



Intermedia International e-Journal, Spring -June - 2016 3(1)



DOI NO: 10.21645/intermedia.2016318942 Submit Date: 19.05.2016 Acceptance Date: 06.06.2016 ISSN: 2149-3669

KÜRESELLEŞEN DÜNYADA TÜRKİYE’NİN KAMU DİPLOMASİSİ FAALİYETLERİ

Public Diplomacy Activities of Turkey in The Globalizing World

Doç. Dr. Emel POYRAZ¹, Melih DİNÇER²

Özet: Dünya siyasi tarihinde önemli kırılma noktalarını oluşturan her iki dünya savaşı beraberinde birçok sonuçları getirmişti. Küreselleşme olgusunun da eşlik ettiği bu sonuçlardan biri de kamu diplomasisi kavramının dünya siyasetinde, uluslararası iletişim ve ilişkilerde ön plana çıkmasıdır. Böylece, özellikle II. Dünya Savaşı’ndan sonra çok büyük kayıplara uğrayan devletlerin artık savaşmak istememesinden dolayı gelişen kamu diplomasisi faaliyetleri dünya sahnesine tüm ağırlığı ve etkisiyle girmiştir. Savaşlar sonucunda yaşanan maddi ve manevi kayıplar ve ekonomik çöküntüler beraberinde devletlerin sorunlarını sert güçle değil yumuşak güçle, rıza yaratma ve uzlaşmayla çözmek istemelerine sebep olmuştur. İkinci Dünya Savaşı’nda siyasilerin propagandayı insanları yönlendirmek için her şekilde kullanması kamu diplomasisi kavramının artık daha çok tercih edilir olmasına yol açmıştı. Ağırlıklı olarak ABD’nin faaliyetleri neticesinde kavramsal çatısı oluşturulan ve uygulamaya konulan kamu diplomasisini, sistem kuramı bağlamında ele aldığımızda hızla gelişen iletişim ve etkileşim sonucunda önce Avrupa’ya ve daha sonraları da Türkiye gibi ülkelere yayıldığını görmekteyiz. Kamu diplomasisi esasında bir nevi beyaz propagandanın modern hali gibidir. Ülke temelli bakıldığında ABD’nin kamu diplomasisi alanında çok aktif ve etkili olduğunu söylemek mümkündür. Bunun yanı sıra bölgesel bir güç olmakla beraber dünyada da söz sahibi olmaya çalışan Türkiye’nin özellikle TİKA ile 1992 yılında başlayan süreci 2010 yılında T.C. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü ile ilerlettiğini söylemek mümkündür. Türkiye kamu diplomasisi sahasına uluslararası yapının da zorlamasıyla çok geç adım atan bir devlet olmasına rağmen önemli projelere de imza atmıştır. Türkiye’nin kamu diplomasisi bağlamında yumuşak güç kavramının önemini ve buradaki potansiyelini algılaması, küresel ve bölgesel fay hatlarının hareketlendiği bir döneme denk gelmişti. Şöyle ki; bölgesel anlamda Arap Baharı sürecinde model ülke olan Türkiye aynı zamanda dünyada da daha fazla söz sahibi olmak istemiştir. Nitekim tüm kamu kurumlarıyla, bunlara TRT de örnek olarak verilebilir, kamu diplomasisi faaliyetlerine başlanmış ve ilerleyen süreçte de hız kazanılmıştır. Mesela, Türk Hava Yolları gerçekleştirmiş olduğu faaliyetlerle Türkiye’nin kamu diplomasisine destek vermiş ve bir ivme kazandırmıştır. Bu bağlamda çalışmamızın birinci bölümünde diplomasi ve küreselleşme konusu ele alınarak ikinci bölümde kamu diplomasisinin kavramsal çerçevesi çizilmiştir. Üçüncü bölümde ise, Türkiye’nin uyguladığı bazı örnek kamu diplomasisi faaliyetleri ele alınıp bu alandaki bazı adımları incelenmiştir. Neticede makalemizde Türkiye’nin hızla küreselleşen ve iletişim çağını yaşadığımız dünya sistemi içerisinde gerçekleştirmiş olduğu bazı kamu diplomasisi faaliyetleri ele alınarak irdelenmiş, durum tespiti yapılarak, bazı öneriler verilerek alana katkı sağlanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Kamu Diplomasisi, Propaganda, Yumuşak Güç, Küreselleşme, Medya, Stratejik İletişim, Algı Yönetimi*

¹ Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı başkanı, emelpo@yahoo.com

² Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisi, melihdincerr@gmail.com

Extended Abstract: Public diplomacy is one of effective fields that states give importance anymore to implement in the globalizing world. Casualties of human beings and economic problems in the aftermath of the First and Second World Wars caused states to avoid fighting. Moreover, it's first policy of states to profit in international relations by having a good prestige in different geographies. While public diplomacy is emerging as a modern concept of white propaganda, also this showed itself off as a communication activity that is more effective than other propaganda methods. Development of public diplomacy has been actualised by activities of the USA. Although Turkey has entered this field late, it has realized works that can do count.

Introduction

Diplomatic solutions haven't been proactive enough since globalization of the world has started. In that case, the concept of public diplomacy was integrated to literature by the use of Edmund Gullion in 1965. While diplomacy is a process between foreign policy specialists of different countries, public diplomacy is a concept in which states and societies communicate with markedly different kinds of societies. Moreover, public diplomacy uses elements of soft power to boost image of represented country. In the method of public diplomacy, people of entirely distinct countries communicate with each other. Governors of the Soviet Union and the United States of America had a great deal of zeal to affect one another's populace. In this period, the USA and the Soviet Union were looking for their political aims by being at each other's throats. The Cold War paved the way for public diplomacy as a modern notion of white propaganda. Public diplomacy replaced white propaganda and nowadays the concept of public diplomacy has been preferred since the hellish propaganda actions of old regimes in the 1930s and the 1940s. Public diplomacy is used as a tool by countries to affect each other. It is a strategic communication activity. Today, public diplomacy is used to conquer hearts and minds of people of different countries.

Albeit Turkey's tardy participation in this field, the country has advanced towards an important level to integrate old actions with new activities since the foundation of Republic of Turkey Prime Ministry Office of Public Diplomacy (T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü) in the year of 2010. Republic of Turkey Prime Ministry (T.C. Başbakanlık), Republic of Turkey Ministry of Foreign Affairs (T.C. Dışişleri Bakanlığı), Prime Ministry of Republic of Turkey Presidency For Turks Abroad and Related Communities (T.C. Başbakanlık Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı), Institute of Yunus Emre (Yunus Emre Enstitüsü), Republic of Turkey Ministry of Culture and Tourism (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı), Republic of Turkey Office of the Prime Minister Directorate General of Press and Information (T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü), Republic of Turkey Prime Ministry Disaster & Emergency Management Authority (T.C. Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı), Turkish Asian Center For Strategic Studies (Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi - TASAM), Institute of Public Diplomacy under the umbrella of TASAM, Wise Men Center For Strategic Studies (Bilge Adamlar Stratejik Araştırmalar Merkezi), Foundation For Political, Economic and Social Research (Siyaset Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı), the Turkish Economic and Social Studies Foundation (Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı), International Strategic Research Organization (Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu) and Center For Strategic Communication (Stratejik İletişim Merkezi) are showing that Turkey continues its public diplomacy actions via both public attempts and non-governmental organizations. Additionally, TRT and Turkish Airlines are important actors of Turkish public diplomacy by their activities. Turkey's public diplomacy actions should focus on the west countries so that Turkey can become a model country as mentioned in the period of Arab Spring and have a higher voice in the politics of the world.

In the light of the information mentioned above, the first part of this article will argue that public diplomacy replaced diplomatic solutions since globalization has spread. In the second part of the article, the concept of public diplomacy will be defined. In the last part of the article, Turkey's public diplomacy actions will be shown and frame of Turkey's public diplomacy will be formed. While the discipline of public diplomacy is

studied so much in the USA and Europe, academics of Turkey's social sciences have entered this field late, so it's thought that this article can answer some needs of the literature about public diplomacy. New studies contribute towards raising reservoir of available information about this topic. Induction system was chosen to be used. Scanning of literature was done by integrating foreign and Turkish sources into bibliography of the article. Qualitative research method was used. It's expected that this article will contribute to later studies.

1. Diplomacy and Globalization

Meetings of states are realized by foreign policy specialists in the system of diplomacy. Sir Nicolson (1988) defined diplomacy as a synonym of foreign policy, negotiation, a part of foreign services and abstract and diplomatic skills of negotiation (pp.3-4). Diplomacy is a process in which problems of distinct countries are solved by foreign policy specialists of these countries. Commerce, war, democracy, media, human rights, international problems, disarmament, regional and international terrorism, environmental issues, gender relations, political negotiations, international law, international peace and economy are analyzed by diplomats in political level of states. Diplomacy is both art and science. Diplomats should have knowledge about some social sciences and they should know whom they should speak to and what to do in negotiations. States give importance to this field in their international relations.

Globalization is the whole course of common and mutual evolution of human beings' culture (Özkan, 2004, p.151). Globalization states that every country of the world can communicate with one another. There are lots of connections between people of these countries. They can communicate with each other, travel to one another's country and work or live in each other's country. This situation changes economic and social structure of societies. With the globalization, states can often communicate with each other so that soft power is used instead of hard power. Culture, economy, education and lots of things are used in soft power to affect foreign public opinions. Moreover, people of a country can affect other countries' people so that respected country can have a good prestige both at home and abroad thanks to public diplomacy actions. Also, mass communication technologies are so crucial to spreading ideas towards the other parts of the world, so mass communication technologies are tools of public diplomacy. In that case, the USA is an important country for globalization. It has strong media firms and globalization spreads from the USA to the world mainly. Public diplomacy is a process that is so proactive, so modern states choose this type of diplomacy to affect other countries' people. States gain advantage in international relations by public diplomacy. To summarize, public diplomacy replaced diplomacy and it is more useful when compared to diplomacy in the globalizing world.

2. Public Diplomacy

The concept of public diplomacy was used first by Edmund Gullion in 1965 (Yıldırım, 2015, p.1). Public diplomacy uses soft power to affect foreign public opinions. Public diplomacy is the art of conquering hearts and minds of other countries' people by using elements of soft power. States want to take advantage of public diplomacy to profit in international relations. It's said that public diplomacy is a new usage of an old concept. The concept of public diplomacy was used first to express kindness in a newspaper, 1856 (Cull, 2009, p.19). The concept has been used many times in the following years. The meaning of public diplomacy has widened since this newspaper usage. The concept means affecting foreign public opinions and conquering hearts and minds of different countries' people in the following years. According to Erzen (2012), affecting people who live in distinct geographies, realizing perception management, management of image of respected country, using tools of soft power and exploiting beneficial methods of nation branding are public diplomacy (p.60).

Tuch (1990) states that public diplomacy is an open communication process in which values of respected country are perceived by foreign public opinions (pp.3-4). Public diplomacy directs the masses towards wherever it wants. Furthermore, public diplomacy has lots of effects on creating foreign policy and it builds relationships with foreign public opinions. States realize a communication activity while they are implementing

public diplomacy actions in full. Public diplomacy is related to brand management, public relations and reputation management. In a nutshell, it can be said that public diplomacy which focuses on affecting foreign public opinions is a reciprocal communication process.

