur. Bu dönemden itibaren Batıyı daha yakından tanımak adına bu kurumda yetişen kişiler hem dil öğrenmekte, hem de Osmanlı Devleti adına farklı ülkelerde temsilci olmaktadır. II. Abdülhamit Dönemine gelindiği zaman bugün Ankara Siyasal olarak anılan okulun ilk oluşumu olarak Mülkiye Mektebi kurulmuştur. 1920'li yıllarda Ankara'ya taşınan bu okul, Türkiye'nin önemli dış politika adamlarını yetiştirmiştir. Daha sonraki yıllarda üniversite sayılarının artmasıyla birlikte yetişmiş insan sayısı artmış fakat dış politikanın ele alınma şekli değişmemiştir. Geleneksel dış politikanın değişmeye başlaması gerçek anlamda 1990'lı yıllardan sonra olmuştur. Soğuk Savaş devam ederken Amerika ve SSCB arasında yumuşak güç mücadeleleri de olmuştur. Özellikle Batı dünyası, dünyanın geri kalanını etkilemek adına dil, kültür, sanat, spor ve eğitim gibi resmî devlet siyasetinin dışında gibi gözüken ancak oldukça etkili olan bu unsurları fazlasıyla kullanmışlardır. Hollywood sinemasının, blue jeansın, hamburgerin, pop müzik kültürünün yaygınlaşmasının devletlerin politikalarından bağımsız düşünülmeceği bir olaydır. Kamu diplomasisinin ve kültürel diplomasisinin Amerika, Fransa ve İngiltere gibi ülkelerde bir asra yakın Türkiye, Çin ve Rusya gibi ülkelerde ise 1990'lü yıllardan itibaren ivme kazandığı yapılan faaliyetlerden anlaşılmaktadır. Türkiye'nin ilk kamu diplomasisi kurumuna bakıldığı zaman TİKA'nın Turgut Özal tarafından, Türki Cumhuriyetlerle ilişkileri geliştirmek üzere kurulduğu görülmektedir. Kurulduğunda kamu diplomasisi faaliyeti olarak değerlendirilmese de bugün gerçek anlamda bir kamu diplomasisi faaliyeti yürüttüğü ortadadır.

Kamu diplomasisi politikasının güçlenmesiyle birlikte, dış politikada bu diplomasi yöntemine uygun çok sayıda kamu kurumu faaliyet göstermeye başlamıştır. TİKA ile başlayan yolculukta, bugün Türkiye adına 10'dan fazla kuruluş faaliyet

göstermektedir. Yunus Emre Enstitüsü de bu kuruluşlardan biridir. Enstitünün diğer kuruluşlardan farklı olarak sadece bir kamu diplomasisi faaliyeti icra etmekle kalmayıp aynı zamanda kültürel diplomasiyi de icra etmesidir. Kültürel diplomasi tanımı bakıldığında zaman zaman kamu diplomasisinin merkezinde yer almakla birlikte, dil, din, tarih, coğrafya, gibi maddi ve manevi tüm unsurlarla birlikte ihatalı bir kimlik oluşturma gayretidir. Kültürel diplomaside temel gaye, bu diplomasiyi yürütüldüğü ülke nezdinde cazibe oluşturmaktır. Kültürel diplomasi, değerlere dayalı anlaşmalar oluşturmak için dünya ulusları arasındaki iletişim ve etkileşim düzeyini iyileştirme girişimi olarak da tanımlanabilir (Altun ve diğ., 2022, s. 21). Cummings ise kültürel diplomasiyi şöyle tanımlar: Ortak hedeflere ulaşmak için bilginin, fikirlerin, sanatın, yaşam tarzının, değerlerin, inançların değiş tokuş edilmesidir (Cummings, 2009, s. 1). Üstte ifade edilen tanımlar bağlamında, kültürel diplomasi kamu diplomasisinin bir alt bileşenidir.

Kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi merkezli bu çalışmada, literatürde daha önce yer alan teorik çalışmaların aksine alanda faaliyet gösteren bir merkez üzerinden kültürel diplomasi kavramı ölçülmeye çalışılmıştır. Bu amaçla seçilen kurum Yunus Emre Enstitüleridir. Bilindiği üzere Yunus Emre Enstitüleri hâlihazırda elliden fazla ülkede faaliyette bulunmaktadır. Enstitünün kurumsal web sayfasına bakıldığında hangi ülkelerde faaliyette bulunulduğu, ne gibi işler yapıldığı detaylıca yer almaktadır. Yunus Emre Enstitülerinin en önemli faaliyet kolu olarak ön plana çıkan yabancılara Türkçe öğretimidir. Türkçe öğretimiyle birlikte, Türk kültürünün aktarılması, Türkiye'nin doğru tanıtılması da yapılan faaliyetlerden anlaşılmaktadır. Bu çalışmada bu üç temel faaliyet alanı odak noktası seçilerek seçilen merkezlere yönelik anket soruları hazırlanmıştır. Çalışmanın üst kısmında yer aldığı üzere bazı sorular Türkçe eğitimi üzerine, bazı sorular Türkiye üzerine bazı sorular ise Türk kültürü üzerine odaklanmıştır. Bu soruların hedefi elde edebilmesi adına öncelikle çalışmada bu noktalara yönelik hipotezler geliştirilmiştir. Bu hipotezlere kısaca bakılacak olursa Yunus Emre Enstitüleri aracılığıyla Türk dilinin yurt dışında öğretilmesi, Türk dış politikasında tamamlayıcı bir yumuşak güç oluşturur. Dili ve kültürü öğrenilen devlete, millete karşı menfi fikir ve davranışlar azalır bunun yerine müspet bakış açıları gelişir. Bu ana hipotez etrafında alt hipotezler de oluşmuştur. Kısaca bahsedilecek olursa Yunus Emre Enstitülerinin dış politikadaki tamamlayıcı unsur

