

## KAMU DİPLOMASİSİ VE HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR: KAMU DİPLOMASİSİ ALANINDA ÇALIŞAN AKADEMİSYENLERİN DEĞERLENDİRMELERİ

Hasan ALTİNCİK<sup>1</sup>

Pınar GÜNER KOÇAK<sup>2</sup>

### Öz

Ülkelerin diğer ülke insanlarıyla gerçekleştirmeye çalıştığı iletişim çalışmalarına kamu diplomasisi denilmektedir. Bu faaliyetler yüz yüze iletişimin yanı sıra günümüzde artık geniş ve profesyonel iletişim çabalarıyla da desteklenmektedir. İletişim çabalarının olduğu ortamlarda halkla ilişkiler çalışmaları da hedef kitleyle doğru, etkili ve devamlı bir iletişim kurulması açısından ihtiyaç duyulan bir alan olmaktadır. Çalışma çerçevesinde kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler arasındaki benzer noktalara literatür ışığında değinilmiş, kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılan araçlar açıklanmıştır. Yöntem kısmında ise açık uçlu 6 adet soru formuyla görüşme yönteminden faydalanılarak veriler toplanmıştır. Araştırmaya kamu diplomasisi konusunda çalışmaları olan akademisyenler dâhil edilmiştir. Katılımcılar rastlantısal örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Çalışma için etik kurul izni alınmıştır. Kamu diplomasisi konusunda çalışmaları olan katılımcıların genel olarak kamu diplomasisi çalışmalarında halkla ilişkiler çalışmalarından faydalanılması gerektiği, kamu diplomasisinin de hedef kitlelerle kurulan bir iletişim çabası olması nedeniyle halkla ilişkilerden ayrı tutulmaması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kamu Diplomasisi, Halkla İlişkiler, Betimsel Analiz.

## TOOLS USED IN PUBLIC DIPLOMACY AND PUBLIC RELATIONS EVALUATIONS OF ACADEMICS WORKING IN THE FIELD OF PUBLIC DIPLOMACY

### Abstract

Communication studies that countries try to realize with people of other countries are called public diplomacy. In addition to face-to-face communication, these activities are now supported by extensive and professional communication efforts. In environments where there are communication efforts, public relations studies are also an area needed in terms of establishing correct, effective, and continuous communication with the target audience. Within the framework of the study, similar points between public diplomacy and public relations are

<sup>1</sup> Öğretim Görevlisi Dr., Dicle Üniversitesi İletişim Fakültesi, E-posta: [hasanaltincik@gmail.com](mailto:hasanaltincik@gmail.com), ORCID ID: 0000-0002-3528-2680

<sup>2</sup> Öğretim Görevlisi Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Gülşehir Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, E-posta: [pinarguner6@hotmail.com](mailto:pinarguner6@hotmail.com), ORCID ID: 0000-0002-1715-460X

**Atf:** Altincik, H., Güner Koçak, P., (2022). Kamu diplomasisi ve halkla ilişkilerde kullanılan araçlar kamu diplomasisi alanında çalışan akademisyenlerin değerlendirmeleri. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Van YYÜ 40. Yıl Özel Sayısı, 137-156

**DOI:** 10.54831/vanyuyuibfd.1128851

mentioned through literature research, and the tools used in public diplomacy and public relations studies are explained. In the method part, data were collected by using the interview method with 6 open-ended question forms. Academicians who have studied on public diplomacy were included in the research. Participants were selected by random sampling method. Ethics committee approval was obtained for the study. It has been concluded that the participants who have studies on public diplomacy should benefit from public relations studies in general in public diplomacy studies, and public diplomacy should not be separated from public relations because it is a communication effort established with target audiences.

**Keywords:** Public Diplomacy, Public Relations, Descriptive Analysis.

## **GİRİŞ**

Kamu diplomasisi, başka ülkelerin halkları üzerinde, diplomatik yöntemlere ilaveten, olumlu algı yaratılması ve ülke çıkarları doğrultusunda yönetilmesi amacıyla girişilen, uzun dönemli fayda sağlayan ve imaj yönetimi, algı yönetimi, halkla ilişkiler, uluslararası ilişkiler, diplomasi gibi alanlarda ilerleyen birçok çalışmanın bir bütün halinde istenilen sonucu vermesini sağlayan bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Erzen, 2014: 60). Kamu diplomasisi birçok disiplini kapsayan geniş bir yelpazeye sahip bir alandır. Halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi gerek kullanılan araç ve yöntemler olarak gerekse hedef kitlelere yönelik imaj, itibar ve algı yönetimi içerisinde yer almalarından ötürü birbirleriyle yakın ilişki içerisindeyler. Halkla ilişkilerin hedef kitlelerine yönelik yürüttüğü faaliyetlerin, kamu diplomasisi tarafından da gerçekleştirilmesi, kamuoyu oluşturma çabaları, kamularına yönelik olumlu kanaat oluşturma çabaları benzerlik gösterdiği gibi halkla ilişkilerin ve kamu diplomasisinin hedef kitlelerinin birbirinden farklı olduğunu söylemekte fayda vardır.

Kamu diplomasisi alanında literatürde çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Aydemir (2016), Dış Politikada Yumuşak Güç ve Medya eserinde, kamu diplomasisi ve ülkemizin yumuşak güç unsurları ile bu unsurların ABD'yle kıyaslanmalarını irdemiştir. Güzel (2016), Yunus Emre Enstitüsü'nün kültürel diplomasideki destekleyici rolüne değinmiştir. Yaşar, uluslararası ilişkilerde bir iletişim enstrümanı olarak Twiter kullanımını dönemin ABD Başkanı Donald Trump ve İranlı General Kasım Süleymani arasındaki karşılıklı paylaşımları incelemiştir ve bu bağlamda geleneksel diplomasinin sosyal medya ile dijitalleşmeye başladığını vurgulamaktadır (Yaşar, 2020: 41-69). Köksoy (2021)'un Türkiye'de kamu diplomasisi medya, iletişim ve halkla ilişkiler çalışmaları alanı olarak kamu diplomasisi konusunda yapılmış olan çalışmaları incelemiş ve ülkemizde 2000'li yıllardan sonra kamu diplomasisinin iletişim, medya ve halkla ilişkilerle ilişkilendirildiği sonucuna varmaktadır. Çiçek ise sözde Ermeni soykırımı iddialarına yönelik ülkemize yönelik gerçekleştirilen haksız algıların nasıl düzeltileceğine dair iletişim çalışmaları örnekleri sunmaktadır (Çiçek, 2018: 798-812). Bu çalışmaların ortak noktaları halkla ilişkiler ve iletişim araçlarını kullandıkları yöntemler bakımından kamu diplomasisi ile karşılaştırılmalarına olanak tanımalarıdır. Kamu diplomasisinde kullanılan yöntemler ve araçlar bakımından alandan uzman akademisyenlerin görüşlerine ilişkin bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma kapsamında Türkiye'de kamu diplomasisi alanında çalışan ve akademik

yayınları bulunan değerli akademisyenlerin Türk kamu diplomasisi uygulamaları hakkındaki görüş ve kanaatleri üzerine betimsel bir analiz yapılmıştır. Verilerin toplanması için Dicle Üniversitesi Bilimsel Etik Kurulu'ndan gerekli onay alınmıştır. Veriler betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir.

## **KAMU DİPLOMASİSİ VE HALKLA İLİŞKİLER**

Kamu diplomasisi kavramı ilk olarak, Amerika Birleşik Devletleri'nde Kennedy Hükümeti döneminde başkan yardımcılığı yapan Murrow tarafından kullanılmıştır. Murrow'a göre kamu diplomasisi, sadece yabancı hükümetleri içeren çalışmalar değil aynı zamanda sivil toplum örgütlerini ve sivilleri hedef alan ve devletin görüşlerinin yanı sıra çeşitli kişisel görüşler olarak ortaya konan etkileşimler olarak tanımlanmıştır (Nye, 2020: 153). Kamu diplomasisi alanının siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler ve halkla ilişkiler gibi disiplinlerarası bağlamda ele alınması sebebiyle çok sayıda tanım geliştirilmiştir. Kamu diplomasisine yönelik en yaygın tanım; bir devletin ya da hükümetin, temas içerisinde olduğu yabancı ülkelerin vatandaş topluluklarıyla doğrudan sosyal ilişki ve iletişim kurmak suretiyle kendi ülkesinin dış politikasını yönetmesi ve ulusal çıkarlarını geliştirmesi çabalarını tasvir için kullanılmaktadır (Say, 2015: 23). Tanımdan hareketle ülkelerin dış politikalarında ve uluslararası ilişkilerinde kaynak ülkenin hedef ülkelere kendi ülkesinin imajı, itibarı, bilinirliği, ülkesine yönelik olumsuz tutumların olumluya çevrilmesi, olumlu tutumların pekiştirilmesi için gerçekleştirilen pek çok faaliyet kamu diplomasisi kavramı içerisinde değerlendirilebilmektedir. Hedef kitlelerin çeşitliliği ve onlarla kurulacak olan ilişki tarzı, ulusal markalama, imaj ve itibar çalışmaları açısından değerlendirildiğinde kamu diplomasisi uluslararası halkla ilişkiler bağlamında ele alınabilmektedir.