3.Public Diplomacy Activities of Turkey In the Globalizing World

Turkey has entered the field of public diplomacy late. Turkey's public diplomacy way started systematically with TİKA in 1992. Turkey's public diplomacy operates with corporations like Republic of Turkey Prime Ministry Office of Public Diplomacy, Republic of Turkey Prime Ministry, Republic of Turkey Ministry of Foreign Affairs, Prime Ministry of Republic of Turkey Presidency For Turks Abroad and Related Communities, Institute of Yunus Emre mainly. Turkey is situated in the Middle East that gives either lots of problems or so many profits. The aim of Turkey's public diplomacy is to support the image of the country and give a higher voice to this nation in the global arena. Especially, Turkey is coming along with TRT World and Turkish Airlines besides main public diplomacy corporations. TRT World can be effective for European target groups and Turkish Airlines is today one of the biggest airlines of the world. Turkish Airlines carries lots of passengers to the whole parts of the world. Additionally, while Turkish Airlines and TRT World operate in this level, official organizations of Turkey like Republic of Turkey Prime Ministry Office of Public Diplomacy do important jobs in the field of public diplomacy. Promotion of Turkey's culture, heritage and society is main aim of Prime Ministry Office of Public Diplomacy. Turkey's promotion is realized by conferences, publications, adverts and face-to-face interactions. Moreover, other organizations of Turkey's public diplomacy are operating in this way. Furthermore, also there are some institutes that contribute to Turkey's public diplomacy efforts.

Conclusion

Public diplomacy replaced diplomacy in the 2000s. Public diplomacy is more effective than diplomatic solutions because it has lots of soft power tools and also can affect foreign public opinions. When public diplomacy is analyzed, soft power, hard power, economic power and smart power should be known. Soft power means affecting target groups with cultural and political features. Hard power means using military power. Economic power means using power of money. Finally, smart power means mixture of soft power and hard power. Strong companies and big NGOs are operating in a global level, so public diplomacy should be used instead of diplomacy which isn't enough for modern international relations. Public diplomacy is a modern concept of white propaganda, but it is so different from grey propaganda and black propaganda. Public diplomacy has been developed in the USA and then it has been used by countries like Turkey. Turkey is a model country for nations that are a part of Arap Spring. Turkey should focus its public diplomacy efforts on the USA and Europe so that it can create a positive image on the people of the USA and European countries.

In Turkish literature, public diplomacy efforts of Turkey are studied mainly. Furthermore, public diplomacy actions of foreign countries can be found inside Turkish studies. Institutes and corporations of several countries can be studied to light the public diplomacy way of these establishments in the future period. Furthermore, conceptual analyses can be studied for further development in the field of public diplomacy.

Key Words: *Public Diplomacy, Propaganda, Soft Power, Globalization, Media, Strategic Communication, Perception Management*

Giriş

Kamu diplomasisi, iletişim teknolojilerinin ve medyanın oldukça etkin olduğu günümüz küreselleşen dünyasında parlayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel diplomasinin artık eskisi kadar önemli olmadığı ve yeni diplomasi olarak konumlandırılan kamu diplomasisi faaliyetlerinin, başta uluslararası ilişkiler ve iletişim olmak üzere devletlerin uygulama konusunda ehemmiyet verdikleri etkin alanlardan biri haline gelmesi analiz edilen önemli bir husustur. Tarihsel süreç içerisinde ele aldığımızda özellikle Birinci ve İkinci Dünya Savaşı

neticesinde ortaya çıkan ağır tablo, çok büyük insan kaybı, maddi ve manevi çöküntüler ve ekonomik sorunlar başta Avrupalı devletler ve ABD olmak üzere birçok devleti sorunların çözümü için sert güç kullanımından uzaklaştırmıştır. Bunun yanı sıra farklı coğrafyalarda cazibe merkezleri olarak olumlu itibara sahip olmak ve uluslararası ilişkilerde kazanç elde etmek devletlerin öncelikli politikası haline gelmiştir.

Esasında kamu diplomasisi beyaz propagandanın modern hali olarak ortaya çıkarken diğer propaganda yöntemlerinden daha etkin bir iletişim faaliyeti olmaya başlamıştır. Kamu diplomasisinin gelişimi ağırlıklı olarak ABD'nin faaliyetleri ile gerçekleşirken Avrupa'ya sıçramıştır. Göreceli olarak Türkiye bu alana oldukça geç girmiş bir devlet olmasına rağmen önemli sayılabilecek projelere ve uygulamalara da imza atmıştır.

İletişim çağı ve küreselleşmeyle beraber artık geleneksel diplomatik süreçler uluslararası ilişkilerde yeteri kadar proaktif olamamakta ve yabancı kamuoylarını etkileme konusunda devletlere istedikleri faydayı sağlamakta yetersiz kalmaktadır. Gelişen ihtiyaçlar doğrultusunda kamu diplomasisi yöntemi, devletler için Edmund Gullion'un 1965 yılındaki kullanımıyla beraber kavram ve yöntem olarak ilgi çekmeye başlamıştır.

Nitekim geleneksel diplomasi devletlerarası ilişkileri düzenleyen bir süreç iken kamu diplomasisi devletten topluma veya toplumdaki topluma giden, yabancı kamuoylarını temsil edilen ülkenin lehine olacak şekilde etkilemeyi sağlayan ve yumuşak güç unsurlarını kullanarak temsil edilen ülkenin imaj yönetimini yapan bir iletişim süreci olarak karşımıza çıkmaktadır. Soğuk Savaş döneminde ABD ve Sovyet yönetimlerinin birbirlerinin halklarını etkilemek için yapmış oldukları iletişim çalışmaları kamu diplomasisinin kara, beyaz veya gri gibi çok çeşitli görünümde karışık propaganda olarak gelişmesini mümkün kılmıştır. Kamu diplomasisi ülkelerin birbirlerini etkilemek için uyguladıkları bir stratejik iletişim faaliyeti olarak adeta beyaz propagandanın yerini almaya aday bir yönü de bulunmaktadır. Günümüzde de kalpleri ve akılları fethetmenin bir aracı olarak kullanılmaktadır.

Her alanda olduğu gibi Türkiye bu alana geç adım atmakla beraber, devlet eliyle hızlı bir giriş yapmıştır. Başta kamu kurumları vasıtasıyla öncelikle T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün kurulmasıyla beraber önceki çalışmaları bir sisteme entegre ederek 2010 yılından sonraki bütün kamu diplomasisi faaliyetlerini belli bir yöntem ve sistem içerisinde gerçekleştirme yolunda önemli bir adım atmıştır. T.C. Başbakanlığı, T.C. Dışişleri Bakanlığı, T.C. Başbakanlık Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Yunus Emre Enstitüsü, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, T.C. Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı, Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi (TASAM) bünyesinde kurulan Kamu Diplomasisi Enstitüsü, Bilge Adamlar Stratejik Araştırmalar Merkezi, Siyaset Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı, Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı, Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu ve Stratejik İletişim Merkezi gibi kurumlar Türkiye'nin kamu teşebbüsleri ve STK'lar aracılığıyla kamu diplomasisi faaliyetlerini yürüttüğünü göstermektedir. Ayrıca TRT ve Türk Hava Yolları gibi kurumlar da ülkenin tanıtımını en iyi şekilde yapmaktadırlar. Bu kurumların gerçekleştirdiği faaliyetlerin Batı ülkelerine kaymasının Türkiye'ye önemli faydalar getireceği düşünülmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde ve Avrupa'da gerçekleştirilecek olan kamu diplomasisi faaliyetlerinin Türkiye'nin yabancı kamuoyları üzerindeki etkisini artıracığı ve Ortadoğu'da adeta bir model ülke olması ve aynı zamanda uluslararası arenada daha güçlü ülke olmasını sağlayacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda; araştırmanın birinci bölümünde diplomasi ve küreselleşme konusu ele alınacaktır. İkinci bölümde kamu diplomasisinin çerçevesi çizilerek kavram tanımlanacaktır. Üçüncü bölümde ise, Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetleri irdelenerek bu alandaki çerçevesi çizilmeye çalışılacaktır.

Kamu diplomasisi konusu, Avrupa'da ve ABD'de çok çalışılan bir alan olmasına rağmen Türkiye'de ve akademik çevrelerde henüz oldukça yeni bir araştırma konusudur. Bu sebeple küreselleşen dünyada Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerinin ele alınıp açıklandığı bu makalenin, literatürdeki bazı boşlukları doldurabileceği

düşünülmektedir. Geleneksel diplomasiden farklı bu yeni diplomasi yöntemiyle ilgili her geçen gün ilginin artması ve literatüre kazanımların girmesi konuyla ilgili birikimin artmasına katkı sunmaktadır. Çalışmamızda; tümevarım sistemi kullanılarak bazı analizler yapılmıştır. Çalışmanın literatür taraması yerli ve yabancı kaynakları içerecek şekilde gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma yöntemiyle hazırlanan makalemizin piyon bir çalışma olarak literatürde bundan sonra oluşturulacak eserlere katkı sağlaması beklenmektedir.

1. Diplomasi ve Küreselleşme

Geleneksel diplomasi, devletlerarası görüşmelerin uluslararası politika uzmanları ve dışişleri personeli tarafından yapılmasıdır. Bu münazaralar birden çok ülkenin katılımıyla gerçekleştirilir ve sürece dâhil olan devletlerin halklarının süreçte aktif bir rolü bulunmamaktadır. Sir Nicolson (1988) diplomasiyi aşağıdaki şekilde açıklamıştır:

“Mevcut literatürde diplomasi kelimesi dikkatsizce birçok farklı anlamı ifade etmek için kullanılmaktadır. Eski dönemlerde dış politikanın eş anlamlısı olarak kullanılırdı. Daha sonraları müzakere anlamında kullanıldı. Ayrıca müzakerenin yapılma safhasını ifade etmek için de kullanılmıştır. Dördüncü manada dış hizmetlerin bir bölümünü açıklamak için kullanıldı. Beşinci anlamında ise, uluslararası müzakerelerde diplomatik ve soyut yetenekleri ifade etmek için kullanılmıştır (ss.3-4).”

Diplomasi farklı ülkeler arasında ortaya çıkan sorunların dışişleri uzmanları aracılığıyla müzakere edilerek çözüme kavuşturulması sanatıdır. Ticaret, savaş, demokrasi, medya, insan hakları, uluslararası sorunlar, silahsızlanma, bölgesel ve uluslararası terör sorunları, çevre sorunları, toplumsal cinsiyet, siyasi anlaşmalar, uluslararası hukuk, uluslararası barış ve ekonomi gibi evrensel konuların diplomatlar tarafından devletler nezdinde analizini ifade eder. Diplomasi iletişim teknikleri ile gerçekleştirilen bir sanat olmanın yanı sıra stratejik iletişimin, bazen ekonomik gücün ve farklı sosyal disiplinlerden temel bilgilerin birlikte harmanlandığı bir bilim dalıdır. Devletler uluslararası ilişkilerinde bu sahaya önem vermektedirler.

