



[itobiad], 2021, 10 (2): 1743-1759

Sırbistan Özelinde Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Politikası

The Public Diplomacy Policy of Turkey towards Serbia

Sinem ÇELİK

Arş. Gör., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü

Research Assistant, Karadeniz Technical University, Faculty of Economics
and Administrative Sciences, Department of International Relations

sinem.tan@ktu.edu.tr

Orcid ID: 0000-0001-9072-7542

Makale Bilgisi / Article Information

Makale Türü / Article Type	: Araştırma Makalesi / Research Article
Geliş Tarihi / Received	: 23.11.2020
Kabul Tarihi / Accepted	: 22.04.2021
Yayın Tarihi / Published	: 24.06.2021
Yayın Sezonu	: Nisan-Mayıs- Haziran
Pub Date Season	: April-May-June

Atıf/Cite as: Çelik, S . (2021). Sırbistan Özelinde Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Politikası . İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi , 10 (2) , 1743-1759 . Retrieved from <http://www.itobiad.com/tr/pub/issue/62559/830134>

İntihal /Plagiarism: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and confirmed to include no plagiarism. <http://www.itobiad.com/>

Copyright © Published by Mustafa YİĞİTOĞLU Since 2012 – Istanbul / Eyup, Turkey. All rights reserved.

Sırbistan Özelinde Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Politikası

Öz

Yumuşak gücün öğelerinden biri kabul edilen kamu diplomasisi, son dönemlerin dünya çapında yaşanan hızlı küreselleşme süreci ile birlikte ortaya çıkan dikkat çeken kavramlarından biridir. İlk kez Edmund Gullion tarafından (1965) kullanılan ve geleneksel diplomasinin farklı ve ileri bir modu olarak görülen kamu diplomasisi kavramı, uluslararası ilişkilerin birbirinden farklı pek çok boyutunu kapsamaktadır. Bahse konu kavram, bir ülkenin diğer ülke halklarının sempati, ilgi ve beğenisini kazanma amacına ilişkin yürüttüğü politikaları ifade etmektedir. Son yıllarda kamu diplomasisi uygulamaları gerçekleştirmeye oldukça önem gösteren ülkelerden biri de Türkiye'dir. 2002 sonrası yaşadığı ekonomik kalkınma ve demokratikleşmeye paralel şekilde, farklılaşan dış politika anlayışı ekseninde Türkiye, kamu diplomasisi kapsamında gerçekleştirdiği faaliyetleri sayı ve nitelik anlamında artırmaya odaklanmıştır. Birçok bölge ve coğrafyada bu türden faaliyetleri sürdürmeye özen gösteren Türkiye, hali hazırda Balkan coğrafyasında da kayda değer çalışmalar yürütmeye çaba harcamaktadır. Türkiye'de kamu diplomasisi faaliyetleri hem resmi kurum ve kuruluşlar hem de hükümet dışı organizasyonlar eliyle gerçekleştirilmektedir. Bu çalışma çerçevesinde, kamu diplomasisi alanında Türkiye'nin yürüttüğü uygulamalar Sırbistan özelinde ele alınmıştır. Çalışmanın amacı, Sırbistan'da gerçekleştirilen Türk kamu diplomasi faaliyetlerinin neler olduğunu ve söz konusu faaliyetlerin kimler tarafından yürütüldüğünü tespit etmektir. Son dönemlerde Sırbistan'da kamu diplomasisi uygulamalarının artışına vurgu yapan çalışma kapsamında, akademik kitap ve makalelere ek olarak resmi- gayri resmî kurumların faaliyet raporları, internet siteleri ve yayın bültenleri incelenmiştir. Yapılan literatür taraması ve gerçekleştirilen rapor incelemeleri neticesinde, Sırbistan'da yürütülen Türk kamu diplomasisi faaliyetleri çerçevesinde resmi kurumlardan olan Türkiye İşbirliği ve Kalkınma Ajansı (TİKA) ve Yunus Emre Enstitüsü (YEE)'nin hükümet dışı organizasyonlara kıyasla daha aktif roller üstlendikleri görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kamu Diplomasisi, Sırbistan, Türkiye, TİKA, Türk Dizileri.

The Public Diplomacy Policy of Turkey towards Serbia

Abstract

Public diplomacy, which is considered as one of the factors of soft power, is one of the salient concepts that emerged with the rapid globalization process



of recent times. The concept of public diplomacy, first used by Edmund Gullion (1965) and seen as a different and advanced mode of traditional diplomacy, covers many different dimensions of international relations. This concept expresses the policies carried out by a country in order to gain the sympathy, interest and admiration of the peoples of other countries. Turkey is one of the countries that perform important public diplomacy activities in recent years. After 2002, Turkey in axis of varying foreign policy in parallel with the economic development and democratization, focused on increasing the number and quality of activities carried out within the scope of public diplomacy. Turkey, which makes every effort to maintain public diplomacy activities in many regions and geographies, already also considerable activities in the Balkans are trying to undertake. Public diplomacy activities in Turkey are conducted through both government agencies and non-governmental organizations. In this study, the public diplomacy activities carried out by Turkey in Serbia were examined. The aim of the study is to determine what the Turkish public diplomacy activities in Serbia and by whom these activities are undertaken. In the study, which emphasized the increase of public diplomacy practices in Serbia recently, academic books and articles, in addition to activity reports, websites and broadcast bulletins of governmental agency and non-governmental organizations were examined. As a result of the literature review and report examination, it was observed that Turkish Cooperation and Coordination Agency (TIKA) and Yunus Emre Institute (YEE) take a more active role in the field of public diplomacy compared to non-governmental organizations.

Keywords: Public Diplomacy, Serbia, Turkey, TIKA, Turkish Series.

Giriş

Türkiye'nin gündemine oldukça geç giren kamu diplomasisi kavramı, yabancı ülke halkları ile hem onları hem de onların hükümetlerinin tutum, fikir ve davranışlarını etkileyebilmek amacıyla doğrudan iletişim içine girmek ve söz konusu iletişim aracılığıyla gerek ülke politikası gerekse devlet sistemine ilişkin pozitif-olumlu bir imaj yaratmaya çaba harcamak şeklinde tanımlanabilir. Kamu diplomasisinin amaçları; diğer ülke haklarının zihnine ve kalbine ulaşarak ortak çıkarlar çerçevesinde diyalog kurmak ve kurumsal diplomasiyle paralel olarak hem bireyin hem de devletin çıkarını muhafaza etmek ve olası krizlerin negatif etkilerini mümkün olduğunca en aza indirmektir.

Son yıllarda kamu diplomasisi uygulamaları gerçekleştirmeye oldukça önem gösteren ülkelerden biri de Türkiye'dir. 2002 sonrası yaşadığı ekonomik kalkınma ve demokratikleşmeye paralel şekilde, farklılaşan dış politika anlayışı ekseninde Türkiye, kamu diplomasisi kapsamında



gerçekleştirdiği faaliyetleri sayı ve nitelik anlamında artırmaya odaklanmıştır. Birçok bölge ve coğrafyada bu türden faaliyetleri sürdürmeye özen gösteren Türkiye, hali hazırda Balkan coğrafyasında da kayda değer çalışmalar yürütmeye gayret etmektedir.

