

T.C.
SİNOP ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI



GÜNEY KORE'NİN TÜRKİYE'DEKİ KÜLTÜREL DİPLOMASİ
FAALİYETLERİ: KORE KÜLTÜR MERKEZİ ÖRNEĞİ

Berrin DEMİRCAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

DR. ÖĞR. ÜYESİ CANDAN CAN

SİNOP - 2024

TEZ KABUL

Berrin DEMİRCAN tarafından hazırlanan “**Güney Kore’nin Türkiye’deki Kültürel Diplomasi Faaliyetleri: Kore Kültür Merkezi Örneği**” başlıklı bu çalışma, 15.05.2024 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak, jürimiz tarafından **YÜKSEK LİSANS tezi** olarak kabul edilmiştir.

Başkan	Dr. Öğr. Üyesi Candaş Can	İmza
(Danışman)	Sinop Üniversitesi / Boyabat İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Duygu Çeri	İmza
	Sinop Üniversitesi / Boyabat İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Aslı Geylan	İmza
	Anadolu Üniversitesi / İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	

Enstitü Müdürü

Prof. Dr. Fadime DİRİK

.....

ETİK BEYANI

Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarımı kabullendiğimi beyan ederim.

Berrin DEMİRCAN

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GÜNEY KORE’NİN TÜRKİYE’DEKİ KÜLTÜREL DİPLOMASİ FAALİYETLERİ: KORE KÜLTÜR MERKEZİ ÖRNEĞİ

BERRİN DEMİRCAN

SİNOP ÜNİVERSİTESİ LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
DANIŞMAN: DR. ÖĞR. ÜYESİ CANDAŞ CAN

Kültürel diplomasi, öz bir biçimde, bir ülkenin kurumsal ve kültürel imajını diğer ülkelerde güçlendirmek için yürüttüğü faaliyetler bütününe karşılık gelir. Yumuşak güç olarak tarif edilen kültürel diplomasi, ülkeler arası güveni güçlendirme ve böylece barışçıl ilişkiler inşa etme potansiyeline sahiptir. Bu nedenle de dünyadaki birçok ülke, iyi ilişkiler tesis etmek istedikleri ülkelerde kültürel diplomasının imkânlarından yararlanarak birçok faaliyet gerçekleştirmektedir. Dünyada kültürel diplomasi performansı en yüksek olan ülkelerden biri Güney Kore’dir. Güney Kore, özellikle 1990’lardan itibaren tüm dünyada etkisini hissettiren Kore Dalgası (Hallyu) aracılığıyla ülke imajını önemli bir noktaya taşımış görünmektedir ki bu dalganın Türkiye’de de etkisini gözlemlemek mümkündür. Güney Kore’nin birçok ülkede kurduğu Kore Kültür Merkezleri, Kore Dalgası’nın etki alanını artıran önemli işlevleri yerine getirmektedir. Dolayısıyla bu merkezlerde düzenlenen Korece kursları, film gösterimleri, yemek yapma kursları, K-Pop akademisi vb. faaliyetlerin Kore’nin kültürel ve sanatsal ürünlerinin diğer ülkelerde popülerleşmesine önemli katkılar sağladığı görülmektedir. 2011’de Ankara’da kurulan Kore Kültür Merkezi (KKM) de Kore kültürünün Türkiye’de popülerlik kazanmasına ve dolayısıyla Türkiye’deki Güney Kore imajının daha da güçlenmesine yönelik birçok kültürel ve sanatsal faaliyet gerçekleştirmektedir. Bu çalışmada Güney Kore’nin Türkiye’de yürüttüğü kültürel diplomasi faaliyetleri ve bu faaliyetlerin Türkiye’deki etki düzeyi KKM örneği çerçevesinde analiz edilmektedir. Bu nitel araştırma kapsamında, Türkiye’deki KKM üyeleriyle gerçekleştirilen yarı-yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla bu etki düzeyi derinlemesine anlaşılmasına çalışılmıştır. Bu araştırmanın sonucunda, KKM’nin Güney Kore’nin Türkiye’deki kültürel diplomasi faaliyetlerinin başarıya ulaşmasında, birçok açıdan katkılar sunduğuna yönelik önemli bulgular ortaya konulmaktadır.

ANAHTAR KELİMELER: Güney Kore; Yumuşak Güç; Kültürel Diplomasi; Kore Dalgası; Kore Kültür Merkezi.

Temmuz 2024, 61 Sayfa.

ABSTRACT

MASTER'S THESIS

SOUTH KOREA'S CULTURAL DIPLOMACY ACTIVITIES IN TÜRKİYE: THE EXAMPLE OF THE KOREAN CULTURAL CENTER

BERRİN DEMİRCAN

SINOP UNIVERSITY INSTITUTE OF GRADUATE PROGRAMS

DEPARTMENT OF POLITICAL SCIENCE AND PUBLIC ADMINISTRATION

SUPERVISOR:ASST. PROF. DR. CANDAŞ CAN

Cultural diplomacy, in short, refers to a set of activities carried out by a country to strengthen its institutional and cultural image in other countries. Cultural diplomacy, defined as soft power, has the potential to strengthen trust between countries and thus build peaceful relations. For this reason, many countries in the world have carried out several activities using cultural diplomacy in countries with which they aim to establish good relations. One of the countries with the highest level of cultural diplomacy in the world is South Korea. South Korea seems to have carried the country's image to an important point through the Korean Wave (Hallyu), which has made its impact felt all over the world, especially since the 1990s, and it is possible to observe the impact of this wave in Turkey. The Korean Cultural Centers established by South Korea in many countries provide significant functions that increase the impact of the Korean Wave. For instance, activities such as Korean language courses, film screenings, cooking classes, K-pop academy, etc., organized in these centers, contribute significantly to the popularization of Korea's cultural and artistic products in other countries. The Korean Cultural Center (KKM), which was established in Ankara in 2011, also carries out many cultural and artistic activities aimed at popularizing Korean culture in Türkiye and thus strengthening the image of South Korea in Türkiye. This study analyses South Korea's cultural diplomacy activities in Türkiye and the impact level of these activities in Türkiye through the case of the KKM. Through this qualitative research, semi-structured interviews were conducted with the members of KKM activities in Türkiye to understand this impact level in depth. As a result of this research, significant findings have been drawn that KKM has contributed in many ways to the success of South Korea's cultural diplomacy activities in Türkiye

KEYWORDS: South Korea; Soft Power; Cultural Diplomacy; Korean Wave; Korean Cultural Centre.

July 2024, 61 Page.

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimim boyunca tezimin oluşumundan tamamlanmasına değin geçen süreçte destek ve emeklerini esirgemeyen, öğrencisi olmaktan her zaman gurur duyacağım danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Candaş CAN'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Beni Kore Mutfağı ile tanıştıran kıymetli deneyimleri ile mesleki kariyerimde yoluma ışık tutan değerli şefim Ümmü TEZER'e ve tez konumun belirlenmesinde ufkumu açan değerli kızı Özlem TEZER'e, Kore kültürü hakkında bana yol gösteren, çalışma sürecindeki desteğini esirgemeyen sevgili arkadaşım GO Daeyeon'a ve akademik yolculukta motivasyonumu arttıran değerli dostlarım Başak Dilara BOĞAN ve Kübra TANIŞ'a, araştırmamın temelini oluşturan Kore Kültür Merkezine ve Kore Kültür Merkezi çalışanlarına, konuyu derinlemesine irdeleyebilmemde katkı sağlayan üyelere teşekkürü bir borç bilirim.

Hayatım boyunca beni destekleyen haklarını asla ödeyemeyeceğim anne ve babama, sevgisini ve desteğini her daim hissettiren sevgili kardeşime sonsuz teşekkürler.

Berrin DEMİRCAN

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
TEZ KABUL	ii
ETİK BEYANI	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
1. GİRİŞ	1
2. KÜLTÜREL DİPLOMASİ KAVRAMI	4
2.1. Diploması Kavramı.....	4
2.2. Diplomasının Kısa Tarihi.....	5
2.3. Sert Güç-Yumuşak Güç Ayrımı: Diploması Türlerini Sınıflandırmak İçin Bir Anahtar	6
2.4. Kamu Diplomasısı	9
2.5. Bir Kamu Diplomasısı Alt Dalı Olarak Kültürel Diploması	11
2.5.1. Kültürel diplomasının hedefleri: imaj ve markalama	13
3. TÜRKİYE-GÜNEY KORE İLİŞKİLERİ VE GÜNEY KORE’NİN TÜRKİYE’DEKİ KÜLTÜREL DİPLOMASİ FAALİYETLERİ	17
3.1. Soğuk Savaş’ın İlk Yıllarında Türkiye	17
3.2. Kore Savaşı’nda Türkiye	19
3.3. Savaş Sonrasından Günümüze Türkiye-Güney Kore İlişkileri.....	20
3.4. Güney Kore’nin Kültürel Diploması Faaliyetlerine Bir Bakış	25
3.5. Kore Kültürünü Yurt Dışına Tanıtma Aracı Olarak Dünyadaki Kore Kültür Merkezleri	29
3.6. Türkiye’deki Kore Kültür Merkezi’nin Kuruluşu, Faaliyetleri ve Amacı.....	31
4. YÖNTEM	34
4.1. Araştırma Problemi	34
4.2. Araştırmanın Temel Amacı	35
4.3. Araştırmanın Önemi	35

4.4. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları	36
4.5. Tanımlar.....	36
4.6. Araştırmanın Deseni	37
4.7. Örneklem	37
4.8. Veri Toplama Tekniği ve Araçları.....	38
4.9. Araştırma Verilerinin Analizi	39
5. ALAN ARAŞTIRMASINDA BULGULAR VE YORUM	40
5.1. Temalarının Tartışılması.....	43
5.1.1. Kore kültürüne ilgi duymaya etki eden unsurlar teması	43
5.1.2. Kore kültürünü tanımanın sunduğu faydalar teması.....	46
5.1.3. Kore kültürünü tanımanın ve Kore Kültür Merkezinin olumsuz yönleri teması ..	48
6. SONUÇ.....	50
KAYNAKLAR	53
EKLER	58
EK 1 GÖRÜŞME FORMU	58
EK 2 İNSAN ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU KARAR BELGESİ.....	60
ÖZGEÇMİŞ	61

TABLolar DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 2.1 Gücün üç biçimi	7
Tablo 2.2 Kamu diplomasisi arasındaki farklar	10
Tablo 3.1 Türkiye- Güney Kore arasında imzalanan ikili anlaşmalar	21
Tablo 3.2 Türkiye-Güney Kore'nin ticari ilişkileri	23
Tablo 3.3 Kore'den Türkiye'ye ihraç edilen başlıca ürünler	24
Tablo 3.4 Kore'nin Türkiye'den ithal ettiği başlıca ürünler	24
Tablo 3.5 Kral Sejong Dil Enstitülerinin kıtalara göre dağılımı.....	29
Tablo 3.6 Yurtdışındaki Kore Kültür Merkezleri	30
Tablo 3.7 Kore Kültür Merkezlerinin mekânsal işlevleri	32
Tablo 5.1 Araştırma sorularına göre elde edilen kod sayıları	41
Tablo 5.2 Araştırma katılımcılarına ait demografik veriler	42
Tablo 5.3 Araştırma verilerine göre elde edilen temalar ve kodlar	43

ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 2.1 Ulus markalama ve kültürel diplomasi arasındaki olası ilişkiler.....	15
Şekil 2.2 Yaratıcı kültür endüstrileri içerikleri	14



1. GİRİŞ

Günümüzdeki birçok ülke diplomatik alanda daha aktif olabilmek için kamu diplomasisine bir alternatif olarak kültürel diplomasiyi güçlendirmektedir. Bu ülkeler, kültürel diplomasi stratejilerini aktif bir biçimde kullanarak ulusal çıkarlarını en üst düzeye çıkarmaya odaklanmaktadır. Kültürel diplomasi faaliyetlerinde bulunan bir ülke, bu faaliyetler aracılığıyla farklı kültürleri tanıma imkânına sahip olur. Aynı zamanda da farklı toplumların ihtiyaçlarını anlayarak, bu toplumların kendisi hakkında daha olumlu tutum ve görüşlere sahip olmasını sağlar (Yağmurlu, 2019, s.1188). Dolayısıyla dünyadaki birçok ülke, kültürel diplomasi alanı uluslararası alanda yarattığı potansiyel cazibeye güvenerek diğer ülkelerle kültürel iş birliklerini arttırmaktadır.

Güney Kore, kültürel diplomasi araçlarını en yaygın ve etkin bir biçimde kullanan ülkelerden biridir. Keza Güney Kore'nin kültürel diplomasi faaliyetlerinin bir "dalga" oluşturduğu görülmektedir. Kore Dalgası (Hallyu); Kore pop müziğinin (K-Pop), Kore film/dizilerinin (K-Drama), Kore markalarına ait makyaj ürünlerinin (K-Brand) ve Kore yemeklerinin (K-Food) vb. birçok Güney Kore'ye ait kültürel ürünün dünya genelinde popülerlik kazanmasına işaret etmektedir (Kim & Kim, 2011, s.89). Bu dalganın günümüzdeki popülerliği dikkate alındığında, Güney Kore'nin kültürel diplomasi faaliyetlerinin bu dalganın etki boyutunu giderek artıracaklarını varsaymak mümkündür.

Türkiye, Kore Dalgası'ndan etkilenen ülkelerden biri olarak dikkat çekmektedir. Özellikle Güney Kore tarafından Ankara'da kurulan "Kore Kültür Merkezi" (KKM) bu çerçevede incelemeye değerdir. Bu çalışma, KKM'nin Güney Kore'nin Türk toplumundaki imajına olumlu bir etki yarattığı varsayımına dayanmaktadır. Bu noktada ilgili literatürde Güney Kore'nin kültürel diplomasi faaliyetlerinin etki düzeyini analiz eden bazı çalışmalardan bahsetmek gerekir. Bu literatürdeki önemli çalışmalardan biri Mutlu Binark'ın (2019) "Kültürel Diplomasi ve Kore Dalgası 'Hallyu'- Güney Kore'de Sinema Endüstrisi, K-Dramalar ve K-Pop" adlı çalışmasıdır. Bu çalışmada Güney Kore'nin kültür politikasının oluşum ve gelişim süreci ile Kore Dalgası'nın (Hallyu) kültürel diplomasi alanına ne şekilde nüfuz ettiği incelenmiştir. Alptekin Keskin'in (2022) "BTS ve Army: K-pop Hayranlığı Üzerinde Sosyolojik Bir İnceleme" adlı çalışmasında Türkiye'deki Z kuşağının, K-Pop'a ilgi duymasının altında yatan sebepler bireysel, toplumsal ve kültürel açıdan tartışılmaktadır. Özlem Bozyer'in (2023) "Kore Dalgasının (Hallyu) Türk İzleyiciler Üzerindeki Etkisi" adlı çalışmasında Güney Kore kültür

trendlerinin Türkiye’de bu denli ilgi görmesinin sebepleri hakkında bir sorgulama yürütülmektedir. Evrim İmre’nin (2022) “Güney Kore’nin Kültür Alanındaki Devlet Politikası: Kore Dalgası Sektörleri ve Kore Kültür Merkezleri” adlı çalışmasında Güney Kore kültürüne dair gelişen devlet politikaları, Kore Dalgası sektörleri ve KKM’ler incelemeye tabii tutulmaktadır.¹

Bu çalışmanın amacı Güney Kore’nin Türkiye’de yürüttüğü kültürel diplomasi faaliyetlerini ve bu faaliyetlerin Türkiye’deki etki düzeyini KKM örneği çerçevesinde analiz etmektir. Bu nitel araştırmada literatür taraması ve yarı-yapılandırılmış görüşme teknikleri kullanılmıştır. Araştırmanın kavramsal, kuramsal ve tarihsel sorgulamaları için yürütülen literatür taramasında; ilgili basılı ve elektronik yayınlar ile Güney Kore Dışişleri Bakanlığı, Kore Kültür ve Bilgi Servisi (KOCIS) ve KKM’nin web sitelerinden yararlanılmıştır. Yukarıda ifade edilen varsayımının sorgulaması amacıyla, yarı-yapılandırılmış görüşme tekniğiyle yürütülen bu araştırmanın örneklemini KKM’ye üyeliği bulunan homojen bir grup oluşturmaktadır. Araştırma sorularına uygun olacağı varsayılarak “amaçlı örneklem” yöntemi tercih edilmiştir.

Araştırma kapsamında kültür merkezine minimum iki yıl önce kaydolmuş, etkinliklere ve kurslara katılmış üyelerin Kore kültürüne ilgi seviyeleri ve merkezle olan bağlantı süreleri tespit edilerek araştırma probleminin çözümlenebilmesi için belirlenen kıstaslara uygun altı kadın, üç erkek olmak üzere toplamda dokuz katılımcı ile görüşme sağlanmıştır. Yarı-yapılandırılmış görüşmeye başlamadan önce Sinop Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulunun isteği doğrultusunda katılımcılara “Görüşme Formu” sunularak katılımcıların görüşme öncesi rızaları alınmıştır. KVKK çerçevesinde, üyelerin açık rızası alınarak ses kaydı, yazılı görüşme formları ve yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen veriler, görüşme sonrası bilgisayar ortamında belirli temalara ayrılarak problemin çözümlenmesinde kullanılmıştır. Araştırmada katılımcılar kodlama yöntemiyle K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9 şeklinde kodlanmıştır.²

¹ İmre’nin ayrıca “Kore Kültürünün Türk Toplumuna Aktarımına Yönelik Çalışmalar: Ankara Kore Kültür Merkezi Örneği” isimli yüksek lisans tez çalışması da bulunmaktadır. Bu çalışmada İmre (2022), KKM aracılığıyla yaygınlaştırılan Kore kültürünün ve dolayısıyla Kore Dalgası’nın Türk kültürü üzerindeki etkileri sorgulamıştır. “Güney Kore’nin Türkiye’deki Kültürel Diplomasi Faaliyetleri: Kore Kültür Merkezi Örneği” adlı bu yüksek lisans tezinde ise konu kültürel diplomasi odaklı ele alınmış, dolayısıyla KKM’nin Türk kültürüne olan etkisinden ziyade, Türkiye’deki Güney Kore imajına etkileri analiz edilmeye çalışılmaktadır.

² Çalışmada kullanılan yarı-yapılandırılmış görüşme tekniğine ilişkin daha ayrıntı açıklamalara 4. ve 5. Bölümlerde yer verilmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde; diplomasi kavramı, diplomasinin kısa tarihi ve yumuşak güç-sert güç ayrımı çerçevesinde kültürel diplomasi kavramı üzerine bir sorgulama yürütülmektedir. Bu kısımda kültürel diplomasi, kamu diplomasisinin bir alt kategorisi olarak analiz edilmiştir. Araştırmanın üçüncü bölümünde; Türkiye ve Güney Kore arasındaki diplomatik ilişkiler ele alınmaktadır. Bu çerçevede iki ülkenin dostluk ve iş birliğine dayanan derin tarihsel geçmişi ve siyasal, iktisadî ve kültürel alışverişleri değerlendirilmektedir. Bu bölümde ayrıca Güney Kore'nin dünya genelinde imajını güçlendirmek için kurduğu KKM'ler incelenmektedir. Çalışmanın dördüncü bölümünde ise araştırma kapsamında yürütülen yarı-yapılandırılmış görüşmelerin analizinde kullanılan yönteme ilişkin ayrıntılı açıklamalar yer almaktadır. Çalışmanın beşinci bölümünde de yarı-yapılandırılmış görüşmelerden edinilen veriler doğrultusunda KKM'nin Türkiye'de Kore kültürünün yaygınlaşmasına yönelik etkileri sorgulanmaktadır.

2. KÜLTÜREL DİPLOMASİ KAVRAMI

2.1. Diplomasi Kavramı

Diplomasi terimi, etimolojik olarak Antik Yunan'da kullanılan "diploma" terimine dayanmaktadır. Bu dönemde diploma terimi, "ikiye katlanmış doküman" anlamında kullanılmıştır (Karaağaç, 2019, s. 692). Diplomasi ise 18. yüzyıla değin, devlet kurumuna ait olan resmî belgeleri incelenmek ve çözümlenmek amacıyla yürütülen "belgeleri inceleme bilimi"ne karşılık gelmiştir. Diplomasinin "uluslararası ilişkileri yürütme sanatı" anlamındaki ilk kullanımı ise 1796'da Edmund Burke tarafından gerçekleştirilmiştir (Karaağaç, 2019, s. 692). Günümüz uluslararası ilişkiler paradigması ve buna bağlı olarak devletlerin dış politika hedefleri ülkeler arası barışçıl ilişkilerin geliştirilmesi ve bu ilişkilerin sürdürülebilir hale getirilmesini gerekli kılmaktadır (Özel, 2021, s. 5). Bu çerçevede devletler kendi varlıklarını koruyabilmek için başka devletlerle kendi çıkarları dahilinde barışçıl ilişkiler kurmak zorundadır. Diplomasi, barışçıl ilişkileri kurabilmek adına devletlerin kullandığı önemli araçlardan biridir. Dolayısıyla devletlerin devamlılıklarını sağlamayabilmeleri ve çıkarlarını koruyabilmeleri için diğer devletlerle etkin diplomatik ilişkiler kurması gerekmektedir. (Yıldırım, 2015, s.4)

Diplomasi kavramı, kitleleri etkileme yönünden propaganda kavramı ile benzerlik taşımaktadır. Ancak diplomasi ile propaganda hem içerik hem de uygulama yönünden farklılıklar göstermektedir. Diplomasi, kitleleri ikna etme çabasına dayanırken; propaganda ise kitlelerin bilinçaltını tek yönlü mesajlarla etkileme edimine karşılık gelmektedir (Bıçakcı, 2016, s.166). Bu çerçevede propaganda, özellikle savaş dönemlerinde bir ülkedeki kitlenin düşman devletlere karşı beslediği kını güçlendirmek ve tarafsızlık politikası izleyen devletlerle ılımlı ilişkiler kurularak düşman devletlere karşı iş birliği yapılması faaliyetlerini içermektedir (Karaağaç, 2019, s.693). Ancak Karaağaç (2019, s. 694)'ın da ifade ettiği gibi "Diplomasi; ticaret, savaş, demokrasi, medya, insan hakları, silahsızlanma, bölgesel ve uluslararası terörizm, çevre, siyasi anlaşmalar, uluslararası hukuk, uluslararası barış ve ekonomi gibi evrensel konuların diplomatlar tarafından devletler nezdinde analizini ifade eder." Bu açıdan diplomasi faaliyetlerinin uluslararası barışın tesisi hususundaki etkileri oldukça önemlidir. Örneğin COVID-19 pandemisi gibi küresel sorunların ortaya çıktığı zamanlarda, çatışma temelli

ilişkiler yerine diplomatik ilişkilerin güçlendirilmesinin önemi kendisini net bir biçimde göstermektedir.