Tarihi gelişim sürecine baktığımızda; diplomasi kadim toplumlardan beri devletlerin ilgisini çeken ve algı yönetimi için de kullandıkları bir alan olmuştur. Avrupa’da bu konuda Roma Devleti’nde, Antik Yunan’da ve Ortaçağ devletlerinde bazı çalışmalar ve eserler mevcuttur. Osmanlı Devleti de Batı ile ilişkilerini taze tutmak için dış ilişkiler ve diplomasi konularına önem vermiştir. Özellikle Avrupa’ya gönderilen elçiler vasıtasıyla yazılan sefaretnameler Osmanlı Devleti’nin yurt dışını tanımalarını ve diplomasi konusunda gelişmesini sağlayan ehemmiyetli unsurlardan biridir. Ayrıca bu eserler Batı toplumlarının yaşam şekillerini öğrenme hususunda mühim konuları arz etmektedir. Diplomasinin gelişmesinde savaşların insani olup olmadığı hususu da analiz edilen konulardan biridir.

Diplomasi askeri güç kullanımının yanı sıra istihbarat ve haberleşme alanları ile ilgilidir. Bilgi alışverişinde haberleşme konusuyla beraber analiz edilen bir alandır. Ülkelerin bilgi toplama ve istihbarat konularında önemli bir bütçeyi ayırdığını söylemek mümkündür. Devletlerin farklı bölgelerdeki personelleri topladıkları bilgilerle önemli görevleri yerine getirmektedirler. Bu şekilde toplanan bilgiler ülkelere politika üretme konusunda dikkate değer faydalar sunmaktadır. Çünkü devletler ilişki içerisinde oldukları ülkelerin geleceğe dönük planlarını öğrenmeyi ve buna göre bir vizyon geliştirmeyi istemektedirler. CIA ve MI6 gibi kurumlar artık politikalarında değişikliğe giderek haber alma sistemlerine ve bilgi servislerine ciddi paralar yatırmaktadırlar.

Diplomasi sadece bir ülkenin farklı bir toprak parçasındaki resmi işlerinin yürütülmesi anlamına gelmemektedir, aynı zamanda bilgi alışverişine önem vererek dünyaya dair politikalar geliştirmeyi ve haber alma kaynaklarını en üst seviyede kullanarak diplomatik süreçlere dâhil olmayı ifade etmektedir. Devletlerarası görüşmeler diplomatlar aracılığıyla gerçekleştirilir ve bu görüşmelerin icrasına diplomasi adı verilir. Fakat

küreselleşen dünya artık geleneksel diplomasiyi yetersiz kaldığını ve daha proaktif süreçlere gereksinim olduğunu ifade etmektedir. Kamu diplomasisi ve siyasi pazarlama gibi kavramların literatüre girmesi bu süreçle başlamıştır. Diploması ticari hayatın işlediği ve sert gücün uygulanmadığı normal zamanlarda sadece idari görevlerin yerine getirildiği bir alan haline gelmiştir. Bunun temel sebebi ise küreselleşmedir. Küreselleşme her ne kadar dışarıdan bakıldığında diplomasiyi zorunlu kılsa da aslında küreselleşmenin temel unsuru tanıtım faaliyetlerinin gerekliliğidir. Küreselleşme ile beraber diplomasiyi artık sosyal ve değişen bir yapıda olduğu fikri dünyada hızla yayılmaya başlamıştır. 21. yüzyılda gerçekleşen dönüşümler ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi eski dönemlere göre diplomasiyi üzerinde daha büyük etkilere sahip olmuştur. Günümüzde teknolojinin de her geçen gün hızla gelişmesi ile beraber devletlerin iletişim olanaklarını yüksek oranda kullanması gerekliliği ortaya çıkmıştır (Hocking & Melissen, 2015, s.9).

Diğer taraftan küreselleşme dünyada ortak bir kültürün oluşturulması sürecini (Özkan, 2004, s.151) de beraberinde getirmiştir. Küreselleşme olgusu birden çok kıtada sosyal ağlara sahip olma durumunu da ifade etmektedir. Bu sosyal ağlar sermaye, bilgi ve güç kavramının etkisi ile birbirine bağlı bir sisteme de tekabül etmektedir (Keohane & Nye, 2000, s.2). Böylece kıtalararası iletişim mümkün hale gelmekte, zaman ve mekân kavramı da önemini yitirmektedir. Küreselleşme olgusu ekonomik bağları etkilemenin yanı sıra toplumsal öğeleri de farklı bir yapıya dönüştürmektedir (Özkan, 2004, s.9). Yani toplumun hem ekonomik, hem de sosyal yapısını değiştirmekte ve dönüştürmektedir. Küreselleşme ile beraber devletler ve halklar birbirleriyle daha çok iletişim haline geçmektedirler. Böylece, sert güç kullanmak yerine karşı tarafı yumuşak güç unsurları adı altında açıklanan kültür, politika ve ekonomi gibi hususlarla etkilemek söz konusudur. Çünkü küreselleşme diplomasiyi yani devletlerarası ilişkilerin icrasını artırırken buna karşın aynı zamanda farklı devletlerin halklarını da etkilemeyi ve bu şekilde masa başında üstün olmayı gerekli hale getirmiştir. Medyanın da iletişim olanaklarını oldukça ileri safhalara taşıması diplomasiyi artık iletişim boyutunu ve pazarlama özelliğini ön plana çıkarmaktadır. Bu durumda kamu diplomasisi gibi adeta geniş bir şemsiyenin yani yeni diplomasiyi dünya sahnesine girdiği söylenebilmektedir.

Küreselleşme ile artık bütün devletlerin kamu diplomasisine daha fazla ihtiyacı bulunmaktadır. Çünkü küreselleşme sadece dünyanın tek bir yerinden yayılmadığı için farklı coğrafyalardaki halklara yaygın iletişim teknolojileri ile ulaşmak artık bir gerekliliktir. Farklı ülkelerden insanlar birbirleriyle her gün iletişim kurmakta ve bilgi alışverişinde bulunmaktadır. Bu konuda internet teknolojisi küreselleşmeyi bütün dünyada mümkün kılan özellik olarak kendini göstermektedir. ABD her ne kadar küreselleşmenin merkez alanını temsil ediyor olsa da küreselleşmenin gelişimine ve farklı kültürlerin yayılımına birçok değişik ülkenin katkısı da bulunmaktadır. Esasında küreselleşme tamamen Amerikan kökenli değildir (Nye, 2002, s.80). Özkan'a (2006) göre ABD ilerdeki 15 senelik zaman periyodunda dünya düzenini küresel ekonomi etrafında yoğunlaştıracaktır (s.61). Bu bağlamda Türkiye'nin küresel kamu diplomasisi stratejilerini reformist bir bakış açısıyla yenilemesi de gerekmektedir. Özellikle Amerika kıtası ve Batı Avrupa, Türkiye'nin kamu diplomasisi uygulamalarını ve algı yönetimini yoğunlaştırması gereken coğrafyalar olarak ön plana çıkmaktadır.

Diğer taraftan, örneğin uluslararası diplomasiyi dünya çapında ilgilendirdiği ve zaman zaman sert gücün uygulandığı temel platform Ortadoğu'dur. Bölgede çıkan çatışmalar ve çeşitli silahlı gruplar diplomatik yöntemlerin tekrardan masaya yatırılması gerektiğini devletlere hatırlatmaktadır. Bilindiği üzere, Ortadoğu problemleri temel olarak İsrail ve Arap devletleri nezdinde oluşmaktadır. Kamu diplomasisi ile sert güç yerine yumuşak gücün aktif olarak kullanıma girmesi bu sorunlara da çözüm olabilir. Çünkü İsrail-Filistin örneği ele alınırsa iki devletin de kültürel öğelerini birbirlerine ifade etmelerinin ve bunu sert gücün önüne geçirebilmelerinin değerli bir entegrasyon sürecini başlatabileceği düşünülebilir. Böylece devletlerarası tansiyon düşürülerek kültürel değişime ve zenginleşmeye zemin hazırlanabilir. Çünkü buradaki Levant bölgesi hem kültürel hem de tarihi zenginlikleri birlikte barındıran çok önemli bir yerdir. İsrail devleti ve bazı aşırı gruplar temelde Filistin'in meşru varlığını yok saymaktadırlar. Batı otoritelerine göre ise, Filistin'in aşırıya kaçan grupları

İsrail'in varlığını yok sayarak devletin bölgedeki meşruiyetinin sorgulanmasına sebep olmaktadır ve İsrail'in de bu fikirde olduğu düşünüldüğünde iki devlet arasındaki tansiyonun sürekli olarak yükseldiği gözlenebilmektedir. Buna karşın kamu diplomasisinin kullanıma daha yoğun girmesi iki devletin birbirini tanımasına ve rekabetin kültürel düzeye çekilmesine katkı sağlayabilir. Hâlbuki Arap coğrafyası genel olarak kültürel entegrasyonu sağlayabilirse oldukça zengin bir kültürel yapıyı meydana getirebilir. Kamu diplomasisi, uluslararası ilişkilerde kültürel rekabetin oluşması ve bir bakıma silahlı güçlerin kullanımının önüne geçilmesi hususunda diplomasiye daha mühim bir noktayı ifade etmektedir.

Bu veriler ışığında diplomasiye devletlerarası bir uygulama sahası olduğu ve artık devletlerin dışındaki aktörlerin de uluslararası ilişkilerde bir anlam ifade ettiği hususuna varılabilir. Diplomatik süreçler kamu diplomasisi kadar proaktif olamamaktadır. Nolan (1993) yapmış olduğu analizlerde artık insan haklarının ve ekonominin diğer uluslararası ilişkiler unsurlarına göre daha önemli olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca devletlerarası ilişkilerde ekonominin ve toplumsal algının daha önemli olduğu açık bir noktadır (s.181). Bu sebeple kamu diplomasisi özel teşebbüsle ve sistemli devlet uygulamaları ile artık dünyada daha yoğun bir şekilde tercih edilmektedir. Böylece uluslararası trendlerde kamu diplomasisinin eski diplomasi uygulamalarının eksik kaldığı yerleri tamamlayarak daha etkin bir unsur olmaya başladığı dikkat çekmektedir. Eğilim artık diplomasiye çok kamu diplomasisine yöneliktir. Proaktif bir şekilde devletlere dış politikada imaj oluşturma ve yönetme, algı yönetimini gerçekleştirme ve tanıtım yapma fırsatını vermesinden ötürü yabancı kamuoylarını etkileme sanatı olarak kamu diplomasisi yükselen bir trend ve önemli bir araçtır.