Türkiye, gerek resmi kurum-kuruluşlar gerekse sivil toplum kuruluşlarını da içine alan hükümet dışı organizasyonlar eliyle birçok Balkan ülkesinde olduğu gibi Sırbistan'da da kamu diplomasisine ilişkin olarak varlık göstermeye çaba harcamaktadır. Söz konusu çalışma çerçevesinde, öncelikle genel hatlarıyla kamu diplomasisi kavramına değinilmiş, sonrasında Türkiye'nin mevcut kamu diplomasisi aktörleri ve konuya ilişkin yaklaşımı incelenmiş ve son olarak Sırbistan'daki Türk kamu diplomasisi faaliyetleri ele alınmıştır. Bu kapsamda resmî kurumlar ve hükümet dışı organizasyonların yayın bültenleri, internet siteleri ve faaliyet raporları incelenmiş ve güncel kaynaklar göz önünde bulundurularak elde edilen bulgular sonuç ve öneriler kısmında yorumlanmıştır.

Çalışmada, Balkan ülkeleri içerisinde Sırbistan'ın örnek olay olarak ele alınmasının sebebi, Sırlar nezdinde Osmanlı İmparatorluğu ve Türklerin Doğu'yla ilişkilendirilen "favori düşman" imajı ve bu imajın yarattığı tüm olumsuz çağrışımlara rağmen, Sırbistan ile Türkiye arasındaki ilişkilerin özellikle son dönemde olumlu bir şekilde gelişim izlemesidir. Bu noktada Türkiye'nin çeşitli kamu diplomasisi araçları kullanarak özellikle resmî kurumlar aracılığıyla ortaya koyduğu çabanın tespit edilmesi çalışmanın temelini oluşturmaktadır.

Kamu Diplomasisinin Kavramsal Çerçevesi

21. yüzyıl ile birlikte kamu diplomasisi kavramı, kamuoylarını ve gündemi etki altına alma kabiliyetinin ön plana çıkmasıyla devletlerin dış politikasının vazgeçilmez ve önemli unsurlarından biri olmuştur. 21. yüzyıl dünyası, uluslararası ticaret ve iletişimin küreselleşmesini takiben McLuhan'ın tabiriyle 'global köy' haline gelmiş, hızlı bir gelişme gösteren teknoloji olumlu-olumsuz pek çok sonuç doğurmuştur. Terör faaliyetlerinin 'ulus aşırır' bir hal almasıyla devletler güvenliklerine ilişkin birçok konuda daha etkin faaliyetler yürütmeye yönelmişlerdir. Güvenlikten yoksun olan dünyayı güvenli bir yere dönüştürmek için sert gücün çoğu meselede bir tarafa bırakılıp yumuşak güce ilişkin politikaların devreye sokulması gerekliliğinin altı çizilmiştir. Böylelikle bir dış politika aracı olarak kabul edilen kamu diplomasisinin önemine atıfta bulunulmuştur (Öztürk, 2009, s.1). Söz konusu bilgiler ışığında, kamu diplomasisinin ortaya çıkışının iletişim, güvenlik, ticaret ve teknoloji alanında meydana gelen değişiklikler ile ilişkili olduğunu söylemek mümkündür.

Geleneksel diplomasiden çeşitli yönlerle ayrılan kamu diplomasisi devletlerin sahip olduğu siyasi, askeri ve ekonomik sert gücü kadar önemli olan yumuşak gücünün en temel araçları arasında bulunmaktadır. Bu



diplomasi türü, telekomünikasyon devrimiyle birlikte dünyanın yeniden yapılandırılmasını takiben oluşan yeni ve dinamik ortamı veri olarak temel almaktadır. Kamu diplomasisi uluslararası arenada kamuoyunun da en az ülkeler kadar önemli bir aktör olabileceğini, diplomasının geleneksel yöntemlerinin işlerliğini ve dinamizmini kaybettiğini, ayrıca siyasi ortamın hem sivil toplum kuruluşlarını hem de etki gücü yüksek halk kitlelerini içine aldığı iddia etmektedir (Aydoğan ve Aydın, 2011, s.48).

Kavram itibarıyla kamu diplomasisi ilk olarak Edmund Gullion tarafından 1965 yılında kullanılmıştır. Gullion kamu diplomasisinin, geleneksel diplomasının farklı ve ileri bir modu olduğunu ve uluslararası ilişkilerin birbirinden farklı pek çok boyutunu kapsadığını ileri sürmüştür (Cull, 2020, s.15). Bahse konu boyutlara bilgi ve fikir akışı, çıkar gruplarının etkileşim içinde bulunması ve başka ülkelerin kamuoyu üzerinde etki yaratılmasını örnek vermek mümkündür. (Shinar vd., 2009). Yabancı literatürde 'Public Diplomacy' olarak nitelendirilen kavramın Türk literatüründe tüm akademik çevreler tarafından üzerinde uzlaşmış bir tanımı yoktur. Literatüre oldukça yeni yerleşmiş sayılan söz konusu kavram çeşitli mesleğe dâhil olan birçok insan tarafından yapılmış birbirinden farklı tanım içermektedir. Kamu diplomasisi kavramını farklı açılardan ele alan söz konusu tanımlardan bazıları şunlardır:

Kamu diplomasisi profesörlerinden Nicolas J. Cull (2020, s.13), kavramı uluslararası algıyı yabancı halklar eliyle yönetebilmek amacıyla gerçekleştirilen uluslararası aktörlerin bilinçli girişimi olarak tanımlamıştır. Kamu diplomasisi yazarlarından biri olan Gyorgy Szondi (2009) ise bu diplomasi çeşidini "yabancı kamuoyuyla iletişim içine girme" ve "uluslararası yönetimsel iletişim" şeklinde tanımlayarak, kavramın iletişim odaklı oluşuna vurgu yapmıştır. Prof. Dr. Evan H. Potter (2002, s.3) da kavramı bir devletin diğer bir ülkenin halkını, entelektüellerini ve siyasetçilerini kendi lehine çevirmek maksadıyla etki altına almaya çalışması şeklinde ele almıştır. Bahse konu tanımlardan yola çıkarak genel bir tanım yapılırsa, kamu diplomasisinin en temel anlamda bir ulusun-halkın, kendine özgü ideallerini, gerçekleştirdiği politikalarını, ulaşacağı çıkar ve hedeflerini yabancı ülke halklarına açıklama ve anlatma gayreti içine girdiği çok yönlü ve kapsamlı bir iletişim süreci olduğunu söylemek mümkündür.