Halkla ilişkiler, bir örgütün iç ve dış kamularla, örgütün hedeflerine ulaşma yeteneğini etkileyen gruplarla kurduğu iletişime ait planlama, yürütme ve değerlendirme etkinliklerinin toplamı olarak tanımlanabilmektedir (Grunig, 2005: 15). Halkla ilişkilerin bu genel tanımı ile yürütülen faaliyetlerin, hedef kitle tespitinin, araştırma ve değerlendirme süreçlerinin, uygulanacak faaliyetlerde belirlenen iletişim yöntem ve tekniklerinin kamu diplomasisi alanıyla birçok açıdan benzerlikler gösterdiğini belirtmek gerekmektedir.

Kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler disiplinlerinin ilgilendikleri “kamuoyu” ve “hedef kitle kavramları”, her iki disiplin arasındaki ilişkinin açıklanması konusunda başlangıç noktasını oluşturmaktadır. Erzen'in belirttiği gibi kamu diplomasisi evrensel değerler yaratılması ve uluslararası kamuoyunun dış politika hedefleri ile uyumlu olarak etkilenmesi amacıyla halkla ilişkiler yöntemlerini ve tekniklerini kullanmaktadır. Kamu diplomasisi kapsamında yürütülecek çalışmalar halkla ilişkiler teknikleri kullanılarak; hedef kitlenin özelliklerine ve ihtiyaçlarına göre biçimlendirilebilmekte, istenen mesajlar hedef kitleye en uygun araçlar aracılığıyla ulaştırılabilmektedir (Erzen, 2014: 106-107). Bu bağlamda halkla ilişkiler modellerinden ve uygulamalarından yararlanılabilmektedir.

Kamu diplomasisi genel olarak devletin dış kamulara yönelik gerçekleştirdiği bilgilendirme ve tanıtım çabalarını içermektedir. Kamu diplomasisi devletler, hükümetler ve devleti temsil eden kurumların yürütmüş oldukları faaliyetleri açıklamak, karşılıklı anlayış geliştirmek, ülkelerin imaj ve itibarını düzeltmek veya arttırmak amacıyla iki yönlü iletişimi tesis etmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda halkla ilişkiler disiplininin önemli isimlerinden E. Bernays'in karşılıklı anlayış, kamuoyu ile uyum ve çevresel adaptasyon, aracılık, dengeli etki, gruptan gruba geribildirim sağlanması (Okay & Okay, 2014: 128) gibi özellikleri taşıyan simetrik modellerinin referans alındığı ve kamu diplomasisi faaliyetlerinde kullanıldığını belirtmek gerekir. Bu tür kamu diplomasisi faaliyetlerinde karşılıklı yarar söz konusudur ve her iki taraf için geçerli politika değişimleri, dönüşümleri amaçlanmaktadır (Yağmurlu, 2007: 16). Bu hedefe kitleler kimi zaman diğer ülkelerin vatandaşları kimi zaman ise çeşitli sebeplerden dolayı başka ülkelerde yaşayan soydaşlardan da oluşabilmektedir (Basmacı, 2022: 207).

Kamu diplomasisi başlangıçta sadece hükümetin iletişim faaliyetleri olarak ele alınmasına karşın kavram ve uygulama alanları geliştikçe Murrow'un belirttiği gibi özel şahıslarında kaynak konumuna geldiği görülmektedir. Genellikle kamu diplomasisi hem hükümetin hem de bireylerin ya da grupların doğrudan ya da dolaylı olarak kamu düşüncelerini ve oylarını etkilemesiyle başka bir hükümetin dış politika kararlarını doğrudan beslemesi yolunu kapsamaktadır.

Kamu diplomasisinin üç boyutu bulunmakta ve bu boyutların her biri devlet tarafından doğrudan bilgilendirilmeyi ve uzun vadeli kültürel ilişkileri içermektedir. Bu boyutlardan ilki iç ve dış politika kararlarının kapsamının açıklanmasını içeren günlük boyuttur. Bu evre reaktif süreçleri içermektedir. Krizlerle başa çıkılması ve saldırılara hızlı karşılık verilmesi özellikle haksız suçlamaların ve yanlış bilgilerin ivedilikle cevaplandırılmasını kapsamaktadır. İkinci boyut, planlı ve programlı bir iletişimi gerektiren stratejik iletişimlerdir. Bu boyutta siyasi kampanyalar da ya da reklam kampanyalarında olduğu gibi, ana temaların markalaştırılması ya da özel bir devlet politikasında ilerleme sağlanması amacıyla, bir yıl içindeki sembolik olaylar ve iletişimler planlanmaktadır. Kamu diplomasisinin üçüncü boyutu ise, sosyal sorumluluk, kişisel ilişkiler ve eğitim çalışmalarını içermektedir. Bu kapsamda burslar, değişim programları, stajlar, seminerler, konferanslar ve medya kanallarına erişim yoluyla, kilit kişilerle yıllar içerisinde uzun vadeli ilişkilerin geliştirilmesidir (Nye, 2020: 154-156). Kamu diplomasisinin üçüncü boyutu değerlendirildiğinde halkla ilişkiler beşinci modeli olarak adlandırılan kişisel etki modeli ile örtüştüğü görülmektedir. Kişisel etki modelinde, örgütün halkla ilişkiler uzmanlarının, söz sahibi gazetecilerle, hükümette çalışan kamu görevlileri, eski diplomatlar, aktivistler, STK sorumluları vb. ile olan sıkı ilişkilerinin yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerine olumlu etkileri açıklanmaktadır (Grunig vd.,1995: 180). Kamu diplomasisin karşılıklı anlayış, iki yönlülük, stratejik iletişim planlaması ve kilit paydaşlarla önemli ilişkiler kurulması temeline dayanması halkla ilişkiler modellerinde önerilen iletişim yönetimleriyle doğrudan paralellik göstermektedir.

Kamu diplomasisinde en önemli unsurlardan biri temas edilmek istenen kamuların tespit edilmesidir. Hedef kitleye verilecek olan mesajın içeriği, gücü ve yönünün belirlenmesi ancak hedef kitlenin tespiti ile mümkün olabilmektedir. Ayrıca kamu diplomasisinde hedef kitleyi sadece başka ülkelerin yabancı vatandaşları meydana getirmemekte aynı zamanda onlara ulaşmak için çalışanlar yani iç hedef kitle, kendi ülke vatandaşı, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, kanaat önderleri de oluşturmaktadır. Kamu diplomasisinde iç hedef kitlenin bir bölümünü o devletin dış ülkelerle ilişki kurmakla görevlendirdiği çalışanları oluşturmaktadır. Bu çalışanlar diğer devletlere ve vatandaşlarına göre belirlemiş oldukları kamu diplomasisi yöntem ve stratejileri ile ulaşmaya çalışmaktadırlar.

Kamu diplomasisinde yanlış anlaşılmaları ortadan kaldırmak ve başarılı olmak için iç hedef kitle ve dış hedef kitleye verilen mesajların farklı olması gerektiği gibi, genel anlamda başarılı bir kamu diplomasisi yürütmek için her ülkede ve bölgedeki hedef kitle tanımlamalı ve bu kitlelere ulaşmak için strateji ve amaçlar farklı yollarla uyarlamalıdır.

Hükümetler kamu diplomasisinde tek aktör değildir. Kamu diplomasisinde kurulan iletişimin biçimine ve yapısına göre, toplumdaki etki alanlarına göre sivil toplum örgütleri de önemli aktörler haline gelmiştir. Bunların dışında özellikle araştırma süreçlerine dahil olmaları ve kültürel diplomasiyi inşa edilmesi ve yürütülmesi açısından üniversitelerde önemli paydaşları oluşturmaktadır. Ayrıca hedef kitlelerin fikir ve kanaatlerini dikkate aldıkları, takip ettikleri toplumda akil olan insanlar ve kanaat önderleri de paydaşları oluşturmaktadır. Hedef ülkedeki kanaat önderlerini etkilemek de aslında o ülkenin vatandaşlarının dolaylı yoldan etkileneceği bir yoldur (Sancar, 2012: 91-95).