2.Kamu Diplomasisi

Antoine Henri Jomini (1862/2013) devletlerin savaşa katılma sebeplerini güvenlik tehdidi, çıkar elde etme, ideoloji yayma ve imaj güçlendirme olarak sıralamıştı (s.17). Sancar (2008) propaganda faaliyetinin baskıcı devletlerde bir politika olarak sık sık uygulandığını ifade etmiştir (s.1). Jomini'nin savaşın sebepleri arasında gösterdiği ideoloji yayma aktivitesi savaştan ziyade artık propaganda gibi iletişim uygulamaları ile gerçekleştirilmektedir. Jomini'nin 19. yüzyılda yaşadığı düşünülürse dünya siyasetinin bir hayli değiştiği ve artık savaşların kültür, ekonomi ve pazarlama alanlarında olduğu kabul edilmelidir. Uluslararası siyasetin de dönüşüm geçirerek kamu diplomasisini uygulamaya koyduğu görülmektedir. İmaj güçlendirme, algı yönetimi ve tanıtım faaliyetlerini kamu diplomasisi yerine getirmektedir. Modern hayatta kamu diplomasisi artık geleneksel diplomatik uygulamalara göre daha önemli konumdadır. Çünkü 21. yüzyılda ülkeler ulus markalama adı altında gerçekleştirmiş oldukları faaliyetler sayesinde sert güce ihtiyaç duymadan yumuşak gücün öğeleriyle farklı ulusları etkileri altına alabilmektedirler. Kamu diplomasisi faaliyetlerini başarıyla yerine getiren devletler cazibe merkezi haline gelirken aynı zamanda bu ülkeler kültürlerini ve dillerini dünyaya kabul ettirebilmekte ve dış kamularını da etkileri altına alabilmektedirler. Bunun neticesinde küresel ekonomi pazarı başta olmak üzere pek çok alanda kazanç elde edilebilmektedirler. Tarihin her döneminde farklı kılıflarda, belki daha ilkel yöntemlerle de olsa kamu diplomasisine kısmen rastlanmaktadır. Fakat tam anlamıyla 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra kamu diplomasisi belli bir sistem çerçevesinde ele alınmaya başlanmıştır. Kamu diplomasisi terimi 1965 senesinde Edmund Gullion'un söylemiyle literatüre girmiştir (Yıldırım, 2015, s.1). Kamu diplomasisi yabancı kamuoylarını etkilemek için bir ülkenin maddi ve manevi değerlerini kullanan ve yumuşak güç vasıtasıyla uluslararası arenada kazanç elde etmeye çalışan bir stratejik iletişim yönetimi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kamu diplomasisi için genellikle eski bir terimin yeni kullanımı olduğu söylenir. Çünkü 1960'lı yıllara yani kelimenin sistemli bir şekilde kullanılmaya başlandığı dönemlere gelmeden önce kamu diplomasisi terimi farklı durumlar için kendi anlamının dışında kullanılmıştır. İlk olarak 1856 senesinde London Times süreli yayınında kibar ve nazik davranışı ifade etmek için kullanılmıştır (Cull, 2009, s.19). Daha sonraları New York Times gazetesinde ve bazı konferanslarda kelimenin kullanımına rastlanmaktadır. Buradan hareketle kelimenin terim olarak zamana dayalı bir şekilde aslında anlamının genişlediği görülmektedir. Anlam genişlemesine paralel olarak uygulama sahalari da genişlemiştir. Kamu diplomasisinin temel amacı uygulandığı bölgelerde yaşayan

insanların aklında pozitif bir etki oluşturmak ve buna bağlı olarak farklı insan toplulukları arasında maddi ve manevi değerlerin entegrasyonunu sağlamaktır (Erzen, 2012, s.54). Esasında kamu diplomasisi, yöntemleri bakımından stratejik bir iletişim faaliyetidir. Stratejik iletişim faaliyetinden bir organizasyonun amaçlarına ulaşmak için çeşitli konseptleri ve bilgileri kullandığı iletişim uygulamaları anlaşılmalıdır. Kamu diplomasisi halkla ilişkiler, marka yönetimi, propaganda, tanıtım ve pazarlama gibi kavramlarla yakın ilişki içerisinde bulunan bir alandır. Erzen'e (2012) göre; kamu diplomasisi vasıtasıyla farklı coğrafyalarda uygulamayı gerçekleştiren ülke adına saygın bir duruş sergilenebilmekte ve dış kamuları etkileme sanatında farklı ulusların algılamalarında geleneksel diplomasiye ek olarak kültürel diplomasi gibi farklı birçok prestij sağlayıcı teknik kullanılmaktadır. Böylece kamu diplomasisi saygın bir izlenim oluşturan, halkla ilişkilerin sürece dâhil edilmesiyle karşılıklı yarar sağlayan ve geleneksel diplomasiden ulus markalama stratejilerine kadar tüm diplomasi imkânlarını seferber eden bir safha olarak karşımıza çıkmaktadır (s.60).

Kamu diplomasisi iletişim teknolojileri vasıtasıyla kalabalık yığınların yönetiminde de oldukça başarılı neticeler vermektedir. Kitle iletişim araçları vasıtasıyla ulaşılan bu yığınlar genellikle birbirlerini tanımazlar ve belli bir sosyal çevrede oluşurlar (Fichter, 1971/2012, s.54). Bu sebeple kamu diplomasisi uygulamalarında uygun mesajı, doğru kanalla bu yığınlara ulaştırmak önem arz etmektedir. Hükümetlerin kurmuş oldukları irtibatlar tesirli biçimde siyasi süreçlere etki etmeye başlamıştır. Dış hedef kitlenin davranışları, tavırları ve fikirleri devletler için etkin bir unsur olmuştur. Çünkü onların dış politikanın oluşturulmasında ciddi etkileri mevcuttur. Hükümetler uluslararası medyanın gücünün farkındadırlar ve bu süreçte medyanın aktif rol alması gerektiğini bilmektedirler (Fiske de Gouveia & Plumridge, 2005, s.1).

Kamu diplomasisi dış kamuların akıllarını ve gönüllerini fetheden bir sanat olarak medyayı da araçlarından biri haline getirmiştir. İşte bu sebeplerden ötürü artık kamu diplomasisi devletlerin siyasi hayatında çok mühim bir yere sahiptir. Hükümetler kamu diplomasisi vasıtasıyla dış hedef kitle üzerinde etki oluşturmak ve istenilen şekilde davranış değişikliğine yol açmak istemektedirler. Bunun neticesinde kamu diplomasisinde temsil edilen ülkenin hedef kitlesi üzerindeki tesiri ve yönlendirmesi artmaktadır. Bu açıklamalardan sonra Tuch'un yapmış olduğu tanımın incelenmesi konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Tuch'a (1990) göre, bu yeni diplomasi yöntemi temsil edilen ülkenin değerlerinin dış kamuoyu tarafından algılanması için gerçekleştirilen açık bir iletişim sürecidir (ss.3-4).

Kamu diplomasisinin anlaşılması için bu tanımlamalara ek olarak yakın zaman diliminde geçirmiş olduğu dönüşümün de incelenmesi gerekmektedir. Melissen'a (2005) göre; 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren dünya siyasi hayatında aktif olarak analiz edilen kamu diplomasisi konusu, dünya siyasi tarihinde önemli bir kırılma noktası olan 11 Eylül 2001 tarihinden itibaren bütün dünyada tekrardan ciddiyetle ele alınmaya başlandı. Özellikle ABD başta olmak üzere birçok Avrupa ülkesi küreselleşen dünyada ülkelerini sevdirmek, cazibe merkezi haline getirmek ve kültürlerini yaymak için kamu diplomasisine yöneldiler. Ayrıca terörü bertaraf etmek ve ülkelerinin güçlü imajını sürdürmek yine bu çabaların içindeydi. Bu bağlamda, 21. yüzyılda birçok kamu diplomasisi uygulamasının zorunluluktan doğmuş olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Nitekim uygulamaya konulan bu yeni diplomasi yönteminin ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin uluslararası sorunlara reaktif olmak için hazırlandığını görmekteyiz. Ayrıca, başlangıçta Avrupa'da, özellikle Almanya 1949 senesinden beri kamu diplomasisini diğer Batı ülkelerinde Almanların kabul görmesi için uygulamaktadır. İkinci Dünya Savaşı'nda kendini aşağılanmış hisseden Fransa, uluslararası imajını güçlendirmek için kamu diplomasisi uygulamalarına başvurmuştur. Avusturya, Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri'ni Nazi geçmişinden ötürü kınamıştır ve kendini uluslararası kamuoyuna ifade etme hususuna yönelmişti. Hollanda ise, kürtaj ve uyuşturucu ürünleri hakkında çıkarmış olduğu özgür yasalar ve ötenazi yasası yüzünden kamu diplomasisi uygulamalarına ve buna bağlı olarak ülkenin itibarının zedelenmemesi için imaj çalışmalarına önem vermektedir. Batı Avrupa dışında kamu diplomasisi sıklıkla ülkelerin çıkarlarının korunması için kullanılmaktadır. Kendisini Batı Avrupa'ya ait hisseden bazı Avrupa devletleri büyük bir dönüşümden geçmişlerdir ve kamu diplomasisini ciddiyetle uygulamaya

koymuşlardır. Bunlara Soğuk Savaş sonrası Finlandiya, Franco sonrası İspanya ve Avrupa'dan izole olan İrlanda örnek verilebilir. Polonya, Avrupa Birliği ve NATO entegrasyonu sürecinde kamu diplomasisini ciddiyle uygulamıştır. Ayrıca bugün Türkiye, Romanya, Bulgaristan ve Hırvatistan gibi ülkeler Avrupa Birliği üyeliği sürecinde kamu diplomasisi faaliyetlerini olumlu imaj oluşumu ve imaj yönetimi için kullanılmaktadırlar. Bu ülkelerin temel amacı transatlantik dünyasına ve Avrupa'ya uyum sağlama ve entegre olma çabasıdır (s.9). Avrupa'ya uyum sağlamak bu ülkeler için ciddi bir gelişim sahası olarak algılanmaktadır.

Doğan'a (2012) göre, kamu diplomasisi ülkelerin fayda ve sorun odaklı analizlerinin akabinde farklı devletlerin uluslarının kalbini kazanmak niyetiyle yaptıkları pratiklerdir (s.13). Bu niyet icra edilirken kamu diplomasisi yumuşak güç ve sert güç kavramları ile sürekli olarak birlikte anılan bir kavram haline gelmiştir. Özellikle farklı uluslarla kurulan iletişimin nasıl olacağı konusu, gücün tiplerini meydana getirirken sert güç askeri kuvveti ve yumuşak güç ise diplomatik yöntemleri ifade eder hale gelmiştir. Yumuşak güç kültürel alanlara yoğunlaşırken, sert güç uygulamaları askeri teknolojiye ve ekonomik çıktılara yoğunlaşmıştır.