Kavrama ilişkin yapılan tanımlamalardan geleneksel diplomasiden daha etkili olduğu anlaşılan kamu diplomasisinin bu etkililiği ancak alışılmış baskı tekniklerinden mümkün olduğunca uzak kalarak sağladığı bilinmektedir. Bu noktada kamu diplomasisi kaynaklarının etkin ve uygun kullanımı önem taşımaktadır. Kamu diplomasisinin kaynakları çok geniş kapsamlı olup, bir ülkenin siyasi yapısı, gelenek ve kültürü, dış politikası, ekonomik gelişme düzeyi, eğitim seviyesi, tanıtım faaliyetleri ve medyası olarak sıralanabilir. Kamu diplomasisine ilişkin faaliyetlerin başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi, bir ülkenin sahip olduğu kültürün çekici oluşuna, dış politikanın etik unsurlar barındırmasına, politikanın siyasi



değerlerle uyum içinde bulunmasına, ekonomik gelişmişliğin etkinliğine, eğitim standardizasyonunun yetkinliğine, doğru ve güvenilir bilgi sunan tanıtma faaliyetlerine ve son olarak yabancı kamuoyunu söz konusu ülkeye dair olumlu düşünceye sevk edebilme kabiliyetine bağlıdır (Aydoğan ve Aydın, 2011, s.55-56).

Kamu diplomasisinin sahip olduğu kaynakların çeşitli oluşu, aynı zamanda akla bu kaynakların muhatabının kim olacağı sorusunu gündeme getirmektedir. Dolayısıyla kamu diplomasisinin hedef kitlesinin kimler olduğunun bilinmesi kaynakların etkili bir şekilde kullanılacak olmasının temel hareket noktasıdır. Kamu diplomasisi kavramının hedef kitlesine dair; “yabancı halklar ya da kitleler, diğer devlet toplulukları ya da onların insanları, yabancı yurttaşlar, denizaşırı bireyler-topluluklar ya da teşekküller” olmak üzere pek çok tanım geliştirilmiştir (Fitzpatrick, 2009, s.96). Ancak kamu diplomasisinin hedef kitlesine ilişkin genel bir tanım yapıldığında, öne çıkan ve en çok kullanılan terimin “yabancı halklar” olduğu dikkat çekmektedir. Yabancı halktan kasıt sokaktaki herhangi sıradan bir bireyden ziyade o ülkedeki karar vericileri etkileyerek onları eyleme geçirme yeteneğini haiz bulunan bir kesimdir. Bahse konu kesim kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarılı olup olmaması üzerinde etkin bir role sahiptir (Manor, 2019, s.35).

Kamu diplomasisinin başarısı üzerinde etkili olan bir diğer şey de kullanılan araçların yürütülen faaliyetlerle uyumlu olmasıdır. Jian Wang (2006, s.94), kamu diplomasisi araçlarının farklı şekillerde ve zamana uygun olarak kullanılmasının etkililiği ve gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Kamu diplomasisinin kullandığı araçlara reklamlar, geleneksel ya da yeni medya, uluslararası organizasyonlar, ünlüler ve ulusal markalar örnek olarak verilebilir (Sancar, 2012, s.185). Bir ikna etme faaliyeti olarak bilinen ve kamu diplomasisine katkı sunan reklamlar, o ülkenin kültürel değerleri yansıtarak kamu diplomasisi mesajlarının hedef kitleye iletilmesinde etkili olmaktadır. Bir reklam içerik anlamında ne kadar çekici ise yabancı halklara iletilmesi amaçlanan mesajlar da bir o kadar çarpıcı olmaktadır. Fakat reklam içeriğinin yabancı halklar tarafından çekici bulunması mesajların iletilmesinde yalnız başına yeterli değildir. Reklamlar, kamu diplomasisini destekleyen yardımcı araçlar gibi kullanıldığında daha etkili olmaktadır.

Kamu diplomasisinin araçlarından bir diğeri olan geleneksel medyanın da; televizyon, radyo, sinema, gazete ve diğer yayınlardan (dergi, kitap vb.) meydana geldiği söylemek mümkündür. Geleneksel medyadan farklı olarak nitelendirilen yeni medyanın ise, daha geniş kapasiteli, karşılıklı, çoklu ortam yapısına sahip, eş zamanlı ve çok tabakalı etkileşimin yüksek hızla gerçekleştiği iletişim kanal ve araçlarını kapsadığı bilinmektedir. Yeni medyaya örnek olarak sosyal medya siteleri (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok) verilebilir (Binark, 2007, s.5). Kamu diplomasisi mesajlarının aktarımına olanak tanıyan ve söz konusu araçlardan biri olan uluslararası



organizasyonlar da spor, kültür ve sanat etkinliklerini bünyesinde toplayarak ülkelerin hedef kitle üzerinde olumlu imaj yaratmasına katkıda bulunmaktadır. Bu organizasyonlara; Yaz-Kış Olimpiyat Oyunları, FIFA Dünya Kupası, Formula 1 yarışları, Eurovision Yarışması, Film Festivalleri, karşılıklı olarak yürütülen kültür yılı organizasyonları vb. örnek olarak gösterilebilir.

Uluslararası çevrede tanınırlığı bulunan ve içerdiği sembollerle hedef kitle kabul edilen yabancı halkları etkilemeyi başaran ulusal markalar ise, devletlerin sahip olduğu imaj açısından kayda değer bir diğer kamu diplomasisi aracıdır. Siemens, Adidas, Bosch, Audi ve BMW denildiğinde akla Almanya gelirken; Google, Apple, Nike, Netflix, Marlboro, Colgate, Coca-Cola ve Starbucks denildiğinde ABD; Honda, Bridgestone, Sony, Mazda, Toshiba, Canon ve Suzuki denildiğinde ise Japonya'nın gelmesi ülkelerin tanınırlığının ulusal markalar aracılığıyla da belirlenebileceğinin en güzel kanıtıdır (Leonard vd., 2002, s.176).

Kamu diplomasisinin başarılı olmasında etkili olan araçlar kadar önem taşıyan bir başka konu da Joseph Nye (2005, s.109)'ın üç ana başlık özelinde ele aldığı kamu diplomasisi boyutlarıdır. Bahse konu boyutlardan ilki "günlük iletişim"dir. Medyaya karşı açık ve net olmak anlamını taşıyan "günlük iletişim", yabancı basının da en az yerel basın kadar ele alınması gerekliliğinin altını çizmektedir. İkinci boyut olan "stratejik planlama" ise olay, imaj ve semboller kullanılarak mevzu bahis ülkenin olumlu-pozitif algılanmasında ihtiyaç duyulan önemli bir husustur. Üçüncü ve son boyut ise "uzun soluklu ve olumlu ilişkiler kurulması"dır. Değişim programları (Erasmus, Mevlana vb.), burslar (Fulbright, Jean Monnet vb.), staj olanakları, seminer, kongre ve konferanslar yoluyla yıllar içerisinde söz konusu ilişkilerin kurulabilmesi kolaylaşmaktadır.