Kamu diplomasisinde başka ülkelerdeki halkların ilgisinin ve sempatisinin uzun dönemli olarak kazanılmasını amaçlamaktadır. Bu amacın gerçekleştirilmesi için faaliyetlerin yürütüleceği ülkenin kültürünün, inanç, düşünce ve davranış kalıplarının anlaşılması yürütülecek faaliyetler için büyük önem taşımaktadır. Halkla ilişkilerde de çokuluslu şirketler, faaliyetlerini yürütmeden önce çeşitli verilerden yararlanmak amacıyla söz konusu halkların kültürü, ülke tarihi, demografik, ekonomik ve sosyolojik düzeylerini belirleyecek araştırmalar yapmaktadır (Erzen, 2014: 109). Doğru hedef kitlelere, doğru mesajın iletilmesi hususunda her iki alan için araştırma yürütülecek faaliyetlerin temelini oluşturmaktadır. Kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler uygulayıcılarının temel amacı, devletlerin, hükümetlerin, kurum ve kuruluşların çıkarı için kamuoyunu etkilemektir (Sancar, 2012: 110). Böylece kamuoyu nezdinde olumlu bir algı oluşturmak, var olan olumlu algıları pekiştirmek ya da olumsuz algıları değiştirmek için imaj-itibar yönetimi, sosyal sorumluluk, sponsorluk, algı yönetimi ve hatta manipülasyon gibi yöntemlere başvurulmaktadır.

Hem halkla ilişkiler hem de kamu diplomasisinde kullanılan İmaj/saygınlık yönetimi, firmanın veya kurumun hizmet veren veya satış yapan olarak popülerliği veya değeri üzerinde yapılan kampanyalardır (Erdoğan, 2008: 233). Halkla ilişkiler zihinlerde, kişi, örgüt veya ürün/hizmet hakkında olumlu imaj yaratma çabasını içeren etkinliklerdir. Uluslararası sistem içinde ülkelerin

imajlarının olumlu olması, uluslararası etkinliklerini artırıcı rol oynamaktadır. Bu ön kabul, kamu diplomasisi çabalarının içinde bu tür çalışmaların da dâhil edilmesi sonucunu doğurmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, kurum veya kuruluşların, ekonomik işlevlerinden farklı olarak spor veya sanat sponsorluğu, yardım derneklerine bağış veya mekân olanaklarını, eğitim, teknoloji, sağlık vb. alanlarda donanım ya da insani destekleri kapsayan faaliyetler dizisini içermektedir (Varol, 2019: 16). Halkla ilişkiler faaliyetlerinde sıklıkla kullanılan sosyal sorumluluk faaliyetleri, kamu diplomasisi alanında da yardıma ihtiyacı olan ülkelere ya da kamulara destek olmak amacıyla çeşitli şekillerde kullanılabilir. Algı yönetimi geniş kapsamlı, daha çok fayda sağlayan ve daha az belirsiz enformasyon elde edebilmek için dış dünyadan veri akışını kontrol etmek (Saydam, 2012: 89) olarak tanımlanabilmektedir. Algı yönetimi, ikna, propaganda, manipülasyon, kamu diplomasisi, stratejik iletişim gibi ikna ve iletişim becerileriyle ilişkili çok yönlü bir süreci ifade etmektedir (Gültekin, 2016: 15). Görüldüğü üzere halkla ilişkilerin faaliyetleri ile kamu diplomasisinin uygulama teknikleri birbirine oldukça yakındır. Belirtmek gerekir ki kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler hedef kitle ve kullanılan teknikler olarak benzerlik gösterse de faaliyet alanının genişliği açısından birbirlerinden farklılaşmaktadırlar. Kamu diplomasisi daha devlet odaklı faaliyetlerini sürdürürken, halkla ilişkiler işletme ve işletmenin karlılığı odaklı faaliyetlerini sürdürmektedir.

### **KAMU DİPLOMASİSİ VE HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR**

Mc Luhan'ın araç mesajdır önermesinden yola çıkılarak hedef kitleye iletilmek istenen mesajın niteliğinin doğru algılanması, mesajın zamanında iletilmesi ve hedeflenen kitlelere ulaşması için doğru araçların seçilmesi gerekmektedir. Kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler arasında hedef kitlelerin tespiti, uygulama öncesi araştırma, kullandıkları yöntemler ve iletişimin yönetimi açısından birçok benzerlik bulunmaktadır. Bu iki alan arasındaki bir ortak nokta da hedef kitleleri ile temas etmelerini sağlamada kullanılan araçlardır. Kamu diplomasisi ve halkla ilişkilerde kullanılan araçlar Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkilerde Kullanılan Araçlar

<b>KAMU DİPLOMASİSİNDE KULLANILAN ARAÇLAR</b>	<b>HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN ARAÇLAR</b>
Kitle İletişim Araçları - Televizyon - Radyo - Gazete - Dergi - Sinema	Kitle İletişim Araçları - Televizyon - Radyo - Gazete - Dergi - Sinema - Diğer Yayınlar: Broşür, El kitabı, Bülten, Yıllık, Afiş, Pankart, El İlanı, Panolar vs.
Yeni Medya - İnternet - E-posta - Sohbet odaları	Yeni Medya - İnternet - E-posta - Sohbet odaları

- Sosyal medya	- Sosyal medya - Kurum Web Sayfaları - Kurumsal Bloglar vs.
Uluslararası Etkinlikler - Spor Etkinlikleri - Kültür-Sanat Etkinlikleri - Uluslararası Yayımcılık	Uluslararası Etkinlikler - Spor Etkinlikleri - Kültür-Sanat Etkinlikleri - Uluslararası Yayımcılık
Reklam ve Ürün Kullanımı	Tanıtım Faaliyetleri
-----	Kişisel İletişim Araçları - Mektuplar - Yüz yüze iletişim
Sponsorluk	Sponsorluk
Uluslararası Tanıtım Faaliyetleri - Ticari Fuarlar	Yerel Tanıtım Faaliyetleri - Sergiler - Yöresel Şenlikler, festivaller - Yarışmalar - Bilimsel Toplantılar - Törenler - Geziler
-----	Kurum içi Faaliyetler - Geleneksel toplantılar ve yemekler - Seminerler, eğitimler - Yıldönümü kutlamaları - Ritüeller, ödüller, kutlamalar vs.

Kaynak: (Sancar, 2021: 185-222); (Asna, 2006: 139-179).

Kamu diplomasisi, kültürel diplomasi, lobicilik ve savunuculuk gibi alanlarda mesajlarını iletebilen bir süreçtir. Kamu diplomasisinin halkla ilişkiler disiplini ile en çok benzeştiği alan onun halkla ilişkiler araçlarından yararlanmasıdır (Sancar, 2012: 185). Halkla ilişkilerin kurum içi ve kurum dışında kullandığı yöntemler; geleneksel toplantı ve yemekler, seminerler ve eğitimler, yıldönümü kutlamaları, yılın çalışan, ayın çalışanı vb. motivasyon uygulamaları, çeşitli gezi ve eğlence programları, kurumun kahramanlarına ilişkin hikayeler, ritüeller-törenler-ödüller-kutlamalar; seminerler, toplantılar, fuarlar, yarışmalar, konserler, reklam uygulamaları, promosyon uygulamaları, stant çalışmalarları, sponsorluklar, festivaller vb. şekilde açıklanabilmektedir (Başok & Çoşkun, 2013: 152). Son dönemlerde hayatın her alanında var olan yeni medya ve uygulamaları da etkileşimli yapısıyla özellikle gençler arasında yaygın kullanılmasından dolayı etkili bir araç olarak değerlendirilmelidir (Uğurhan, 2021: 197). Kamu diplomasisinde de geleneksel medya araçlarından, yeni medya uygulamalarından, uluslararası etkinliklerden, reklam, ünlü kullanım, uluslararası yayımcılık ve ulusal markalardan faydalanılmaktadır.

Kamu diplomasisinde gerek doğru hedef kitleye ulaşmak gerekse hedef kitlede istenilen etkiyi bırakmak için en etkili iletişim araçlarının kullanılması gerekmektedir. İletişim teknolojilerindeki ilerlemeler dikkate alındığında, internet, uluslararası basın-yayın, sivil toplum kuruluşları, akademik kurumlar, kurumların web siteleri, sanal ortamlarda var olan internet siteleri olarak sıralamak mümkündür (Erzen, 2014: 147). Özellikle son dönemlerde internet aracılığıyla hızlı bilginin yayılmasına olanak tanıyan sosyal paylaşım siteleri kamu diplomasisi alanı için önemli bir iletişim aracı haline gelmiştir. Ancak sosyal medya etkin, ucuz, hızlı ve güncel bilginin dolaşmasına imkan sunmasına karşın bilgi kirliliğinin artması, bilginin kontrolünün zorlaşmasına ve yanlış bilgilerinde hızlı bir şekilde yayılma ihtimali krizlere sebep olabilmektedir.

## **KAMU DİPLOMASİSİ ALANINDA ÇALIŞAN AKADEMİSYENLERİN DEĞERLENDİRMELERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

### *Araştırmanın Konusu*

Araştırmanın konusunu kamu diplomasisinde etkin bir şekilde kullanılan kitle iletişim araçlarının neler olduğu ve kamu diplomasisi ile halkla ilişkiler arasındaki bağlantının nasıl değerlendirildiği oluşturmaktadır.