Nye (2008) yapmış olduğu açıklamalarda bir ülkenin yumuşak gücünü kültürel değerlere, politik değerlere ve dış politikaya dayandırmıştır. Kültür toplumda bir anlam ifade eden pratikler bütünüdür. Ayrıca elitlere hitap eden edebiyat, sanat ve eğitime yüksek kültür denirken kitle eğlencesine hitap eden kültüre ise popüler kültür denilmektedir. Tarihsel süreç içerisinde kamu diplomasisi alanı için şu örnekler verilebilir: Mesela; Prusya Savaşı'nda mağlubiyete uğrayan Fransa zayıflayan itibarını dünyada dilini ve edebiyatını yayarak tekrar kazanmak için 1883 yılında Alliance Française kurumunu kurmuştur. Fransızlar için diplomasisinde tanıtım önemli yer etmeye başlamıştır. İtalya ve Almanya gibi ülkeler de bu sistemi takip ettiler. Özellikle Birinci Dünya Savaşı yumuşak gücü yaymak için ciddi bir çabaya sahne oldu çünkü amaç ülke propagandasının yapılmasıydı. ABD bu anlamda bir ofis kurduğu gibi diğer ülkelerin de hedefi haline geldi. ABD savaşa girdiği zaman İngiltere ve Almanya ABD kamuoyunu etkilemek için çalışmalar yapmaya başladı. ABD ciddi anlamda bu işe eğildi ve 1917 yılında Başkan Woodrow Wilson tarafından savaş konusunda bilgilendirme yapmak için bir komite kuruldu. Arkadaşı George Creel bu komiteyi yönetiyordu ve yaptıkları faaliyetlerin propaganda olmadığını aksine bilgilendirici ve eğitici olduğunu söylüyordu. 1920'li yıllarda radyonun kullanılmaya başlanmasıyla birçok devlet yabancı dilde yayın yapma konusunda faaliyetlerine başladı ve faşistler ile komünistler arasında da dış hedef kitlelerde olumlu imaj oluşturma konusunda yarış başlamış oldu. 1938 yılında ABD Dışişleri Bakanlığı Latin Amerika'ya bilgilendirme yapma konusunda çalışmalar gerçekleştirdi ve bu konuda Nelson Rockefeller tarafından yardımlar yapıldı. 1939 senesinde Almanya Latin Amerika için 7 saatlik ve ABD için ise 12 saatlik radyo programları hazırladı. ABD'nin İkinci Dünya Savaşı'na girmesi ile beraber kültürel politikaları da uluslararası düzeyde gelişti. 1942 yılında Başkan Roosevelt tarafından savaş zamanında bilgilendirme yapması için Office of Wartime Information (OWI) adı altında bir yapı oluşturuldu. Bu ofis aynı zamanda Hollywood endüstrisini bir fikir yayma aracı olarak kullandı. Bunun dışında savaş zamanlarında ABD'nin oluşturduğu başka yumuşak güç unsurlarına İkinci Dünya Savaşı sırasında gelişen Voice of America örnek gösterilebilir. BBC'den sonra modellenen bu yapı 27 dilde yayın yapan bir radyo kurumudur. Soğuk Savaş döneminde Sovyet sorununun ortaya çıkmasıyla beraber kamu diplomasisi genişlemeye devam etmiş, fakat hükümetin kontrolünde mi olduğu yoksa bağımsız bir şekilde Amerikan kültürünün temsilcisi mi olduğu konusunda tartışmalar başlamıştır (ss.96-98). Bu süreçten sonra Berlin Duvarı'nın yıkılmasıyla beraber bu yeni diplomasi yöntemi 21. yüzyılda kültürel diplomasi alanında faaliyet gösterecek şekilde gelişmiştir. Böylece kamu diplomasisi 11 Eylül 2001 yılına kadar normal seyrinde devam ederken bu tarihte gerçekleşen saldırı neticesinde dünya kamuoyunda tekrardan ele alınmıştır. Bununla beraber ülkelerin düşmanlarını sert güç ile değil kamu diplomasisiyle yani yumuşak güç ile yenmesi düşüncesi Batı dünyasında etkili olmaya başlamıştır. Kültür emperyalizmi ile Batı kültürü dünyaya benimsetilmeye çalışılmıştır.

Szondi (2009) bu yeni diplomasi yöntemini itibar yönetiminin önemli bir payandası olarak görmektedir. Farklı ülkelerin kamuoyunu etkilemek ve ulusal hedefleri gerçekleştirirken temsil edilen ülkenin ilgili olduğu

alanlarda gelişme göstermek her ulusun mühim bir parçası olmuştur. Kamu diplomasisinin erken tanımlarında da ikna etme ve etkileme gibi konulara da değinildiği görülmektedir. Tanımlamaların içinde kültürün bazı alanlarına yer verildiği görülmektedir ve bu durumda kültürün kamu diplomasisinin bir parçası olduğu anlaşılmaktadır. Kavramla ilgili son gelişmeler bu yeni diplomasi yönteminin dış politikaların geliştirilmesi ve ulusal hedeflerin gerçekleştirilmesi için gerekli ortamı hazırlayan sistem olduğu hususuna vurgu yapmaktadır. Ayrıca 21. yüzyılda hem iç hedef kitlenin hem de dış hedef kitlenin genişlemesi ile beraber uluslararası amaçlara erişme yolunda ikisine de ulaşmak kamu diplomasisi uzmanları için ehemmiyetli bir konu haline gelmiştir (s.304).

2.1. Medya ve Kamu Diplomasisi

Bu açıklamalardan anlaşıldığı üzere kamu diplomasisi ağırlıklı olarak dış hedef kitleyi etkilemeye yönelik stratejik bir iletişim faaliyetidir. Temel gaye dış kamuoyu üzerinde iyi bir algı oluşturmak ve buna bağlı olarak gerekli tanıtım kampanyalarının yapılması ile ülke algısının geliştirilerek itibar çalışmalarının yapılmasıdır. Günümüz teknolojileri artık çok geliştiği için kamu diplomasisi uygulamaları da buna uyum sağlayarak hem çeşitlenmiş hem de daha kolaylaşmıştır. 21. yüzyılda özellikle geleneksel medyaya ek olarak yeni medyanın da insanların hayatına girmiş olması bilgi kirliliğini artırmıştı fakat buna karşın iletişim olanaklarını da inanılmaz seviyelere çıkarmıştır. İlk olgunlaştığı dönemden beri kamuoyunun şekillenmesinin merkezinde olan medya, kamu diplomasisi alanında da çok önemli bir platformu temsil etmektedir. Hem geleneksel medya ile hem de günümüzde yeni medya ile dünyanın her yerinde hedef kitlelere ulaşmak artık çok kolay bir hale gelmiştir. Eski dönemlerden itibaren başta ABD olmak üzere Avrupa’da ve daha birçok yerde medya sürekli olarak güç sahiplerinin desteğini almıştır. Britanya’da medyaya zaman zaman idari zorluklar çıkarılsa da tarihin her döneminde medya kurumunun ilerlemesi teşvik edilmiştir (İnceoğlu, 2000, s.1). Çünkü medya iyi kullanıldığı zaman fikirlerin hedef kitleye etkileyici bir şekilde aktarılabilirdiği nadir alanlardan biridir. Bu sebeple kamu diplomasisi alanında faaliyet gösteren kuruluşlar geleneksel medyayı ve yeni medyayı etkin bir şekilde uygulamalarına dâhil etmektedirler.

Medyanın yoğun bir şekilde insan hayatına girmesiyle beraber asılsız bilgilerin de hızlı yayılmasını sağlamış ve güvenilir iletişim alanlarına ulaşım da zorlaşmıştır. İnsan toplulukları çoğu zaman malumat sahibi olmadıkları hususlarla ilgili farklı kaynaklardan gelen fikirlere açık olurlar (Aronson, Wilson & Akert, 2010/2012, s.432). Bu durum kitle iletişim teknolojilerinin toplumda algı oluşturma konusundaki önemini de göstermektedir. İnsanlar medyayı da bilgi kaynağı olarak gördüklerinden yeni gelişen bu diplomasi alanı da iletişim teknolojilerinden faydalanmaktadır. Kamu diplomasisi genişleyen bu iletişim olanakları sayesinde dış hedef kitle ile kolayca iletişim kurarak onların zihinlerine etki edebilmektedir. Devletler kamu diplomasisini uygularken temelde bir iletişim faaliyetini gerçekleştirmektedirler. Buna bağlı olarak kamu diplomasisi marka yönetimi, halkla ilişkiler, itibar yönetimi ve tanıtım gibi birçok stratejik iletişim alanıyla da ilişki içerisinde olan bir kavramdır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde bu yeni diplomasi modeli temsil edilen ülkenin dış hedef kitlesi veya kamuoyunda olumlu bir prestije sahip olmasını amaç edinen ve buna bağlı olarak ekonomik alanda da gelişme göstermesini sağlayan karşılıklı bir iletişim süreci olarak karşımıza çıkmaktadır.

3. Küreselleşen Dünyada Türkiye’nin Kamu Diplomasisi Faaliyetleri

Adeta İbn-i Haldun’un “coğrafya kaderdir” sözünü doğrularcasına Türkiye tarihin her anında coğrafi konumundan ötürü mühim ve stratejik bir ülke olarak algılanmıştır. Bunun temel sebepleri arasında; bulunduğu bölge ve jeopolitik konumu nedeniyle Avrupa ve Asya kıtasını birbirine bağlaması, birçok farklı etnik kökenden gelen insanı barındırması, çok sayıda dine ev sahipliği yapması, tarihin her döneminde çok sayıda medeniyeti bünyesinde bulundurmuş olması ve birçok devletin kurulup yıkıldığı Küçük Asya’da yani Anadolu’da varlığını sürdürmesi gibi unsurlar sayılabilir. Bilindiği gibi, Osmanlı Devleti İstanbul’u 1453 yılında fethedince dünyada bir çağ kapanmış, yeni bir çağ açılmıştı. Bu durumun hem Türkiye hem de başta Avrupa olmak üzere dünya için birçok siyasi, sosyal, iktisadi ve kültürel sonuçları olmuştu. Günümüzde dahi Türkiye bu sonuçlarla yüzleşmek

zorunda kalmaktadır. Daha sonra Türkiye imparatorluğunun zayıflaması ve batılılar tarafından parçalanmasıyla beraber Türkler, çağında bir gereği olarak milli devletlerini kurarak rejimlerini değiştirmişlerdi. 1923 yılında Türkiye Cumhuriyeti ilan edildi ve devlet bugün imparatorluktan kalan bakiyesiyle yoluna devam etmek zorunda kalmıştır. Türkiye özellikle Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra hızlı bir gelişme atağı başlattı ve bu durum yabancı devletlerin dikkatini çekti (Unat, 1996, s.13). Bu dönemle beraber Türkiye'nin dışarıda daha iyi tanıtılması gerektiği fikri ön plana çıktı. Fakat Türkiye Avrupa devletleri gibi kamu diplomasisi sahnesine erken çıkamamıştır. Çeşitli spor ve müzik organizasyonlarına katılmak dışında 21. yüzyıla kadar devletin ciddi bir şekilde sistemli uyguladığı dış kamuları tesir altına alma sanatının faaliyetlerinden söz edilememektedir.

Laiklik, üniter devlet, Batı tarzı yaşam ve şehir yaşamı modernlikle beraber Türkiye'nin sosyal hayatta kurumlarıyla yaydığı bir fikir kümesi (Cheviron, Çam & Kurt, 2015) ve çağdaşlaşma hamlesi söz konusudur. Bununla beraber kültüründen kopmadan uluslararası arenada itibar kazanmak Türk kamu diplomasisinin temel taşı olarak belirlenmiştir. Türkiye'de geleneksel olarak diğer alanlarda olduğu gibi kamu diplomasisi faaliyetleri de, bakanlıklar ve kanaat önderleri vesilesiyle uygulanmaktadır. Dış kamuoyunu ve hedef kitleleri etkileme platformunda bireylerden devletin politikalarına kadar uygulamaların çeşitlilik arz etmesinden ötürü kesin sınırlar çizilememekle beraber Türkiye'de şemsiye kurumun T.C. Başbakanlık'ı ve T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü olduğu söylenebilir.