olması, Türk ve Türkiye gibi kavramların yurt dışında doğru aktarılması, uzun soluklu ve stratejik bir disiplin olması gibi alt hipotezler ortaya çıkmıştır.

Teorinin pratikteki sonucunu görmeye odaklı bu bilimsel çalışmada, üstte kısaca bahsedilen hipotezleri sınamak maksadıyla dünyanın farklı coğrafyalarından dört ülke seçilmiştir. Bu konuyu aydınlatmadan önce şu hususu vurgulamak önemlidir: Çalışmaya başlarken seçilen ülkelerden biri Ukrayna idi ancak meydana gelen savaş sebebiyle bu ülkede alan çalışması yapılması mümkün olmadı. Bu sebeple Yunus Emre Enstitüsü yetkilileri de bize durumu izah ettiler. Çalışmada dört ülke Pakistan, Malezya, Makedonya ve Sırbistan seçilmiştir. Bu ülkelerin seçilmesinde coğrafi olarak uzaklık ve yakınlık, ekonomik gelişmişlik ve az gelişmişlik, Müslüman ve Müslüman olmayan ülke, Osmanlı geçmişi olan coğrafyalar ve olmayan ülkeler gibi farklı kıstaslar belirlenmiştir. Burada şu hususu ifade etmek gereklidir. Verilerin elde edilmesi dönemi, salgının en şiddetli dönemi olması sebebiyle daha fazla ülkeye ulaşma imkânını kısıtlamıştır. Belirlenen kıstaslar doğrultusunda çeşitli sorular sorulmuş ve gelen cevaplar üst düzey analizlere tabi tutulmuştur.

Çalışmada 189 öğrenciye 28 soru yöneltilmiştir. Türkiye algısı, Türkçe algısı ve Türk kültürü algısı üzerine odaklanan sorularla hipotezlerin sınaması yapılmaya çalışılmıştır. Ortaya çıkan veriler ışığında, öncelikle Yunus Emre Enstitülerinin yaptığı faaliyetler Türk dış politikasında geleneksel diye tarif edilen resmî diplomasinin uzanamadığı alanları tamamladığı görülmektedir. Türkiye adına bu ülkelerde bulunan büyükelçilerin, diplomatların bu tarz faaliyetler yapması teknik olarak mümkün değildir. Ancak resmî diplomasi kaynakları ile kamu diplomasisi kaynaklarının ortak hareket etmeleri kamu diplomasisinin önünü açmakta ve başarı sağlamaktadır. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse resmî diplomasi veya geleneksel kadim diplomasi katalizör gibi yolu açmakta, kamu ve kültürel diplomasi ise bölgeye veya ülkeye yerleşerek uzun vadeli stratejik politikalar oluşturmaktadır. Bakıldığı zaman Türkiye'ye en uzak bir coğrafyada her yaştan insanlar Türkçe öğrenmekte, Türk kültürünü yaşamakta ve Türkiye üzerine müspet düşüncelere sahip olabilmektedir. Gelen cevaplar doğrultusunda başka seçenekler olmasına rağmen özellikle enstitülerden eğitim almak isteyen öğrencilerin var olduğu tespit edilmiştir. Bu bize Türkiye adına faaliyet gösteren kamu diplomasisi faaliyeti gösteren kuruluşların isabetli karar verdiklerini göstermektedir. Veriler ışığında, alınan eğitimlerden sonra

Türk müziğine, Türk yemeklerine, Türkiye'nin verdiği burslara ilginin arttığı ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte Türkiye ile ilgili haberlere, Türkiye tarihi üzerine merakın arttığına yönelik veriler mevcuttur. Yunus Emre Enstitülerinden eğitim alan öğrencilerin çevrelerindeki insanlara bu eğitimi almaları konusunda tavsiyede bulunmaları oldukça dikkat çekicidir. Kamu diplomasisi veya kültürel diplomaside en önemli hedef, yabancı halklar üzerinde cazibe oluşturabilmektir. Saha çalışmasında elde edilen veriler bu alanda Türkiye adına faaliyet gösteren enstitülerin bu hedefi gerçekleştirdiği sonucuna varılmıştır. Burada iki önemli hususu dile getirmek gereklidir: Sosyal bilimlerde bir diğer adıyla fenni içtimada bilimsel veriler fen ilimleri gibi mutlak kesinlik ifade etmezler.