Türkiye'deki Kamu Diplomasisi Yaklaşımı ve Buna İlişkin Aktörler

Türkiye'nin kamu diplomasisi uygulamalarıyla tanışması ve bu alana ilgi göstermesi 2000'li yıllarda gerçekleşmiştir. 1990'lı yıllara kadar politik ve ekonomik alanda çeşitli sorunlar yaşayan ve (1945-1990) yılları arasında potansiyelini uluslararası alandan çok ulusal meselelere harcayan Türkiye, Soğuk Savaş'ın bitmesiyle belirginleşen küreselleşme sürecinde toparlanmaya ve dış gelişmelere yönelik daha çok ilgi duymaya başlamıştır. Ortaya çıkan küresel değişime uyum sağlama noktasında çabalayan Türkiye'nin çok yönlü olarak nitelendirilen "dış politika stratejisi" uygulamaya başlaması, kamu diplomasisi uygulanabilirliği bakımından bir kilit taşı olmuştur. Nitekim küreselleşme sürecini takiben, uluslararası meselelerde demokrasi ve çoğulculuk, insani gelişme, sürdürülebilirlik, kültürel karşılıklı anlayış ve hoşgörünün tesisi gibi hususlar öncelikli hale gelmiştir (Öztürk, 2009, s.13).



Ak parti dönemi boyunca, küreselleşmeyle birlikte ön plana çıkan konuları kapsayan açık ve dinamik bir dış politika yürütülmesine ilişkin kayda değer bir gelişme ve ilerleme yaşanmış, 1990'lara kadar düşünceleri görmezden gelinen düşünür ve akademisyenlere dış politika yapımında söz hakkı verilerek yeni politikanın kuramsal bir zemine oturmasına imkân sağlanmıştır (Akgün, 2009, s.3). Uzunca bir dönem kendini ifade edememe ve anlaşılama problemleriyle yüzleşmek zorunda kalan Türkiye, kapalı toplum modelini terk etmekte oldukça zorlanmıştır. Ancak Türkiye'nin yabancı kamuoylarına ilişkin kendini anlatamama ve onlar tarafından anlaşılama sorunu, 2000'li yıllarda gereken adımların atılması doğrultusunda çözüme kavuşturulmak istenmiştir. Türkiye'nin 2010'da yabancı kamuoylarına kendisini açık, net ve doğru bir biçimde ifade edebilmesi amacıyla kamu diplomasisi aktörleri arasında koordinasyon sağlamayı amaçlayan bir kurum olarak Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü (KDK) oluşturulmuştur.

Kamu diplomasisinin işlerliği açısından önemli bir sacayağı olan KDK, kamu diplomasisi uygulamalarına ilişkin olarak pek çok aktörle (kamu-özel) işbirliği içine girmektedir. Bu aktörlerden bazıları şunlardır: TİKA, YEE, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), Basın- Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM), Türk Hava Yolları (THY), Anadolu Ajansı (AA) ve çeşitli hükümet dışı organizasyonlar [Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TÜSİAD), Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA), Kızılay, Yeryüzü Doktorları, Lösemili Çocuklar Vakfı (LÖSEV), Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD)]. Türk dış politikasının işleyişi üzerinde etki yaratan söz konusu aktörler Türkiye'ye ilişkin yeni ve daha kapsayıcı bir vizyon yaratılmasında önemli roller üstlenmektedir. Bu aktörlerin de yardımıyla kamu diplomasisi uygulamaları özellikle son yıllarda spor, eğitim, insani yardım, kalkınma ve kültür alanlarında kayda değer başarılar göstermiştir.

Türkiye'nin mevcut dış politikasının ve yürüttüğü kamu diplomasisi faaliyetlerinin ulaştığı başarı, sahip olduğu çok yönlü unsurların (kalkınma ve insani yardım destekçisi, bölgesel güç söylemi, güçlü tarihi-kültürel yön, film ihracatı, marka gücü vs.) etkin, tutarlı ve yönlendirici bir biçimde kullanılabilmesine ve bütün hepsini tekrar tekrar üretilmesine de bağlıdır. Türkiye'nin tarihi ve kültürel geçmişinden hareket ederek etkili bir dış politika yürütmesi söz konusu unsurların başında gelmektedir. Türkiye'de değişim- süreklilik çerçevesinde beliren dinamikler de önemli unsurlar arasındadır. Son yıllarda Türk modernleşmesindeki ilerleyiş, değişim ve sürekliliğin her ikisini de içinde barındıran bir hal almıştır. Söz konusu durum Türkiye'nin kendisine has ve dinamik deneyiminin dış kamuoylarının ilgisini çekmesine olanak tanımaktadır. (Kalin, 2012, s.157).

Özellikle son dönemlerde Türkiye'nin kamu diplomasisi uygulamaları yürütülen akılcı ve stratejik politikalar sayesinde başarılı, etkileyici ve



dinamik olma yolunda kayda değer bir gelişme göstermiştir. Ancak Türkiye'nin daha aktif ve dinamik bir tutum ve yaklaşım sergilemesine ilişkin önünde çok farklı tarzlarda engellerin bulunduğunu da belirtmek gerekir. Nitekim bu engellerin pek çoğunun dış faktörlere ilişkin olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin; yabancı medyanın haber yayıncılığını taraflı şekilde gerçekleştirmesi, Türkiye'nin uluslararası imajının vaka odaklı olması ve Türkiye hakkında karşıt çevreler tarafından aslı astarı olmayan tanıtma faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi dünya çapında yabancı kamuoyunda önyargılarla kuşatılmış yanlış bir kanaatin oluşumuna yol açmaktadır (Öztürk, 2009, s.15).

Yanlış kanaat oluşumunun önüne geçmek için Türk kamu diplomasisi uygulayıcılarına (resmi-gayriresmi) iç-dış politika yapımında birtakım görev ve sorumluluklar düşmektedir. Örneğin; medya ve yayın organları, Türkiye'nin uluslararası alandaki imajının olumsuz yönlerinin düzeltilmesi ve olumlu bir imaj yaratılması için sorumlu bir yayıncılık anlayışı yürütmeleri doğrultusunda yönlendirilmelidir. Türk kültür ve medeniyeti doğru kaynaklar kullanılarak açık ve güvenilir yollardan tanıtılmaya çalışılmalı, turizm sektörü kapsamında turist profiline uygun program ve organizasyonlar geliştirilmelidir. Türkiye'nin olumlu imajının yurt dışında artmasına yardımcı olan Türk film ve dizi sektörüne destek verilmeli, Türk kültürünün daha iyi tanınmasını sağlayan yapıtlar ön plana çıkarılmalıdır. Bütün bunlar gerçekleştirilirken, öncelik hedef ülke seçimi ve toplum analizinin doğru yapılmasına verilmeli, her faaliyet sonunda meydana gelen etkilerin değerlendirilmesi gerekmektedir (Yazar, 2020, s.538).

