

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI

**KAMU DİPLOMASİSİ ARACI OLARAK KÜLTÜREL DİPLOMASİ: GÜNEY
KORE’NİN HALLYU (KORE DALGASI) POLİTİKASI**

ŞEYMA CENGİZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2024

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI

**KAMU DİPLOMASİSİ ARACI OLARAK KÜLTÜREL DİPLOMASİ: GÜNEY
KORE’NİN HALLYU (KORE DALGASI) POLİTİKASI**

ŞEYMA CENGİZ

Danışman: Doç. Dr. Marella BODUR ÜN

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Aşlı ILGIT

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Alper Yüksel ECEVİT

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2024

ETİK BEYANI

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim./...../20...

İMZA

Şeyma CENGİZ

ÖZET

KAMU DİPLOMASİSİ ARACI OLARAK KÜLTÜREL DİPLOMASİ: GÜNEY KORE’NİN HALLYU (KORE DALGASI) POLİTİKASI

ŞEYMA CENGİZ

Yüksek Lisans Tezi, Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Marella BODUR ÜN

Şubat 2024, 126 Sayfa

Bu çalışma, Hallyu’nun (Kore Dalgası’nın) yumuşak güç potansiyelini araştırmaktadır. Bu nedenle, çalışmada yumuşak güce ilişkin teorik tartışma, Hallyu’nun tanımlayıcı bir analiziyle birleştirilmiştir. Kavramsal çerçeveyi Joseph Nye’nin perspektifinden, Kore Dalgası’na ilişkin bir analiz ve Kore’nin belirli dış siyasi ve ekonomik hedeflere ulaşmak için devlet ve özel sektörün el ele vererek Kore Dalgası’ndan nasıl yararlanabileceğine ilişkin bir tartışma izlemektedir. Çalışma, Güney Kore kamu diplomasisi için yalnızca yumuşak güce dayanmasa bile, Kore Dalgası’nın, Kore’nin uluslararası imajı için fırsatlar sağlayarak, Kore popüler kültürünün ağ etkisini genişleterek ve aynı zamanda uluslararası düzeyde ün salmış idolleri ile imaj üretimi yaparak yumuşak gücüne katkıda bulunduğu sonucuna varmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kamu diplomasisi, Yumuşak Güç, Kültürel Diplomasi, Güney Kore, Kore Dalgası (Hallyu).

ABSTRACT

CULTURAL DIPLOMACY AS A TOOL OF PUBLIC DIPLOMACY: SOUTH KOREA'S HALLYU (KOREAN WAVE) POLICY

ŞEYMA CENGİZ

Master Thesis, Department of International Relations

Supervisor: Assoc. Prof. Marella BODUR ÜN

February 2024, 126 Pages

This study investigates the soft power potential of the Hallyu (Korean Wave). It combines a theoretical discussion of soft power with a descriptive analysis of the Hallyu. The conceptual framework is developed by drawing on Joseph Nye's work, which is followed by an analysis of the Korean Wave within this conceptual framework as a discussion of how Korea can benefit from the Korean Wave by forging a collaboration between the state and private sectors to achieve certain international political and economic goals. The study concludes that even if South Korea does not depend solely on soft power for its public diplomacy, the Korean Wave can contribute to its soft power by providing opportunities to improve Korea's international image, expanding the network effect of Korean popular culture, as well as image production with its internationally famous idols.

Keywords: Public Diplomacy, Soft Power, Cultural Diplomacy, South Korea, Korean Wave (Hallyu).

ÖNSÖZ

Bu tezde, 75 yıl önce, Üçüncü Dünya ülkesi olarak anılan ancak günümüzde dünyanın en gelişmiş ülkeleri arasında yer alan Güney Kore'nin bu başarısında yumuşak gücünün etkisini anlatmaya çalıştım. Türünün nadir örneklerinden olan Güney Kore'nin bu başarısı çalışmanın önemini artırmaktadır. Araştırma ve tez yazım sürecinde benden desteğini, derin bilgilerini hiçbir zaman esirgemeyen, yoluma ışık olan yol göstericim ve akademik hayatımda kendime rol-model aldığım değerli hocam Marella Bodur Ün'e teşekkürlerimi sunarım.

Yüksek Lisans eğitimi konusunda beni cesaretlendiren ve akademik gelişimime katkı sunan sevgili Alper Yüksel Ecevit hocama da teşekkürü borç bilirim. Güney Kore'de, Hankuk University of Korean Studies yüksek lisans çalışmalarım sürecinde Kore kültürüne dair bilgilerini benimle paylaşan ve pozitif enerjisiyle beni cesaretlendiren hocam Hyun Kyung Lee'ye de teşekkür ederim. Ayrıca yüksek lisans çalışmamı, Cumhuriyetin 100. yılında hazırlamış olmaktan gurur duymaktayım. Bizlere birey olma hakkı sağlayan, sorgulamayı ve düşünmeyi özgürleştiren, kendi kaderimizi belirleme fırsatı veren, kadının varlığını kutsallaştıran, Cumhuriyeti bize armağan eden Ulu Önder MUSTAFA KEMAL ATATÜRK'e hiç bitmeyecek olan minnet ve şükranlarımı sunarım. Son olarak beni dünyaya getiren, yaşama sebebim, desteklerini bir an olsun üzerimden çekmeyen daha okuma yazma bilmeden beni kitaplarla tanıştıran “kitaplar seni çıkmazdan kurtarır, ufkunu geliştirir canım kızım” diyerek beni bir kitap aşığı haline getiren sevgili rahmetli babam Ramazan Turan Cengiz'e ve her sabah beni özenle hazırlayıp okula gönderen biricik annem Nuray Cengiz'e teşekkür ediyorum. Sizin evladınız olmaktan gurur duyuyorum...

“Ben, manevi miras olarak hiçbir nass-ı katı, hiçbir dogma, hiçbir donmuş ve kalıplaşmış kural bırakmıyorum. Benim manevi mirasım, bilim ve akıldır. Benden sonra beni benimsemek isteyenler, bu temel mihver üzerinde akıl ve ilmin rehberliğini kabul ederlerse manevî mirasçılarım olurlar.”

Mustafa Kemal ATATÜRK

Şeyma CENGİZ

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
KISALTMALAR.....	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xii
TABLolar LİSTESİ.....	xiii

BÖLÜM 1

GİRİŞ

1.1. Araştırmanın Önemi.....	2
1.2. Araştırma Gerekçesi ve Araştırma Sorunsalı.....	2
1.3. Araştırmanın Hedefleri.....	3
1.4. İlgili Araştırmalar – Literatür Taraması.....	4
1.5.Araştırmanın Yöntemi.....	6

BÖLÜM 2

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Güç Kavramı.....	8
2.1.1. Gücün Boyutları.....	10

2.2. Yumuşak Güç.....	12
2.2.1. Yumuşak Güç Unsurları.....	14
2.3. Diplomasi Kavramının Uluslararası İlişkilerdeki Yeri ve Kamu Diplomasisi.....	17
2.3.1. Geleneksel Diplomasiden Modern Diplomasiye.....	18
2.3.2. Kamu Diplomasisi.....	21
2.3.3. Kamu Diplomasisinin Kavramsallaştırılması.....	21
2.3.4. Kamu Diplomasisinin Tarihçesi.....	23
2.3.5. Geleneksel ve Yeni Kamu Diplomasisi.....	24
2.3.6. Kamu Diplomasisinin Bileşenleri.....	30
2.3.7. Kamu Diplomasisinde Hedef Kitle.....	32
2.3.8. Kamu Diplomasisinin Amaçları.....	34
2.3.9. Kamu Diplomasisinin Kaynakları.....	35
2.4. Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç İlişkisi.....	37

BÖLÜM 3

KÜLTÜREL DİPLOMASİ

3.1. Kültür ve Kültürel Diplomasi Kavramlarına Bakış.....	38
3.2. Kamu Diplomasisi ve Kültürel Diplomasi İlişkisi.....	40
3.2.1. Kamu Diplomasisinde Kültürel Diplomasinin Önemi.....	42
3.3. Kültürel Diplomasisinin Araçları.....	44
3.4. Kültürel Diplomasi Olarak Sanat Faaliyetleri.....	45
3.4.1. Dil Eğitimi ve Değişim Programları.....	46

3.4.2. Sinema ve Müzik Sektörü.....	47
3.4.3. Yemek Kültürü.....	49
3.4.4. UNESCO Etkisi.....	51

BÖLÜM 4

GÜNEY KORE’NİN HALLYU (KORE DALGASI) POLİTİKASI

4.1. Kore Dalgası’nın Tanımı ve Kökeni.....	54
4.1.1. Kore Dalgası’nın Yükselişi.....	55
4.2. Güney Kore’de Kültürel Diplomasiinin ve Kamu Diplomasisinin Teşviki.....	56
4.2.1 1948’den 1960’lı Yıllara.....	57
4.2.2 1970’lerden 1990’lı Yıllara.....	59
4.2.3 2000’lerden Günümüze Kadar.....	61
4.3. Güney Kore’nin Popüler Kültür Araçları.....	64
4.3.1. K-POP.....	64
4.3.2. K-Drama & K- Film.....	68
4.3.3. Webtoon.....	73
4.3.4. Kore Mutfağı (K- Food).....	75
4.3.5. Kore Mobil Oyun Endüstrisi.....	76
4.4. Kore Kültür Diplomasisinde UNESCO Etkisi.....	79
4.5. Hallyu’nun Bölgesel ve Küresel İlişkilere Yansıması.....	81
4.6. Kore Dalgası’nın Türk Vatandaşları Üzerindeki Etkisine Yönelik Anket.....	85

BÖLÜM 5

SONUÇ

5.1. Sonuç.....96

KAYNAKÇA.....100

EKLER.....121



KISALTMALAR

- AB:** Avrupa Birliği
ABD: Amerika Birleşik Devletleri
BM: Birleşmiş Milletler
KBS: Korean Broadcasting System
KCISA: Korea Culture Information Service Agency
KCTI: Korea Culture and Tourism Institute
KD: Kamu Diplomasisi
KNCU: Korean National Commission for UNESCO
KOCCA: Korea Creative Content Agency
KOCIS: Korean Culture Information Center
KOFIC: Korean Film Council
KOFICE: Korean Foundation for International Cultural Exchange
MCST: Ministry of Culture, Sports and Tourism
MOFA: Ministry of Foreign Affairs
OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development
OST: Original Soundtrack
PC: Personal Computer
PCNB: Presidential Council on Nation Branding
SNS: Social Networking Service
SSCB: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TÜRKSOY: Türk Kùltür ve Sanatları Ortak Yönetimi
Uİ: Uluslararası İlişkiler
UNESCO: United Nation Educational, Scientific, Cultural Organization
UNTCOK: United Nations Temporary Commission on Korea

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa 1: Yabancılar arasında popüler Kore temaları.....	61
Şekil 2: K-pop Twitter TT (Trend Topic) ülke sıralaması.....	62
Şekil 3: K-dramanın en popüler olduğu ülkeler listesi.....	65
Şekil 4: E-spor geliri en yüksek 5 ülke.....	71



TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1: Geleneksel ve yeni diplomasinin farkları.....	26
Tablo 2: Katılımcıların ikamet ettiği ülkeler.....	75
Tablo 3: Katılımcıların yaşları.....	76
Tablo 4: Katılımcıların etkilendiği Kore Dalgası araçları.....	77
Tablo 5: Güney Kore'ye seyahat etme fırsatı bulan katılımcılar.....	78
Tablo 6: Kore Dalgası'nın katılımcıların Korece öğrenme isteği üzerindeki etkisi.....	79
Tablo 7: Katılımcıların Kore'de eğitim görme veya yaşama isteği.....	79
Tablo 8: Katılımcıların Güney Kore'nin dış politikadaki durumuna yönelik düşünceleri.....	80

BÖLÜM 1

GİRİŞ

21. yüzyıl, teknolojik gelişmelerin ve küreselleşmenin hız kazandığı bir dönem olmuştur. Bu hız ülkelerin diplomatik ilişkilerini ve tercihlerini de etkilemiştir. Bir başka ifadeyle, bir ülkenin dış politikasına ilişkin karar alma sürecinde ulusal seçmenlerin önemi artmış ve bu bağlamda diplomasisinin gücü yalnızca geleneksel yöntemlere dayalı ikna veya zorlama yoluyla değil, çekiciliğin paylaşılması yoluyla da üretilebilir hale gelmiştir. Bu durum kamu diplomasisinin gelişimine de ışık tutmaktadır. Yumuşak gücün kullanımı ise kamu diplomasisinin varlığına önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Kamu diplomasisinde yumuşak gücün kullanımına ilişkin en güzel örneklerden birini Güney Kore, “Hallyu” politikası ile vermektedir. Kore Dalgası (Hallyu), Güney Kore’nin kültürel ekonomisine yön veren pop kültürü, eğlenceyi, müziği, TV dizilerini ve filmleri ihraç eden küresel popüleritesini ifade eder. Dahası, Kore Dalgası birçok aktörü içeren bir kültür endüstrisidir; hem hükümet hem de özel sektörde yer alan aktörler, yapımcılar, dağıtımıcılar ve üretim sürecinin başından tanıtım ve dağıtım sürecine kadarki süreçte yer alan diğer aktörler gibi. Bu aktörlerin yanı sıra Kore Dalgası’nın başarısı, Güney Kore hükümetinin sağladığı destek ve rolden ayrılmaz. Güney Kore hükümeti, kendi kültür endüstrilerinin getirdiği büyük fırsatların bilincinde olan, bu endüstrinin gelişmesi için büyük destekler sağlayan bir hükümettir. Hükümetin etkin rolü, holdinglerin yatırımlarını sorunsuzca kolaylaştırmaya yönelik politikaları iyileştirmekte bu nedenle de özel sektör de kamu diplomasisinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır.

Bu doğrultuda çalışmanın birinci savı, Joseph Nye’in “smart power” teorisine dayanmaktadır. Bir ülkenin uluslararası alanda yumuşak gücünün önemli diplomatik sonuçlar doğurabileceği ancak uluslararası düzende yaşanan çekişmeler nedeniyle sert gücünün de önemli olduğu ve bu iki gücün birlikte kullanılmasıyla birçok başarıya imza atılabileceği sonucuna varılmaktadır. Diğer bir deyişle, Güney Kore örneğinde tek başına kullanıldıklarında ne sert güç ne de yumuşak güç uzun vadeli bir başarı getirmeyecektir. Çalışmanın ikinci savı, Güney Kore’nin mevcut jeopolitiği nedeniyle kamu diplomasisinin küresel ve bölgeselde farklı etkilerinin olduğu sonucuna dayanmaktadır. Çünkü jeopolitik konumu nedeniyle Çin’de, Japonya’da ve Kuzey Kore’de yaşanan gelişmeler, ikili ilişkiler ve pazar yarışı, Güney Kore’nin yumuşak

gücünün bölgesel etkisini belirsizliğe sürüklemektedir. Çalışmanın son savı ise, popüler kültürün yumuşak güce dönüşerek yayılmasında etkili mecranın yalnızca hükümetler olmadığı aynı zamanda yaratıcı içerik üreten şirketler ve teknoloji devi firmalar gibi özel sektöründe etkili olduğudur. Ayrıca özel sektör ve hükümetin ortak çalışmalarının ülke yumuşak gücüne katkısının da kaçınılmaz bir gerçek olduğu saptanmıştır.

1.1. Araştırmanın Önemi

Kamu diplomasisi, Uluslararası İlişkiler (Uİ) disiplininde gelişmekte olan ve önü açık bir kavramdır. Çünkü devletlerin birbirleriyle olan ilişkileri esasına dayalı olan geleneksel diplomasi, 21. yüzyılda değişim göstererek devletlerin birbirleriyle olan ilişkilerinin yanı sıra bu devletlerin vatandaşları ile de iletişim kurma ve ilişkileri geliştirme gayesine dayalı olan kamu diplomasisine evrilmiştir. Kamu diplomasisini devletler farklı biçimlerde kullanmakta ve bazen de farklı aktörlerin desteğini almaktadır. Bu doğrultuda Uİ disiplininde yeni bir kavram olan kamu diplomasisinin Güney Kore gibi bir Asya ülkesi örneği ile ele alınacak olması, mevcut literatüre önemli katkılar sunacaktır. Çünkü Asya ülkelerini ele alan çalışmalar hala yetersizdir. Bu çalışmanın bir diğer önemi şöyle açıklanabilir: Ülkemizde, farklı dillerde yazılmış ve tartışılmış olan kamu diplomasisinin yumuşak güç ile olan ilişkisini inceleyen çalışmaların yeterli olmaması ve dil sınırının bulunması Uİ literatürü için boşluk oluşturmaktadır. Bu nedenle, bu çalışmada farklı dillerde yazılmış olan literatürlerin incelenmesi bu boşluğun kapatılmasına katkıda bulunacaktır.

1.2. Araştırma Gerekçesi ve Araştırma Sorunsalı

21. yüzyılın başından itibaren ulus-devletler sert güçlerinin yanı sıra yumuşak gücün önemini daha iyi kavramış ve dış politikalarını yumuşak güç doğrultusunda şekillendirmeye başlamışlardır. Bu ülkeler arasında hem jeopolitik konumu hem de ekonomik gücü göz önünde bulundurulduğunda Güney Kore önemli bir örnek teşkil etmektedir. Kamu diplomasisinin önemli bir yer tuttuğu bu ülkede, kültür önemli bir etken haline gelerek dış politikanın şekillenmesine katkıda bulunmaktadır. Bu doğrultuda aşağıda takip eden üç soru, bu çalışmada yol gösterici unsur olacaktır: Yumuşak güç unsuru olarak kamu diplomasisi, tek başına kullanıldığında Güney Kore için kalıcı bir başarı sağlayabilir mi? Yumuşak gücün yayılmasında etkili mecra devletler midir yoksa devlet dışı aktörler mi? Güney Kore'nin uyguladığı kamu

diplomasisi politikaları küresel ve bölgesel anlamda ne ifade etmektedir? Bu doğrultuda çalışmada yumuşak gücün kalıcı olmayan bir etki yaratabileceği ancak sert güç ile desteklendiğinde parlak bir gelecek inşa edebileceği savunulacaktır. Dahası, yumuşak gücün hem devlet hem de devlet dışı aktörler tarafından üretilebilecek bir unsur olduğu ve Güney Kore’de devlet desteğinin yanı sıra özel kuruluşların da desteği ile kültür endüstrisinin nasıl kamu diplomasisine dönüştürüldüğü incelenecektir. Son olarak, kamu diplomasisi vasıtasıyla Güney Kore’nin bölgesel anlamda mevcut jeopolitiğindeki sıcak gelişmeler nedeniyle henüz kalıcı bir başarıya ulaşamayacağı ancak küresel anlamda önemli başarılar elde ettiği sonucuna varılacaktır.

1.3. Araştırmanın Hedefleri

Uİ literatüründe yumuşak güce ve onun kullanımına yönelik birçok araştırma ve tartışma mevcuttur. Yumuşak gücün unsurlarından birisi olan kamu diplomasisi ile alakalı çalışmalar ise literatürdeki yerini almaya başlamıştır. Bu nedenle, bu çalışma literatürdeki yeri çok eskiye dayanmayan “kamu diplomasisi” kavramını, literatürde çok fazla çalışılmamış bir bölge olan Güney Kore ile birlikte analiz edip güncel bir konu ele almayı amaçlamaktadır. Çalışmanın bir diğer önemli amacı ise kamu diplomasisinin, kamu diplomasisini uygulayan ülkenin imajını nasıl şekillendirdiğini, diğer ülke vatandaşlarının kalplerini nasıl fethettiğini ve özellikle Japonya ve Kuzey Kore ile kanlı geçmişlerine rağmen değişen ilişki dinamikleri incelenmektir. Güney Kore’nin bulunduğu coğrafya düşünüldüğünde bir dünya gücü olan Çin’e komşu olması; 1910-1945 yılları arasında olan ancak etkisi hala devam eden Kore’nin Japon kolonisi olması ve Kuzey Kore ile çetrefilli olan ilişkisi Güney Kore’yi ilginç ve değerli bir örnek kılmaktadır. Bu nedenle çalışma yöntemi olarak öncelikle Batılı bir kavram olan kamu diplomasisi genel hatlarıyla ele alınacak olup bölgesel çalışmalar ışığında Asyalı akademisyenlerin (Dal Young Jin, Lee Geun, Choi vb.) kamu diplomasisini kültürel diplomasi ile ilişkilendirme çalışmaları ön planda tutulacaktır. Çalışmanın bir diğer hedefi Hallyu (Kore Dalgası) etkisinin Güney Kore’yi ziyaret eden yabancı turistler üzerinde ne kadar etkiye sahip olduğunu incelemektir. Çünkü kamu diplomasisinin önemli etkilerinden birisi kültür turizmi üzerinde görülmektedir. Kültür turizminin sürdürülebilir olup olmadığı bu bakımdan çalışma için önemli bir soru haline gelmektedir.

1.4. İlgili Araştırmalar - Literatür Taraması

Bu çalışma, Uİ disiplininde “kamu diplomasisinin” dış politika unsuru olarak kullanılmasına yönelik yapılan çalışmalara ışık tutmaktadır. Küreselleşmenin yoğun bir şekilde hissedilmeye başlandığı 21. yüzyılda, uluslararası alanda kendini gösteren devletlerin sayısındaki artış ile birlikte devlet dışı aktörlerde de önemli bir artış gözlemlenmektedir. Bilgi çağı ile birlikte iletişim teknolojilerinin ve ulaşım ağının ulaştığı boyut, devlet dışı aktörlerin artışındaki asıl sebepler arasında gösterilebilir. Küreselleşen dünyaya uyum sağlamak için devletlerin etkili bir dış politika yürütürken aynı zamanda kendilerini emniyette tutma eğilimleri devletler arası ilişkilerde askeri, sosyo-ekonomik, teknolojik, kültürel etkenler gibi çeşitli güç unsurlarını kamu diplomasisi faaliyetlerinde etkin kullanmaları gerek-şart haline getirmiştir. Böylece uluslararası sistemde yer alan bir devletin başka ülkelerin vatandaşları ile iletişim halinde kalarak uluslararası politikaya yön verme çabası asıl konu haline gelmiştir (Sönmezoğlu, 2014, s. 442).

Kamu diplomasisi etkinliklerindeki tarihsel değişimler farklı iki dönemde incelenmektedir. Bunlardan birincisi, genellikle Soğuk Savaş sırasında kullanılan kamu diplomasisine karşılık gelen “tek yönlü kamu diplomasisi” eylemleridir. İkinci dönem “yeni kamu diplomasisi” yani modern diplomasi şeklinde ifade edilen ve 21.yüzyılda etkisini gösteren diplomasi faaliyetleridir (Sancar, 2012, s. 83). Bu nedenle kamu diplomasisine yönelik farklı tanımlamalar mevcuttur. Jarol Manheim (1994) ve Nancy Snow (2020) kamu diplomasisini bir ülkenin milli menfaatleri ve hedeflerine yönelik olarak başka ülke kamuoyları ile etkileşime girmesi ve onları cezbetme yoluyla ikna etmesi şeklinde tanımlamaktadır. Bir diğer ifade ile kamu diplomasisi, hedef ülke vatandaşlarının sahip olduğu fikirleri etkileme çalışmalarıdır (Akçay, 2014). Kamu diplomasisi, uluslararası sistemde yer alan bir devletin ya da bir aktörün diğer bir ülke halkı ile ilişki kurmak için uluslararası ilişkilerini şekillendirdiği bir politika olarak da ifade edilir (Cull, 2006, s. 14). Son olarak en kapsamlı haliyle kamu diplomasisi, bir devletin uluslararası arenada elde etmek istediklerine ulaşmak için kültürel değerleri, dış politikaları ve medya iletişim kanallarını kullanmasıyla başka devletler nezdinde diplomatik çabalarında içinde olduğu hayranlık duyulmasını sağlayan, yumuşak güç şeklinde tanımlanır (Nye, 2005, ss. 14-37). Birçok akademisyen yumuşak güç varlıklarının, özellikle de kamu diplomasisinin istenen siyasi ve ekonomik hedeflerine ulaşmak için yeterli sert güç kaynaklarına sahip olmayan orta güç ülkeleri için çok daha

önemli olduğunu savunmaktadır. Bu ülkeler için, yumuşak güç araçları, diğer ülkeler üzerinde etki yaratmak için alternatif araçlar olarak hizmet edebilir (Elfving & Hwang, 2013; Lee, 2009; Lee & Melissen, 2011).

Literatürdeki önemli tartışmalardan biri ise kamu diplomasisindeki devlet dışı aktörlerin, devlet etkisini azaltıp azaltmayacağı hakkındadır. Küreselleşme ve bilgi çağı ile daha da gelişen kamu diplomasisi, bazen “yeni kamu diplomasisi”, “kamu diplomasisi 2.0”, “ağ bağlantılı kamu diplomasisi” ve “işbirlikçi kamu diplomasisi” olarak anılmaktadır (Park & Lim, 2014, ss. 79-98). Lee ve Ayhan (2015), genel bir hükümet yönlendirmesi olmadan diplomasinin verimli bir şekilde yürütülemeyeceğine dikkat çekmektedir. Çalışmada savunulan argüman özellikle, hükümet dışı aktörlerin katılımı, hükümetin rolünün daha az önemli hale geldiği anlamına gelmeyeceği hakkındadır.

Çalışmanın bir diğer bölümünde ele alınan Güney Kore örneğinde ise hükümet ve hükümet dışı aktörlerin Kore Dalgası’nın yayılması üzerindeki etkisi incelenmiştir. Kore Dalgası’nın bir yumuşak güç kaynağı olması hakkında Lee Geun’ın çalışması dikkat çekmektedir. Lee, Kore Dalgası’nın yumuşak güç olmadığını, yalnızca Kore’nin birçok yumuşak kaynağından birisi olduğunu savunmaktadır. Lee için yumuşak güç kaynaklarına sahip olmak, yumuşak güç kaynaklarının otomatik olarak yumuşak güce dönüştürülmesini garanti etmez (Lee, 2009, s. 136). Bu nedenle, belirli siyasi ve ekonomik hedeflere ve ulusal çıkarlara ulaşmak kişinin yumuşak kaynaklarının nasıl seferber edileceğine dair çok gelişmiş stratejiler bulunması gerekir. Bu tür çabalar gerçekleştiğinde ve hedeflere ulaşılmasını olumlu yönde etkilediğinde, yumuşak kaynakların yumuşak güce dönüştüğü söylenebilir. Buna ek olarak bazı uzmanlar, Kore Dalgası’nın başarısını (Güney Kore kültür endüstrilerinin ve bunların ihracatının 1990’ların sonlarından bu yana hızlı bir şekilde büyümesini) Güney Kore hükümetinin örgütsel desteğinin bir sonucu olarak değerlendirmektedir (Walsh, 2014, ss. 13-31; Kwon and Kim, 2013, ss. 517-32). Güney Kore hükümetlerinin ekonomik çıkarlar için çeşitli kültürel girişimler kurduğu bir gerçektir. Bu tür politikalar daha sonra kamusal diplomatik araçlara dönüşmüştür. Dal Yong Jin ve Tae-Jin Yoon (2017), hükümetin desteğiyle Güney Kore kültürünün popüleritesi ve yerel izleyicilerin ve diasporanın ötesine yayılmasının arttığını savunmasının yanı sıra Hallyu fenomenini, Güney Kore kültür endüstrilerinin hızlı büyümesi ve esas olarak 1997’den bu yana Asya pazarlarına ürün ihracatı olarak tanımlamaktadırlar. Minsung Kim (2022) ise Güney Kore yumuşak gücünün mevcut popüleritesinde ana itici güç olarak Kore hükümetinin rolünün

yadsınamayacağını ancak yalnızca hükümet faktörünün dikkate alınmasının, Güney Kore yumuşak gücünün genel başarısının anlaşılmasında sınırlamalar sunacağını savunmaktadır.

1.5. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada teorik çerçeveyi açıklamak için öncelikle kavramsal açıklamalar ve kuramsal yaklaşımlar ele alınacaktır. Çalışmanın birinci bölümünde ele alınan bu tartışmalar, çalışmanın dördüncü bölümünde anket yöntemi ile analiz edilecektir. Birinci ve ikinci bölümlerde yer alan güç, yumuşak güç, kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi kavramlarının tartışılması doğrultusunda, dördüncü bölümde spesifik bir örnek olarak Güney Kore'nin yumuşak güç kaynağı olan kamu diplomasi politikaları ele alınacaktır. Yumuşak gücü bir diplomasi aracına dönüştürmek amacıyla Güney Kore hükümetinin benimsediği hedef ve eylemleri değerlendirirken Nye'nin varsayımlarından yararlanılacaktır.

Veri toplama aracı olarak nicel araştırma yöntemlerinden çevrimiçi anket tekniği kullanılmıştır. Bu anketteki örnekleme belirlerken nitel araştırma tekniklerinde kullanılan amaçlı/yargısal örneklemeden yararlanılmıştır. Yargısal örnekleme, kişilerin örnekleme ihtiyacı duyulan özelliklere sahip oldukları için seçildiği bir grup olduğu için olasılığa dayalı olmayan örnekleme tekniğini ifade eder. Yani amaçlı örneklemede kişiler "amaca göre" seçilmiştir. Çalışmanın hedeflerine ulaşmak için en iyi bilgiyi sağlayabilecek bireyleri, vakaları veya olayları belirlerken ve seçerken araştırmacının yargısına dayanır. Amaçlı örnekleme, araştırmacıların topladıkları verilerden pek çok bilgiyi çıkarmalarına olanak tanır. Bu, araştırmacıların bulgularının popülasyon üzerindeki büyük etkisinin tanımlanmasına yardımcı olur. Böylelikle verilerin toplanması ve analiz edilmesi kolaylaşmış olur. Çalışmada çevrimiçi anket yönteminin seçilmesindeki en büyük etken ise geniş kitlelerden, kısa sürede, sistematize bilgi edinilebilmesidir. Dahası katılımcılardan standart, karşılaştırılabilir bilgilerin toplanabilmesi, elde edilen verilerin hızlı analiz edilebilmesi anket yöntemini seçmede etkili unsurlardır. Araştırma kapsamında 598 kişi ankete katılım göstermiştir. Katılımcıların cinsiyeti araştırma unsuru olarak ele alınmazken yaş aralıkları araştırma için önemli bir unsur olmuştur.

Araştırmanın verileri internet aracılığıyla sosyal medya üzerinden katılımcılara ulaştırılmış, istatistik ve veriler otomatik olarak Google forms üzerinden elde edilmiştir. Anket sorularına geçmeden önce açıklayıcı bir metin yazılarak katılımcılara bu anket çalışmasının nerede kullanılacağı ve hedeflerin neler olduğu bilgisi paylaşılmıştır. Çalışmada temel olarak küreselleşen popüler Kore kültür dalgasının katılımcılar üzerindeki etkisi araştırılmıştır.



BÖLÜM 2

YUMUŞAK GÜÇ ARACI OLARAK KAMU DİPLOMASİSİ

Çalışmanın bu bölümünde temel amaç, kuramsal ve kavramsal çerçeveler ışığında güç kavramını ve gücün bir türü olan yumuşak gücü açıklayabilmektir. Bu bölümde dört alt başlık bulunmaktadır. Birinci alt başlıkta, güç kavramı Uİ disiplini içerisindeki tartışmalar bağlamında incelenecektir. İkinci alt başlıkta, yumuşak güç ve yumuşak gücün unsurları Nye’ın geliştirdiği perspektiften ele alınacaktır. Üçüncü alt başlıkta, diplomasi kavramının Uİ disiplinindeki yeri ve kamu diplomasisinin varlığı ele alınacaktır. Bu alt başlıkta, diplomasinin geçmişten günümüze kadar yaşamış olduğu değişimleri (geleneksel diplomasiden modern diplomasiye evrilişini), kamu diplomasisinin kavramsallaştırılması, tarihçesi ve kaynakları gibi önemli konular ele alınacaktır. Son alt başlıkta ise kamu diplomasisi ve yumuşak gücün ilişkisinden bahsedilecektir. Yumuşak güç kaynaklarından beslenerek varlığını sürdüren kamu diplomasisi ve yumuşak gücün bu ilişkisi, ilerleyen bölümlerde çalışmanın çerçevesini oluşturacaktır.

2.1. Güç Kavramı

Latincesi “potestas” olan güç kavramı başkalarını etkileyebilme kabiliyeti anlamında kullanılmaktadır (Miller, 1987, s. 397). Türk Dil Kurumu Sözlüğünde yer alan güç terimi: “Fizik, düşünce ve ahlak yönünden bir etki yapabilme veya bir etkiye direnebilme yeteneği, kuvvet, efor”; “bir olaya yol açan her türlü hareket, kuvvet, takat”; “siyasi, ekonomik, askerî vb. bakımlardan etki ve önemi büyük olan devlet, devletler topluluğu”; “bir ulus, bir ordu vb.nin ekonomik, endüstriyel ve askerî potansiyeli” olarak tanımlanmaktadır (“Türk Dil Kurumu Sözlükleri”, t.y.). Bu nedenle siyasi, ekonomik ve askeri bakımdan diğer ülkeler ve topluluklar üzerinde etkiye sahip olma durumunu ifade ettiğinden ve geniş bir kapsama sahip olduğundan gücün tanımı hakkında bir uzlaşının olmadığı düşünülebilir (Özdemir, 2008, ss. 117-118). Locke’a göre ise güç iki boyuttan oluşmaktadır. İlki, bir konu hakkında herhangi bir değişiklik yapabilecek bir gücü barındırmaktır. Locke, bu durumu “aktif güç” olarak adlandırmaktadır. Diğeri ise, değişikliğe uğrayabilecek bir güce sahip olmaktır. Locke, bu durumu ise “pasif güç” olarak adlandırmaktadır (Bosch, 2016). Foucault’un güç

analizi ile son tanımlama yapılacak olursa, güç sadece eyleme döküldüğünde, diğerlerinin eylemlerine ve düşüncelerine işlediğinde ve etkilenen aktörler bu güce göre şekillendiğinde var olmaktadır (Kelly, 2014).