2.2. Diplomasinin Kısa Tarihi

Diplomasi, insanlık tarihinin en eski ve en önemli uygulamalarından biridir. Devletlerarası ilişkilerin barışçıl bir şekilde yürütülmesini sağlayan diplomasi, çeşitli dönemlerde ve kültürlerde farklı şekillerde uygulanmıştır. Diplomasi tarihi aşağıda kısaca izah edilmeye çalışılan 5 tarihsel dönem çerçevesinde değerlendirilebilir:

Antik dönemde diplomatik ilişkilere; Mezopotamya, Mısır ve Çin gibi eski uygarlıklarda rastlamak mümkündür. Bu dönemde devletlerarası ilişkileri düzenlemek amacıyla diğer devletlere elçiler gönderilmesi yoluyla diplomatik faaliyetlerin yürütüldüğü görülmektedir. (Sevinç, 2011, ss. 6-9). Antik Yunan şehir devletleri arasındaki diplomatik temaslar, Peloponez Savaşı sırasında önemli bir rol oynamıştır. Antik Mısır ve Hititler arasındaki ilişkiler de diplomasinin Antik dönemdeki uygulamalarına önemli örnekler teşkil eder. Bu bağlamda M.Ö. 14. yüzyılda imzalanan Kadeş Antlaşması, iki büyük güç arasında barışı sağlama amacı güden bir anlaşmadır ve bu anlaşma Antik dönemde diplomatik yazışmaların nasıl yürütüldüğüne dair önemli bilgiler içermektedir (Aydoğan, 2021, s.146).

Orta çağda diplomatik faaliyetler; daha çok geçici misyonlar ve elçiler aracılığıyla gerçekleşmiştir. Orta çağ Avrupası'nda, diplomasinin genellikle monarklar ve lordlar arasında yürütüldüğü görülmektedir. Bu dönemde, Papalık, Avrupa'daki monarklar ve lordlar arasında arabuluculuk yaparak önemli bir aktör olarak öne çıkmıştır (Eren, 2021 s. 38). Bu dönem de devletlerarası diplomatik faaliyetlerin yürütülmesinde elçilerin oldukça önemli işlevleri olmuştur. Yine bu dönemde yöneticiler arası kişisel bağlar ve hanedanlar arası evlilikler diplomatik ilişkilerin önemli belirleyicileri olmuştur (Elçi, 2019, s.27). Orta çağ Avrupası'nda, özellikle Haçlı Seferleri sırasında, diplomatik misyonlar etkili bir rol oynamıştır. Bu süreçte Avrupalı devletler, Müslüman komşuları ile barış anlaşmaları ve ticari anlaşmalar yapmak için diplomatik temsilciler göndermiştir.

Modern diplomasi anlayışı; 15. yüzyılın sonlarından itibaren İtalya'da gelişmeye başlamıştır. Bu dönemde Floransa, Venedik ve Milano gibi şehir devletleri, sürekli diplomatik temsilcilikler kurarak, modern elçilik sisteminin temelini oluşturmuşlardır (Eren, 2021 s. 41). Bu diplomasi uygulaması, bir devletin başka bir devlette sürekli olarak

temsil edilmesi anlamına gelir ki bu uygulama modern devletlerarası ilişkilerin vazgeçilmez bir parçası hâline gelmiştir (Bryce, 2005, s. 2). Bu dönemden itibaren, diplomasi profesyonelleşmiş ve elçilikler sürekli hale gelmiştir. İtalyan şehir devletleri, diğer devletlerde sürekli büyükelçiler bulundurarak, bu ülkelerle ilgili bilgi toplama ve diplomatik ilişkileri sürekli kılma imkânını elde etmişlerdir (Karateke, 2008, s. 25).

19. yüzyıl, diplomasi tarihinde önemli bir dönüşüm sürecine karşılık gelmektedir. Bu bağlamda 1815 Viyana Kongresi, Avrupa’da diplomatik protokol ve uluslararası hukuk kurallarının belirlenmesinde önemli bir rol oynamıştır (Kissinger, 2000, s. 15). Bu kongre, büyük güçler arasında barışın korunması ve güç dengesinin sağlanması için uluslararası iş birliğini teşvik etmiştir. Bu süreçten itibaren, diplomasi daha kurumsal ve sistematik bir hâle gelmiştir. Diplomatların özel eğitim alarak mesleki yetkinlikleri artırmış, diplomatik protokoller ve uluslararası hukuk kuralları daha da belirginleşmeye başlamıştır (Berridge, 2015, s.15). 20. yüzyıl ise diplomasi açısından büyük değişimlerin yaşandığı bir dönemdir. I. Dünya Savaşı, uluslararası ilişkilerde büyük bir kırılma noktası olmuş ve savaşın ardından kurulan Milletler Cemiyeti, barış ve güvenliği korumak için çok taraflı diplomasiyi teşvik etmiştir. Ancak, Milletler Cemiyeti’nin bu çabaları büyük ölçüde yetersiz kalmış, zira II. Dünya Savaşı patlak vermiştir. Bu savaştan sonra da uluslararası barışı ve güvenliği tesis etmek amacıyla Birleşmiş Milletler (BM) kurulmuştur (Altınar, 2014, s. 1).

2.3. Sert Güç-Yumuşak Güç Ayrımı: Diplomasi Türlerini Sınıflandırmak İçin Bir Anahtar

Uluslararası ilişkiler çerçevesinde güç, bir devletin başka bir devlet veya kitle üzerinde zorla veya ikna yoluyla etkileme yeteneğine karşılık gelmektedir (Nye, 2005, s. 11-12). Uluslararası sistemde bir devletin maruz kaldığı sınırlamalar veya almış olduğu önlemler o devletin güç yönetimi hakkında fikir verebilmektedir. Günümüzde, çağın ihtiyaçlarına uygun olarak, devletlerin uluslararası sistemde etkin rol oynayabilmesi için farklı güç türlerini kullandıkları görülmektedir. Bu çerçevede ülkelerin güç kapasiteleri “sert güç”, “yumuşak güç”, “akıllı güç” vb. kavramsallaştırmalar aracılığıyla tarif edilmektedir (Yatağan, 2018, s. 74).

Genel çerçevede sert güç; baskı ve zorlamaya dayanır. Sert gücü ortaya çıkaran önemli araçlar, devletlerin askerî ve ekonomik güç potansiyelleridir (Nye, 2020, s. 20). Dolayısıyla sert gücün kullanımında askerî ve ekonomik kaynakların elverişli olması

gereklidir. Bu kaynaklara sahip olan ülkelerin sert güce dayalı stratejilerinde başarıya ulaşabilmeleri oldukça mümkündür (Yılmaz & Kılıçoğlu, 2018).

Sert gücün tam zıddına karşılık gelen yumuşak güç ise baskı ve zorlama yerine iknaya dayanan ve diğer ülkelere doğrudan müdahale etmek yerine, onlarla iş birliğini güçlendirmeyi hedefleyen mekanizmaları önceleyen uygulamalar bütünüdür. Bu doğrultuda yumuşak güç, en genel düzeyde, diğer aktörlere istenilenleri ikna yoluyla yaptırma kapasitesi olarak tanımlanmaktadır (Wilson, 2008, s. 114). Nye (2018, s. 63)'ye göre yumuşak güç; çekim merkezi ve esin kaynağı olmayı hedefler ve aynı zamanda kültür, ideoloji ve kurumlar gibi soyut güç kaynaklarıyla tesis edilir. Aşağıda sunulan Nye'ye ait tablo, güç biçimleri arasındaki farklılıkları açıkça ortaya koymaktadır.

Tablo 2.1 Gücün üç biçimi

Güç Boyutları	Davranışlar	Temel Araçlar	Hükümet Politikaları
Askerî Güç	Zorlama Caydırma Koruma	Tehdit Baskı	Zorlayıcı Diplomasi Savaş İttifak
Ekonomik Güç	Teşvik Zorlama	Karşılıklar Yaptırımlar	Yardım Rüşvetler Yaptırımlar
Yumuşak Güç	Cazibe Gündem Belirleme	Değerler Kültür Politikalar Kurumlar	Kamu Diplomasisi İki Taraflı ve Çok Taraflı Diplomasi

Kaynak: (Nye, 2020, s. 57)

Yukarıda Nye'ye ait tabloda görüldüğü üzere; yumuşak güç, cazibe kazanma ve gündem belirlemeye yönelik davranışlara dayanırken, sert güç; zorlama, caydırma, koruma, teşvik ve zorlama davranışları ile ilişkilendirilmektedir. Dolayısıyla sert güç “zorlayıcı diplomasi”, “yaptırım” vb. uygulamalarla karşılık bulmaktayken, yumuşak güç “kamu diplomasisi”, “iki taraflı diplomasi” vb. uygulamaları çağrıştırmaktadır. Nye (2020, s. 26), bir ülkenin yumuşak gücünün öncelikle üç kaynağa dayandığına dikkat çekmektedir. Bunlardan ilki bu ülkenin kültürü (başkaları için çekici olduğu yerlerde), ikincisi bu ülkenin siyasi değerleri (yurt içinde ve yurt dışında onlara uygun düştüğünde) ve üçüncüsü de bu ülkenin dış politikalarıdır. Bu çerçevede yumuşak güç, kültürel unsurların ihracı ile gerçekleşmektedir (Esen, 2020, s. 162).

Yumuşak güç; ülkelerin askerî, ekonomik ve siyasî yaptırımlarına ilişkin uygulamaları içermemektedir. Yumuşak gücün kullanılması gerektiğinde ülkeler kültürlerini, müziklerini, sanat anlayışlarını, eğitim sistemlerini, mimari anlayışlarını ve tarihi birikimlerini kullanarak, diğer ülke vatandaşlarını ikna etmeyi hedeflemektedir. Yumuşak gücün devletler tarafından etkin bir biçimde kullanılması, içerisinde bulunduğumuz dijitalleşme çağında daha yaygın hale gelmiştir. Zira dijitalleşmenin getirdiği etkin iletişim mekanizmaları, devletleri yumuşak güç potansiyellerini açığa çıkarmaya zorlamıştır (Aydoğan, 2011, s.6).

Modern döneme değin etkin bir askerî güce, yani sert güce, sahip olan ülkeler; uluslararası siyasetin önemli belirleyicileri olmuşlardır (Aydemir, 2018, s.80). Sanayi Devrimi sonrasında ise sert gücün yerini giderek ülkeler arası karşılıklı diplomatik ve kültürel ilişkilere bıraktığı görülmektedir. Bu evreden sonra, sert gücün etkinliği diplomasi yoluyla çözümlenemeyen problemler için son çıkış noktası olarak görülmüştür. Nitekim özellikle I. ve II. Dünya Savaşı tecrübeleri bu önermeyi doğrular niteliktedir. Günümüzde cezbetme ve gündem oluşturma yeteneğine dayanan yumuşak güç stratejilerinin, sert güç stratejilerinden daha etkili olduğuna yönelik bir kavrayışın hâkim olduğunu ifade etmek mümkündür (Vural, 2017, s.452).

Sert-yumuşak güç ayrımını belirleyen bir diğer önemli unsur da zamandır. Kaynakların somut olması nedeniyle sert gücün üretilmesi yumuşak güce nazaran daha az bir zaman gerektirir. Buna karşılık yumuşak gücün inşa edilmesi, maddi olmayan kaynakların gelişmesine bağlı olduğu için nispeten daha uzun sürmektedir (Özel, 2018, s.17). Benzer şekilde sert güç ile yumuşak güç stratejilerinin başarıya ulaşma noktasında da zamansal farklılıkları bulunmaktadır. Bu çerçevede askerî veya ekonomik zorlama, yani sert güç, genellikle kısa bir süre içerisinde sonuçlanma eğilimindeyken; cazibe ve iknaya yönelik faaliyetlere dayanan yumuşak gücün başarıya ulaşması uzun bir süreç gerektirir (Ünalı, 2019, s. 139)

Yukarıda sert güç ile yumuşak güç arasındaki farklılıkları vurgulamak amacıyla, bu kavramlar, birbirinden ayrı kavramlar olarak ele alınmıştır. Yani, yukarıdaki açıklamalar üzerinden ülkelerin bu güç biçimlerinden birini seçmek zorunda oldukları anlaşılmalıdır. Bilakis neredeyse dünyadaki bütün ülkeler, sert güç ve yumuşak güç mekanizmalarını bir arada uygulama çabasındadır. Bu bağlamda Nye (2020, s. 58), sert ve yumuşak gücün bir arada dengeli kullanımını “akıllı güç” olarak tanımlamıştır. Akıllı güç kavramı ilk olarak 2006’da ABD’nin Stratejik ve Uluslararası Araştırmalar

Merkezi’nde hazırlanan raporda yer verilmektedir (Aydoğan, 2011, s.8). Sert gücü ve yumuşak gücü aynı oranda geliştirmeye odaklanan akıllı güç, devletlerin içinde bulunduğu şartlar doğrultusunda, gerekli hâllerde akıllı gücünü ortaya çıkarmaktadır. (Özel, 2021, s.10). Yumuşak güç kaynaklarının akıllı güce dönüştürülmesi sürecinde kamu diplomasisi önemli bir rol oynamaktadır.

2.4. Kamu Diplomasisi

Kamu diplomasisi, bir ülkenin diğer ülke vatandaşlarıyla doğrudan iletişim kurma stratejisi ile ilişkilidir. Yakın tarihsel süreçte, bu diplomasi türünün çeşitli şekillerde uygulama alanı bulduğu görülmektedir. Kamu diplomasisinin, ilk olarak Soğuk Savaş’ın hüküm sürdüğü yıllarda kendisini gösteren ideolojik mücadelelerin (kapitalizm-sosyalizm mücadelesi) bir yansıması olarak ortaya çıktığı görülmektedir (Cull, 2008, s.31). Kamu diplomasisi, bir ülkenin stratejik hedeflerini desteklemek üzere, diğer ülkelerin kamuoylarını ikna etmeye yönelik tüm resmî çabaları içermektedir (Önal, 2018, s. 47). Bu noktada kamu diplomasisi, geleneksel diplomasiden ayrılmaktadır. Bu diplomasinin uygulanmasına yönelik en yaygın örnekler, basın toplantıları veya dış işlerinde görevli siyasetçi ve bürokratların beyanatları olmuştur. Buna ilaveten kamu diplomasi uygulamalarında markalaşma ve çekim merkezi olma çabaları önem taşırken; geleneksel diplomasi, bir ülkenin diğer ülkeler üzerindeki baskı ve propaganda uygulamalarına karşılık gelmektedir. Bu anlamda geleneksel diplomasinin sert gücü temsil ettiği de söylenebilir. Kamu diplomasisinin nihai amacı ise ülkeler arasında güvene dayalı sağlam ilişkiler kurmak ve dolayısıyla sorunların çözümü noktasında ortak bir paydada buluşabilmektir (Leonard vd., 2002, s. 8; Aydemir, 2018, s.41).

Kamu diplomasisinin uygulama biçimlerinin de tarihsel olarak farklılık gösterdiğini ifade etmek mümkündür. Bu bağlamda Nicholas J. Cull, kamu diplomasisini eski/klasik kamu diplomasisi (1856) ve yeni kamu diplomasisi (1965) olarak ikiye ayırmaktadır (Öztermiyeci, 2018, s.392). Cull’un bakış açısı çerçevesinde iki kamu diplomasisi arasındaki farklar aşağıdaki tabloda gösterilmektedir:

Tablo 2.2 Kamu diplomasisi arasındaki farklar

Baskın Özellikler	Eski Kamu Diplomasisi	Yeni Kamu Diplomasisi
Uluslararası Aktörler	Devlet	Devlet ya da devlet haricî aktörler
Yayın Organları	Radyo, basılı gazete, sabit hatlı telefon	Uydu, internet, gerçek zamanlı haberler, cep telefonları
Medya Ortamı	Ulusal ve uluslararası haber yayını arasında net ayrım	Ulusal ve uluslararası haber çevrelerindeki belirsizlik
Yaklaşım Kaynağı	Siyasi savunuculuk ve propaganda teorisi	Kurumsal markalaşma ve ağ teorisi
Terminoloji	Uluslararası itibar, itibar	Yumuşak güç ve ulus markalaşma
Rolün Yapısı	Yukarıdan aşağıya	Yatay
Rolün Özelliği	Hedeflenmiş mesaj	İlişki oluşturma
Nihai Hedef	Uluslararası alanın kontrolü	Uluslararası alanın kontrolü

Kaynak: (Akt. Öztermiyeci, 2018, s.392)

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere, eski kamu diplomasisinden farklı olarak, yeni kamu diplomasisi devlet dışındaki aktörlerin de aktif katılımını gerektirmektedir. Bu çerçevede günümüz kamu diplomasisi kavrayışında, sivil toplum kuruluşlarına önemli işlevler yüklendiği görülmektedir. Ayrıca eski kamu diplomasisi tecrübesinde görülen ulusal ve uluslararası yayın ortamındaki net ayrım, yerini belirsizliğe bırakmıştır. Buna ilaveten eski kamu diplomasisi kavrayışında benimsenen propaganda teorisinin yerini, günümüzde ülkelerin kimliklerini, kültürel üretimlerini ve dış politikalarını öne çıkarma stratejilerine karşılık gelen “kurumsal markalaşma” almıştır (Köksoy, 2021, s. 640). Son olarak, eski kamu diplomasisinde olduğu gibi yeni kamu diplomasisinin de nihai hedefi, uluslararası alanın kontrol edilmesidir. Ancak ifade edildiği gibi, bu nihai hedefe ulaşılmasında bu iki diplomasi türünün de başvurduğu araç ve mekanizmalar birbirlerinden oldukça farklıdır.

Yeni kamu diplomasisinin en önemli alt türlerinden birini “marka diplomasisi” oluşturur. Marka diplomasisi, bir ülke kültürünün popüler markalar aracılığıyla diğer ülkelerde yaygınlaştırılmasına yönelik faaliyetleri içermektedir. Bu çerçevede Apple (ABD), Samsung (Güney Kore) ve Türk Hava Yolları’nın (Türkiye) marka itibarlarının aynı zamanda buldukları ülke itibarlarına önemli katkılar sunduklarını ifade etmek mümkündür (Öztermiyeci, 2018, s.389).

2.5. Bir Kamu Diplomasisi Alt Dalı Olarak Kültürel Diplomasisi

Kültür; bir toplumun değerlerini, öğrenme yoluyla geliştirdiği yeteneklerini, belirli davranış kalıplarını, dinî inanç ve ritüellerini içermektedir (Kekevi & Kılıçoğlu, 2012, s. 1184). Bu anlamda kültürel diplomasisi, kültürü oluşturan değerlerin karşılıklı aktarımına dayanan eylemleri içermektedir. Sözelimi kültürel diplomasisi, bir yandan ülkeler arası karşılıklı güveni inşa ederken; diğer yandan ülkelerin ulusal çıkarlarını koruma gayesi gütmektedir (Bulut, 2019, s.3). Kültürel diplomasisi kavramı, II. Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkmış olsa da bu diplomasisi türüne ilişkin uygulamaların bu dönemden daha önce de izlerine rastlamak mümkündür (Akgün, 2023, s. 261). Bu çerçevede tarih boyunca kâşifler, gezginler, tüccarlar, öğretmenler ve sanatçılar “erken dönem kültür diplomatları” olarak nitelendirilebilir (Önal, 2020, s.222).

Kültürel diplomasisi, uluslararası ilişkilerde önemli bir rol oynayan ve ülkeler arasındaki anlayışı, iş birliğini ve barışı teşvik etmeyi amaçlayan bir diplomasisi türüdür. Bu diplomasisi türü çerçevesindeki faaliyetler, bir ülkenin kültürel değerlerini diğer ülkelere tanıtmaya ve dolayısıyla bu ülkelerde olumlu bir imaj yaratmaya çabalarını içermektedir. Kültürel diplomasinin temel amacı, ülkeler arasındaki ilişkileri sadece politik ve ekonomik düzeyde değil, aynı zamanda kültürel ve toplumsal düzeyde de güçlendirmektir (Ünal, 2019, s. 134)

Kültürel diplomasisi; ulusal ve yerel kamu otoriteleri, özel sektör temsilcileri, sivil toplum kuruluşları ve bireyler tarafından yürütülebilir. Bu tür diplomasisi faaliyetleri arasında sanat etkinlikleri, dil kursları, kültürel değişim programları, sergiler ve festivaller gibi etkinlikler yer almaktadır (Mark, 2009, s.19). Bu diplomasisi türünün en önemli araçlarından biri dildir. Bir toplumu ve o topluma ait kültürü tanımanın en temel yolundan biri o toplumun dilini öğrenmektir (Yıldırım, 2015, s. 3). Örneğin, Türkiye'nin Yunus Emre Enstitüsü, Türk kültürünü ve dilini dünya çapında tanıtmaya amacıyla çeşitli faaliyetler yürütmektedir. Bu tür kurumlar, kültürel diplomasinin sahada nasıl uygulandığını ve etkilerini gösteren önemli örneklerdir (Yunus Emre Enstitüsü faaliyet raporu, 2020, s.143).

Kültürel diplomasisi faaliyetlerinin, kamu diplomasisi çerçevesinde yürütülen diğer faaliyetlere nazaran daha uzun bir sürece yayılması gerekir. Bu bağlamda Mark Leonard, Catherine Stead ve Conrad Smewing (2002), kamu diplomasisinin üç zaman dilimi çerçevesinde yürütülebileceğini ifade ederek, kültürel diplomasinin farklı bir niteliğine

işaret eder. Buna göre kamu diplomasisinin kısa vadeli kısmı; belirli bir olayı takip eden saatler veya günlerde medyadaki ani tepkilere karşılık gelmektedir. Orta vadeli kısmı, medya stratejilerini içeren birkaç aylık zaman dilimidir. Ülkeler arası kalıcı ilişkilerin geliştirilmesine yönelik olan kültürel diplomasi ise uzun yıllar süren düzenli faaliyetleri gerektirmektedir (İsfendiyeroğlu, 2019 s.35). Bu çerçevede kültürel diplomasi faaliyetleri, genellikle uzun vadeli etkilere sahiptir. Bu tür faaliyetler, kısa vadede somut sonuçlar vermemekte, ancak zamanla ülkeler arasındaki ilişkilerin daha olumlu ve istikrarlı hale gelmesine katkıda bulunmaktadır. Kültürel diplomasi, ayrıca ülkeler arasındaki yanlış anlamaları ve önyargıları azaltma potansiyeline sahiptir. Kültürel diplomasi bu potansiyeli, özellikle siyasal ve ekonomik gerilimlerin olduğu durumlarda daha net bir biçimde ortaya çıkmaktadır. Örneğin, Soğuk Savaş döneminde ABD ve SSCB arasındaki kültürel değişim programları, iki süper güç arasındaki gerilimi azaltmada önemli bir rol oynamıştır (Cull, 2008, s. 18).

Kültürel diplomasi, yumuşak gücün en önemli araçlarından biridir. Dolayısıyla bir ülkenin kültürel ürünleri ve değerlerinin, diğer ülkelerde olumlu bir imaj yaratmak için kullanılması yumuşak güç geliştirilmesiyle doğrudan ilişkilidir. Örneğin, Amerikan film endüstrisi ve Amerikan pop müziği, ABD'nin kültürel diplomasi ve elbette yumuşak gücünün en önemli araçlarını oluşturmaktadır (Nye, 2020, s.77). İleride daha ayrıntılı bir biçimde analiz edilecek olmakla birlikte, Güney Kore'nin kurumsallaştırdığı Kore Dalgası'nı da bu çerçevede değerlendirmek mümkündür.