Balkan Coğrafyasının ve Özelde Sırbistan'ın Türk Kamu Diplomasisi İçin Önemi

Balkanlar, geçmişten beri Türkiye açısından önem taşıyan bir coğrafya olmuştur. Osmanlı Devleti'nin bu coğrafyada uzun dönem hâkimiyet sürmesi nedeniyle Türk halkı ile Balkan halkları arasında ortak bir kültür bulunmaktadır. Uzun yıllar boyunca askeri ve ekonomik açıdan güçlü olan Osmanlı Devleti, Balkanlar'ı ve diğer coğrafyaları sadece bu gücüyle değil, Osmanlı hoşgörüsüyle de etkilemiştir. Osmanlı Devleti döneminde Balkan coğrafyasına hâkim olan hoşgörü anlayışı Balkan halkları ile güçlü bir tarihi zemin oluşmasını beraberinde getirmiş ve bugüne uzanan samimi ilişkilerin temelini sağlamlaştırmıştır (Uğuz ve Saygılı, 2018: 144,149).

O dönemde diğer Balkan halkları ile aynı hoşgörüyü tabi tutulan Sırlar, dış güçlerin kışkırtması ve 19. yüzyıl boyunca yaşanan milli uyanışın yarattığı milliyetçi-ayrılıkçı hareketler dolayısıyla ilk ayaklanan millet olmuştur. Yaşanan söz konusu gelişme ve sonrasında meydana gelen olaylar son on beş yıla kadar Sırbistan ile ilişki kurulamamasını ve Sırlar ile Türklerin birbirlerine karşı önyargı beslemesini beraberinde getirmiştir. Ancak Türkiye, özellikle son yıllarda Balkanlarda yürüttüğü kamu diplomasisi faaliyetlerinin bir getirisi olarak hem Sırbistan ile geçmişten gelen



basamaklıp ve önyargı içeren düşünceleri yıkmak hem de Balkanlar'da istikrarı sağlamak amacıyla çeşitli girişimlerde bulunmaya özen göstermektedir (Yavuz ve Elcim, 2020: 75).

Türkiye Balkan coğrafyasına verdiği önem dolayısıyla gerek sahip olduğu resmi kurumlar gerekse birtakım hükümet dışı organizasyonlar eliyle Sırbistan'da da çeşitli kamu diplomasisi faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Farklı yoğunluk ve şekilde yürütülen söz konusu faaliyetler insani yardım, restorasyon, tarım, hayvancılık, sağlık, eğitim, kültür, sanat, turizm ve iletişim gibi birçok alanlarda varlığını sürdürmektedir. Sırbistan'a yönelik yürütülen kamu diplomasisi faaliyetleri tarihsel arka plandan etkilenmekle beraber şeklini günümüz koşullarından almakta ve yoğunluğunu mevcut ilişkiler temelinde belirlemektedir. Sırbistan, Türkiye'nin yumuşak gücün bir unsuru olarak kabul edilen kamu diplomasisi temelinde faaliyet yürüttüğü ülkeler arasında Balkan coğrafyasında istikrarın sağlanması bakımından önem taşıyan kilit ülkelere biridir.

Sırbistan'a Yönelik Türk Kamu Diplomasisi

Türkiye'de kamu diplomasisi faaliyetleri hem resmi kurum ve kuruluşlar hem de hükümet dışı organizasyonlar eliyle gerçekleştirilmektedir. Sırbistan özelinde gerçekleştirilen Türk kamu diplomasisi faaliyetlerini yürüten resmi kamu kurumların önde gelenleri TİKA ve YEE'dir. Taşıdığı misyon ve vizyon gereği Türkiye'de önemli bir konumda bulunan TİKA, Sırbistan'a yönelik gerçekleştirilen kamu diplomasisi uygulamalarında başı çeken kurumlar arasında yer almaktadır. 2005 yılı itibariyle TİKA'nın resmi sitesinde yayınlanan faaliyet raporları dikkate alındığında, 2007'den sonra Sırbistan'da eğitim, sağlık, kültür, hayvancılık, tarım ve restorasyon gibi alanlarda birtakım önemli faaliyet ve projeler yürütüldüğü dikkat çekmektedir. 2007 yılı itibariyle TİKA'nın Sırbistan'da gerçekleştirdiği çalışmalarından bazılarını aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.¹

Tablo 1. TİKA Tarafından Sırbistan'da Gerçekleştirilen Kamu Diplomasisi Faaliyetleri

2007	Preşovalı gençlere yönelik yabancı dil ve bilgisayar kursu açılması
2008	Novi Pazar Dositey Obradoviç İlkokulu ve Spor Salonu inşa edilmesi
2009	Sırbistan/ Tutin Boşnak Bilim Enstitüsü'nün onarımının yapılması ve malzeme desteği sunulması Belgrad Üniversitesi Türkçe Sınıfı'na teknik donanım sağlanması Novi Pazar'da ağaçlandırma faaliyeti gerçekleştirilmesi
2010	Belgrad Şeyh Mustafa Türbesi'nin restorasyon faaliyetlerine başlanması Novi Pazar Devlet Üniversitesi için yeni inşa edilen binanın tadilat ve donanımının gerçekleştirilmesi
2011	Arencelovats Devlet Hastanesi ve Belgrad Dr. Dragişa Misoviç Hastanesi'ne tıbbi malzeme temin edilmesi

¹ Ayrıntılı bilgi için bkz. TİKA, **Faaliyet Raporları** (2007-2019), https://www.tika.gov.tr/tr/yayin/liste/tika_faaliyet_raporlari-22?page=1, 14.11.2020.



Sırbistan Özelinde Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Politikası
(The Public Diplomacy Policy of Turkey towards Serbia)

	Sremcitsa Engelliler Yurdu'na hidromasaj odası yaptırılması ve fizik tedavi cihazı gibi gerekli ekipmanların sağlanması
2012	Starceviçe, Dobrinya ve Naboye köylerine okul inşa edilmesi Novi Pazar Rus Arşiv Müdürlüğü bünyesindeki Osmanlı sicillerinin basılmasına için müdürlüğe destek sağlanması Priboy Belediyesi'ne 7 adet çapa makinesi, Peşter bölgesine 100 adet süt sağma makinesi temin edilmesi Yeni Varoş Teknik Lisesi ile Niş Üniversitesi Ekonomi Fakültesi Oditoryumu'nun tadilatının yapılması
2013	Sancak İnsan Hakları ve Özgürlüklerini Koruma Derneği'ne ekipman, Boşnak Milli Konseyi'ne malzeme desteği sağlanması Arilye Belediyesi'ne destek amaçlı 20 çiftliğe 40.000 adet ahududu kökü verilmesi Priyepolye Hastanesi'ne laparoskopi cihazı, Subotitsa Hastanesi'ne taşınabilir mikroskop temin edilmesi Kurşumliya, Priboy, Priyepolye, Raşka belediyeleri ve Novi Pazar Ziraat Birliği için sera temin edilmesi
2014	Bogatiç Okulu'na ısıtma sistemi kurulması, iç ve dış cephe iyileştirmesi yapılması Novi Pazar Raşka Köprüsü inşa edilmesi Kuçevo Belediyesine 20 ton kapasiteli soğuk hava deposu temin edilmesi Brus Belediyesi'ne 40 adet süt sağma makinesi temin edilmesi
2015	Zvezdara Hastanesi Göz Hastalıkları Kliniği'ne fakoemülsifikasyon cihazı temin edilmesi Sırbistan'ın Razany Belediyesi Braçin köyüne yeni bir köprü inşa edilmesi Nova Varoş, Tutin, Bujanovac ve Ljuboviya Belediyeleri'ne sera temin edilmesi
2016	Novi Pazar ve Tutin belediyelerinden toplam 60 arıcıya arılı kovan desteği sağlanması ve arıcılık eğitimi verilmesi Engelli çocuklar için Vrba Dostluk Parkı inşa edilmesi Kral 1. Petar İlkokulu'na çatı katı tadilat desteği sunulması ve donanım temin edilmesi
2017	Sırbistan-Novı Pazar Devlet Hastanesi Jinekoloji ve Doğum Bölümü'nün Yenilenmesi
2018	Sırbistan – Yüksek Mahkeme Binası modernizasyonunun gerçekleştirilmesi Sırbistan – Sokollu Mehmet Paşa Çeşmesi'nin restore edilmesi
2019	Sırbistan, Syenitsa Valide Sultan Cami'sinin restore edilmesi Sırbistan – Ram Kalesi'nin restore edilmesi