Oluşturulan sorular, ortaya çıkan veriler, seçilen ülkelerin bize verdiği sonuç çalışmadaki hipotezlerle uyumlu hâle gelmiştir. Ancak başka ülkelerde, farklı sorularla başka sonuçlar elde edilebilir. Suyun yüz derecede kaynaması bilimsel olarak mutlak ve kesindir aynı zamanda fiziksel olarak olağanüstü durumlar ortaya çıkmadıkça böyle de olacaktır. Bunun aksine sosyal bilimlerde böyle bir mutlaklıktan ve kesinlikten bahsetmek imkânsızdır. Sosyal bilimleri tartışmalı hâle getiren de bu alanın müphem yönlerinin fazla olmasıdır. Diğer önemli husus ise kamu diplomasisi politikaları ile - yumuşak güç yaklaşımları da diyebiliriz- sert güç yani askerî ve ekonomik gücün birlikte olamayacağı yönünde yapılan tartışmalardır. Bu tartışma özellikle Türkiye'de son yıllardaki dış politikanın yapımına dayanmaktadır. Türkiye'nin bazı ülkelerle gergin politikalar gütmesi, kamu diplomasisi politikasına zarar verdiği yönünde tartışmalar mevcuttur. Kamu diplomasisini etkin şekilde sürdüren güçlü devletlerin hem sert güçte hem de yumuşak güçte etkin oldukları bilimsel olarak tespit edilebilmektedir. ABD, İngiltere, Rusya, Çin gibi ülkelerin askerî harcamalarıyla birlikte kamu diplomasisi kaynaklarına da hatırı sayılır kaynak ayırmaları bunun en büyük göstergesidir. Aynı şekilde Türkiye de hem sert gücüne hem de yumuşak gücüne önem vermektedir. Sert gücü olmayan devletlerin yumuşak güçlerinin de etkin olamayacağı aşîkârdır. Askerî ve ekonomik olarak saygı görmeyen bir devletin etkili bir kamu diplomasisi faaliyeti yürütmesi neredeyse imkânsızdır. Yeterli insan kaynağı olmayan, iyi üniversitelere sahip olmayan, sinema ve dizi sektöründe, kültürde, eğitimde, sanatta, sporda, müzikte söz sahibi olmayan bir ülkenin sadece sert güçle cazibe oluşturması da mümkün değildir. Bu iki gücün bir araya gelmesiyle akıllı güç meydana gelmektedir. Bu bize kamu diplomasisinin karşılıksız salt bir propaganda

olmayıp sahada ifade edilen her şeyin bir karşılığı olduğu gerçeğine götürmektedir. Bu çalışma sonucunda elde edilen veriler, Türkiye'nin bu alanda söz sahibi olması son derece önemlidir. Bununla birlikte bu alanın bir iktidar politikası gibi görülmeyip devlet politikası tarzında himaye edilmesi gereklidir. Yunus Emre Enstitülerinde Türkiye'den akademi dünyasının destek vermesi isabetli olacaktır. Millî Eğitim Bursları ile eğitim görmeye giden öğrencilerin bu enstitülerle irtibat hâlinde olmaları, buralarda eğitim gören öğrencilerle yakın ilişki kurmaları etkili bir kültürel aktarım olacaktır. Yunus Emre Enstitüleri kendi varlığını daha çok duyurabilmeli ve Türkçe yeterlilik sınavını uluslararası standartlarda geçerliliği olan bir sınav hâline getirmeyi hedeflemelidir. Türkiye'de eğitim görmüş, Türkçe eğitimi alan yabancı öğrencilerin kendi ülkelerine döndüklerinde Türkçeyi unutmamaları için enstitülerle irtibatlandırılması çok kritik öneme sahip olacaktır. Aynı zamanda iyi Türkçe eğitimine sahip öğrencilerin enstitülerde istihdam edilmelerine imkân sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Adler, E. (2018). Visual Global Politics Handbook of International Relations. Simmons B. A. Carlsneas & W.Thomas Risse (Ed.). SAGE Publications.
- AEFE (2021). *AEFE Hakkında*. <https://www.aefe.fr/aefe/propos-de-laefe/pilotage-soutien-conseil>.
- Alliance Française (2021). *Küresel Bir Ağın Kalbinde Alliance Française*. <https://www.alliancefr.org/fr/qui-sommes-nous/lalliance-francaise-paris-ile-de-france>.
- Altun, F. ve Avşar, Z. (2022). *Türkiye'nin Yumuşak Güç Enstrümanı Olarak Kültürel Diplomasi ve İletişim*. Ankara: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.
- Anderson, J. C. & Gerbing, D. W. (1984). The effect of sampling error on convergence, improper solutions, and goodness-of-fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis. *Psychometrika*, 49(2), 155–173.
- Anholt, S. & Hildreth, J. (2005). *Brand America*. Cyan Books, London.
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity, The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. United States of America: Palgrave Macmillan.
- Arıboğan, D. Ü. (2000). *Kabileden Küreselleşmeye Uluslararası İlişkiler Düşüncesi*. İstanbul: Sarmal Yayınları.
- Aronczyk, M. (2013). *Journal of Chemical Information and Modeling Branding the Nation: The Global Business of National Identity*. Oxford New York Auckland Cape Town Dar es Salaam Hong Kong Karachi Kuala Lumpur Madrid Melbourne Mexico City Nairobi New Delhi Shanghai Taipei Toronto: © Oxford University Press.
- Auswaertiges (T.y.). *Yurtdışındaki Alman Misyonları*. <https://www.auswaertiges-amt.de/en/aamt/auslandsvertretungen>.
- Ayhan, B. ve Çifçi, M. E. (2018). IŞİD, Propaganda ve İslamofob. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 1(1), 17–32.
- Ayhan, B. ve Turancı, E. (2018). Toplumsal şeytan üçgeni: İktidar, hegemonya ve propaganda. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 21, 28–41.
- Barston, R. P. (2013). *Modern Diplomacy*. Fourth edition.
- Bentele, G. (2013). *Studien zu Public Relations / Öffentlichkeits- arbeit und Kommunikations management* (366). Benno S. (Ed.). Leipzig: Springer.
- Berridge, G. R. (2010). *Diplomacy Theory and Practice*. Palgrave Macmillan.