Günümüzde yaygın olarak kullanılan kültürel diplomasi araçlarından biri, kültürel değişim programlarıdır. Bu programlar; öğrencilerin, akademisyenlerin ve sanatçıların farklı ülkelerde eğitim almasına, araştırma yapmasına veya sanat eserlerini sergilemesine olanak tanımaktadır. Dolayısıyla bu programlar, katılımcıların farklı kültürleri tanımasını ve anlamasını sağlamakta ve böylece ülkeler arası anlayış ve iş birliğini artırmaktadır. Örneğin ABD tarafından finanse edilen Fulbright Programı, birçok ülkede uzun yıllardır başarılı bir şekilde yürütülmekte ve ABD'nin kültürel diplomasi etkinliğini artırmaktadır (Ang vd., 2015, s. 8).

Kültürel diplomasi, aynı zamanda ülkeler arasındaki tarihsel ve kültürel bağları güçlendirmek için de kullanılabilir. Örneğin, Türkiye ve Yunanistan arasındaki kültürel diplomasi faaliyetleri, iki ülkenin tarihsel bağları ve ortak kültürel mirası vurgulayarak ülkeler arasındaki ilişkileri güçlendirmeyi amaçlamaktadır (Gümüş, 2011, s. 135-150). Benzer şekilde, Çin'in İpek Yolu üzerindeki kültürel diplomasi çabaları tarihsel bağların

yeniden canlandırılmasını ve böylece bölgedeki ekonomik iş birliğinin artırılmasını hedeflemektedir (Güleç, 2022, s. 100).

Kültürel diplomasinin etkili olabilmesi için, bu faaliyetlerin stratejik ve iyi planlanmış olması gerekmektedir. Hedeflenen kitleye uygun mesajlar ve yöntemler kullanılarak, kültürel diplomasi faaliyetlerinin etkisi artırılabilir. Ayrıca, kültürel diplomasi faaliyetlerinin başarısı, bu faaliyetleri yürüten kişilerin ve kurumların yetkinliği ve deneyimi ile de doğrudan ilişkilidir. Örneğin, kültürel ataşeler ve diplomatik misyonlar, kültürel diplomasi faaliyetlerinde önemli rol oynamakta ve bu kişilerin yerel kültürü ve dili iyi bilmeleri, bu faaliyetlerin başarı potansiyelini artırmaktadır (Schneider, 2006, s. 191-203).

Kültürel diplomasinin ekonomik boyutu da göz ardı edilmemelidir. Kültürel etkinlikler ve değişim programları, turizmi teşvik edebilmekte ve ekonomik ilişkileri güçlendirebilmektedir. Örneğin, Japonya'nın anime ve manga kültürü, dünya çapında büyük bir hayran kitlesine sahiptir ve bu durum Japonya'ya olan turistik ilgiyi artırmıştır (Alicenap, 2014, s. 43-44). Benzer şekilde, Kore mutfağı ve yaratıcı endüstrisi, Güney Kore'nin kültürel diplomasi araçları olarak kayda değer ekonomik katkılar sağlamaktadır.

Sonuç olarak kültürel diplomasi, uluslararası ilişkilerde önemli bir araçtır ve ülkeler arasındaki anlayışı, iş birliğini ve barışı teşvik etme potansiyeline sahiptir. Kültürel diplomasi faaliyetleri, bir ülkenin yumuşak gücünü kullanarak, diğer ülkeler üzerinde olumlu bir etki yaratmayı ve uluslararası ilişkileri güçlendirmeyi amaçlar. Bu tür faaliyetlerin stratejik ve iyi planlanmış olması, kültürel diplomasinin başarısı için kritik öneme sahiptir. Aynı zamanda, kültürel diplomasinin uzun vadeli etkileri göz önünde bulundurulmalı ve sabırla yürütülmelidir. Kültürel diplomasinin etkisi, genellikle zamanla ve sürekli çabalarla ortaya çıkar.

2.5.1. Kültürel diplomasinin hedefleri: imaj ve markalama

Kültürel diplomasi faaliyetlerine başvuran bir ülkenin en temel hedeflerinden biri, ülke imajını dünya genelinde artırmaktır. İmaj, “duyularla algılanan” anlamına gelmektedir (Akın, 2018). Dolayısıyla bir ülkenin imajı diğer ülkeler tarafından nasıl algılandığı, diğer bir ifadeyle nasıl görüldüğü, ile ilgilidir. Dünyadaki birçok ülke kültürel diplomasiye başvurarak, yani kendi kültürel ürünlerini diğer ülkelere ihraç ederek, ülke imajını güçlendirmeyi hedeflemektedir. Bir ülkenin olumlu imajını sürdürebilir kılması için de

markalaşması oldukça önemlidir. Ulus markalama kavramı ilk kez 1996’da Simon Anholt tarafından geliştirilmiştir. Anholt’a göre, ulus markalama bir ülkenin kültür, sanat, spor, eğitim, turizm, gastronomi vb. unsurlarının tanıtılması aracılığıyla, olumlu bir ülke imajının oluşturulmasına katkı sunar (Anholt, 2013, s.3). Dolayısıyla dış politika aracı olarak markalama; ihracatı artırmak, yatırımı teşvik etmek, uluslararası itibar kazanmak, ülkeye turist çekmek gibi çeşitli fonksiyonlara sahiptir (Yazar, 2021, s.137).

İlgili literatürde ulus markalama ve kültürel diplomasi arasındaki ilişkinin ne boyutta olduğuna veya olup olmadığına yönelik bir tartışmanın yürütüldüğünü ifade etmek mümkündür. Sözelimi aşağıda sunulan şekilde görüldüğü üzere, Szondi (2008), ulus markalama ve kültürel diplomasi arasındaki ilişkiye yönelik farklı bakış açılarını şu 5 grupta analiz etmektedir:



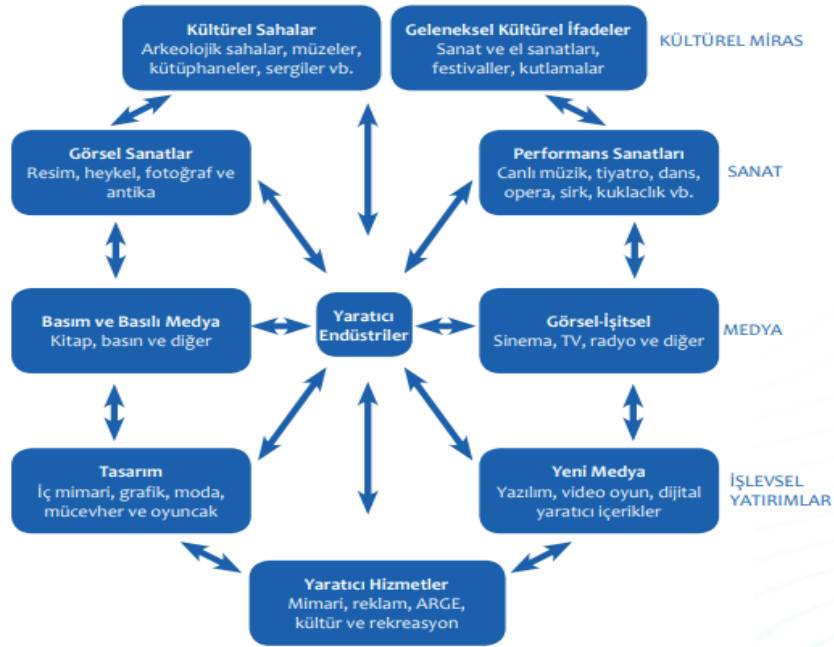
Şekil 2.1 Ulus markalama ve kültürel diplomasi arasındaki olası ilişkiler

Kaynak: (Szondi, 2008, ss. 14-15)

Yukarıda sunulan şekilde görüldüğü üzere, Szondi (2008)'ye göre, ulus markalama ve kültürel diplomasi arasındaki ilişkiye dair birinci görüş, bunlar arasında bir ilişki olmadığına yönelik görüştür. İkinci görüş, kültürel diplomasi'nin ulus markalamanın içerisindeki bir faaliyet olarak görülmesine karşılık gelir. Üçüncü görüş, ikinci görüşün tam zıddıdır. Dördüncü görüş ise bu iki faaliyetin ortak bir kesişim kümesine sahip olduğuna yöneliktir. Son olarak beşinci görüş ise ulus markalama ve kültürel diplomasi'nin aynı anlama geldiklerini ileri sürmektedir. Birinci görüş dışındakilerin, bir şekilde ulus markalama ve kültürel diplomasiyi bir arada düşünmeyi zorunlu kıldığını

ifade etmek gerekir. Birçok ülke örneği incelendiğinde de başarılı kültürel diplomasi faaliyetlerinin temelinde, başarılı bir ulus markalama strateji olduğunu söylemek mümkündür.

Ülke imajını güçlendirme ve ulus markalamanın ekonomik altyapısını, günümüze yakın bir dönemde gündeme gelen “yaratıcı endüstri” olgusuyla ele almak gerekir. Yeni medya ortamlarının oluşumu ile kültürel alanın kurallarının köklü bir değişikliğe uğradığı bu çağda “yaratıcı endüstri” kavramı ortaya çıkmıştır. Bazı çalışmalar da Adorno ve Horkheimer’ın sistemleştirdiği “kültür endüstrisi” kavramıyla eş anlamlı olarak kullanılsa da yaratıcı endüstrinin kitlesel düzeyde üretilen ve tüketilen kültür endüstrisinin yerine, küçük ölçekli ve inovatif üretimleri içeren bir endüstriye karşılık geldiğini ifade etmek mümkündür (Aslan, 2017, s.112). Günümüzde birçok ülkenin de yaratıcı endüstriye dayanan üretim stratejilerini devreye sokarak, kültürel diplomasi faaliyetlerini güçlendirmeyi amaçladıkları görülmektedir. Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (BMTKK), yaratıcı kültür endüstrilerini aşağıdaki şekilde sınıflandırmaktadır:



Şekil 2.2 Yaratıcı kültür endüstrileri içerikleri

Kaynak: (Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021, s.23).

Yukarıdaki şekilde görüldüğü gibi, yaratıcı endüstriler, BMTKK’ya göre dört ana boyuta sahiptir. Bu boyutlardan ilki olan kültürel miras boyutu, kültürel sahalar ve geleneksel

kültürel ifadeleri ihtiva etmektedir. İkinci boyut olan sanat, görsel sanatlar ve performans sanatları aracılığıyla kendisini göstermektedir. Üçüncü boyut olan medya, basılı medya ve görsel-işitsel iletişim kanallarını içermektedir. Son olarak dördüncü boyut ise işlevsel yatırımlardır ve bu boyut; tasarım, yaratıcı hizmetler ve yeni medya teknolojileriyle şekillenmektedir. BMTKK'nın bu yaklaşımı, yukarıda belirtilen bu dört boyutun her bir alt biriminin birbirleriyle ilişkili olduğu bütüncül bir yaratıcı endüstri yaklaşımını işaret etmektedir.

Güney Kore, kültürel diplomasi ve dolayısıyla başarılı bir ulus markalama ve güçlü bir yaratıcı endüstri inşa etme hususunda kayda değer bir ilerleme gösteren ülkelerden biridir. Bu ilerleme özellikle Kore'nin pop-kültür alanında görülmektedir. Güney Kore, Güneydoğu Asya ve dünyanın diğer bölgelerinde Kore dramaları, şarkıcıları ve müzik gruplarıyla tanınmaktadır. Kore Dalgası, öncelikle Çin ve Japonya'ya, daha sonra Güneydoğu Asya'ya ve güçlü bir etkiye sahip olmaya devam ettiği dünya çapında birçok ülkeye yayılmayı başarmıştır (Binark, 2019). Güney Kore'nin kültürel diplomasiyi geliştirmek ve ulusal marka imajını güçlendirmek amacıyla kurduğu; Kore Kreatif İçerik Ajansı (KOCCA), Kore Kültür ve Enformasyon Servisi (KOCIS), Kore Uluslararası Kültürel Değişim Vakfı (KOFICE) ve Kore Film Politikası Araştırma Enstitüsü' nün (KOFIC) Kore Dalgası'nın yayılmasındaki etkileri yadsınmaz niteliktedir (Avşar&Şahin, 2022, s.61). Çalışmanın bir sonraki bölümünde Güney Kore'nin kültürel diplomasi faaliyetleri, Kore Kültür Merkezleri özelinde, yukarıda çizilen genel kavramsal çerçeve üzerinden analiz edilmektedir.

3. TÜRKİYE-GÜNEY KORE İLİŞKİLERİ VE GÜNEY KORE’NİN TÜRKİYE’DEKİ KÜLTÜREL DİPLOMASİ FAALİYETLERİ

Kore’nin, kuruluş ve imparatorluklar dönemi incelendiğinde, Doğu Asya’daki Türklerle olan ilişkilerine rastlamak mümkündür. Çin hâkimiyetinin yoğun olduğu bölgede Goguryeo Krallığı kuruluş sürecindeyken, Koreliler ve Türkler arasında kurulan askerî ittifaklar Çin ordusu için tehlike oluşturmuştur. Ayrıca, Bilge Kağan yazıtlarında Türk kağanının cenaze törenine Goguryeo’nun bir taziye heyeti gönderdiği bilgisi yer almaktadır (Kil, 2019, s. 1).

Günümüzde Güney Kore halkının, Türk halkını “kan müttefiki, kan kardeşi” olarak nitelendirdiği görülmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, t.y.). Elbette ki Türkiye ve Türk halkı için bu tanımlamaların yapılmasında, 1950 yılında Türkiye’nin Kore’ye asker gönderme kararı etkili olmuştur. Bu bağlamda Kore Savaşı, Türkiye-Güney Kore ilişkilerini değerlendirmek açısından oldukça önemli bir tarihsel tecrübe sunmaktadır. Ancak bu tecrübeyi Türkiye açısından hazırlayan uluslararası dinamiklere ayrı bir parantez açmak gerekir.

3.1. Soğuk Savaş’ın İlk Yıllarında Türkiye

Bilindiği üzere II. Dünya Savaşı’nın sona ermesiyle dünyada iki kutuplu yeni bir düzen oluşmaya başlamıştır. Daha açık bir ifadeyle Soğuk Savaş döneminin başlangıcı olarak kabul edilen bu dönemde, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) öncülüğünde Batı ve Doğu olmak üzere iki blok ortaya çıkmıştır. SSCB, Batı Bloku tarafından güçlü bir tehdit olarak görülmüş ve ABD, Sovyet tehdidine karşı çevreleme stratejisi uygulamaya gitmiştir. Bu süreçte Türkiye de millî çıkarları doğrultusunda, SSCB’nin yayılmacı politikalarına karşı duyduğu güvenlik endişesiyle Batı Bloku’nun yanında yer almak istemiştir (Akçakaya, 2022, s.301). ABD’nin Ortadoğu’da müttefik arayışı ve Türkiye’nin jeopolitik konumundan faydalanmak istemesi de Türkiye’yi NATO üyeliği için avantajlı hâle getirmiştir (Erkin, 1968, s. 257-264).

1945’te yapılan Yalta Konferansı sonrasında SSCB; 19 Mart 1945 tarihinde Türkiye’ye verdiği bir notada, 1925 Dostluk Antlaşması’nın esaslı bir değişiklik gerektirdiğini iddia ederek Antlaşma’yı feshettiğini bildirmiştir (Oran, 2002, s. 502). Bunun üzerine Türkiye, İngiltere’den destek almak istediye de savaş sonrası İngiltere’nin içinde bulunduğu

olumsuz şartlar neticesinde beklediği desteği alamamıştır (Toker, 1971, s. 25-29). SSCB'yle bir anlaşma sağlamak isteyen Türkiye, 4 Nisan 1945 tarihli notayla dostluk ilişkilerinin sürmesi ve günün şartlarına uygun yeni bir anlaşmanın yapılması çağrısında bulunmuştur. Bu notaya 7 Haziran 1945'te gelen yanıtta, SSCB Dışişleri Bakanı Vyacheslav Mikhaylovich Molotov, Türkiye'nin egemenlik ve bağımsız haklarını hiçe sayan istekler bildirmiştir (Ertem, 2009, s. 378).

Sovyet Dışişleri Bakanı Molotov'un Selim Sarper'e iletildiği şartlar şöyledir:

- 1- 1921'de Moskova Antlaşması'yla belirlenen Türk-Sovyet hattının, SSCB'nin lehine olacak şekilde yeniden çizilmesi, Kars ve Ardahan'ın SSCB'ye verilmesi.
- 2- SSCB'ye Boğazlarda deniz ve kara üsleri verilmesi.
- 3- Mondros Anlaşması'yla belirlenen Boğazlar rejiminin değiştirilerek Türkiye ve SSCB arasında yeni bir ikili antlaşmaya varılması (Ertem, 2009, s. 378).

Selim Sarper, Sovyetlerin bu taleplerini Ankara'ya sormadan kesin bir şekilde reddetmiştir (Uzman, 2018, s.124-128). 18 Haziran 1945'te yapılan görüşmeler sonucunda SSCB taleplerinin değişmediği görülmüştür. SSCB'nin 24 Eylül 1946 tarihli son notasına karşılık Türk hükûmetinin 18 Ekim 1946 tarihli cevabı ile doğrudan Türk-Sovyet temasları sona ermiştir (Sevim, 2022, s.96).

ABD Başkanı Truman, SSCB'nin 24 Eylül 1946 tarihli son notasından sonra, 12 Mart 1947 tarihli kongrede Türkiye ve Yunanistan'a 400 milyon dolarlık yardım yapılmasını önermiş ve 22 Nisan 1947'de yardım için yetki almıştır (Tosun, 2022, s.1709). Bu konuşma tarihe *Truman Doktrini* olarak geçmiştir. ABD ve SSCB arasındaki gerilim Truman Doktrini sonrasında giderek artarken, Türkiye açısından bu doktrinin olumlu sonuçları olmuştur. 4 Temmuz 1948'te ABD, savaş sonrası ekonomileri kötüye gitmekte olan Avrupa ülkelerine yönelik ABD Dışişleri Bakanlığı'nca başlatılan *Marshall Planı*'nı devreye koymuştur (Ertem, 2010, s. 271). Türkiye'nin de bu Plan kapsamına alındığı göz önüne alındığında, bu sürecin Türkiye ile ABD arasındaki ikili ilişkilerin gelişmesine ve SSCB tehdidinde yönelik endişelerin azalmasına önemli katkılar sağladığı ifade edilebilir.

Türkiye'de bu dönemde iktidarda bulunan Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) hükûmetinin Dışişleri Bakanı Necmettin Sadak, Avrupa Ekonomik İş Birliği görüşmesinde NATO'ya katılma isteklerini belirtmiş, reddedilmeleri hâlinde Türkiye, Yunanistan, İngiltere, İtalya, ABD ve Fransa'nın içinde olacağı Akdeniz Paketi önerisinde bulunmuştur (Çelebi, 2015, s.111). Nitekim CHP hükûmeti NATO'ya üyelik başvurusunda bulunmuş, ancak başvuru

olumlu sonuçlanmamıştır. Türkiye'nin NATO'ya üyelik yönündeki çabaları Demokrat Parti (DP) döneminde de devam etmiştir (Oran, 2006, s. 545).

1950'de iktidara gelen DP hükûmeti, CHP'nin Batı Bloku yönlü dış politikasını devam ettirmiş ve hatta Batı Bloku'na katılım konusunda CHP'den daha aktif bir dış politika izlemiştir. DP hükûmetinin Kore Savaşı'nda aldığı net konum, bu aktif politikanın en net göstergelerinden birini oluşturmaktadır. Türkiye, Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi tarafından yapılan Kore'ye yardım çağrısına karşılık olarak, 25 Temmuz 1950'de Kore'ye 4.500 asker gönderme kararı almıştır (Gül, 2014, s.874). Bu asker gönderme kararı Cumhuriyet tarihi açısından büyük önem taşımaktadır. Çünkü o güne kadar Türkiye, Misak-ı Millî sınırları dışında bir bölgeye askeri mücadeleye katılmamıştır.

3.2. Kore Savaşı'nda Türkiye

Kore, jeopolitik konumu gereği, Asya kıtası ile Japonya arasında köprü görevi görmüştür. II. Dünya Savaşı sonrasında Kore'de Japon egemenliğinin son bulmasıyla, Kore ABD ve SSCB arasındaki mücadele alanlarından biri haline gelmiştir. Nitekim savaş sonrasında 1948'de Kore ikiye bölünmüş ve iki ayrı devlet kurulmuştur. SSCB'nin desteklediği komünistler (Kuzey Kore) ve ABD'nin desteklediği liberaller (Güney Kore) arasında gerçekleşen Kore Savaşı, 25 Haziran 1950'de Kim İll Sung'un önderliğinde komünist Kore Halk Ordusu'nun (KHO) otuz sekizinci enlemdeki Güney Kore sınırına taarruz etmesi neticesinde başlamıştır (Kahraman, 2020 s.1382).

Bu dönemde Kuzey Kore'nin Güney Kore'ye nazaran daha güçlü bir ordusunun bulunduğu görülmektedir. KHO, yedi piyade tümeni ve bir bağımsız piyade alayı, bir zırhlı tugayı ve bir hudut tugayına ek olarak bir motosikletli alayından oluşmaktadır. Bu ordu toplamda 90 bin askerden oluşmaktadır ve ordu subaylarının çoğunluğu Rusya ve Komünist Çin'de eğitim almışlardır. Güney Kore tümeni ise sadece bir Kuzey Kore alayıyla eş güçtedir ve ilgili kaynaklarda bu ordunun herhangi bir savaş planına sahip olmadığı dile getirilmektedir (Denizli, 2010, s. 40).

KHO'nun savaşın üçüncü gününde başkent Seul'u ele geçirmesi üzerine, ABD Dışişleri Bakanı Acheson, Amerikan askerlerinin Güney Kore ordusunu savunması için emir vermiştir. Amerikan Yedinci Filosu da olası bir komünist işgaline karşı Tayvan Boğazı'na gönderilmiştir. Birleşmiş Milletler, Kuzey Kore'nin saldırısını kınayarak Güney Kore'nin savunulmasına yönelik sorumluluğu üstlenmiştir (Holcombe, 2016, s. 339). KHO'nun

amacı, Birleşmiş Milletler kuvvetleri savaşa müdahale etmeden Güney Kore ordusunu mağlup etmek ve Kore'yi istila etmektir. ABD ise, Türkiye'nin de içinde olduğu 53 devletin onayladığı Güney Kore'ye destek kararını uygulamaya koymak için 30 Haziran'da kara harekâtını başlatmıştır. Kore'ye ilk giden Amerikan tümeni ve Güney Kore ordusu Kuzey Kore'nin saldırısını durdurmak için mücadeleye girişmişlerdir. Dönemin Cumhurbaşkanı Synman Rhee, Güney Kore'nin harekât kontrolünü 8'inci Amerikan ordusuna devrederek savunma hattı oluşturmuştur. Kuzey Kore kuvvetleri ise kısa bir sürede, 38'inci paralelden itibaren ötesine geçerek 220 kilometrelik yolu günde 8 km ilerleyerek işgal harekâtını tamamlamışlardır (Salmon, 2020, s. 18-28).