### *Araştırmanın Amacı ve Önemi*

Kamu diplomasisi ve halkla ilişkilerin hedef kitlelerinin ortak unsuru halk kavramıdır. Halkla ilişkiler en yalın tanımıyla kaynak konumundaki bir yapının hedef kitleleriyle iletişimini oluşturup sürdürme görevini yürütmektedir. Kamu diplomasisi ise bir ülkenin başka ülkedeki hedef kitlelerle iletişim kurması, kendini anlatması ve olumlu bir algı oluşturma çalışmalarını kapsamaktadır. Bu bilgilerden hareketle araştırmanın amacı kamu diplomasisi konusunda çalışmaları olan akademisyenlerin kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler arasındaki bağı nasıl tanımladıklarıdır. Literatürde kamu diplomasisi konusunda çalışmaları olan farklı üniversitelerdeki bilim insanlarının konuya nasıl yaklaştıkları kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler konularında yapılacak olan çalışmalar açısından önemlidir.

### *Araştırma Soruları*

Çalışma kapsamında aşağıdaki araştırma sorularına cevaplar aranmıştır.

Araştırma sorusu 1: Kamu diplomasisi uygulamalarında kitle iletişim araçlarının etkisi var mıdır? Varsa bu etki nasıldır?

Araştırma sorusu 2: Kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler arasında bir bağ var mıdır? Varsa halkla ilişkilerin katkısı nasıldır?

Araştırma sorusu 3: Türk kamu diplomasisinin çalışmaları yeterli bir seviyede midir?



### ***Araştırmanın Yöntemi ve Verilerin Toplanması***

Bir konu hakkında derinlemesine bilgi edinilmesi amacıyla açık uçlu soruların yer aldığı yüz yüze veya günümüzde teknolojinin de sağladığı imkânlarla uzaktan, e-posta aracılığıyla veriler görüşme yöntemiyle toplanabilmektedir (Tekin, 2006: 101). Görüşme yöntemlerinden, yarı yapılandırılmış görüşmeler verilerin toplanması esnasında katılımcılara ve araştırmacılara esneklik sağlamaktadır (Altunay vd., 2014: 64). Bu amaçtan hareketle çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme yöntemi tercih edilmiş ve veriler yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle toplanmıştır. Katılımcılara 6 adet açık uçlu soru sorulmuş, sorular e-posta aracılığıyla iletilmiş ve yine e-posta aracılığıyla geri bildirimler alınmıştır. Çalışma öncesinde Dicle Üniversitesi Bilimsel Etik Kurulu'ndan gerekli etik onayı alınmıştır.

Araştırmanın evrenini kamu diplomasisi konusunda çalışmaları olan akademisyenler oluşturmaktadır. Homojen bir yapı sergilemeyen evrenin tamamına ulaşamayacağı için amaçlı örnekleme yöntemlerinden, tabakalı (rastlantısal) örnekleme yöntemi tercih edilmiştir (Aziz, 2015: 52). Araştırmaya ülkemizdeki farklı üniversitelerde görev yapan, kamu diplomasisi ve uluslararası ilişkiler konularında çalışmaları olan, 5 öğretim elemanı katılım sağlamıştır. Katılımcılara çalışmada isimlerinin yer almasını isteyip istemedikleri sorulmuştur. Katılımcılar bu soruya olumlu dönüş yapmışlardır. Ancak aşağıda paylaşılan cevaplarda nesnel bir yaklaşım sergilenmesi adına öğretim elamanları isim olarak belirtilmek yerine “katılımcı 1,2,...” şeklinde bir kodlanmıştır.

### ***Araştırmanın Bulguları***

Katılımcılara kamu diplomasisi, uluslararası ilişkiler ve halkla ilişkiler konuları bağlamında fikirlerin ve yaklaşımların neler olduğunun ortaya çıkarılması için 6 soru yöneltmiştir. Soruların karşılaştırılmasıyla, aynı alanda çalışmaları olan akademisyenlerin konuları nasıl değerlendirdiklerinin öğrenilmesi bu alana sunacağı katkı bağlamında değerlidir. Bu noktada katılımcılara sorulan ilk soru, “Kamu diplomasisini en yalın haliyle nasıl değerlendirirsiniz?” olmuştur. Cevapları incelediğimizde:

Katılımcı 1: Kamu diplomasisi, ülkelerin sert güç (askeri ve ekonomik güç) unsurlarını kullanmak yerine; sahip oldukları kültürel, sanatsal, ideolojik vb. unsurları kullanarak başka ülkelerin kamuoylarını kendi çıkarları doğrultusunda etkilemeye çalıştığı bir süreçtir. Bu süreç, başka ülkelerin vatandaşlarını ve aydınlarını ikna ederek hedeflerin gerçekleştirilmesini sağladığı için son derece işlevseldir. Bununla birlikte sert güç unsurlarını kullanmak ülkeler açısından çok daha maliyetlidir ve iyi planlanmış bir kamu diplomasisi politikası, çoğu zaman bu maliyetten kurtulmayı sağlayabilir.

Katılımcı 2: Kamu diplomasisi hükümet, birey ve grupların davranışlarını etkilemektir. İlişki inşa etme üzerine kuruludur. Bir ulusun kendi düşüncelerini, kültürünü, politikalarını ve sayılabilecek birçok hususu yabancı halklara anlatmak ve dış politika amaçları için kamuoyu oluşturmaktır.

Katılımcı 3: Kamu diplomasisini, bir uluslararası aktörün diğer tarafları kendi amaç, beklenti ve çıkarları doğrultusunda yumuşak güç unsurlarından yararlanarak etkileme çabası olarak ifade etmek

mümkündür. Kamu diplomasisi, etkilemek isteyen aktörün hem kendi hem de etkilemeye çalıştığı aktör/aktörlerin dinamiklerinden hareketle planlayıp uygulamaya koyduğu bir çeşit stratejik iletişim yönetimidir. Kamuoyu oluşturmak, gönüllere girmek, birlikte çalışmaya ikna etmek, sempati yaratmak, etkilemek gibi olumlu kavramlara dayandırılabilir olan kamu diplomasisi faaliyetleri bunu başaramıyorsa en azından karşıtlığı önlemek, antipati oluşmasını engellemek varsa ortadan kaldırmak yahut nötralize etmek gibi çabalara dayanır.

Katılımcı 4: Kamu diplomasisi bir ülkenin, hükümetinin diğer ülkelerin halklarıyla kurduğu ilişki ve iletişimlerine verilen genel addır. Kamu diplomasisinin amacı ülkenin değerleri, politikaları ve idealleri üzerinde olumlu algı, imaj ve itibar oluşturmaktır. Ülkelerin uluslararası iletişimlerinin yönetimi olarak değerlendirilebilir.

Katılımcı 5: Geleneksel diplomasi yöntemi bilindiği üzere iki ya da daha fazla ülkenin farklı alanlardaki (iktisadi, siyasi, ticari, vb) ilişkilerini belirlemek ya da müzakere etmek için devlet görevlilerinin karşılıklı iletişimde olduğu bir süreci ifade etmekteydi. Dolayısıyla geleneksel diplomasi öznesi devletler- devletler şeklindeydi. Küreselleşmenin imkân sağladığı iletişim ve ulaşım teknolojilerindeki gelişmeler, bilgiye ulaşmanın anlık hale gelmesi ve özellikle soğuk savaş sonrası bütün dünyada liberal demokrasinin tarihin sonu iddiasını taşımasıyla birlikte diplomasi öznesi devlet-halk ya da halk-halk biçimine evrilmeye başlamıştır. Kamu diplomasisi kavramı, geleneksel diplomasi bu evrilme sürecini ifade etmektedir. Geleneksel diplomasi başka ülkelerin devlet başkanları ve dışişleri temsilcileri aracılığıyla ilişkiler inşa edilirken, kamu diplomasisi döneminde artık birçok ülke için hedef başka bir ülkenin/ülkelerin halkına kendi hikâyesini anlatmak, sempati uyandırmak, cazibe merkezi haline gelmek ve yumuşak güç potansiyelini artırarak başka halkları etkilemek olmuştur. Dolayısıyla kamu diplomasisinde her ülke yumuşak güç potansiyelini geliştirerek başka ülkelerin vatandaşları için cazibe merkezi haline gelirken, halkının gönlüne girdiği hedef ülkeyle ilişkilerini de istediği şekilde yürütmeyi amaçlamaktadır.

Genel itibarıyla açıklamaları incelediğimizde kamu diplomasisinin bir yumuşak güç unsuru olduğunu ve değişen dünyayla farklılaşan iletişim yöntemlerinin de kamu diplomasisinde olumlu katkılar sunduğu söylenebilir. Kamu diplomasisi uygulamalarının ise artık devlet-devlet temelli algısından ulusların vatandaşlarına yönelik çalışmalara evrildiği ifade edilebilir.

Hedef kitlelerle iletişim kurulurken kullanılan iletişim araçları başarılı çalışmalar için önemli bir yer tutmaktadır. Kamu diplomasisi bağlamında kullanılacak iletişim araçları iletişim süreçlerinin sonucuna yansımaktır. Bu noktada katılımcılara ikinci olarak, “Sizce kamu diplomasisinde kullanılan en etkin araçlar nelerdir (kitle iletişim araçları, yeni medya veya uluslararası etkinlikler bağlamında değerlendiriniz) ?” sorusu yöneltilmiştir.