- Black, J. B. (1975). *Organising the Propaganda Instrument: The British Experience*. Netherlands: Martinus / The Hague.
- Blanchard, P. (2009). Décolonisons nos mentalités! *Revue Internationale et Stratégique*, 121–26.
- Bolin, G. & Ståhlberg, P. (2002). Between Community and Commodity: Nationalism and Nation Branding. Anna Roosvall & Inka Salovaara-Moring (ed.). In *Communicating the Nation* (79–101). Sweden: Nordicom.
- Briggs, R., Samuel J., Holden, J. & Bound, K. (2007). *Cultural Diplomacy*. London: Demos.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2010). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Byrne, B. M. (2011). *Structural equation modeling with AMOS Basic concepts, applications, and programming (Multivariate Applications Series)*. Routledge, New York.
- Callahan, R. J. (2006). Neither Madison Avenue Nor Hollywood. *Foreign Service Journal*, 83(10), 33-38.
- Cantril, H. (1938). Propaganda Analysis. *The Clearing House*, 27(3), 217–21.
- Castells, M. (2008). The new public sphere: Global civil Society, communication networks, and global governance. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 78–93.
- Chartrand, H. H. (1992). International Cultural Affairs: A Fourteen Country Survey. *The Journal of Arts Management. Law, and Society* 22(2), 134–54.
- Cole, D. A. (1987). Utility of confirmatory factor analysis in test validation research. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 55, 1019-1031
- Council, B. (2012). Annual Report 2012–13.
- Cowan, G. & Arsenault, A. (2008). Moving from monologue to dialogue to collaboration: The three layers of public diplomacy. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 10–30.
- Cull, N. J. (2009a). How We Get There. Philip Seib (ed.). In *Toward a New Public Diplomacy* (24). New York: Palgrave Macmillan.
- Cull, N. J. (2009b). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. CPD Perspectives on Public Diplomacy.
- Cull, N. J. (2009c). *Public Diplomacy Before Gullion*. Handbook of Public Relations, 21.

- Cummings, M. (2009). *Cultural Diplomacy and the United States Government: a Survey*, Center for Arts and Culture. Spring.
- Curtin, P. A. & Gaither T. K. (2005). Privileging identity, difference, and power: The circuit of culture as a basis for public relations theory. *International Journal of Phytoremediation*, 21(1), 91–115.
- Çatal, B. (2015). Diplomaside Değişim ve Dönüşüm: Siber Diplomasi. *Medeniyet Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 43–54.
- Çetin, B. N. (2014). Propaganda Olgusu ve Propagandanın Amerikanlaşması. *Firat Üniversitesi Sosyal B. Dergisi*, 24(2), 239–65.
- D’Hooghe, I. (1967). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. China’s Public Diplomacy. ed. Jan Melissen. Boston: Brill&Nichoff.
- Demir, V. (2012). *Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç*. İstanbul: Beta.
- Dinçer, M. (2004). *Uluslararası İlişkiler Teorilerinde Güç Olgusu*. [Doktora tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Dinnie, K. (2008). *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. Routledge
- Dizard, W. P. (2004). *Inventing Public Diplomacy*. Colorado: Lynne Rienner Publishers.
- Domenach, J. M. (1950). *La Propaganda Politica*. R. Castigat Mores (Ed.). Paris: Fonte Digital.
- Duffey, J. (2009). How Globalization Became U.S. Public Diplomacy at the End of the Cold War. Philip Taylor, Nancy Snow (Ed.). In *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (325-35). New York: Routledge.
- Dunne, T., Kurki, M. & Smith, S. (Eds.). (2021). *International relations theories: Discipline and diversity*. Oxford University Press, USA.
- Eastwood, B. M. (2007). A Note on the New Face of Citizen Diplomacy: Education City and American Universities in the Middle East. *American Foreign Policy Interests*, 29(6), 443–49.
- Edward Hallet, Carr. *Yirmi Yıl Krizi 1919-1939*. ed. Can Cemgil. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Efegil, E. (2012). İran’ın Dış Politika Yapım Sürecini Etkileyen Unsurlar. *Ortadoğu Analiz*, 4(48), 53.
- Ekşi, M. (2014). *Kamu Diplomasisi ve Ak parti Dönemi Türk Dış Politikası*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Ekşi, M. (2017). Dış Politika Analizinde Yeni Bir Analiz Çerçevesi Olarak Kamu Diplomasisi. *Uluslararası Kriz ve Siyaset Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 11–30. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/uksad/371254>.
- Erkış, İ. U. ve Summak, M. E. (2014). Propaganda ve DiPolitika. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, 14(1–2), 293–310.
- Ermann, U. & Hermanik, K. J. (Eds.). (2018). *Branding the nation, the place, the product*. London and New York: Routledge.
- Fan, Y. (2010). Branding the nation: Towards a better understanding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 6(2), 97–103. <http://dx.doi.org/10.1057/pb.2010.16>.
- Farr, J., Marshall A. & Thomas, F. (2009). Public Diplomacy in an Age of Faith. Philip Seip (ed.). In *Toward a New Public Diplomacy* (195–217). New York: Palgrave Macmillan,
- Festival (2021). *L’histoire du Festival*. <https://www.festival-cannes.com/fr/qui-sommes-nous/festival-de-cannes>.
- Fischer, M. (2006). Culture and Foreign Politics. Brenda Shaffer (Ed.). In *The Limits of Culture: Islam and Foreign Policy* (27-65). England: Belfer Center for Science and International Affairs.
- Fisher, A. (2008). Four Seasons in One Day The Crowded House of Public Diplomacy in the UK. Philip Taylor, Nancy Snow (Ed.). In *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (257-67). New York.
- Fitzpatrick, K. (2008). Advancing the New Public Diplomacy: A Public Relations Perspective. *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, 187–92.
- Fitzpatrick, K. R. (2007). Advancing the new public diplomacy: A public relations perspective. *The Hague Journal of Diplomacy*, 2(3), 187–211.
- Foley, J. & Kendrick J. (2006). *Balanced Brand: How to Balance the Stakeholder Forces that can make or break your Business*. San Francisco: Jossey-BassA Wiley Imprint.
- Fulbright (2022). *Fulbright Programı Hakkında*. <https://fulbright.org.tr/posts/21/Fulbright-Programı-Hakkında>.
- Gilboa, E. (2008). The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science a Theory of. *The Annals of The American Academy*, 55–76.
- Glaser, B. S. & Saunders, P. C. (2002). Chinese civilian foreign policy research institutes: evolving roles and increasing influence. *The China Quarterly*, 171, 597-616.
- Godson, R. & Shultz, R. H. (1984). Dezinformatsia: Active Measures in Soviet Strategy. *Journal of Conflict Studies*, 5(4), 112.