Türkiye'de birçok düşünce kuruluşu ve sivil toplum örgütü olmasına karşın faaliyetlerin yürütüldüğü ana kuruluşlar devlete ait T.C. Başbakanlık'ı, T.C. Dışişleri Bakanlığı, T.C. Başbakanlık Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, T.C. Başbakanlık Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı ve Yunus Emre Enstitüsü olarak sıralanabilir. Bunların dışında TASAM bünyesinde kurulan Kamu Diplomasisi Enstitüsü yapmış olduğu bilimsel çalışmalar ile mühim bir boşluğu doldurmaktadır. Kamu Diplomasisi Enstitüsü ile beraber araştırma alanında Türkiye'nin kamu diplomasisine fayda sağlayan kuruluşlar arasında Bilge Adamlar Stratejik Araştırmalar Merkezi, Siyaset Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı, Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı, Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi, Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu ve Stratejik İletişim Merkezi olarak sıralanabilir (Sancar, 2012, ss.272-295). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü ve T.C. Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı gibi kamu kurumları da Türkiye'nin dış kamuları etkileme faaliyetlerinin ve sanatının aktörleri arasında gösterilebilir.

Türkiye bulunduğu coğrafya sebebiyle hem kendisini Batı'ya kabul ettirme hem de Ortadoğu'nun sorunlarına bölgesel çapta da olsa dâhil olma zorunluluğundadır. Coğrafya, Türkiye'ye hem Avrupa ile Asya'yı birbirine bağlama fırsatını verirken hem de Ortadoğu gibi tarihi ve kültürel bağları olduğu çok değerli fakat bir o kadar da sorunu barındıran bir bölgede bulunma zorunluluğunu ve bunlara bağlı tehditleri beraberinde getirmektedir. Ortaylı'ya (2013) göre Ortadoğu tanımlanması ve sınırları çok zor olan bir coğrafyadır çünkü coğrafya sadece din ve mezhep odaklı değerlendirilmektedir (s.177). Bu durum bölgenin coğrafi özelliklerini hiçe sayarken dini anlamda çok kıymetli olan bu bölgeyi provokasyonlara açık hale getirmektedir.

Türkiye'nin bu statüsüne ek olarak büyük ölçüde kamu diplomasisi ile uluslararası platformda çözüme kavuşturacağı iki önemli sorunu bulunmaktadır. Bunlardan biri Türkiye'nin modern bir ülke olduğunun özellikle Batı dünyasında iyi anlatılamamasıdır. Özellikle ABD kamuoyunda Müslümanlar ve Türklerle ilgili oldukça az bilgi mevcuttur. Bu anlamda Türkiye'nin ABD başta olmak üzere dünyaya anlatması gereken temel husus Müslüman ve modern bir ülke olduğu gerçeğidir. Avrupa'da ve ABD'de bulunan bu bilgi eksikliğinin ve yanlış algılamaların giderilmesi Türkiye'ye sadece imaj sağlamayacak aynı zamanda başta turizm aracılığıyla olmak üzere ekonomik bir geri dönüşü de kazandıracaktır.

Diğeri ise Türkiye'nin yaşadığı güncel sorunlar ve Avrupa Birliği sürecinde gerekli kıstasların yerine getirilmesi hususunda gerçekleştirilemeyen toplumsal dönüşümler olarak ifade edilebilir. Mesela; kadınların

eğitimi ve çocuk gelinler konusu Türkiye'nin yurt dışındaki imajını zedeleyen bir husustur. Avrupa Birliği sürecinde Türkiye, aşması gereken bu konuları öncelikle Sivil Toplum Kuruluşlarıyla da çalışılarak işbirliği içinde ve koordineli bir şekilde yapmalıdır.

Ekonomik sorunlar ve sınai kalkınmada oluşan problemler de çözüme kavuşturulması gereken konular arasındadır. Ayrıca, Türkiye'nin özellikle eğitim kurumları konusunda kendini geliştirmesi ve teknolojik ürünleri ihraç eder konuma gelmesi de uluslararası konumunu olumlu yönde etkileyecektir. Türkiye son zamanlarda mülteciler konusunda Avrupa ile yeni bir ilişki ve pazarlık içerisine girmiş ve Avrupa'dan alınabilecek maddi destek ile vize serbestliği konularında planlamalar yapılmıştır (The Economist Intelligence Unit Türkiye Raporu, 2016, s.4). Esasında bu süreç beraberinde Türkiye'nin çok profesyonel seviyede kamu diplomasisi faaliyetlerini gerekli kılmaktadır. Ayrıca, Avrupa Birliği üyeliği kapsamında sürecin olumlu ve Avrupa ülkelerinin belirlediği kıstaslara uygun olması halinde üyelik sürecinde ilerleme de kaydedilebilir.

Bilindiği gibi; Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü 27478 sayılı genelge ile 2010 yılında kurulmuş ve genelge temel olarak küreselleşmenin etkisiyle uluslararası arenada yabancı ülke halklarını etkilemenin artık daha mühim olduğunu vurgulayarak kamu diplomasisinin farklı ve etkin bir unsur şeklinde ortaya çıkması gerektiğinin altını çizmiştir (T.C. Resmi Gazete, 2010). Bunun neticesinde stratejik iletişim faaliyetleri aracılığıyla kamu diplomasisinin Türkiye tarafından etkili bir şekilde uygulanması gerektiği hususunda görüş birliğine varılmıştır. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü bu alanda faaliyet göstermesi ve faaliyet gösteren kurumlara destek olması için planlanmıştır. Kuruluşun iletişim faaliyetlerinde Başbakanlığa bağlı iletişim kurumlarından destek alması için de gereken adımlar atılmıştır. Koordinatörlük yapısı içinde 5 adet farklı birim bulunmaktadır. Bu birimler başta medya olmak üzere siyasal iletişim ve kültürel faaliyetler alanlarında, kurumun yapısını ilgilendiren çalışmalarda ve araştırma ve geliştirme konularında çalışmaktadırlar.

Kuruluşun vizyonuna göre; küreselleşme süreciyle beraber dünyanın küçülmesi, devletlerarası ilişkilerin artması, uluslararası gündemin daha sorunlu ve karmaşık hale geldiğinin bilinmesi gerekir. Bu durumun neticesinde iddiası olan devletlerin dünya kamuoyunu etkilemesi ve algı yönetimi yapması da çok stratejik bir hal almıştır. Türkiye'nin gelişmiş ülkeler arasında yer almak için Ortadoğu'daki lider ülke konumunu pekiştirmesi ve ulusal faydalarını korumak için kamu diplomasisi alanında zirveye çıkması kaçınılmaz bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmıştır. Bu noktada, Türkiye'nin siyasi manevraları, izlediği politikalar ve hamleleri bölgede dikkate değer bir unsur haline gelmiştir.

Resmi evraklara baktığımızda şu önemli tespitle karşılaşmaktayız: T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Türkiye'nin tarihi ve kültürel değerlerini korumak, ülkenin bölgesel tecrübesini kullanarak dış kamuoyunu etkilemek ve dünyanın farklı kesimleri ile iletişime geçerek iyi bir imaj yönetimine imza atmak için kurulmuştur (<http://kdk.gov.tr/faaliyetler/vizyon-misyon/8>). Kuruluşun misyonu ise Türkiye'nin farklı coğrafyalardaki görünürlüğünü artırmak olarak belirtilmiştir. Medya, siyaset, ekonomi, spor, müzik ve sanat gibi birçok farklı unsurun entegrasyonunu sağlayarak Türkiye'nin dünya kamuoyundaki görünürlüğünü artırmak ve prestijini sağlamak kuruluşun temel misyonudur. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü gençlik çalışmalarının desteklenmesine, kamu diplomasisi panellerinin icra edilmesine, dış politika tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine, diplomasi çalıştaylarının yapılmasına destek sağlamaktadır.

Ayrıca Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, siyasal iletişim aktiviteleri adı altında birçok çalışmaya imza atmaktadır. Bunlardan bir tanesi olan ülke toplantılarında, temel amaç yurt dışında Türkiye ile ilgili akademik çalışmalar yapanlar ile Türkiye'de çalışan insanları bir araya getirerek akademik anlamda dikkate değer eserlere ve bilgi alışverişine imkân sağlamaktır. Ayrıca akil insanlar konferansları düzenlenmekte ve bu konferanslarda beyin fırtınaları yapılarak dünyadaki önemli konular hakkında bilimsel açıklamalar ve bilgi alışverişi yapılmaktadır. Örneğin 2010 tarihinde İranlı düşünür Seyyid Hüseyin Nasr ile Harvard Üniversitesi mensubu

Harvey Cox İstanbul'a gelerek oturma düzenlenmiş ve önemli katkılar sağlanmıştır. Bu aktivitelerin yanı sıra Avrupa toplantıları, çeşitli paneller ve uluslararası akademik görüşmeler de kuruluşun gerçekleştirmiş olduğu diğer faaliyetler arasındadır.

Ayrıca, medya alanında dikkate değer halkla ilişkiler çalışmaları yapılmaktadır. Gazeteciler ve kanaat önderleriyle birlikte gerçekleştirilen toplantılar neticesinde yabancı basın da Türkiye'ye gelmekte ve buradaki konulara ilgi duymaları sağlanmaktadır. Ayrıca Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü dünya çapında izlenen i-List programına 2010 yılında Türkiye'nin tanıtımı için Kültür ve Turizm Bakanlığı ile beraber destek vermiş ve Türkiye'nin dünya çapında tanıtımının yapılmasına katkı sağlamıştır. Program CNN kanalının çok popüler bir yayını olmakla beraber Türkiye'nin dünyada izlenmesine ve görünürlüğünün artmasına fayda sağlamıştır.

Türkiye'de yabancı kamuoylarını etkileme sanatında faaliyet gösteren diğer kuruluşlar arasında T.C. Başbakanlık Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA) da bulunmaktadır. TİKA, 1991 yılından sonra yani komünist blokun parçalanmasının hemen ardından, eski Sovyet coğrafyasındaki Türklere yardım etmek ve onların refahını sağlamak için kurulan bir kurumdur. Planlandığı üzere TİKA, 1992 yılında Dışişleri Bakanlığı'na bağlı bir kamu kurumu olarak hayata geçirilmiş ve 2000'li yılların başında ise Başbakanlık'a bağlanarak bugünkü hüviyetine bürünmüştür. TİKA kurulduğu günden bugüne Orta Asya'da Türki Cumhuriyetler için ciddi çalışmalar yapmıştır. Bölgenin fiziki yapısının kalkınmasının yanı sıra akademik ve bilimsel anlamda önemli konular hayata geçirilmiştir. TİKA, Türkmenistan Diplomatlar Günü faaliyetinde açılan sergide Türkiye'nin Türkmenistan'da yapmış olduğu çalışmalar hakkında bilgiler vererek kamuoyunun sempatisini kazanmıştı. Böylece, Orta Asya'da Türkiye'nin tanıtımına ve imajının olumlu yönde pekiştirilmesine katkıda bulunmuştur. Ayrıca TİKA, Karadağ Devlet Hastanesi'ne tıbbi cihazlar göndermiş ve hastanenin fiziki altyapısını güçlendirerek daha fazla hastanın dış hekimliği alanında hizmet almasına katkı sağlamıştır. Bunun dışında TİKA Cemal Bijedić Üniversitesi'ne bal analiz laboratuvarı kurarak Bosna Hersek'te eğitim, kültür alanlarına da katkıda bulunmuştur (http://www.tika.gov.tr/tr/haber/cemal_bijedic_universitesi_ne_bal_analiz_laboratuvari-21188).