Türk dilini ve kültürünü yurtdışında tanıtmayı, Türkiye'nin başka ülkelerle olan kültürel alışverişini etkinleştirmeyi ve buna ilişkin bilgi ve belgeleri tüm dünyanın erişimine açmayı edinen YEE de Sırbistan'a yönelik kamu diplomasisi uygulaması gerçekleştiren resmi kurumlar arasında sayılmaktadır. 2009 yılında çalışmalarına başlayan Enstitü, kültürel ve sanatsal faaliyetler yürütmeye özen göstermekte ve yurtdışında oluşturduğu Yunus Emre Türk Kültür Merkezleri (YETKM) aracılığıyla özellikle Türk dili ve kültürü alanlarında eğitim almayı talep edenlere hizmet vermektedir. YEE tarafından bugün itibarıyla yurtdışında 51 tane YETKM kurulmuştur. Bu YETKM'lerden biri de Sırbistan'ın başkenti Belgrad'da bulunmaktadır.

Belgrad'da Türk Kültür Merkezi'nin 2015 yılında kurulmuş olması YEE'nin o zamana kadar ülkede pasif bir konumda bulunduğu anlamını taşımamaktadır. YEE'nin süreç içinde Sırbistan'da çeşitli projeler



yürüttüğünü söylemek mümkündür. Bunlardan biri, 'Balkanlarda Kültürel Mirasın Yeniden İnşası Projesi'dir. YEE ile T.C. Merkez Bankası'nın ortaklaşa yürüttüğü proje, Sırbistan'ın da içinde bulunduğu 7 Balkan ülkesinde Osmanlı döneminden kalma el yazması eserlerin tespit ve tamir edilmesi, bakımı ile mevcut eserlerin modern şartlara uygun olarak korunmasını desteklemek üzere oluşturulmuştur. Proje, savaş esnasında tahrip olmuş el yazması eserlerin tamir ve bakımını yapmak, onları kataloglamak, dijital ortama aktarmak ve eserlerin geliştirilmesi hususunda uzmanlar yetiştirmek gibi çalışmalara ilişkindir (YEE, 2014).

YEE'nin Sırbistan'da yürüttüğü projelerden bir diğeri ise, Türk dilinin öğrenilmesi, Türk dili, kültürü ve edebiyatı öğreniminin kalifiyeli hale getirilmesi ve Türk kültürü aracılığıyla Türkiye'nin uluslararası platformlarda daha iyi tanıtılmasında önemli ve öncü bir rol üstlenen Türkoloji Projesi'dir (Anadolu Ajansı, 2016). YEE proje kapsamında, 50 kadar ülkede yaklaşık 80 üniversite ile 'Türkoloji Projesi İşbirliği Protokolü' imzalanmıştır. Türkoloji Projesi kapsamında işbirliği imzalanan üniversiteler arasında Sırbistan'daki Novi Sad Üniversitesi ve Belgrad Üniversitesi de bulunmaktadır. YETKM tarafından son beş yılda ülkede gerçekleştirilen faaliyetlerden bazılarını bakıldığında ise şunlar dikkat çekmektedir²:

Tablo 2. YEE Tarafından Sırbistan'da Gerçekleştirilen Kamu Diplomasisi Faaliyetleri

2016	Belgrad'da "Konstantiniyye'den İstanbul'a 19. Yüzyıl Ortalarından 20. Yüzyıla Boğaziçi Fotoğrafları Sergisi" gerçekleştirilmesi Belgrad'da "Osmanlıdan Önce ve Sonra Balkanlarda Devlet ve Toplum Sempozyumu" düzenlenmesi
2017	"Modern Türkiye, Balkanlar ve Avrupa" Konferans Dizisi düzenlenmesi "Geleneksel Tatlar" Aşure Günü organize edilmesi "Penceremden İstanbul" Zeljka Micanovic Miljkovic Resim Sergisi düzenlenmesi "Güray Başol" ve "Borusan Dörtlüsü" Klasik Müzik Konserleri tertip edilmesi 15 Temmuz Etkinlikleri gerçekleştirilmesi
2018	Geleneksel Türk Okçuluğu Kursu düzenlenmesi Türk lezzet ve tatlarının tanıtılması "Kadim Medeniyetimiz Osmanlı Müzikleri" adlı müzik resitali organize edilmesi Pedallar Demokrasi İçin Dönüyor - 15 Temmuz Bisiklet Koşusu düzenlenmesi Türkoloji Buluşmaları- Türkçe Sohbetleri düzenlenmesi
2019	Ebru Kursları düzenlenmesi Türkçe Kursları tertip edilmesi Resim yarışmaları organize edilmesi
2020	"Türkiye Hatırası" isimli fotoğraf yarışması düzenlenmesi Ebru ve resim kursları açılması Teknoloji yarışmaları tertip edilmesi

² Ayrıntılı bilgi için bkz. YEE, **Faaliyet Raporları** (2016-2018), <https://www.yee.org.tr/tr/yayinlar?k=23>; Belgrad YEE, **Duyurular** (2018-2020), <https://belgrad.yee.org.tr/tr/duyurular>, 17.11.2020.