Muharebede Türk Tugayı savunma mevziisinde yer almıştır. Düşman kuvvetlerinin Seul'a taarruz hareketi, Türk Tugayı tarafından engellenmiştir. Türk tugayının bu başarısı sayesinde, Birleşmiş Milletler (BM) kuvvetleri karşı taarruza geçebilmiştir. Bu karşı taarruz sonrasında, BM kuvvetleri 38'inci paralelin kuzeyine ilerleme fırsatı bulmuştur (Güven, 2007, s.209).

Savaşın devam ettiği günlerde, 15-20 Eylül 1951 tarihinde NATO Bakanlar Konseyi, Türkiye ve Yunanistan'ın NATO üyeliğini oy birliği ile kabul etmiştir. TBMM onayıyla 18 Şubat 1952'de Türkiye NATO'ya resmen üye olmuştur. 25 Temmuz 1950'de başlayan savaş 27 Temmuz 1953'te imzalanan mütareke ile son bulmuştur (Denizli, 2010, s. 332). On binlerce insanı yurdundan eden bu savaş, kültürel veya coğrafi olarak herhangi bir özelliğe bakılmaksızın 38. enlem iki ülke arasında sınır olarak belirlenmiştir (Salmon, 2020, s. 25). Türk askerinin Kore Savaşı'nda gösterdiği cesaret ve başarı ise NATO'ya kabul sürecinde büyük bir rol oynamış; ayrıca Türkiye, Güney Kore ve ABD'nin birbiriyle olan ilişkilerinin gelişmesine önemli katkılar sağlamıştır.

3.3. Savaş Sonrasında Günümüze Türkiye-Güney Kore İlişkileri

Yukarıda ifade edildiği gibi Türkiye, Kore'ye en fazla askeri destek veren ülkelerden biri olmuştur. Bu tecrübe vesilesiyle gelişen dostluk ilişkileri neticesinde, Türkiye ve Güney Kore arasında 1957'de resmî olarak diplomatik ilişkiler kurulmaya başlanmıştır. Karşılıklı olarak her iki ülke de büyükelçilikler açılmaya başlanmıştır (Eun-Kyung, 2006, s. 288-306). Türkiye ve Güney Kore arasındaki siyasi iş birliği daha sonrasında stratejik

bir ortaklığa dönüşmüştür. Günümüzde iki ülkenin MIKTA³ ve G20 gibi pek çok alanda yakın ilişkiler içerisinde oldukları görülmektedir (Kore Cumhuriyeti Resmî Dışişleri Bakanlığı Web Sitesi). Geçmişten günümüze değin Türkiye-Güney Kore'nin diplomatik ilişkilerinin tarihsel seyrine ilişkin önemli anlaşmalar, aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 3.1 Türkiye- Güney Kore arasında imzalanan ikili anlaşmalar

Anlaşmanın adı	Geçerlilik tarihi	Anlaşmanın İçeriği
Vize Muafiyeti Anlaşması	01.05.1972	Her iki ülke vatandaşlarının diğer ülkeyi ziyaretlerinde ilk iki ay vizesiz kalmalarına izin verilmektedir.
Kültürel Anlaşma	01.05.1974	İki ülke arasındaki kültürel alışverişin artırılması
Ekonomik ve Teknik İş birliği Anlaşması	13.12.1977	İki ülke arasındaki ekonomik ve teknolojik iş birliğinin genişletilmesi
Havacılık Anlaşması	16.10.1979	İki ülke arasındaki hava yolları gibi hava operasyonlarıyla ilgili konuları içerir.
Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması	27.03.1986	Bir şirketin yalnızca kendi ülkesinde veya diğer ülkede elde ettiği gelir üzerinden vergi ödemesini gerektiren bir anlaşma.
Yatırım Garanti Anlaşması	04.06.1994	İki ülke arasındaki yatırımları teşvik etmek ve korumak için serbest ticari faaliyetleri ve kârların her ülkedeki şirketlere geri gönderilmesini garanti eden bir anlaşma.
Gümrük Karşılıklı Yardım Anlaşması	28.06.2012	İki ülkenin gümrük idareleri arasında karşılıklı iş birliğinin geliştirilmesini belirleyen anlaşma.
FTA Mal Ticareti Anlaşması	01.05.2015	İki ülke arasında belirlenen ürünler için mal ticaretine ilişkin tarifelerin hafifletilmesine dayanan bir anlaşma.
Sosyal Güvenlik Anlaşması	01.06.2015	İki ülke arasında sosyal güvenlik sigortası primi vb. ödemelerine ilişkin iş birliğini belirleyen anlaşma.
FTA Hizmet Yatırım Anlaşması	01.08.2018	İki ülke arasında hizmet ticaretindeki gümrük vergilerinin ve yatırım engellerinin azaltılmasına yönelik anlaşma.
Bilim ve Teknoloji Alanında İş birliği Anlaşması	22.10.2021	İki ülke arasında altyapı ve savunma sanayi odaklı ekonomik, bilimsel ve teknolojik alanlarda iş birliğinin güçlendirilmesine yönelik anlaşma.

Kaynak: (KOTRA, t.y.)

³ Meksika, Endonezya, Güney Kore, Türkiye, Avustralya arasında oluşturulan gayri resmî istişare ve eş güdüm platformu.

İki ülke 1957 yılında resmî diplomatik ilişkiler kurduktan sonra 2012’de ilişkilerini stratejik ortaklığa yükseltmiş ve mallar alanında 1 Mayıs 2013 tarihinde Serbest Ticaret Anlaşması ile ekonomik ilişkiler resmen başlamıştır.

Türkiye- Güney Kore Serbest Ticaret Anlaşması, sanayi ürünleri ile tarım ve deniz ürünleri gibi ürün sektörüyle sınırlı olup hizmet ve yatırım anlaşması Şubat 2015'te resmî olarak imzalanmıştır (Dursun & Aytekin, 2022, s.61). Her iki ülke yedi yıl içinde tüm sanayi ürünlerine uygulanan gümrük vergilerini, on yıl içinde ise hemen hemen tüm ürünlere uygulanan ithalat değerine dayalı gümrük vergilerini kaldırmıştır. Ancak biber, sarımsak ve soğan, pirinç, sığır eti gibi 795 önemli hassas tarım ve deniz ürünü anlaşmanın dışında tutulmuştur (Taek & Soo, 2017, s. 196).

Güney Koreli inşaat firmalarının Türkiye'deki büyük ölçekli projelere katılım gösterdiği görülmektedir. Örneğin 1915 Çanakkale Köprüsü ve Otoyolu projesinin yapım sürecinde Güney Kore’den *DL E&C* ve *SK Ecoplant* adlı şirketlerde yer almıştır. Bu yapımdaki tüm çelik malzemeler Güney Kore’li POSCO şirketinden alınmıştır (Çanakkale Otoyol ve Köprüsü İnşaat Yatırım ve İşletme A.Ş., t.y.).

Güney Koreli şirketler, ulaşım projelerinin yanı sıra Türkiye'de sağlık ve enerji altyapı projelerinde de faaliyet göstererek Türkiye-Güney Kore ekonomik iş birliğini pekiştirmektedirler. İki ülke arasındaki ticari durum incelendiğinde yıllara göre dalgalanmalar tespit edilmektedir. 2008 yılında ABD kaynaklı finansal kriz tüm dünya piyasalarını etkilemiş, Türkiye ve Güney Kore arasındaki ticaret hacminde azalma görülmüştür (Kang, 2013, s.1-13).

2013’te yürürlüğe giren Serbest Ticaret Anlaşması ile düşük seyir gösteren ticaret hacmi, 2014 yılına gelindiğinde yaklaşık 7,3 milyar dolar ile zirve seviyeye ulaşmıştır. 2020 yılına varana kadar düşüş gözlemlenirken 2021’de Kore’nin Türkiye’ye ihracat hacmi yaklaşık olarak %27 oranında artarak toplam ticaret hacminde yeniden artış gözlemlenmiştir. Türkiye ve Güney Kore arasındaki yıllara göre ticaret hacmi aşağıdaki tabloda gösterilmektedir:

Tablo 3.2 Türkiye-Güney Kore'nin ticarî ilişkileri

Yıl	İhracat	Artış-Azalış Oranı (%)	İthalat	Artış-Azalış Oranı (%)	Dış Ticaret Dengesi
2000	1,207	57,3	51	-52,1	1,156
2001	697	-42,2	130	156,5	567
2002	866	24,2	125	-3,8	741
2003	1,375	58,8	78	-37,7	1,297
2004	2,356	71,4	104	33,2	2,252
2005	2,782	18,1	127	22,5	2,655
2006	3,036	9,1	194	52,5	2,842
2007	4,087	34,6	282	44,9	3,805
2008	3,773	-7,7	362	28,5	3,441
2009	2,661	-29,5	434	20,0	2,227
2010	3,753	41,1	516	18,8	3,237
2011	5,071	35,1	805	55,8	4,266
2012	4,552	-10,2	672	-16,4	3,880
2013	5,658	24,3	692	2,9	4,966
2014	6,665	17,8	655	-5,3	6,010
2015	6,249	-6,2	790	20,5	5,459
2016	5,385	-13,8	742	-6,0	4,643
2017	6,155	14,3	782	5,3	5,373
2018	5,980	-2,8	1,189	52,1	4,791
2019	5,297	-11,4	1,189	0,0	4,109
2020	5,545	4,7	1,317	10,8	4,228
2021	7,025	26,7	1,235	-6,3	5,791
2022	7,723	9,9	1.389	12,3	6.334
2023	8.988	16,4	1.439	3,5	7.549

(Kore standardı, birim: milyon dolar, %)

Kaynak: (KITA, t.y.)

Güney Kore, Türkiye'yle ekonomik iş birliğini artırma ve ihracatı genişletme isteğiyle, ihracat ürünlerini Türkiye'nin gelecek vaat eden sanayileri için çeşitlendirmeye yönelik bir çaba içindedir (KITA, t.y.). Yukarıdaki tabloda yıllara göre ithalat ve ihracat oranı gözlemlenirken, 2021 yılında Güney Kore'den Türkiye'ye ihracatı yapılan ana kalem ticari ürünleri; otomobil ve otomotiv parçaları, çelik levha, sentetik reçine ve çeşitli petrokimya ürünlerini içermektedir (bkz. Tablo 3.3.) (KOTRA, t.y.). Güney Kore'nin Türkiye'den ithal ettiği ana kalem ürünler arasında; uçak ve parçaları, demir, nikel, tıbbi malzeme, kimyasal hammaddeler, deniz ürünleri ve tekstil ürünleri yer almaktadır (bkz. Tablo 3.4.) (KOTRA, t.y.). Türkiye'deki yerli üretimi yaygınlaştırmak amacıyla parça

tedarik arz-talep dengesinin güvence altına alınması, teknoloji ürünlerinin geliştirilmesi; otomobil, elektrikli araç ve gemi inşa alanlarındaki üretim tesislerinin geliştirilmesine yönelik talebin artması beklenmektedir. Bu durum iki ülke arasındaki ekonomik iş birliği, yerli firmaların malzeme, parça ve ileri teknolojiye sahip tesisler ve donanımına ilişkin teknolojik iş birliklerinin artacağına işaret etmektedir (KOTRA, t.y). Bu doğrultuda Güney Kore'nin Türkiye ile ortak teknolojik gelişmeyi teşvik etmek ve Türk sanayisi ile iş birliklerini güvence altına almak için diplomatik adımlar attığı görülmektedir (Jeong vd., 2010, ss. 145-150).

Tablo 3.3 Güney Kore'den Türkiye'ye ihraç edilen başlıca ürünler (2021)

Sıralama	İhracat		
	Mal	Tutar (milyon dolar)	Artış/Azalış Oranı
1	Sentetik Reçine	1,267	61,9
2	Çelik Levha	933	34,5
3	Petrokimyasal Sentetik Hammaddeler	525	74,1
4	Otomotiv Parçaları	396	24,8
5	Pestisitler ve Farmasötikler	367	-38,7
6	Otomobil	292	7,7
7	Diğer Petrokimya Ürünleri	293	60,6
8	Ana Taşıyıcı ve Pompa	273	31,4
9	Plastik Ürünler	213	21,7
10	Suni Elyaf	194	42

Kaynak: (KOTRA, t.y.)

Tablo 3.4 Güney Kore'nin Türkiye'den ithal ettiği başlıca ürünler (2021)

Sıralama	İthalat		
	Mal	Tutar	Artış/Azalış Oranı
1	Pestisitler ve Farmasötikler	354	-43,5
2	Tekstil Ürünleri	135	16,2
3	Otomotiv Parçaları	97	8,3
4	Petrol Ürünleri	55	203,3
5	İnce Kimyasal Hammaddeler	48	94,9
6	Favori Yiyecek	40	-25,4
7	Nikel Ürünleri	32,7	2006,7
8	Tıbbi Ekipman	32,6	43
9	Uçak ve Parçaları	29	13,1
10	Alaşımli Demir, Pük Demir ve Hurda Metal	26	135,3

Kaynak: (KOTRA, t.y)

Türkiye'de, Güney Kore (Hyundai), Japonya (Toyota, Honda), ABD (Ford) ve Avrupa'dan (Fiat, Renault, Volvo-Truck, Mercedes-Benz) toplam 17 küresel otomobil üreticisi aktif olarak faaliyet göstermektedir. Türkiye'deki en yüksek ihracat rakamını Renault kaydederken, onu ikinci sırada Ford, üçüncü sırada ise Hyundai Motor Company takip etmektedir (Tae & Dong, 2017, 187).

Türkiye ve Güney Kore arasındaki güçlü iktisadi ilişkilerin yanı sıra, kültürel diplomatik ilişkilerin de Kore Savaşı'ndan günümüze değin giderek güçlendiğini ifade etmek mümkündür. Bu bağlamda 2017 yılında vizyona giren, Kore Savaşı esnasında yetim kalan Koreli bir kız çocuğu ile onu evlat edinmeye çalışan Süleyman adlı bir Türk askerinin hikâyesinin anlatıldığı "Ayla" adlı film, iki ülke arasındaki kültürel ilişkilere önemli katkılar sunmuştur.

3.4. Güney Kore'nin Kültürel Diplomasi Faaliyetlerine Bir Bakış

Güney Kore'nin kültürel diplomasi faaliyetleri "Kore Dalgası" markasıyla cisimleşmiştir. Kore Dalgası'nın başlangıcına dair kesin bir görüş birliği olmamakla birlikte, bu dalga 1990'ların ortalarında ilk etkilerini Çin'de göstermiştir (Lee, 2019, s.72). Bu dalganın gözlemlendiği ilk dönem, Kore filmleri ve pop şarkılarının ülke sınırlarına çıkmaya başladığı 1990'lardan 2000'lere değin geçen süreyi kapsamaktadır. Daha çok Asya ülkelerinde etkinliği ile bilinen bu döneme Kore Dalgası 1.0 adı verilmiştir. 2000'li yılların ortasından itibaren kendini gösteren ikinci dönem ise hükümet destek politikaları ve *Chaeboller*⁴ ile yapılan anlaşmalar doğrultusunda gelişmiştir. Kore Dalgası 2.0 dönemi olarak adlandırılan bu süreçte Kore popüler kültür ürünleri Çin'in ötesine geçerek Güneydoğu Asya ve Orta Doğu'ya yayılmıştır. 2010'dan 2010'un ortalarına kadar olan "Post-Hallyu" olarak da adlandırılan üçüncü dönem (Kore Dalgası 3.0) ise yeni müzik türleri, yemek kültürü, makyaj ürünlerinin denizaşırı ülkelere ihracat edildiği evreye karşılık gelmektedir. (Lee, 2019, s.81). Güney Kore menşeli kültürel üretimlerin Netflix, Hulu, DramaFever vb. platformlar aracılığıyla Amerika başta olmak üzere tüm dünyaya yayılmasına işaret eden günümüzdeki durumu ise "Kore Dalgası 4.0.1" olarak adlandırılmaktadır (Daeyoung, 2014,127-130).

⁴ Chaebol (재벌) Güney Kore'nin farklı iş kolları ile uğraşan ekonomik elit konglomeratlarını ifade etmektedir (Tezer, Ö, 2019, s.82). Kore'nin en bilinen chaebolleri; Hyundai, Samsung, Kia, SK, LG, Lotte'dir.

Hallyu'nun bir ürünü olan Kore müzik türü K-Pop'un oluşumunda, eğitim amacıyla yurt dışına giden Koreli öğrencilerin Avrupa'dan edindikleri deneyimler oldukça etkili olmuştur (Choi, 2019, s. 95-98). Asya Krizi'nde eğlence sektörünün eski aktörleri olumsuz yönde etkilenmişlerdir. 1997'de görülen bu kriz ihracata dayalı stratejinin değişmesinde büyük rol oynamıştır. Hızlı bir şekilde değer yaratma ihtiyacına karşılık gelebilecek sektör müzik sektörü olarak düşünülmüştür. K-Pop müzik türünün yaygınlaşmasına yönelik bir kültürel ihracat CJ ve Orion gibi büyük eğlence sektörleri bu krizle birlikte stratejilerini değiştirerek piyasa taleplerine göre ürün çıkarmaya ve yabancı pazarlamacılarla çalışmaya başlamışlardır. Kore müziği, ülke sınırlarını aşarak dünyanın pek çok yerinde insanların dinlemekten keyif aldığı bir müzik hâline gelmeye başlamıştır. K-Pop'u sadece kültürel diplomasinin bir ürünü olarak düşünmemek gerekir. Keza bazı K-Pop şarkıcıları bir kültürel diplomat olarak da hizmet vermektedir. 2021'in Eylül ayında BTS (Bangtan Boys) adlı K-Pop müzik grubu devlet başkanı Moon Jae-in tarafından "gelecek nesiller ve kültür için özel başkanlık elçisi" olarak ABD'yi ziyaret etmiştir (NTV, 2021).

K-Pop yıldızlarının sosyal medyayı kültürel dağıtım aracı olarak kullanarak, diğer ülkelerle etkileşim içine girdikleri görülmektedir. Şirketlerce küçük yaşlarda seçilen K-Pop yıldız adayları, katı kuralların hüküm sürdüğü yurtlara yerleştirilmektedir. Müzik eğitiminden dansa pek çok alanda eğitim gören yıldız adaylarının, kendilerini oldukça kısıtlayan sözleşmeler imzalamak zorunda kaldıkları söylenmektedir (Hoe, 2021, s.418-442). Bu sözleşmelerde yıldız adaylarının özel hayatları ne yiyip içtikleri, nerede yaşayacakları ve kamusal alanda nasıl davranacakları vb. konularda şirketlere oldukça güçlü yetkiler verilmektedir. Bu çerçevede eğitim kampları, K-Pop idol gruplarını üreten bir fabrikaya benzetilebilir. *SM Entertainment Company* şirketince üretilen ilk K-Pop idol grubu, 1996 yılında çıkış yapan *H.O.T.* müzik grubudur. Beş erkek üyeden oluşan grup, başta Asya ülkelerinde olmak üzere popüler olabilmeleri için çeşitli eğitimlere tabi tutulmuşlardır ve eğitim sürecinde grup üyelerinin yurttan beraber yaşadıkları aileleriyle iletişimleri kısıtlanmıştır (Ae-Jin, 2018).

Kore Dalgası'nın 2000'li yıllarda, neredeyse tüm Asya ülkelerine yayılmış olduğu söylenebilir. Örneğin, 2002 yılında yayınlanan "*Kış Sonatı*" adlı romantik dizi Japon kadınları tarafından yoğun ilgi görmüştür (Bae&Kim, 2022, s. 228). İki ülkenin neredeyse tarih boyunca yaşanan gerilim ilişkileri olduğu düşünüldüğünde, Güney Kore menşeli bu gibi yapımların Japonya'da bu denli popüler olması oldukça önemlidir (Bae, K. & Kim

C.,2022). Bu çerçevede örneğin Kore TV programlarını beğeniyle takip eden Japon ev kadınlarının Korece öğrendikleri ifade edilmiştir (Yoshitake, 2008, s. 127-141).

Kore dizilerinin birçok ülkede farklı nedenlerle popüler olduğu belirtilmektedir. Örneğin ABD’de Kore dizileri rahatlatıcı ve neşeli olarak görülmekte, Avrupa’da ise dizilerin olay örgüsü sade ve romantik bulunmaktadır (Park, 2021, s. 2509). Orta Doğu ülkelerinde de bu diziler, açık bir cinsel içerik olmayan romantik hikayeleri barındırması nedeniyle popüler hale gelmiştir (Daeyoung, 2014, s.75). Küresel izleyiciler arasında farklı nedenlerle ilgi uyandıran dizilerin Kore’nin profilini ve marka değerini yükselttiği ifade edilmektedir (Lee, 2008, s. 175-189). Nitekim daha öncesinde “gelişmekte olan ülke” ve “bölünmüş ülke” gibi bir imaja sahip olan Güney Kore, Kore Dalgası aracılığıyla yeni bir imaj yaratmayı başarmıştır (Mi-young, 2016, s. 109-134). Endüstri 4.0 dönemine girdiğimiz günümüzde, Güney Kore gibi sınırlı kaynaklara sahip bir ülkenin yumuşak gücünü artırarak rekabet gücünü güvence altına alması beklenmektedir. Bu anlamda Kore Dalgası, Güney Kore’nin yumuşak güç rekabetçiliğinin bir temsilidir (Joo, 2015). Günümüze değin Güney Kore kültürel diplomasi faaliyetlerin kapsamı; K-Pop ve K-dramalar aracılığıyla başlatılarak Kore dili, K-makyajı ve modası, Kore yemekleri, Kore’ye özgü sporlar ve geleneksel sanatlar olmak üzere pek çok alanda genişletilmiştir.

Güney Kore’de 2010 yılının “Kore kamu diplomasisinin ilk yılı” kabul edilmesinin ardından gelişen süreçte, kamu diplomasisi üç ana dış politika alanlarından biri hâline gelmiştir. Bu süreçte “Kore Kamu Diplomasisi Forumu” oluşturulmuş, *Kamu Diplomasisi Elçisi* kadrosu tahsis edilmiş ve *Kültürel Diplomasi Bürosu* bünyesindeki *Kültürel Diplomasi Politikası Departmanı*, Ocak 2012’de *Kamu Diplomasisi Politikası Departmanı* olarak revize edilmiştir. 2016 yılında Kamu Diplomasisi Yasası’nın yürürlüğe girmesiyle de kamu diplomasisi ve kültürel kamu diplomasisi politikasını yürüten kuruluşların organizasyonel alt yapıları ayrıntı bir biçimde oluşturulmuştur (Paik, 2012, s. 5-32).

Kore Dalgası (Hallyu), “Han Nehri Mucizesi” olarak tarif edilen Güney Kore’nin ekonomik büyüme sürecine dayanmaktadır. Güney Kore, 40 yıl içinde dünyanın en büyük endüstriyel ekonomilerinden biri hâline gelmiştir. Güney Kore’nin bu gelişimi, “Kore Dalgası”nı merkeze alan popüler kültürel ürünler etrafında şekillenmiştir. Kültür, Turizm ve Spor Bakanlığı tarafından 2014 yılında bir turizm markası imajı oluşturmak amacıyla Güney Kore’nin ulusal markası “Kore’nizi Hayal Edin” adıyla duyurulmuştur (Mi-young, 2006, s.109-134).