Katılımcı 1: Kamu diplomasisinde hem kitle iletişim araçlarının hem de yeni medyanın çok önemli bir yeri vardır. Özellikle sinema ve televizyon gibi kitle iletişim araçları, bir ülkenin kendi

değerlerini, kültürünü, yaşam tarzını ve “cazibesini” geniş kitlelere ulaştırdığı için son derece hayati bir rol oynar. Bu bağlamda en bilinen örnek ABD’nin yaşam tarzını/değerlerini dünya kamuoyuna tanıtan ve kitlelere içkin hale getiren “Hollywood sineması”dır. Bununla birlikte son dönemlerde özellikle Ortadoğu, Balkanlar ve Güney Amerika’da geniş bir izleyici kitlesine sahip olan Türk dizileri de kitle iletişim araçlarının kamu diplomasisindeki önemini gösteren açık örneklerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Belki de milyarlarca dolar harcanarak yapılamayacak tanıtım, bu diziler sayesinde daha az maliyetle ve çok daha etkin bir biçimde yapılabilmektedir. Yeni medya ise son dönemde internetin yaygınlaşması ile birlikte siyasal devrimleri dahi tetikleyecek (Ortadoğu’daki otoriter rejimlere karşı bir halk ayaklanması olan ve Arap Baharı olarak adlandırılan süreçte sosyal medyanın oynadığı rol hatırlanmalıdır) bir güce sahip olmuş ve en önemli bilgi kaynaklarından biri haline gelmiştir. Dolayısıyla internet üzerinde kendi imajlarını doğru yansıtan ülkeler, diğer ülkelerin vatandaşlarını etkileme bağlamında son derece büyük bir avantaj elde etmektedirler. Buna karşın internetin daha az kontrol edilebilir yapısı, ülkelerin imajlarına çok büyük zararlar da verebilir. Örneğin ABD’nin Irak işgali sırasında internet üzerinden yayılan ve ABD askerlerinin yaptığı insan hakları ihlallerini içeren videolar bu ülkenin imajına büyük zarar vermiştir.

Katılımcı 2: Kamu diplomasisinde kullanılan her aracın kendine ve hedef kitlenin özelliklerine göre farklı etkileri söz konusudur. Kullanılan araçların zamansal olarak etkinlik ölçüsü değişebilir. Örneğin Soğuk Savaş döneminde radyo ve yayımların önemli bir etkisi vardı. Komünizmin çöküşünde *Radio Free Europe* ve *Radio Liberty* mühim roller üstlendi. Kaldı ki bu örnekler çoğaltılabilir.

Katılımcı 3: Kamu diplomasisinde kullanılan araçların etkinliğini tekdüze bir anlayışla budur diye cevaplamanın doğru olmadığı söylenebilir. Zira yaratılmak istenen etkinin amacı ve hedef kitle araç ve yöntemlerin belirlenmesinde ve etkinliğinde önemli birer faktördür. Örneğin ekonomik darboğaz, temiz suya ulaşım ve açlıkla mücadele eden bir Afrika ülkesinde kamuoyunu çevre ve iklim söylemleri ile etkilemeniz çok mümkün değildir. Ancak buralarda temiz suya erişimi sağlayacak kuyular açmak, çeşitli yöntemlerle tarım politikalarını destekleyerek açlıkla mücadeleye katkı sunmak gibi yöntemler daha başarılı olacaktır. Bu noktada sorunun iletişim araç ve yöntemlerinden hangisi ile bu faaliyetlerin duyurumunun yapılması ve hangisinin daha etkili olacağı kısmı da benzer bir cevaba dayandırılabilir. Zira iletişimde hedef kitlenin özellikleri seçilecek iletişim aracı üzerinde belirleyicidir. Ancak genel bir değerlendirme yapılacak olursa kamu diplomasisi faaliyetlerinin bütüncül bir iletişim yaklaşımıyla hem geleneksel hem de yeni medya araçlarının birlikte ve etkin kullanımıyla daha başarılı olacağını söylemek gerekir. Bununla birlikte yüz yüze temaslar, toplantılar hatta halkla birlikte olmak iletişim kurmak son derece etkili olabilmektedir. Bu noktada film ve müzik endüstrisini ve bunların ürünlerini de saymak gerekir. Zira bunlar diğer toplumlar içerisinde en hızlı ve kolay yayılabilen ve toplumların birbirleri hakkında fikir sahibi olmalarını sağlayan enstrümanlardır. Örneğin Amerikan film endüstrisi yapılan her savaş veya işgali diğer toplumlara çektikleri filmlerle anlatma yolunu seçmiştir. Böylece izleyici filmin anlatısı içinde Amerikalıları yaptıkları sebebiyle

haklı görebilir hatta kendi ait olduğu topluma veya millete örneğin Vietnamlılara, Ruslara, Iraklılara veya toptan Müslümanlara lanet okuyabilir. İşte bu bana göre önemli bir etkidir. Elbette hedef kitleye göre iletişim araçlarının seçilmesi gerekliliği ile bunların bütünlük bir yöntem ve anlayışla kullanılmasının son derece önemli olduğu gerçeğini bir kez daha vurgulamak gerekir.

Katılımcı 4: Kamu diplomasisi literatürünü değerlendirdiğimizde kamu diplomasisinin birçok araç ve yöntemi kapsadığı görülmektedir. Örneğin günlük iletişim pratikleri (basın bilgilendirmeleri, kamuoyu açıklamaları vb.), uluslararası yayıncılık faaliyetleri, insani yardımlar, kültürel ilişkiler, değişim programları, işbirliği projeleri ve kişilerarası ilişkiler sıralanabilir.

Katılımcı 5: Kamu diplomasisinde günümüzde en çok kullanılan araçlar kitle iletişim araçlarıdır. Kamu diplomasisinde haber kaynaklarının önemli bir rolü vardır. Örneğin Rusya Sputnik ile İngiltere BBC ile ya da İran Press TV ile haberleri kendi zaviyesinden değerlendirerek ya da manipüle ederek dünyanın çeşitli ülkelerinde yayınlar yapmaktadır. İnsanların algıları ise kitle iletişim araçları sayesinde hızlı bir şekilde şekillendirilebilir. Kamu diplomasisi faaliyetlerinde gerçeklerden çok imaj önemlidir. Bir reklam filminde geçen “imaj her şeydir” mottosu aslında kamu diplomasisini özetlerken, kamu diplomasisi araçlarının ne şekilde kullanılması gerektiğine de ipucu vermektedir. Kamu diplomasisi açısından önemli sayılabilecek bir diğer araç dizi-film sektörüdür. Dizi ve filmlerle kültür ihraç etmek mümkündür ve ülkenin yumuşak güç potansiyelini artırmak için dizi ve filmler elzemdir.

Katılımcıların verdikleri cevaplar irdelendiğinde kamu diplomasisinde kullanılan etkili iletişim araçları olarak sinema filmlerine, TV dizilerine ve yüz yüze iletişim yöntemlerine değinildiği görülmektedir. Film ve dizi endüstrisi özellikle kültürel unsurların yayılmasını sağladığı, gelişen teknolojilerle sosyal medya unsurlarının da kültürlerin tanıtılması ve yayılmasında etkili olduğu vurgulanmaktadır. Ayrıca katılımcılar hedef kitleyle kurulacak iletişim yöntemleri tercih edilirken, bu kitlenin sosyo-demografik özelliklerinin ve ülkedeki iletişim teknolojilerinin gelişim seviyelerinin bilinmesi gerektiğine dikkat çekmektedirler.

Kamu diplomasisi halkla ilişkiler akademisyenlerinin de çalışmalarını yoğunlaştırdığı çalışma alanlarından biridir. Bu bağlamda iki konu arasında nasıl bir bağlantı olduğunun ortaya konulması değerlidir. Bu nedenle katılımcılara yöneltilen üçüncü soru, “sizce kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler arasında nasıl bir bağlantı vardır?” şeklindeki soru olmuştur. Cevapları incelediğimizde;

Katılımcı 1: Halkla ilişkiler disiplini, çeşitli kurumların hedef kitle nezdindeki imajını, itibarını ve değerini artırmaya yönelik bir faaliyettir. Bu bağlamda söz konusu disiplinin kurumlar ile hedef kamular arasında bir “iletişim köprüsü” vazifesi gördüğü ifade edilebilir. Kültürel diplomasinin de devletlerin imajlarını dünya halkları nezdinde olumlu bir hale getirmeyi hedeflediği düşünüldüğünde, ülkelerin kültürel diplomasi alanında halkla ilişkiler disiplininin güçlü teorik altyapısından yararlanmasının bir gereklilik olduğunu söylemek mümkündür. Her ne kadar halkla ilişkiler daha çok

özel sektörün hedef kitle ile iletişimine odaklansa da devletlerin diğer ülke kamularıyla ilişkilerinde başarılı olmalarını sağlayacak yaklaşımları da geliştirebilir. Ancak bunun için uluslararası siyasetin dinamiklerini içeren farklı bir perspektif ve bakış açısı edinmesi zorunludur. Bu bağlamda uluslararası ilişkileri de içeren interdisipliner bir yaklaşımı benimsemesi gerektiği söylenebilir.