TİKA sadece Türkiye'yi yakından ilgilendiren coğrafyalara değil aynı zamanda dünyanın birçok yerine yardımlar yaparak Türkiye'nin dünya kamuoyundaki görünürlüğünü artırmaya devam etmektedir. Ekvador'da bulunan Laura Vicuna yetimhanesine ciddi katkılar vermiş ve yetimhanenin altyapısının güçlendirilmesini sağlamıştır (http://www.tika.gov.tr/tr/haber/tika%27dan_ekvador%27daki_yetimlere_yardim_eli-21178). TİKA bunlara ek olarak Kosova Üniversitesi'ne bağlı bir sağlık merkezine 27 yataklı bir yoğun bakım ünitesinin kurulması için anlaşmaları gerçekleştirmiştir. Özellikle Türkiye'nin Balkan coğrafyası ile olan yakın ilişkisinden ötürü Orta Asya ile beraber Balkan coğrafyasına da ciddi yardımlar yapılmıştır. Bu örneklerden de anlaşılacağı üzere TİKA gücü yettiğinde dünyanın her yerinde Türkiye'nin görünürlüğünün artması, güçlü bir imajın oluşturulması ve sürdürülmesi için gerekli kamu diplomasisi çalışmalarını gerçekleştirmektedir.

TİKA'nın dışında bir başka kuruluşun ise Yunus Emre Enstitüsü olduğu söylenebilir. Yunus Emre Vakfı çerçevesinde kurulan Yunus Emre Enstitüsü Türk dilinin, kültürünün, tarihinin, coğrafyasının ve sanatının tanıtılması için dünyada çeşitli bölgelerde faaliyetler gerçekleştirmektedir. Faaliyetlerine 2009 yılında başlayan Yunus Emre Enstitüsü; Fransa, İngiltere ve Almanya gibi ülkeler başta olmak üzere birçok ülkede 50'ye yakın merkez açmıştır. Böylece Türkiye'nin tarihsel birikiminin, kültürünün ve sanatının tanıtılmasına ciddi katkılar sağlamaktadır. Kuruluşun vizyonuna göre Türk kültürünün, sanatının ve dilinin yabancılara öğretilmesi temel amaçtır. Misyonu ise, bu özelliklere ek olarak Türkiye'nin diğer ülkeler ile işbirliğini ve dostluğunu geliştirmeyi planlamaktadır. Yunus Emre Enstitüsü, özellikle yurt dışında yaşayan Türklere için de ciddi bir faaliyet merkezi olarak karşımıza çıkmaktadır. Kurum sadece yabancılara yönelik hizmet vermemekte, aynı zamanda farklı ülkelerdeki Türklere de kuruluşun hizmetlerinden faydalanabilmektedirler (<http://www.yee.org.tr/tr/misyon>).

Vurgulanması gereken bir diğer kuruluş ise, Yurt Dışı Türklere ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB)'dir. Bu kurum da yakın bir zaman olan 6 Nisan 2010'da kurulmuştur. Kurumun amacı temel olarak dünyanın farklı

bölgelerinde ve ülkelerinde yaşayan dış Türkler ve akrabalar ile Türkiye’de eğitim hayatına devam eden ve kuruluştan burs alan öğrencilere dair faaliyetler geliştirmektir ve mevcut uygulamaları desteklemektir. Benzerlerine göre oldukça geç kalınmış bir proje olmasına rağmen faaliyetlerini oldukça başarılı bir şekilde sürdürmektedir. Kurumun yapmış olduğu çalışmaların amacı yurt dışında yaşayan Türkler ile iyi ilişkiler geliştirmek, onları desteklemek ve buna bağlı olarak ülkenin yurt dışındaki imajını da güçlendirmektir. Kuruluştan burs alan öğrenciler dünyada Türkiye’nin tanıtımı için önemli ve gönüllü birer unsur haline gelmektedirler. Ayrıca, YTB birçok eğitim faaliyetine mali açıdan destek olmakta ve bazı akademik zirvelere de sponsorluk yaparak hizmetlerine devam etmektedir (<http://www.ytb.gov.tr/kurumsal.php>).

Bu sistemli ve programlı kamu diplomasisi faaliyetlerine ek olarak Türkiye’nin özel girişimcileri, kamu teşebbüsleri ve kültürel değerleri de dış kamuları etkileme alanında kullanılmaktadır. Kamu diplomasisi zaman içinde yüksek elitlerin faaliyetlerinden özel teşebbüslerin uygulamalarına kadar temas edecek şekilde hacim değiştirmiştir (Plavsak, 2002, s.113). Bu durum kamu diplomasisinin genişleyen uygulayıcılarına ve kullanım alanlarına işaret etmektedir ki konumuz açısından çok önemlidir. Bu bağlamda medyada TRT yayınları ve yapmış olduğu faaliyetleri neticesinde kamu diplomasisi alanındaki önemli araçlardan biri haline gelmiştir. Özellikle yakın zaman diliminde kurulan TRT World dış kamuları etkileme ve yabancı kamuoyuyla iletişim kurma konusunda ülkeye ciddi katkılar sağlayacak potansiyededir.

Diğer taraftan; yapmış olduğu sponsorluklarla, reklamlarla, ünlülerle ve sanat faaliyetleriyle THY yabancı kamuoylarını etkileme gücüne sahiptir. Kültür ve sanatının genişleyen uygulayıcılarıyla havacılık sektörü de kamu diplomasisi bağlamında en iyi örneklerden biri haline gelmiştir. Türkiye Havacılık sektöründe, başta THY olmak üzere özellikle son yıllarda yapmış olduğu yatırımlar neticesinde dünyanın önemli ve rekabet gücü olan hava yolları şirketlerine sahiptir. Bu bağlamda THY, dünyada en çok ülkeye uçuş yapan havayolu şirketi olma özelliğini taşımakta, yapmış olduğu tanıtım faaliyetleri ile hem kendisini hem de Türkiye’yi güçlü bir şekilde dünya kamuoyunda temsil etmektedir. Nitekim, ülkenin dünya kamuoyundaki görünürlüğü artmış ve tercih edilen şirketler arasına girmiştir. “*Globally Yours ve Widen Your World*” gibi sloganları zaman zaman tanıtım kampanyalarına dâhil eden şirket bu yöntemle dünya kamuoyuna seslenerek halkla ilişkiler alanında da yapmış olduğu yetkin çalışmalar ve doğru sponsorluk anlaşmaları ile dünyanın en büyük şirketleri listesine girmiştir. Bu çalışmalarının sonucu olarak beş defa Avrupa’nın en iyi havayolu kurumu olarak listelere girmiştir (<http://www.turkishairlines.com/tr-tr/kurumsal/tarihce>).

Bu başarılarla THY sadece bir şirket olarak kâr etmemiş, aynı zamanda İstanbul başta olmak üzere ulus markalama sürecinde Türkiye’nin adını taşıyan bir şirketin dünyada çok başarılı noktalara gelmesi kamu diplomasisi alanında Türkiye’ye mühim kazanımlar getirmiştir. Ayrıca kuruluş dünyaca ünlü birçok spor organizasyonuna finansal destek vererek adının görünürlüğünü artırmakta ve buna bağlı olarak Türkiye’nin imajına da katkı sağlamaktadır. Bu noktada özellikle THY’nin Türkiye’nin kamu diplomasisine sunduğu imkânları açıklamak için THY İstanbul-Flow Motion reklam filmine değinmek gerekmektedir. Film Türkiye’nin vitrini olan, Ayasofya ve Sultanahmet Camii gibi önemli dini merkezleri barındıran ve ülkenin ve dünyanın çok önemli turistik merkezlerinden biri olan İstanbul’u son dönemlerde en iyi şekilde tanıtan unsurlar arasında yerini almıştır. Bilindiği gibi reklam, sahip olunan değerlerin hedef kitleye duyurulması sürecidir (Asna, 2003, s.7). Bu sebeple İstanbul’u tanıtan bu filmin değerli bir yeri kapsadığı söylenebilir. Bu süreçte İstanbul’a gelmenin yolunun da THY’den geçtiği söylenerek hem şirketin reklamı hem de şehrin tanıtımı tamamlanmıştır. Reklam filminde İstanbul’un tarihi niteliklerine başarılı bir şekilde değinilmektedir. Şirket yapmış olduğu bu tanıtımla Türkiye’nin ulus markalama ve yer markalama dallarına ciddi katkı sunmuştur. Bu sebeple ülkenin kamu diplomasisinde ehemmiyetli bir yere sahiptir.

Sonuç

İletişim çağını yaşadığımız ve uluslararası ilişkilerin oldukça karmaşık bir hal aldığı günümüzde, geleneksel diplomasinin de küreselleşme ve gelişen iletişim teknolojileriyle beraber eski önemini ve etkisini yavaş yavaş yitirmeye başladığı ve ağırlıklı olarak yerini kamu diplomasisine bıraktığı gözlenmektedir. Diploması sadece devletlerarası ilişkileri ifade ederken çok boyutlu yapısıyla kamu diplomasisi farklı ulusların birbirlerini etkileme sürecini de ifade etmektedir. Kamu diplomasisi sürecinde bizzat alanında uzman insanlar aktifken diploması safhasında sadece devletlerin dış politika uzmanları ve diplomatları faaliyet göstermektedir. Diploması birden fazla devletin birbiriyle olan ilişkisini ifade ederken kamu diplomasisi hem devletin hem de halkın farklı ülkelerin insanlarıyla olan ilişkisini ifade etmektedir. Kamu diplomasisinin ulus markalama, halkla ilişkiler ve stratejik iletişim faaliyetleri ile artık daha yakın çalışması geleneksel diplomasinin önüne geçmiştir. Çünkü artık yabancı kamuoylarını etkilemek, algı yönetimi yapmak, hedef kitleleri yönetmek ve yönlendirmek uluslararası ilişkilerde belirleyici hale gelmiştir.

Özellikle büyük maddi ve manevi kayıpların yaşandığı Birinci ve İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra artan insan zayıfatı ve devletlerin artık savaşmak istememeleri üzerine kamu diplomasisi uygulamaları Soğuk Savaş ile beraber yükselişe geçmiştir. Bunun üzerine yumuşak güç, sert güç ve ekonomik güç ile akıllı güç gibi kavramlar uluslararası ilişkiler literatüründe önemsenen ve üstünde ısrarla durulan analiz alanları haline gelmiştir. Yumuşak güç, bir devletin kültürel öğeleriyle yabancı kamuoylarını etkilemesini ifade etmektedir. Kamu diplomasisi süreci de yumuşak güç unsurlarını faaliyete geçirerek devletlere uluslararası ilişkilerde kazanç sağlamaya çalışmaktadır. Bu durum, küreselleşen dünyada yumuşak gücün ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin, geleneksel diplomasinin önüne geçmesini sağlamıştır. Uluslararası şirketlerin ve STK'ların artık küresel seviyede faaliyet gösterdiğinin görülmesiyle beraber uluslararası ilişkilerin daha karmaşık bir hale gelmesinden dolayı geleneksel diplomasinin yerine, daha proaktif ve etkin bir sürecin yani kamu diplomasisi uygulamalarının geçtiğini görmekteyiz.