Uluslararası ilişkilerde, dış politika belirlemede önemli bir araç olan güç, uluslararası politika çalışmalarında ve Uİ teorilerinde sıklıkla ele alınan en temel kavramlardan birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü uluslararası ilişkilerdeki mevcut hukuk kuralları ve bu kuralları yaptırımlarıyla destekleyebilecek merkezi bir otoritenin eksikliği nedeniyle devletler varlıklarını devam ettirmek ve küreselleşen 21.yüzyıl dünyasında kendilerine yer edinebilmek için güç arayışı halinde olmaktadırlar (Aydoğan, 2011, s. 3). Ancak güç kavramının tanımı ve kavramsallaştırılması hakkında Uİ disipliniinde farklı yorumlamalar mevcuttur. Dahası, yalnızca gücün tanımı hakkında değil, aynı zamanda potansiyel güç unsurlarının güce dönüştürülmesinde takip edilecek yolların ve mevcut gücün olması gereken durumu hakkında çeşitli öneriler mevcuttur. Bu nedenle Uİ disiplini ve uluslararası politika bakımından ehemmiyet taşıyan bir kavram olsa da güç hakkında yürütülen çalışmalar, gücün ne anlama geldiğini tam olarak açıklayamamıştır. Kavramın tanımlanmasında ortaya çıkan bu zorluğun sahne arkasında kavrama açıklık getirmeye çalışan ve bu doğrultuda genellikle birbirleriyle çatışan teorilerin olduğu söylenebilir. Güç, Uİ teorileri tarafından aşağıdaki gibi açıklanmıştır.

Realizmin öncü isimlerinden birisi olan Hans Morgenthau (1970), uluslararası politikanın asıl gayesini güç mücadelesi ile özdeşleştirerek ve milli çıkarları da güç kavramıyla tanımlayarak realist kuramın temeline gücü yerleştirmiştir. Diğer bir deyişle; Morgenthau'ya göre realizme ulaşmada en önemli unsur güç aracılığıyla menfaatlerin güven altına alınmasıdır ve menfaatlerin olmadığı hiç bir yerde ne milli ne de uluslararası hiçbir siyasi kuram yaratılamaz. Holsti (1964) ise bu noktada Morgenthau'yu eleştirerek gücü, bir ülkenin kendi menfaatleri doğrultusunda hareket etmesi için karşı taraftakini ödül, ceza veya baskı oluşturma gibi yöntemler kullanarak karşı tarafın davranışını şekillendirme kabiliyeti olarak ifade edilir. Ashley'e (1984) göre ise realist anlayışta güç kavramı, diğer aktörler üzerinde etkiye sahip olurken etkileme kabiliyetini elinde tutan aktör olma şeklinde yorumlanmalıdır.

Neorealistler ise güç kavramını, aktörlerin kapsama gücünden ve başka aktörlerin hareketlerini etkileyebilme ve yönlendirebilme kabiliyetinden çok uluslararası

sistemi vurgulamıştır. Bu nedenle neorealistler gücü, “sistemik sınırlar çerçevesinde sahip olunan hareket alanı ve başkalarının yetenekleri karşısında özerklik” şeklinde tanımlamaktadır (Waltz, 1979). Örneğin yaşanan yerin, mevcut doğal kaynakların veyahut askeri birliklerin birer güç kaynağı mı yoksa zayıflık mı olduğu, ülkeyi saran problemlerin algılanışı ve onlara ilişkin tezler ve düşünceler kapsamında anlamlandırılabilir.

Neoliberal yaklaşıma göre, uluslararası siyasetteki asıl güç bütünüyle askeri veya zorlamaya dayanan politikalarla kurulamaz. Kurulan düzenin güvende tutulabilmesi için askeri güç elbette büyük bir ehemmiyet taşımaktadır fakat gücü bütün bir şekilde ifade etmede yetersizdir. Neoliberal düşünürler için güç kavramı, karşılıklı bağımlılık anlayışıyla ilişkilendirilmelidir (Keohane & Nye, 2001). Hiç bir devlet bir diğerinden bütünüyle özgür hareket edebilme yeteneğine sahip olmadığından sabit olarak kontrol sağlayan ve bu kontrolü sürekli elinde bulunduran güçlü bir aktörden söz etmek mümkün değildir. Bu nedenle, neoliberalistler “asimetrik karşılıklı bağımlılık” teriminden bahsetmektedirler. Bu terime göre, aktörlerin hepsi durumsal olarak değişiklik gösteren seviyelerde birbirlerine bağımlıdır. Diğer aktörlere daha az bağımlılık gösteren aktörün, diğer aktörleri etkileyebilecek daha fazla siyasal yetkinliği olduğu savunulabilir (ss. 10-14). Nye’a (1990, ss. 153-171) göre ise güç hava durumuna benzemektedir; bütün insanların hakkında konuştuğu fakat çok az insanın fonksiyonel mantığını idrak ettiği bir terimdir.

İnşacı düşünürler, belli başlı fikirler ve algılar çerçevesinde biçimlenen menfaatler ile kullanılmaksızın tek başına ele alındığında gücün pek bir anlam ifade etmediğini savunmaktadırlar (Wendt, 1999). Gücün unsurları, çıkarların korunması ve geliştirilmesi ile birlikte belirlenen politika bağlamında vücut bulur ve devletlerin gücü algılamaları, onu kullanım niyetleri ile tanımlanan menfaatler doğrultusunda biçimlenir (Özdemir, 2008, s. 134).

2.1.1. Gücün Boyutları

Belirli bir irade aracılığıyla kullanılan güç unsurlarını potansiyel bir varlık olmaktan çıkarıp politika aracına dönüştürmek, bu güç unsurlarına sahip olmak kadar önem arz etmektedir. Bu nedenle de gücün boyutlarını idrak edebilmek gerekmektedir. Robert Dahl *The Concept of Power* (1957) adlı kitabında, X aktörünün aksi bir durumda

yapamayacağı bir eylemi diğer bir aktöre yani Y'ye yaptırtabilme kabiliyetini güç olarak tanımlamaktadır. (Aydoğan, 2011, s. 4). Steve Lukes (2005) ise güç kavramına ilişkin bir tanım sunarken, aktörlerin arasında çıkan menfaat çatışmalarının gerekli bir etken olmadığını savunmaktadır. Bu nedenle Lukes'un açısından, gücün kullanımına ilişkin en etkili yol, aktörler arasındaki güç ilişkileri içinde çatışmanın yaşanmadığı ve gücün uygulandığı aktörünün direnciyle karşılaşmadığı durumlardır (s. 27). Bu doğrultuda Lukes gücü üç boyut ile sınıflandırmıştır: Birinci boyut, güç unsurunun gözlemlenebilme özelliği üzerinde durarak birbirleriyle ilişkili durumların neden ve sonuç ilişkisini açıklar. Bu yaklaşımda güç, aktörlerin davranışlarının arasında kurulan ilişkiler vasıtasıyla açıklandığından ilişkisel yaklaşım olarak adlandırılmaktadır (Özdemir, 2008, s. 119). Buradan da anlaşılabileceği üzere, Lukes'a göre diğer aktörlerin davranışlarında değişikliğe gidebilmek için kullanılan ikna yöntemi bir güç unsuru şeklinde değerlendirilemez. Çünkü ikna sırasında davranışları değişime giden aktörler durumu çıkarlarına uygun görmüş ve bu nedenle de davranış değişikliğine gitmiş olabilirler. Dolayısıyla Lukes'un ilişkisel sınıflandırmasında çıkarların söz konusu olduğu bir durumda gücün belirleyici unsuru ikna değil, çıkarlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer bir ifadeyle burada gücün ölçütü tercihlerden ziyade çıkarlardır. Gücün ikinci boyutunda, gücün gözlemlenemeyen yönlerini ve uygulamalarını göstermeye yönelik çabalar yer almaktadır. Burada aktör üzerindeki direkt etki, kararların alınması sürecine katılım gibi bariz yöntemlerin yerine, göze batmayacak şekilde gündem belirlenmesi gibi kolaylıkla gözlemlenemeyecek yöntemlerin varlığına atıfta bulunmaktadır. Bu nedenle ikinci boyutta, gündemdeki konuların kontrolü ve bu konuların belirlenmesi, tartışma yaratacak durumların sınırlandırılması, bir grubun menfaatine çalışan veya bu grup için çeşitli faydaların yaratılacağı ayrıcalıktan faydalanma gibi basit bir şekilde gözlemlenemeyen yöntemlerden söz edilebilir (Bachrach & Baratz, 1962). Üçüncü boyutta ise ifade edilen en önemli unsur, yalnızca gündemin kontrol edilmesi ve sınırlandırılmaması, aynı zamanda diğer aktörlerin seçimlerinin de biçimlendirilmesidir. Diğer boyutlardan değişiklik göstererek üçüncü boyutta gücün sadece ilişkisel boyutuna vurgu yapılmaz. Çünkü bu boyutta kurumsalcı ve gelenekselci olgulardan beslenen yapısalcı bir görüş şeklinde de ifade edilir. Uluslararası sistemdeki yapı gereği bazı unsurlar aktörlerin davranışlarını belirlemeye odaklıdır. Bu üç boyuttan da anlaşılabileceği üzere, herhangi bir aktörü incitmeden ve direnç göstergesiyle karşılaşmadan kullanılan gücün, çatışmaların veya anlaşmazlıkların yaşanmadığı güç eylemlerinin etkili bir usul olduğu düşüncesi belirmektedir. Güç

kavramının kullanılması ile amaçlanan caydırıcılık, bu üç boyutta zorlama olmadan da kazanılabilir.

20. yüzyıl itibari ile uluslararası örgütlerin ve kuruluşların sayılarında artış yaşanmaya başlanması, medya araçlarının küresel ölçekte faaliyetler sürdürür hale gelmesi ve akabinde 21. yüzyıl başlarından itibaren üniversite, sosyal medya, sivil toplum kuruluşları gibi aktörlerin daha etkin olması sonucunda Uİ’de güç kavramı çok daha fazla önemli hale gelmiş ve güç kullanımı yöntemleri değişiklik göstermeye başlamıştır. Böylece, sert güce başvurmadan ulusal ve uluslararası alanda etkin diplomasiye sahip olmak mümkün hale gelmiştir (Güven, 2020, s. 2).

Uluslararası sistemde en önemli aktör olan devletler sahip oldukları güçlerin boyutlarına göre bu sistemde yerlerini almaktadırlar. Devletler, uluslararası sistem içerisinde meşruiyetlerini korumak ve devam ettirebilmek için çeşitli güç unsurlarına sahip olmak zorundadırlar. 21. yüzyıl dünyasında ise bir devletin güçlü veya güçsüz şeklinde sınıflandırılması, bu devletin elde ettiği milli güç faktörlerinin değerlendirilmesi ile mümkündür. Bu unsurlar arasında ülkenin jeopolitiği, doğal kaynakları, endüstriyel ve askeri kapasitesi, ekonomisi, nüfus ve diplomatik yapısı yer almaktadır. Bu unsurlar ise sert, yumuşak ve akıllı güç kavramlarının oluşumuna hizmet etmektedirler.

2.2. Yumuşak Güç

Soğuk Savaş’ın sonuna kadar askeri güç ve kabiliyetlerden neredeyse tek etkili güç tanımı şeklinde bahsedilirken 21.yüzyılda, yani küreselleşme ve bilgi çağında bu etkililik kamuoyunu şekillendirebilme, cezbetme ve ikna etme yeteneğine doğru evrilmeye başlamıştır. Bilgi çağında uluslararası örgütlerin çoğalmasıyla birlikte sivil topluma verilen önem artmış, ulusal ve uluslararası kuruluşların varlığı artış göstermiştir. Neoliberalleşmenin de etkisiyle küreselleşme, medya ve iletişim organlarının gelişmesi ve uluslararası hukukun ülkeler arası ilişkilerde düzenleyici bir aktör olarak karşımıza çıkmasına neden olmuştur. Böylece devletler, uluslararası sistemde meşruiyetlerini ve prestijlerini artırmaya yönelik politikalar izlemeye başlamıştır. Bu politikaların genel adı “yumuşak güç” olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yumuşak Güç (*soft power*) kavramını, 1990 yılında Uİ disiplininde ilk olarak Joseph S. Nye kullanmaya başlasa da Amerika’da gerçekleşmiş olan 11 Eylül 2001 terör eylemlerinin ardından özellikle akademisyen ve politika yapıcılar tarafından sıklıkla dile getirilen bir kavram olmuştur (Akbaş & Tuna, 2012, ss. 5-6). Nye (2004b) yumuşak gücü “başkalarının davranışlarını cezbetme yoluyla ve zorlama olmadan ikna kabiliyetlerine dayanarak istediğimiz yönde etkileyebilme kapasitesi” olarak tanımlar. Daha spesifik olarak Nye, yumuşak gücü başkalarının davranışlarını kendi çıkarlarımız doğrultusunda etkileyebilme yeteneğine verilen isim olarak tanımlamıştır. Buna göre uluslararası sistemin çok kutuplu yapısı, devlet dışı uluslararası kuruluşların ve yazılı-görsel medyaların yükselen etkisiyle ve askeri kabiliyetin geri plana atılmasıyla klasik orduların etkinliğinin azalmaya başlaması bilgi çağında sert güç kavramının öneminin azalmasına yol açmıştır (Nye, 2003, ss. 10-11). Nye tarafından ele alınan bu bakış açısı kısmen doğru olsa bile günümüz siyasetine bakıldığında, Çin-ABD gerilimi, Filistin-İsrail, Rusya-Ukrayna savaşı, Kuzey ve Güney Kore’nin nükleer konuşlandırmaları gibi olaylar sert güç kavramının öneminin azalmadığını göstermektedir. Ancak küreselleşmenin etkisiyle gelişen iletişim ve ulaşım ağı yumuşak gücün etkisinin, bu gücü kullanan ülke tarafından diğer ülkelerde kolaylıkla sirayet edebileceğini de göstermektedir.

Yumuşak gücün kullanımında birçok unsurdan faydalanılmaktadır. Bir ülkenin kültürü, eğitim seviyesi, sanatı, mimarisi, tarihi, ekonomik gelişmişliği, teknolojik yatırımları, dış politika faaliyetleri, demokrasi anlayışı, insan haklarına verdiği önem ve diplomatik becerileri yumuşak gücü oluşturan önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Bu unsurları bünyesinde barındıran bir ülke yumuşak güce sahiptir denilebilir; ancak unutulmamalıdır ki bu unsurlara sahip olan devletler doğru politikalarla ve uluslararası markalaşma yöntemleriyle bahsedilen unsurları yumuşak güce dönüştürebilmelidir. Nye, ülkelerin klasik güç araçlarını (siyasi ve ekonomik) kullanarak uluslararası toplumda hedeflediklerini elde edebildikleri eski siyasal düzlemi tek boyutlu olarak tanımlamıştır. Ancak, Nye günümüz dünya siyasetini çok daha farklı tanımlamakta ve bugünkü dünya siyasetini çok boyutlu olarak ifade etmektedir. Buna göre, hegemonya konularının konuşulduğu askeri güç, düzlemin en üstünde yer alırken bu düzlemin ortasında çok kutupluluktan bahsedilebilecek ekonomik güç yer almakta ve düzlemin en alt katında terörizm, salgın hastalıklar, iklim değişikliği, devlet-dışı aktörler sıralanmaktadır (2005, s. 17). Nye (2004a), “üç boyutlu satranç tahtası” olarak

kavramsallaştırdığı gücün boyutlarının en alt katında yer alan bu konularda güç elde etmenin, yumuşak güç sahibi olmakla gerçekleşebileceğini savunmaktadır. Nye, bir devletin dünya siyasetinde istediği yere ulaşabilmek için tehdit veya zorlama gibi sert güç unsurlarını kullanmak yerine gücün ikinci boyutunun kullanabileceğini vurgulamıştır. Bu noktada, yumuşak güce ulaşmak isteyen ülkelerin kendilerine sormaları gereken en önemli soru bunu nasıl başaracakları hakkında olmalıdır. İngiliz bir diplomat olan Anthony Parsons ise yumuşak gücün önemini vurgulamış ve bir ülkenin dili ve kültürüne hakim olduğunda, o ülkenin şehirleri, tarihi ve sanat eserleri, insanları tanınıyor ve ilgi duyuluyorsa, içgüdüsel olarak o ülkenin her koşulda desteklenmesinde de istekli olunacağını ve sözü geçen ülke yanlış bir şey yapsa dahi ağır yaptırımlar uygulanmasının istenmeyeceğini ifade etmiştir (“Global Britain”, t.y.). Bu doğrultuda, diğer ulus devletlerin halklarını, doğrudan sahip olunan bilgi ve kültür birikimi ile etkileyebileceğimiz gibi devlet-dışı örgütler, kurumlar ve topluluklar vasıtası ile de sözü geçen devletleri etkilemek mümkündür. Bilgi çağında yaşamamızın bir sonucu olarak devletin medya vasıtası ile kamuoyunu yöndendirebileceği ve kamuoyunun da istekleri doğrultusunda devlet kurumlarının etkileneceği belirtilmelidir.

Nancy Snow’a (2008) göre, yumuşak gücü kullanarak diğer ülkelerin üzerlerinde nüfuza sahip olabilmeyi amaçlayan ve bu amaca ulaşan ülkeler aşağıdaki durumları deneyimleyecektir:

1. Sözü geçen ülkenin kültürü ve düşünceleri zaman içinde baskın küresel kurallar olacak ve diğer ülkeler bu kuralları kabul etmeye başlayacaklardır.
2. Dünya üzerinde yaşanan gelişmeleri canlı olarak yayan küresel medyaya hükmetmelerini sağlayacak farklı iletişim ağlarını elde edeceklerdir.
3. İç ve dış tutumlar aracılığıyla geliştirilmiş ülke saygınlığına erişerek uluslararası meşruiyetlerini pekiştireceklerdir.

2.2.1. Yumuşak Güç Unsurları

Nye’a göre sert gücün unsurları, askeri teçhizatlanmayı hesaplayarak veya asker sayısına bakarak kolayca ölçülebilmektedir. Ancak yumuşak güç unsurlarının sınıflandırılması ve bir aktörün yumuşak güç unsuru olarak kabul edilip edilmemesi çetrefilli bir konudur. Bu nedenle Nye’a göre, yumuşak güç unsurları kültürel, ideolojik

ve kurumsal aktörlerden meydana gelmektedir. Nye, yumuşak güç unsurlarını, bir ulusun yaşadığımız dünyayı şekillendirmesi ve kuralları belirlemesi için yardım eden olası varlıklar olarak görmektedir. Bu doğrultuda, eğer devletler güçlerini diğer devletler nezdinde ve uluslararası arenada meşrulaştırabilirlerse daha az tepkiyle karşılaşabilir. Dahası, ülkenin sahip olduğu kültürel yapısı, ideolojisi ve kurumsal politikaları cazip hale getirilirse, diğer taraftakiler bu ülkenin isteklerini yerine getirirken daha fazla istekli olur (2004a). Bu üç unsur incelendiğinde, devletlerin dış politikalarındaki etmenler gibi iç politikalarının da uluslararası aktörlerin prestijine etki eden dikkate değer bir unsur olduğu görülecektir (Demir, 2012, s. 24). Demokrasinin hüküm sürdüğü, hukuk devleti olan, insan haklarına saygılı, iklim ve çevre konularında hassasiyet sunan, uluslararası insani yardımlarıyla tanınan bir ülkenin prestiji, uluslararası arenada kendisini gösterecektir. İnsan haklarına saygı, demokratik yönetim ve hukuk devleti olmanın gereklerini yerine getirmek gibi uygulamaların hepsi de iç politikanın bir yansıması olarak dış politikaya tesir etmektedir. Yumuşak güce etki eden bir diğer unsur olan kültür, kamuoyu üzerinde etkilidir. Nye (2004b), ülkelerin kültür birikiminin, evrensel değerleri kapsadığında ve insanlığın tamamına seslenebildiğinde, oluşturduğu çekicilik nedeniyle, istenilen sonuca ulaşabilme ihtimalini artırabileceğini savunmaktadır. Bu nedenle film ve müzik endüstrisinin, sanatsal aktivitelerin ve ülkenin tarihi birikimini ön plana çıkartan çalışmaların kültürün yayılmasını sağlayan en önemli faktörler olduğu kanısına ulaşılabilir.

Yumuşak gücün analizini kapsamlı bir çerçeve içerisinde gösterebilmek için altı önemli maddeyi incelemek faydalı olacaktır (2019, Şubat):

- 1) Söz konusu ülkenin teknolojik yani dijitalleşen zemini ve diplomasideki kabiliyetleri,
- 2) Ülkenin, kültürel ve yüksek vasıflı kültürel menfaatlerine küresel erişebilirlik ve cazibesinin kapsamı,
- 3) Ülke ekonomik yapısının cazibesi ve inovasyon kapasitesi,
- 4) Söz konusu ülkenin beşeri varlığının boyutu, öğrenciye burs desteğinin verilmesi ve yurtdışı eğitimi almayı ve dil öğrenmeyi hedefleyen kişiler için cazibesi,
- 5) Uluslararası diplomasideki bağlantılarının gücü ve küresel katılımı, çevre konularına hassasiyeti ve sürdürülebilir kalkınmadaki payı,

6) Özgür irade, hukukun üstünlüğü, demokratik ilgi ve siyasi kurumların yeterlilikleri

Yukarıda sıralanan maddeler, yumuşak güç unsuruna sahip olmak isteyen ülkelerin bünyesinde barındırması gereken özelliklerdir. Ayrıca bu özellikler yumuşak gücü oluştururken aynı zamanda ülkenin yumuşak güç kapasitesini de artırmaktadır. Bu nedenle pozitif yönlü bir döngü içerisinde bu özellikler, söz konusu ülkenin cazibe kaynaklarını beslerler. Ancak yumuşak güç unsurlarını kontrollü bir şekilde kullanmak zordur. Çünkü birçok önemli yumuşak güç unsuru devletlere bağlı olmayıp devlet-dışı aktörler tarafından üretilmektedir. Dahası, sert güç kadar direkt etkiye sahip olamadığı ve yansıma bir güce sahip olduğu için yumuşak gücün etkisini göstermesi bazen yıllar alabilir, hatta beraberinde başarıyı getirmeyebilir (Nye, 2003, s. 100).

Lee Geun (2005), yumuşak gücü bir ülkenin fikri, imajı, eğitim olanakları, kültürü gibi kaynakları kullanarak oluşturduğu etki-tepki alanı olarak ifade etmektedir. Lee'ye göre, ülkelerin sahip olduğu yumuşak güç, diğer ülke vatandaşlarını askeri gücün kapasitesinden daha çok, ülkelerin öncelikle eğitim sistemi, kültürel değerleri vs. daha cazip unsurlarla cezbedebilme ve bu vatandaşlarla temelleri bu unsurlara dayanan ilişkiler tesis edebilme yeteneğidir. Başka bir ifadeyle, farklı ülkenin insanlarını, o ülkeden korkmaya ya da çekinmeye değil, o ülkeyi örnek almaya ve sevmeye teşvik eden ve hükümetten hükümete değil de kültürden insana, insandan insana, devletten insana ve devlet-dışı kuruluşlardan insanlara bir ilişkinin ürünü olduğunu göstermektedir.

Popüleritenin ve kısa süreli ortaklıkların geçici etki sunması, sürdürülebilir ortaklıkların ve uluslararası kurumların değerini daha da belirginleştirmektedir (Aydoğan, 2011). Bu nedenle devletler yumuşak güç potansiyellerini artırmak için devlet-dışı aktörlerle işbirliği yaparak ülke markalaşmasını uluslararası alana yaymak istemektedirler. İlerleyen bölümlerde de ele alınacağı üzere örneğin, Güney Kore hükümeti Samsung gibi kurumsal ve uluslararası itibara sahip olan devlet-dışı aktörlerle işbirliği yaparak popüler kültürünü tüm dünyaya tanıtmaktadır (Rise of K-Pop – How did K-Pop Become Popular, t.y.). Merkezi Amerika'da bulunan düşünce kuruluşu Rand Şirketinde çalışan Arquilla, Ronfeldt, Barnes, Williams ve Christian'a (1999) göre, yaşadığımız bilgi çağında güç, yalnızca etkili savunma mekanizmalarından değil aynı zamanda güçlü ortaklıklardan ve işbirliklerinden de gelecektir. Nye' a (1990) göre ise işbirliği kurarak paylaşılan beceriler zaman geçtikçe ortak bakış açıları ve ilgi alanları

yaratır ve böylece yeni tehditlere karşı veya potansiyel tehdit unsurlarına karşı mücadele gücünü artırır. Bu nedenle yumuşak gücün cezbetme unsurunu yalnızca geçici bir popüleriteye düşürmek birçok önemli kavrayışı gözden kaçırmamıza neden olur.

Son yıllarda devletlerin uluslararası arenada etkili olabilmek için hem yumuşak güç hem de sert güç kaynaklarını seferber ettikleri görülmektedir. Devletlerin takip ettikleri bu politika “akıllı güç” olarak bilinmektedir. 2003 yılında Nye tarafından geliştirilen bir kavram olan akıllı güç, sert güç unsurlarını yumuşak güce özgü eylemlerle uyumlu ve genellikle incelikli bir şekilde birleştiren, daha etkili ve başarılı sonuçlara olanak tanıyan akıllı politikaların benimsenmesini gerektirir (Nye, 2007). Günümüz dünyası bilgi ve teknoloji çağına tanıklık ettiği için geleneksel yöntemler giderek anlamsızlaşmaya başlamıştır. Bu açıdan bakıldığında Nye, devletlerin yalnızca sert gücü veya yumuşak gücü tek başına uyguladıklarında hiçbir netice elde edilemeyeceğini vurgulamakta ve iki güç kaynağının akıllıca koordine edilmesiyle daha fazla başarı elde edilebileceğini savunmaktadır. Nye, orduların devletleri yok etmek için kullanılabileceğini, ancak devletlerin ideolojileriyle çatışmak için orduların tek başına işe yaramayacağını, bu nedenle iki gücün birlikte yaşayabilirliğini konuşmanın daha doğru olacağını savunmaktadır (Hertzberg, 2009). Buradan da anlaşılacağı üzere, Nye uluslararası arenada yalnızca yumuşak güce veya sert güce başvurarak devletlerin başarı elde edemeyeceğini iddia etmektedir.

Bir sonraki bölümde, kamu diplomasisi kavramı ele alınacak olup çalışmanın çerçevesini oluşturacak olan kamu diplomasisinin yumuşak güç ile ilişkisi incelenecektir. Ancak kamu diplomasisine geçilmeden önce diplomasi tarihesine kısa bir giriş yapılacaktır.

2.3. Diplomasi Kavramının Uluslararası İlişkilerdeki Yeri ve Kamu Diplomasisi

Küreselleşen dünyanın giderek değişmesi ve uluslararası bağlantıların güçlenmesi, yeni devlet-dışı varlıkların oluşması ve farklı çıkar alanlarının meydana gelmesi, devletler arasındaki ilişkilerin güçlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Bu ortamın oluşması için en güçlü araçlardan birisi olarak karşımıza kamu diplomasisi çıkmaktadır. Devletlerin diplomatik amaçlarını pekiştirdiği ilişkiler ve diplomatik deklarasyonlar gibi geleneksel diplomasi yöntemlerinin yanı sıra kamu diplomasisi faaliyetleri, uluslararası ilişkilerde etkili bir araç olarak uygulanmaktadır (Kocabıyık,

2019). Günümüz uluslararası ilişkiler dünyasında önemli bir yere sahip olan kamu diplomasisi kavramını açıklamadan önce diplomasi teriminin ne anlama geldiğini açıklamak yerinde olacaktır.

Dünya tarihinde kökeni sözlü döneme dayanmakta olan diplomasi, devletlerin karşılıklı yaşadığı veya yaşayabileceği problemlerin çözümü ve devletler arasındaki temasların güçlendirilebilmesi için doğmuştur. Bu nedenle diplomasi kavramının varlığı sözlü olarak insanlık tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. Diplomasi kavramının kökeni ile ilgili açıklamalardan ilki eski Yunan dilindeki, “çift veya iki kat” anlamına gelen “diplos” veya “iki yan ya da iki taraf” sözcüklerinden geldiği bilinmektedir (Özcan & Çınar, 2014). Diplomasi kelimesi Oxford Sözlüğünde “uluslararası ilişkilerin müzakereler yoluyla ilerletilmesi, bu ilişkilerin ise büyükelçi ve elçilerle yürütülmesi yöntemi ve sanatı” (diplomacy noun—Oxford Learner’s Dictionaries, t.y.) olarak ifade edilirken, Britannica’da “uluslararası ilişkileri başlıca müzakere teknikleri ile yürütme sanatı” olarak tanımlanmıştır (Diplomacy| Definition, Meaning, Types, & Examples| Britannica, t.y.). Diplomasinin diğer bir tanımı; “devletler arasında barışçıl ilişkilerin hükümet görevlileri ve yetkili aktörler aracılığıyla icra edilmesi” şeklindedir (Hamilton & Langhorne, 1995). Diplomasi aynı zamanda siyasi bir eylem olarak tanımlanarak gücün önemli bir unsurunu oluşturmaktadır (Berridge, 2015). Çünkü günümüz dünyasında ulus devletler diplomasi aracılığı ile birçok siyasi eylemlerini pekiştirmekte ve bu siyasi eylemler neticesinde de koşullara uygun diplomasi politikaları izlemektedirler.

Diplomasi, 21. yüzyılda yalnızca devletlerin dış politikada hedeflerine ulaşabilmek için takip ettiği bir misyon değil, aynı zamanda ülke vatandaşlarının ve devlet dışı kuruluşların da aktör vasfıyla katıldıkları bir yapıya evrilmiştir. Birinci Dünya Savaşından sonra ise eski diplomasinin yerine, “yeni diplomasi” devlet görevlilerinin tuttuğu notların ötesinde, gazete, radyo ve televizyon gibi yazılı-görsel medyanın baskın hale geldiği bir karar alma sürecini oluşturmuştur (Tiedeman, 2005).

2.3.1. Geleneksel Diplomasiden Modern Diplomasiye

Ülkelerin politik, ekonomik ve sosyal anlamda birbirleriyle iletişim içinde olması, diplomasiye dış politikada hatırı sayılır bir değer kazandırmaktadır. Diplomasi

uygulamalarının en önemli görevi, dış ilişkilerle alakalı meselelerde yaşanan problemlerin barışçı uygulamalar ve görüşmelerle çözümlendirmektir (Daban, 2016). Bu nedenle “diplomasi” kelimesinin sıklıkla karıştırıldığı kavram “dış politika”dır. Dış politika, bir ülkenin diğer ülkelerle ilişkisinde takip edeceği esas yöntemleri işaret ederken diplomasi kavramının da misyonlarını ve ödevlerini hazırlar. Öte yandan diplomasi, dış politika unsurlarının uygulanmasına ilişkin araçların ve yöntemlerin tamamını kapsar (Tuncer, 1984). Öte yandan diplomasi, eski dönem diplomasi ve yeni dönem diplomasi olmak üzere ikiye ayrılabilir. Eski dönemdeki diplomasi Antik Yunan ve Mısır, Roma ve Hititlerin arasındaki diplomatik gelenek olarak bilinirken, yeni dönemdeki diplomasi 17. ve 18. yüzyıl zamanında çıkan modern diplomasi şeklinde ifade edilebilir.

Diplomasinin tarihi uzantısının toplulukların karşılıklı etkileşime geçtiği yazılı devirden de eskiye uzandığı kabul edilse bile, tam anlamıyla ilk temasların savaşlar nedeniyle oluşturulduğu düşünülmektedir. Asıl niyet savaşlara ve gerilimlere kısa süreli aralar vermek, ihtiyaç sahiplerine el uzatmak ve barışçıl müzakereler yapmaktır. Bu müzakerelerin yürütülmesi, ulaklar (elçi) aracılığıyla sağlanmış ve bu uygulama diplomasi tarihinde ilk örnek olarak kabul edilmiştir (Drinkwater, 2005). Bu statü kapsamında ulaklar tanımlayıcı semboller taşımış ve topluluklar arasında kurulan temaslar de ilk olarak ticaret ve evlilik yoluyla farklı alanlarda yayılmaya devam etmiştir (İskit, 2007). İlerleyen süreçlerde Hindistan, Çin ve Mısır’da uygulanan eski geleneğe sahip olan diplomasi, Yunanlılar tarafından geliştirilen ve diplomatik personel için dokunulmazlık kavramını da yaratan resmi bir yöntem haline gelmiştir. Orta Çağ’daki gerileme ve Rönesans’taki bir canlanmanın ardından, diplomasi ulus-devlet sisteminde en yüksek gelişme dönemine ulaşmış ve 1815’te Viyana Kongresi’nde emsal ve usul kuralları resmileştirilmiştir (Lentner, 1997). Bu durum, dünya değişikçe diplomasinin de doğrudan veya dolaylı olarak etkilendiğinin göstergesi olmaktadır.

Diplomasi alanında çalışma yapan yazarlar, uluslararası ilişkilerde 15. yy ve I. Dünya Savaşı arasındaki dönemde yürütülen diplomasiye “eski diplomasi” adını vermişlerdir. Bu süreçte diplomasi araçlarını uygulayan aktörler yalnızca devletler olmuştur. Dahası, uluslararası siyaset genel hatlarıyla Avrupalı devletler aracılığıyla oluşturulmaktaydı. Devletler arasındaki iletişim ağının sağlam devam ettirilmesi ise sürdürülebilir ve örtülü olmalarıyla mümkün kılınmaktaydı (Hüner, 2009). I. Dünya

Savaşı'nın ilk yıllarındaki diplomasinin, gizlilik prensibine uyarak sürdürüldüğü bilinmektedir. Bununla beraber, savaş dönemindeki anlaşmaların çoğunda eski dönem diplomasisinden daha farklı metotlar da kabul edilmiştir. (İskit, 2007).

Modern diplomasinin kökenleri genellikle Rönesans'ın başlarındaki Kuzey İtalya eyaletlerine kadar uzanmaktadır ve ilk elçilikler 13. yüzyılda kurulmuştur. Öncelikli olarak diplomatik etkinliğin önemli unsurlarından biri olan temsilin, yalnızca egemen ülkeler arasında olabileceği düşüncesi savunulmaya başlanmıştır. Öyle ki, ilk büyükelçilik uygulamaları bu şehir devletlerinin uygulamalarıyla başlamış ve yerleşmiştir. Elçilik kurumunun ortaya çıkışı, modern diplomasiye geçişin ilk adımlardan birisi olarak kabul edilmektedir. Bu açıdan, Rönesans'ın ve diplomasinin ilişkisinin misyon ve süresi bakımından devamlılık kazanması için sürekli diplomasinin esas kurumu olarak mukim büyükelçilik kavramı oluşmuştur (Anderson, 1993).