Katılımcı 2: Halkla ilişkiler bir kişi, işletme, marka, kurum hakkında olumlu bir imaj oluşturmak, karşılıklı ilişkileri artırmak üzerine kurulan bir yönetim görevidir. Halkla ilişkiler birçok pazarlama stratejisinin uzantısıdır. Mesajlar daha ticari olabilmektedir. Kamu diplomasisi ise dış politikaya yöneliktir. Kamu diplomasisi politika oluşturma süreçlerini ve siyasi sonuçları etkiler. Kamu diplomasisi uluslararası çevrenin idaresidir.

Katılımcı 3: Çalışma alanları, araştırmacı ve düşünürlerin kendini yakın hissettikleri alana göre farklı yaklaşımları söz konusu olsa da kamu diplomasisinin çok büyük oranda bir halkla ilişkiler faaliyeti olduğunu söylemek mümkündür. Esasen halkla ilişkiler uzmanları devletlerarası diplomasinin ötesinde sivil alanda faaliyet yürüten diplomatlar olarak görülebilir. Geleneksel diplomatlar ülkeler arasındaki resmi ilişkileri inşa edip yürütmeye odaklanırken kamu diplomasisi daha çok sivil alana, sivil toplum kuruluşlarına, dezavantajlı gruplara odaklanarak kamuoyunu etkilemeye çalışır. Uzun süreli ve sürdürülebilir ilişkiler kurarak iletişim köprüleri inşa etmek için çabalar. Belki aktörler ve kapsam açısından farklı bakış açıları ortaya konulabilir ancak kamu diplomasisinin özünde kapsamlı ve iyi planlanmış bir uluslararası halkla ilişkiler faaliyeti olarak değerlendirilmesi yanlış olmayacaktır.

Katılımcı 4: Kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler arasında yakın bir ilişki olduğu birçok uzman tarafından ortaya konmuştur. Her iki alanda kamularla (public) yani halklarla ilgilenmektedir. Halkla ilişkiler uluslararası hükümet ilişkileri kapsamında kullanıldığında kamu diplomasisi pratikleriyle neredeyse aynı yöntemleri ve araçları kullanmaktadır. Her iki alanda temsil ettiği kurum ya da ülke için olumlu imaj ve itibar oluşturmaya çalışmaktadır. Benzer yakınlıklar nedeniyle çoğu araştırmacı kamu diplomasisini uluslararası hükümet halkla ilişkileri ya da uluslararası halkla ilişkiler faaliyeti olarak değerlendirmiştir. Halkla ilişkilerin görece daha yetkin ve köklü teorileri ve yöntemleri bu bağlamda kamu diplomasisi stratejileri ve pratikleri için kullanılacak özellikler taşımaktadır.

Katılımcı 5: Kamu diplomasisi halkla ilişkiler, uluslararası ilişkiler ve görece siyaset biliminin kesişim noktasındadır. Kamu diplomasisinde hedef, başka ülkelerin halkını etkilemek olduğundan halkla ilişkilerle doğrudan ilişki olduğunu söyleyebiliriz.

Cevapları irdelediğimizde “Katılımcı 2”nin halkla ilişkiler ve kamu diplomasisini farklı perspektiflerden değerlendirdiğini görmekteyiz. Buna göre kamu diplomasisi politik bir süreçtir ve uluslararası çevrenin işiyken halkla ilişkiler daha çok ticari ve pazarlama ağırlıklıdır. Diğer katılımcılar ise kamu diplomasisi ve halkla ilişkileri bir birine yakın alanlar olarak değerlendirmekte, devletlerin farklı uluslardaki kamulara kendilerini anlatma ve kurulacak iletişimi oluşturmayla devam ettirme sürecinde etkili bir unsur olarak ifade etmektedirler.

Kamu diplomasi çalışmaları akademik olarak da incelenen konular arasında yer almaktadır. Ayrıca hayata geçirilen çalışmaların başarı ve başarısızlıkları hedef kitlelerin ülkelere bakışını da şekillendirmektedir. Bu felsefeden hareketle katılımcılara Türk kamu diplomasisi uygulamaları hakkındaki görüşlerinin neler olduğu sorulmuştur:

Katılımcı 1: Türkiye, kamu diplomasisini özellikle Soğuk Savaş sonrası dönemde oldukça etkin bir biçimde kullanmaya başlamıştır. Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından Orta Asya ve Balkanlar gibi tarihi ve kültürel bağlarının güçlü olduğu bölgelere daha rahat erişebilen Türkiye, bu bölgelerle yakınlaşma fırsatı bulmuş ve ilişkilerini tazelemiştir. Bununla birlikte 1992 yılında Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı'nın kurulmasıyla kamu diplomasisi yaklaşımını kurumsal bir hale getirmeye çalışmış ve Türk dış politikasının yumuşak gücünü artırmaya odaklanmıştır. Özellikle ekonomik temelli dış yardımlar yapan Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA), Türkiye cumhuriyetlerinde ve diğer coğrafyalarda Türkiye'nin olumlu imajına katkıda bulunmuştur. Türk kamu diplomasisinin daha çok kültürel ayağını yürütmeye çalışan Yunus Emre Enstitüsü ise 2009 yılında kurulmuştur. Bu kuruluş Türk dilini, tarihini, kültürünü ve sanatını tanıtmayı; bununla ilgili bilgi ve belgeleri dünyanın istifadesine sunmayı; Türk dili, kültürü ve sanatı alanlarında eğitim almak isteyenlere yurt dışında hizmet vermeyi ve Türkiye'nin diğer ülkeler ile kültürel alışverişini artırıp dostluğunu geliştirmeyi hedeflemiştir. Son dönemlerde Türk kamu diplomasisine katkı sağlayan en önemli unsurun Türk dizileri olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu diziler sayesinde Türkiye'nin dünya genelindeki bilinirliği artmış ve ülkeye ait tarihi/kültürel değerler daha çok ilgi görmeye başlamıştır.

Katılımcı 2: Türkiye'nin kamu diplomasisi uygulamaları genel olarak bölge ülkeleri üzerine kuruluydu. Uygulamalar dış politikada uzun vadeli stratejik hedefleri kapsamadı. Ancak son yıllarda yeni atılımlar gerçekleşmekte ve kamu diplomasisi pratikleri artış göstermektedir.

Katılımcı 3: Türkiye sahip olduğu tarihsel ve kültürel birikimi ile bir imparatorluk bakiyesi olması dolayısıyla kamu diplomasisi alanında başarıyla kullanabileceği çok sayıda doneye sahiptir. Yakın zamana kadar planlı ve bilinçli olmasa da sahip olduğu bu potansiyeli el yordamıyla da olsa kullanmaya çalıştığı söylenebilir. Ancak özellikle AK Parti iktidarları döneminde kamu diplomasisi faaliyetlerinin giderek daha planlı ve amaçlı bir şekilde yürütülmeye başlandığını söylemek mümkündür. Bu durumun ivme kazanmasında kamu diplomasisi alanında yapılan çalışmalar ve yetişen uzmanların niceliksel ve niteliksel olarak artış göstermesinin de etkili olduğunu belirtmek gerekir. Yine artan siyasal ve ekonomik güç bu faaliyetlerin desteklenmesi noktasında etkili olmuştur. Benzer şekilde Türk film endüstrisinin sinema ve dizi filmleri ile süreci desteklediği söylenebilir. Ancak burada temel sorun bu faaliyetlerin yürütülmesinden öte bunların istenilen etkiyi oluşturabilmesi ve kamuoyu yaratabilmesi için yeterli düzeyde ve etkili bir duyurumunun yapılamamasıdır. Zira ABD, İngiltere veya Avrupa Birliği ülkeleri çok daha düşük bütçelerle ve konforlu alanlarda yürüttükleri faaliyetleri başarılı birer medya planlaması ve iletişim çalışmasıyla

Türkiye'nin çok daha zor şartlarda ve kimi zaman daha büyük bütçelerle yürüttüğü çalışmalardan daha verimli sonuçlar elde etmektedirler. Burada kamu diplomasisinin olmazsa olmazlarından biri olan karşı tarafın etkili analizi ve iletişim araçlarının etkili kullanımı noktalarında noksanlıklar olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle Afrika ve Balkanlar ile Ortadoğu'da Türkiye'nin son yıllarda yürüttüğü kamu diplomasisi faaliyetlerin buraların halkları ve kamuoyları nezdinde uzun süreli ve sürdürülebilir ilişkiler açısından oldukça önemli ve büyük ölçüde başarılı olduğunu söylemek mümkündür. Burada hükümetler arasında ortaya çıkan veya çıkabilecek geçici tartışma ve çatışma konularının aksine işaret etmeyeceğini söylemek gerekir. Zaten kamu diplomasisinin başarısı bir anlamda karşı tarafın kamuoyunu kendi lehine örgütleyebilme yeteneğinizle ilişkilidir. Bu anlamda bakıldığında sayılan örnekler büyük ölçüde başarılı olarak kabul edilebilir. Ancak Batı dünyası ile ilişkilerde Türkiye'nin kamu diplomasi yeteneğini yeterli ve istenilen etkiyi yaratacak düzeyde başarılı olabildiğini söylemek mümkün değildir. Bu noktada hükümetler arası ilişkiler veya batının özellikle baskın iletişim gücünün bunu zorlaştırdığı savunulabilir. Ancak kamu diplomasisi mazeret değil çözüm üretmelidir. Çatışmalı ve zor coğrafyalarda başarabildiğini batıda da pek ala başarabilir.