Diğer taraftan sert güç, askeri güç kullanımını ifade etmektedir. Ekonomik güç ise paranın kullanıma sokularak çıkar elde etmenin yollarının aranmasını vurgulamaktadır. Bunlara ek olarak söylenmesi gereken bir diğer kavram da akıllı güçtür. Bu kavram ise yumuşak güç ile sert gücün harmanlandığı bir sistemi ifade etmektedir. Bu kavramları bilmek kamu diplomasisinin algılanmasını kolaylaştıracaktır. Çünkü kamu diplomasisi sert gücün uygulanmasına gerek kalmadan yumuşak güç vasıtasıyla dış kamuları etkilemeyi başarmaktadır. Böylece devletler akıllı güce ve ekonomik güce başvuracakları zaman uluslararası arenada kamu diplomasisinin vermiş olduğu olumlu imaja istinaden faaliyetlerini gerçekleştirebilmektedirler. Bu sebeple ABD'de filizlenen ve sonra birçok Avrupa ülkesinde olduğu gibi Türkiye'ye de ulaşan kamu diplomasisi, adeta beyaz propagandanın modern hali olarak talep görmektedir. Artık kamu diplomasisi, başta siyaset ve iletişim bilimleri olmak üzere birçok disiplinin ve akademik dünyanın ilgisini çeken ve üstüne bilimsel araştırmalar yapılan bir alan olarak karşımızda durmaktadır.

Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetleri incelendiğinde, çağdaşlarının aksine ülkenin bu alana geç adım attığı görülmektedir. TİKA'nın 1992 yılında faaliyete geçmesi Türkiye'nin kamu diplomasisi alanında sistemli bir şekilde faaliyet gösterdiği ilk dönemleri ifade etmektedir. Zamanla gelişen kamu diplomasisi faaliyetleri için günümüzde adeta şemsiye olarak konumlanan kamu kurumlarının başta T.C. Başbakanlık'ı ve T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü olduğu görülmektedir. Bu kurumların öncülüğünde başlatılan kamu diplomasisi faaliyetleri T.C. Dışişleri Bakanlığı, T.C. Başbakanlık Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Yunus Emre Enstitüsü, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, T.C. Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı, Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi (TASAM) bünyesinde kurulan Kamu Diplomasisi Enstitüsü, Bilge Adamlar Stratejik Araştırmalar Merkezi, Siyaset Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı, Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı, Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu ve Stratejik İletişim Merkezi gibi kurumların desteğiyle devam ettirilmiştir. Bu

kurumlar vasıtasıyla sürdürülen çalışmalar hem pratik uygulamaları hem de düşünsel faaliyetleri kapsamaktadır. Bunun neticesinde Türkiye'nin bölgesel gücünü korurken uluslararası alanda daha güçlü bir devlet olması için çaba sarf edilmektedir. Dış kamuları etkilemek için gerçekleştirilen faaliyetler neticesinde Türkiye'nin Avrupa Birliği üyeliği sürecinde kazanç elde etmesi ve Ortadoğu bölgesinde model ülke olması amaçlanmaktadır. Bu çerçevede Türkiye'nin ABD ve Avrupa gibi bölgelerde kamu diplomasisi faaliyetlerini artırması gerekmektedir. Bu bölgelerde kazanılacak itibarın profesyonel bir şekilde yönetilmesi halinde ülkenin hem Avrupa Birliği üyeliği sürecinde kazanç elde edeceği hem de Ortadoğu'dan ziyade Batı ülkeleri üzerinde de bir güce sahip olabileceği düşünülmektedir.

Kamu diplomasisi alanındaki çalışmaları irdelendiğinde genel olarak Türkiye'nin kamu diplomasisi alanını keşfettiği ve bu alanda çabalarının olduğu görülmektedir. Ancak, yolun çok başında olduğu, öne sürülen projelerinin sürdürülebilirliği ve uzun soluklu olduğu unutulmadan bir adanmışlığın olması gerekmektedir. Bu alanda yapılacak daha çok iş vardır ve Türkiye enerjisinin bir kısmını buraya ayırmak zorundadır. Dünyadaki gelişmeleri çok yakından takip eden Türkiye'nin atmış olduğu ve/ veya atmadığı adımlar, doğrudan veya dolaylı olarak, bölgesel ve küresel siyaseti de etkilemektedir.

Bunun yanı sıra akademik dünyada yapılan çalışmaların, dikkate alınarak programlar ve uygulamalar yapılması da hayati önem taşımaktadır. Literatürdeki kaynakların içinde dünyadaki kamu diplomasisi uygulamalarının değerlendirmelerine ve kavramsal karşılaştırmalara yer verilmelidir. Literatürde daha detaylı olarak çalışılabilecek alanları belli ülkelerin kamu diplomasisi faaliyetlerini yerine getiren kurumların veya enstitülerin detaylı incelemesi oluşturabilir. Ayrıca, alana hâkim diğer ülkelerin kamu diplomasisi, propaganda, lobcilik ve stratejik iletişim yöntemlerinin nasıl uygulandığı ve etkileri detaylı bir şekilde incelenmelidir. Analitik bir bakış açısıyla Türkiye'nin kamu diplomasisinde izlemesi gereken yol ve yöntemleri analiz eden çalışmalar yapılmalıdır. Ayrıca, bölgesel sorunların çözümünde kamu diplomasisinin yararlarının analiz edildiği çalışmaların da alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Aronson, E., T. D. Wilson ve R. M. Akert. (2012). Sosyal Psikoloji. O. Gündüz (çev.). 1.Baskı. İstanbul: Kaknüs Yayınları (Orijinal Baskı Tarihi 2010).
- Asna, A. (2003). Hulki Aktunç. E. Çöklü, E. Özgen ve E. K. Bilbil (Ed.). Önce İletişim Vardı: Ustalar Ne Diyor? içinde. İstanbul: Derin Yayınları, 7-13.
- Chevron, N. T., A. Çam ve M. Kurt. (2015). La Construction de l'Identité Religieuse Dans les Séries Télévisées Islamiques Entre Deux Mondes et la Rue de la Sérénité. Signes, Discours et Sociétés. Sayı.14. <http://www.revue-signes.info/document.php?id=4225> (Erişim Tarihi: 22 Nisan 2016).
- Cull, N. J. (2009). Public Diplomacy Before Gullion: The Evolution of a Phrase. N. Snow ve P. M. Taylor (Ed.). Routledge Handbook of Public Diplomacy içinde. New York: Routledge, 19-23.
- Doğan, E. (2012). Kamu Diplomasisinin Sunduğu Fırsatlar ve Kısıtlar. A. Özkan ve T. E. Öztürk (Ed.). Kamu Diplomasisi içinde. 1.Baskı. İstanbul: TASAM Yayınları, 13-34.
- Erzen, M. Ü. (2012). Kamu Diplomasisi. İstanbul: Derin Yayınları.
- Fichter, J. H. (2012). Sosyoloji Nedir. N. Çelebi (çev.). 1.Baskı. Ankara: Anı Yayıncılık (Orijinal Baskı Tarihi 1971).
- Fiske de Gouveia, P. ve H. Plumridge. (2005). European Infopolitik: Developing EU Public Diplomacy Strategy. London: The Foreign Policy Centre.

- Hocking, B. ve J. Melissen. (2015). *Diplomacy in the Digital Age*. Clingendael Report. Clingendael Institute: Netherlands Institute of International Relations Clingendael
- İnceoğlu, Y. (2000). *Uluslararası Medya*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Jomini, A. H. (2013). *Savaş Sanatı'nın Ana Hatları*. A. T. Büyükonat (çev.). İstanbul: Doruk Yayıncılık (Orijinal Baskı Tarihi 1862).
- Keohane, R. O. ve J. S. Nye. (2000). Introduction. J. S. Nye ve J. D. Donahue (Ed.). *Governance in a Globalizing World içinde*. Washington: Brookings Institution Press, 1-41.
- Melissen, J. (2005). *The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice*. J. Melissen (Ed.). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations içinde*. New York: Palgrave Macmillan, 3-27.
- MIA, K. P. (2002). *Communicative Diplomacy for the 3rd Millennium: Soft Power of Small Countries Like Slovenia?*. *Journal of Political Marketing*. Cilt.1. Sayı.2-3, 109-122.
- Nicolson, H. (1988). *Diplomacy*. Washington: Institute for the Study of Diplomacy, Georgetown University.
- Nolan, C. J. (1993). *Principled Diplomacy*. Connecticut: Greenwood Press.
- Nye, J. S. (2008). *Public Diplomacy and Soft Power*. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Cilt.616. Sayı.1, 94-109.
- Nye, J. S. (2002). *The Paradox of American Power*. New York: Oxford University Press.
- Ortaylı, İ. (2013). *Yakın Tarihin Gerçekleri*. 6.Baskı. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Özkan, A. (2004). *Küreselleşme ve Avrupa Birliği ile Bütünleşme Sürecinde Türkiye*. 1.Baskı. İstanbul: TASAM Yayınları.
- Özkan, A. (2006). *21. Yüzyılda ABD'nin Küresel Stratejileri*. İlk Basım. İstanbul: TASAM Yayınları.
- Sancar, G. A. (2008). *Siyasi Parti İmajının Oluşmasında Medyanın Rolü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE.
- Sancar, G. A. (2012). *Uluslararası Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi: Türkiye İçin Bir Model Önerisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE.
- Szondi, G. (2009). *Center and Eastern European Public Diplomacy*. N. Snow ve P. M. Taylor (Ed.). *Routledge Handbook of Public Diplomacy içinde*. New York: Routledge, 292-313.
- T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü. *Vizyon ve Misyona*. <http://kdk.gov.tr/faaliyetler/vizyon-misyon/8>(Erişim Tarihi: 21 Nisan 2016).
- T.C. Resmi Gazete. (30 Ocak 2010). *Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü ile İlgili 2010/3 Sayılı Başbakanlık Genelgesi*.

The Economist Intelligence Unit. (2016). Turkey. London.

TİKA. Cemal Bijediç Üniversitesi'ne Bal Analiz Laboratuvarı.

http://www.tika.gov.tr/tr/haber/cemal_bijedic_universitesi_ne_bal_analiz_laboratuvari-21188 (Erişim Tarihi: 22 Nisan 2016).

TİKA. TİKA'dan Ekvador'daki Yetimlere Yardım Eli.

http://www.tika.gov.tr/tr/haber/tika%27dan_ekvador%27daki_yetimlere_yardim_eli-21178 (Erişim Tarihi: 20 Nisan 2016).

Tuch, H. N. (1990). Communicating With the World: U.S. Public Diplomacy Overseas. 1.Baskı. New York: St. Martin's Press.

Türk Hava Yolları. Tarihçe. <http://www.turkishairlines.com/tr-tr/kurumsal/tarihce>(Erişim Tarihi: 19 Nisan 2016).

Unat, N. A. (1996). **Kum Saatini İzlerken**. 1.Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları.

Yıldırım, G. (2015). Uluslararası Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi. 1.Baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Yunus Emre Enstitüsü. Misyon. <http://www.yee.org.tr/tr/misyon> (Erişim Tarihi: 21 Nisan 2016).

Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı. Kurumsal. <http://www.ytb.gov.tr/kurumsal.php> (Erişim Tarihi: 20 Nisan 2016).