- Gov (2021). *What is the FCO*. <https://www.gov.uk/government/organisations/foreign-commonwealth-development-office/about>.
- Grunig, J. E. (1993). Image and substance: From symbolic to behavioral relationships. *Public Relations Review*, 19(2), 121–39.
- Gunaratne, S. A. (2005). Public diplomacy, global communication and world order: An analysis based on theory of living systems. *Current Sociology*, 53(5).
- Ham, P. V. (2001). The Rise of the Brand State: The Postmodern Politics of Image and Reputation. *Foreign Affairs*, 80(5), 2.
- Hartig, F. (1967). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Chinese Public Diplomacy. 1. baskı London and New Yrk: Routledge.
- Hoe, S. L. (2008). Issues and procedures in adopting structural equation modeling technique. *Journal of Applied Quantitative Methods*, 3(1), 76-83.
- Holbooke, R. (2001). *Get The Message Out*. <https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/2001/10/28/get-the-message-out/b298b3c9-45b8-45e2-9ec7-20503dd38802/>.
- Hooghe, I. D. (2007). *Clingendael diplomacy papers the rise of China's public diplomacy*.
- Ioannou, K. (1986). International Relations and Legal Cooperation in General Diplomacy and Consular Relations. Alfred Maurice De zayas Rudolf Dolzer, Robert E. Hollweg, Jonathan S. İgnarski, Peter M. Lawrence, Peter Macalister Smith, Anne M. Trebilcock (Ed.). In *International Relations and Legal Cooperation in General Diplomacy and Consular Relations* (409). Oxford: Elsevier Science Publishers.
- Jager, T. (2009). Public Diplomacy. *American Behavioral Scientist*, 52(5), 787–90.
- Jowett, G. S. & O'Donnell V. (2012). *Propaganda and Persiasion*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: SAGE Publications.
- Jönsson, C. & Hall, M. (2006). *Essence of Diplomacy Integrating Diplomats*.
- Kamal, A. M. B. (2018). Evaluating the Islamic Republic of Iran's Public Diplomacy. *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 22-39.
- Kamsaris, D. P. (2012). Cultural Diplomacy and Public Diplomacy.
- Kaneva, N. (2011). Nation Branding: Toward an Agenda for Critical Research. *International Journal of Communication*, 5(0), 25.
- Karadağ, H. (2016). *Uluslararası İlişkilerde Yeni Bir Boyut Kamu Diplomasisi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık.