Büyükelçilik kavramının Avrupa'da yaygınlaşması, Kuzey İtalya'da yer alan devletlerin, Batı'da yer alan diğer önemli ülkelere gönderdiği büyükelçilere Avrupa devletlerinin yanıt vermesi ile gerçekleşmiştir. İlk örneğini gördüğümüz bu küçük siyasi temsilciler, ülkelerini temsilen gittikleri devlet hakkında bilgi toplama, rapor hazırlama ve ittifak sağlama gibi fonksiyonları ile birlikte, temsiliyet görevini üstlenerek kesin yetkiye sahip oldukları seviyeye ulaşmaları için 16.yy ortalarına kadar beklemleri gerekmiştir (Diplomasi Tarihi – Medeniyet Ufku, 2019). Diplomasi tarihinin gelişmesine etkili bir şekilde katkı sağlayan bir diğer olay, 1648'de imzalanan Vestfalya (Westphalia) Anlaşmasıdır. Ulus devletlerin oluşumunu sağlayan Vestfalya ile uluslararası ilişkilerin ve ulus-devlet diplomasisinin de başlangıç tarihi atılmıştır (Daban, 2016). Uluslar (ve kullanılan uygun diplomatik rütbelere) arasındaki öncelik konusundaki anlaşmazlıklar, büyükelçi rütbesinin norm haline geldiği II. Dünya Savaşı'ndan sonra bir yüzyıldan fazla sürmüştür (Sayın & Sayın, 2013). Günümüz siyasetinde, sürekli diplomasi uygulamalarının yanı sıra ad hoc diplomasisi uygulamalarının da çeşitli şekillerde kullanıldığı görülmektedir. Ülkelerin karşılıklı kurdukları ilişkinin siyasi, ekonomik ve kültürel varyantlarla şekillenmesi nedeniyle ve bu varyantların sürdürülebilmesi adına diğer ülkelere diplomatik kurullar yollanmaktadır. Bu yöntem kullanılarak yürütülen diplomasiye “ad hoc diplomasi” denilmektedir (Tuncer, 1984). Yine aynı şekilde, ad-hoc diplomasisine de öncelikle İtalyan devletlerinde tanık olunmuştur. Öte yandan, diplomasinin uygulanabilir bir alan

elde ettiği ilk zamanlarda tek yönlü bir iletişim tarzından bahsedilirken değişen uluslararası sistem ve dünya düzeniyle beraber yeni türler edinerek çeşitli tamlayanları bünyesine dâhil etmiştir. (Yıldırım, 2021). Diplomasinin bu türevleri arasında yer alan “kamu diplomasisi” ise bu çalışmanın ana merceğini oluşturmaktadır.

2.3.2. Kamu Diplomasisi

Uluslararası siyasette ülkelerin diğer ülkelerle olan ilişkileri esasına dayalı olarak oluşturulan geleneksel diplomasi, koltuğunu bir devletin diğer bir devletle kurduğu ilişkisinin yanı sıra bu ülkenin vatandaşlarıyla da etkileşim sağlamaya dayanan bir diplomasi çeşidine vermiştir. Yeni bir tür olarak bahsedilen bu diplomasi çeşidi, Uİ literatüründe “kamu diplomasisi” şeklinde yerini almıştır. Uluslararası ilişkilerde geleneksel diplomasiden modern diplomasiye evrilmede, iletişim ağının güçlenmesine ek, küreselleşmenin de müdahil olması önemli bir etken olmuştur. Yeni diplomasiye geçiş döneminde dikkat çeken en önemli unsurlardan biri ise devletlerarası karşılıklı bağımlılığın artmasıyla dünya politikasına yön veren devlet-dışı örgütler, uluslararası ve bölgesel kuruluşlar gibi yeni aktörlerin varlığı olmuştur. Küreselleşen dünyada özellikle büyük devletler, uluslararası arenada söz sahibi olmanın, sadece savaşta galibiyet elde etmekten veya küresel ekonomiye yön vermekle elde edilemeyeceğini idrak etmiş ve uluslararası kamuoyunu etki altına almanın gerekli bir adım olduğuna karar kılmışlardır. Kamu diplomasisi terimi ise böyle bir ihtiyaç doğrultusunda yeni diplomasi aracı olarak uluslararası siyasette ve Uİ disiplinde yerini almıştır.

2.3.3. Kamu Diplomasisi Kavramsallaştırması

Kamu diplomasisinin en açıklayıcı tanımı kamuoyu oluşturmaktır. Kamuoyu kavramının Osmanlıcadaki karşılığı “Efkâr’ı umumiye” şeklinde kabul edilmektedir. Modern Türkçede ise “halkın fikri” anlamında kullanılmaktadır. İngilizce sözlüğünde ise “public opinion” anlamına gelen kamuoyu, ülke vatandaşlarının edindiği düşünce anlamında kullanılmaktadır (Akçay, 2014). Uluslararası ilişkilerde kamuoyunun etkisi gitgide artmakta ve bu nedenle de devletler gün geçtikçe daha fazla iç ve dış politika yapımında kamuoyunun tepkisini dikkate almaktadır. Bu nedenle siyasi arenada devletlerin, sert güçten ziyade cezbetme gücü ile birlikte gönülleri fethetmesi, halklar ile empati kurması ve bu halkların isteklerine sağduyu ile yaklaşması bir zorunluluk haline

gelmiştir. Meydana gelen bu zorunluluk, dış politikayı destekleyecek olan bu etkinlikler nezdinde devletleri kamu diplomasisi kavramını kullanmaya yöneltmektedir. KD kavramından, Uİ disiplininde ilk olarak 1965’te, Amerikalı eski diplomat Edmund Gullion bahsetmiştir. Gullion, KD kavramını şu şekilde tanımlanmıştır:

Kamu diplomasisi; dış politikanın düzenlenmesi ve yürütülmesi aşamasında, kamu tutumlarının etkilenmesi ile ilişkilidir. Kamu diplomasisi, geleneksel diplomasinin ötesinde yer alan Uluslararası İlişkiler boyutlarını, hükümetlerin diğer devletler üzerinde kamuoyu oluşturmalarını, özel grupların etkileşimlerini ve devletlerin bizzat kendilerinin ve diğer devletlerle olan ilgi alanlarını, dışişleri raporlarını ve bunların politikaya etkisini, diplomatlar ve dış temsilciler arasındaki iletişimi ve kültürlerarası etkileşim sürecini kapsamaktadır (Saraçlı, 2014, ss. 273-308).

Diğer bir deyişle, “bilgi ve fikirlerin uluslar-ötesi akışı” şeklinde ifade eden Gullion için kamu diplomasisi, “dış politikaların şekillendirilmesi ve yönetilmesi üzerindeki kamu tutumlarının etkilenmesini ele almaktır” (Sancar, 2012). Genel bir ifadeyle KD, “yabancı kamuoyu ile devletten halka etkileşim halinde kalma” olarak ifade edilmektedir. Efegil (2019), buradaki amacın söz konusu devletin kamuoyunu etki altına alarak, yabancı ülkenin davranışını ulusal çıkarları kapsamında değiştirmek olduğunu düşünmektedir. Bu noktada şu yorum yerinde olacaktır: Kamu diplomasisi, halkla ilişkiler çalışmasının ulus-aşırı bir şekilde ele alınmasıdır. Başka bir ifadeyle, bir ülkenin çok boyutlu çıkarları nedeniyle diğer toplumların fikirlerine nüfuz edebilmek için uyguladığı diplomasi türüdür. Öte yandan Hans Tunch (1990, s. 3) kamu diplomasisini, devletlerin kendi ulusunun politikalarını, ideolojilerini, düşüncelerini, kurumlarını ve değerlerini ulusal amaçlarla mevcut politikalarını diğer ülke halklarına aşılama hedefleyen bir iletişim süreci olarak tanımlamıştır. Nicholas J. Cull (2009) kamu diplomasisini, uluslararası bir aktörün, uluslararası alanı kamuoyuyla eşgüdümlü yönetmesi şeklinde tanımlar. Başka bir tanımlamada KD, ulusal bir devletin vatandaşlarından başka diğer ülke vatandaşlarına uyguladıkları etkileşimsel faaliyetlerdir. Bu vatandaşlar STK’daki temsilcileri, uluslararası kuruluşları, gönüllüleri, medyadaki kurumları ve ülkedeki bütün vatandaşları kapsayabilir (Pamment, 2012). Mark Leonard, kamu diplomasisi faaliyetlerinin asıl amacının, güçlü ilişkiler kurmak olduğunu savunmaktadır. Leonard’a göre, ülkelerin ihtiyaçlarını, değerlerini, insanların düşünce yapılarını anlamak; benzer çıkarlar üretmek kamu diplomasisindeki temel hedefler arasında yer almaktadır. Dahası KD, bir ülkenin prestijinin ve tanınırlığının, kişisel etkileşimler için elverişli bir zemin hazırlayabilecek

güce sahip olduğu düşüncesine dayanmaktadır (Leonard, 2002, ss. 8-9). KD için yapılan tanımlar incelendiğinde aslında hepsinin ortak bir noktası vardır. Bu tanımlara göre KD, strateji yaratabilen, politik bir etkileşim unsuru şeklinde görülmektedir. Bu stratejik iletişim, kültürlerarası etkileşimi beraberinde getirmektedir. Bu çalışmada ise genel anlamıyla Tunch'ın kamu diplomasisi tanımı benimsenmiştir. Çünkü bu çalışmada, hükümetlerin yanı sıra kurumların, ülke ideolojisinin ve değerlerinin de kamu diplomasisine etkisi ele alınacaktır.

Kamu diplomasisi terimine ihtiyaç duyulmasını gerektiren temel unsur, devletlerin diğer ülke vatandaşlarıyla iletişim ve etkileşim kurma isteği olmuştur. Öncelikli olarak kamu diplomasi teriminin kullanılmaya başlandığı yıllarda temel aktör hükümetlerdi. Ancak kamu diplomasisi gelişimi sürecinde devlet-dışı aktörlerin varlığının güçlenmesi kamu diplomasisi kavramına resmîyetten ziyade sivil bir anlam kazandırmıştır. Küreselleşmeyle beraber haberleşme ve ulaşım ağında katedilen ilerlemeler uluslararası alanda çok boyutlu ve çoklu aktörlerin varlığını gün yüzüne çıkarmaktadır. Bu doğrultuda, demokrasi, insan hakları, uluslararası işbirlikleri uluslararası ilişkiler sistemini sararken, kamuoyunun etkililiği ve kamuoyuna verilen önem de günden güne artmıştır. Güçlenen kamuoyu algısı nedeniyle de uluslararası arenada hükümetten hükümete bir ilişkinin yanı sıra kamuoyunun da önemli bir unsur olabileceği “hükümetten kamuoyuna” yöntemi benimsenmeye başlanmıştır. Böylece kamu diplomasisi önemli bir paradigma değişimi yaşamıştır. Dolayısıyla, hükümetler yalnızca kendi vatandaşlarına karşı değil, etkilemek istediği diğer ülke vatandaşlarına karşı da imaj kaygısı yaşamaya başlamıştır. Nye, her ne kadar diğer devlet liderleri ile iyi ilişkiler kurulsa da, halkın gözünde negatif bir algıya sahip olduğu takdirde, devlet liderinin faaliyetlerinin kısıtlanabileceğini ifade etmiştir. Bu nedenle, kamuoyu hedef alınarak yürütülen diplomasinin, liderler arasında yürütülen geleneksel diplomasiden çok daha önemli bir konumda olacağını vurgulamıştır (Nye, 2005).

2.3.4. Kamu Diplomasisinin Tarihçesi

Kavram olarak Uİ'de yakın dönemlerde görülmeye başlansa dahi KD faaliyetlerinin temellerinin 19.yy'a dayandığı söylenebilir. Nye, Prusya Savaşı'ndaki büyük yenilgisinden sonra sarsılan prestijini yeniden kazanmak için 1883 senesinde Fransa'nın Alliance Française kültür derneğini kurup dilini, kültürünü, edebiyatını yurtdışına taşıyıp Fransız diplomasisinin oluşumuna katkı sunduğunu belirtmiştir (2008,

s. 96). Özellikle Soğuk Savaş döneminin iki büyük gücü olarak karşımıza çıkan ABD ve Sovyetler'in işbirliği yapmak istedikleri ülkeleri yalnızca sert güç araçları ile baskı altına alarak yanlarına çekemeyeceklerini idrak etmeleri ve önceki yöntemlerden ayrı olarak dış politikadaki unsurları kullanmak istemeleri modern diplomasinin bir aktörü olan "kamu diplomasisini" UI disiplinine katmıştır. Bu nedenle, Soğuk Savaş döneminde, SSCB ve ABD arasındaki savaş, yumuşak güç üzerinde de etkisini göstermiş ve "düşüncelerin, kalplerin ve akılların savaşı" olarak da tanımlanan KD modern anlamda benliğini hissettirmiştir. Nye, TV ve sinema gibi görsel medya araçlarının, Berlin Duvarı'nın yıkılmadan çok daha önce, Batının modern kültürüne ve tüketimine ait imgelerin -Coca Cola gibi- uzunca bir süre aktarılmasının, çekiç ve buldozerlerle kıyaslanamayacağı tezini savunmuştur (s. 54). Daha önceden de bahsedildiği gibi, KD kullanımına Soğuk Savaş boyunca tanıklık edilmiştir (özellikle ABD'nin uluslararası yayıncılıkları, değişim programları, kültürel diplomasisi) (Aydınlı, 2022). Bu nedenle KD uygulamalarındaki evrimsel değişiklikler, öncelikli olarak farklı iki dönemlerde ve farklı isimlerle anılmaktadır. Birincisi genellikle Soğuk Savaş sürecinde uygulanan KD kavramını ifade eden "tek yönlü kamu diplomasisi" eylemleridir. İkinci dönemse "yeni kamu diplomasisi" şeklinde isimlendirilen ve savaş sonrası süreçte uygulanan diplomasi eylemleridir (Sancar, 2012, s. 83). Bir sonraki bölümde bu iki farklı dönemde faaliyet gösteren kamu diplomasisi türleri ele alınacaktır.

2.3.5. Geleneksel (Kamu Diplomasisi) ve Yeni Kamu Diplomasisi

KD, diplomasinin "dar ve sınırlı hükümetler arası kurulan ilişki" yorumunun ötesine geçtiği için geleneksel diplomasiden farklıdır. Bununla birlikte, kamu diplomasisi ne yeni bir diplomatik paradigmadır ne de hiçbir şekilde devlet temsilcileri arasındaki sağduyulu ve gizli diyalogun yerini almıştır. Ancak benzersiz olan, uluslararası sistemde kamu diplomasisinin iş başında olduğu ortamı dönüştüren yeni bir dinamiğin ortaya çıkmasıdır (Melissen, 2005). İkinci Dünya Savaşı bittiğinde, uluslararası asayişin ve istikrarın temin edilmesi için devletlerin birçok anlaşma içerisinde yer alma arzusunda olmaları, kamu diplomasisin kullanımının artmasını sağlamıştır. Savaş sırasında ulaşılamayan hedeflerin birçoğu, KD aracılığıyla güç elde eden ülkelere hedeflerine ulaşmaları için önemli faydalar sunmuştur (Erzen, 2012). Ancak ilerleyen zamanlarda, geleneksel kamu diplomasisi hedef ve çıkarların değişmesi, yeni aktörlerin uluslararası sisteme dahil edilmesi ile birlikte yeni kamu

diplomasisine doğru evrilmeye başlamıştır. Tiedeman'ın (2004, s. 4) farklı milletlerin hükümetleri arasında, siyasi ilişkiler geliştirmeleri şartıyla dış politikanın yürürlüğe girmesi şeklinde belirttiği ve gizli saklı yüksek zümredeki görevliler aracılığıyla uygulanan diplomasi, ulus-devletlerin yanı sıra uluslararası kuruluşlar, STK'lar ve hatta kişilerin de aktörler olarak uluslararası sistemde yerini almasıyla değişim yaşamıştır. Bilişim çağına girilmesi ile birlikte bilginin dağıtımı ve etkileşimi çok daha hızlı yaşanmaya başlanmış ve iletişim alanında kaydedilen ilerlemeleri devletler fırsata çevirmiştir. İletişim teknolojilerindeki bu gelişme, diplomasi uygulamalarının yöntemlerine de nüfuz ederek gelenekselci metotlar yerine yeni sektörlerin -popüler kültür endüstrileri gibi- diplomasiyi etkilemesine olanak sağlamıştır. Net bir tarih verilemese de 21. yüzyıl öncesi dönemde uygulan KD, teknolojik haberleşme unsurlarının günümüzdeki gibi gelişmiş olmaması ve çeşitlilik gösterememesi ve sonuç olarak küreselleşme olgusunu tam olarak tamamlamamış olması bu dönemki kamu diplomasisinin geleneksel olarak tanımlanmasına neden olmuştur. Geleneksel kamu diplomasisi Szondi (2008, s. 6) tarafından, devletlerin dış kitleyi hedef alarak “kalpleri ve akılları” fethetmek amacıyla iletişim halinde olmak şeklinde ifade edilmiştir. Szondi'nin yapmış olduğu bu tanım, kamu diplomasisin asıl hedef kitlesini vurgulamaktadır. Burada bahsedilen kalpleri ve akılları kazanılacak olan hedef kitle, bir devleti meydana getiren ve orada hayatlarını sürdüren vatandaşlardır. Ancak Szondi hedef alınan iç gruba yönelik KD etkinliklerini uygulayabilmenin yalnızca iki türlü muhtemel olabileceğini savunmuştur: iç hedef grubuna istinaden bu metotların amacı KD eylemlerini halka açmak ya da bu faaliyetleri dış politikaya tabi tutmaktır (s. 7). Öte yandan, geleneksel kamu diplomasisinin tanımlaması yapılırken özellikle iki durumun vurgulandığı görülür. İlk olarak, hedef ülkede bulunan halkın tamamını etkilemek ve ikinci olarak, hedef ülke halkının hükümetlerine karşı politika yapımında değişikliğe götürebilecek yeterlilikte bir baskı mekanizması yaratabilmek. Fakat bugünkü uygulama ve politikalardan hareketle kullanılacak bir KD tanımında, hedef ülkelerin hükümetlerinin odak noktası olarak görülmediği, fakat kamuoyu yaklaşımlarının biçimlendirdiği milli menfaatlerin veya dış politika amaçlarının kesin hedef haline geldiği bir uluslararası zeminin kurulmasının amaçlandığı görülmektedir (s. 24).

Günümüz küresel bilgi çağında, ulusal hükümetler, daha fazla şeffaflık ve işbirliği sağlamak için yalnızca diğer ulusal hükümetleri değil, çeşitli uluslararası aktörleri, resmi olmayan grupları ve kuruluşları da hedeflemenin önemini giderek daha

fazla idrak etmeye başlamışlardır. Kamu diplomasisi alanındaki bu tür bir genişleme, doğası gereği hükümetten hükümete odaklı olmaktan çok çeşitli sivil toplum unsurlarını kapsayacak şekilde bir genişleme olup uluslararası sistemde meydana gelen sürekli değişimin bir sonucudur. Teknolojik ilerlemeler ve ulusötesi terörizmin yükselişi bu değişimin itici güçlerinden birkaçıdır. Böylece kamu diplomasisi, diplomasi teşkilatının temel bir unsuru haline gelerek günümüzde geleneksel diplomasiden farklı şekilde yürütülmektedir (Melissen, 2005). Bu nedenle, yeni kamu diplomasisi çok farklı ve çeşitli kavramsallaştırma çabalarına maruz kalmıştır. Bu kavramsallaştırmalardan bazıları; “public diplomacy 2.0”, “hyphenated diplomacy”, “virtual diplomacy”, “net diplomacy”, “digital diplomacy” ve “relational public diplomacy” şeklinde kendini göstermektedir (Toker & Çağla, 2022). Bu tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere yeni kamu diplomasisi teknolojik gelişmelere bağlı olarak yapısal değişimler yaşamıştır. Kamu diplomasisi daha da kişiselleşmiş, saydam ve etkileşimlere hazır metotlar kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde KD faaliyetleri yürütülürken klasik medya unsurlarının yanı sıra, sosyal medya (facebook-twitter) aracılığıyla sunulan “bloglar” güçlü etkiler yaratabilmektedir. Kısacası, 21. yüzyıla gelindiğinde toplumlar, haberleşme teknolojisi ve Twitter, Facebook, Youtube, Instagram aracılığıyla gün geçtikçe güçlenen bir yapıda etkileşim içinde olmaya çalışmaktadırlar. Bu yeni sosyal medya araçları 20. yüzyıl ile kıyaslandığında düşünölmeyecek seviyede bir iç içe ilişkiyi sağlamaktadırlar. Yeni kamu diplomasisinin vermiş olduğu en önemli mesaj ise “ilişki inşa etme” şeklindedir. Bahsedilen ilişkinin bir tarafında uluslararası kurumların, STK’ların ve kişilerin olması, iletilmek istenilen mesajların en ulaşılmaz noktalara bile ulaşmasını sağlar (2009, s. 13).

Suh, kamu diplomasisinin geleneksel diplomasiye göre üç büyük değişimi temsil ettiğini düşünmektedir: İlk olarak, kamu diplomasisi hükümetler arası müzakerelerin ötesine geçerek yabancı kamuları da içine almıştır. Geleneksel olarak, hükümetler hedef ülkedeki en yüksek siyasi düzeydekileri ikna etmeye çalışmıştır. Ancak 1960’lardan itibaren hükümetler, kendi hükümetlerinden çok diğör ulusların insanlarını etkilemenin değerini fark etmeye başlamışlardır. İkinci olarak, hükümetler sözde “sert güç” araçlarını “yumuşak güç” araçlarıyla övmeye başlamışlardır. Sert güç varlıkları, askeri ve ekonomik yetenekleri ifade ederken, yumuşak güç varlıkları, bir ulusun değerlerinin çekiciliğini, kalkınma ve küresel etki açısından performansını, geleneksel ve çağdaş kültürünü içerir (Elfving & Hwang, 2013); bu yumuşak güç varlıkları, arzu ettiklerine

ulaşmak için yeterli sert güç kaynaklarına sahip olmayan orta güç ülkeleri için politik ve ekonomik hedeflerini başarmada özel bir öneme sahiptir. Bu lkeler için yumuşak güç araçları, diğerk ülkeler üzerinde etki yaratmanın alternatif araçları olarak hizmet edebilir. , kamu diplomasisi sivil vatandaşlar, özel şirketler ve sivil toplum kuruluşları (STK) gibi hem hkmete ait hem de hkmet dışı paydaşları içerir. Kamu diplomasisinde paydaş kavramı, kavramın ilk ortaya çıkışından bu yana 50 yıl önce önemli bir dönüşüm geçirmiştir. Başlangıçta hkmetler, amaçlarına ulaşmak için fikirlerini, ideallerini ve politikalarını yabancı toplumlara yaymaya çalışmışlardır. Ancak küreselleşme ve teknoloji, sosyo-politik ortamı değıştirdike kamu diplomasisi devlet dışı aktörleri de kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Bu gelişme, hkmetin rolünün azaldığı anlamına gelmemektedir. Lee ve Ayhan (2015, ss. 57-59), genel bir hkmet yönlendirmesi olmadan diplomasinin verimli bir şekilde yrtlemeyeceğine işaret etmektedir. Yani, yabancı kamuoyu nezdinde ülkelerinin algısının şekillenmesinde sivil toplum aktörleri yer alsa da, hkmetin yön vermesi, paydaşları koordine etmesi ve ilgili faaliyetleri teşvik etmesi gerekmektedir.

Öte yandan KD etkinlikliklerinin bugüne kadar ki değişim ve evrimini ele alan John Hemery (2005, s. 196), geleneksel kamu diplomasisinin bugünkü yeni KD şekline dönüşümünün nasıl gerçekleştiğini şöyle ifade etmiştir: “Kamu diplomasisinin günümüzdeki haline evrilmesinde etkili olan unsur, zengin ya da fakir tüm devletlerin kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmesinin nedeninin stratejik bir gereksinimden ziyade artık gerekli bir diplomatik etkinlik olmasıdır”. Bu nedenle eski ve yeni kamu diplomasisi arasında önemli farklar mevcuttur. Cull’un (2009, s. 14) eski ve yeni KD karşılaştırılması çalışmasında, bilişimsel açıdan gün yüzüne çıkan haberleşme araç ve gereçleri eski diplomaside radyolar, gazete ve kablolu telefonlardı. Ancak yeni KD bağlamında, akıllı telefonlar, laptoplar ve kablosuz ağlar gibi unsurlar söz konusu olmaktadır. Kavramsal bir erveden ele alındığındaysa geleneksel kamu diplomasisi yaklaşımında uluslararası saygınlık önemliyken, yeni KD yaklaşımında yumuşak gücün unsurları ve ulusal markalaşma daha da önem kazanmıştır. Aşağıdaki tabloda geleneksel ve yeni diplomasinin farkları açıkça belirtilmiştir.

Tablo 1: Geleneksel ve yeni diplomasinin farkları

	Geleneksel Kamu Diplomasisi	21. yy Kamu Diplomasisi
Ortam	Çatışma, gerilimler	Barış
Amaç	Hedef kitlelerde davranış değişikliği yaratarak politik değişim sağlamak	Ülkenin dışarıda politik ve ekonomik çıkarlarını yükseltecek uygun çevre ve olumlu izlenim yaratma
Strateji	İkna Kamuların idaresi	İlişki kurmak ve geliştirmek Kamularla kaynaşmak
İletişimin yönü	Tek yönlü iletişim Monolog	İki yönlü iletişim Diyalog
Araştırma	Çok az	Bilimsel araştırma, geribildirim değerlendirmesi
Mesajın içeriği	İdeolojiler Çıkarlar	Düşünceler Değerler
Hedef kitle (kamular)	Hedef ülkenin genel kamusu	Sınıflandırılmış kamular
Kanal	Geleneksel kitle iletişim araçları	Eski ve yeni kitle iletişim araçları
Bütçe	Kamusal kaynaklar	Kamusal ve özel ortaklıklar

(Kaynak: Yağmurlu, *Kamu Diplomasisi: Kuramlar ve Yaklaşımlar*, pptx)

Yeni dönem kamu diplomasisini eskisinden ayıran bir diğer önemli unsur, devletlerin dış politikalarının artık sadece barışın, güvenliğin ve istikrarın korunması hedefleriyle alakalı olmamakta, ayrıca sosyo-ekonomik olayları da içeren daha yumuşak hedefleri bünyesine almasıdır. Bu nedenle yeni kamu diplomasisine bakıldığında birçok alt dalının ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Özellikle Soğuk Savaş sonrası dönemde dünya yeni düzeni benimsemeye başlamış, teknolojik gelişmeler ivme kazanmış ve böylece 21. yüzyıl başı itibari ile diplomasi gerçek anlamıyla küreselleşmiştir. Devlet dışında çeşitli aktörlerin önem kazanması ile birlikte, müzakereler yalnızca ikili görüşmeler şeklinde değil de çok yönlü düzlemlerde gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Bu nedenle diplomasi alanında çalışmalar yapan bazı siyaset bilimciler, kamu diplomasisinin giderek önemli hale geldiği bu yeni dönemi, devletler arası karşılıklı ilişkilerinde güçlenmesi ile meydana gelen öteki neticelerle birlikte değerlendirerek “küresel diplomasi” şeklinde kavramsallaştırmışlardır (Tuncer, 2009, ss. 136-137).

Öte yandan Nye’a (2005) göre, 21. yy diğer dönemlerden farklıdır ve bu farkı yaratan esas unsur, sadece teknolojik gelişmeler değil, aynı zamanda uluslararası sistemdeki devletlerde değişen siyasetin edindiği yeniliklerdir. Günümüz dünyasında birçok ülke demokrasiyi benimsemiş de olsa, popülist rejimler de günümüz siyasetinde etkisini göstermektedir. Demokratik rejimler için kamuoyuna nüfuz edebilmek çok daha ciddi olan hedef ve politika haline gelirken popülist rejimi benimseyen ülkelerde diplomasinin yanı sıra, sert güç unsurları da önemli bir yere sahiptir. Ancak yine de

demokratik ülkelerin varlığı sayesinde devletler arası işbirlikleri ve devlet-dışı aktörlerin eylemleri diplomaside önemli bir yer tutmayı başarmıştır. Bu nedenle de geleneksel ve yeni kamu diplomasisi arasındaki farklar yalnızca gelişen teknoloji ile değil, aynı zamanda değişen konjonktür ve siyasi koşullar bağlamında da değerlendirilmelidir.

Signitzer ve Coombs, *Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Convergences* (1992, s. 140) adlı çalışmalarında diplomasi alanında geleneksel diplomasiden kamu diplomasisine doğru bir değişim olduğunu ifade ederken, kamu diplomasisi alanında ise katı yaklaşımlı okul (*tough-minded school*) ve esnek yaklaşımlı okul (*tender-minded school*) olmak üzere iki yapıyı bir ayırma değinmektedirler. Katı yaklaşımlı okul prensibinde, kamu diplomasisinin asıl amacının ikna ve propaganda gibi cezbedici yollarla yabancı vatandaşların davranış ve faaliyetleri üzerinde etki yaratabilmek olduğu savunulmaktadır. Diğer taraftan esnek yaklaşımlı okul prensibine göre, uzun dönemli menfaatlere ulaşabilmek için enformasyon ve kültür programlarına odaklanmak, bir tür karşılıklı anlayış ilişkisi geliştirmek önemli faaliyetler arasında yer almaktadır. Ancak Signitzer ve Coombs'a göre iki yaklaşımın sentezinin yapılması en doğru tercihtir. Diğer bir ifade ile katı yaklaşıma göre kamu diplomasisi, dış hedef kitleyi ikna yöntemi ile etkilemeyi amaçladığı için dış kitleyi siyasi gelişmeler ile bilgilendirme çalışmalarını radyo, televizyon, gazete ya da sosyal medya gibi kitle iletişim araçları vasıtasıyla kısa dönemli sonuçlar elde ederek yürütmektedir. Esnek yaklaşım anlayışında ise bilgi ve kültürel programlar aracılığıyla uzun dönemli ulusal amaçlar hedeflenmektedir. Böylelikle, karşılıklı bir etkileşim yaratılarak kamu diplomasisi kültürel işlevi olan bir araç olarak kullanılacaktır. Cull'un (2009) da ifade ettiği gibi kamu diplomasisi kavramı, spesifik bir zaman ve mekanın ürünüdür. Fakat Cull'a göre kamu diplomasisinin ilk ortaya çıktığındaki anlamı, kamu diplomasisinin geleceğini kısıtlamamalıdır. Günümüzde "Yeni Kamu Diplomasisinden" söz edilmekte, artık sadece bir hükümet bürokrasisi etkinlikleri değil de benzer taraflar arasında ilişkiler geliştirilmesi süreci dikkat çekmektedir. Bu açıdan bakıldığında Leonard, Small ve Rose (2005, s. 6) kamu diplomasisinin geleceğinin, geçmişinden daha farklı olacağını öngörmektedir. Öte yandan, bu yeni diplomatik dönüşümün iki temel özelliği mevcuttur. İlk olarak, iç politika ve dış politika arasında kesin bir çizgi çekmek artık neredeyse mümkün değildir. Çünkü günümüzde bir ülkedeki politik tartışmalar diğer ülke kamuoylarının da dikkatini fazlasıyla çekmektedir. İkinci olarak, kim olduğumuz

ile ne yaptığımız arasında güçlü bir ilişki bulunmakta, sahip olduğumuz kimliğimiz belirli faaliyetler ve siyasi tercihler ile geliştirilebilecek bir çevre oluşturmamıza olanak sunmakta ya da hasarlı bir çevre yaratmamıza yardım etmektedir.

Nye’a (2008, s. 99) göre, devlet-dışı uluslararası kuruluşların yeni iletişim ağlarını kullanmaktaki ve uygulamadaki esnekliği, yeni kamu diplomasisinin öneminin yükselişini sağlamıştır. Yeni kamu diplomasisi, artık yalnızca devletlerin dış politika hedeflerine ulaşmak için diğer ülke halklarıyla iletişim kurma süreçleri olarak tanımlanmamakta, aynı zamanda diğer ülkelerdeki sivil toplum aktörleriyle ilişki kurma ve hükümet-dışı aktörler arasında iletişim ağları geliştirmeyi de içermektedir. Bu anlayışa göre, devletler artık bu karşılıklı geliştirilen ağların denetleyicisi değil, geliştiricisi ve katılımcısı konumuna yükselmiştir. Bu nedenle, kamu diplomasisinin tek taraflı bir iletişim ağından iki yönlü bir diyaloga evrimi, halkları iletişiminin ortak yaratıcıları haline dönüştürmüştür.

Arthur Burns’ün ifade ettiği haliyle: “Herhangi iki devlet arasında gerçek anlamıyla birbirini anlamaya çalışma, temelde dışişleri bakanları ve büyükelçiler arasında değil de, halklar arasında kurulan ilişkinin niteliğine ve gücüne bağlıdır.” (Tuch, 1990, s. 1) Bu tanımlama, yeni kamu diplomasisinin genel ve ideal biçimini gözler önüne sermektedir.