Sırbistan'a yönelik kamu diplomasisi faaliyeti yürüten iki önemli resmi kurum olan TİKA ve YEE dışında hükümet dışı organizasyonların da bu doğrultuda bir takım faaliyetler yürüttüğü dikkat çekmektedir. İktisadi Araştırmalar Vakfı (İAV), Türkiye İşadamları ve Sanayiciler Konfederasyonu (TUSKON), Uluslararası Kalkınma ve İşbirliği Derneği (UKİD) ve Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) gibi kuruluşlar Sırbistan ile olan ekonomik ilişkilerin geliştirilmesi doğrultusunda faaliyetler yürüterek kamu diplomasisinin uygulanabilirliğini dolaylı olarak etkilemektedir. Diğer yandan, Sırbistan'a yönelik insani yardım amaçlı faaliyetler yürüten organizasyonlar bulunduğu da dikkat çekmektedir. Kızılay, Sırbistan'da bu çerçevede çalışmaları bulunan kuruluşların başında yer almaktadır. Her ne kadar kamu diplomasisi ile doğrudan ilişkili olmasa da Kızılay, İHH gibi yardım kuruluşlarının faaliyetlerinin yardımlaşma ve dayanışma duygusunu artırdığı ve Türkiye'nin Sırbistan'daki imajına katkı sağladığı bilinmektedir.

Sırbistan'da gerçekleştirilen Türk kamu diplomasisi faaliyetleri kapsamında ele alınacak diğer bir önemli konu ise, kamu diplomasisinin uygulanabilirliği açısından önem taşıyan araçlardır. Söz konusu araçlara öncelikle Sırbistan'da yayınlanan Türk dizileri örnek olarak gösterilebilir. Son dönemde Sırbistan televizyon kanallarında yayınlanan dizilerden bazıları şunlardır: Aşk-ı Memnu, Asi, Beni Affet, Binbir Gece, Hanımın Çiftliği, Kurtlar Vadisi, Muhteşem Yüzyıl ve Yaprak Dökümü. Uzman Türkolog Amine Ş. Jesenkoviç, "Balkan coğrafyasında Türklere ilişkin bazı ön yargılar mevcut. Sırbistan'da ve Hırvatistan'da Türklere olumsuzluk ve nefretle bakanlar Türkiye'den ihraç edilen dizileri izledikten sonra ön yargılarından büyük ölçüde vazgeçtiler. Diziler aslında toplumların birbirine çok fazla yabancı olmadığını gösterdi" diyerek söz konusu dizilerin coğrafyada taşıdığı önemi vurgulamıştır. Ayrıca dizilerde verilen imaj doğrultusunda Türklerin Müslüman fakat tehlikeli olmadıklarının algılandığını da belirten Jesenkoviç, Sırbistan'da pek çok Türk baklavacıyı açılmasını Türk dizilerinin ülkede yarattığı etkiye bağlamıştır (Haberler.com, 2012).

Sırbistan halkının Türkiye'ye yönelik sempati duymasına imkân tanıyan araçlar arasında kamu diplomasisinin uygulanabilirliği açısından önem taşıyan ünlüler de bulunmaktadır. Asi dizisinde başrol oynayan Murat Yıldırım'ın diziyi yayınlayan Sırp kanalına konuk olarak davet edilmesi, Muhteşem Yüzyıl dizisinde Kanuni Sultan Süleyman rolünü canlandıran Halit Ergenç'in Sırbistan'ın Nova televizyonu tarafından düzenlenen açılışa katılması, Belgrad'da dünyaca ünlü Türk piyanist Fazıl Say'ın Avrupa Birliği'nin desteğiyle düzenlenen konserler dizisinin ilkinde sahne alması ve canlandırdığı Malkoçoğlu karakteriyle fenomen haline gelen Burak Özçivit'in Belgrad Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Mirjana Teodosijević tarafından Sırbistan'a davet edilmesi ülkede Türkiye'ye yönelik olumlu bir algı ve imaj oluşmasını sağlamaktadır.



Görüldüğü üzere, kamu diplomasisi araçları aracılığıyla yürütülen faaliyetlerin Sırbistan'da giderek etkili hale geldiğini söylemek mümkündür. Özellikle ülke genelinde televizyon kanallarından yayınlanan Türk dizileri kamu diplomasisinin başarıya ulaşması açısından önemli roller üstlenmektedir. Dolayısıyla hem bahse konu araçların Sırbistan'da daha kapsamlı, etkin ve akıllı kullanılmasına özen gösterilmeli hem de resmi kurumlar dışındaki organizasyonlar eliyle kamu diplomasisinin özüne daha uygun faaliyetler yürütülmesinin yolları aranmalıdır.

Sonuç ve Öneriler

Son on beş yıl içinde Türkiye, yumuşak gücü dikkate alan politikalarıyla kamu diplomasisi uygulamaları çerçevesinde ilerlemeler kaydederek, diğer ülke halklarının Türk halkına sempati duyması doğrultusunda çalışmalar yürütmekte ve bu sayede yabancı halklar üzerinde bilinirliğini, etkinliğini ve olumlu imajını artırmayı amaçlamaktadır. Türkiye'nin yumuşak gücün bir ögesi olarak görülen kamu diplomasisi çerçevesinde faaliyet gerçekleştirdiği ülkeler içinde Balkanlar bölgesinde istikrarın sağlanması açısından kilit ülkelerden biri olan Sırbistan da bulunmaktadır.

Gerçekleştirilen siyasi üçlü mekanizmalar ve kamu diplomasisinin amacına hizmet eden faaliyetler aracılığıyla Balkanlarda ilerleme kaydeden Türkiye, Sırbistan'la tarihi önyargılar nedeniyle belirli bir düzeyde kalan ilişkileri son dönemde dinamik bir yapı içerisine sokmuştur. Sırbistan'a siyasi ilişkiler dışındaki ekonomi, kültür, ortak tarihi miras, sanat, eğitim ve güvenlik gibi pek çok alanda destek ve yardım sağlayan Türkiye'nin dayanışma ruhunu geliştirmeye çalıştığı da dikkat çekmektedir. Türkiye bu doğrultuda, tarihsel süreçte sorunlu ilişkileri olduğu bu ülke ile imkânları çerçevesinde kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmeye özen göstermektedir.

Sırbistan'a yönelik yürütülen faaliyetlere ilişkin öne çıkan hususlardan biri, resmi kurumların (TİKA, YEE) hükümet dışı organizasyonlara kıyasla daha baskın ve etkili faaliyetler yürütüyor olmasıdır. Bu durum her ne kadar kamu diplomasisinin özü itibarıyla çok tercih edilir bir durum olmasa da resmi kurumlar tarafından gerçekleştirilen faaliyetlerin de ülke genelinde kamu diplomasisine önemli katkılar sunduğu bilinmektedir. Bir diğer dikkat çeken husus, olumlu imaj yaratma amacıyla olan kamu diplomasisi faaliyetlerinin Sırbistan genelinde orantılı bir dağılım göstermemesidir. Faaliyetler daha çok Boşnak halkın yoğunlukta olduğu Sancak Bölgesi'nde gerçekleştirilmektedir. Bu durum kamu diplomasisi faaliyetlerinin Sırbistan'da oluşturduğu olumlu havanın ülke geneline homojen bir şekilde dağılmadığının göstergesidir.