Halkla ilişkiler yoluyla kültürel bir ulus olarak imajı güçlendirmek amacıyla özellikle son yıllarda daha da popüler hâle gelen SNS (Social Networking Service), yurt dışındaki tüketicilerle etkileşim sağlamaya yönelik olumlu bir etkiye sahiptir (Lim&Dong, 2022, 155-170). Blackpink, Big Bang, BTS gibi müzik grupları ve 2012 yılında Gangnam Style parçasıyla bir milyon izlenme rekoru kıran PSY (Park Jae-Sang) YouTube’da yoğun bir hayran kitlesine sahip olarak Kore müzik kültürünün dünya çapında tanınmasına katkı sunmuştur. “Billboard Hot 100”de 7 hafta boyunca ikinci sırada yer alarak küresel bir fenomen hâline gelmeyi başarmıştır. Geçtiğimiz yıllarda yaşanan COVID-19 salgını nedeniyle çevrim içi etkinliklerin hızlanması, K-Pop için başka alternatifler yaratmıştır. K-Pop’un güçlü özelliklerini çevrim içi platformlarda ve özellikle YouTube’da en üst düzeye çıkararak Kore pop müziği, çevrim içi ücretli performanslar da dâhil olmak üzere müzik endüstrisinde bir popüler hâle gelmiştir (Park&Cho, 2022, s.400). K-Pop, yurt içi ve yurt dışı faaliyetlerinin kesildiği bir krizle karşı karşıya kalmasına rağmen ağırlıklı gelirini, sosyal medya albüm satış pazarının genişlemesi ile telafi etme fırsatı bulmuştur (Park&Cho, 2022, s. 399-406).

2020 yılından itibaren kültürel diplomasiyi yayma kapsamında bir kanal işletme pilot projesi başlamıştır. Proje; K-Influencer eğitimi, yurt dışı kültür merkezi video stüdyosu uygulamasını içermektedir. K-Influencer Eğitimi, Kore Kültür Merkezleri aracılığıyla hayata geçirilmiştir. K-Influencer eğitimi ile Kore kültürüne ilgi duyan ve Kore kültürel içeriği oluşturmak isteyen yabancılara ulaşarak eğitim, üretim, PR desteği sağlanmaktadır (Narae&Joung, 2017, s.7-38). Bu eğitim programında kursiyerlerin K-Yemek, K-eğitim, K-kültürü gibi alanlarda, içerik üretmeleri istenmektedir. Böylece kursiyerlerin ürettiği içerikler, doğal olarak Kore Dalgası’na doğrudan katkı sunması sağlanmaktadır (Ae-Jin, 2018, s. 1-19).

Güney Kore’nin kültürel diplomasi hedefleri arasında Korece bilinirliğinin dünya genelinde yaygınlaştırılması yer almaktadır. Bu çerçevede Güney Kore tarafından dünyanın birçok ülkesinde Kral Sejong Enstitüleri açılmıştır. Güney Kore şirketlerinin yurt dışı ticaret hacimlerinde, yabancı öğrenci ve göçmen sayısında, uluslararası evliliklerde ve Kore Dalgası nedeniyle Kore dili ve kültürü eğitimine olan ilgideki artışlar bu enstitülerin kısa sürede yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır (Yoon, 2016, s.233). 2007’den itibaren kurulan enstitülerin kıtalara göre dağılımı aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

Tablo 3.5 Kral Sejong dil enstitülerinin kıtalara göre dağılımı

Kıta	Lokasyon	Öğretim Kurumu
Avrupa	17	28
Asya	23	88
Amerika	10	18
Afrika	5	5
Okyanusya	3	4
Toplam	58	143

Kaynak: (Yoon, 2016, s.233-234).

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere, Korece'nin dünya genelinde yaygınlık kazanması için çok sayıda enstitü açılmıştır. Bu dil enstitülerinin yanı sıra, Kore Kültür Merkezlerinde de dil eğitimleri verilmektedir. Bu merkezler sadece dil eğitimi değil, pek çok farklı alanda Güney Kore'nin kültürel diplomasi kapasitesini güçlendirmektedir.

3.5. Kore Kültürünü Yurt Dışına Tanıtma Aracı Olarak Dünyadaki Kore Kültür Merkezleri

Dünyadaki Kore Kültür Merkezleri, Güney Kore'nin en göze çarpan kültürel diplomasi mekanizmalarından biridir. Genel olarak, bu merkezlerde Kore kültürünün tek taraflı tanıtılmasından ziyade, yerel katılımcıların da bu merkezlerde aktif rol alarak tanıtım faaliyetlerine dahil edilmesi amaçlanmaktadır. Kore Kültür Merkezleri her yıl hükümet bütçesi ile desteklenen düzenli organizasyonlar planlamaktadır. Bu merkezler; Kore kültürü dersleri, Kore dili eğitimi, K-Pop akademi, Kore yemeği, Kore geleneksel müziği ve dansı, spor gibi sanatsal ve akademik etkinlikler ve Kore kültürünün anlaşılmasını ve ülkeler arasındaki dostluğu teşvik etmek için gençlere yönelik etkinlikler düzenlemektedir (Choi, 2021, 40,71).

Dünyadaki ilk Kore Kültür Merkezi, Güney Kore Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı tarafından 10 Mayıs 1979'da Japonya'nın Tokyo kentinde açılmıştır. Japonya'nın ardından dünyanın birçok yerinde Kore Kültür Merkezleri açılmaya başlanmıştır. Bu merkezler; 1979'da New York'ta, 1980'de Los Angeles'ta, 1980'de Fransa'da, 1994'te Çin Halk Cumhuriyeti ve Almanya'da, 1995'te Rusya'da, 2006'da Vietnam ve Arjantin'de, 2008'de İngiltere'de, 2010'da Polonya, Kazakistan, Endonezya ve Nijerya'da; 2011'de Türkiye, Filipinler, İspanya ve Avusturalya'da; 2012'de Hindistan, Meksika ve Macaristan'da; 2013'te Tayland, Brezilya ve Belçika'da; 2016'da Birleşik Arap Emirlikleri, Kanada ve İtalya'da faaliyete başlamıştır (Yoohoe, 2017, s. 285).

Tablo 3.6 Yurtdışındaki Kore Kültür Merkezleri

Yer	Tarih	KKM'ye ait web sitesi
Japonya	1973	http://www.koreanculture.jp
New York (ABD)	1979	http://www.koreanculture.org
Los Angeles (ABD)	1980	http://www.kccla.org
Fransa	1980	http://www.coree-culture.org
Pekin (Çin)	1994	http://c.kocenter.cn
Berlin (Almanya)	1994	http://kulturkorea.org
Moskova (Rusya)	1995	http://russia.korean-culture.org
Osaka (Japonya)	1999	http://www.k-culture.jp
Hanoi (Vietnam)	2006	http://vietnam.korean-culture.org
Buenos Aires (Arjantin)	2006	http://argentina.korean-culture.org
Şanghai (Çin)	2007	http://s.kocenter.cn
Londra (İngiltere)	2007	http://londan.korean-culture.org
Washington (ABD)	2009	http://www.koreaculturedc.org
Varşova (Polonya)	2010	http://pl.korean.korean-culture.org
Astana (Kazakistan)	2010	http://kaz.korean-culture.org
Cakarta (Endonezya)	2010	http://id.korean-culture.org
Abuja (Nijerya)	2010	http://ngr.korean-culture.org
Taguig (Filipinler)	2011	http://phil.korean-culture.org
Madrid (İspanya)	2011	http://spain.korean-culture.org
Ankara (Türkiye)	2011	http://tr.korean-culture.org
Sidney (Avustralya)	2011	http://www.koreanculture.org.au
Yeni Delhi (Hindistan)	2012	http://india.korean-culture.org

Tablo 3.6'nın devamı

Meksika	2012	http://mexico.korean-culture.org
Budapeşte (Macaristan)	2012	http://koreaikultura.hu

Bangkok (Tayland)	2013	http://thailand.korean-culture.org
Sao Paulo (Brezilya)	2013	http://brazil.korean-culture.org
Brüksel (Belçika)	2013	http://brussels.korean-culture.org
Kahire (Mısır)	2014	http://egypt.korean-culture.org
Abu Dabi (Birleşik Arap Emirlikleri)	2016	http://uae.korean-culture.org
Ottawa (Kanada)	2016	http://canada.korean-culture.org
Roma (İtalya)	2016	http://italia.korean-culture.org

Kaynak: (Yoohe, 2017, s. 285-287).

Bu merkezler, Kore kültürünü yerel halka aktaran ve yerel kültürleri Güney Kore'ye taşıyan birer "kültürel diplomasi üssü" olarak nitelendirilebilir. Bu merkezlerde kültürel tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesinin yanı sıra, ev sahibi ülkenin ihtiyaçlarına yönelik özelleştirilmiş hizmetler sunulmaktadır (Eun & Jay & Lee, s. 11). Bu açıdan merkezler arasında operasyonel farklılıklar görülmektedir. Buradaki temel amaç yerel halkın kültürüne, talep ve beklentileriyle uyumlu olan ve etkileşim düzeyi etkili olan proje ve etkinlikler gerçekleştirmektir (Eun & Jay & Lee, s. 15).

Kore Kültür Merkezlerinin 2008 yılı faaliyet değerlendirme raporunda yerel katılımcıların merkezleri kullanım amaçları analiz edilmiştir. Buna göre Kore dili eğitimi almak amacıyla Kore Kültür Merkezlerini ziyaret edenler %51,26 ile en yüksek orana sahiptir. Merkezleri ziyaret etme amaçları arasında ikinci sırada, 17,48'lik bir oranla, kültürel ve sanatsal etkinliklere katılım yer almaktadır. Kore bilgi ve materyallerini kullanmak amacıyla kültür merkezlerini ziyaret eden katılımcıların oranı ise %13,87'dir (Eun & Jay & Lee, s. 13).

3.6. Türkiye'deki Kore Kültür Merkezi'nin Kuruluşu, Faaliyetleri ve Amacı

Kore Kültür Merkezi (KKM), Türkiye ile Güney Kore arasındaki kültürel bağları güçlendirmek amacıyla 13 Ekim 2011 tarihinde Güney Kore devletine bağlı olarak Ankara'da kurulmuştur. Türkiye'de Kore ile ilgili faaliyet gösteren kurum ve çeşitli gruplarla iş birliği içinde olan KKM, Kore kültürünü geniş bir alana yayabilmek amacıyla sergiler, yarışmalar, gösteriler, seminerler ve sempozyumlar düzenlemektedir. Ankara'da

bulunan KKM, günümüzde “Seungchul JEON” tarafından yönetilmektedir. Kore Kültür Merkezinin müdürü olarak görev yapmakta olan Jeon, kültürel iletişime önem vermekte ve iletişimin güçlenmesine ilişkin karşılıklı anlayışa dikkat çekmektedir (KKM, t.y.).

KKM; Türkiye’de Kore kültürünün tanıtmak ve yaygınlaştırmak amacıyla, yerel yönetimler, sanat ve kültür kuruluşları, Türkiye’de faaliyet gösteren Kore firmaları, Türkiye’de bulunan çeşitli yardım kuruluşları, Türkiye Gaziler Derneği gibi organizasyonlarla iş birliği yapmaktadır (KKM, t.y.).

KKM’lerin genel olarak mekânsal tasarımı ele alındığında, Kore kültürünü tanıtmak ve denizaşırı ülkelerde kültürel alışverişi teşvik edebilecek unsurların ön plana çıktığı söylenebilmektedir (Ham & Jay & Lee, 2011, s.10). Tüm dünyada standart bir biçimde kurgulanmaya çalışılan Kore Kültür Merkezleri, mekânsal işlevleri bakımından beş alana ayrılmaktadır.

Tablo 3.7 Kore Kültür Merkezlerinin mekânsal işlevleri

Tesis Bilgileri	İşlevleri
Sergi Alanı	<ul style="list-style-type: none">• Geleneksel el sanatlarının sunulması,• Geleneksel ve modern kültürlerin tanıtılması.
Performans Alanı	<ul style="list-style-type: none">• Çok amaçlı salonların olması (Sahne, film gösterimi gibi).
Ders Alanı	<ul style="list-style-type: none">• Seminer odaları ve çeşitli kültürel sınıflar sunması,• Kore dili, Tekvando, Kore yemeği vb. gibi kültürel öğelerin tanıtılması.
Bilgi Alanı	<ul style="list-style-type: none">• Kütüphane ve okuma salonlarının bulunması,• Kültürel tanıtım alanlarının olması.
Çalışma Alanı	<ul style="list-style-type: none">• İdari işler,• Müdürün ofisi,• Personel odası.

Kaynak: (Ham & Jay & Lee, 2011, s.14)

Tesisin bodrum katında tekvando salonu yer almaktadır. Aynı anda 29 kişiye hizmet verecek kapasitededir. Spor dışında dans etkinlikleri için de kullanıma uygundur. Ankara’da bulunan KKM tesisinin giriş katında, misafirleri karşılayacak bir resepsiyon ve güzel sanatlar sergi alanı, kafeterya ve arka bahçe bulunmaktadır. Misafirler resepsiyon kısmında çeşitli kurs ve etkinliklere başvuru yapabilmekte ve tesisten

faydalanmak için üyelik oluşturabilmektedir. Kafeteryanın dış kısmında bulunan arka bahçede daha büyük organizasyonlar gerçekleştirilmektedir. Tesisin birinci katında kütüphane ve okuma salonu bulunmaktadır. Ayrıca çocuklara özel olarak dizayn edilmiş, çocuk kütüphanesi de yer almaktadır. Tesisin ikinci katında sınıflar ve eğitim danışmanlığı ofisi yer almaktadır. Üyeler eğitimlerden ücretsiz olarak faydalanmakta ve Güney Kore'deki eğitim programları hakkında danışmanlık alabilmektedirler. Tesisin üçüncü katında küçük grup toplantılarının yapılabildiği, ayrıca aylık olarak film etkinliklerinin gerçekleştirildiği seminer salonları ve K-Pop odası yer almaktadır. Tesisin beşinci katında Kore geleneksel evleri gibi dizayn edilen Sarangbang ve özel toplantılar için VIP oda bulunmaktadır (KKM, t.y).

KKM'nin tesis içi dizaynı kadar konumu da oldukça önemlidir. Dünyadaki KKM'lere bakılarak tesislerin, bir üniversiteye, sanat galerisine veyahut kültürel bir cadde üzerinde konumlandığı görülmektedir. Böylelikle KKM'lerin öğrencilerin ve gençlerin uğrak bir mekânı haline geleceği düşünülmektedir (Ham & Jay & Lee, 2011, s.13). Keza Ankara'da kurulan KKM'nin de konum olarak oldukça erişilebilir olduğunu ifade etmek gerekir.

KKM'de tesis içerisindeki çeşitli alanlarda dönemsel olarak kurs, etkinlik ve yarışmalar düzenlenmektedir. Kimchi Festivali⁵, K-Pop Festivali ve Korece konuşma ve okuma yarışmaları bunlara örnek olarak verilebilir (İmre, 2023, s.37). KKM bünyesinde Kore yemeği, Korece ve tekvando kursları verilmektedir. Bunlara ilaveten kaligrafi, K-Pop, geleneksel Kore çalgıları ve müzikleri ile ilgili eğitimler de bulunmaktadır (KKM, t.y).

Türkiye'de son yıllarda gençler başta olmak üzere, Kore'ye ve Kore kültürüne olan ilginin giderek arttığı görülmektedir. Bu ilginin temelinde her ne kadar K-Drama ve K-Pop'un popülerliği öne çıksa da KKM'lerin sunduğu fırsatları ve bu fırsatların herkes için ulaşılabilir olduğunu göz önünde bulundurmak gerekir (Yoohoe, 2017).

⁵ Kimchi, Kore'ye özgü doğal fermente bir turşu türüdür. Bu festival çerçevesinde, Kore geleneğini yaşatmak için, bir grup insan yardımlaşarak kimchi yapmaktadır.

4. YÖNTEM

4.1. Araştırma Problemi

Kültürel diplomasi, kamu diplomasisi içerisinde yaygın olarak görülen bir pratiğe işaret etmektedir. Temel olarak bu pratiğin amacı etkileşim içinde bulunan ülkelerin vatandaşları üzerinde olumlu bir izlenim oluşturmaktır. Ülkelerarası iletişim ve iş birliğinin güçlendirilmesine dayanan önemli bir araçtır. Bu nedenle dünya genelinde birçok ülke diğer ülkelerdeki tanınırlığını artırmak ve dolayısıyla bu ülkelerle güvene dayalı daha nitelikli ilişkiler kurmak amacıyla bu araca başvurmaktadır. Güney Kore'nin bu amaç doğrultusunda Kore Dalgası (Hallyu), kültürel bir fenomen olarak önemli bir role sahiptir. Kore Dalgası ulusal imaj yaratım sürecinde dil ve kültür, yemek ve diplomasi anlamında pek çok niteliksel etkiye sahiptir. Kore'ye özgü kültürel fenomenleri aktaran bir köprü görevi görür. Kültürel diplomasi yoluyla birçok ülkede Kore Kültür Merkezleri kurarak ikili ilişkilerin gelişmesine katkı sağlar (Keskin, 2022). Kore Kültür Merkezleri her yıl devlet bütçesi ile düzenli olarak organizasyonlar planlamaktadır. Bu merkezlerde genel olarak Kore kültürüne olan ilgiyi arttırmayı amaçlayan etkinlikler düzenlenmektedir (Suh Young Gu, 2019). Kore Kültür Merkezleri, Güney Kore'nin diğer ülkeler ile yakın ilişkilerini güçlendirme çabası gösteren bir mekanizma görevi görmektedir. Kültürel diplomasi yoluyla sert güç öğelerini kullanmadan kendi ülkelerine ve kültürlerine hayranlık uyandırma yoluyla faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Bu sürecin temsilleri olan; kurslar, etkinlikler, sergiler, film festivalleri, K-Pop konserleri hazırlanarak yerel ilginin katılımı arttırılmaktadır. Düzenlenen organizasyonlar yoluyla Kore kültürünü tek taraflı olarak tanıtmaya yönelik yaklaşımdan da uzaklaşıldığı görülmektedir. Bu organizasyon faaliyetleri ile iki ülke arasında iş birliği pekişirken karşılıklı anlayışa dayalı olarak gelişen bir kültürel alışveriş söz konusudur (Lee, 2017).

Türkiye'de 2011 yılında Ankara'da faaliyete başlayan merkez, Kore kültürüne ilgiyi arttırmayı amaçlayan bir çekim merkezi yaratma hedefini gerçekleştirmektedir (Yoohoe, 2017). Bu kapsamda merkez, Kore kültürüne dair bilinç oluşturarak Türkler ve Korelilerin ortaklaşa çalıştıkları projeler üretmektedir. Bu noktada birçok yerde kurulmuş her bir merkez, bölgesel farklılaşmaya dayalı programların geliştirilmesine katkı sağlamaktadır (Eunhee Ham, 2011).

Yüksek lisans tezi kapsamında yürütülen bu araştırmanın konusu da Güney Kore'nin Türkiye'deki kültürel diplomasi faaliyetleri içerisinde önemli bir yeri olan KKM'nin etkinliğinin analiz edilmesidir. KKM'nin üyeler üzerindeki etkilerini tespit edip çözümleyebilmek için üyelerin Kore kültürüne olan ilgilerinin nasıl başladığı, KKM'yi ilk olarak nereden duydukları, ilk ziyaretlerini ne zaman gerçekleştirdikleri ve merkezde neler deneyimledikleri, bu deneyimlerin profesyonel hayatlarında ne gibi etkileri olduğu, Güney Kore'de bulunup bulunmadıkları, Güney Kore'de bulundular ise merkezin orada bulunmalarındaki etkileri, merkezin faaliyetlerine dâhil olmadan önceki Kore kültürü algıları ile dâhil olduktan sonraki Kore kültürü algıları arasındaki farklılıklar öğrenilmeye/anlamlandırılmaya çalışılmıştır.

4.2. Araştırmanın Temel Amacı

Bu araştırmanın amacı, Güney Kore'nin Türkiye'deki önemli bir kültürel diplomasi mekanizması olan KKM'nin faaliyetlerinin incelenmesi ve bu faaliyetlerin katılımcılar üzerindeki etki düzeyini analiz etmektir.

4.3. Araştırmanın Önemi

Son yıllarda birçok ülke diplomasi alanında aktif bir rol oynamak için kamu diplomasisine bir alternatif olarak kültürel diplomasiyi güçlendirmektedir. Mevcut kültürel diplomasi stratejilerini aktif olarak kullanarak ulusal çıkarları en üst düzeye çıkarmaya odaklanmaktadır. Bu anlamda yumuşak güce dayalı kültürel diplomasi; bir ülkenin diğer ülkelerin kültürlerini ve yerel halklarını tanımalarının yanı sıra, diğer ülkelerdeki ihtiyaç ve talepleri anlayarak daha olumlu tutum ve görüşleri yaygınlaştırmasının ve en genelinde küresel olarak olumlu bir imaj inşa etmesinin etkin bir yoludur.

Dünya üzerinde pek çok ülkede, Kore popüler kültürüne yoğun bir ilgi duyulduğu görülmektedir. 1990'lı yılların sonuna doğru Asya'da başlayan ve sonrasında tüm dünyaya yayılan Kore Dalgası, K-Drama, K-Pop gibi popüler fenomenlerin yanı sıra geleneksel kültürel ürünleri barındıran sanatı, müziği, kıyafetleri ve Kore'nin geleneksel mutfak kültürünü de kapsayacak şekilde genişlemiştir. Bu kapsamda kültürel diplomasi yoluyla kültürel etkileşimi artırmak ve devamlılığını sağlamak açısından devlet desteğiyle pek çok ülkede Kore Kültür Merkezleri açılmıştır. Bu merkezler, genel olarak bulunduğu ülkenin başkentinde veya anakentlerinde faaliyet göstermektedir. KKM,

Türkiye’de Kore kültürünü tanıtmak amacıyla, 2011’de Ankara’da kurulmuştur. Kore kültürünü yaygınlaştırmanın diğer bir yolu ev sahipliği yapan ülkeler ile iyi bir diplomatik ilişki kurmaktır. Bu anlamda Türkiye ve Kore’nin diplomatik ilişkiler bakımından geçmişten günümüze kadar devamlı olarak etkileşim hâlinde olduğu görülmektedir.

4.4. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Bu araştırmada Türkiye’de faaliyet yürüten KKM’nin, Türklerin Kore kültürüne olan ilgisini artırma konusunda oldukça işlevsel bir mekanizma olduğu varsayılmaktadır. Bu varsayımın geçerliliğini sorgulamak amacıyla literatür taraması tekniğinden yararlanılarak yazılı ve elektronik ortamdaki Türkçe, İngilizce ve Korece kaynaklar, internet siteleri, uluslararası kuruluşların raporları ve Güney Kore Dışişleri Bakanlığı, Kore Kültür ve Bilgi Servisi (KOCIS), Kore Kültür Merkezlerinin veri tabanları taranarak veriler toplanmıştır. Buna ilaveten alan araştırması kapsamında yarı-yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen veriler aracılığıyla, araştırma varsayımının daha derinlemesine sorgulanması hedeflenmiştir. Görüşmelerde katılımcıların verdiği cevaplar fenomenolojik çözümlenmeye tabi tutulmuştur.