2.3.6. Kamu Diplomasisinin Bileşenleri

Uİ disiplini bünyesinde kamu diplomasisi alanında çalışmalar yapan en önemli akademisyenlerden biri olarak kabul gören Cull (2009, ss. 17-22), kamu diplomasisinin beş önemli unsuru olduğunu iddia etmektedir. Bunlardan ilki ve en önemlisi “dinleme”dir (*listening*). Çünkü bir kamu diplomatının veya aracısının asıl görevi, dinlemektir. Bu faktör, dış politikanın oluşumunda uluslararası kamuoyunun etkisini ölçmekte ve oluşumu bu faaliyete göre şekillendirmektedir. Çünkü öncelikle hedef kitlenin ihtiyaçları ve ilgi alanları dikkatli bir şekilde dinlenilmeli ve bu ihtiyaçlara göre kamu diplomasisi politikaları şekillendirilmelidir. Diğer bir deyişle, dinleme faaliyeti, bir aktörün dış ülkelerdeki kamuoyları hakkında bilgi toplayıp bu bilgileri harmonize etmesi ve politikalarını oluştururken, bu verileri dikkate alarak hareket etmesini ifade etmektedir. İkinci bir diğer unsur “savunuculuk”tur (*advocacy*). Savunuculuk unsuru, bir aktörün dış ülkenin kamuoyunda belirli bir politika, ideoloji ya da bu aktörün kendi

çıkarlarını cazibeli hale getirmek için uluslararası iletişim faaliyetlerine başlamasıdır. Üçüncü unsur, “kültürel diplomasi”dir (*cultural diplomacy*). İlerleyen sayfalarda daha detaylı bir şekilde ele alınacak olan ve kamu diplomasisinin bir alt dalı haline gelen kültürel diplomasi, bir aktörün kültürel kaynakları ve başarılarının uluslararası basında ya da dış ülkelerde bilinmesini sağlaması ve dış dünyaya kültürel ulaşımı sağlamasıdır. Ancak bazı çalışmalarda, özellikle kültürel diplomasinin, kamu diplomasisi ile eş anlamlı olarak tanımlanması, ikisinin aynı şeyi ifade ettiğine yönelik bir yaklaşımın bulunduğunu göstermektedir. Fakat Cull’un kültürel diplomasiyi kamu diplomasisinin bir alt dalı olarak yerleştirmesi, daha doğru bir ifade yöntemidir. Dördüncü unsur “mübadele diplomasisi”dir (*exchange diplomacy*). Mübadele diplomasisi ise bir devletin vatandaşlarını belirli bir süre çerçevesinde diğer yabancı ülkelere göndermesi ve karşılığında bu yabancı ülkelerin vatandaşlarını kendi ülkesine kabul etmesidir. Burada dikkat çeken en önemli nokta, her iki tarafın da karşılıklı olarak faydalandığı bir öğrenme deneyimini sağlayan mütekabiliyet prensibidir. Avrupa Birliği’nin (AB) desteğiyle öğrencilerin Erasmus Programı adı altında karşılıklı anlaşmalar sonucu diğer ülkelere gidip eğitim alması bu konuda önemli bir örnek teşkil etmektedir. Ancak bu diplomasi türünü en etkili şekilde kullanan ülkelerden birisi Uzakdoğu ülkesi olan Japonya’dır. Japoncanın diğer ülke vatandaşları tarafından konuşulması, Japon kültürünün tanıtılması ve sahip olunan ileri seviye teknolojik gelişmelerin cezbedici gücünü göstermek istemesi, Japonya’nın birçok ülke ile değişim anlaşması yapmasına olanak sağlamaktadır. Öte yandan Gifford Malone (1998, s. 12): “Eğer kendi toplumumuzu ve politikalarımızı anlatmak ve bu politikaların anlaşılmasını istiyorsak öncelikli olarak iletişime geçmek istediğimiz ülke halkının kültürünü, tarihini, dilini ve değerlerini öğrenmeli ve özümsemeliyiz.” şeklinde düşünmektedir. Bu nedenle mübadele diplomasisi kamu diplomasisi açısından çok önemlidir. Kamu diplomasisinin beşinci ve son unsuru, “uluslararası yayımcılık”tır. Bu noktada anlaşılması gereken radyo, televizyon ve interneti kullanarak yabancı halkları etkilemektir. Özellikle yaşadığımız küresel teknoloji ve bilgi çağında, bu unsurun kullanımı oldukça yaygındır ve uluslararası yayımcılık sayesinde önemli geri dönüşler alınmaktadır. Bu unsurlar kamu diplomasinin gerek-yeter şartını oluşturmakla birlikte, bir ülkenin kamu diplomasisi faaliyetlerinde başarılı olabilmesinin temel aktörleridir.

Ancak kamu diplomasisinin rol oynayabileceği alanda, etkisi yine de bazı faktörlerden etkilenecektir. İlk olarak, bir ülkenin yükselen gücü ile diğer ülkelerin

yükselen gücü arasındaki kaçınılmaz yapısal çelişki önemli bir etki kırııcıdır. Bu faktörün kamu diplomasisinin etkisi üzerindeki olumsuz etkisi, Çin'in Japonya'ya yönelik kamu diplomasisi tarafından örneklendirilmektedir. Chicago'da yapılan Global View 2008 anketleri, Güney Kore, Endonezya ve Vietnam'ın ardından Japonların Çin hakkında en düşük olumlu görüşlere sahip olduğunu göstermiştir. Japonların %89'u Çin'in bir günde Asya'nın lideri olması fikrinden "biraz" veya "çok" rahatsız olduklarını belirtmişlerdir (Jhe & Lee, 2011). İkinci olarak inşacı perspektifin de savunduğu üzere kimlik algısı yani ülkeler arasındaki siyasi ilişkiler kamu diplomasisinin etkisi üzerinde önemli bir paya sahiptir. Örneğin, ABD ve Birleşik Krallık kamuoyunun Çin'i değerlendirmesi farklı yönlerde ve farklı derecelerde olacaktır (Wei, 2016). Çin-ABD ilişkileri, Amerikan halkının Çin'e olan olumlu bakışını olumsuz etkilemekte, ancak Çin ile İngiltere arasındaki siyasi ilişki, İngiliz halkının Çin'e olan olumlu bakışını yine olumlu yönde etkilemektedir. Çünkü İngiltere ve Amerika'nın Çin'i algılama şekilleri -işbirliği/tehdit- birbirinden farklılık göstermektedir. Bu değişkenlerin, hedef ülkedeki insanların kamu diplomasisi uygulayıcı ülkeye karşı iyi niyetini farklı derecelerde etkilemesi (ya aşağı çekmesi ya da iyileştirmesi) muhtemeldir. Bu nedenle, bu değişkenler kamu diplomasisi faaliyetleri ile bir arada bulunduğunda, hedef ülkeye yönelik yürütülen kamu diplomasisinin etkili olup olmadığını sadece olumlu görüşlerin azalmasına veya artmasına dayanarak değerlendiremeyiz ancak tahminlerde bulunabiliriz (Wei, 2020).

2.3.7. Kamu Diplomasisinde Hedef Kitle

Devletler, milli ve uluslararası çıkarlarını korumak için diğer devletlerle kurdukları ilişkilerinde, o ülkelerin halklarını yani kamuoylarını da dikkate almak zorundadırlar. Kurulan bu yeni ilişki şekilleri ülkeleri, birbirinden farklı diplomasi araç ve gereçlerini kullanmaya yöneltmektedir. Çünkü bu ülkeler yeni küresel sistemde hayatta kalmanın ve bu sisteme ayak uydurmanın yalnızca bu şekilde sağlanacağını farkına vararak dış politikalarını hazırlarken geleneksel diplomasi anlayışının yanında yeni uluslararası sistemin ihtiyaç ve isteklerine cevap verebilecek olan kamu diplomasisi faaliyetlerini uygulama yolunu da seçmişlerdir. Öte yandan kamuoyu denildiğinde, dış politika konusunda bilgisiz veya ilgisiz olan "sokakta karşılaşılan sıradan insandan" ziyade, "politika yapımcıları ve karar alıcıları harekete geçirme becerisine ve etkileme yeteneğine sahip olan bir kesimden" bahsedilmektedir. Bu gruba

dâhil olan aktörleri şu şekilde sıralayabiliriz: Siyasi parti üyeleri, sivil toplum örgütleri, iş insanları, akademisyenler, sanatçılar, çıkar grupları, medya üyeleri ve eğitilmiş, dış politikaya politikaya ilgi duyan bireyler (Knecht & Weatherford, 2006).

Kamu diplomasisi etkinliklerinde hedef alınan kitle büyük bir önem arz etmektedir. Çünkü bu faaliyetlerin alıcıya etkili bir şekilde iletilmesi için hedef kitle tanımının çok iyi bir şekilde yapılması gerekmektedir. Kamu diplomasisinde hedef kitleyi incelediğimizde, diğer ülke halklarının ya da uluslararası kamuoyunun, kamu diplomasisinin hedef kitlesi olarak ele alındığı görülmektedir. Bazı kamu diplomasisi etkinlikleri, bir devletin halkına ya da bir bölge halkına yönelik olarak planlanıp yürütülürken, diğer kamu diplomasisi etkinlikleri de bir bölgeyle sınırlı kalmaktan ziyade direkt olarak uluslararası kamuoyuna yönelik yürütülmektedir. Örneğin, Türkiye'nin kamu diplomasisi alanında gerçekleştirdiği oluşumlardan birisi TÜRKSOY (Türk Kültür ve Sanatları Ortak Yönetimi)'dur. TÜRKSOY Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan ve Türkiye'nin Kültür Bakanları aracılığı ile 1993 yılında kurulmuştur (Yılmaz, 2022). TÜRKSOY'un hedefi, Türk kökenli ve Türkçe konuşan Türk devletleri ve vatandaşlarının birbirlerini daha iyi tanımalarını ve anlaşmalarını sağlamak ve Türkçeyi konuşan devlet ve halkların kültürünün korunması, yeniden canlandırılması ve gelişmesi amacıyla kaynaştırıcı etkinlikler yürütmektedir. Böylece Türkiye belli bir bölgede kendi dilini ve kültürünü canlı tutmak için kamu diplomasisini kullanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, kamu diplomasisi faaliyetleri yürüten devletlerin, küresel ya da bölgesel amaçlar içinde olmaları gibi unsurlar da rol oynamaktadır. Uluslararası sivil toplum örgütlerinin ise daha çok uluslararası kamuoyunda farkındalık yaratma içgüdüleriyle küresel seviyede kamu diplomasisi etkinlikleri yürüttüğü gözlemlenmektedir. Fakat buna ek olarak bazı durumlarda özellikle başka bir devletin kamuoyunun da hedef alınması söz konusu olabilmektedir. Ancak bu iki hedef kitle arasında direkt olarak keskin bir kırmızı çizgi çekmek hem doğru değildir hem de mümkün görünmemektedir. Çünkü kimi zaman, bir bölgeye yönelik yürütülen kamu diplomasisi etkinlikleri, uluslararası toplumun yani kamuoyunun da gönlünü kazanmaya yardımcı olabilir ve söz konusu ülkenin uluslararası alandaki prestijini ve meşruiyetini arttırabilir. Örneğin ulus-devletlerin gelişmemiş olan ülkelere yaptıkları insani yardımlar bir bölge kamuoyunu kapsarken uluslararası arenada da bahsi geçen devletlere önemli prestijler sağlamaktadır. Daha da özelleştirilecek olursa, Covid-19 Pandemi döneminde aşılarda üretilmeye ve devletler

tarafından satın alınmaya başlandığında, gelişmemiş Afrika ülkelerine yardım eden başta Amerika olmak üzere birçok devlet bu yolla uluslararası saygınlık kazanmıştır (Smith, 2021). 21. yüzyıl küresel iletişim çağında, dünyanın herhangi bir yerinde yaşanan bir olayın eş zamanlı olarak dünyanın diğer çok farklı yerlerine ulaşabilmesi, bu durumu daha da anlaşılabilir bir hale getirmektedir.

Kamu diplomasisi politikaları uygulanırken hedef kitleye dikkat edilmesi noktasında “hangi ülkeye veya hangi ülke gruplarına odaklanmalıdır?” sorunsalı ortaya çıkmaktadır (Kömür, 2020). Çünkü kamu diplomasisi etkinliklerini yürütmeye başlayacak olan devletlerin öncelikli olarak bu etkinlikleri hangi ülkeleri kapsayacak şekilde yürütmesi gerektiğine karar vermesi önem arz etmektedir. Odaklanması gereken ülkeler seçildikten sonra bu faaliyetlerin yürütülmesi için gerekli ekonomi ve yatırım politikaları belirlenmektedir. Ancak belirli ülkelere odaklanılmadığı takdirde maliyet, planlama ve uygulama bakımından beklenmedik bir masrafla karşı karşıya kalınabilir ve kamu diplomasisinden fayda sağlamaya çalışırken zararlı çıkılabilir. Bu nedenle belli bir mesaj iletmeyi ve küresel etki yaratmayı amaçlayan uygulamaların başarıları verili kabul edilmekle birlikte, kamu diplomasi politikalarında, etkin planlama, verimlilik ve kaynak sınırlılığı gibi endişeler nedeniyle, kısa vadeli sonuç alıcı önlemler için az sayıda ülkeye odaklanması gerçekçi ve uygulanabilir bir yöntemdir.

2.3.8. Kamu Diplomasisinin Amaçları

21. yüzyıl dünyasında, uluslararası siyaset alanındaki koşulların ve aktörlerin değişmesi, ulus-devletlerin önemlerinin sorgulanması ve bu devletlerin yapılarında önemli dönüşümlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu gelişmeler neticesinde demokratikleşmeye yönelik politikalar, iletişim ve ulaşım teknolojilerinin gittikçe yaygın hale gelmesi ve gelişmesi gibi çeşitli faktörler diplomasi kavramını kullanan unsurların çeşitlenmesine ve hedef kitlenin değişmesine öncülük etmiştir. Bu süreçte uluslararası alanda çok uluslu şirketler, devlet-dışı uluslararası örgütler, sivil toplum kuruluşları, terör örgütleri ve en önemlisi bireyler yani kamuoyu, hükümetler kadar etkili olmaya başlamıştır. Bu nedenle, sıralanan bu unsurlar da günümüz yeni diplomasisinin çalışma alanı içerisinde yer almaya başlamış ve daha çeşitli, geniş kapsamlı diplomatik ilişkiler oluşturma gereksinimi ortaya çıkmıştır. Bu boşluk, kamu

diplomasisinin dış politikada bir yöntem olarak ortaya çıkmasına neden olmuştur (Öztürk, 2009).

Malone'a (1998) göre kamu diplomasisinin birincil amacı, "vatandaşlarının tutumlarını etkileyerek yabancı bir hükümetin davranışını etkilemektir". Bu tür gayelere erişebilmek adına devletler daha küçük iki hedefi takip eder. İlki, KD etkinlikleri vasıtasıyla yabancı izleyiciler arasında dış politikaları ve kültürel değerleri hakkında olumlu bakış açısı oluşturmaktır. İkincisi, kamu diplomasisinin çeşitli unsurları arasında sürdürülebilir ve karşılıklı olarak istikrar sunan ilişkiler geliştirilmelidir (Bui, 2011).

Mark Leonard (2002, ss. 9-10), kamu diplomasisinin hedeflerini ve erişebileceği etkileri şöyle listelemektedir:

- Kişilerin bir ülkeye aşinalığını arttırarak o ülke hakkında bilgi edinmelerini sağlamak (onların bahsi geçen ülke hakkında düşünmelerini sağlamak, karşıt görüşleri pozitif yönlü dönüştürmek)
- Kişilerin bahsi geçen ülkeye yönelik ilgisini arttırmak (pozitif algı oluşturmak, küresel değerdeki konulara aynı açıdan bakmalarını sağlamak)
- Kişileri bu ülkeye bağlamak (değişim veya eğitim programları ile bağları güçlendirmek, bu insanların bahsi geçen ülkeyi turizm ve eğitim açısından çekici bir varış noktası olarak görmelerini sağlamak, bu ülkenin ürünlerini satın almalarını sağlamak, kültür ve değerlerini anlamalarını ve benimsemelerini sağlamak)
- Kişileri etkilemek (büyük çaplı firmaların yatırım yapmalarını, politikacıların işbirlikçi olarak bu ülkeye dönmelerini sağlamak).

2.3.9. Kamu Diplomasisi Kaynakları

Kamu diplomasisinin kaynakları denildiğinde akla ilk olarak bir ülkenin kültürel yanı, siyasi değerleri, dış politika unsurları, sosyo-ekonomik yapısı, eğitim düzeyi, tarihi, teknolojik gelişmişliği ve medya tanıtım faaliyetleri gibi yumuşak güç unsurları gelmektedir. Başarılı bir KD faaliyeti uygulayabilmek için o ülkenin kültürünün başka ülkeler üzerinde etkili olması, siyasi değerlerinin iç ve dış politikada uyum içerisinde olması, gelişmiş ekonomisi ile bilinen markalar aracılığıyla ulusal prestijini arttırması, eğitim kalitesinin cezbedici olması, medyanın stratejik olarak zamanında ve etkili

kullanılabilir olması ve doğru bilgi kaynakları ile uluslararası kamuoyunu bu ülke hakkında doğru karar verebilmeye sevk edebilmesi gerekmektedir. Öte yandan, uluslararası arenada her devletin problemleri, politikaları, uluslararası sistemdeki rolü, prestiji ve yetkinliği farklılık göstermektedir. Bu nedenle ülkelerin aynı kamu diplomasisi araçlarını kullanmamasıyla beraber bu araçların farklı amaçlar için çeşitli zamanlarda kullanılması olasıdır. Örneğin Leonard ve Small'a (2003) göre, ABD, İngiltere ve Çin gibi büyük ölçekli devletlerin kamu diplomasisi, sahip oldukları bazı imajları değiştirmeye veya bir konuda yeni bir isim haline gelmeye odaklı durumdayken Norveç'in kamu diplomasisinin temel odağı, tanınmama sorunudur. Bu noktada devletleri birbirinden ayıran temel unsur ülkelerin ekonomik ve siyasi büyüklüklerine dayanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkelerin uluslararası ortamdaki varlıkları ve söz alma şekilleri çoğu zaman birbirinden farklılık göstermektedir. Büyük ölçekli ve gelişmiş olan ülkelerin yaptıkları her hareket, uluslararası medyada yerini alıp tüm dünyanın dikkatini çekerken süreklilik halinde dünya gündemini meşgul etmektedir. Ancak gelişmekte olan veya küçük ölçekli ülkeler yalnızca bir kriz söz konusuysa gündemde yer edinmektedir (Smith, 1998). Bu yüzden, sözü geçen bu ülkeler uluslararası arenada kendilerini dünyaya daha iyi ifade etmek ve belli bir konumda olabilmek için kamu diplomasisi politikalarına önem vermek zorundadırlar. Kamu diplomasisinin bu kaynakları sırasıyla incelenecektir.

2.4. Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç İlişkisi

Kamu diplomasisinin bilimsel bir çalışma şekli olarak önem kazanmaya başlaması, Nye'nin UI disiplinine "yumuşak güç" kavramını yerleştirmesinden sonra gerçekleşmiştir. Kamu diplomasisi terimi 1960'lar itibari ile kullanılmaya başlanmış, Nye'nin 1990 yılında *Bound to Lead: the Changing Nature of the American Power* kitabında yalnızca bir tartışma konusu olarak ele alınmıştır. İlerleyen yıllarda, yani 2004'te ise *Soft Power: The Means to Success in World Politics* kitabında titizlikle ve ayrıntılı bir şekilde bahsettiği yumuşak güç kavramı ile birlikte kamu diplomasisi son yirmi yıldaki popülaritesini artırmıştır. Nye'a göre, bir ulusun yumuşak gücünü, kültürü, siyasi değerleri ve dış politikaları gibi çeşitli faktörler ortaya çıkarabilir (2008, s. 94). Tüm bu faktörler kamu diplomasisinin boyutları içindedir ve dolayısıyla bir ulusun yumuşak gücünü geliştirmenin iyi yollarını temsil eder. Bu nedenle kamu diplomasisi, bir yumuşak güç aracı olarak kabul görmektedir. Yayıncılık, eğitimsel ve kültürel

değişim programları, kamuyu bilgilendirme ve siyasi eylem yoluyla bu tür bir cezbetme ve çekim gücü yoluyla devletler, kamu diplomasisi politikalarını yürütmektedirler.

Neredeyse tüm kamu diplomasisi araştırmacıları ve akademisyenleri, kamu diplomasisinin yumuşak güç üretme amacının, bir ülkenin dış politikasıyla tutarsızsa ulaşılamaz olduğuna inanmaktadır. Buna paralel olarak Nye (2008, s. 95) ise, bir ülkeye ait kültür, değerler ve politikalar cazip bir içeriğe sahip değilse, bunları yayınlayan kamu diplomasisinin yumuşak güç üretemeyeceğine inanmaktadır. Benzer şekilde Melissen (2005), sağlıklı ve dar anlamda kendi çıkarına hizmet eden dış politikaların yumuşak güç üretmek yerine bu unsurların yasaklanması eğiliminde olduğunu savunmaktadır. Ona göre ABD'nin Ortadoğu ülkelerine yönelik politikaları ve askeri güçlerinin Irak'taki varlığı, ABD'nin kamu diplomasisinin etkinliğini ve inandırıcılığını zayıflatmaktadır. Öte yandan Nye, yumuşak gücü bir hükümet stratejisine dahil etmenin belirli ortamlarda her zaman istenen sonuçları vermeyebileceğini öne sürmektedir. Kuzey Kore örneğinde, ABD'nin veya diğer Batılı ülkelerin, güçlü Amerikan karşıtı inançları göz önüne alındığında, Kim Jong-un'u nükleer cephanelik geliştirme çabalarını dağıtmaya ikna etmesi pek olası değildir. Ancak, ABD, Kuzey Kore halkı arasında demokrasi, insan hakları sorunları ve serbest ticaret stratejileri hakkında farkındalığı artırmada daha etkili olabilir (Melissen, 2005, s. 7).

Yumuşak güç, ulus markalaşması ve kamu diplomasisi terimleri bazen birbirinin yerine kullanılır. Bunlar birbiriyle ilişkili, ancak farklı kavramlardır. Yukarıda açıklandığı gibi, yumuşak güç, ülkelerin kamu diplomasisi yaparken uyguladıkları varlıkları ve bu varlıkların etkisine maruz kalan yabancı kamuoyunu ifade eder. Kamu diplomasisi, kamu diplomasisinin yürütülmesinde yer alan paydaşlara ilişkin bir tanım içerecek şekilde ilerlediğinden, kavram kamu diplomasisi anlamına gelmez. Bu nedenle UI'deki mevcut tartışmalardan biri, kamu diplomasisi ve yumuşak gücün ilişkisi üzerinedir. Tartışılan bu konunun ana sorularından bazıları “Kamu diplomasisi doğası gereği yumuşak gücün bir manifestosu mudur?” ya da “Kamu diplomasisi, yumuşak gücün yeni yüzü müdür?” şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada ise kamu diplomasisi kavramının yumuşak güç ile yakından ilişkili olup yalnızca yumuşak gücün bir boyutu olduğu argümanı savunulmaktadır. Çünkü KD yumuşak güç kavramıyla dolaysız bir ilişkiye sahiptir ve bazen birbirlerinin yerine kullanılsalar bile yumuşak güç kavramı ile kıyaslandığında kamu diplomasisi kavramının daha somut ve dar kapsamlı

olduğu gör÷lmektedir. Zira yumuşak g÷ç kullanımı ile ilgili birçok kurum ve uygulamalar kamu diplomasisi adı altında yer almaktadırlar. Dış politika unsuru olarak kamu diplomasisi, yumuşak g÷ç kullanımında ÷lkelerin devamlı başvurduğu yöntemlerden birisidir ve uygulamaları yumuşak g÷ce dayanmaktadır, bu nedenle de etkili bir kamu diplomasisi uygulaması için yumuşak g÷ç kaynaklarının varlığı ve sürekliliği büyük önem taşımaktadır.

Hem yumuşak g÷ç kaynağı hem de genel varlıklar olarak kabul edilebilecek unsurlar arasında kültürel öğelerde yer almaktadır. Bu doğrultuda, kamu diplomasisi aracılığıyla kültürel kaynakların kullanılması, kültürel diplomasinin ÷lkeler arasındaki etkileşimini arttırmıştır. Bir sonraki bölümde, kültürel diplomasinin kamu diplomasisi nezdinde öneminden ve kültürel diplomasi araçlarından bahsedilecektir.

BÖLÜM 3

KÜLTÜREL DİPLOMASİ

Tezin üçüncü bölümünde temel amaç, kültürel diplomasi ve kamu diplomasisinin ilişkini açıklayabilmektir. Bu doğrultuda birinci alt başlıkta, kültürel diplomasiyi daha iyi anlayabilmek için kültür kavramı ele alınacaktır. İkinci alt başlıkta, bu bölümün asıl amacını içeren kamu ve kültürel diplomasinin yakın ilişkisi ele alınacaktır. İkinci alt başlığı takiben, kamu diplomasisinde kültürel diplomasinin öneminden, etkisinden ve gelecekteki potansiyel gücünden bahsedilecektir. Üçüncü alt başlıkta ise, beş kültürel diplomasi aracından bahsedilecektir. Bu nedenle üçüncü alt başlık kendi içinde bir kültürel diplomasi aracı olarak sanat faaliyetleri başlığı altında, dil eğitimi ve değişim programları, sinema ve müzik sektörü, yemek kültürü ve son olarak kurumsal bir bakış açısıyla UNESCO etkisi şeklinde ele alınacaktır.

3.1. Kültür ve Kültürel Diplomasi Kavramlarına Bakış

Bir ülkenin cazibe gücü, tanınırlığı, uluslararası itibarı diğer ülke halklarının belirgin düzeylerde ve şekillerdeki bakış açısından güç almaktadır. Kamu diplomasisinin uygulama sahaları öncelikli olarak kültür, sanat, eğitim, teknoloji ve spor gibi alanlarda ön plana çıkmaktadır. Bound, Briggs, Holden ve Jones'a (2007) göre bilgi çağı ve küreselleşmenin getirdiği ekonomik ve teknolojik ilerlemelerin yanı sıra kültürel unsurlarda da hızlı bir alışveriş sürecinin içerisine girilmiştir. Bu nedenle kültürel dinamikler, kültürlerarası etkileşimin zirvede olduğu dönemlerde, kamu diplomasisinin en önemli aracı konumuna yükselmektedir. Bu açıdan, kültürel diplomasi bir tarafta kültürler arası alışverişin altını çizerken, diğer tarafta da milletlere özgün normları uluslararası kamuoyuna bir ölçüt şeklinde yansıtmayı ele alır (Yağmurlu, 2019, s. 1184).

Kültür diplomasisi terimi günümüz Uİ dünyasında yükselen bir değerdir ve bu değer temeline kültür yer almaktadır. Bu nedenle ilk olarak kültür kavramının anlamına bakmak yerinde olacaktır. Sosyal Bilimler Sözlüğünde kültür, bir kişi ya da topluluğun yaşam biçimini şekillendiren örf, adet, gelenek ve görenek ile ilgili alışkanlıklar, davranışlar ve inançlar toplamı şeklinde yerini almıştır ("Online Dictionary of the Social Sciences", t.y.). Kültürün ilk tanımını yapan Tylor (1871),

kültürü “toplumun üyesi konumundaki bireyin alışkanlık, inanç, bilgi, sanat, ahlak ve hukuk oluşumunu kapsayan bir yapı” olarak ifade etmiştir. Genel kabul görmüş tanımlamalardan bir diğeri ise, “aynı zaman aralığında, belirli bir coğrafi bölgede yaşayan insan topluluğu tarafından paylaşılan ve göreceli bir devamlılığı olan anlamlar sistemi” şeklindedir. Son olarak Ellwood, kültürün bir yanda silah, giyecek, barınma, endüstriyel sistemler gibi maddi kavramları; diğer yanda ise dil, edebiyat, sanat, din, ahlak, yasa ve yönetim gibi manevi kavramları içerdiğini savunmaktadır (Kroeber & Kluckhohn, 1952, s. 84). Kültürün özellikleri şu şekilde sıralanabilir (1952):

- Öğrenilebilir.
- Sonradan başkalarına aşılanabilir.
- Toplumsal bir süreçtir.
- İdeolojiktir.
- Birincil ve ikincil gereklilikleri karşılayan bir unsurdur.
- Dinamik ve uyum sağlayıcıdır.
- Tamlayıcıdır.

Karşılıklı anlayışın, bilgilendirmenin ve diyalogun ön saflarda yer aldığı kamu diplomasisi terimi çeşitli alanlarda kullanılmakta, ikna ve cazibe uyandırmanın başat aktörü rolüyle yaşam alanı bulmaktadır. Yumuşak gücü somutlaştırarak işlevsel bir hale dönüştüren kullanım alanlarına bakıldığında kültür, spor, eğitim ve sanat gibi alanlar ile karşılaşırız. Bahsi geçen bu alanlarda, uluslar kendi cazibelerini oluşturabilir ve ikna sürecini pozitif yönde sonuçlandırmayı başarabilirler. Nye (2008, ss. 94-109), kültürel etkinlikleri tanıtmanın, eldeki değerler ile çekim meydana getirmenin ilişkisini basitleştirdiğini, bu yönü ile iletişime olanak sağladığını vurgulamaktadır.

3.2. Kamu Diplomasisi ve Kültürel Diplomasi İlişkisi

Kamu diplomasisinde kültür, uluslararası arenada söz sahibi olmak isteyen bir aktörün yerel yani milli kültürünü tanıtmak, diğer uluslararası aktörlere kamuoyunun düşüncelerini aktarma ve kültür alışverişi sağlayarak bütünlük ve güvenilirlik oluşturma aracı olarak kullanılmaktadır. Bir devletin çeşitli stratejik hedeflerine yönelik olarak

kendisini dünyanın diğer farklı ülkelerine tanıtma politikalarının tamamı kamu diplomasisi adı altında faaliyet göstermektedir. Kamu diplomasisinin bu hedeflere ulaşmak için başvurduğu en önemli araçlardan birisi de kültürel diplomasıdır. Kültürel diplomasının temel gayesi kişilerin farklı kültürlere, değerlere ve bakış açılarına erişebilmelerini sağlamak ve bu sayede karşılıklı diyalog ve empati kurabilmektir. Diğer bir ifadeyle, kamu diplomasisinin bir alt dalı olarak kültür diplomasisi, ülkeler arasında güven ilişkisi inşa etmek amacıyla yumuşak güç stratejisinin en güçlü ayağını oluşturmaktadır. Kültür diplomasisi, bir ülkenin sahip olduğu kültürel zenginlikleri, tarihini, gelenek-göreneklerini, dilini, inanç sistemini, doğal mirasını uluslararası anlamda karşı tarafın dikkatini çekecek şekilde tanıtılması gibi konuları içermektedir. Bu açıdan, ülkelerin içlerinde barındırdıkları kültürel zenginlikler işte bu nedenle de politik bir araç olarak çok büyük bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla kültür diplomasisinde sadece hükümetler değil, kültür ve sanat alanında çalışan her bir kişi ve sivil toplum kurumları da aktif olarak yer almakta ve sözü geçen ülkenin dış politikasına büyük oranda katkı sağlamaktadır. Öte yandan, kültür diplomasisi, kamu diplomasisinin başarıya ulaşması için çok önemlidir. Çünkü kültür diplomasisinin kamu diplomasisi bakımından önem arz etmesi, küresel kamuoyu oluşturduğu ve toplumsal-sosyal değişimi sağladığı içindir. Küresel kamuoyu, kültür diplomasisi ile kazanıldığı zaman ilk olarak bölgesel güç elde edilir. Tıpkı Güney Kore'nin önce Uzakdoğu pazarına yayılıp daha sonra tüm dünyada etki uyandırması gibi. Dahası, hem bölgesel hem de küresel güç olmak, diğer ülkelerin bahsi geçen ülkeye hayranlık duyması ve saygınlık getirmesi için kültür diplomasisi gerek-şarttır. Bu durumun, turizm ve ihracat artışı bakımından ülke ekonomisine katkısı göz ardı edilemez. Sonuç olarak ise hem ülke prestijine hem de ekonomisine katkı sağladığı için kültürel diplomasi sayesinde kamu diplomasisi politikaları başarıyla gerçekleşmiş olacaktır.

Kültürel Diplomasi, kullanan devletlere aşağıdaki yararları sunmaktadır (Akçay, 2014):

- Siyasi veya askeri işbirlikleri yapmak isteyen siyasetçiler ve diğer insanlar arasında güven temeline oturtulan ilişkileri tesis eder,
- İnanç, maneviyat ve eğitimin önemi gibi konularda ortak değerlere vurgu yapar,
- Hükümetlerden ziyade, halklar arası (halktan halka) ilişkiler inşa eder,
- Siyasi farklılıklara rağmen işbirlikleri için pozitif bir ortam oluşturur,

- Diplomatik ilişkilerin nadir ya da gergin olduğu devletler ile ilişkileri geliştirmek için esnek, evrensel kabul gören bir araç olarak hizmet sunar,
- Dil bariyerini minimum seviyeye çekerek diğer ülkelerde yaşayan ulaşılması güç geniş bir gruba hitap edebilme olanağı sunar,
- Sivil toplum ve kuruluşlarının büyümesine yardımcı olur,
- Yanlış anlaşılmalara, nefret ve düşmanlık gibi davranışların zamanla pozitif yönde ilerlemesini sağlar.

Kültürel diplomasi tanımlanmasında köprü metaforu kullanılabilir çünkü bu diplomasi türünün köprü işlevi gördüğü bir gerçektir. Ancak bazen bu köprüler tek yönlü kurulabilir ve köprüler birinden diğerine yalnızca tek yönlü bir geçiş sağlayabilir. Bu tek yönlü ilişkide baskın kültüre sahip olan ülke önemli bir kazanç elde edecektir. Kültürel diplomasi ise genellikle gidiş ve dönüşlerin olduğu iki yönlü bir köprü olarak betimlenebilir. Örneğin özellikle Soğuk Savaş döneminde silahlanma rekabetinin yanı sıra SSCB ve ABD arasında kültürel rekabet de oldukça çekişmeli olmuştur. Bu dönemde açılan Amerikan Kültür Merkezleri, özellikle kültürel diplomasinin etkin politikalar yürütmesinde önemli rol oynamıştır (Schneider, 2006, ss. 191-203). Bu faaliyet ve uygulamalar kısa vadeli olarak ele alındığında başarıya ulaşması ve uzun dönemli hedefleri hayata geçirmeye yardımcı olması; imaj, itibar ve ikna için pek de mümkün olmamıştır. Ancak kültürel diplomasinin temel niteliklerden biri de uzun dönemli faaliyetleri kapsamasıdır. Yani, bir devamlılık arz etmesi, uzun dönemli sonuçları beraberinde getirmesi beklenir (Ünal, 2009, ss. 609-645).

Kaynaklar ve araçlar söz konusu olduğunda, dış politika hedeflerine yönelik bir mesaj iletme endişesi taşıması açısından Clarke (2016, ss. 147-163), kültür ile etkileşimde olan kurum ve kuruluşları, resmi temsilcileri ve bireylerin her birini aktör olarak ele almıştır. Dahası, bu aktörlerin iletileri nasıl algıladığı, nasıl paylaştığı, kültürel anlamları nasıl tartıştığı bu aktörleri belirlemede büyük önem taşır. Böylece genel unsurların da yumuşak güce dönüştürülebileceği varsayımı önem kazanır.