- Karasar, N. (1995). *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar, ilkeler, teknikler*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kayhan, B. (2018) https://www.academia.edu/38249447/Propaganda_Nedir_Propaganda_T%C3%BCrleri_pdf. : 3.
- Khomeini, R. (1999). Sahîfih Imam. *Foundation for Collection and Publication of Imam Khomeini Thoughts and Ideas*.
- Kline, R. B. (2011). Principles and practise of structural equating modeling. (T.G. Press (Ed.). New York.
- Köksoy, E. (2015). Kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler ilişkisi: Kuramsal bir değerlendirme. *Marmara İletişim Dergisi*.
- Kunczik, M. (1997). *Images of Nations and International Public Relations*.
- Küçük, M. (2009). Uluslararası İlişkiler Kuramında Konstrüktivist Dönüşü Anlamak. *Ege Akademik Bakış*, 9(2), 771–95.
- L’Etang, J. (2009). Public relations and diplomacy in a globalized world: An issue of public communication. *American Behavioral Scientist*, 53(4), 607–26.
- Latimes (2007). *Try policy instead of PR*. <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2007-nov-19-oe-floyd19-story.html>.
- Lauren, A. W. (2019). Loyalty: Choosing Between Competing Allegiances98Case 4-A: Fair or foul? Reporter/player relationships in the sportsbeat. Chad Painter, Philip Patterson, Lee Wilkins (Eds.). In *Media Ethics Issues and Cases* (398). London: Rowman & Littlefield.
- Lebedeva, M. M. (2021). *Russian Public Diplomacy: From USSR to the Russian Federation*. New York: Routledge.
- Leonard, M, Small, A. & Rose M. (2005). British public diplomacy in the’age of schisms.http://kms2.isn.ethz.ch/serviceengine/Files/ESDP/23666/ipublicationdocument_singledocument/EE269871-8329-40ED-96EC60B578F72328/en/British_Diplomacy_Schisms.pdf%5Cnpapers2://publication/uuid/8A7A7D26-5C64-4906-A5F8-1505A4B2D5CF.
- Leonard, M. (2014). Diplomacy by Other Means. *Foreign Policy*, 132(132), 48–56.
- Lima Jr, A. F. D. (2007). The role of international educational exchanges in public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 3(3), 234–51.
- Lipmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Macmillan.
- Machiavelli, N. (2018). II The Prince. Jay ve El Federalista (ed). Madison.

- Madeley, M. (2011). The Practice of Public Diplomacy (227–40). William A. Rugb (ed.). United States: Palgrave Macmillan.
- Maltese, J.A. (1992). *Spin Control: The White House Office of Communications and the Management of Presidential News*. U.S.A: Chapel Hill: University of North Carolina Press,.
- Marlin, R. (2014). Jacques Ellul and the Nature of Propaganda in the Media. Robert S. Fortner & P. Mark Fackler (Ed.). In *Public Opinion Quarterly* (190–209). UK: John Wiley & Sons, Inc.
- McHale, J. A. (2009). *Testimony as Nominee for under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs*. <https://2009-2017.state.gov/r/remarks/2009/124155.htm>.
- McKenzie, B. A. (2007). *Remaking France; Americanization, Public Diplomacy, and the Marshall Plan*. Berghahs Books. https://books.google.com.tr/books?id=LSeAQAAQBAJ&dq=mcKenzie+robert+mitterand&hl=tr&source=gbs_navlinks_s.
- Melissen, J. (2005). The New Public Diplomacy; Soft Power in International Relations. Jan Melissen (Ed.). In *The New Public Diplomacy; Soft Power in International Relations*. UK: Palgrave Macmillan.
- Melissen, J. (2011). Beyond the New Public Diplomacy. *Clingendael Paper*, (3), 1–28.
- Mueller, S. (2009). The Nexus of U.S. Public Diplomacy and Citizen Diplomacy. Philip Taylor & Nancy Snow (Ed.). In *Handbook of Public Diplomacy* (101–7). New York: Routledge.
- Mustafa, Y. ve Pocalari, E. (2019). Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler Açısından Yunus Emre Enstitüsü’nün Kosova’daki Faaliyetlerinin Analizi. *Turkish Studies-Social Sciences*, 14(4), 1905–29.
- Nakamura, K. H. & Weed, M. C. (2010). *U.S. public diplomacy: Background and current issues*. U.S. Public Diplomacy: Background and Issues.
- NDS (2010). *Fransa Cumhuriyeti Milletvekilleri ve Senatörlerine Açık Mektup*. <https://www.nds.k12.tr/IMG/pdf/Textepressefrancaise20-12-11tr-2.pdf>.
- Nelson, R. & Izadi, F. (2009). Ethics and Social Issues in Public Diplomacy. Philip Taylor & Nancy Snow (Ed.). In *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (334–51). New York: Routledge.
- Nicolson, H. (1942). *The Home University Library of Modern Knowledge*. Harold Nicolson - Diplomacy -Oxford University Press (1950).pdf.
- Nye, J. (2008a). Public diplomacy and soft power. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94–109. <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0002716207311699>.