Araştırma sırasında yarı-yapılandırılmış görüşme yapılan katılımcılar, KKM’ye en az iki yıl önce kaydolmuş, etkinliklere ve kurslara katılmış olanlar arasından seçilmiştir. Güney Kore’nin kültürel diplomasisini pek çok ülkeye aktarma yolunda etkili bir mekanizma görevi gören KKM örneği, araştırma kapsamında Türkiye’deki Ankara şehrinde bulunan KKM ile sınırlandırılmıştır. Yarı-yapılandırılmış görüşme esnasında 9 katılımcının bulunduğu en uzun görüşme 30 dakika 25 saniye, en kısa görüşme ise 8 dakika 11 saniye sürmüştür. Bu zaman kısıtı da araştırmanın sınırlılıklarından bir diğerini oluşturmaktadır.

4.5. Tanımlar

Araştırmanın bu bölümünde sıkça kullanılan kavram ve ifadelere yönelik tanımlamalar aşağıda kısaca açıklanmaktadır

Kültür: Bir toplumun gerçekliğinin kurulu olduğu veya korunmakta olduğu tüm pratikleri içermektedir. Stuart Hall’e göre kültür bir toplumun veya sınıfın kendi varoluş koşullarını deneyimleme ve anlamlandırma imkânı sunan pratik ideolojilerdir (Eagleton, 2016, s. 49). Kısaca kültür, bir toplumun yaşam tarzını ifade eden örf adet, inanç ve değerlerini içeren bir pratiktir (Eagleton, 2016, s. 50).

Kültürel Diplomasi: Kamu diplomasisinin bir alt dalı olarak *kültürel diplomasi*; ülkeler arasında karşılıklı anlayışı ve iş birliğini geliştirebilmek için, gelenek ve görenekler gibi kültüre ait unsurlardan yararlanılarak tesis edilen bir eylem olarak tanımlanmaktadır (İmre, 2022).

Kore Dalgası (Hallyu): Hallyu, Güney Kore'ye özgü kültürel öğelerin ekonomik kalkınma sürecine katkı sağlaması ve olumlu bir küresel imaj yaratması amacıyla gündeme getirilmiştir. Hallyu olgusu, Güney Kore'ye ait kültürel ve sanatsal ürünlerin diğer ülkelerde yaygınlaşmasına işaret etmektedir. Bu dalga, 1990'lı yıllarda Çin'de yayınlanan bir televizyon draması ile ilk etkisini hissettirmiştir. Asya'da başlayan bu akım günümüzde tüm dünyaya yayılan küresel bir dalga hâline gelmiştir. Kore'nin kültür endüstrisinin bir ürünü olarak üretilen Kore Dalgası, farklı kültürlerin birbirleriyle olan etkileşimini sağlayan bir köprü görevi görmektedir. Bu dalga, üretimi ve tüketimi hızlı, aynı zamanda kendini sürekli yenileyen bir özelliğe sahiptir (Asa, 2021).

4.6. Araştırmanın Deseni

Alan araştırması sırasında nitel araştırma tekniklerinden biri olan yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu nitel araştırmada, olgu bilim (fenomenoloji) deseni takip edilmiştir. Fenomenoloji deseni, bireylerin duygu ve deneyimlerini içermektedir. Bu desen, bireylerin tecrübe ettikleri durumu nasıl algıladıkları, nasıl değerlendirdikleri ve başka bireylere ne şekilde aktardıkları ile ilgilidir (Erdoğan, Uyan- Semerci, 2021). Bu araştırmada KKM faaliyetlerine katılan kişilerin, Güney Kore kültürüne yönelik algı ve tutumlarında bu merkezle etkileşim öncesi ve sonrası arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı analiz edilmektedir.

4.7. Örneklem

Araştırmanın örneklemini olasılıklı olmayan örneklem yöntemlerinden “amaçlı örneklem” oluşturmaktadır. Amaçlı örneklem hazırlanırken araştırma sorusuna uygun olacağı düşünülen mekân özellikle seçilmektedir. Araştırmanın katılımcıları da araştırma sorularına uygun kişiler arasından seçilerek, bu katılımcıların araştırmaya dâhil edilmesi amaçlanmıştır (bkz. Erdoğan, Uyan-Semerci, 2021).

Güney Kore kültürel diplomasisinin bir aracı olarak kurulmuş olan Ankara'daki KKM ve üyeleri araştırmanın örneklemini temsil etmektedir. Kore'nin ulusal imaj yaratma sürecinde KKM'nin rolünü tespit etmek amacıyla, bu merkezin üyeleri ile yarı-

yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler için belirlenen örneklem sayısı, KKM'ye en az iki yıl ve üzerinde bir zamandır üye olan 6'sı kadın 3'ü erkek olmak üzere 9 kişidir.

4.8. Veri Toplama Tekniği ve Araçları

Ankara KKM'ye en az iki yıl ve üzeri üyeliği bulunan katılımcılar ile KVKK çerçevesinde, üyelerin açık rızası alınarak ses kaydı alınmış, yazılı görüşme formları verilmiş ve yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Kore kültürüne ilgi duyan 18-29 yaş aralığında olan katılımcılara çeşitli sorular sorularak çalışma amacına uygun görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Aşağıdaki sorulara verilecek cevaplara ilaveten katılımcıların bu konuyla ilgili ifade etmek istedikleri başka hususlar da kayıt altına alınmıştır. Bütün görüşme ses kayıtları deşifre edilerek yazılı metin hâline getirilmiştir. Katılımcılara araştırmanın amacına uygun olarak aşağıda belirtilen sorular yöneltilmiştir:

- 1- Güney Kore kültürüne olan ilginiz nasıl/ ne zaman başladı?
- 2- Kore Kültür Merkezini ilk olarak nereden duydunuz?
- 3- Kore Kültür Merkezine ilk ziyaretiniz ne zaman oldu? İlk deneyiminizi anlatır mısınız? Size garip gelen şeyler veya hoşunuza giden şeyler oldu?
- 4- Bir sonraki ziyaretiniz ne zaman oldu, ne deneyimlediniz?
- 5- Kore Kültür Merkezinde Kore kültürüne dair neler deneyimlediniz?
- 6- Kore Kültür Merkezinde hangi kurslara katıldınız? Nasıl deneyimler yaşadınız?
- 7- Katıldığınız kurs/seminer veya etkinlikler size nasıl bir katkı sağladı?
- 8- Kore Kültür Merkezinden önceki siz ile sonraki siz arasında ne fark var? KKM size ne kattı, ne değiştirdi?
- 9- Kore Kültür Merkezinin profesyonel hayatınızda (eğitim, öğretim, kariyer) ne gibi etkileri oldu?
- 10- Kore'de bulundunuz mu? Ne amaçla gittiniz? Kore'de bulunmak hayatınızda ne değiştirdi? Size nasıl katkıları oldu? Kore'ye gitmenizde Kore Kültür Merkezinin etkileri nedir?
- 11- Kore Kültür Merkezinin sizi rahatsız eden bir yönü var mı, varsa nedir? Sizi hangi konuda rahatsız etti, neden?
- 12- Kore kültürü, Türkiye'de yaşarken hayatınızı nasıl etkiliyor? Türkiye'de Kore kültürüne ilgi duyarak yaşamak zor mu, neden?

- 13- Kore’de yaşamak/ Kore’ye gitmek gibi bir hayaliniz var mı? Gerçekleştirmek için neler yapıyorsunuz? KKM bu konuda (vize) nasıl bir katkı yapıyor?
- 14- Kore Kùltür Merkezini bulmadan evvel Kore kùltürü algınızla KKM’ye gidip geldikten sonraki Kore kùltürü algınız farklı mı, varsa ne tür farklar var?

4.9. Araştırma Verilerinin Analizi

Yarı-yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen veriler aracılığıyla araştırma varsayımının daha derinlemesine sorgulanması hedeflenmiştir. Görüşmelerde katılımcıların verdiği cevaplar fenomenolojik çözümlenmeye tabi tutulmuştur. Görüşme sonucu elde edilen görüşme metinleri, temalar belirlenerek kategorileştirilmiştir. Kategorileřtirme süreci sonrasında katılımcıların KKM faaliyetleri aracılığıyla sahip oldukları deneyimlerin genel bir çerçevesi çizilerek, her bir katılımcı deneyimi özelinde spesifik olarak anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Nihayetinde katılımcıların Güney Kore kùltürüne ilişkin tutum ve algılarında KKM ile etkileşimleri öncesi ve sonrası arasında farklılık olup olmadığı analiz edilmiştir.

5. ALAN ARAŞTIRMASINDA BULGULAR VE YORUM

Araştırmanın bu bölümünde nitel araştırma yöntemlerinden derlenen bulgulara yer verilmektedir. Olasılıklı olmayan örneklem türlerinden amaçlı yöntem kullanılmıştır. Bu yöntemle göre yarı-yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen bulgular çözümlenmiştir. Bulgulardaki kodlar, yarı yapılandırılmış görüşme sonrası oluşturulmuştur, araştırma sırasında herhangi bir kod oluşturulmamıştır. Ayrıca katılımcıların demografik bilgileri ile yarı yapılandırılmış görüşmeden elde edilen veriler ile anlamlı bir farklılık olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Katılımcılara Güney Kore kültürüne olan ilgilerinin hangi yaş aralığında ve nasıl başladığı sorularak (1.Soru), kültürel diplomasinin yayılma hızı ve etki gücü tespit edilmek istenmiştir. Katılımcıların Kore Kültür Merkezi ile yollarının nasıl kesiştiğini anlamak için (2. Soru) kültür merkezini ilk olarak nereden duydukları sorulmuştur. Kültürel diplomasinin bir aracı olarak Kore kültürünün Türkiye’de tanıtımına yönelik olarak kurulan, Ankara Kore Kültür Merkezi üyelerinin Kore kültürüne dair deneyimlerini öğrenmek (3. Soru) ve üyelerin merkezi tekrar ziyaret etme isteklerinde Kore Dalgası’nın çekici yönünün etkili olup-olmadığını tespiti için (4. Soru) sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların kültür merkezini ziyaret etme sebebi olarak KKM’nin işlevsel yönünü anlamak (5. Soru), Kore Dalgası’nın temsili örneklerinden olan K-Pop, K-Drama, Kore dili, yemek, turizm, moda gibi Kore’ye dair tanıtıcı kültürel ürünlerin, katılımcıların merkezde düzenlenen kurslara gitme eğilimini çözümlenmek (6. Soru), katılımcıların katıldıkları kurs, seminer veya etkinliklerin ne tür bir katkısı olduğunu anlayabilmek (7. Soru), Kore Kültür Merkezine gitmenin üyelerin kişisel gelişim sürecinde katkı sağlayıp sağlamadığını öğrenmek (8. Soru) amacıyla sorular sorulmuştur. Kültür merkezinin katılımcıların profesyonel hayatına etkilerinin tespitini yapabilmek (9. Soru), kültür merkezinin katılımcıların Kore’de bulunma istekleri üzerindeki etkilerini anlamak (10. Soru), katılımcıların kültür merkezi ile ilgili rahatsızlık duydukları bir durum yaşanıp yaşanmadığını bilmek (11. Soru), Türkiye’de Kore kültürüne ilgi duyarak yaşamının zor olup olmadığı çözümlenebilmek (12. Soru), katılımcıların Kore’de bulunma hayalleri üzerinden yola çıkarak KKM’nin bu konu hakkında bir destek olup olmayacağını anlamak (13. Soru), merkeze gitmeden önceki Kore algıları ile gittikten sonraki Kore algıları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit edebilmek için (14. Soru) katılımcılara toplamda 14 soru yöneltilmiştir.

Tablo 5.1 Araştırma sorularına göre elde edilen kod sayıları

SORULAR	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	Toplam
K1	3	1	7	2	6	3	10	7	5	0	2	1	3	3	53
K2	3	3	4	1	5	3	10	5	4	2	2	2	2	3	49
K3	3	1	3	2	3	4	3	6	5	1	2	1	4	4	42
K4	2	1	6	3	6	10	6	4	5	0	1	2	6	8	60
K5	4	1	2	4	7	5	8	2	4	0	3	2	4	3	49
K6	3	1	6	3	7	2	4	7	4	6	2	2	3	6	56
K7	1	1	4	2	4	1	3	9	6	0	2	3	3	6	45
K8	2	1	4	3	5	5	3	4	4	0	4	2	5	5	47
K9	3	2	2	4	5	2	5	8	5	0	4	1	3	5	49
Toplam	24	12	38	24	48	35	52	52	42	9	22	16	33	43	450

Araştırmada katılımcılardan alınan cevaplar neticesinde toplamda 450 adet kod belirlenmiştir. Tablo da görüldüğü üzere en çok kod sayısı tespit edilen katılımcı genel toplamda 60 adet kod sayısı ile K4 iken 42 kod sayısı ile en az kod bulgularan katılımcı K3 olmuştur. Araştırma soruları incelendiğinde 52 kod ile 7. ve 8. Soru için en yüksek kod sayısı elde edilirken, toplamda 9 kod ile en düşük kod sayısına 10. Soruda ulaşılmıştır.

Alan araştırması yaparken elde edilen bulguları doğru bir şekilde çözümleyebilmek açısından katılımcılara ait demografik bilgileri değerlendirmek ayrı bir önem taşımaktadır. Yarı-yapılandırılmış görüşmeye katılan katılımcılara ait bilgiler görüşme formu içeriğinde bulunmamaktadır. Görüşme sırasında katılımcılara sorulan sorular eşliğinde demografik bilgiler elde edilmiştir. Bu bilgiler Güney Kore'nin kültürel diplomasi faaliyetlerinden etkilenen ve araştırmanın örneklemini oluşturan Kore Kültür Merkezi üyelerinden oluşan gençler ile ilgili çözümlenmeler yaparken faydalı veriler oluşturmuştur.

29677 sayılı 7.04.2016 tarihli 6698 KVKK 1.md gereği, kişilerin özel hayatları görüşmeye dahil edilmemiştir. 3.md gereği açık rıza beyanına dayalı olarak 8.md gereği araştırmada kullanılmak amacıyla izinler alınmıştır. Araştırmada katılımcılar kodlama yöntemiyle K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9 olarak kodlanmıştır. Görüşme esnasında katılımcılardan sağlanan veriler doğrultusunda belirlenen alt temalar alıntılarla desteklenmiştir. Görüşme formu ise araştırmanın çözümlenmesi amacıyla ekler kısmına eklenmiştir.

Tablo 5.2 Araştırma katılımcılarına ait demografik veriler

Katılımcılar	Yaş	Cinsiyet	Eğitim	KKM'ye Üyelik Süreleri
K1	Kadın	26	Yüksek Lisans	9 yıl
K2	Kadın	18	Lise	6 yıl
K3	Kadın	24	Lisans	8 yıl
K4	Kadın	25	Lisans	9 yıl
K5	Kadın	25	Lisans	12 yıl
K6	Kadın	28	Yüksek Lisans	10 yıl
K7	Erkek	29	Lisans	12 yıl
K8	Erkek	19	Lise	5 yıl
K9	Erkek	29	Lisans	10 yıl

Ankara KKM'ye en az iki yıl ve üzeri üyeliği bulunan katılımcılar ile KVKK çerçevesinde, üyelerin açık rızası alınarak ses kaydı, yazılı görüşme formları ve yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Kişilerden sağlanan bilgiler araştırmaya eklenerek problemin çözümlemesinde kullanılmıştır. Araştırmayı derinleştirmek açısından katılımcıların yaş ortalaması önem taşımaktadır. Tabloda da görüldüğü üzere, 6'sı kadın 3'ü erkek olmak üzere toplamda 9 katılımcı ile görüşme gerçekleştirilmiş ve katılımcıların yaş aralığı 18-29 arası olarak saptanmıştır. Araştırmanın katılımcıları için KKM'ye en az iki yıl üye olması sınırı belirlenmiş olmasına rağmen, katılımcıların tamamının uzun yıllardır kültür merkezini deneyimleme fırsatı elde eden üyeler olduğu görülmektedir. Katılımcılardan en az kültür merkezini deneyimleyen K8 (5 yıl), en uzun merkez deneyimine sahip üyeler ise K5 ve K7 (12 yıl)'dir.

Tablo 5.3 Araştırma verilerine göre elde edilen temalar ve kodlar

Kore Kültürüne İlgili Duymaya Etki Eden Unsurlar Teması	Kore Kültürünü Tanımanın Sunduğu Faydalar Teması	Kore Kültürünü Tanımanın ve Kore Kültür Merkezinin Olumsuz Yönleri Teması
Yakın Çevre Etkisi	Network Oluşturma	Yadırganma
Dil Öğrenme Kolaylığı	Kariyer Fırsatları	Dışlanma-Çevre Baskısı
Eğitim Süreci	Kişisel Gelişim	Katı/Yüksek Disiplinli Yaklaşım
Müzik (K-pop)	Özgüven	Torpil
Bireysel İlgisi	Sosyalleşme	Yetersiz Faaliyetler
Ücretsiz İkramlar	İlgisi Çekme	Sınırlı Hizmet
Ücretsiz ve Ulaşılabilir Eğitimler	Kültürel Etkileşim	Zayıf İletişim
Kütüphane	Müzik Kursu	Pandemi Sonrası Adaptasyon Sorunu
Dizi/Film	Kore Yemekleri Kursu	Katılımcıların Rahatsız Edici Davranışları
Ülkelerarası Siyasi İlişkiler	Sanat/Kaligrafi	
İnternet	Spor/Teakwando	
Geleneksel Kıyafetler	Gezi	
Etkili İletişim	Dans	
Kore Mutfağının Etkisi	Yarışma ve Etkinlikler	
Kore Kültür Merkezinin Tasarımı	Kültür Hakkında Bilgi Edinme	
	TOPIK Kursu	
	Korece Öğrenme Kursu	
	K-Pop Akademi	

Araştırma verileri analiz edildiğinde katılımcıların her bir soruya verdiği cevaplar ile toplamda 3 adet tema ortaya çıkmaktadır. Tablo 3’te yer alan temalar; Kore kültürüne ilgi duymaya etki eden unsurlar teması, Kore kültürünü tanımanın ve Kore Kültür Merkezinin sunduğu faydalar teması, Kore kültürünü tanımanın ve Kore Kültür Merkezinin olumsuz yönleri teması. Belirlenen temalar kendi içinde farklı kodlar oluşturmaktadır. Temalardan elde edilen toplam 42 adet kod yer almaktadır. Bu kodlar araştırmaya derinlik katarken aynı zamanda araştırmanın geçerliliğini desteklemektedir.

5.1. Temalarının Tartışılması

5.1.1. Kore kültürüne ilgi duymaya etki eden unsurlar teması

Yarı-yapılandırılmış görüşme sırasında katılımcılardan elde edilen yanıtlar ile araştırmanın kodları şekillendirilmiştir. Deşifre edilen kodların birbiri ile anlamlı uyumu

sonucu çeşitli temalar ortaya çıkarılmıştır. Yakın çevre etkisi, dil öğrenme kolaylığı, eğitim süreci, müzik (K-pop), bireysel ilgi, ücretsiz ikramlar, ücretsiz ve ulaşılabilir eğitimler, kütüphane, dizi/film, ülkelerarası siyasi ilişkiler, internet, geleneksel kıyafetler, etkili iletişim, Kore mutfağının etkisi, Kore Kültür Merkezinin tasarımı gibi kodların bir araya gelmesiyle deşifre edilen tema Kore kültürüne ilgi duymaya etki eden unsurlar temasıdır. Bu temada Güney Kore'nin kültürel diplomasi araçlarından olan Kore Kültür Merkezi'ne gitme isteği uyandıran durumlar ele alınmıştır. Katılımcıların Kore kültürü ile nasıl bir kültürel yakınlık duyduğu çözümlenmiştir. Bu yaklaşıma göre farklı uluslardan kişilerin de tercih etmek isteyeceği potansiyele uygun medya tarafından üretilen ürünleri tasvir etmek için kültürel yakınlık kavramı önem taşımaktadır. Günümüzde Hallyu'nun giderek artan popülaritesi de kişilerin Kore kültürü ile bağ kurmasındaki etkenlerden biridir. Hallyu ve diğer kültürel ürünlerin yerel ilgi için çekici bulunmasının bir diğer sebebi duygusal olarak yakınlık hissedilmesindedir (Keskin, 2022).

Araştırma kapsamında söz konusu olan Kore kültürüne ilgi duymaya etki eden unsurlar incelendiğinde Kore Kültür Merkezi ile tanışmada öne çıkan etkenler arasında eğitim süreci, Kore dilini öğrenme kolaylığı, Kore mutfağı etkisi ve yakın çevre etkisi olduğu görülmektedir. Gerçekleştirilen yarı-yapılandırılmış görüşme verilerindeki Kore kültürüne ilgi duymaya etki eden unsurlar teması başlığı altında geçen kod sıklıkları dikkate alınarak katılımcıların şu ifadelerine yer verilmiştir; K2 *“Korece dilini hâlâ gündelik hayatımda kullanıyor olmam, Rotary Gençlik Değişim Programı ile on aylık Güney Kore'ye değişime gitme hakkı kazanmamda büyük bir rol oynadı. Birçok Koreli arkadaş edindiğim gibi, bu kişilerin birçoğu ile fiziksel kontakta da bulunabilmemde çok önemliydi. K-Pop Akademi deneyimim ise konservatuara hazırlandığım bu süreçte port folyomda önemli referanslar haline geldi.”* diyerek Kore dilini bilmenin eğitim sürecine olan etkisine dikkat çekerken, K5 *“Sınıf arkadaşım bana Kore dizilerinden bahsetti. Bir neslin Kore'ye ilgisini perçinleyen bir dizi olan “Boys Over Flowers” ile Kore'ye olan ilgi ve alakam lise döneminde başlamış oldu. Dizilerden pek çok Korece kelime öğrendim, K-Dramalar ile Kore diline olan merakım da arttı. Hatta diziyi öneren arkadaşıma bana Korece öğretmesini de istedim. Arkadaşım bana bir günde Kore alfabesini öğretti.”* diyerek Kore kültürel içeriklerinden olan K-Drama yolu ile dil öğrenmenin kolaylığına dikkat çekerken, K6, *“Kültür merkezine bir sonraki ziyaretim Kore yemekleri etkinliğine katılmak için oldu. Etkinlik inanılmaz rağbet gördüğü için çok kalabalıktı ve merkezin*

dışında uzun bir kuyruk oluşmuştu. Saatlerce sıra bekledim, benimle birlikte uzun kuyrukta sıra bekleyen pek çok insan vardı. Onların Kore yemeğini çok sevdiğini ya da denemek için çok heyecanlı ve istekli olduğunu gözlemledim. Aynı duygu ve amacı paylaştığınız insanlarla bir araya gelmek ilginçti. Uzun süre beklememe değen bir lezzet deneyimi yaşamıştım.” diyerek Kore mutfağının Kore kültürünü tanımaya olan etkisine dikkat çekerken, K9 “Güney Kore’ye olan ilgim, 2015 yılında üniversite öğrencisiyken yakın arkadaşım sayesinde başladı.” diyerek Kore kültürüne ilgi duymasında sebep olan yakın çevre etkisine dikkat çekmiştir. Ankara Kore Kültür Merkezi üyelerinin Kore kültürüne olan ilgileri, çoğunlukla ortaöğretim yıllarında başladığı görülmektedir. Dönemin şartları değerlendirildiğinde Kore kültürü ile temasta bulunabilecekleri biricik bir mekân olan Kore Kültür Merkezi’nin geçmiş yıllarda sosyal medya hesaplarında, günümüzdeki kadar aktif bilgi paylaşımının yapılmıyor oluşu ve ülkemizde Kore kültürel ürünlerinin henüz bilinirlik kazanmaya başlaması da o yıllarda yakın çevre etkisinin daha aktif bir rol oynamasında etkili olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Bir diğer etken olarak Güney Kore hükümetinin, gelişmiş ülkelere oranla kamu diplomasisine daha geç başlamış olması da etkendir. 2010 yılının kamu diplomasisinin ilk yılı olduğuna işaret edilmesiyle birlikte, ekonomik büyümeyi destekleyici ulusal kalkınma modelini devreye sokulmuştur. Bu kalkınma modeli kapsamında kültürel zenginliği ön plana çıkaracak, Hallyu da dâhil olmak üzere barışçıl bir ülke imajı yaymak istenmektedir (Baek,2017). Kore kültürel ürünlerine ilişkin farkındalık arttıkça kültürel çeşitliğin diğer ilgi alanlarına dair anlayışlarının da arttığı söylenebilmektedir.