3.2.1. Kamu Diplomasisinde Kültürel Diplomasinin Önemi

Devletler ve toplumlar arasında meydana gelen kültür alışverişleri insanların ortaklıklar kurmalarının yanı sıra bu insanların birbirlerini tanımaya, anlamaya ve empati kurmasına da imkan sağlamaktadır. Öte yandan, insanların ve devletler

arasındaki problemlerin çözümü için görüşmeler yapmak ve çözümler üretebilmek için alışveriş fırsatı da sunmaktadır. Kültürel etkileşimler, devletler arası gerilen ve kırılan siyasi yolların resmi olmayan görüşmeler ve temaslar vasıtasıyla yeniden açılmasını da temin edebilmektedir (Karagöz, 2016, s. 32). Bu nedenle de kamu diplomasisi politikalarında ilişki boyutunun ön planda tutulduğu kültürel diplomasinin aracılığıyla kurulan ilişkilerin daha sürdürülebilir ve sağlıklı olacağı su götürmez bir gerçektir. Giderek daha fazla sayıda hükümet, dış politika ve diplomatik ilişkilerde kültüre öncelik vermektedir. Kültürel diplomasinin gelişmesinden kaynaklanan amaç ve istekler, her şeyden önce diğer halklarla, politika yapımcıların daha sonra üzerinde siyasi, ekonomik ve askeri anlaşmalar yapabilecekleri bir “güven temeli” oluşturmaktır. Bu güven temeli akıllı gücün kullanılmasıyla ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan bu güven çerçevesinde nihai hedef, halklar arasında siyasi liderlik değişikliklerinin ötesinde istikrarla karakterize edilen bu tür ilişkiler yaratmaktır. Kültürel diplomasinin rolü, ortaya çıkabilecek siyasi farklılıklardan bağımsız olarak devlet işbirliğini destekleyecek bir gündem oluşturmaktadır. Ayrıca, kültürel diplomasi, ek bir hedef olarak, sıradan insanların birbirleriyle iletişim kurabilmeleri için tarafsız bir platformun geliştirilmesine odaklanmaktadır. Kültürel diplomasi, diplomatik ilişkilerin gergin olduğu veya bazen olmadığı ülkelere yaklaşmak için esnek ve evrensel olarak kabul edilen bir araç olarak rahatlıkla kullanılabilir ve böylece sivil toplumun gelişiminin desteklenmesine daha fazla katkıda bulunur (Papaioannou, 2017, s. 94).

Sonuç olarak kültür, kamu diplomasisi alanında etkisi ve önemi sürekli artan güçlü bir kart haline gelmiştir. Geçmişte hükümetler, kültürü siyasi ve ekonomik hedefleri desteklemek için bir araç olarak kullanmışlardır. Günümüzde ise kültür, dış politika sisteminin önemli bir ayağı olarak kabul edilmektedir. Çünkü kültür, hem devlet hem de devlet dışı aktörlerin diplomatik gündeminin odak noktasını oluşturmaktadır. Mark’a (2009) göre, kültürel diplomasi, gelecekte devletler için daha değerli bir araç ve kamu diplomasisi uygulamasının daha değerli ve önemli bir bileşeni olma potansiyeline sahiptir. Bununla birlikte, kültürel diplomasinin bir hükümetin dış politikasına ve diplomasisine katkıda bulunma potansiyeli tam olarak gerçekleştirilecekse, hükümetlerin uygulamanın olanaklarını daha iyi anlaması, bunun için daha fazla fon sağlaması ve bunu en iyi nasıl gerçekleştireceğini düşünmesi gerekir. Kültürel diplomasinin potansiyel gücü, ulusal kültür, ulusal değerler, ulusal kimlik ve ulusal gururla kesişme noktasındadır. Kültür, bir devletin kişiliğini, insanlarla bağ

kuracak ve hem uygulayıcıya hem de alıcıya fayda sağlayacak şekilde gösterebilir; bir devletin ve halkının gerçek doğasını gösterebilir. Bu nedenle de kamu diplomasisinin geliştirilmesi için kültürel diplomasiye verilen önemin ve yatırımların artırılması gerekmektedir.

3.3. Kültürel Diplomasinin Araçları

Bir yumuşak güç aracı olan kültürel diplomasi, kaynağı olarak öncelikle bir yumuşak güç varlığı olan kültürü kullanır. Daha spesifik olarak, kültürel diplomasinin kaynakları, kültürel mal veya hizmetleri üreten ve dağıtan kültür endüstrilerinden elde edilir. Ancak ülkelerin sahiplik ettiği kültürel öğelerin yumuşak güç unsurlarına dönüşebilmesi için bahsedilen öğelerin başka toplumlar için cazibe uyandırması, vazgeçilmez şartlar arasında yer almaktadır. Bu dönüşümün gerçekleşmesi sürecinde devletlerin kendi toplumlarının kültürünü, uluslararası arenada cezbettirici hâle getirmeye dönük politikaları da son derece önemlidir (Önal, 2018, ss. 41-96). Aynı zamanda kültürel diplomasi alanında profesyonelleşmiş kurumların varlığı, bu alanda devletlerin işini kolaylaştırmakta ve devlet ve özel kurumların arasındaki ilişkiyi geliştirmektedir.

Kültürel ilişkiler ve kültürel diplomasi üzerine Kültür ve Yaratıcılık¹ kurumunun tanımlandığı şekliyle beş kültürel diplomasi aracı vardır: Kültür aktörleri için hareketlilik (kültürel değişim veya ikamet programları); kültürel etkinlikler (sergiler, konserler, festivaller, konferanslar ve uzun süreli kutlamalar); ikili kültür yılları; uzmanlık değişimi (teknik yardım ve kapasite geliştirme; kültürel enstitülerin kurulması, örneğin British Council, Fransız Enstitüsü vb.); dilin, belirli kültürel uygulamaların veya sanat biçimlerinin teşviki; zor veya çatışmalı alanlara ilişkin müzakereler (Filevska, 2019). Görüldüğü üzere çok geniş bir yelpazeye sahip olan kültürel diplomasi, kültür-sanat etkinlikleri, eğlence endüstrisi, moda faaliyetleri, yiyecek kültürü ve geleneksel etkinlikler gibi birçok alt bileşene sahiptir. Öte yandan kültürün kamu diplomasisi içindeki öneminin bilincine erken varan ülkeler, kendi kültürünü tüm dünyaya yaymak için çalışmalar yürütmektedirler. Bu nedenle Fransa, İngiltere, Almanya, Japonya ve Güney Kore tarafından kurulan çeşitli enstitüler, kamu

¹ Kültür ve Yaratıcılık Kurumu: Altı Doğu Ortaklığı (EaP) ülkesinin (Ermenistan, Azerbaycan, Beyaz Rusya, Gürcistan, Moldova ve Ukrayna) sosyal ve ekonomik kalkınmasına kültürel katkıyı teşvik etmeyi amaçlayan AB tarafından finanse edilen bir programdır.

diplomasisi faaliyetlerinin en önemli parçasını oluşturan kültürel diplomasinin araçları şeklinde faaliyette bulunmaktadır. Kültürel diplomasi alanında etkinlik gösteren bu kuruluşların en önemli hedefi, kendi dillerini yurt dışında diğer ülke vatandaşlarına öğretmek ülkelerinin kültürel değerlerini yurt dışına tanıtmak ve böylece kamu diplomasisi politikalarının yayılacağı alanı daha elverişli hale getirmektir. Bu kurumların yürüttüğü bütün eğitim faaliyetleri de kültürel diplomasiyi tamamlayıcı nitelikte bir görevi icra etmektedir (Ünalı, 2019, s 146).

3.4. Kültürel Diplomasi Olarak Sanat Faaliyetleri

Sanat, kültürlerarası ilişkilerin tonunu ve doğasını şekillendirmede etkili olabilir. Bu nedenle, bir yandan kültürel mirasın ve kimliğin deneyimlenebileceği ve yorumlanabileceği bir ortam sağlarken öte yandan sanatçılar, izleyiciler ve kültürel yönetimdeki diğer paydaşların tarafsız bir platformda bir araya gelmesi için benzersiz bir alan yaratabilir. Kültürel diplomasiyi destekleme ve yönlendirme noktasında devlet üstlenici bir rol oynamaktadır. Dahası, sanatsal faaliyetleri devlet idaresindeki kurumların desteklemesinin yanı sıra özel kurum ve kuruluşlar, şirketler ve bireylerde destekleyebilir ya da devlet mekanizması ve özel eğlence endüstrileri bir araya gelerek ortak faaliyetler yürütebilirler. Bu nedenle, uygulamalara bakıldığında kültürel diplomasi etkinliklerinin yalnızca resmi temsilciler vasıtasıyla değil, aynı zamanda sivil toplumdan akademisyenlere, düşünürlerden sanatçılara kadar geniş bir katılım sağlandığında bu faaliyetlerin başarıya ulaştığı görülebilir (Fatima & Khan, 2018, ss. 1-20). Örneğin bakanlıklar, ilk olarak misyonlarda gerçekleştirdikleri kültürel ve sanatsal etkinlikleri paylaşmaktadırlar. Edebiyattan resime; müzikten dansa; sinemadan tiyatroya kadar farklı başlıklar altında etkinlikler gerçekleştirmektedirler. Yani, üst kültüre özgü içeriklerin yanı sıra popüler kültür gibi alt kültür öğeleri de bu tür etkinliklerde ses bulabilmektedir. Öte yandan kamu diplomasisi uygulamalarındaki başarılı örnekler bakıldığında devlet ve sivil toplumun ortaklaşa yürüttüğü faaliyetler de dikkat çekmektedir. Devlet tekelinde yürütülen kültürel diplomasi etkinlikleri varlık alanı bulurken, bireysel düzeyde de kültürel diplomasi faaliyetleri aktif bir şekilde hayat bulmaktadır. Bahsi geçen bir ülkenin yazarının Nobel Edebiyat Ödülü'ne layık görülmesi, o ülkenin edebiyatını ve dolaylı olarak kültürünü merak edilir hale getirir. Bunun gibi birçok etkinliği kapsayan kültürel diplomasi edebiyat ve müzik festivalleri,

tanıtım kampanyaları, resim sergileri, edebiyat ve dinler arası iletişim gibi geniş bir alanda yayılma imkânı bulur (Yıldırım, 2021, ss. 14-40).

3.4.1. Dil Eğitimi ve Değişim Programları

Daha önce bahsedildiği gibi, kültür politikalarının başarıya ulaşabilmesi için süreklilik prensibine bağlı kalmak gerekmektedir. Süreklilik arz eden uygulamaların başında ise dil öğrenimi ve eğitim programları (değişim programları veya yurtdışı eğitimleri gibi) gelir. Devletlerin kendi dillerini diğer ülke ve bölgelerde yaşatması ve yaygınlaştırması, o devletin kültür ve sanatının öğrenilmesine, kültür ve sanat vasıtasıyla toplumların birbirleriyle iletişim ve etkileşime geçmesine olanak sağlar. Nye'a (2005, s. 111) göre kamu diplomasisinde hedef kitleyi anlamak, isteklerine kulak vermek ve bu kitleyi anladığını göstermek çok önemlidir. Çünkü etkili bir KD uygulaması, anlatma kadar anlamanın da yani dinlemenin de önem kazandığı yöntemlerden biridir. Bu nedenle, değişim programları çoğu zaman görsel medya yayınlarından daha çok etki yaratabilir. Eğer asıl amaç, ulaşılmak istenen neticelerin aynı şekilde başkalarına da benimsetilmesi isteniyorsa, mesajın ne şekilde iletildiği anlaşılmalı ve buna göre uygun bir zemin yaratılmalıdır. Günümüzde özellikle yabancı üniversiteler arasında gerçekleşen öğrenci değişim programları, AB gibi ulusüstü kurumların eğitim bursu olanağı, akademisyen ve öğrencilerin yabancı ülkelere gerçekleştirdikleri ziyaretler ve iş amaçlı düzenlenen uzmanlık seminerleri bu alandaki çalışmalara örnek olarak gösterilebilir. Bu tür eğitim programları sayesinde üniversite öğrencileri ve akademisyenler, farklı ülkelerde farklı kültür ve dil çerçevesinde eğitim görerek farklı ülkelerin kültürlerini görme olanağı yakalamakta, kendi kültürlerini gösterme fırsatı elde etmektedir. Bu nedenle değişim programlarına katılarak kendi ülkelerinin kültürünü dışarıya taşıyan bu bireyler, birer kültür elçisi olmaktadır. Öte yandan, bu değişim programları çeşitli ülkelere gelen bireylerle, geldiği ülke arasında kamusal seviyede karşılıklı anlayışı artırmaktadır. Nye'ın da vurguladığı gibi diğer ülkelerdeki üniversitelerde eğitim alan bireyler, eğitime gittikleri ülkelerin iyi niyet elçisi olarak hareket edebilmekte, eğitim gördükleri ülke açısından da politik sonuçları pozitif yöne doğru çevirecek konumlarda çalışabilmektedirler (Ünalı, 2019, s. 149).

Tarihçesine bakıldığında, değişim programları, katılımcıların ilerleyen zamanlarda ziyaret ettikleri ülke için bir müttefik olabileceği fikriyle programlanmıştır. Değişim faaliyetleri, çalışma ve kültürel etkileşim için belirli bir süre zarfında

devletlerin kendi vatandaşlarını diğer ülkelere göndermesi ve karşılık olarak diğer ülke vatandaşlarını kendi ülkesinde ağırlaması uygulamasının yönetimi olarak kayda geçmektedir. Bu faaliyetler başta, “benim öğrencim yurtdışına gitsin ve ülkem ne kadar iyi olduğunu bu insanlara göstereyim” gibi bir amaçla başlasa da son olarak geldiği noktada her iki tarafın da öğrenme deneyimleri ile karşılıklı yarar kazandığı bir etkinlik olarak kabul görmektedir (Scott & Smith, 2016, s. 55). Bu noktada, bir milletin dilinin yayılması büyük bir önem arz etmektedir ve birçok çalışmada kamu diplomasisi etkinliği için gereklidir.

3.4.2. Sinema ve Müzik Sektörü

Kültürel diplomasi ile birlikte ülke itibarının artırılması amaçlanmaktadır. Bunun için ise; sanat, bilim, tarih ve kültürel değerler gibi yumuşak güç unsurları hedef kitlelerle dış politika vizyonu çerçevesinde paylaşılmaktadır (Yağmurlu, 2019, s. 1184). Öte yandan, bir ülkenin kültürü, diğer ülke kamuoyları için cazibe yarattığı sürece karşılık bulacak ve bu kültürel değerlerin paylaşılmasını sağlayacaktır. Bu durum, kültürel etki kapasitesi geniş olan ülke lehine dominant bir güç oluşturmaktadır. Bu gücün oluşmasında ise özellikle sinema ve müzik sektörü önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü küreselleşen bilgi çağında, kültürün cazibe oluşturması daha çok popüler kültür ürünleri sayesinde söz konusu olmaktadır. Popüler kültür ürünlerinden ise en etkilisi müzik ve sinema sektörü olabilir.

Günümüz dünyasının canlı sinematografik sahneleri, siyasi farklılıklara rağmen küresel olarak insanlara ilham vermektedir. Film, bu nedenle insanlar üzerinde etki bırakabilmek için benzersiz ve özel bir ortam sunmaktadır. Bireyler hiçbir sanat dalıyla ilişkisi olmasa bile, filmlere kolayca erişilebilir ve sıklıkla izleyebilirler. Dolayısıyla filmler, daha geniş bir kitleye ve hatta daha az dil becerisine sahip kitlelere ulaşarak yakınlık duygusu yaratmaktadırlar. Film endüstrisi, diplomatik temasların kırılma noktası veya hiçbir temasın olmadığı ülkelerle bile uzlaşma için evrensel kabul edilen bir araç olarak hizmet ederek sivil toplumun, karşılıklı işbirliğinin ve anlayışın büyümesini teşvik edebilir. Günümüzde sinema ve diziler, kültürü bir yumuşak güç olarak kullanarak ülkeler arasında kamu diplomasisini güçlendirmenin yanı sıra kitleleri ekranlara bağlamaktadırlar. Bu nedenle, filmleri ve dizileri en dar anlamda salt görsel kültür ürünleri olarak göremeyeceğimiz açıktır. Yani sinema hiçbir zaman sadece sinema değildir (Saygılı, 2020). Örnek vermek gerekirse, Hollywood küresel boyutta

çok sayıda ülke sinemasını etkisi altına alan bir film üretim merkezi olmasının yanı sıra birçok ülkenin popüler kültürünü de demokrasi, insan hakları, hızlı tüketim kültürü (McDonald) şeklinde doğrudan etkilemektedir. Hollywood filmleri, dünya çapındaki izleyicileri bakımından gönüllü bir şekilde izlenmeye devam edilen ve kendi milli ruhunu içinde yaşatan birer ulusal film örneğidirler. Görsellik ve ticaret açısından başlı başına bir yaratıcılık içeren Hollywood, ABD hükümetinin siyasetinin koruyucusu gibi hareket etmektedir. Özellikle gerçek hayattan alınan askeri ve tarihi olayları konu alan filmlerde işlenen konular ABD dış politikasının karakteristik amacını taşımaktadır (Erzen, 2012). Soğuk Savaş döneminde SSCB'ye karşı "kahraman Amerika" simgelemesi görülürken 9/11 saldırılarından sonra ise, "terörist yuvası Orta Doğu" karşısında halkın ve dünyanın güvenliğini sağlayan bir Amerika görülmüştür. Dahası, Amerika kültürünün tanıtıldığı, Amerika'nın beğenildiği, bireysel kurumlara karşı çoğulcu popülist ve özgür Amerikan değerlerine sahip önemli bir kamu diplomasisi uygulaması olarak da Hollywood karşımıza çıkmaktadır. Diğer bir örnek olarak Bollywood sineması gösterilebilir. Hindistan'ın kendi kültürünü, sanatını ve dinsel karakteristiklerini tanıttığı önemli kamu diplomasisi araçlarından birisi olarak Bollywood kabul edilmektedir. Bollywood içerikleri aracılığıyla Hindistan kendi reklamını yaparken kültür yapıtlarını uluslararası alanda pazarlayarak tüm dünyaya açılmaktadır (Çakıcı & Meriç, 2021, ss. 36-56). Bollywood film endüstrisi ile birlikte Hindistan hükümetinin gerçekleştirmek istediği en önemli siyasi amaçlarından birisi, Pakistan ile olan çekişmeli ilişkilerinde uluslararası alanda Hindistan'ı davasında haklı, Müslümanları ataerkil, yobaz ve dogmatik olarak göstermektir. Böylece, kendisi için bir yumuşak güç unsuru oluştururken düşman olarak algıladığı ülkeye karşı ise uluslararası toplumda negatif bir algı yaratmaktadır.

Müzik, kültürel diplomasi kavramıyla yakından ilişkilidir çünkü topluluklar ve uluslararası ilişkilerde karşılıklı anlayış, saygı ve işbirliğini geliştirmek için müziğin kullanılması anlamına gelir. Albert, Kessler ve Stetter'e (2008, ss. 43-67) göre dünyadaki çeşitli kültürleri birbirinden ayıran en önemli unsurlardan biri olan müzik, siyasi diplomasi için ortak mecralarının ötesine geçme ve gelenek, norm ve değerlerdeki farklılıklardan bağımsız olarak kültürleri birleştirme konusunda eşsiz bir yeteneğe sahiptir. Müzik endüstrisi de film endüstrisi gibi kolay yoldan tüm toplumlara ulaşabilir. Çünkü sanat evrenseldir ve bir şarkının sözlerini anlamasak bile ritim ve sözcüklerin uyumu sayesinde bir şarkıdan zevk alabilir veya bir şarkıcıyı sevdiğimiz için

besteledikleri her şarkıyı dinleme isteği duyarız. Böylece kültürünü hiç bilmediğimiz bir ülkenin şarkısını dinliyor olsak bile bu müzik etkinlikleri sayesinde o ülkenin kültürüne ve diline ilgi duymaya başlayabiliriz ve böylece kültürel diplomasi devreye girmiş olur. Dahası müzik, kültürler arası anlayışı geliştirebilir ve kültürlerarası iletişim aracı olarak hizmet edebilir. Bu nedenle, uluslar arasındaki çatışmaların barış inşasına ve yönetimine son derece katkıda bulunabilir.

3.4.3. Yemek Kültürü

İnsan doğasında esas bileşen olarak yer alan gıda, devletlerin ilişkilerinde ve diplomasi uygulamalarında daima önemli bir yere sahip olmuştur. Rolü, çeşitli ülkelerin kamu diplomasisi uygulamalarında giderek daha fazla öne çıkarken, UI disiplinde gastro diplomasisi ya da mutfak diplomasisi şeklinde anılmaya başlamıştır (Luša & Jakešević, 2017, ss. 99-119). Günümüzde kültürel diplomasiye ihtiyaç duyulmaktadır çünkü çeşitli ülkelerin kültürel yönleri, özellikle gençler arasında yemek gibi çok ilgi çekicidir. Bir ülkenin başka bir ülkeye gıda çeşitliliğini bildirmesinin ve teşvik etmesinin birçok yolu vardır. Bunlardan biri şu anda yoğun bir şekilde yürütülen diplomasi yani “gastro diplomasi” şeklindedir. Gastro diplomasi, kültürel diplomasinin ve kamu diplomasisinin bir ürünüdür. Bu diplomasi çok sayıda kitleyi cezbederek halkı stratejisine dahil eder. Gıda çeşitliliği ile birlikte gıdanın işlenme ve sunulma şekli, bir ülkenin kimliği ve halkının yeme kültürü hakkında fikir verir (Solleh, 2015, s. 126). Yani uygulanan bu stratejiler, ülkenin marka bilinirliğini artırmak için yapılmakta ve doğrudan bu ülkenin kamu diplomasisi politikalarına katkı sunmaktadır.

Hükümetler yumuşak güçlerini artırmak için ulusal mutfaklarını yurtdışında tanıtır. Bu nedenle, bazı hükümetler mutfaklarını yurt dışında tanıtmak için mutfak diplomasisi programları başlatmıştır. 2002 yılında Tayland, seçkin ana restoranlardan fast food’a kadar yurtdışında restoran açmak isteyen Tayland vatandaşlarına kredi sunan “Global Thai” programını başlatmıştır. 2009 yılında Güney Kore, Kore mutfağının (hansik) benzersiz doğası ve sağlık niteliklerini vurgulayan Global Hansik programını başlatmıştır. Benzer şekilde, Malezya’nın programı dünya çapındaki Malezya restoranlarının sayısını artırmayı amaçlamıştır. Küreselleşen dünyamızda ve özellikle büyük şehirlerde dünyanın çeşitli mutfaklarını rahatlıkla tadabilirsiniz. İtalyan mutfağı, hemen hemen her yerde bulunabilen pizzalar ile en popüler mutfaklardan biridir. Menşei ülkenin yumuşak gücünü artırmanın yanı sıra yabancı mutfak, çok kültürlü bir

mutfak destinasyonu olarak bir yerin çekiciliğini de artırabilir. Berlin, çok çeşitli restoranlara sahip olduğu için (döner kebaptan Hint spesiyalitelerine kadar) harika bir örnektir. Yemeğin bir ülke kültürünün ayrılmaz bir parçası olduğunu kabul eden UNESCO, birkaç ülkenin özel yemeklerini somut olmayan kültürel miras olarak kabul etmiştir. Meksika geleneksel mutfağı, Akdeniz diyeti, Hırvat zencefilli ekmeğı, Kore kimchisi, Türk kahvesi, Washoku Japon mutfağı ve Fransız gastronomik yemeğı gibi (Intangible Cultural Heritage—The Food Edition—Make Heritage Fun, 2014). Yumuşak güce ek olarak, yemek güçlü bir ikna aracıdır. Rockower (2012, ss. 235-246), kalpleri ve akılları kazanmanın en kolay yolu mideden geçtiğini savunmuştur.

İkna için yemek kültürü diplomasisinin harika bir örneğı, Brexit oylamasından kısa bir süre önce, yaklaşık 15 Fransız gönüllüden oluşan bir grubun Paris'ten Eurostar treniyle Londra'ya yüzlerce kruvasan getirmesiyle yaşanmıştır. İngiliz polisi, Fransız aktivist grubun başkentte İngilizlere kruvasan dağıtmasını engellemek için ani müdahalede bulunarak sonucu bozabilecek yiyecek sunmanın yasa dışı olacağını söylemiştir. İngiltere Seçim Komisyonu, bu eylemin oyları etkilemek için gıda kullanımını yasaklayan yönergeleri ihlal ettiğini doğrulamıştır. Yine de pek çok İngiliz, İngiltere'nin Avrupa Birliğı'nde kalmasını savunan bu iyi niyetli “kruvasan operasyonundan” etkilenmiştir (Neal, 2016). Bu nedenle, devletlerin kamu diplomasisi stratejilerinin bir parçası olarak yeme ve içmenin özel rolünden yararlanmaları mantıklıdır. Nitekim diğer uluslarla ilişkiler kurmak ve geliştirmek için ulusal mutfağını kullanan ülkelerin sayısı yukarıda verilen örneklerden de anlaşılacağı üzere son yıllarda önemli ölçüde artmıştır. Bunların arasında, gıda yoluyla kültürlerarası alışverişi teşvik etmek amacıyla Diplomatik Mutfak Ortaklığı Girişimi'ni 2012'de başlatan ABD de vardır (“U.S. Department of State to Launch Diplomatic Culinary Partnership”, t.y.). Girişim, geleneksel diplomatik işlevler bağlamında ünlü şefler ve mutfak liderleriyle işbirlikleri ve 20'den fazla ülkeden genç şefleri ülke mutfak turu için ABD'ye getiren bir kültürel değişim bileşeni gibi hem mutfak hem de gastrodiplomasi unsurlarını içermektedir (Spence, 2016).

Gastro Diplomasi faaliyetlerinin artış göstermesi, diplomatik ilişkilerde yemeğin öneminin, yabancı konukları ağırlamadaki avantajının çok daha ilerisine geçtiğini kanıtlamaktadır. Yemek sanatları ile uğraşan ve mutfak profesyonellerinin her geçen gün giderek daha da takıntılı halde benzersizliğe yöneldiğı uluslararası bir ortamda,

diplomasi yapıcılar bir ülkeyi daha cazibeli ve görünür kılmak için yemeği yumuşak güç silahı olarak kullanabilirler. Mutfak diplomasisi etkinlikleri, sınırlı siyasi veya ekonomik güçleri nedeniyle, aksi takdirde kendilerini küresel arenada fark edilebilir kılmakta zorlanacak olan orta ölçekli ülkelere bilhassa cazip gelmektedir. Bu ülkeler yiyeceklerin, bu tür orta ölçekli ülkelerin uluslararası kamuoyunda kendilerine yönelik algıyı değiştireceğine inanmaktadırlar (“Diplomasi artık önce mideye hitap ediyor”, 2022).

3.4.4. UNESCO Etkisi

Dünyanın kültürel ve doğal mirasını korumak ve kollamak ve yaratıcılığı ve dinamik kültürel sektörleri desteklemek, iklim değişikliğinden yoksulluğa, eşitsizliğe, dijital bölünmeye ve her zamankinden daha karmaşık acil durumlara ve çatışmalara kadar zamanımızın zorluklarını ele almanın temelidir. UNESCO, güçlü bir kültür bileşeni olmadan hiçbir kalkınmanın uzun vadeli olamayacağına inanmaktadır. Bu nedenle, yalnızca karşılıklı saygıya ve kültürler arasında açık diyaloga dayalı, insan merkezli bir kalkınma yaklaşımı kalıcı barışa yol açabilir (“Culture | UNESCO”, t.y.). UNESCO’nun bu bakış açısından da anlaşılacağı üzere kültürler arası etkileşimin etkili bir şekilde sürdürülmesi ile elde edilen bir başarı uluslararası huzuru sağlayacaktır. Bu nedenle de, yumuşak güç UNESCO’nun çalışmaları için temel olan bir kavramdır. Dahası, UNESCO’nun çalışma alanı insanları bir araya getirme gücünü, zorlamak yerine ikna etmeyi, ortak hedefler belirleme ve toplu eylem için olgunlaşmış koşulları sağlamayı kapsar. Ulus markalaşması sürecinde ise yine UNESCO önemli rol oynamaktadır. Çünkü ülkeler kültür turizm hattı oluşturdıklarında ulusal reklamlarında UNESCO tarafından tescillenen soyut ve somut kültürel öğeleri ön plana çıkartmaktadırlar (Türkiye UNESCO Dünya Miras Listesi Filmi, 2017). Bu nedenle ön plana çıkan kültürel öğeler sayesinde, ülkeler daha iyisine sahip olmak ve UNESCO tarafından markalaştırılmak için birbirleriyle bir yarış içerisinde olmaktadır. Öte yandan, UNESCO tarafından tescillenen mutfaklar incelendiğinde, bir mutfağın milli veya uluslararası statüsünü sağlamlaştıran dış bir kaynağın olduğu söylenebilir. Özgünlük ve benzersizlik kültürel öğelerinin diğer unsurlarında olduğu gibi burada da kaçınılmaz bir biçimde karşımıza çıkmaktadır. Çünkü diğer tanınmış ülke mutfaklarına karşı, nispeten uluslararası arenada bilinmeyen mutfakların olduğu ülkeler, yemek kültürlerini uluslararası ortamda sunacakları bir marka oluşturmak için devamlı bir

şekilde çalışmaları sürdürmekte ve bu çalışmaların yanı sıra kendi reklamlarını yapabilme çabasındalardır (FoodandRoad, 2020).

Kısaca özetlenecek olursa, kültürel diplomasi, kamu diplomasisinin temel taşıdır çünkü bir ulus hakkındaki düşünce en iyi şekilde kültürel faaliyetlerde temsil edilir. Yukarıda da belirtildiği gibi kültürel diplomasi, ülkeler tarafından kültürel farklılıklarını teşvik etmek, böylece dünyanın kültürel çeşitliliğini arttırırken işbirliği ve diyalogun önünü açmak için kullanılmaktadır. Devletlerin gittikçe birbirlerine bağlı duruma geldiği küreselleşmiş, birbirine bağlı bir ortamda, kültürel diplomasi barış ve istikrarın geliştirilmesinde kritik öneme sahip olabilir. Bu noktada kültürel diplomasi, kamu diplomasisi kullanımında önemli katkılar sunmaktadır. Bu nedenle kültürel diplomasi, her devlet için uzun vadeli bir yatırımdır. Kültürel diplomasi, kültürel öğeleri alan devletin halkı arasında, kültürel öğelerini gönderen devlete ilişkin olumlu bir görüş ve izlenim yaratır. Sonuç olarak bu bölümde şu sonuca ulaşılmaktadır: Kültürel diplomasi kendi hedeflerini içinde barındırmaktadır. Bunlar bir ülkenin kültürünü başka bir ülkede tanıtmak ve paylaşmak, değerleri ve inançları paylaşmak, idealleri ve istekleri teşvik etmek, görsel sanatların, performansların, şiirin, müziğin, filmin, tiyatronun, kitapların, dansın en iyilerini sergilemektir.

Gelecek bölümde Güney Kore'nin kamu diplomasisi politikaları geçmişten günümüze belli bir kronolojik sıralama şeklinde ele alınacak olup kültürel diplomasinin de unsurları olarak kabul edilen sanatsal faaliyetlerden bahsedilecektir.

BÖLÜM 4

GÜNEY KORE’NİN HALLYU (KORE DALGASI) POLİTİKASI

Bu bölümde ele alınacak konu, Kore popüler kültürüne yönelik bir coşku olarak anlaşılan Kore Dalgası’nın (Korece’de Hallyu) yumuşak güç potansiyelini ve Kore kamu diplomasisi alanında kullanılma yöntemini araştırmaktadır. Bir ülke yeterli sert güce yani askeri ve ekonomik yetenekler gibi sert güç kaynaklarına sahip olmadığında, ülke belirli iç ve dış siyasi ve ekonomik hedeflere ulaşmak için yumuşak güç ve yumuşak güç kaynaklarını alternatif bir araç olarak değerlendirebilmektedir. Yumuşak güç ile siyasi ve ekonomik hedeflerin çoğuna tek başına ulaşamasa bile, yumuşak gücün normalde beklediğimizden daha fazla potansiyeli vardır. Güney Kore örneğinde, 2022 yılı dünyanın en büyük 12. ekonomisi (World Economic Outlook, October 2022) olmasına ve birinci sınıf bir orduya sahip olmasına rağmen, sert güç alanında diğer gelişmiş sanayileşmiş ülkelerle rekabet etmesi bulunduğu sıcak bölge de göz önünde bulundurulduğunda zorunlu bir hal almıştır. G. Lee’nin (2009) belirttiği gibi, yüksek kaliteli teknolojisinin ve insan kaynaklarının gelişimi ile birlikte ve son zamanlarda kültürel potansiyelinin küresel çapta büyüdüğü göz önüne alındığında, Güney Kore, yüksek öneme sahip siyasi ve ekonomik araçlar olarak yumuşak güç ve yumuşak güç kaynaklarını geliştirebilecek potansiyele ulaşmıştır. Yine de sıcak gelişmelerin yaşandığı Uzak Doğu coğrafyasında yalnızca kamu diplomasisi politikalarıyla Çin, Japonya ve “düşman ülke” olarak algılanan Kuzey Kore karşısında güçlü durmak, kalıcı siyasi bir refah seviyesi sunmamaktadır. Bu nedenle kamu diplomasisi politikaları kadar sert güç politikalarına da yönelmek ve iki güç unsurunu birlikte kullanmak gerekmektedir ve Güney Kore’nin şu an ki politikaları Yoon hükümetinin (2022) başa gelmesiyle birlikte bunu desteklemektedir.

Dünyanın dört bir yanındaki hükümetler, kamu diplomasisinin önemini giderek daha fazla kabul etmektedir. Özellikle, kültürel diplomasinin uluslararası karşılıklı anlayışı geliştirmede önemli bir rol oynadığı düşünülmektedir. Güney Kore ise (bundan sonra Kore olarak anılacaktır), kamu diplomasisi deneyimleri oldukça eskiye dayanan

ülkelerden biridir. Nicholas Cull (2009, s. 19) ve Raymond Cohen'in (2013, s. 19) de sırasıyla kamu diplomasisinin Batı ve Çin kökenleri araştırmalarında buldukları sonuçlar gibi, tarihte Kore kamu diplomasisinin kökenlerinin izini sürmek de çok eski zamanlara dayanmaktadır. Bu nedenle Kore kamu diplomasisinin kökenlerine bakmak için Hallyu teriminin kökenine bakmak gerekmektedir.