- Nye, J. S. (2002). *The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone*. United States of America: Oxford University Press.
- Ogawa, T. (2009). Origin and Development of Japan's Public Diplomacy. Philip Taylor & Nancy Snow (Ed.). In *Handbook of Public Relations* (70–81). New York: Routledge studies in US foreign policy,
- Olins, W. (2014). *Brand New: The Shape of Brands to Come*. Thames & Hudson. <https://books.google.co.uk/books?id=01bGDwAAQBAJ&pg=PT163&lpg=PT163&dq=hanseatic+league+brand&source=bl&ots=5lq2ugC-hk&sig=ACfU3U2gqP9rhLGB-eTlU97nROiohpr6Mw&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwibtoSrhvzoAhUEilwKHUd0A4I4ChDoATADEgQICRAB#v=onepage&q=hanseatic league bra>.
- Özlük, E. (2009). Uluslararası İlişkiler Disiplininin Soy Kütüğü. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(17), 237–60. <http://dergipark.gov.tr/susead/issue/28418/302589>.
- Pallant, J. (2007). *SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using SPSS for Windows (Version 12)* 2nd ed. New York: Open University Press.
- Philip S. (2013). Religion and Public Diplomacy. Philip Seib (Ed.). In, *Religion and Public Diplomacy* (225). New York: palgrave macmillan.
- Pitney Jr, J. J. (2001). *4 Rhetoric & Public Affairs The Art of Political Warfare*. Norman: Red River Books.
- Policy, C. (2004). *Rand – Initiated Resarch Purchase This Document Make A Charitable Contribution For More Information*. <http://library.lol/main/61EED5ACDB8C4DD1ED1762AC5F99035C>.
- Potter, E. (2003). Canada and the New Public Diplomacy. *International Journal: Canada's Journal of Global Policy Analysis*, 58(1), 43–64. <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/002070200305800103>
- Pratkanis, A. & Aranson, E. (2004). *Wydawnctwo Naukowe Pwn Wiek Propagandy*. Warszawa.
- Prevots, N. (1998). *Dance for export: Cultural Diplomacy And The Cold War*. Connecticut: Wesleyan University Press.
- Report, Annual. 2011. *Foreign and Commonwealth Office Annual Report and Accounts 2010-11*.
- Riotti, P. R. (1997). *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science International Relations and Politics. Fifth Edit*. Denver: Pearson Education Limited.

- Risso, L. (2010). *The Cold War and the United States Information Agency*. New York: Cambridge University Press.
- Ross, C. (2014). *Pillars of Public Diplomacy: Grappling with International Public Opinion*. <https://universityofleeds.github.io/philtaylorpapers/vp017ee0.html>.
- Russkiy (T.y.). *Russkiy Mir Hakkında*. <http://ruskiymir.ru/en/fund/index.php>.
- Rusya Federasyon Bursu (T.y.)
<http://rusmer.com/tr/%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BF%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D1%8F-%D1%80%D1%84/>.
<http://rusmer.com/tr/стипендия-рф/>.
- Sabah (2011). *Türkiye'den Fransaya Çifte Çıkarma Yapılıyor*. <https://www.sabah.com.tr/gundem/2011/12/19/turkiyeden-fransaya-cifte-cikarma-yapiliyor>.
- Sancar, G. A. (2012). *Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler*.
- Sanders, M. L, Taylor, P. M. (1982). *British Propaganda during the First World War 1914-18*. London: Palgrave Macmillan.
- Sarikaya, Y. (2012). *Geçmişten Günümüze İran*.
- Schneider, C. P. (2005). *Culture communicates: US diplomacy that works* (147-168). Palgrave Macmillan UK.
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (1996). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Scott-Smith, G. (2009). Exchange Programs and Public Diplomacy. Philip Taylor & Nancy Snow (Ed.). In *Handbook of Public Relations* (51-57). New York: Routledge
- Sırt, E. ve Ergenç, E. (2015). Kamu Diplomasisinde Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi: Covid-19 Salgını Sonrasında Türkiye'nin Dış Yardımları Örneği. *İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 263-90.
- Signitzer, B. H. & Coombs, T. (1992). Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Covergences. *Public Relations Review*, JAI, 137-47.
- Smith, G. S. (2009). Exchange Programs and Public Opinion. Philip Taylor & Nancy Snow (Ed.). In *Handbook of Public Relations* (51-52). New York: Routledge
- Smith, G. S. (2009). Networks of influence: U. S. Exchange programs and Western Europe in the 1980's. Ken Osgood and Brian Etheridge (Ed.). In *The United States and Public Diplomacy: Toward an International History* (345-69). Leiden Brill: Martinus Nijhoff / The Hague / 1975.
- Snow, N. (2009a). Rethinking Public Diplomacy. Philip Taylor & Nancy Snow (Ed.). In *Handbook of Public Relations* (1-11). New York: Routledge

- Snow, N. (2009b). Valuing Exchange of Persons in Public Diplomacy. Philip Taylor & Nancy Snow (Ed.). In *Handbook of Public Relations* (231–53). New York: Routledge,
- Szondi, G. (2008). Public diplomacy and nation branding: Conceptual similarities and differences. *International Relations*.
- Szondi, G. (2009). Central and Eastern European Public Diplomacy A Transitional Perspective on National Reputation Management. *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, 291–313.
- Szondi, G. (2020). Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences. *Netherlands Institute of International Relations Clingendae*, 112, 45–59.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Boston: Pearson.
- Taylor, J. B. & Richey, S. (2021). *Political Advocacy And American Politics*. New York: Routledge.
- Taylor, M. (2001). International Public Relations Opportunities and Challenges for the 21st Century. Gabriel Vasquez (Ed.). In *Handbook of Public Relations* (817). United States of America: Sage Publications.
- Taylor, M. P. (2003). *Munitions of the Mind - A History of Propaganda*. New York: Manchester University Press.
- Taylor, P. M. (2010). Public diplomacy and the Information War on Terror. Inderjeet & Michael Cox Parmar (Ed.). In *Soft Power and US Foreign Policy: Theoretical, Historical and Contemporary Perspectives* (152-64). Routledge studies in US foreign policy.
- Tench, R. & Yeomans, L. (2006). *Pearson education limited Exploring Public Relations*. Spain: Pearson Education Limited.
- Terence H., (1980). Propaganda Teorisi ve Propagandanın Gelişimi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 35(1), 1.
- The Peace Corps Mission (2021). *The Peace Corps Mission*. <https://www.peacecorps.gov/about/>.
- Thomson, S. & John, S. (2007). *Journal of The Royal Society for the Promotion of Health Public Affairs in Practice A Practical Guide to Lobbying*. London and Philadelphia: Kogan Page.
- Tuch, H. N. (1990). *520 Books.google.com Communicating with the world: US public diplomacy overseas*.
- Tuncer, H. (1982). Eski ve Yeni Diplomasi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 37(1), 254–55.