Kore kültürüne ilgi duymaya etki eden unsurlar teması incelendiğinde yakın çevre etkisi, müzik (K-Pop), bireysel ilgi, ücretsiz ikramlar, ücretsiz ve ulaşılabilir eğitimler, kütüphane, dizi/film, ülkelerarası siyasi ilişkiler, internet, geleneksel kıyafetler, etkili iletişim, Kore mutfağının etkisi, Kore Kültür Merkezinin tasarımı gibi kodlar yer alsa da öne çıkan ve temayı etkileyen en önemli kodların dil öğrenme kolaylığı ve eğitim süreci olduğu tespit edilmiştir. Kore dilini öğrenmenin sunduğu avantajlar arasında yeni bir network ağı kurma, kariyer planlama ve dil bilmenin kişisel gelişim sürecine katkıları göz önünde bulundurulduğunda, Kore kültürünü tanımanın sunduğu faydalar temasında sıklıkla geçen kariyer fırsatları, network ağı oluşturma ve kişisel gelişimin ortaya çıktığı görülmektedir. Böylece her iki tema arasında anlamlı bir ilişki olduğu çıkarımında bulunulabilir.

5.1.2. Kore kültürünü tanımanın sunduğu faydalar teması

Yarı-yapılandırılmış görüşme sonrası belirlenen bir diğer tema Kore kültürünü tanımanın sunduğu faydalar temasıdır. Tema içerisinde bulunan kodlar; network oluşturma, kariyer fırsatları, kişisel gelişim, özgüven, sosyalleşme, ilgi çekme, kültürel etkileşim, müzik kursu, Kore yemekleri kursu, sanat/kaligrafi, spor/teakwando, gezi, dans, yarışma ve etkinlikler, kültür hakkında bilgi edinme, TOPIK (Test of Proficiency in Korean) kursu, Korece öğrenme kursu, K-Pop Akademi kodlarıdır. Bu kodlar Kore Kültür Merkezi'nin kültürel diplomasiyi yaymada etkili bir araç olup olmadığını tespiti için destekleyici kodlardır. Kore kültürünü tanımanın sunduğu faydalar teması ile ilgili katılımcıların ifadeleri şu şekildedir; K9 *“Kore Kültür Merkezi ile tanıştıktan sonra çeşitli hobiler edindim. Bilmediğim konularda fikir sahibi oldum. Yemek yapmayı çok seviyordum. Kore kültürü ile yakınlaşınca çeşitli Kore tatlılarını ve yemeklerini evimde hazırlayıp arkadaşlarıma tattırmaya da başladım. Kişisel gelişimimde ve meslek hayatıma katkılar sağladı. Beni dünyaya açılmaya, yurtdışına seyahat etmeye ve mutfaklarını keşfetmeye teşvik etti.”* diyerek Kültür merkezine gitmenin kişisel gelişimine katkı sağladığından bahsederken K1 *“Kore Kültür Merkezi'nde görevli olarak çalıştığım etkinlikler oldu. Bu sayede Kore kültürünü yakından tanıma imkânı buldum. Kore'nin geleneksel oyun etkinlikleri ve yemek etkinliklerinde bulundum. Koreli insanlarla etkileşimde bulunarak günlük hayatta Korece konuşma hakkına pratik yaptım. Aynı zamanda Kore lezzetleri hakkında bir damak tadım oluşmuş oldu.”* diyerek Kore'nin yerli halkından olan insanlarla birlikte ülkenin kültürüne dair etkileşimde bulunduğu dikkat çekerken, K6 *“Kore Kültür Merkezine Kore kültürüne ve diline ilgi duyan insanlarla tanışmak ve kütüphanesini görmek için gittim. Kafeterya bölümünde ve bahçede kahve içerek sohbet eden, sahnede kendi halinde dans eden pek çok kişi vardı. En çok ilgimi çeken şey, ileri yaş grubundan insanların da çok küçük yaş grubundan gençlerin de bir arada aynı ortamda bulunmasıydı. Sahnede dans edenler kendi halinde eğleniyor ve pratik yapıyorlardı, bazıları ise Kore dili ve kültürü hakkında konuşuyordu, ben de sohbet edenlerdendim. Farklı insanların ortak ilgi alanı sayesinde bir araya gelmesi çok hoşuma gitti.”* diyerek katılımcıların kültürel deneyimler yaşarken sosyalleşme koduna dikkat çekerken, K8 *“Yurtdışında eğitim alabilmek için SAT (Scholastic Aptitude Test) programına hazırlanıyorum. Etkinliklere katılarak sertifika alıyorum. Sejong Dil Akademisi ve Kore Kültür Merkezi'ndeki hocalarım sayesinde kendime bir network*

oluşturabildim.” diyerek Kore Kültür Merkezi’nde ve dil akademisinde edindiği sosyal çevre ile network ağı oluşturmanın önemine vurgu yapmıştır.

Kore dalgası marka ve imaj yaratma misyonuna uygun olarak Kore dizileri ve K-Pop müzik türü kendilerine has dans ve ritimleri ile Asya bölgesinden tüm dünyaya yayılmayı başarmıştır. Merkezin Kore dalgasının temsili örneklerinden olan K-Pop, K-Drama, Kore dili, yemek, turizm, moda gibi Kore’ye dair kültürel ürünleri yaymada etkili bir yöntem izlediği çıkarımında bulunulabilir. Kore Dalgasının niceliksel etkilerinden ziyade niteliksel etkileri bu anlamdan öne çıkmaktadır. Güney Kore’nin ulusal imajı, diplomasisi, dili, yemek kültürü, sanat ve sporuna dair bilgi vermektedir (Jeongmin, 2010). Kore kültürünü tanıtmada en etkili araç olarak K-Pop örnek gösterilmektedir. K-Pop müzik türünün dünyada ve Türkiye’de artan popülerliğinde KKM bir üs görevi görmektedir. KKM katılımcıların profesyonel hayatını doğrudan etkilemese de sunduğu imkânlar bakımından kendini geliştirme fırsatı bulan katılımcılara çeşitli avantajlar sağladığı yorumunda bulunulabilir.

Katılımcılara kişisel gelişim sürecinde, eğitim ve kariyer anlamında olumlu yönde katkılar sunarken Kore’ye gitme isteklerinde de etkili bir rol oynadığı gözlemlenmektedir. KKM’nin sağlamış olduğu imkân ve ayrıcalıklar Güney Kore’nin dış politikasında kültürel diplomasi alanında ne tür bir politika izlediğine dair ipuçları vermektedir. Katılımcıların, Kore kültürünü öğrenirken sosyalleşme, yeni insanlar tanıyarak etkileşimde bulunma fırsatı yakalama, yeni hobiler kazanma gibi pek çok olumlu yönde etkiye sahip olduğu görülmektedir. Kore kültürünü tanımanın sunduğu faydalar temasında öne çıkan kodlar incelendiğinde Kore kültürüne ilgi duymaya etki eden unsurların Kore kültürünün sağladığı katkıları da şekillendirdiği görülmektedir. Kültürü tanıma noktasında eğitim süreci ve dil öğrenme kodu öne çıktığı için kültürün sunduğu katkılar da kişisel gelişim, kültürel etkileşim network ve kariyer fırsatı noktasında öne çıkmaktadır. Bu nedenle Kore kültürüne ilgi duymaya etki eden unsurlar teması ile Kore kültürünü tanımanın sunduğu faydalar teması arasında anlamlı bir neden-sonuç ilişkisi vardır.

5.1.3. Kore kültürünü tanımanın ve Kore Kültür Merkezinin olumsuz yönleri teması

Kore kültürünü tanımanın ve Kore Kültür Merkezinin olumsuz yönleri teması kapsamında yer alan kodlar şu şekildedir; yadırganma, dışlanma-çevre baskısı, katı/yüksek disiplinli yaklaşım, torpil, yetersiz faaliyetler, sınırlı hizmet, zayıf iletişim, pandemi sonrası adaptasyon sorunu, katılımcıların rahatsız edici davranışları. Kore kültürü ile tanıştıklarında katılımcıların yaşadıkları olumsuz durumları destekleyen en belirgin kodlar ise yadırganma, KKM’de sınırlı hizmet, dışlanma-çevre baskısı ve yetersiz faaliyetler kodlarıdır. Buna göre Kore kültürü ile etkileşim halinde olan tesis üyelerinin ifadeleri şu şekildedir; K4 *“Türkiye’de Kore kültürüne ilgi duymak çevre tarafından anlaşılmaz olabiliyor. Özellikle iş hayatında Kore’ye ilgi duyduğum için zorluk yaşadım. İnsanlar neden Kore’ye ilgi duyduğumu, neden başka kültürü değil de Kore’yi sevdiğimi sorguladılar. Kore kültürünü sevdiğim için yakın çevremden olumsuz bir tepki almadım. Ancak hayatım hakkında bir fikir sahibi olmayan insanlar tarafından zaman zaman zorbalığa uğradığımı söyleyebilirim.”* diyerek Kore kültürüne ilgi duyarak Türkiye’de yaşarken çevresindeki tarafından yadırgandığına dair dikkat çekerken K2 *“KKM’nin beni rahatsız eden tek yönü, Covid-19 döneminin ardından imkân ve hizmetlerin daha kısıtlı hale gelmiş olması. Eskiden bulunan kafeterya ve K-Pop/Karaoke odasının şu anda kullanıma kapalı olması olumsuz bir özellik sayılabilir.”* diyerek tesis içindeki sınırlı hizmete dikkat çekerken, K8 *“Türkiye’de Kore kültürüne ilgi duyarak yaşamak zordu çünkü daha küçüktüm. Henüz kişiliğim oturmamıştı ve Kore kültürünü, dansını sevdiğim için çevremdeki insanlar tarafından çeşitli kalıplara sokularak etiketlemeler yapılıyordu. Hatta bu zorba durum beni depresyona kadar sürükledi.”* diyerek dışlanma-çevre baskısı koduna dikkat çekmiştir. Araştırma varsayımının daha derinlemesine sorgulanması amacıyla K8 olarak kodlanan katılımcıya ne tür etiketlendirmeler yapıldığı da soruldu. *“Dans etmeyi sevdiğim için insanlar eşcinsel/gay olduğumu söylüyorlardı. Bazen hakaret boyutunda incitici kelimeler de kullanıyorlardı. Öyle değilim ve bu yakıştırmalardan alınmıyorum. Dışlanıyordum ve çocuk olduğum için itham ettikleri kelimelerin anlamını tam olarak bilmiyordum. Kötü dönemler yaşadım.”* diyerek bireysel olarak toplumdaki dışlandığına ve maruz kaldığı etiketlemelere dikkat çekmektedir. Katılımcılar kültürü tanımaya yönelik bireysel ilgi duymalarına rağmen kültürü tanımak isterken gerçekleştirdikleri faaliyetler sosyal açıdan çeşitli eleştiriler almalarına neden olmuştur. Kore kültürünü tanımanın ve KKM’nin olumsuz yönleri temasında öne çıkan kodlar arasında olan yetersiz faaliyetler koduna örnek olarak K8

“Önceden tesiste daha fazla etkinlik oluyordu. Karaoke odası kapatıldı ve dans pratiği için tekvando salonunu kullanımı durduruldu. Benim açımdan tesiste yapılabilecek faaliyet pek kalmadı.” diyerek tesis içerisindeki yetersiz faaliyetlere dikkat çekmektedir.

Yarı-yapılandırılmış görüşmelerden edinilen bulgular doğrultusunda, KKM'nin teknik kapasite yetersizliklerinin katılımcıların Kore kültürünü deneyimlemelerinde olumsuzluğa yol açtığı tespit edilmiştir. Bazı KKM üyelerinin, Kore kültürüne ilgi duymaları nedeniyle, sosyal dışlanmaya maruz kaldıkları göz önüne alındığında; KKM yönetiminin bu gibi yetersizliklere etkin çözümler geliştirmesi gerektiği düşünülmektedir. Zira bu yetersizlikler, Güney Kore'nin Türkiye'deki kültürel diplomasi faaliyetlerinin verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir.



6. SONUÇ

Güç politikaları, devletlerin amaçlarına ulaşmak için diğerlerini etkisi altına alma kapasitesi olarak ele alındığında küreselleşmenin önemi daha iyi anlaşılmaktadır. Günümüzde yumuşak güç stratejilerinin çoğunlukla sert güç stratejilerinden daha yaygın bir biçimde kullanıldığı görülmektedir. Yumuşak güç, bir devletin başka bir devleti ikna etme ve/veya etkileme yeteneğini ifade eder. Bu bağlamda Güney Kore'nin uyguladığı kültürel diplomasi faaliyetleri diğer ülkeleri etkilemek ve ülke imajını geliştirmek için oldukça önemlidir.

Güney Kore'de, özellikle 1990'lardan itibaren, etkili bir ekonomik kalkınmanın yanı sıra, teknolojik açıdan da çağı yakalamaya yönelik yaratıcılık temelli yeni bir ekonomik oluşuma ihtiyaç duyulmuştur. Bu çerçevede küreselleşmenin sonucunda oluşan yeni toplum düzeninde çağın ruhunu yakalamak için yaratıcı endüstriler oluşturulmuştur. Bir yaratıcı endüstri tecrübesi olan Kore Dalgası'nın Güney Kore'ye uzun vadede önemli ekonomik faydalar sağladığı görülmektedir. Kore kültürel ürünlerinden olan Kore müziği, Kore dizileri, Kore yemekleri, spor ve güzellik ürünleri, ülkenin millî unsurlarını yansıtmaktadır.

Asya'da başlayan Kore popüler kültürünün yaygınlaşması, Avrupa ve ABD olmak üzere tüm dünyada etkisini sürdürmektedir. Kore Dalgası, Güney Kore'yi denizaşırı ülkelere tanıtmada ve ilgili endüstrileri yönlendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Türkiye'nin de bu kültürel dalganın etkisinde olduğunu gözlemlemek mümkündür. Türkiye'de bu etkinin oluşmasının en önemli nedenlerinden biri, elbette iki ülke arasında tarihsel olarak kurulan karşılıklı güven ilişkisidir. Türkiye ve Güney Kore arasındaki güven, Türkiye'nin 1950'de Kore Savaşı'na katılması ile daha da derinleşmiştir. İki ülke arasındaki ilişkilerin zaman içerisinde stratejik ortaklığa dönüştüğü görülmektedir.

Kore popüler kültürünün pazar payındaki artış, Güney Kore'nin kültürel diplomasi faaliyetleriyle yoğun bir ilişki içerisinde. Kore dalgası, sadece K-pop veya K-Drama gibi popüler kültür ürünler aracılığıyla değil, aynı zamanda dünyanın birçok ülkesinde kurulan Kore Kültür Merkezlerinin faaliyetleri ile de yayılmaktadır. Bu merkezler, uluslararası toplumda Kore kültürünün sempati kazanması veya mevcut sempatinin pekiştirilmesinde önemli rol oynayan bir kültürel üs işlevini yerine getirmektedir. Buna ilaveten bu merkezler, Koreliler ve yerel halkın kültürel etkileşimde bulunduğu önemli

mekanlardır. Dolayısıyla Türkler ve Koreliler, Ankara'da 2011'de kurulan KKM aracılığıyla kültürel etkileşimlerini güçlendirme imkânı bulmaktadırlar.

Bu araştırmada yarı-yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla KKM faaliyetlerine katılan kişilerin, Güney Kore kültürüne yönelik algı ve tutumlarında merkezle etkileşim öncesi ve sonrası arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı analiz edilmiştir. Bu çerçevede görüşmeler sonrası edinilen veriler doğrultusunda, *Kore kültürüne ilgi duymaya etki eden unsurlar teması*, *Kore kültürünü tanımanın sunduğu faydalar teması*, *Kore kültürünü tanımanın* ve *Kore Kültür Merkezinin olumsuz yönleri teması* olarak üç önemli tema çözümlenmiştir. Görüşmeye katılan 6 kadın 3 erkek katılımcının verdiği yanıtlar üzerinden, katılımcıların KKM'ye üye olmadan önceki Güney Kore'ye ilişkin ilgi ve meraklarının üye olduktan sonra değiştiği ve Kore Dalga'sının etki alanına girdikleri saptanmıştır. Bu bağlamda Güney Kore'nin Türkiye'deki kültürel diplomasisinin itici gücü olarak faaliyet gösteren Ankara KKM'nin, Kore Dalgası'nın Türkiye'de yayılmasında etkili bir mekanizma işlevi gördüğü kanaatine ulaşılmıştır. Tabii ki burada KKM faaliyetlerinin yanı sıra -ve hatta yayılım alanı olarak ondan çok daha geniş bir kitleye ulaşan- Kore Dalgası'nın önemli unsurlarından biri olan K-Pop ve K-Drama sektörünün, katılımcıların Güney Kore kültürüne olan ilgilerinin artmasında etkili olduğunu ifade etmek gerekir.

Kore kültürüne ilgi duymaya etki eden unsurlar temasında belirgin kodlar; eğitim süreci, dil öğrenme kolaylığı ve yakın çevre etkisidir. Kore kültürüne ilgi duymaya etki eden unsurlar temasında yer alan bu kodlar aynı zamanda Kore kültürel ürünlerine ilişkin farkındalığı arttırdığı gibi kültürel çeşitliğin diğer ilgi alanlarına dair anlayışları da etkilediği gözlemlenmiştir. Kore kültürünü tanımanın sunduğu faydalar temasında belirgin kodlar; kişisel gelişim, kültürel etkileşim ve network oluşturma kodlarıdır. Son olarak Kore kültürünü tanımanın ve KKM'nin olumsuz yönleri temasında belirgin kodlar; yadırganma, dışlanma-çevre baskısı ve yetersiz faaliyetlerdir.

İlk temada yer alan belirgin kodlar, yakın çevre etkisi ile gelişen ve sonrasında dil öğrenme ve eğitim süreci ile devam bir döngüye işaret etmektedir. Kore kültürü ile yakın temasta bulunmak isteyen katılımcılar, bireysel ilgi veya yakın çevrelerinin etkisiyle KKM'de çeşitli kültürel deneyimler yaşamışlardır. Bu deneyimler sonucunda KKM aracılığıyla, kültürel etkileşimde bulunmanın yanı sıra kişisel gelişimlerine katkı sağlayan yeni fırsatlar elde edebilecekleri bir iletişim ağı oluşturma fırsatı edinmişlerdir. Üçüncü temada yer alan belirgin kodlar değerlendirildiğinde, katılımcıların sosyal çevreleri

tarafından baskılanmaları ve dışlanmaları, aynı zamanda tesis içindeki kullanım alanlarının-faaliyetlerin yetersiz hale gelmesinin katılımcıların Kore kültürünü tanımaları açısından olumsuz bir durum oluşturduğu tespit edilmiştir. Türkiye’de toplumun genelinde olumlu olan Güney Kore imajının güçlendirilmesi ve dolayısıyla Kore kültürünün yaygınlaştırılması hususunda önemli bir mekanizma işlevi yürüten KKM’nin, Kore kültürünü tanımayı zorlaştıran olumsuz yönlerini gözden geçirmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu çerçevede KKM tesisindeki teknik yetersizliklerden kaynaklı eksikliklerin giderilmesi, merkez bünyesinde Kore kültürünün deneyimlenmesinin imkanlarını genişletecek ve böylece Güney Kore’nin Türkiye’deki kültürel diplomasi faaliyetlerinin daha etkin ve verimli sonuçlar üretmesine vesile olacaktır.



KAYNAKLAR

- Ae-Jin, H. (2018). A study on the Virtuosity of K-Pop. *Korean Journal of Culture and Arts Education Studies*, 1-19.
- Ah Eun-Kyung. (2006). 무슬림 유엔 참전 군인 본 한국전쟁. *한민족문화연구제*, 288-306. The Korean War as seen by Muslim UN Veteran (Korece)
- Ang & Yang & Şavash& Guan (2015). On the use of convolutional neural networks and augmented CSP features for multi-class motor imagery of EEG signals classification
- Altınar, B. (2014). Birleşmiş Milletler: Amacı, Gelişimi, Etkinliği, Uluslararası Güvenliğe Katkısı ve Geleceği, s.1.
- Asa, S. (2021). *Popüler Kültür, Gençlik ve Hallyu. Güney Kore Kültür Endüstrisinin Türkiye'deki Yansımaları*. Dün Bugün Yarın Yayınları.43.
- Aslan, G. (2017). Yaratıcı Endüstrilerin Yükselişi: Geçmiş, Bugün ve Gelecek, s. 112.
- Avşar Z. & Şahin, M. (2022). Türkiye'nin Yumuşak Güç Enstrümanı Olarak Kültürel Diplomasi ve İletişim. *Kültürel Diplomasi ve İletişim*. Bölüm 5. *2022 Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları*, s.378.
- Aydemir, E. (2018). *Kamu Diplomasisi Ülkeler- Avrupa Birliği- Kurumlar- Uygulamalar*. İstanbul : Kalkedon Yayınları.
- Aydoğan, B. (2011). Rapor: Güç Kavramı ve Kamu Diplomasisi.2020,s. 6-8.
- Bae, K. & Kim C. (2022). 'K-드라마'의 개념화와 장르화 가능성 고, 227-249. ('K-Drama'nın Kavramsallaştırılması ve Türleştirme İmkânı Üzerine Bir Araştırma) (Korece)
- Baek, W. (2017). Kore Kamu Diplomasisi Stratejisi ve Politika Araştırması. *Ulusal Strateji Dergisi*. Cilt 23 Sayı 3, s.7.
- Berridge, G. R. (2015). *Diplomacy: Theory and Practice*. Palgrave Macmillan, s.15.
- Bıçakçı, İ. C. (2016). *Halkla İlişkilerin Kurmaca Dünyası ve Hakikatin Direnişi*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Binark, M. (2019). *Kültürel Diplomasi ve Kore Dalgası " Hallyu", Güney Kore'de Sinema Endüstrisi, K-Dramalar ve K-Pop*. Ankara : Siyasal Kitabevi.
- Bryce, T. (2005). *The Kingdom of the Hittites*. Oxford University Press, s.2.
- Bulut, F. (2019). Küresel Siyasette Kültürel Diplomasi'nin Yeri: Türkiye'nin Durumuna Dair Tespit ve Öneriler, s.3.
- Byung-Kyu Park, H. K.-K. (2022). A Case Analysis on the Policy Directions of Korean Culture PR by Korean Culture and Information Service(KOCIS) using Public MCN. *Reklam PR Silhak Araştırma*, 61-86.
- Chae Heejun, S.-G. K. (2023). 행위자 네트워크 이론을 기반으로 한 케이팝 상품 분석 - 포토카드와 케이팝 팬을 중심으로, 251-272.(K-pop Materyal Kültürünün Aktör Ağı Teorisi Analizi - Fotoğraf Kartları ve Hayranlara Odaklanıyor. *Kore Sanat Araştırmaları*) (Korece)
- Choi, G. C. (2019). 세계화시대 한류와 브라질 한인사, 95-98. (Küreselleşme Çağında Brezilya'da Kore Dalgası ve Kore Topluluğu) (Korece).