4.1. Kore Dalgası'nın Tanımı ve Kökeni

“Hallyu” (한류) terimi, “Kore Dalgası” (bazen K-dalgası olarak anılır) olarak tercüme edilen Çince dilinden gelmektedir. Kore'nin kültürel ekonomisinin, özellikle K-pop, K-dizileri, filmler ve diğer Kore eğlence kültürleri açısından dünya çapında kazandığı popülerlikle ilgilidir (Toyryla, 2022). Çince'de “hanliu” olarak da bilinen terim ilk olarak Çin basını tarafından 1990'ların sonlarında Kore pop kültürünün Çin'de artan popüleritesini tanımlamak için kullanılmıştır. K-pop kültürü konusu hakkında çok çeşitli görüşler mevcuttur. Bir kültür mü, bir ürün mü, yoksa bir kültürel ürün mü? Kalite düzeyi yüksek mi yoksa düşük mü? B.R. Kim'in (2015) çalışmasına göre, Çinliler için Hallyu teriminin iki anlamı vardır: (1) “hanliu 韩流” Kore (kültürel) dalgasını/akıntısını, (2) “hanliu 寒流”, bir akıntıyı ifade eder. İkincisi, sıcak akımın karşısındadır. Bu, anakara Çin'e sert bir kış rüzgârının estiği anlamına gelir. Öte yandan Çinliler, Çin'deki K-pop kültürünün çılgınlığını belirtmek için başka bir kelime olan “hanmi 韩迷” terimini kullanmaktadır. İngilizce “mania” kelimesi Çince'de “mi 迷” olarak yazılır: bu nedenle han+mi, K-pop çılgınlığını ifade eder. Hallyu veya Kore Dalgası, K-pop müziği ve K-dramaları da dahil olmak üzere Kore Cumhuriyeti kültürünün popüleritesini tasvir eden kelimedir. Bu nedenle Hallyu, Kore'nin en büyük ihracatlarından biri olarak kabul edilir çünkü bu aynı zamanda Kore'nin popüler kültürünü ihraç etmek anlamına gelir, bu da Güney Kore'yi benzersiz kılar.

Hallyu patlamasının kökenlerini/nedenlerini açıklamak için yetkinlik teorisi (s. 156) kullanılmaktadır. Bu teoriye göre Hallyu, Güney Kore'nin 20. yüzyılın sonlarında hızlı endüstriyelleşme yoluyla kazandığı ekonomik başarıya dayanır. Bu açıdan Hallyu, Kore'deki yatırımcıların daha iyi kültür ürünleri üretmelerini sağlayan Kore sert gücünün bir simgesi haline gelmiştir. J. Kim'e (2007) göre, aslında bir kültür işi alanı olarak Hallyu, Koreli şirketlerin aktif pazarlama stratejileri ve Asya'daki lokal şirketlerle ortaklıkları aracılığıyla oluşan “Pan-Asya” kültürel üretimden yararlanmıştır. Bu nedenle Hallyu kültürel değil, ekonomik/endüstriyel bir olgudur. Buna karşılık ikinci

teori, Hallyu'nun doğasında var olan K-pop içeriğinin cazibesi hakkında ısrar etmektedir. Hallyu adlı bir çerçevedeki kültür içerikleri, otoriter ekonomik büyümeye rağmen yalnızca demokrasiye ulaşmamış, Kore sivil toplumunun dinamiklerini ve geleneksel değerlerini (sadakat/ataya saygı) sürdüren “Kore tarzı kalkınma modelini” de içermiştir.

4.1.1. Kore Dalgası'nın Yükselişi

Yukarıda bahsedildiği gibi, Hallyu 1990'ların sonunda K-drama ihracatı ile başlamıştır. Ancak, Hallyu 2.0 (Kore pop müzik) ve Hallyu 3.0 (Kore kültürü) aracılığıyla hızla Hallyu 4.0'ın (Kore tarzı) olgunluk aşamasına sıçramıştır (Song, 2020, ss. 125-150). 2000'lerin ortalarında Hallyu, Koreli idol gruplarının liderliğindeki K-pop patlamasıyla yakından bağlantılıdır. Sosyal ağ siteleri ve akıllı telefon tarafından yönlendirilen web 2.0 sayesinde, Hallyu 2.0 modası (K-pop çılgınlığı) Doğu Asya'nın ötesinde tüm dünyaya ulaşmıştır. Ancak birkaç yıl içerisinde “Hallyu 3.0” web üzerinde çok popüler hale gelmeye başlamıştır. Son zamanlarda, Kore Kültür ve Spor Bakanlığı, Hallyu'nun krizdeki gerilemesine, Çin'in çevrimiçi düzenlemelerine ve Japonya'nın büyüyen Kore karşıtı duyarlılığına rağmen Hallyu 3.0 aracılığıyla “kültürel bölge” genişletme planını hazırlamıştır. 2.0 veya neo-Hallyu, Asya'nın ötesinde Kore alfabesi (Hangul), Kore yemeği (Hansik) ve Kore geleneksel kostümü (Hanbok) gibi Kore kültürü özlemiyle doğmuştur (Jung & Lee, 2010, ss. 249-270). Japon medyası, Tokyo'da ilk dijital single'ını yayınlayan Girls Generation'ın (K-pop kadın grubu) performansı hakkında geniş çapta haber yapması ile birlikte Hallyu 2.0 terimi ilk kez Japonya'da kullanılmıştır (Han, 2010). Hallyu 2.0'ın önemi, Hallyu'nun yelpazesini çağdaş K-pop kültüründen Hangul, Hansik, Hanok (Kore tarzı ev) gibi geleneksel kültürlere genişletmek ve Orta Doğu, Avrupa ve Kuzey/Güney Amerika'daki K-pop idollerinin küresel ilerlemesiyle bir “tür öldürme” elde etmekte (Kim, s. 157). Hallyu 2.0'a yönelik belirleyici dönüm noktasını, Hallyu'nun dünya çapında yaygınlaşmasına büyük ölçüde katkıda bulunan SNS (Social Networking Service) kaynakları olmuştur.

R. Kim'e (2011) göre Hallyu, genellikle Kore kültürel ürünlerinin yurtdışında artan popülaritesi olarak anlaşılır. Dalga ilk olarak 1990'ların sonunda, Kore TV dizisi “What is Love All About” Çin'de büyük bir etki yarattığında ve başka bir dizi olan “Medical Brothers” Vietnam'da beklenmedik bir yankı uyandırınca Doğu Asya'ya yayılmıştır. Japonya'da ise melodram “Winter Sonata” büyük bir yankı uyandırmış ve

kısa süre sonra tarihi drama “Dae Jang Geum” (Dae Jang’ın Rüyası) Hong Kong’da başarı elde etmiştir. Kore TV dizilerinin artan popülaritesine ek olarak, Koreli pop grupları da bölgede birçok hayran toplamıştır. H.O.T. adlı eski bir Koreli erkek grubu 2000 yılında Çin’de sahne aldığıında Çinli genç kuşak arasında önemli bir yankı uyandırmıştır. O zamandan beri hem TV dizileri hem de popüler müzik Doğu Asya’nın ötesine ulaşmış ve Meksika, Malezya, Mısır, Rusya, Özbekistan, Moğolistan, ABD ve birkaç Avrupa ülkesinde popülarlik kazanmıştır (Park & Lim, 2014, ss. 79-98).

S. J. Lee’ye (2009, ss. 1-8) göre, Hallyu hem iç hem de dış faktörler sayesinde başarılı olmuştur. Yurt içinde, Kore popüler kültürü, gelişmiş ekonomik kapasite ve beraberindeki yaşam standartları ile desteklenmiş, kültürel ürünlere yönelik artan talep, büyük Kore holdinglerinin önemli yatırımları ve güçlendirilmiş fikri mülkiyet hakları ile karşılanmıştır. Ayrıca Amerikan etkisi, hem yerel hem de yabancı izleyiciler arasında popüler hale gelen Amerikan ve Kore müziğinin kaynaşmasına katkıda bulunmuştur. Hwang (2023), Kore kültürünün evrensel çekiciliği nedeniyle geniş bir izleyici kitlesini çekmeyi başardığını savunmaktadır. Bu nedenle, romantik aşk hikâyesinin işleyişi ve aile hayatı gibi temalarla, her kültürden insanın Kore dizilerindeki karakterlerle ilişki kurması kolaydır sonucuna varılabilir. Başarısının nedeni tartışmalı olabilir, ancak Hallyu’nun inanılmaz büyümesi konusunda şüphe yoktur. Başarısı, turizm, göç ve ihracat da dahil olmak üzere Kore ekonomisinin çeşitli yönlerinde kendini göstermektedir. C. U. Cho (2016), yumuşak gücü ölçmek için bir bilimsel yöntem olmamasına rağmen, ekonomik göstergelerin ve algı araştırmalarının değerli bilgiler sağlayabileceğini ileri sürmektedir. Son örnekler arasında ise, Kore dramalarının “My Love from the Star” ve “Descendants of the Sun”ın Çin turizmine, Kore’ye ve kültürel ürünlerin ilgili tüketimi üzerindeki etkisi yer almaktadır.

4.2. Güney Kore’de Kültürel Diplomasinin ve Kamu Diplomasinin Teşviki

Başlangıçta Kore kültür politikaları, ulus inşasını güçlendirme ve yabancı kültürlerin sızmasını önleme arzusuyla motive edilmiştir. Daha sonraki süreçlerde, ideolojik değerleri desteklemek için kültürel içerikler tanıtılmıştır ve son olarak yakın zamanlarda, yaratıcı içerikler, küreselleşmenin de katkılarıyla ve potansiyel ekonomik değerleri ve yumuşak güçleri ile tanınırlık kazanmaya başlamıştır. Güney Kore’nin kamu diplomasisi etkinliklerini üç farklı dönemde incelemek bu çalışmayı daha anlaşılır kılacaktır.

4.2.1. 1948'den 1960'lı Yıllara

15 Ağustos 1945'te Kore, Japon sömürgeciliğinden kurtulmuştur. ABD ve Sovyetler, Japonların teslim olması ve silahsızlanma ile başa çıkmada geçici askeri kullanım için 38. paraleli çizmiştir. ABD kuvvetleri 38. paralelin güneyindeki bölgeyi kontrol etmiş ve Sovyet Ordusu kuzeyi ele geçirmiştir. Zaman geçtikçe kuzey ve güney bölgeleri arasındaki bu ayrım sağlamlaşmıştır. 14 Kasım 1947'de BM Genel Kurulu, Birleşmiş Milletler Kore Geçici Komisyonu'nu (UNTCOK)² kurmak için bir karar almıştır. UNTCOK, Kore'deki genel seçimleri ve doğmakta olan birleşik bir Kore hükümetinin büyümesini gözlemlemek ile görevlendirilmiştir. Ancak Sovyetler Birliği UNTCOK'un Kuzeye girişini reddettiği için genel seçimler yalnızca Güney'de yapılmıştır. Ardından, bir Anayasa Meclisi kurulmuş ve yeni seçilen Lee Seung-man, Güney Kore'nin ilk Cumhurbaşkanı olmuştur. Güney Kore hükümetinin başarılı bir şekilde kuruluşu 15 Ağustos 1948'de yurtiçinde ve yurtdışında ilan edilmiştir. 35 yıllık Japon sömürgeciliği ve üç yıllık ABD askeri kontrolünden sonra, Kore hükümeti uluslararası toplumun bir üyesi statüsünü yeniden kazanmıştır (The 60 Years of Korean Diplomacy, 2009, ss. 35-36). 17 Temmuz 1948 tarihli Devlet Teşkilatı Kanunu ile (Government Organization Act)³, diplomasi, antlaşmalar, uluslararası ekonomi, denizaşırı vatandaşlar ve genel olarak uluslararası ilişkilerin araştırılması ve yürütülmesi konularını üstlenecek olan Dışişleri Bakanlığını kurmuştur (Choi, 2019). Bakanlığın en büyük önceliği, yeni Kore hükümetinin Kore Yarımadası'ndaki tek meşru hükümet olarak uluslararası alanda tanınmasını sağlamaktır. Kore, dost ülkelere ve BM Genel Kurulu'na heyetler göndererek bu amaca ulaşmaya çalışmıştır. BM nihayet 12 Aralık 1948'de aldığı bir kararla bu Kore hükümetini tek meşru hükümet olarak tanımıştır. Haziran 1950'de Kuzey Kore ile başlayan savaş, Güney Kore hükümetini çöküşün eşiğine getirmiştir (Establishment of the Government of the Republic of Korea, t.y.). Ancak uluslararası toplumun yardımıyla sonunda bu krizin üstesinden gelmeyi başarmıştır. 1953 ateşkesinden sonra Güney Kore, bir ulus olarak savaşın küllerinden

² Bkz: UNTCOK: 14 Kasım 1947'de komisyon, BM Genel Kurulu'nun 112 sayılı Kararının kabul edilmesiyle kuruldu. Görevi, "özgür ve açık seçimleri denetlemek, işgalci güçlerin geri çekilmesine yardımcı olmak ve yeni siyasi yapıya tam bağımsızlığa rehberlik etmek" idi. ("United Nations Temporary Commission on Korea", 2023)

³ Bkz: Government Organization Act: Bu Kanunun amacı, ulusal idari işlerin sistemli ve etkin bir şekilde yürütülmesini sağlayacak ulusal idari kurumların kuruluş, organizasyon ve görev alanlarına ilişkin temel ilkeleri belirlemektir. ("NATLEX - Record details", t.y.)

ayağa kalkmak için topyekûn bir çaba göstermiştir. Dış politika hedeflerini karşılamak için, Güney Kore kamu diplomasi faaliyetleri, tüm varlıkları ve kaynakları savaştan kurtulmaya odaklanmıştır. Başka bir deyişle, S. J. Lee'ye (2015) göre, Güney Kore modern dünyayla ilk olarak kurtuluş kaosu, ulus oluşumu ve siyasi ve sosyal istikrarsızlık arasında tanıtıldığı için, uluslararası toplumu bağımsız bir devlet olarak tarihi ve potansiyeli hakkında bilgilendirmek çok önemliydi. Bu konu özellikle acildi çünkü Kuzey ve Güney Kore tarihsel meşruiyet için savaşımaya devam etmişlerdir. Bu süreçte, Güney Kore'nin en güçlü müttefiki olan ABD ise, Amerikan anti-komünizm gündemini ilerletmeye yardımcı olmak için Kore KD faaliyetlerini desteklemiştir. 4 Kasım 1948'de ilan edilen Dışişleri Bakanlığı Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesine göre, Dışişleri Bakanlığı'nın çalışma alanı aşağıdaki işlevleri kapsıyordu: (1) dış politikanın oluşturulması ve uygulanması; (2) yabancı ülkelerle ticari ve ekonomik işbirliği; (3) antlaşmalar ve diğer uluslararası anlaşmalar; (4) denizaşırı vatandaşlar için koruma ve destek; (5) halkla ilişkiler; ve (6) göçmenlikle ilgili işler. Dışişleri Bakanlığı, bir Sekreterlik, beş büro (Politika, Ticaret, Antlaşma, Araştırma, Enformasyon) ve 18 bölümden oluşuyordu. Halkla ilişkilerden sorumlu Bilgi Bürosunun altında üç bölüm vardı: Propaganda, Basın ve Kültür. Kore'nin erken KD altyapısı, kısmen diplomatik bağlarını sürdürdüğü az sayıda ülke nedeniyle zayıftı. Kore hükümetinin meşruiyetini kabul eden bu ülkeler arasında ABD, Çin Cumhuriyeti, İngiltere ve Fransa vardı. 1959'un sonunda, Kore hükümeti yalnızca dokuz büyükelçilik, sekiz başkonsolosluk, üç temsilcilik ve iki ofis kurmuştu (Choi, 2019). Ek olarak, KD faaliyetlerinin kapsamı, Dışişleri Bakanlığı içinde sık sık yeniden yapılanma ile sınırlandırılmıştır. 1955 yılında Kültür ve Basın Bölümleri, Enformasyon Bürosundan Diplomatik İlişkiler Bürosuna taşındı. 1958'de iki bölüm tek bir Bilgi ve Kültür Bölümü altında birleştirildi. 1961'de bu bölümün adı Kültür Dairesi olarak değiştirildi, halkla ilişkiler işlevi yeni kurulan Bayındırlık Bakanlığına devredildiği için bilgi terimi kaldırıldı. Yeni kurulan Halkla İlişkiler Bakanlığı'na, yeni göreve başlayan askeri cuntanın siyasi meşruiyeti ve ekonomik kalkınma politikası için uluslararası destek ve yardım sağlama görevi verilmiştir (2019).

1940'lar, 50'ler ve 60'lar boyunca Kore kültürü, kültürel sergiler, öğrenci ve spor değişim programlarına odaklanan süreli yayınların yayınlanmasını ve dağıtımını içerecek şekilde giderek daha geniş bir yelpazede KD faaliyetleri uygulanmıştır. Süreli yayınlar ve devlet tarafından çıkarılan yayınlar arasında Korea Today, Korean Arts ve

Korean Survey sayılabilir. Dahası Kore hükümeti, İngilizce yayınlanan Korea Times gazetesi ve aylık İngilizce yayınlanan Pictorial Korea gibi medya kuruluşlarını satın alarak bunları Kore'nin denizaşırı diplomatik misyonları aracılığıyla yabancı ajanslara ve bireylere dağıtmıştır (2019, s. 26). Kültür odaklı sergiler ve değiş tokuşlar, Kore geleneksel düğün kıyafetlerinin Smithsonian Müzesi'ne bağışlanmasını ve denizaşırı Kore büyükelçiliklerine fotoğraf, müzik, film, kitap, el işi ve geleneksel kıyafetlerin geniş çapta dağıtımını içeriyordu. Son olarak, 1947'den başlayarak, ilk üç Koreli öğrenci okumak için ABD'ye geldiğinde, değişim programlarının sayısı ve kapsamı yavaş yavaş artmıştır. Örneğin, 1956'da Kore hükümeti, Aralık 1948'de Uluslararası Paten Şampiyonasına ilk dört sporcunun gönderilmesinden bu yana yurt dışına 22 spor delegasyonu göndermiştir (The 60 Years of Korean Diplomacy, ss. 285-286). 21 Şubat 1958'de, iyi niyet sanat elçileri olarak Güneydoğu Asya'ya 136 sanatçı gönderildi. Son olarak, Ekim 1968'de Kore hükümeti, Seul'de Asya ve Pasifik Konseyinin Sosyal Kültür Merkezine ev sahipliği yapmakla kalmamış, aynı zamanda çok çeşitli kültürel programlar uygulamıştır (Choi, 2019).

4.2.2. 1970'lerden 1990'lı Yıllara

Başkan Nixon'ın 1972'de Çin'i ziyareti, Mayıs ayında ABD/SSCB Stratejik Silahların Sınırlandırılması Müzakereleri'ne ilişkin anlaşması ve 1972 ve 1979'da ABD ile Çin arasında diplomatik bağların kurulması gibi olaylarla karakterize edilen, Doğu ile Batı arasında bir “yumuşama” döneminin ortaya çıkmasıyla uluslararası düzen değişmeye başlamıştır (“Yumuşama (uluslararası politika)”, 2023). Uluslararası gerilimlerdeki bu gevşeme, Aralık 1989'da Soğuk Savaşı resmen sona erdiren Malta Anlaşmasıyla doruğa ulaşmıştır. Kore hükümeti, tam boyutlu diplomasi yoluyla demokratik ve komünist devletler arasındaki dostane ilişkileri kolaylaştırarak yumuşama politikasını desteklemiştir. Kore'nin yumuşama odaklı diplomasisinin örnekleri arasında 1990'da SSCB ile tarihi diplomatik bağların kurulması, Kuzey ve Güney Kore'nin 1991'de BM'ye eşzamanlı girişi ve 1992'de Kore-Çin diplomatik ilişkisinin kurulması sayılabilir (The 60 Years of Korean Diplomacy, ss. 38-48). 1970'lerde ve 1980'lerde Kore hükümeti, ekonomik kalkınma için ikili ve çok taraflı işbirliğini destekleyerek yerel ekonomik faaliyetlerinin kapsamını genişletmiştir. Bu politika yaklaşımı, Kore hükümetinin gelişmiş ülkelerle ekonomik işbirliği yoluyla bir ekonomik bağımsızlık temeli oluşturmaya çalıştığı 1960'larda ortaya çıktı (s. 224).

Başlangıçta, hükümetin KD faaliyetleri, Kore'nin ekonomik itibarının ve potansiyelinin medya tanıtımına odaklandı. Ancak, 70'lerin sonlarına doğru kültürel ve değişim programları, müttefiklerle dostane ilişkileri derinleştirerek ulusal güvenliği ve refahı güçlendirme çabasında önemli bir rol üstlendi. Kore'nin KD perspektifinden, 1980'ler spor diplomasisinin yılıydı: 19. Asya Oyunları (1986) ve 24. Seul Olimpiyat Oyunları ve Paralimpik Oyunları (1988). Sonuç olarak, 1987'de Dışişleri Bakanlığı bir kez daha iki bölüme ayrıldı: Kültür ve Tanıtım. Yine 1987'de Kore hükümeti, KD altyapısını genişletmek için UNESCO'ya dayanan Kore misyonunu kurdu. Hemen akabinde Dışişleri Bakanlığı, aşağıdakileri yapmak için 1991 yılında Kore Vakfını kurdu: (1) uluslararası toplumda Kore hakkında farkındalık yaratmak; (2) uluslararası dostluk ve işbirliğini teşvik etmek ve (3) Kore'nin BM'ye ve OECD'ye katılımının neticesinde uluslararası arenada gittikçe artan oranlarda proaktif diplomatik durumunu desteklemektir ("Statutes of the Republic of Korea", t.y.). Dışişleri Bakanlığı da Kültür ve Halkla İlişkiler Genel Müdür Yardımcısı olarak yeni bir pozisyon oluşturmuştur. Ek olarak, daha etkili KD için daha güçlü bir temel oluşturmak amacıyla Dışişleri Bakanlığı, Kültürel İşbirliği Bürosunu üç bölüme ayırmıştır: Kültürel İşbirliği Bölümleri 1 ve 2 ve Halkla İlişkiler Bölümü (Choi, 2019). Son olarak, kültürel küreselleşmeden yararlanmak ve gelişmek için katma değerli bir kültür endüstrisi olan bu hükümet, 1993'te 5 senelik bir Kültür Büyüme Planı başlattı ve 1994 yılında "Visit Korea" programını belirledi (2002 Culture Policy White Paper, s. 38).

1994 yılında Başkan Kim Young-sam göreve geldiğinde, KD faaliyetleri iç ve dış politikadaki değişikliklerden kurumsal olarak etkilenmiştir. Bu dönemde kamu diplomasisinin kapsamı kültür anlaşmalarının imzalanmasını ve ortak kültür komitelerinin kurulmasını içerecek şekilde genişletilmiştir. 1998 yılına gelindiğinde 82 ülke ile kültürel anlaşmalar imzalanmış ve 21 ülke ile ortak kültür komiteleri düzenlenmiştir. Bunlar, Kore'nin kültür, sanat, eğitim, akademi, gençlik, medya ve yayıncılık gibi çeşitli alanlarda önemli dış işbirliğini kolaylaştırdı (The 60 Years of Korean Diplomacy, s. 294). Bu süreçte, Kore kültürel değişim programları, global bir bakış açısı yakalamak için Amerika ve Avrupa'daki büyük devletlerle önemli bir işbirliği içerisinde hareket etmiştir. Kore kültürü, oyuncular, yapımcılar, sanatçılar ve şarkıcılar aracılığıyla dünyaya tanıtılmıştır. 1991'de Kore Vakfının kuruluşuyla, Kore çalışmalarının sayısı katlanarak artmıştır. 1998'de 50 ülkede 305 ders devam ederken yedi ülkedeki 33 üniversite düzenli Kore Çalışmaları profesörlükleri kurmuş ve sekiz

ülkede 26 Kore Çalışmaları Merkezi açılmıştır. Hemen akabinde, 1998'in sonunda 38 ülkede 321 belediyeyle kardeş şehirler kurmuştur (s. 299).

4.2.3. 2000'lerden Günümüze Kadar

2000'lerde Kuzey Kore'den artan nükleer tehditle, Güney Kore hükümeti çabalarını Kore Yarımadası'nda barış ve olası yeniden birleşme ihtiyacına odaklamaya karar vermiştir. Kore bu amaçla ABD ile ittifakını taktiksel olarak pekiştirirken, aynı zamanda Japonya, Çin ve Rusya ile olan dostluklarını da geliştirmiştir. BM Genel Sekreteri Ban Ki-moon'un aracılığıyla Kore'ye sağlanan diplomatik avantajın bir sonucu olarak, Kore hükümeti çok çeşitli uluslararası kuruluşların faaliyetlerinde aktif olarak yer aldı. Kore ayrıca silahların azaltılması, nükleer silahların yayılmasının önlenmesi ve ekonomik kalkınma ile terörizm ve insan hakları gibi konularda uluslararası diyaloglara katıldı (ss. 49-50).

Kore Dalgası 2000'li yıllarda Japonya, Çin ve Güneydoğu Asya'da ivme kazanmaya başlamıştır. Sonuç olarak, KD için önemli bir araç olarak kabul edildi. 2002 FIFA Dünya Kupası'nın ardından Kore hükümeti (2003-2008), Başbakanın himayesinde Ulusal İmaj Komitesini kurdu. T.Y. Kim'e (2016) göre bu, Kore'nin meşruiyetini artırabileceği bir yumuşak güç aracı olarak kültürün potansiyelini kabul etmeye devam ettiğini göstermektedir. Mavi Saray'daki ilk yılında Başkan Roh Moo-hyun, Kore Kültür Endüstrileri Değişim Vakfı'nı (KOFICE) da kurmuştur. KOFICE, Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığına (MCST) bağlı bir kuruluş olarak kayıtlıdır ancak öncelikle Kore Dalgası'nı teşvik etmeyi amaçlayan özerk bir kuruluş olarak faaliyet göstermektedir. Daha spesifik olarak vakıf, kamu ve özel sektör arasındaki iletişimi kolaylaştırmayı ve yabancı halklarla etkileşimi teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Vakfın faaliyetleri arasında akademik konferanslar ve müzik festivalleri de yer almaktadır (Kang, 2015, ss. 433-447). Başkan Lee Myung-bak 2008'de göreve geldiğinde Ulusal İmaj Komitesi dağıtıldı ve yerine, yeni yönetim (2008-2013) 2009'da Ulus Markası Başkanlık Konseyini (PCNB) kurdu. Kore hükümeti, ülkesinin algısını kültür yoluyla güçlendirmeye çalıştı ve ulus markalamayı etkili bir yaklaşım olarak gördü (Elfving & Hwang, 2013, ss. 14-26). 2012 yılında Dışişleri Bakanlığı (MOFA), kar amacı gütmeyen Kıdemli Kamu Diplomasisi Grubunu (SPDG) kurdu. Grup, deneyimleri ve konumları geniş çapta tanınan sivil vatandaşlar tarafından temsil edilen 20 kamu diplomatından oluşmaktadır. SPDG'nin temel amacı, Koreli sivil vatandaşlar arasında

kamu diplomasisi konusunda farkındalık yaratmaktır (Redmond, 2015). Ayrıca 2012’de MCST, K-Kültür Tanıtım Görev Gücü’nü başlatmıştır. Kuruluş, ilk yılında 33,5 milyar bütçe ayırmış ve bakanlık bünyesindeki yetkililer tarafından organize edilmiştir. Y. Y. Cho (2012), yeni kurulan görev gücüyle ilgili vizyonunu açıklayan Bakan Choe Kwang-shik’in, Hallyu'nun Kore kültürünü tanıtmadaki önemini şu şekilde vurgulamıştır:

K-drama ve K-pop, Kore kültürünü dünyaya tanıtmamız için bize kapı açıtıysa, şimdi Pororo, yemek, geleneksel sanatlar gibi diğer kültürel varlıkları sunabilmemiz için Hallyu’yu nasıl tutarlı bir şekilde tanıtacağımıza dair somut fikirler geliştirmemiz gerekiyor- moda, turizm ve gelecekte diğerleri-. (...) K-pop da dahil olmak üzere Kore pop kültürünün genel kültürel alanı, “K-kültürünü” etkilemesi ve nihayetinde ondan katma değer yaratması gereklidir.

Takip eden bir sonraki yılda, 2013’te Başkan Park Geun-hye göreve başlayarak kısa bir süre zarfında “Yaratıcı Ekonomi” vizyonunu açıklamıştır. Politika, yeni endüstrileri ve yeniliği teşvik etmeyi amaçlamaktadır (Mundy, 2015). Mevcut hükümet, yaratıcı içerik stratejisini desteklemek için halka açık kampanyalar ve iş merkezleri dahil olmak üzere bir dizi girişim başlatmıştır. Bu doğrultuda, 2015 yılında Kore hükümeti “2016-2018 Yılı Kore’yi Ziyaret Edin” turizm kampanyasını tüm dünyaya duyurmuştur. Bu kampanyanın dikkate değer bir özelliği ise, turistlere Kore’de rehberli turlar yapma fırsatı sunan K-Travel Bus programı olmuştur (“All Around Korea Tour(K-Travel Bus)—Adventurekorea”, 2021).”

Turların kapsamına dahil olan destinasyonların en önemli ortak özelliği çeşitli ünlü dramaların çekim yerlerini içermesidir (Istad, 2016). Buna ek olarak, 2016’dan itibaren K-pop Akademileri Asya, Avrupa, Afrika ve Amerika’da bulunan 20 Kore Kültür Merkezinde açılmıştır (2016). Bu süreçte, Başkan Park Geun-hye’nin yaratıcı içeriklerin tanıtımına yönelik en önemli projelerinden biri, “Kültür ve Yaratıcılık Füzyon Kemerı”dir (Culture and Creativity Fusion Belt). Projede çeşitli kuruluşlar yer almış ve kültürel bir ekosistem olarak işlev görmesi amaçlanmıştır. Buna ek olarak, Şubat 2015’te Kültür ve Yaratılış Yakınsama Merkezi (Center for Culture and Creation Convergence) açılmıştır. Yeni kuruluş, Güney Kore’nin holdinglerinden biri olan ve aynı zamanda eğlence endüstrisinde önemli bir aktör olan CJ grubu ile işbirliği içinde hükümet tarafından yönetilmektedir (Seo, 2016). Yani yaratıcı endüstrinin ve popüler kültürün Kore’de gelişmesini sağlamak için devlet ve özel sektör el ele vererek hareket etmektedir. Dahası mevcut hükümet, yeni organizasyonlar ve kampanyaların oluşturulmasına ek olarak, Kore Kültür ve Turizm Enstitüsü (KCTI), Kore Kültür Bilgi

Hizmeti Ajansı (KCISA) ve Kore Asya Kültür Değişim Vakfı (KOFACE) gibi önemli kuruluşlarında öncelikli olarak destekçisi olmaktadır (Otmazgin, 2011). Hükümetin dışında yer alan bu kuruluşlar hükümet ve içerik endüstrisi kuruluşların ilişkisine güzel bir örnektir.

Uzun süredir devam eden bir başka girişim de Kore Kültür ve Bilgi Servisi'dir (KOCIS). KOCIS 1971'de kurulmuş ve Güney Kore'de kültürel tanıtım için ilk kamu girişimlerinden birisi olmuştur. Resmi web sayfasına göre KOCIS, Kore'yi denizaşırı ülkelerde tanıtmaq, uluslararası kültürel alışverişlere ışık tutmaq ve bu haberleri Koreli izleyicilere geri getirmek için bir iletişim köprüsü görevi görmektedir (Cull, 2012, ss. 1-9).

Ma, Song ve Moore'a (2012) göre hükümetin KD  abaları, ilk kez yasal olarak KD terimini getirerek KD faaliyetlerinde yeni bir çağın geliştirilmesine odaklanması ile kendisini göstermiştir. Bu süre zarfında, Dışışleri ve Ticaret Bakanlığı Kültürel ışbirliği Bürosu, Kültürel ışler Bürosu (Korece Kültürel Diplomasi Bürosu) haline geldi ve böylece Kore dilinde kültürel diplomasi teriminin kullanımını resmileştirmiştir. Kültürel Diplomasi Bürosu o zamandan beri birkaç yeniden yapılanma sürecinden geçmiştir. Bugün Kamu Diplomasisi ve Kültürel ışler Bürosu olarak adlandırılmakta ve beş bölümden ve bir ekipten oluşmaktadır: KD, UNESCO, Kültürel ışbirliği, Bölgesel KD, KD ve Politika ve Halk Diplomasisi ekibi. Böylece, istikrarlı ve başarılı bir KD programının uygulanmasını sağlamak için, Ulusal Meclis tarafından başlatılan mevzuatla yasal bir altyapı oluşturulmuştur. Son olarak, Kore'nin ilk Kamu Diplomasisi Yasası 2017'de yürürlüğe girmiştir (Introduction of the Public Diplomacy | Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea, t.y.). Bu yapısal değişim ve gelişim sürecinde Güney Kore'nin popüler kültür araçlarının kullanımı da kamu diplomasisinin gelişimine ayak uydurmuştur.

Güney Kore hükümetlerinin yumuşak güç çalışmalarına bu denli önem vermesi, sert güç çalışmalarını geri planda bıraktığı anlamına gelmemektedir. Bölgede artan tehdit seviyeleriyle birlikte Güney Kore hükümeti, askeri alanda da gün geçtikçe güçlenen ekonomisi ve teknolojiyle adından söz ettirmektedir. Özellikle 2022 yılına gelindiğinde, Yoon Sok Yeol h k metiyle birlikte yumuşak güç unsurları kadar sert güç unsurları konusunda da oldukça önemli adımlar atılmıştır. Çünkü yumuşak güç etkili bir araç olsa da, Kore hükümeti sınırlamalarının farkındadır ve yumuşak g  te lider olarak

itibarını korumanın sürekli çaba ve yenilik gerektirdiğini kabul etmektedir. Güney Kore her zaman ekonomik ve askeri sert güçle bir arada var olurken yumuşak gücünü en üst düzeye çıkararak akıllı bir güç olmaya çalışmıştır. Zamanla Seul, ABD uyumlu, üst düzey ekipman ve araştırma ve geliştirmeden oluşan sağlam üretim hatlarıyla güçlü bir savunma sanayi tabanını koruyan büyük bir silah satıcısı haline gelmiştir (Hong, 2022). 2022 yılında, Rusya'nın Ukrayna'yı işgaliyle daha da kötüleşen belirsiz küresel güvenlik durumunun ortasında, Kore silahları hem eski hem de yeni pazarlara ulaşmıştır. Yoon için Güney Kore'nin yeni ulusal güvenlik ihtiyaçlarının farkına varmak, daha aktif ve dışa dönük bir diplomatik duruş benimsemek anlamına gelmektedir. Yoon, Güney Kore'yi yalnızca Kore Yarımadası'ndaki ilişkilerle ilgilenen küçük bir bölgesel güç olarak değil, uluslararası düzeni korumada önemli bir oyuncu olarak konumlandırmak istemektedir (Kwon, 2023). Bu amaçla yürütülen çalışmalar önemli derecede olumlu geri dönüş bırakmıştır. Örneğin, Global Firepower Index'in (Globalfirepower, t.y.) 2023 verilerine göre Güney Kore askeri gücü dünya sıralamasında 6.sırada yer almıştır. Bu Index, tüm ülkelerin askeri kuvvetlerinin bir derecelendirmesidir. Silah sayılarından silah çeşitliliğine ve mevcut endüstriler de dahil olmak üzere doğal kaynaklara, işgücüne, finansal istikrara, lojistik kapasiteye ve coğrafyaya kadar birçok değişkeni hesaplayarak ülkelerin askeri gücünü ölçmektedir. Elde edilen bu başarı Güney Kore'nin yumuşak gücünün yanında sert güç başarılarıyla da uluslararası ortamda anılmak istediğinin bir göstergesidir.