Sırbistan'da gerçekleştirilen faaliyetler arasında en başarılı kabul edilebilecek olanı ise kamu diplomasisi araçları içinde sayılan Türk dizileridir. Bahse konu diziler Sırbistan'da geniş kitleler tarafından takip edilmekte ve bu durum Türk kültürünün bölgede daha iyi tanınmasına ve



ona yönelik ilginin artmasına zemin hazırlamaktadır. Türkiye'den ihraç edilen dizilerin yarattığı etkiyi aynı ölçüde diğer kamu diplomasisi araçlarında görmek söz konusu değildir. Kamu diplomasisi uygulamalarında etkililik ve nitelik ne kadar önemliyse söz konusu faaliyetlerin sürekli olması da o denli önemlidir. Örneğin Sırbistan'da resmî-gayri resmî kurumlar tarafından yürütülen çalışmalar süreklilik arz ettiği müddetçe kalıcı olabilecektir ve böylelikle faaliyetlerin daha fazla kitleye ulaşması kolaylaşacaktır. Bu doğrultuda; sosyal medya, reklam, uluslararası organizasyonlar, ünlüler, ulusal markalar, filmler ve dizileri kapsamına alan kamu diplomasisi araçları aktif bir biçimde kullanılmalı ve ortaya çıkması muhtemel olumsuz olaylara bağlı olarak kamu diplomasisi refleksi geliştirilmelidir.

Aynı zamanda Türkiye'nin Sırbistan ve diğer tüm Balkan ülkelerinde yürüttüğü faaliyetler açısından dönüt alınması noktasında kamuoyu yoklamalarının yapılması icap etmektedir. Kamuoyu yoklaması, ülkelerde gerçekleştirilen kamu diplomasisi çalışmalarının ulaştığı noktanın belirlenmesi ve geri dönüşün alınması açısından büyük önem taşımaktadır. Nitekim Türkiye'nin Balkanlar özelinde yürüttüğü kamu diplomasisi faaliyetlerine dönem dönem Batılı güçler tarafından "Yeni-Osmanlılık" eleştirileri yöneltilmiştir. Batı'nın yürüttüğü söz konusu algı operasyonları ancak kamu diplomasisi uygulayıcılarının kamuoyu yoklamaları aracılığıyla hedef kitlelerden dönütleri alıp, bu çıktılar doğrultusunda faaliyetlerine yön vermesi ile mümkün olabilir. Türkiye'nin bölgede gösterdiği çabaların kamuoyu nezdindeki kıymetinin azaltılmasının önüne geçilmesi ancak bu şekilde sağlanabilir.

Kaynakça

Akgün, B. (2009). Türk Dış Politikası ve Uluslararası Örgütler. *Akademik Ortadoğu*, 3 (2), 1-39.

Anadolu Ajansı (2016). *Yunus Emre Enstitüsü "Türkoloji Projesi" ile yurt dışında 16 bin öğrenciye ulaştı.* (Erişim: 16.11.2020), <https://www.aa.com.tr/tr/info/infografik/3055>.

Aydoğan B., ve Aydın, H. (2011). Güç Kavramı, Kamu Diplomasisi ve Güvenlik. *Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Derneği (Ekopolitik) Uluslararası İlişkiler Masası*, Rapor No: 11-02.

Belgrad YEE (2020). *Duyurular (2018-2020)*. (Erişim: 17.11.2020), <https://belgrad.yee.org.tr/tr/duyurular>.

Binark, M. (2007), *Yeni Medya Çalışmaları*. Ankara: Dipnot Yayınları.



Cull, N. J. (2020). Public Diplomacy Before Gullion. İçinde: Nancy Snow ve Nicholas J. Cull (Ed.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (s.13-19), Newyork: Routledge.

Fitzpatrick, K. (2009). *The Future of U.S. Public Diplomacy: An Uncertain Fate*. Martinus Nijhoff Publishers.

Haberler.com (2012). *Türk Dizileri, Balkan ve Arap Ülkelerinde Türk İmajına Olumlu Katkı Yaptı*. (Erişim: 17.11.2020), <https://www.haberler.com/turk-dizileri-balkan-ve-arap-ulkelerinde-turk-3370212-haberi/>.

Kalın, İ. (2012). Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi. İçinde: Abdullah Özkan ve Tuğçe Ersoy Öztürk (Ed.), *Kamu Diplomasisi* (s.145-160), İstanbul: Tasam Yayınları.

Leonard, M., Stead, C., & Smewing, C. (2002). *Public diplomacy*. London: Foreign Policy Centre.

Manor I. (2019). Public Diplomacy and the Digital Society. İçinde: Ilan Manor (Ed.), *The Digitalization of Public Diplomacy* (s.29-63), Palgrave Macmillan Series in Global Public Diplomacy. Cham: Palgrave Macmillan.

Nye, J. (2005). *Dünya Siyasetinde Başarının Yolu Yumuşak Güç*. Rayhan İnan Aydın (Çev.). Ankara: Elips Yayınları.

Öztürk, T. (2009). *Dış Politikadaki Etkin Unsur: Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Etkinliği*. (Erişim: 05.11.2020), <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/tugceersoyozturk.pdf>.

Potter, E. H. (2002), Canada and the New Public Diplomacy. *Discussion Papers in Diplomacy*. Clingendael: Netherlands Institute of International Relations.

Sancar, G. A. (2012). *Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beta Yayınları.

Shinar, D., Davidson, R., First, A., Liran-Alper, D., Mandelzis, L., & Naor, A. (2009). *The Neaman document: A study on Israeli public diplomacy*. İsrail: Samuel Neaman Institute.

Szondi, G. (2009). Central and Eastern European Public Diplomacy: A Transitional Perspective on National Reputation Management. İçinde: Nancy Snow ve Philip Taylor (Ed.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (s.292- 313), New York: Routledge.

TİKA (2020). *Faaliyet Raporları (2007-2019)*. (Erişim: 14.11.2020), https://www.tika.gov.tr/tr/yayin/liste/tika_faaliyet_raporlari-22?page=1.

Uğuz, H. E. ve Saygılı, R. (2018). Turkish Public Diplomacy in The Balkans: The Power of Soft Power. *Inquiry*, 3(1), 143-150.



Wang, J. (2006). Managing National Reputation and International Relations in the Global Era: Public Diplomacy Revisited. *Public Relations Review*, 32 (2), 91-96.

Yavuz, T. ve Elcim, Ş. D. (2020). Turkey's Soft Power and Public Diplomacy: The Case of Serbia Between 2002-2019. *Nitel Sosyal Bilimler*, 2(1), 74-89.

Yazar, F. (2020). Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Türk Dizi Sektörünün Değerlendirilmesi. *Stratejik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(3), 529-541.

YEE (2014). *Balkanlarda Kültürel Miras Yeniden İnşa Ediliyor*. (Erişim: 15.11.2020), <https://www.yee.org.tr/tr/haber/balkanlarda-kulturel-miras-yeniden-insa-ediliyor>.

YEE (2020). *Faaliyet Raporları (2016-2018)*. (Erişim: 15.11.2020), <https://www.yee.org.tr/tr/yayinlar?k=23>.