- United States Government Accountability Office (2008). *Performance and Accountability Report: Fiscal Year 2008*. United States.
- Usaid (2000). *International Aid in the 1970s: A Shift to Basic Human Needs*. <https://www.usaid.gov/who-we-are/usaid-history>.
- Usaid (2020). *Mission, Vision and Values*. <https://www.usaid.gov/who-we-are/mission-vision-values>.
- Usaid (2021). *USIAD*. <https://publicdiplomacy.wikia.org/wiki/USAID>.
- Vickers, R. (2004). The New Public Diplomacy: Britain and Canada Compared. *The British Journal of Politics and International Relations*, 6(2), 182–94.
- Vlahos, M. (2009). Public Diplomacy as Loss of World Authority. Philip Taylor & Nancy Snow (Ed.). In *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (21-38). New York: Routledge.
- Wakeman, R. (2007). Remaking France; Americanization, Public Diplomacy, and the Marshall Plan. *The American Historical Review*, 112(1), 289–90.
- Wang, H. (2011). *Soft Power in China: Public Diplomacy through Communication*. Jian Wang (Ed.). New York: Palgrave Macmillan.
- Wang, J. (2006). Managing National Reputation and International Relations in the Global Era: Public diplomacy Revisited. *Public Relations Review*, 32(2), 91-96.
- Wang, J. (2007). Telling the American story to the world: The purpose of US public diplomacy in historical perspective. *Public relations review*, 33(1), 21-30.
- White House (2010). *White House, Executive Office of President*. <https://www.whitehouse.gov/administration/executive-office-of-the-president/>.
- White, C. & Kolesnicov, J. (2015). Nation Branding in a Transitional Democracy: The Role of Corporate Diplomacy in Promoting National Identity. *Place Branding and Public Diplomacy*, 11(4), 324–37. <http://dx.doi.org/10.1057/pb.2015.13>.
- Widler, J. (2007). Nation branding: With pride against prejudice. *Place Branding and Public Diplomacy*, 3(2), 144-50.
- Wilcox, D. & Cameron, G. (2015). Strategies and tactics. In *Qualitative Analysis Using NVivo: The Five-Level QDA Method* (625). United States: Pearson Education Limited.
- Yağmurlu, A. (2007). Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi. *İletişim Araştırmaları Dergisi*.
- Zaharna, R. (2004). From Propaganda to Public Diplomacy In the Information Age. Nancy Snow and Yahya Kamalipour (Ed.). In *War, Media, and Propaganda: A Global Perspective* (1-5). New York: Rowman & Littlefield.

- Zhang, J. (2013). China's Faith Diplomacy. Philip Seib (Ed.). In *Religion and Public Diplomacy* (75-99). New York: Palgrave Macmillan.
- Zhou, S., Bin S., Cui, Z. & Xin, Z. (2013). Creating a Competitive Identity: Public Diplomacy in the London Olympics and Media Portrayal. *Mass Communication and Society*, 16(6), 869–87.
- Zöllner, O. (2006). A quest for dialogue in international broadcasting: Germany's public diplomacy targeting Arab audiences. *Global Media and Communication*, 2(2), 160–82.



EKLER

T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
İNSAN ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU KARARI

PROTOKOL NO: 2021/142

ARAŞTIRMA BAŞLIĞI	Türk Kamu Diplomasisinde Yunus Emre Enstitülerinin Kültürel Diplomasi Faaliyetleri: Pakistan, Ukrayna, Sırbistan ve Makedonya Örnekleri
ARAŞTIRMANIN TÜRÜ	1- Nicel Araştırma 2- Doktora Tez Çalışması
ARAŞTIRMACILAR	1- Sorumlu Araştırmacı : Arş. Gör. Ahmet Fethi GÖN 2- Yardımcı Araştırmacı : Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Ali UĞUR
KARAR	Etik Yönden Onay Verilmiştir.

Prof. Dr. Bülent YİĞİT
İNSAN ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU BAŞKANI

TARİH
29.12.2021

ÖZGEÇMİŞ

İlk ve orta öğrenimini Erzincan İliç'te tamamladı. 2012 yılında Dicle Üniversitesi'nde Araştırma Görevlisi olarak göreve başladı. 2015 yılında Yalova Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümünde Araştırma Görevlisi olarak devam etti. 2023 yılında Yalova Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Bölümünden doktora derecesiyle mezun oldu.