4.3. Güney Kore'nin Popüler Kültür Araçları

4.3.1. K-POP

1990'ların sonlarından bu yana, Hallyu dalgası sayesinde dünyanın birçok yerinde Kore popüler kültürü hızlı bir şekilde yayılmıştır ve Hallyu'nun peşinden giden K-pop, son zamanlarda küresel popüler kültürlerin sözlüğüne girmeyi başarmıştır. Bu dönemde mevcut hükümet, Kore ekonomisinin büyümesi için kilit bir sektör haline gelen K-pop endüstrisini de desteklemeye başlamıştır (Choi & Maliangkay, 2015, s. 3). Uzak Doğu coğrafyasında kültürel küreselleşmenin öncüsü olan K-pop, kültürel korumacılığın güçlü duvarlarını ortadan kaldırmış ve bu gelişmenin en önemli nedenlerinden birisi, diğer Asya ülkelerinin neoliberal politikalar benimsemeye başlaması olmuştur. K-pop şarkılarının içerisinde yer alan bazı İngilizce sözler

sayesinde küreselleşmeye uygun bir altyapı oluşturulmuş ve yaratıcı dans becerileri ile birleşen bu şarkılar, Kore kültür endüstrisinin hedeflediği başarıya ulaşmasını sağlamıştır. Böylece Tayland, Çin ve Japonya gibi neoliberalizmi yeni benimseyen ülkelerde K-pop modeli tutkuyla taklit edilmiştir (Kang, 2014, s. 63).

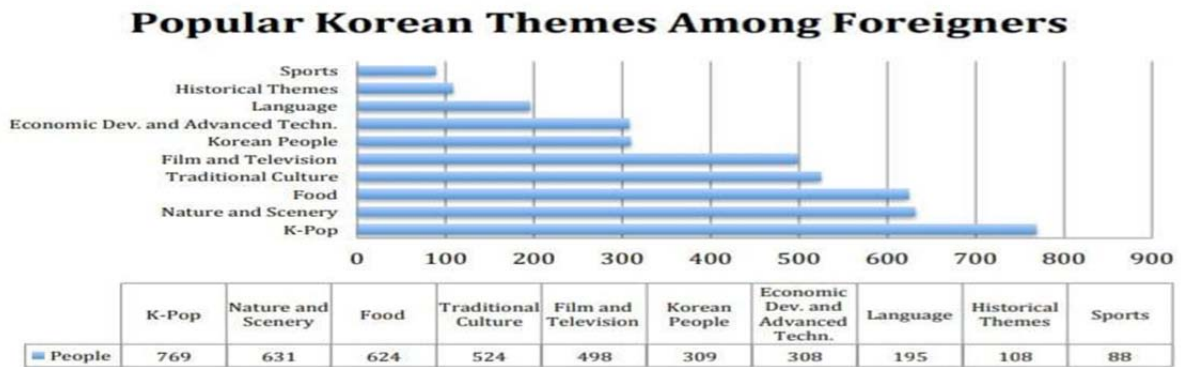
Üslup açısından K-pop, en iyi kendine özgü bütünleşmiş bir popüler kültür, kendi sınıfının bir eğlencesi olarak tanımlanır. K-pop, hikâye anlatımı, müzik, grup dansı, vücut performansı ve defilenin harmanlandığı bir mozaik olarak görülür. Müzikal ve performatif gelenekler açısından, çağdaş koreografiler, akrobasi ve pist gösterilerini bir araya getirirken hip hop, Euro tekno, grunge, pop ve rap'ten yararlanır. Dilsel olarak rutin bir şekilde Korece ile İngilizce kelimeleri birleştirir ve mobil cihaz tabanlı jargonlar sunar (Choi & Maliangkay, 2015, s. 5). Endüstriyel bir bakış açısıyla, K-pop, çok yönlü insan kaynaklarından oluşan ve geniş bir havuzda gelişen bir iştir. K-pop yönetim şirketleri gelişigüzel bir şekilde radyo/televizyon yayıncılığı, film, popüler müzik, reklam, müzikal ve canlı konserlerle ilgilenmektedir. K-pop idolleri, “çok yetenekli” olmanın bir zorunluluk olduğu bu sektörler arası topluluğun birleştirici unsurlarıdır. İdoller, K-pop girişiminin en önemli noktası olduğu kadar, Kore kültür endüstrisinin bütününün ortak mülküdür. Örneğin, K-pop idolleri yarışmalarda, varyete/talk şovlarda, dramalarda ve diğer tv türlerinde etkin rol almaya başlamış ve hatta bu idollerin yer aldığı film ve diziler reyting rekorları kırmıştır. Dahası, Samsung gibi küresel bir markanın reklamlarında da K-pop idolleri (BTS) yer almaktadır. 2018 Pyeongchang Kış Olimpiyatlarına ev sahipliği yapan Kore, ulusal prestijini artırmak için ülkenin başta gelen en önemli K-pop gruplarına -BTS, EXO- konser verdirerek tüm dünyaya K-pop'ı tanıtmıştır.

K-pop yaratıcı endüstrilerin bir bütün olarak Kore ekonomisinin büyümesi için kilit bir sektör olarak belirlendiği 1990'ların sonlarından itibaren, devlet sermayesi gücüyle uzun ve kesintisiz bir bahar yaşamıştır. Çeşitli vergi avantajları ve denizaşırı pazarlarda genişleme imkanı ile K-pop endüstrisi o zamandan bu yana katlanarak büyümüştür. 1990'ların sonları ile 2000'li yılların başları arasında bir dizi Koreli pop grubu başarılı çıkışlar yapmıştır. Kuzeydoğu Asya'da bir hayran kitlesi oluşturan ilk Koreli idol grupları -H.O.T., Sechs Kies, Shinhwa, G.O.D., Baby V.O.X.- çıkmıştır. Bu grupların ortak noktaları, müziğe çok daha az önem vererek sahne içi ve sahne dışı görsel ve koreografik sunumları olmuştur (s. 3). 2000'lerin başından bu yana, K-pop

üretimine uluslararası katılımın kapsamı, denizaşırı hayran grupları ölçeğinde olduğu gibi kademeli olarak genişlemiştir. Yabancı ülkelerde K-pop konserleri düzenleme sıklığı artmış ve buna paralel olarak, çoğu Çince, Japonca ve İngilizce yabancı dilde söylenen şarkıların sayısı da artmıştır (s. 4). Mevcut Koreli K-pop grupları kendi alt gruplarını oluşturmuş ve Çince, Japonca albümler yayınlamışlardır (Exo-M, 2PM, Miss A gibi).

M. Kim'e (2022) göre, yabancılara Kore popüler kültürü ile ilişkileri sorulduğunda, muhtemelen K-pop'tan bahsedeceklerdir. En belirgin örnek belki de Koreli sanatçı PSY'dır. Güney Koreli şarkıcı PSY'nın büyük hiti Gangnam Style, Avrupa ve ABD dahil olmak üzere dünya çapında bir fenomen haline geldiğinde ve 2012'de Billboard Hot 100 listesinde iki numaraya ulaştığında, birçok kişi şarkının başarısını tek seferlik bir olay olarak değerlendirmiştir. Ancak yaklaşık olarak 5 milyar görüntülenmeye sahip olan bu Youtube videosu, hem farklı dans koreografisi hem de canlı ritmi ile Güney Kore kültürünün Asya'nın ötesinde tanınması için daha fazla fırsata kapı açmıştır. Aşağıdaki grafikte de görüldüğü gibi istatistikler, popüler müziği Kore kültür endüstrilerindeki en popüler segment olarak tekrar tekrar sıralamaktadır. Yabancılar için düzenlenen bir video yarışmasına yapılan başvuruların analizi, en popüler temanın pop müzik olduğunu, ardından doğa ve manzara, yemek, geleneksel kültür, film ve televizyon, insanlar, ekonomik kalkınma ve ileri teknoloji, Kore dili, tarihi temalar ve sporların geldiğini göstermektedir.

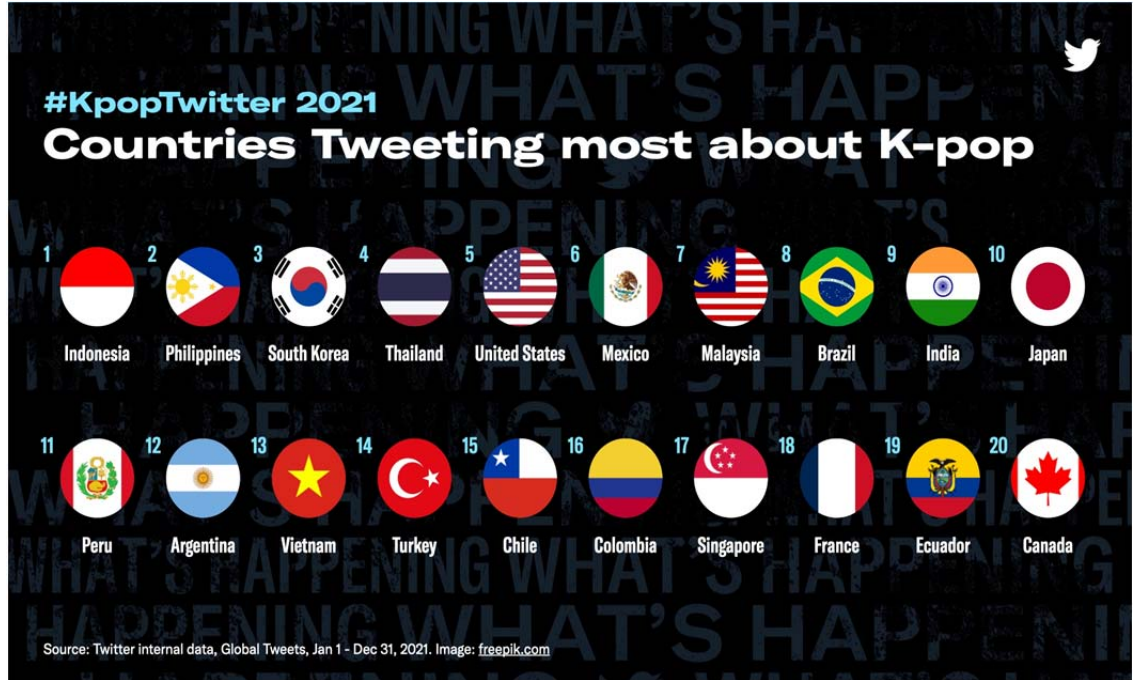
Şekil 1: Yabancılar arasında popüler Kore temaları



(Kaynak: Ma et all., 2012: 16)

K-pop'un bu gücü bir diplomasi aracı olarak Kore hükümeti tarafından etkili olarak kullanılmıştır. Örneğin, Kuzey Kore lideri Kim Jong Un ve eşi, Nisan 2018'de Güney Kore hükümeti tarafından düzenlenen "Bahar Geliyor" programını izlemeye gelmiş ve böylece ilk kez Kuzey Koreli bir lider, Güney Koreli sanatçıların (Red Velvet ve Girls Generation) konserine katılmıştır. Kim, Seul yıldızlarıyla sahne arkasında el sıkışıp fotoğraf çektirerek iki Kore devleti arasında kültürel etkinliklerin daha sık düzenlenmesi gerektiğini belirtmiştir. Kim, ardından Güney Kore Devlet Başkanı Moon Jae-in ile bir zirve yapmayı kabul ederek ABD Başkanı Donald Trump ile de yüz yüze görüşmeyi teklif etmiştir (Kim Jong Un takes in show as K-pop stars shine in Pyongyang, 2018). İki hükümet arasında yaşanan bu gelişme, bir yumuşak güç kaynağı olarak popüler kültürün, diplomasi aracı olarak kullanılabileceğinin güzel bir örneğini sunmaktadır. Ancak 2020 yılına gelindiğinde Kim, Kuzey Kore'de Güney Kore yapımı görsel-işitsel içeriklerin izlenmesini ve dinlemesini suç ilan ederek bu kuralı ihlal edenlerin idam edileceğini açıklamıştır. Ardından K-pop dinleyip sosyal medyalarında paylaşan yedi Kuzey Koreli bu yasayı ihlal ettiği gerekçesiyle idam edilmiştir (Sang-Hun, 2021). Yaşanan bu gelişme, popüler kültürün bir diplomasi aracı olarak yalnızca geçici bir başarı getirdiğini göstermektedir.

Şekil 2: K-pop Twitter TT ülke sıralaması



(Kaynak: Twitter Internal data, Global Tweets, 2021)

Yukarıdaki görselde 2021 yılında K-pop ile ilgili atılan 7.8 milyon tweetin ülkeler bazında dağılımı gösterilmektedir. Aralarında Türkiye'nin de bulunduğu ülkelerin başında Asya ülkeleri yer almaktadır. K-pop'un kendisi erişilebilirlik hedefi göz önünde bulundurularak tasarlanmıştır. Genç idoller tarafından söylenen canlı ritimler, dans numaraları ve olumlu sözler içeren akılda kalıcı pop melodileri, kültürler arasında başarılı bir şekilde köprü kuran cana yakın bir müzik tarzıyla sonuçlanmıştır. Ek olarak, K-pop'un yerel kültürü birleştirme konusundaki açıklığı, onu bir Kore sanat formundan, hem doğrudan yabancı yatırımı hem de anavatan için yumuşak gücü çekmeyi başaran, gerçekten küreselleşmiş bir kültürel güç merkezine dönüştürmüştür (Yusifzai, 2021). Ancak, K-pop'a gösterilen küresel ilginin geçici bir trend mi yoksa daha sürdürülebilir bir hareket mi olduğunu zaman gösterecektir. Öyle ki, K-pop'un küresel cazibesini ve Batı'daki yükselişini çok az kişi tahmin etmiştir ve K-pop'un bir müzik tarzı olarak köklerini derinleştirip derinleştiremeyeceğini belirlemek eşit derecede zor olacaktır. Bununla birlikte, K-pop dünya çapında giderek daha popüler hale gelen bir tür olarak konumunu sağlamlaştırmış, akılda kalıcı ve esnek bir sanat formu olduğunu kanıtlamıştır.

4.3.2. K-Drama & K- Film

K-drama, Güney Kore'de yaratılan televizyon dizileriyle ilgili olan "Kore draması"nın kısaltmasıdır. Bu diziler yalnızca Kore'de değil, dünya çapında popüler hale gelmiş ve Netflix gibi platformlar aracılığıyla K-drama hayranları için onları daha erişilebilir hale getirmiştir. K-pop gibi diğer Kore eğlencelerinin yanı sıra gelişen teknoloji ve küreselleşme ile K-dramalar dünya çapında sürekli genişleyen Kore Dalgası'nı ateşlemiştir.

Kore dramalarının diğer kültürel varlıklar üzerinde yayılma etkileri için büyük bir potansiyele sahip olduğu iddia edilebilir. Kore dizilerinin yurt dışındaki tanınırlığı Kore dili, yemek, moda, güzellik, seyahat ve daha fazlasına ilgi uyandırmıştır. Kore televizyon dizilerinin potansiyel olarak Kore değerlerinin ve yaşam tarzının iletişimi için verimli bir kanal sağladığı da tartışılabilir. Ancak bu düşünce, Kore dizilerinin Kore'deki en doğru yaşam kaynağı olduğu anlamına gelmez, daha ziyade Korelilerin daha kapsamlı bir şekilde anlaşılmasını etkili bir şekilde teşvik eder. Bu, iletişim yoluyla karşılıklı anlayışın geliştirilmesini vurgulayan kamu diplomasisi teorisi ile uyumludur.

Diziler sadece popüler olmakla kalmamakta, aynı zamanda müzik, moda, yemek ve yerel cazibe merkezleri dahil olmak üzere Kore kültür endüstrilerinin çeşitli yönlerinin tanıtımına da yardımcı olmaktadır. Ayrıca diziler, Kore'nin sosyal değerleri ve eğilimleri hakkında değerli bilgiler sağlayarak yabancıların ülkeyi daha iyi anlamasını sağlamaktadır. Dahası, bu diziler izleyicilerine Kore'de yaşamının nasıl bir şey olduğuna dair bir fikir vermektedir. Tüm bunlara, çevrimiçi olarak izleyebileceğimiz K-dramalar ve Kore filmleri aracılığıyla ulaşılabilir. Bu dramalar içerik olarak olağan romantizm ve aksiyon türü sahneler sunar ancak aynı zamanda Kore ve dünya toplumunda pek çok kişiyle ilişkilendirilebilecek sorunları da sergilerler. Bunlar ruh sağlığı, intihar, zorbalık, cinsiyet eşitsizliği, yolsuzluk ve ırkçılık konularını içerir (Toyryla, 2022). Özellikle genç kuşak, çeşitli nedenlerle Kore'de popüler kültürle tanıştırılır, ancak sonunda çoğu zaman Korece öğrenmek isterler. Bu nedenle, Kore dizilerinde geçen ve sürekli olarak kullanılan bazı ifadeler bu gençlerin ilgisini çektiği için, pratik yapmalarına ve Korece konuşmayı öğrenmelerine yardımcı olabilir. İzleyicilerin merakını artırmada yemek faktörü de büyük bir rol oynamakta, her dizide olduğu gibi, karakterlerin çeşitli lezzetteki Kore mutfağına düşkünlükleri görülmektedir. Bu, hayranları ülkeyi ziyaret etme ve yemeklerini tatma arzusunu yaratmaktadır. Böylece dramalar, Kore mutfağının dünyaya tanıtılmasında önemli bir paya sahiptir.

İçerik endüstrisine bağlı olarak K-dramaların hem Asya ülkeleri hem de diğer Avrupa-Amerika ülkelerinde geniş bir hayran kitlesi elde etmesi bu içeriklerin kültür ötesi melezliğine işaret etmektedir. Bu durum “*mugukjeok*” (무국적) yani popüler kültürün tek bir kültüre dayandırılmaması anlamını taşır (Binark & Karataş, 2020, s. 143). Bunun bir göstergesi olarak Kore dramalarının popülerliği ve birçok ülkenin kamusu tarafından sevilerek takip edilmesi, Kore milliyetçiliğine bağlı simge ve imgeleri yoğun bir şekilde olmadan subliminal olarak Konfüçyanizme bağlı değerler, ataerkil kadın-erkek ilişkileri, toplumsal değerler evrensel bir hava sunmasıyla ve Koreli olmayı da “ideal” tanım dâhilinde pekiştirmekte saklıdır (Nye ve Kim, 2013). Bu nedenle, K-dramaların konusu Asya'ya özgü bir imaj çizerken evrenselliği vurgulayan davranışları da küyerelleşen⁴ (glocalization) bir nitelik sergilemektedir.

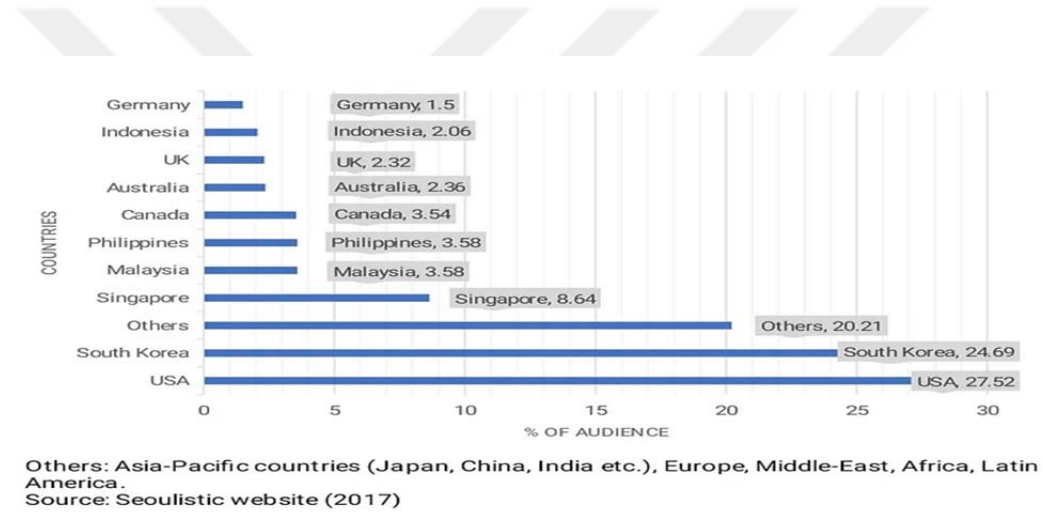
⁴ **Küyerelleşme:** Ritzer'in kavramsallaştırmasıyla küresel ve yerel olanın, farklı coğrafyalar söz konusu olsa bile benzersiz olguları ortaya çıkarak birbiriyle iç içe geçmesi durumu olarak ifade edilir.(Ritzer, 2003)

K-dramaların gelişimine bakıldığında, başarısının kökenini bulmaya yönelik herhangi bir girişim, “What is Love” (1991) adlı popüler bir TV dizisi ile gerçekleşmiştir. “What is Love”, 1997’de Çin Merkez Televizyonunda yayınlanan, resmi olarak Çin’e ihraç edilen ilk Kore dizisi olmuştur. Ancak Hallyu’yu bir sonraki seviyeye taşıyan şey, başrollerini Bae Yong-jun ve Choi Ji-woo’nun paylaştığı 2002 KBS dizisi “Winter Sonata”nın büyük etkisi olmuştur. Özellikle Bae, Japon kadın izleyiciler arasında muazzam bir popülariteye sahip olmuş ve “Yonsama” (prens) takma adını kazanmıştır. Bunun üzerine Bae ve Choi, Japonya’da yaygın kullanılan isimler olmuştur. Başrol oyuncusu Bae Yong-joon, muazzam popülaritesi sayesinde Doğu Asya’da eşsiz bir konuma yükselirken, çekim yeri olan Gangwon Eyaleti, Chuncheon’daki Nami Adası son on yılda bir milyondan fazla ziyaretçiyi ağırlamıştır ve bunların çoğunluğunu Japon turistler oluşturmıştır (“Remembering ‘Winter Sonata,’ the start of Hallyu”, 2011). Bu gelişmelerden de anlaşılacağı üzere, Winter Sonata’nın asıl önemi Japonya ve Güney Kore’nin diplomatik ilişkilerinin gelişmesine katkı sağlaması ve böylece Japon turistlerin Kore’yi ziyaretini gerçekleştirmesidir. 2010’lu yıllara gelindiğinde ise internet ağının genişlemesi ile birçok Kore dizisi yurtdışında başarı elde etmiştir. Joseon dönemi ile günümüz modern Kore’sini ele alan fantastik drama olan “Goblin”, “Descendants on the Sun” ve “My Love from the Star” dizileri Asya’nın diğer bölgelerine, ihraç edilmiş ve bu dramalar Hong Kong, Filipinler, Tayvan, Japonya, Vietnam, Kamboçya ve Avrupa ile Amerika’nın bazı bölgeleri dahil bir düzineden fazla bölgede yayınlanmıştır (Inquirer, 2022).

K-dramalar günümüzde inkâr edilemez derecede popülerdir ancak birkaç yıl önce durum böyle değildi. Dünya çapında Kore pop kültürünün büyümesi sayesinde, Asya dışındaki insanlar da K-dramalara ve Kore filmlerine ilgi duymaya başlamıştır. Bu başarının belli başlı sebepleri vardır. İlk olarak hikâye oluşumlarının eşsiz oluşu dikkat çekmektedir. K-dramaların, 6-20 arası bölümlerden oluşması ve yayın saatinin kısa oluşu izleyicinin daha sonra ne olacağını bilmek istemesine sebep olmaktadır. Dahası, Koreli senaristler, tahmin edilebilir hikâyelerden kaçınırlar ve sürekli olarak izleyicileri şaşkına çevirecek olay örgüsü sürprizleri yaparlar. İkinci olarak, Bir Kore dizisinin OST’si (dizi jeneriği) veya orijinal müziği, gerçek diziyle el ele gider. İnsanlar bir şarkıyı tanır ve onu duydukları diziyle ilişkilendirir ve bunun tersi de geçerlidir. Bazı Koreli pop yıldızları, OST’yi söylerken aynı zamanda K-dramalarda rol alırlar. Böylece K-pop ve K-drama güçlerini birleştirerek daha büyük bir etki yaratırlar. Netflix gibi dizi

platformlarının kullanımının dünya çapında yaygınlaşması da Kore dramalarının tanınırlığını ve başarısını taçlandırmıştır (Koh, t.y.). Bu açıdan Squid Game, All of Us Dead, the Kingdom, Extraordinary Attorney Woo önemli birer yapım olarak karşımıza çıkmaktadır. “Squid Game” resmi olarak Netflix’te şimdiye kadar en çok izlenen dizi olmuştur. Dizi izleyicilerinin %95’i Kore dışındadır. Bu sayede Kore, eğlence endüstrisinin altın bekçisi olmuş ve bu dizi aracılığıyla birçok kişi diğer Kore içeriklerini keşfetmeye devam etmiştir. Squid Game’in başarısı Kore kültürüne duyulan ilgiyi de artırmış ve Kore hükümeti bu dizide oynanan geleneksel çocuk oyunlarını birçok alanda halka sunarak yabancıları bu kültürle tanıştırmıştır (Passy, 2021).

Şekil 3: K-drama’nın en popüler olduğu ülkeler listesi



(Kaynak: Seoulistic website, 2017)

Yukarıda Şekil 3’te görüldüğü üzere, K-dramaların popülerliği Kore’den dışarıya çıkarak diğer ülkelerde de önemli başarılar elde etmiştir. 2017 yılında yapılan bu araştırmaya göre, Amerika başta olmak üzere Asya ve Avrupa’da K-drama sektörü önemli bir karşılık bulmuştur. Bu sonuç Kore kültürünün dramalar aracılığıyla Asya bölgesine ve hatta uzak bir konuma sahip olan Avrupa ve Amerika’ya da taşınabileceğini göstermektedir.

Güney Kore filmlerinin uluslararası başarısı 1990’larda, baskıcı askeri rejimlerin sona ermesinden ve bunun sonucunda sansür yasalarının hafifletilmesinden hemen sonra gerçekleşmiştir. O zamanlar büyük Koreli şirketler film işine yatırım yapmaya başlamışlardır. Hallyu’nun ilk yıllarında, uluslararası hayranlar genellikle korsan Güney Kore filmlerini indirirken, altyazıyı yurtdışında okuyan Güney Koreliler üstleniyordu.

Ardından, film platformlarının ortaya çıkmasıyla Güney Kore yapımları giderek daha erişilebilir hale gelmiştir (Pretto, 2022). Samsung, Daewoo ve Hyundai gibi holdingler veya Chaeboller⁵ aracılığıyla yapılan yatırımların tümü, ülkenin film endüstrisinde önemli bir rol oynamıştır (Jung, 2004). 1997 Asya mali krizinin ardından, CJ Entertainment, Orion Group (Showbox) ve Lotte Entertainment gibi yeni şirketler Güney Kore film endüstrisinin en büyük oyuncularına haline gelmiştir (VoI, 2022). Ayrıca Güney Kore hükümeti, yerli film ve dizi yapımlarını ağır yatırımlarla desteklemektedir. Güney Kore hükümeti, eğlence endüstrisini ulusal ekonomi için önemli bir itici güç olarak görerek dünyanın önde gelen eğlence ve medya ihracatçısı ve ithalatçısı olmayı hedeflemektedir. Daniel Park (2011) hükümet tarafından desteklenen, kendi kendini yöneten bir yapı olan Kore Film Konseyinin (KOFIC), Kore filmlerini hem Kore’de hem de yurt dışında tanıtmak ve desteklemek için yorulmadan çalıştığını vurgulamaktadır. Park’a göre, ilk olarak 1973’te Kore Sinema Filmi Tanıtım Şirketi olarak kurulan ve Kore sinemasını yeniden canlandırma amacıyla görevlendirilen kuruluş, Mayıs 1999’da yeniden yapılandırıldı ve hem film politikasını şekillendirmek için daha geniş bir yetki hem de hükümetten daha fazla özerklik almıştır. KOFIC’in birincil hedefi, fon sağlama, araştırma, eğitim ve öğretim yoluyla Kore filmlerinin yapımını teşvik etmek ve desteklemektir. Ayrıca, Kore filmleri için uluslararası pazarları daha da geliştirmeye ve film temelli kültürel alışveriş yoluyla kültürlerarası anlayışı teşvik etmeye çalışmaktadır. Çalışmada saptanılan savlardan biri olan özel sektör ve hükümetin popüler kültür içerik endüstrisine yapmış olduğu yardımlar bu sektörün gelişmesine önemli katkıda bulunmuştur. Bu nedenle, başta K-dramalar olmak üzere, Güney Kore popüler kültürünün yalnızca hükümet desteğiyle veya yalnızca özel sermaye ile elde edildiği algısı yanlıştır. İki aktörün karşılıklı etkisi bu gelişimin asıl sebebidir.

Güney Kore film endüstrisi, Snowpiercer’in da (2013) yönetmeni olan Boon Joon-ho’nun “Parasite” filminin başarısından sonra 2019’da dikkatleri üzerine çekti. 2020’de 92. Akademi Ödülleri’nde dört ödül aldıktan sonra, yalnızca sektördeki ve dışındaki herkes tarafından daha fazla takdir edilmekle kalmadı, aynı zamanda en iyi görüntü ödülü kazanan ilk Güney Koreli ve İngilizce olmayan film oldu (N.B, 2020). Bu nedenle son yıllarda, dünya çapındaki izleyiciler Kore sinemasına karşı daha büyük

⁵ Chaebols: Chaebol yapısı, 1960’larda Güney Kore’de ortaya çıkan ve devasa uluslararası operasyonlara sahip küresel çokuluslu şirketler yaratan bir şirketler topluluğu sistemidir (Kenton, 2021).

bir ilgi geliştirdi ve 2020 Ekim ayında, Oxford İngilizce Sözlüğü en son baskısına Korece Hallyu kelimesini ekledi (“Hallyu noun—Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner’s Dictionary”, t.y.). Şubat 2021 de Güney Kore filmleri, “The Apartment with Two Women” Berlinale’de gösterime girdiğinde başka bir dönüm noktasına ulaşmıştır. Filmde aktris Yang Mal-bok, 20’li yaşlarının sonlarında annesiyle yaşayan bir kadını canlandırmaktadır. Filmin yardımcı aktörü Jung Bo-ram, Hallyu hakkında soru sorulduğunda, Güney Kore filmlerinin yurtdışındaki başarısını artırmaya yardımcı olan asıl gücün “Kore toplumundaki evrenselci temalar” olduğunu ve her yerdeki anne ve kızların bu hikâyeye ilgili olabileceğini, insanların bu filmi izlediklerinde onunla bağ kurabileceğini vurgulamıştır (Welle, 2022). Bu başarılarla bir yenisi de 2021 yapımı olan “Minari” filmiyle devam edilmiştir. Lee Issac Chung tarafından yönetilen “Minari”, Arkansas’ta bir çiftlikte Amerikan Rüyası peşinde koşan Koreli bir Amerikalı aileyi canlandırmaktadır. J. Lee’nin (2021) dikkat çektiği üzere, altı kez Akademiye aday gösterilen Kore filmi “Parasite” gibi, “Minari” de bir ay içinde aynı sayıda adaylık almıştır. “Minari” piyasaya çıktığından beri sadece Kore’de değil, ABD ve diğer ülkelerde de geniş çapta popüler oldu. Nisan ayı itibarıyla, film 11 milyon USD’nin üzerinde gelir elde etti. Aktris Youn Yuh-Jung, Oscar’larda en iyi yardımcı kadın oyuncu ödülünü kazandı ve ödülü kazanan ilk Güney Koreli ve ilk Asyalı aktris olarak Kore film endüstrisinde tarih yazmıştır. Bu arada, Minari filminin bir diğer başrol oyuncusu Steven Yeun, Akademi Ödülleri’nde en iyi erkek oyuncu dalında ilk Asyalı-Amerikalı olarak aday gösterildi. Arka arkaya yaşanan bu gelişmeler Kore film endüstrisinin başarısını kanıtlamış ve uluslararası alanda kabul görmesini sağlamıştır. Film ve drama endüstrisinin sağladığı bu başarı, hikâyelerin gerçeğe dayanması ve devlet - özel sektörün el ele verip film endüstrisini desteklemesi sayesinde gerçekleşmiştir.

4.3.3. Webtoon

21. yüzyıl Kore’sinde hızla büyüyen medya alanlarından biri web çizgi romanlarıdır. Webtoonların popüleritesindeki dikkate değer artış, kısmen çizgi roman stillerinin bilgisayar ve akıllı telefon ekranları için optimize edilmiş dikey bir düzen, renk ve alan ile deneyler içeren dijital ortama başarılı bir şekilde uyarlanmasından kaynaklanmaktadır. Webtoon yalnızca benzeri görülmemiş popüleritesi nedeniyle değil, aynı zamanda yeni çizgi roman sanatçıları tarafından geliştirilen özgün içerik ve stiller

nedeniyle de önemlidir. Dijitalleşmenin bu evresinde H. Cho (2021), webtoon için “kültürün platformlaştırılması” terimini kullanmaktadır. Diğer içerik endüstrilerinde olduğu gibi webtoonda da özel sektörün desteği görülmektedir. 2004 yılında kurulan Naver Webtoon gibi şirketler, yeni içeriği taşıyan platformlar olarak faaliyet göstermeye başlamıştır. 2010 yılında kurulan bir webtoon girişiminden (Podotree) büyüyen Kakao Entertainment şu anda küresel webtoon işinin başında yer almaktadır. Kore Yaratıcı İçerik Ajansı (KOCCA), Kore içindeki pazarın 2020’de yıllık 1 milyar dolarlık gelir sınırını geçtiğini tahmin etmektedir. O zamandan beri, Webtoon sektörü pandemik kilitlenmelerin teşvikiyle daha da büyümüştür. Tek başına Naver, 2021’de aylık 80 milyondan fazla aktif kullanıcı tarafından yönlendirilen webtoon brüt ticari hacminin 900 milyon dolar olduğunu bildirmiştir. Rakamın Güney Kore’nin tüm nüfusunu aştığı göz önüne alındığında, şirketlerin ihracat planının işe yaradığı görülmektedir. KOCCA verileri, 2020’de webtoon ihracatının yaklaşık üçte birini Japonya’nın oluşturduğunu ve onu %23 ile anakara Çin’in izlediğini göstermektedir. Kuzey Amerika %16 ve Doğu Asya’nın diğer bölgeleri, özellikle Tayland, %23 olarak derecelendirilmiştir (Frater, 2022).