Katılımcı 4: Türk kamu diplomasisi 2000'li yıllarla birlikte gerek uygulama gerekse kurumsallaşma bağlamında gelişme göstermektedir. Türkiye'nin uluslararası alanda gösterdiği açık ve etkin diplomasi ve dış politika girişimleri kamu diplomasisinin de gelişmesini teşvik etmektedir.

Katılımcı 5: Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetleri özellikle hedef belirleme noktasında yetersiz kalıyor. Özellikle Türk dizileri bütün dünyada önemli bir izleyici kitlesine ulaşmasına rağmen bu sektörün Türkiye'nin yumuşak güç kapasitesine katkı sunacak şekilde teşvik edilmediği söylenebilir. Türkiye dizileri sayesinde nispeten Türk diline ilgi çekse de turizm ya da siyasal sistem gibi konularda cazibe merkezine dönüşmek için dizileri kullanamıyor. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü kurulduğunda büyük beklentiler vardı ancak başarısız bir girişim olarak kaldı. Cumhurbaşkanlığı hükümet sistemiyle oluşturulan İletişim Başkanlığı ise Türkiye'nin hikayesini dünyaya anlatmakta çok yetersiz kalıyor. Dünyanın farklı ülkelerinde Türkiye'nin otoriterleştiği, IŞİD gibi terör örgütlerini destelediği, vb. birçok konuda Türkiye haklı olmasına rağmen dünyaya kendini anlatamıyor. Örnekleri çoğaltmak mümkün. Ancak, Türkiye'nin kamu diplomasisi alanında başarısız bir sınav verdiği net. Türkiye kamu diplomasisi konusunda eforunu maalesef daha çok içeride propagandaya ayırıyor görüntüsü veriyor.

Bir ülkenin başka bir ülke ve insanlarıyla kurdukları iletişim çabaları olarak değerlendirilen kamu diplomasisi ülkemizin de son yıllarda etkin bir şekilde uyguladığı bir çalışma alanıdır. Cevapları da incelediğimizde özellikle TİKA, Yunus Emre Enstitüsü gibi kamu kuruluşlarının varlığı ve dizilerin uluslararası piyasalara açılmasına olumlu yaklaşım olarak değerlendirilmektedir.

Beşinci soru yukarıdaki sorudan hareketle katılımcıların, Türk kamu diplomasisi alanındaki çalışmalarını yeterli bulup bulmadıklarını öğrenmek amacıyla sorulmuştur. Katılımcılara, "Türk kamu diplomasisi alanındaki çalışmalarını yeterli buluyor musunuz?" şeklinde yöneltilen soruya verilen

cevapları incelediğimizde yapılan çalışmaların ileri boyutlara taşınması gerektiği söylenmektedir. Var olan çalışmalar etkili olsa da yeterli görülmemektedir. Özellikle ülkemize yönelik negatif haberlere ve iftiralara yönelik düzeltici unsurların yetersiz kaldığına değinilmektedir. Bir diğer önemli yaklaşım da üniversitelerimizin kalitesini artırarak uluslararası alanlardan öğrencilerin ülkemize gelmesinin sağlanmasıdır. Bu da önemli bir faaliyet alanıdır. Ayrıca halkla ilişkiler çalışmalarında olduğu gibi kamu diplomasi çalışmalarında da uzun ve kalıcı çalışmalara odaklanılması gerektiği vurgulanmaktadır.

Katılımcı 1: Türkiye her ne kadar Soğuk Savaş'tan sonra kamu diplomasisi alanında büyük bir mesafe kat etmiş olsa da gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında bu alanda beklenen seviyede olmadığı söylenebilir. Bu bağlamda ekonomik kapasitenin son derece belirleyici olduğunu ifade etmek mümkündür. Örneğin 2022 itibarıyla dünya genelinde çeşitli ülkelerde 55 adet Yunus Emre Türk Kültür Merkezi bulunurken; bu kuruluşun Çin'deki muadili olarak düşünebileceğimiz Konfüçyüs Enstitüsü'nün dünya genelinde 500'den fazla merkezi bulunmaktadır. Yine Çin'in özellikle Afrika kıtasına yönelik devasa hibeleri ve ekonomik yardımları mevcuttur. Bu durum ekonomik kapasitenin kamu diplomasisi açısından önemini göstermektedir. Bu konu çerçevesinde ele alınabilecek bir başka başlık üniversitelerin eğitim kalitesidir. Nitekim ABD, İngiltere, Almanya, Fransa, Kanada gibi ülkeler, gençlere sundukları kaliteli eğitim fırsatlarıyla dünyanın dört bir yanından yabancı öğrenci çekmekte ve ülkelerinin tanıtımına katkıda bulunmaktadırlar. Bir ülkedeki üniversitelerin kalitesi, o ülkenin olumlu imajını güçlendirmekte ve bir cazibe merkezi olmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla Türkiye'deki üniversitelerin eğitim kalitesinin ve inovasyon kapasitesinin artırılması, ülkemizin dünya milletleri nezdindeki itibarını artıracaktır.

Katılımcı 2: Türk kamu diplomasisinde kayda değer bir koordinasyon sorunu vardır ve dış politika amaçlarına göre kamu diplomasisi planlanmamaktadır. Buna rağmen son zamanlarda hayata geçirilen televizyon ve radyolar ve eğitime yönelik uygulamalar geleceğe yönelik mühim adımlardır.

Katılımcı 3: Dördüncü ve beşinci soruyu birlikte cevaplamıştır.

Katılımcı 4: Türk kamu diplomasisinin gelişme gösteren alanları uygulama (kalkınma yardımları, insani yardımlar, kültürel ilişkiler, değişim programları, diplomatik ilişkiler, vb) faaliyetleri olarak gözükmektedir. Uygulamada birçok kurum ve faaliyet bu kapsamda değerlendirilebilir. Ancak stratejik planlama ve kurumsallaşma bağlamında değerlendirecek olursak bu alanların geliştirilmesi gereken alanlar olduğu görülmektedir. Türk kamu diplomasisinin sadece bilgilendirme ve medya ilişkileri bağlamında değil uluslararası halklarla iyi ilişkiler ve iş birlikleri geliştirmede de kullanılması gerekmektedir. Kamu diplomasisini ağırlıklı olarak propaganda aracı olarak görmek kamu diplomasisinin potansiyellerini önemli ölçüde gözden kaçırmak anlamına gelmektedir. Halkla ilişkilerde olduğu gibi kamu diplomasisinde de amaç bilgilendirmenin yanı sıra güven yaratıcı iş birlikleri geliştirmek ve ülkenin itibarını arttırıcı stratejiler geliştirmektir.



Katılımcı 5: Bir önceki cevapta bununla ilgili fikirlerim geçerlidir. Kesinlikle Türkiye yumuşa güç kapasitesi değerinde bir kamu diplomasisi ve stratejik iletişim politikası yürütemiyor.

Katılımcılara son olarak, ulusal veya uluslararası kamu diplomasisi uygulamalarından verilebilecek en başarılı örnek nedir? Sorusu yöneltmiştir. Her bir cevap bilimsel bağlamda akademisyenlerin yaklaşımlarını ifade etmesi açısından değerlidir. Katılımcılardan bazıları iletişim araçlarının yaydığı popüler kültür dinamiklerine vurgu yaparken bazıları uluslararası yardım çalışmalarına vurgu yapmakta bazıları ise eğitim, ekonomi vb. unsurlara dikkat çekmektedir.

Katılımcı 1: Dünya genelinde birçok başarılı kamu diplomasisi örneği gösterilebilir. Ancak genel olarak bir ülkenin kamu diplomasisini güçlendiren en önemli parametre, o ülkenin sahip olduğu demokratik değerler ve sunduğu yaşam standartlarıdır. İnsan haklarına değer veren, ifade hürriyetini sağlayan, ekonomik refah seviyesi yüksek olan ve eğitimde başarılı olan ülkeler otomatik olarak birer cazibe merkezi haline gelmekte ve diğer ülkelerin kamuoyları nezdinde olumlu bir imaja sahip olmaktadır. Dolayısıyla söz konusu niteliklere sahip olmayan ülkelerin kamu diplomasisinde dezavantajlı olduklarını ifade etmek gerekir.