- Choi, H. S. (2022). 케이팝(K-Pop)과 현대목회: 방탄소년단의 사례를 중심으로, 178-206. (K-Pop ve modern bakanlık: BTS vakasına odaklanmak) (Korece).
- Choi, S. L. (2021). 한국의 대 중국 공공외교와 세종학당의 역할 연구: 공자학원과의 비교를 중심으로,40-71.(Kore'nin Çin İle Kamu Diplomasisi Kral Sejong Enstitüsü'nün Rolü Üzerine Araştırma: Konfüçyüs Enstitüsü ile Karşılaştırmaya Odaklandı) (Korece)
- Çanakkale Otoyol ve Köprüsü İnşaat Yatırım ve İşletme A.Ş. web sitesi. <https://www.1915canakkale.com/kurumsal/yatirimcilar>
- Çınar, Yusuf, (2014), “Diplomasinin Doğuşu ve Gelişimi”, Ed. Arif Behiç Özcan ve Yusuf Çınar, *Uluslararası İlişkilerin Temel Kavramları*, Hükümdar Yayınları, İstanbul, s.153.
- Çilingiroğlu, A. (2004). Hititler ve Mısır Uygarlığı Arasında Diplomatik İlişkiler. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Cull, N. J. (2008). Public Diplomacy: Taxonomies and Histories. *Amerikan Siyaset ve Sosyal Bilimler Akademisi Yıllıkları*. 616(1), 31-54.
- Dae, Y.O. (2014). 중동 언론의 한류 보도양상: 한류 장르, 기사종류, 보도태도, 프레임 중심적으로, 127 - 160. (Orta Doğu medyasının Kore Dalgasına İlişkin Haber Yönü: Tür, haber türü, üslup ve çerçeveye odaklanma) (Korece).
- Daehan News: <http://www.dhns.co.kr/news/articleView.html?idxno=166730#pnutpop>
- Dursun, A. & Aytakin, G. K. (2022). Türkiye ve Güney Kore Arasında İmzalanan STA'nın Türkiye'nin Güney Kore ile Dış Ticaretine Etkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı *, s.61.
- Eagleton, T. (2016). *Kültür Yorumları*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 49-50.
- Eren, E. (2021). Geleneksel Diplomasiden Modern Diplomasiye Diplomasinin Tarihsel Evrimi. *Uluslararası Eşitlik Politikaları Dergisi*. s.38-41
- Erdoğan, Uyan- Semerci. (2021).Toplumsal Araştırma Yöntemleri İçin Bir Rehber: Gereklilikler, Sınırlılıklar ve İncelikler. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 86-160.
- Esen, B. (2020). Yumuşak Güç Örneği: Çin. s.162.
- Elçi, İ. H. (2019). Osmanlı Diplomasisi ve Gelişim Süreci. *Külliyat Osmanlı Araştırmaları Dergisi*, s. 27.
- Ertem, B. (2009). Türkiye-Abd İlişkilerinde Truman Doktrini ve Marshall Planı. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. s.378.
- Eun H. & Jay, K. & Lee, J. (2011). 재외 한국문화원의 운영 프로그램과 공간디자인에 관한 연구, 9-19. (Yurtdışındaki Kore Kültür Merkezlerinin İşletme Programları ve Mekânsal Tasarımı Üzerine Bir Çalışma. *Kore Mekansal Tasarım Derneği Dergisi*) (Korece)
- Güney Kore arama motoru “Kore- Türkiye ilişkilerine genel bir bakış”. <https://m.terms.naver.com/entry.naver?docId=5772784&cid=43920&categoryId=43921>
- Güney Kore Uluslararası Ticaret Birliği İstatistikleri. <http://www.kita.net>
- Güven, C. (2007). Sebep Ve Sonuçlarıyla Kore Savaşı ve Türkiye, s.209.
- Hoe, Y. (2021). 케이팝의 남성성과 트랜스내셔널리티의 불/가능성, 418-442. (K-Pop'ta Erkeklikler ve Ulusötesiliğin(Olmaz) İmkani) (Korece).
- İmre, E. (2022). *Güney Kore'nin Kültür Alanındaki Devlet Politikası: Kore Dalgası Sektörleri ve Kültür Merkezleri*. Doğu Asya Araştırmaları Dergisi. 35.

- Kissinger, H. (2000). *Diplomasi* (İ. H. Kurt, Çev.). Türkiye İş Bankası.
- Jeongmin, K. (2010). Trend and Effects of the Korean Wawe. *Pop Culture Formations across East Asia*, 135-136.
- Joo, M. Y. (2015). 글로벌 신뢰국가 이미지 형성을 위한 한국의 공공외교 연구, 31-58. (Kore'de Küresel Güven İçin Kamu Diplomasisi Üzerine Bir Araştırma) (Korece)
- Karaağaç, Y. (2019). *Diplomasi Olgusu Çerçevesinde Propaganda ve Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinin Etkileşimi ve Farklılıkları*. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, s. 692.
- Karateke, H. (2008). Osmanlı Diplomasisi: Süreklilik ve Değişim. İstanbul: Kitap Yayınevi, s.25.
- Kekevi, S. & Kılıçoğlu, G. (2012). Uluslararası İlişkilerde Kültür ve Kimlik. Cilt 1. s.1184.
- Keskin, A.(2022). *BTS ve ARMY K-Pop Hayranlığı Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 124,130.
- Kılıçoğlu, S. K. (2012). Uluslararası İlişkilerde Kültür ve Kimlik. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, , 1183-1192.
- KITA. (t.y), *K-statistics*,
<https://kita.org/kStatistics/country/countriesSpecific/countriesSpecific.do>
- Kil, P. W. (2019). 돌궐 빌개 카간(Bilga Qayan) 비문 속의 한국고대사 관련기록 검토 - 특히 발해의 등주(登州), 도산(都山)전투를 중심으로, 1-72. (Bilge Kağan Yazıtındaki Kore Antik Tarihi ile ilgili kayıtların incelenmesi: Özellikle Balhae'deki Baekju ve Dosan savaşlarına odaklanılması. *Moğol Çalışmaları*) (Korece)
- Kissinger, H. (2000). *Diplomasi* (İ. H. Kurt, Çev.). Türkiye İş Bankası.
- Kore Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı Web Sitesi. (2022). <http://www.mofa.go.kr> (Son Erişim Tarihi: 22.09.2023).
- Kore Kültür Merkezi Web Sitesi. <https://tr.korean-culture.org/tr/1749/contents/1421>
- Kore Kültür ve Bilgi Servisi (KOCIS) (t.y.a), Kore Kültür Merkezleri. <https://tr.korean-culture.org/tr> (Son Erişim Tarihi: 09.05.2023).
- Kore Kültür ve Bilgi Servisi (KOCIS) (t.y.b), Hangeul Kaligrafi Yarışması, Küresel Kore. <https://www.kocis.go.kr/> (Son Erişim Tarihi: 18.07.2023).
- Kore-Türkiye FTA. Güncel Olaylar Sözlüğü,
<https://terms.naver.com/entry.naver?docId=1539964&cid=43667&categoryId=43667>
(Son Erişim Tarihi: 03.08.2023).
- KOTRA (t.y.) https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/com/index.do?MENU_ID=220#
- Leonard, M., Stead, C., & Smewing, C. (2002). *Public Diplomacy*. London: Foreign Policy Center, s.41.
- Lee, D.J. (2019). 글로벌시대 문화콘텐츠의 스토리텔링 연구 케이팝 BTS 사례를 중심으로,72-81. (2019.12 Yılı K-Pop BTS Vakalarına Odaklanan Küresel Çağdaki Kültürel İçeriğin Hikaye Anlatımı Çalışması) (Korece).
- Lee, C.W. & Lee, H. J. & Tekçe, M. & Öncel, B. (2020). 터키 서비스산업 분석과 한 · 터키 협력방안 모색, s. 103-111. (Türk Hizmet Sektörünün Analizi ve Kore-Türkiye İşbirliğine Yönelik Öneriler)(Korece).

- Lee, J. (2017). 한국문화 해외홍보의 새로운 실험 : 주프랑스 한국 문화원의 <낭트시 '한국의 봄' 축제> 사례 연구, 309. (Kore Kültürünü Yurtdışına Tanıtımada Yeni Bir Deney: Fransa'nın <Nantes 'Kore Baharı' Festivali'ndeki >Kore Kültür Merkezi'nin Örnek Olay İncelemesi, Fransız Kültürü ve Sanat Çalışmaları) (Korece).
- Lim, S. J. & Dong, G. (2022). 케이팝(K-Pop)의 글로벌 수용 현상과 발전 방향 모색, 155-170. (K-Pop'un Küresel Kabulünü ve Gelişim Yönünü Keşfetmek) (Korece).
- Mark, S. (2009). A greater role for cultural diplomacy. Discussion Papers in Diplomacy. Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael', s.19.
- Mi-young J. (2016). 신뢰한국을 위한 공공외교에서의 국가평판 제고 전략, 109-134. (Kore'ye Güven için Kamu Diplomasisinde Ulusal İtibarın Artırılmasına Yönelik Stratejiler) (Korece)
- Mi-young, J. (2006). A Comparative Study on Cultural Diplomacy and Governmental Subsidies. *국제지역연구/International Area Studies* , 55-88.
- Narae, Y.& Joung, E. S. (2017). 한류 연구에 대한 질적 메타분석 : 연구참여자 내용 분석을 중심으로, 7-38. (Kore Dalgası Araştırmasının Nitel Meta-Analizi: Araştırma Katılımcılarının İçerik Analizine Odaklanmak) (Korece)
- Nayoung Yoo (2013) “Türkiye Otomobil Endüstrisinin Mevcut Durumu ve Beklentileri”, Mercury Yurtdışı Ekonomi, Kore İhracat-İthalat Bankası, s.215-230.
- Nye, J. S. & D. A. (2018). *Küresel Çatışmayı ve İşbirliğini Anlamak*. Ankara: İş Bankası Kültür Yayınları.
- NTV. (2021). “Güney Kore Devlet Başkanı Moon Jae-in BTS'i ağırladı: Özel elçi ataması sonrası BM'ye katılacaklar”. <https://www.ntv.com.tr/galeri/sanat/guney-kore-devlet-baskani-moon-jae-in-btsi-agirladi-ozel-elci-atamasi-sonrasi-bmye-katilacaklar,B2udqNDiNkytMcf8Idr2SA> .
- Nye, J.S. (2005). *Yumuşak Güç, Dünya Siyasetinde Başarının Yolu*. (Çev. R. İ. Aydın), Ankara: Elips Kitap.s.11-12.
- Nye, J. S. (2020). *Yumuşak Güç: Dünya Siyasetinde Başarının Araçları*. Ankara: BB101 Yayınları.
- Nye, J. S. (2020). *Yumuşak Güç*. Ankara: BB101 Yayınları, s.20.
- Önal, B. (2018). Türkiye'nin Orta Asya'da Uyguladığı Kamu ve Kültür Diplomasisi Politikaları. G. K. Ayhan Nuri Yılmaz içinde, *Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Üzerine Akademik Analizler* (s. 41-95). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Özel, C. (2018). Yumuşak Güce Bütünsel Bakış. *Güvenlik Bilimleri Dergisi*, s.17.
- Özel, M. (2021). *Türkiye'de Kültürel Diplomasi ve Eğitim Diplomasisi Uluslararası Değişim Programları Ekseninde*. Ankara: Nobel Bilimsel Eserler.
- Öztermiyeci, M. (2018). THY ve İstanbul Yeni Havalimanının Türkiye'nin Yumuşak Gücüne Etkileri. A. N. Kılıçoğlu içinde, *Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Üzerine Akademik Analizler* (s. 392). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Paik, W. Y. (2017). Strategies and Policies of South Korean Public Diplomacy: Preliminary Conceptualization of Its Typology, 5-32.
- Park, B. G. & Cho, T. S. (2022). 케이팝과 월드뮤직의 융합에 관한 연구. Vol. 20. No. 3, pp. 399-406. (K-pop ve dünya müziğinin yakınlaşması üzerine bir araştırma) (Korece)

- Park Sunmin, (2021). 기술에 따른 감각 변화가 케이팝 산업에 미치는 영향, 2509. (Teknolojiden Kaynaklanan Duyusal Değişikliklerin K-Pop Endüstrisi Üzerindeki Etkisi) (Korece)
- Salmon, A.(2020). Kore Nasıl Kore Oldu?.*Metropolis Yayıncılık*
- Sevinç, N. (2011). *Antik Yunan Diplomasisi*. İstanbul: Ege Yayınları, s.6-9.
- Schneider, C. P. (2006). Cultural diplomacy: Hard to define, but you'd know it if you saw it. *Brown Journal of World Affairs*, 13(1), 191-203.
- Suh Young Gu, A. D. (2019). The Trend of Study on Hallyu and the Necessity of Research in the Islamic Culture, s.59-66.
- Szondi, G. (2008). Discussion Papers in Diplomacy - Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences. Clingenndael: Netherlands Institute of International Relations.
- Şen, F. (2001). Ortaçağ'da Papalık ve Diplomasi. Ankara: Phoenix Yayınları.
- Taek, D. Y. & Soo, S. S. (2017). Korea's Economic and Commercial Strategy toward Turkey after the Korea-Turkey FTA. *E-Trade Review*, 187-218.
- Tezer, Ö. (2019). Güney Kore'nin Ekonomik Elitleri ve Siyasal Sistem İçerisindeki Konumları. s.82
- Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı (t.y.), Türkiye - Güney Kore Siyasi İlişkileri, <https://www.mfa.gov.tr/turkiye-guney-kore-siyasi-iliskileri.tr.mfa>
- Ünalıms, A. N. (2019). “Yumuşak Gücün Tesis Edilmesinde Kültürel Diplomasinin Önemi ve Bir Uygulayıcı Olarak Yunus Emre Enstitüsü”. *Bilig – Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi* 91: 137-159.
- Wilson, E. J. (2008). Hard Power, Soft Power, Smart Power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 110-124.
- Yağmurlu, A. (2019). Kültürel Diplomasi: Kuram ve Pratikteki Çerçevesi. *Selçuk İletişim*, 2019, 12 (2), s.1188.
- Yatağan, A. G. (2018). Sert Güç Unsurlarının Yumuşak Güç Aracı Olarak Etkileri. *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, s.74.
- Yıldırım, G. (2015). Türkiye Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün Faaliyetlerinin Kültürel Diplomasi Bağlamında İncelenmesi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 1-24.
- Yılmaz, A. & Kılıçoğlu, G. (2018). *Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Üzerine Akademik Analizler*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Yoohoe, J. (2017). 해외 한국문화원의 국악교육 활성화 방안 연구: 터키 한국문화원 가야금 실기강좌를 중심으로,281-317.(Yurtdışındaki Kore Kültür Merkezlerinde Kore Geleneksel Müzik Eğitimi Canlandırmanın Yolları Üzerine Çalışma; Türkiye'deki Kore Kültür Merkezi'nde Gayageum Uygulamalı Kursuna Odaklanılıyor. *Kore Geleneksel Müzik Merkezi Dergisi*) (Korece)
- Yoon, Y. (2016). Kore'deki Yabancı Kültür Merkezi ve King Sejong Enstitüsü'nde Dil Eğitimi Üzerine Karşılaştırmalı Çalışma. *Eğitim ve Kültür Araştırması* , 213-245.
- Young, J. M. (2016). Comparative Study on Cultural Diplomacy and Government Support for International Trust. *International Area Studies*, 55-88.
- Yunus Emre Enstitüsü faaliyet raporu, 2020, s.143. https://www.yee.org.tr/sites/default/files/yayin/faaliyet_raporu_2021_28.06_kucuk.pdf

EKLER

EK 1-GÖRÜŞME FORMU

GÖRÜŞME FORMU

Ben Berrin Demircan, Sinop Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalında öğrenim görmekteyim. Güney Kore'nin Türkiye'deki Kültürel Diplomasi Faaliyetleri: Kore Kültür Merkezi Örneği isimli yüksek lisans tez çalışması kapsamında bir alan araştırması yürütmekteyim.

Bu çalışmada, Güney Kore kültürünü yurtdışına tanıtmaya aracılık olarak Türkiye'deki Kore Kültür Merkezinin incelenmesi ve bu kültürel ürünlerin Türkiye'de giderek artan popüleritesinin altında yatan sebepleri ana hatlarıyla deşifre etmeyi amaçlamaktayım.

Bu çalışmaya katılım gönüllük esasına dayalıdır. Bu projeye katılımınız durumunda size şu soruları yönelteceğim.

Görüşme Soruları:

- 15- Güney Kore kültürüne olan ilginiz nasıl/ ne zaman başladı?
- 16- Kore Kültür Merkezi'ni ilk olarak nereden duydunuz?
- 17- Kore Kültür Merkezi'ne ilk ziyaretiniz ne zaman oldu? İlk deneyiminizi anlatır mısınız? Size garip gelen şeyler veya hoşunuza giden şeyler oldu?
- 18- Bir sonraki ziyaretiniz ne zaman oldu, ne deneyimlediniz?
- 19- Kore Kültür Merkezi'nde Kore kültürüne dair neler deneyimlediniz?
- 20- Kore Kültür Merkezi'nde hangi kurslara katıldınız? Nasıl deneyimler yaşadınız?
- 21- Katıldığınız kurs/seminer veya etkinlikler size nasıl bir katkı sağladı?
- 22- Kore Kültür Merkezi'nden önceki siz ile sonraki siz arasında ne fark var? KKM size ne kattı? Ne değiştirdi?
- 23- Kore Kültür Merkezi'nin profesyonel hayatınızda (eğitim-öğretim-kariyer)ne gibi etkileri oldu?
- 24- Kore'de bulundunuz mu? Ne amaçla gittiniz? Kore'de bulunmak hayatınızda ne değiştirdi? Size nasıl katkıları oldu? Kore'ye gitmenizde Kore Kültür Merkezi'nin etkileri nedir?

- 25- Kore Kültür Merkezi'nin sizi rahatsız eden bir yönü var mı? Varsa nedir? Sizi hangi konuda rahatsız etti? Neden?
- 26- Kore kültürü; Türkiye'de yaşarken hayatınızı nasıl etkiliyor? Türkiye'de Kore kültürüne ilgi duyarak yaşamak zor mu? Neden?
- 27- Kore'de yaşamak/ Kore'ye gitmek gibi bir hayaliniz var mı? Gerçekleştirmek için neler yapıyorsunuz? KKM bu konuda (vize) nasıl bir katkı yapıyor?
- 28- Kore Kültür Merkezi'ni bulmadan evvel Kore kültürü algınızla KKM'ye gidip geldikten sonraki Kore kültürü algınız farklı mı? Ne tür farklar var?

Teşekkürler,

Adı Soyadı:

Katılımcının İmzası:

Tarih:

Araştırmacının adı, soyadı ve imzası

EK 2-İNSAN ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU KARAR BELGESİ

Evrak Tarih ve Sayısı: 20.05.2024-257354

Oturum Tarihi	Oturum Sayısı	Oturum Karar Sayıları
02.05.2024	4	2024/80-127

Sinop Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu Prof. Dr. Erkal ARSLANOĞLU başkanlığında 02.05.2024 tarihinde 09:30-12:00 saatleri arasında toplanarak aşağıdaki kararı almıştır.

Karar Sayısı: 2024/117

Yüksek Lisans Öğrencisi Berrin DEMİRCAN ve Dr. Öğr. Üyesi Candaş CAN'ın 21 Nisan 2024 tarihli "*Güney Kore'nin Türkiye'deki Kültürel Diplomasi Faaliyetleri: Kore Kültür Merkezi*" başlıklı araştırmalarına ait ekte sunulan belgeler, Üniversitemiz İnsan Araştırmaları Etik Kurulunca değerlendirilmiştir.

Araştırmanın fikri, hukuki ve telif hakları bakımından metot ve ölçeğine ilişkin sorumluluğu araştırmacılara ait olmak üzere ve "Kişisel Verilerin Korunması Kanununa" dikkat edilmesi şartıyla Üniversitemiz İnsan Araştırmaları Etik Kurulu Yönergesine "**Uygun**" olduğunun kabulüne, sonucun sorumlu araştırmacı Yüksek Lisans Öğrencisi Berrin DEMİRCAN'a bildirilmesine oybirliği ile karar verildi.

Ek:

- 1- Etik Kurul Başvuru Formu (6 Sayfa)
- 2- Bilgilendirilmiş Onam Formu (1 Sayfa)
- 3- Veri Toplama Araçları (1 Sayfa)

Prof. Dr. Erkal ARSLANOĞLU
İnsan Araştırmaları Etik Kurulu Başkanı

Doç. Dr. Songül ÇEK
Başkan Yardımcısı

Doç. Dr. Ahmet MOR
Kurul Üyesi

Doç. Dr. İbrahim DEMİRCİ
Kurul Üyesi

Doç. Dr. Aydın ÜNAL
Kurul Üyesi

Doç. Dr. Bilge BAL ÖZKAPTAN
Kurul Üyesi


Dr. Öğr. Üyesi Neslihan ŞAHİN
Kurul Üyesi

Dr. Öğr. Üyesi Hilal KARAKUŞ
Kurul Üyesi

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu :BSC06U905 Pin Kodu :44132 Belge Takip Adresi : <https://turkiye.gov.tr/ebd?ek=5743&eD=BSC06U905&eS=257354>

Adres:Kornucuk Mah. Üniversite Cad. 15 Temmuz Yerleşkesi Rektörlük Binası No:21B 57010 Merkez/SİNOP Raportör: Mehmet ÇAY
Telefon:(0 368) 271 57 68 Faks:(0 368) 271 57 70 Unvanı: Bilgisayar İşletmeni
e-Posta:inarek@sinop.edu.tr İnternet Adresi:www.inarek.sinop.edu.tr Tel No: 1207
Kep Adresi:sinopuniversitesi@hs01.kep.tr



2024/117 Sayılı İnsan Araştırmaları Etik Kurulu Kararı – Sayfa 1 / 1

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Berrin DEMİRCAN

Yabancı Dili : İngilizce, Korece

Eğitim Durumu

Lise : Zeynep Salih Alp Anadolu Meslek Lisesi, 2013

Lisans : Kastamonu Üniversitesi, 2017

Yüksek Lisans : Sinop Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, devam ediyor.

Mesleki Deneyim

İş Yeri : Mogo Korean Food

Yayın Listesi :