Katılımcı 2: En başarılı örnek demek kamu diplomasisini basite indirgemek olur. Kamu diplomasisinde başarılı örneklerin sayısı çok fazladır. Örneğin RFE ve RL'nin yayınlarının etkisiyle gerçekleşen 1956 Macar Ayaklanması, British Council'in çalışmaları, VOA ve BBC'nin yayınları, Fulbright Bursu. Bu örnekler çoğaltılabilir.

Katılımcı 3: Ülkelerde katlettiği insanların birinci derece yakınları henüz hayattayken ve ABD bombardımanında uzuvlarını kaybetmiş insanlar hala yaşıyorken, ABD'nin filmleri, kültürü, içecekleri, giysileri, modası, müziği ile o toplumlar içerisinde yaşam bulması, sevilmesi sempati duyulması kamu diplomasisi anlamındaki en başarılı örnek olarak görülebilir.

Katılımcı 4: Covid 19 dönemindeki dış tıbbi yardımlar ve başta Suriyeli sığınmacılara yönelik insani yardım faaliyetleri Türkiye'nin başarılı kamu diplomasisi uygulamaları olarak değerlendirilebilir.

Katılımcı 5: Türkiye'nin başarılı bir örneğini bilmiyorum. Başarılı örnek olarak son dönemde Güney Kore verilebilir. Dünyada Güney Kore kültürüne müthiş bir ilgi oluşmaya başladı. Güçlü bir ekonomisi var ve bizim gibi ülkelere model olabiliyor. Eğitim sistemleri ve üniversiteleri son yıllarda önemli derecede başarı sağladı. Film ve dizi sektöründe de dünyaya açılmaya başladılar. Ülkenin Samsung gibi markaları bütün dünyaca biliniyor ve bu ülkeye güvenle bakılmasında önemli rol oynuyor.

## **SONUÇ**

İletişim ve ulaşım teknolojilerinin gelişmesi ve iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla ülkelerin hedef kitleleri de geniş perspektiflere evrilmiştir. Artık ülkeler bölgesel ilişkilerden ziyade küresel

ilişkilere eskisinden daha fazla hem ihtiyaç duymuştur hem de bunun için teşebbüslerde bulunmaya başlamıştır. Soğuk savaş döneminden sonra iletişimin ve anlayışın daha etkili olduğu anlaşılmıştır. Kamu diplomasisi diplomatik seviyede iletişim olgusu olarak düşünülse de kaynak (ülke) ve hedef kitle (diğer ülkelerin insanları) arasında kurulması planlanan iletişimde halkla ilişkiler unsurunun soyutlanması doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Çünkü halkla ilişkiler mevcut bilgi birikimi ve stratejik yaklaşımlarıyla oluşturulması ve sürdürülmesi istenen iletişim çalışmalarında temel bir vazife görecektir.

Bu bilgilerden hareketle çalışma çerçevesinde cevap aranan araştırma sorularına bakıldığında kamu diplomasisi çalışmaları gerçekleştirilirken kitle iletişim araçlarından faydalandığı sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle ülkelerin kamusal yayın yapan haber kanallarının farklı dillerde ve ülkelerde yayınlar yapmaları, TV dizileri, sinema filmleri genel olarak kamu diplomasisi uygulamalarıyla bağdaştırılmaktadır. Ayrıca kamu diplomasisi bağlamında sosyal medyada artık geniş kitlelere ulaşmada önemli bir etkiye sahip iletişim aracı olarak değerlendirilmektedir.

Kamu diplomasisi alanı halkla ilişkiler uzmanlarının zaman içerisinde ilgi duyduğu ve bilimsel çalışmalarla katkı sağladığı bir alan olmuştur. Halkla ilişkilerin doğasında çift yönlü ve devamlı bir iletişim amacı vardır. Kamu diplomasisi de iletişim felsefesiyle yola çıkmaktadır. Özetle ülkelerin başka milletlerle kurdukları iletişim olan, kamu diplomasisi çalışmalarında halkla ilişkilerle bir bağlantısının olması interdisipliner yaklaşım açısından doğal bir durumdur. Bu noktada halkla ilişkiler gerek stratejik yaklaşımlarla, gerek kültürel unsurlara yönelik araştırma ve uygulama, gerekse yüz yüze iletişim çalışmalarıyla kamu diplomasisine katkıda bulunabilmektedir.

Türk kamu diplomasisi her ne kadar 2000’li yıllardan itibaren önemli çalışmalara girişmiş olsa da halen gerekli düzeyde bir etkinliğe kavuşmamıştır. Kamu kurumlarının farklı ülkelerde gerçekleştirdikleri çalışmalar kıymetlidir. Ancak bunların farklı unsurlarla desteklenmesi ve devamlılığı esas alınmalıdır. Ülkemizin gerçekleştirdiği veya gerçekleştireceği kamu diplomasisi çalışmalarını çeşitlendirmesi ve kitle iletişim araçlarını etkili bir şekilde kullanması gerektiği sonucuna varılabilmektedir.

## **KAYNAKÇA**

- Asna, A. (2006). *Kuramda Ve Uygulamada Halkla İlişkiler*. İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Aziz, A. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Ve Teknikleri*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Altunay, E., Gülşın, O., & Yalçınkaya, M. (2014). Eğitim Kurumlarında Mobbing Uygulamalarına İlişkin Nitel Bir Araştırma. *Sakarya University Journal of Education*, cilt4, sa.1, 62-80.
- Aydemir, E. (2016). *Dış Politikada Yumuşak Güç Ve Medya*. Kalkedon Yayıncılık.
- Başok, N. & Çoşkun, G. (2013). *Teoriden Pratiğe Halkla İlişkiler Projeleri Ödüllü Örnek Uygulamalar*. Ankara: Nobel Yayınları.

- Basmacı, G. (2022). Balkanlardaki Türk Diasporasında Basının Rolü: Balkan Günlüğü Gazetesi Örneğinde. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, cilt12, sa.1, 207-222.
- Çiçek A. (2018). Kamu Diplomasisi Araçlarını Ve Aktörlerini Harekete Geçirmek: Sözde Ermeni Soykırımını İddialarına Karşı Kamu Diplomasisi Faaliyeti Önerisi. *Uluslararası Türk Kültürü ve Medeniyet Kongresi*, Balıkesir, 798-812.
- Erdoğan, İ. (2008). *Teori Ve Pratikte Halkla İlişkiler*. Ankara: Erk Yayınları.
- Erzen, M. Ü. (2014). *Kamu Diplomasisi*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Gültekin, M. (2020). *Algı yönetimi ve manipülasyon, kanmanın ve kandırmanın psikolojisi*. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Güzel, S. Ç. (2016). Dış Yardımlarda Destekleyici Bir Unsur Olarak Kültürel Diplomasi Ve Yunus Emre Enstitüsü Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, cilt30, sa.2, 343-359.
- Grunig, E. J. (2005). *Halkla İlişkiler Ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik*, (Çev. E. Özsayar). İstanbul: Rota Yayınları.
- Grunig, J. E., Grunig, L. A., Sriramesh, K., Huang, Y. H. & Lyra A. (1995). Models of Public Relations in an International Setting. *Journal of Public Relations Research*, cilt7, sa.3, 163-186.
- Köksoy, E. (2021). Türkiye’de Kamu Diplomasisi Akademik Literatürü Üzerine Bir İnceleme: Medya, İletişim ve Halkla İlişkiler Çalışmaları Alanı Olarak Kamu Diplomasisi. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, cilt19, sa.38 , 631-684.
- Nye, J. S. (2020). *Yumuşak Güç Dünya Siyasetinde Başarının Araçları*. (3. Basım). Ankara: BB101 Yayınları.
- Okay, A. & Okay, A. (2014). *Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları*. (7. Basım). İstanbul: Der Yayınları.
- Uğurhan, Y. Z. C. (2021). Siyasal iletişim açısından sosyal medyada siyasal etkinlik ve ilgi: twitter ve youtube özelinde bir karşılaştırma. İçinde A. Aydemir (Ed.), *Gelenekselden dijital siyasi iletişim çalışmaları*, (ss. 192-214). Eğitim Yayınevi.
- Sancar, G. A. (2012). *Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Say, S. (2015). Propaganda İçin Kullanılan Bir Örtmece Olarak Kamu Diplomasisi Kavramı. *İnsan ve İnsan Bilim-Kültür-Sanat ve Düşünce Dergisi*, cilt4, 22-44.
- Saydam, A. (2012). *İletişimin Akıl ve Gönül Penceresi Algılama Yönetimi*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Tekin, H. H. (2006). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme. *İstanbul University Journal of Sociology*, cilt3, sa.13, 101-116.

Varol, A. (2019). *Tüm Boyutlarıyla Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. İstanbul: Cinius Yayınları.

Yağmurlu, A. (2007). Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, cilt5, sa.1, 9-39.

Yaşar, İ. H. (2020). *Sosyal Medya ve Siyaset*. Ankara: Orion Akademi