Webtoonlar, korkudan komediye, hayattan kesitlere ve aradaki her şeye kadar çeşitli türleri kapsar. Ancak türü ne olursa olsun uzmanlar, endüstri uzmanları ve okuyucular webtoonların en çekici özelliklerinden birinin erişilebilirliği olduğu konusunda hemfikirdir. Mobil cihazı olan herkes webtoon uygulamalarından birini indirebilir ve çoğu ücretsiz olan çok çeşitli içeriğe anında erişebilir. Bugün dünyanın dört bir yanında düzinelerce webtoon yayıncısı vardır ve en büyüklerinin çoğu Kore’de bulunmaktadır. Regina Kim’in (2022) yaptığı araştırmalara göre, Kore Webtoon’u, dünya çapında aylık yaklaşık 89 milyon aktif kullanıcısı ile açık ara en büyük ve en iyi bilinenidir. Okurlarının yaklaşık %75’i Z Kuşağı ve daha genç Y kuşağı ve %60’ı kadındır. Geniş bir hayran kitlesinden ve yaratıcı konulardan ilham alan bir dizi webtoon, akış platformlarında ve yerel TV kanallarında son yıllarda başarılı bir şekilde Kore drama dizilerine uyarlandı; bunlara Netflix orijinal dizisi “Hell Bound” “D.P.”, “All of Us Dead”, “Itaewon Class” ve “True Beauty”. Bu diziler Netflix’te dünyanın birçok ülkesinde top 10’da yer edinmiş ve böylece webtoon versiyonlarının da ilgiyle takip edilmesine neden olmuştur. Dahası, yayın hizmetlerine göre en son yerel kablo kanalı JTBC’nin devam eden dizisi “Reborn Rich” Netflix, Disney+ ve Rakuten Vikid’e gösteriminin ilk haftasında 50’den fazla ülkede en çok izlenen dizi olmuştur. En son

reytingler, yerel kablo kanalı ENA’da yayınlanan ve Netflix’te de izlenebilen bir başka webtoon tabanlı dizi olan “Extraordinary Attorney Woo”nun en yüksek reytingini geçmiştir. Otizm spektrumuna sahip bir kadın avukatın (Park Eun-bin) hikâyesi, bu yıl Netflix’te İngilizce dışında en çok izlenen dizilerden biri olmuş ve dili ne olursa olsun Kore dizilerinin yankı uyandırdığını ve geniş kitlelere ulaştığını bir kez daha kanıtlamıştır.

4.3.4. Kore Mutfağı (K- Food)

Güney Kore, 1990’ların başında başlayan Kore draması veya Kore Pop Müziği gibi diğer başarılı enstrümanların yanı sıra, mutfakta kullanılan veya Hansik olarak bilinen kullanımının Kore’nin kültürel popüleritesini nasıl artırdığını açıklamak için mükemmel bir örnektir. Çünkü Kore yemekleri, küresel K-kültürü çılgınlığının bir sonraki aşamasını tetiklemektedir. Kore kültürüne yakından ilgi duyan veya farklı lezzetler denemeyi arzulayan kişiler Kore mutfağı ile tanışmaktadırlar. Sağlıklı olmalarının yanı sıra sunumları ile de eşsiz görüntülere sahip olan Kore yemekleri, farklı ülke vatandaşları arasında merak uyandırmaktadır. Güney Kore’nin paketlenmiş gıda ürünleri, kimchi ve ramenden mısır bazlı atıştırmalıklara kadar dünya çapında sürekli satış artışı kaydetmektedir. Bu başarının en önemli sebeplerinden biri şüphesiz ki K-dramalarda lanse edilen yemek sahneleridir. Sahneler çekilirken özellikle popüler ve geleneksel ürünler kullanılmakta ve senaryolar bu ürünlere göre şekillenmektedir. Küresel başarı elde eden bu yemekler “Hansik” (Hankuk: Kore, Imsik: yemek kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır) olarak tanıtılmaktadır. Hansik, bir kase çorba ve çeşitli garnitürlerin yanında servis edilen, pirinç merkezli geleneksel Kore yemeklerini ifade eder. Çoğu yemekte ana malzeme olarak et ve sebze kullanılır ve yağda kızartmak yerine salamura veya suda kaynatılır veya buharda pişirilir, bu da Hansik’i çok sağlıklı kılar. En bilinenleri kimchi (fermente lahana), ganjang (soya sosu), doenjang (soya fasulyesi ezmesi) ve gochujang’dır (Kore biber salçası). Kimchi 1000 yılı aşan geçmişi ve insan sağlığına faydaları ile birlikte UNESCO’nun somut olmayan miraslar listesine girmeyi başarmıştır (“UNESCO - Kimjang, making and sharing kimchi in the Republic of Korea”, t.y.). Araştırmalara göre Güney Kore, kurulduğu 1948 yılından bu yana geçen yıl en fazla paketlenmiş gıda ihraç eden ülke olmuştur. Canlı hayvan ve deniz ürünleri, alkollü ve alkolsüz içecekler hariç Güney Kore, 2020 yılında dünyaya yaklaşık 4,3 milyar dolar değerinde gıda ihraç etmiştir. Küresel salgına rağmen

2020 ihracat rakamı, 2019'daki yaklaşık 3,7 milyar dolardan %14,7 artmıştır (Jun ve Park, 2021).

Güney Kore'nin liderleri de yiyecekleri resmi diplomaside yaratıcı bir şekilde kullanmışlardır. 2009'da Güney Koreli First Lady Lee Myung-bak, 1950'lerin Kore Savaşı'nın Amerikalı gazileri için çeşitli yemekler hazırlamıştır. Amacı, yabancı vatandaşların Kore hakkındaki deneyimlerini değiştirmek ve ülkeye farklı bir ışık tutmaktır. Lee, "Onlara olumlu ve lezzetli bir şey olarak Kore'nin yeni bir tadı vermek istedim," demiştir (Strugar, 2022). Geleneksel Kore mutfağının küreselleşmesi, Yoon Suk-yeol (mevcut hükümet başkanı) yönetiminin temel hedeflerinden biridir. Güney Kore Gıda, Tarım, Orman ve Balıkçılık Bakanlığı, Kore yemeklerini dünyanın en sevilen mutfakları arasında en üst sıralara çıkarma misyonuyla üç yıl önce duyurulan hükümet destekli kampanyanın bir parçası olarak, genç kadınları küresel elçiler olarak işe almıştır. Önerilen kriterler yurtdışındaki Kore restoranlarının sayısının dört katına çıkarılmasını içeriyordu; hâlihazırda mevcut olanlara, Kore yemeği adlarının yazılışlarının standartlaştırılmasını teşvik eden bir tarif kılavuzu gönderilmiştir. Hükümetin programı kapsamında, dünyanın dört bir yanındaki büyük şehirlerde Kore restoranının açılışını desteklenmektedir (Lee ve Chang, 2023). Örnek verilecek olursa yalnızca Türkiye'de 70'i geçkin Kore restoranı bulunmaktadır ve bunların birçoğu Kore hükümeti tarafından desteklenmektedir.

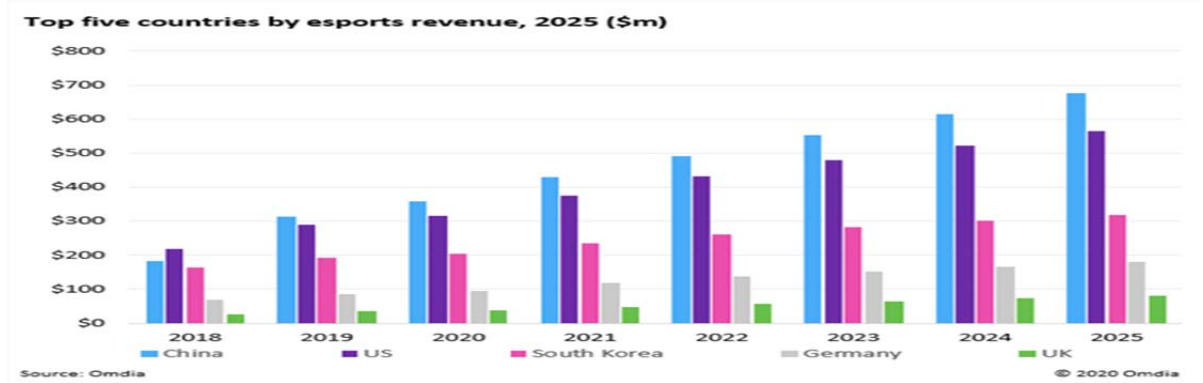
4.3.5. Kore Mobil Oyun Endüstrisi

Günümüzde çevrimiçi (online) oyun, bir sosyalleşme biçimi, insan ilişkileri için bir kanal haline gelmiştir. Oyuncular sosyal ağ üzerinden birbiriyle iletişim haline geçmekte ve online oyunlar sayesinde iletişim yeteneklerini geliştirebilmektedirler. Güney Kore'de ise çevrimiçi oyun kültürel bir olgudur. Oyunlar televizyonda yayınlanırken profesyonel oyuncular genellikle ünlüler olup gençlik kültürü sıklıkla çevrimiçi oyunlarla özdeşleştirilmektedir. Kore, dünyadaki herhangi bir ülke arasında genişbant abonelerinin en büyük yüzdeye sahip ülkelerinden biridir (Top countries and markets by video game revenues, 2023) ve Koreliler, İnternet tabanlı oyunlara giderek daha fazla zaman ve para harcamaktadır. Kore çevrimiçi oyun endüstrisi, yazılım geliştirmede ve e-sporlarda (elektronik sporlar ve ligler) öncü olmuştur. Dal Yong Jin (2010), bu sektörün hızlı büyümesini politik ekonomi perspektifinden incelemiş ve bunu sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan tartışmıştır. Özellikle 90'lı yıllardaki ekonomik kriz

sırasında ebeveynler küreselleşmenin potansiyel tehditlerini ve fırsatlarını keşfetmeye başlamış ve küreselleşme çağında ayakta kalabilmek için Koreli çocukların hem İngilizce hem de internet becerilerini kazanmaları zorunluluk haline gelmiştir (Aizu, 2002). 1990'ların sonlarından bu yana, Koreli ebeveynler çevrimiçi İngilizce eğitimine odaklanmış ve yüksek hızlı bağlantılar sayesinde çocuklar çevrimiçi okuma, müzik ve animasyonlardan keyif almaya başlamıştır. Böylece Kore bağlamında, eğitim ihtiyacı aynı zamanda siber uzayda oyun oynamanın tadını çıkarırken İngilizce öğrenmenin bir biçimi olarak eğitici eğlenceyi de geliştirmiştir (Jun, 2001). Bu gelişmeler Koreli gençlerin dijital dünyaya yatkınlığını geliştirirken aynı zamanda Kore mobil oyun pazarının da gelişmesine katkı sağlamıştır.

Çevrimiçi oyunların büyümesi Kore bağlamında olağanüstüdür. Örneğin 2000 yılında yerel oyun endüstrisindeki satışların değeri 1 milyar dolar iken 2005 yılına gelindiğinde Kore çevrimiçi oyun pazarı toplam oyun pazarının %76,2'sine tekabül ediyordu ve bu tutar tüm Asya-Pasifik'in %56'sına denk gelmekteydi. 2007 yılına gelindiğinde Kore çevrimiçi oyunları dünya çevrimiçi oyun pazarının %32'sini oluşturuyordu. Örneğin Tayland'da Kore oyunları pazarın %80'ine sahipti ve Haziran 2009 itibarıyla Vietnam ve Filipinler'de de durum benzerdi (Contributor, 2008). 2003 yılında Kore çevrimiçi oyunlarının en büyük dış pazarları geleneksel olarak Çin, Japonya ve Tayvan'ın da dahil olduğu Doğu Asya'ydı. Bahsi geçen yılda ABD %5,7 ve Avrupa %2 oranında Kore oyun pazarına ev sahipliği yapıyordu. Ancak 2007 yılına gelindiğinde bu oran ABD'de %17,7; Avrupa'da ise %5,3 oranına yükselmiştir (Yoon, 2012). 2020 yılına gelindiğinde COVID salgınının tüm dünyada baş göstermesiyle birlikte Kore oyun endüstrisi bambaşka bir boyuta ve başarıya ulaşmayı başarmıştır. Dahası, PC'den (Public Computer) mobil oyunlara geçişle birlikte Güney Kore de aynı derecede etkileyici mobil altyapısına uyum sağlamayı başardı. Güney Kore'deki genel oyun pazarı 2021'de 15 milyar dolara ulaşmıştır (South Korean gaming industry market 2006-2024, 2023). Şu anda Kore'deki mobil oyun pazarı tek başına 7 milyar doların biraz altında bulunmaktadır. Kore nüfusunun %50'den fazlası akıllı telefonlarında oyun oynamakta ve bu sayı COVID-19'dan bu yana artış göstermektedir. Kore'deki oyun endüstrisi 2023'te güçlü olmaya devam etmektedir. Şu anda Kore, video oyunları için dünyanın 4. büyük pazarıdır. Aynı zamanda dünyanın E-spor başkenti olarak kabul edilmektedir.

Şekil 4: E-spor geliri en yüksek 5 ülke



(Kaynak: Omdia, 2020)

Omdia'nın verileri (Pandaily, 2021) Şekil 4'te görülmektedir. 2018'de e-spor gelirleri açısından ABD'nin birinci, Çin'in ikinci ve Güney Kore'nin üçüncü sırada yer aldığı gösterilmiştir. Çin, 2019'dan bu yana ABD'yi geçerek birinci sıraya yükselmiştir. Güney Kore, Almanya ve İngiltere üçüncü, dördüncü ve beşinci sırada yer almıştır. Ayrıca grafikte de görüldüğü üzere, e-spor sektörü için 2025 yılına kadar tahmini bir istatistik yer almakta ve bu istatistikte Kore, yerini istikrarlı bir şekilde korumaktadır. Hem nüfusu hem de ekonomik güçleri düşünüldüğünde iki dünya gücünün hemen arkasında yer alan Kore için bu başarı oldukça önemlidir.

Kore e-spor sahnesi, Güney Kore'nin güçlü e-spor topluluğu, iyi organize edilmiş profesyonel ligleri ve on binlerce hayranı bir araya getiren e-spor turnuvaları sayesinde yıllar geçtikçe büyümektedir. Çok geçmeden Kore'nin her yerinde internet kafeler ve bilgisayar odaları (PC bang) açılmaya başlamıştır. Bu merkezler, talebin artması nedeniyle Kore'deki Nexon ve NC Soft gibi oyun şirketlerinin rekabetçi çevrimiçi/PC oyunları geliştirmesinde kritik bir rol oynamıştır. Buna ek olarak, Güney Kore hükümeti, Kore'deki e-spor endüstrisinin potansiyelini fark etmiş ve finansman - altyapı geliştirme yoluyla sektörü aktif olarak desteklemiştir. League of Legends (LoL), Starcraft ve daha fazlası gibi birçok e-spor televizyonda gösterilmekte ve bu da profesyonel Kore e-spor takımlarının ve oyuncuların popülaritesinin artmasına yol açmaktadır (John, 2023b). Aynı zamanda Kore hükümeti, düzenlemeleri gevşeterek ve e-spor takımlarına ve oyun etkinliklerine daha fazla odaklanarak oyun endüstrisini destekleme planlarını duyurmuştur. Hükümet, ekosistemini genişleterek önümüzdeki yıllarda daha fazla istihdam yaratmayı ve oyun endüstrisinin gelişimini sürdürmesine

yardımcı olmayı ummaktadır. Dahası profesyonel e-spor ekiplere, SK Telecom, Samsung ve Jin Air gibi büyük şirketler sponsor olmaktadır. Ayrıca Kore hükümeti, Seul'un dışında inşa edilen ilk tesis olan Busan E-sports Arena gibi e-spora özel birçok tesise yatırım yapmıştır. Hem Kore Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı (Korean Culture and Information Service, t.y.) hem de Busan Belediyesi, arenanın inşasına yaklaşık 1,5 milyon dolar yatırım yapmıştır. Buradan da anlaşılacağı üzere mobil oyun endüstrisinde devlet ve özel sektörün teşviki önemli bir paya sahiptir. Bu desteklerle birlikte, Koreli oyun şirketleri (John, 2023a), COVID-19 pandemisinden bu yana çok başarılı olmuştur. Ayrıca Kore pazarı için oyun geliştirmede büyük başarı yakalamış olsalar da son zamanlarda küresel pazara odaklanmışlardır ve bu bağlamda Çin, Kore oyunlarının hevesli bir tüketicisi olmuştur.

4.4. Kore Kültür Diplomasisinde UNESCO Etkisi

Tarihe tanıklık eden mirasın bir toplumdaki kültürel uygulamalar, bilgi ve tarih dizisine dayandığı göz önüne alındığında, kültürle iç içe geçmiş bir olgu olduğu düşünülebilir. Miras, kültürel normları ve uygulamaları oluşturan bir ürün olduğu için devletler kültürel mirasın cazibe ve dikkat gücünü kullanarak kültürel turlarda, seyahat programlarında, tur operatörlerinde ve turist panosu pazarlamasında sembolik çekicilikler yaratarak mutlaka görülmesi gereken yerler olarak tanıtmaya isteklidirler (Salazar & Zhu, 2015, s. 247). Kültürel mirasın resmi olarak tanıtılması, ülkelerin korumak istediği değer türlerini gösterir. Bir ülkenin imajını yönetmek için dünyanın geri kalanıyla koordineli bir iletişim ve etkileşim biçimi olan ulusal markalaşma yumuşak güç kullanımında etkilidir (Anholt, 2010). Çünkü mirasın tarihsel anlatısı, uluslararası izleyicinin sempatisini ve desteğini kazanmanın bir aracı olarak stratejik olarak geliştirilebilir. Bu noktada UNESCO devreye girmektedir. UNESCO'nun miras listelerinin/kayıtlarının, devletlerin ulusal miraslarının küresel düzeyde tanınmasını ve itibar görmesini sağlayan uluslararası bir platform olduğu bilinmektedir. Devletlerin miras koruma yardımı sağlama, mirasın korunması ve yönetimi konusunda UNESCO ile işbirliği yapma kararı, bahsi geçen devletlerin manevi otoritesini artırmaya yönelik bir dış politikadır. Bir ülkeye ait olan kültürel mirasın kalkınmada son derece stratejik bir yere sahip olduğu, çünkü sonuçların güçten ziyade cazibe yoluyla elde edildiği savunulabilir (Kersel & Luke, 2015, s. 75). Miras diplomasisinde dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta da, UNESCO Dünya Mirası ve Somut Olmayan Kültürel

Mirasının popüler uluslararası platformlar olduğudur. Diğer bir deyişle UNESCO, belirli bir yerin, uluslararası turistlere pazarlanması için kullanılan bir markadır (Harrison, 2013, ss. 88-89). Kültürel bir ulus statüsünü ve güvenilirliğini hedefleyen bir devlet için UNESCO'ya katılmak, kültürel çeşitliliğin, insan haklarının ve barışın inşasının desteklenmesinde ahlaki ve uzman otoritesi açısından makul bir seçimdir (Nakano, 2018, ss. 80-67). UNESCO'ya üye olan ve kültürel mirası ile dikkat çeken ülkelerin başında Güney Kore gelmektedir. 2022 yılı itibarıyla Güney Kore'de 28 Dünya Mirası Alanı bulunmaktadır ve bunlardan 13 tanesi de geçici listede yer almaktadır (Fabrique, 2019).

Tarih öncesi çağlardaki ilk yerleşimlerden bu yana Kore halkı, olağanüstü sanatsal duyarlılıklarına dayanan benzersiz bir kültür geliştirmiştir. Yarımadanın coğrafi koşulları, Korelilere hem kıta hem de deniz kültürlerini ve bol miktardaki kaynakları edinme fırsatları sunmuş, böylece hem o zaman hem de şimdi insanlığın geri kalanı için ilgi çekici ve değer taşıyan orijinal kültürler oluşturmuştur. Kore'nin müzik, sanat, edebiyat, dans, mimari, giyim ve mutfağı kapsayan canlı kültürel mirası, gelenek ve modernliğin hoş bir birleşimini sunmaktadır. Bu noktada Güney Kore, çoğunluğu gelecek nesillere aktarılacak üzere UNESCO'nun Dünya Miras Listesi'nde yer alan, paha biçilemez bir kültürel miras zenginliğini korumaktadır.

Kültürel miras açısından düşünüldüğünde Kore, 1950'lerde uluslararası toplumda pek tanınmıyordu. Kore Savaşı sırasında Kore'ye silahlı kuvvet gönderen ülkeler tarafından çoğunlukla "Doğu'daki küçük, savaşla harap olmuş bir ülke" olarak görülüyordu. Yıkımı bir dizi dış yardımla toparlamaya çalışan Kore, ulus inşasına yönelik uluslararası değişim ve işbirliğine acil bir ihtiyaç hissetmiştir. Bu dönemde KNCU (Korean National Commission for UNESCO), Kore hakkında dünyaya farkındalık yaratılmasında ve aynı zamanda ülkeye ileri yabancı kültürlerin tanıtılmasında önemli bir rol oynamıştır (Min, 2015, s. 103). 1986 Asya Oyunları ve 1988 olimpiyatlarına ev sahipliği yapma ivmesiyle birlikte Olimpiyat Oyunları'nın ardından kültür politikasının önemi ilk kez anlaşıldı ve bunun sonucunda 1990 yılında Kültür Bakanlığı kuruldu. Akabinde, On Yıllık Kültürel Gelişme Planı (1990-1999) ulusal düzeyde tasarlanmıştır (s. 109). 1990'ların sonlarına doğru KNCU, Kore'deki sanat ve kültür organizasyonlarının uluslararasılaşmasına yönelik kapsamlı yardım sağlamıştır. UNESCO ile yakın işbirliği içinde çalışan uluslararası STK'larla devam eden fikir alışverişi, yardımın sağlanmasında özellikle etkili olmuştur. KNCU, Koreli kuruluşların uluslararası STK'ların faaliyetlerine katılmaları için bir kanal görevi

görmüştür: Uluslararası Müzeler Konseyi, Uluslararası Sanat Derneği, Uluslararası Tiyatro Enstitüsü, Uluslararası Müzik Konseyi, Uluslararası Dans Konseyi ve Uluslararası Kütüphane Dernekleri Federasyonu. KNCU ayrıca bu tür STK'ları konferanslarını Kore'de düzenlemeye ikna etmek için aktif olarak lobicilik yapmıştır. Bu çaba sayesinde Kore sanat ve kültür topluluğu, uluslararası alışverişlerde bir yer edinebilir ve uluslararası faaliyetlere daha fazla katılım için insan ağlarını genişletebilir hale gelmiştir (s. 108)

Kore'nin önde gelen internet şirketlerinden NAVER Corporation ile işbirliği içinde KNCU, 2014 yılında dünyanın kültürel ve doğal mirası, somut olmayan kültürel mirası ve UNESCO tarafından listelenen belgesel mirasına ilişkin Kore dilindeki veri tabanlarının oluşturulmasını tamamlayarak Korelilerin kültürel mirasa "erişilebilirliğini" büyük ölçüde artırmıştır (Min, s. 114). KNCU ayrıca Kore Dünya Mirası alanlarının bilimsel ve sistematik olarak korunması ve sürdürülmesine ilişkin ilkelerin hükümet politikasına yansıtılması için sürekli çaba harcamıştır. UNESCO'nun Dünya Mirası Programı ve KNCU'nun mirasla ilgili faaliyetleri yalnızca Kore kültür politikasının geliştirilmesine yol açmakla kalmamış, aynı zamanda yerel yönetimlerin, kuruluşların, kurumların ve vatandaşların mirasın korunması ve muhafaza edilmesine yönelik girişimlere artan katılımını da sağlamıştır. Kısacası Kore kültürel mirasının korunması ve dünyaya tanıtılmasında yerel, ulusal ve özel sektör el ele vererek hareket etmiş ve UNESCO'nun desteğini almıştır.

4.5. Hallyu'nun Bölgesel ve Küresel İlişkilere Yansıması

Güney Kore'nin Hallyu politikası, bölgesel ve küresel ilişkilere etkisini farklı şekillerde göstermiştir. Asya'daki pazar rekabeti ve geçmişe dayalı diplomatik ilişkiler bu değişimin başlıca sebepleri olmuştur. Hallyu, müziği ve televizyon programlarının yanı sıra makyaj, marka ve film gibi yönleriyle zararsız bir kültürel fenomen olarak diğer ülke kamuoylarında görülse de aslında Doğu Asya bölgesinde bazı hükümetler pek de hoş karşılanmayan tepkiler göstermiştir. Bölgesel ilişkiler göz önünde bulundurulduğunda özellikle Japonya ile olan hem diplomatik hem de kültürel ilişkiler dikkat çekmektedir. Japonya'da Winter Sonata draması ile popülerlik kazanan Hallyu, devamında K-pop ile etkisini genç kuşak üzerinde göstermeye devam etmiştir. Bu süreçte Hallyu, Japonya'da inişler ve çıkışlar görmüş ve Japon muadili Cool Japan da Güney Kore'de Manga ve animelerle kendisini göstermiştir. Ancak geçmişe dayanan

bazı sorunlar Hallyu'nun da etkisini Japonya'da azaltmaya başlamıştır. Özellikle "Comfort Women" (Min, 2003) sorununun İnsan Hakları Mahkemesine taşınmasına rağmen Japonya'nın gerçekleri kabul edip özür dilememesi ve 1910-1945 yılları arasında Japonya'ya ait olan Sado Adası'nda Koreli işçilerin zorla çalıştırılarak işkence gördüğü için talep edilen tazminatı Japonya'nın reddetmesi, iki ülke arasındaki diplomatik ilişkileri zorlamaktadır (Johnsen, 2022). Örneğin, yılda bir kez düzenlenen Çin-Japonya-Kore üçlü zirvesi, kısmen Tokyo ve Seul'ün savaş zamanı zorunlu çalıştırma konusunda henüz bir fikir birliğine varamaması nedeniyle 2022'de üst üste üçüncü yıl için askıya alındı. Güney Kore'deki Yoon yönetimi, kasım ayında anlaşmazlığa çözüm bulmak için Japonya ile görüşmelere devam etme sözü vermesine rağmen, Kore Yüksek Mahkemesi'nin 2018'de iki Japon şirketinden tazminat talep eden kararı, ikili ilişkilere hala gölge düşürmektedir (Linbin, 2023). Böylece genel Japonya-Güney Kore ilişkileri ile Japonya'daki Hallyu arasında bir paradoks ortaya çıkmaktadır. Genron GPO'nun 2021'de gerçekleştirdiği kamuoyu anketine göre Korelilerin yüzde 81'i, Japonların yüzde 52,7'si ikili ilişkiler konusunda kötümser bir görüşe sahiptir (Kudo, 2021). Ancak aynı kamuoyu yoklaması, 40 yaşın altındaki Japon katılımcıların da iyimser beklentilere sahip olduğunu gösteriyor; bunların yüzde 64,6'sı, ikili ilişkilerin kötüleştiği bir dönemde bile Kore pop kültüründen hâlâ keyif aldıklarını itiraf etmişlerdir. Bu genç Japon grubunun dörtte üçünden fazlası (yüzde 77,5) Güney Kore hakkında iyi bir izlenime sahiptir. Öte yandan, Hallyu ile etkileşim yaşayan bu Japon vatandaşları, ikili ilişkilerin tam anlamıyla iyileştirildiği anlamına gelmeyebilir. Bu nedenle, Hallyu'nun 2010'ların sonlarından bu yana özellikle genç Japonlar arasında giderek daha fazla popülerlik kazandığı göz önüne alındığında, Güney Kore'nin kültürel diplomasisinin Japonya'da başarısız olup olmadığı henüz netlik kazanmamıştır.

Hallyu teriminin Çince'den gelmesi, Kore Dalgası'nın Çin'deki başarısını göstermektedir. Başta K-pop olmak üzere K-drama ve Kore kozmetiği Çin pazarında etkili olmuştur. Bu başarıdaki en büyük unsurlardan birisi kuşkusuz K-pop idollerinin Çince albüm çıkartması olmuştur. Dahası, sadece Koreli sanatçılar performans sergilemek için Çin'e gitmekle kalmamış, aynı zamanda birçok Çinli şarkıcı stajyer olarak Güney Kore'ye gitmiştir. Ancak Kore hükümetinin ve yaratıcı içerik enstitülerinin çabaları ve Kore kültürel ürünlerinin yoğun akışı, son dönemde Doğu Asya'da "Kore tehdidi" olarak adlandırılabilir bir durum yaratmıştır. Japonya ve Çin, kültürel tahakküm korkusuyla K-dramalarının veya filmlerinin pazarlarındaki varlığını bu sebepten ötürü sınırlandırmaya başlamıştır (Milanowitsch, 2018). Çin, Güney

Kore’de Bölge Yüksek İrtifa Hava Savunmasının (THAAD) kurulmasının planlanmasına tepki olarak 2016 yılı itibariyle, Hallyu’nun ve genel olarak Kore kültür endüstrisinin ana pazarlarından birine girmesini engellemeye devam etmiştir (Kim & Blanchard, 2017). Çin’in Hallyu yasağı sadece Kore kültür endüstrisinde büyük mali kayıplara neden olmamış, daha da önemlisi, bu engelleme Kore kültür endüstrisini, Çin pazarına olan bağımlılığı azaltma ihtiyacını fark etmeye zorlamıştır. Bu nedenle 2016’dan itibaren Hallyu daha uluslararası bir aşamaya dönüşmüştür. Sonuç olarak Çin, Güney Kore albüm satışları açısından üçüncü sıraya düşerken, Avrupa ve ABD’deki satışlar 2020 itibariyle önemli ölçüde yükselmiştir (Linbin, 2023).

Kuzey Kore açısından Hallyu’nun etkisi, diğer Uzak Doğu Asya ülkelerinden farklılık göstermektedir. Kuzey Kore’ye başka ülkelerden de yaratıcı içerik ürünlerinin geldiği varsayılabilir ancak Kore Dalgası’na gösterilen ilgi, sadece coğrafi yakınlıktan değil, iki ülke arasındaki kültürel bağlantılardan ve ortak dilden kaynaklanabilir. Bu da Hallyu’nun içeriğinin anlaşılmasını kolaylaştırır. Nye’in (2004, s. 16) “kültürlerin büyük ölçüde farklı olmasından ziyade bir şekilde benzer olduğu durumlarda, popüler kültürün insanları çekme ve tercih edilen sonuçlar anlamında yumuşak güç üretme olasılığı daha yüksektir” şeklindeki görüşü bu durumu daha anlaşılır kılmaktadır. Ancak diğer ülkeler için Kore yapımları yerel yapımlarla rekabet anlamına gelebilirken, Kuzey Kore örneğinde bu aynı zamanda dışarıdan bilgi sızması anlamına da gelmektedir (Lee 2016). Kuzey Kore’deki Hallyu ile diğer ülkelerdeki Hallyu arasındaki temel fark, ürünlerin çoğunlukla yasadışı yollarla ülkeye girişinin sağlanmasıdır. Yüksek rütbeli yetkililer için bazı istisnalar dışında, halkın K-drama izlemesine veya K-pop dinlemesine izin verilmemektedir (Lee 2015). Kim Jong Un, Güney Kore medyasının sürekli genişlemesini ciddi bir tehdit olarak yorumladığı için her geçen gün alınan önlemleri artırmaktadır. Son alınan önlemlerde ise K-pop dinleyen veya K-drama takip eden bireylerin idam ettirileceği kamuoyuna açıklanmıştır. Örnek olarak, 2014’te Kuzey Kore’nin birçok parti yetkilisi de dahil olmak üzere en az 50 kişiyi K-drama izledikleri gerekçesiyle kamuoyu önünde infaz ettiği bildirilmiştir (Dearden 2014). Kuzey Kore’nin iç işleriyle ilgili çok fazla gizlilik olduğundan, Güney Kore programlarını veya yayınlarını izlemek veya dinlemek, ülkenin ölümle cezalandırılan ceza kanununun bir parçası haline gelmiştir (Death Penalty Worldwide, 2014). Bu nedenle, Güney Kore’nin yumuşak güç unsurlarını kullanarak iki ülke arasında pozitif bir ilişki yaratabilme potansiyeli hala tartışmaya açık bir sorundur. Çünkü her ne kadar Kuzey Kore halkı,

Hallyu ürünlerini tüketmeye istekli olsa da Kuzey Kore rejiminin Güney Kore'ye karşı uyguladığı izolasyon politikalarını güçlendirebilir.

Küresel anlamda Hallyu'nun etkisine bakıldığında, bölgesel etkileşimden çok farklı ve pozitif bir etkileşim görülmektedir. Çoğu kültürel ihracat, onları dünyaya kabul edilebilir kılmak için genellikle çeşitli seviyelerde seyreltmelerden geçer. Yaygınlaştırılan aktörün ana dili değişir, zevkler değişir ve çoğu zaman küresel zihin ve zevkleri kolaylaştırmak için isimler bile değiştirilir. Kore ihracatında durum böyle değildir. Bunun yerine Kore dilini öğrenenlerin sayısı katlanarak artmıştır. Örneğin, Hallyu da dahil olmak üzere 26 Korece kelimenin Oxford İngilizce Sözlüğüne dahil edilmesi Korece'nin erişilebilirliğini artırmıştır. Başkan Jae-in bu eklemelere yanıt olarak Kore dilini ülkenin “yumuşak gücü” olan “Hangeul” olarak adlandırmıştır (Seo&Cha, 2021). 2008 yılında Orta Doğu, Kuzey Amerika ve Avrupa'nın dikkatini çeken ve K-pop, video oyunları ve animasyona artan bir vurgu yapan ikinci bir dalga başlamıştır. 2012 yılında Psy'nin “Gangnam Style” şarkısı Billboard Top 100'e girdi ve küresel K-pop hitinin ilk örneklerinden biri oldu. Bugün BTS gibi Koreli grupların ülke ekonomisine sağladığı değer 4,65 milyar dolardır (Sertin, 2023). Özellikle Orta Doğu'daki Hallyu etkisine bakıldığında kültürel faktörlerin, Hallyu'nun Müslüman dünyasındaki başarısında önemli bir rol oynadığı görülecektir. Bu faktörler arasında aile bağları, açık olmayan aşk hikâyeleri, dostluk ve fedakarlık gibi Müslüman toplumların Korelilerle paylaştığı sosyal alışkanlıklar ve gelenekler yer almaktadır. Çıplaklığı ve müstehcen sözleriyle Batı pop müziğiyle karşılaştırıldığında K-pop, ana akım Müslüman toplumlarına daha fazla hitap etmektedir. Kore yapımı ürünlerin de bölgede popülaritesi artıyor; 2021'de Birleşik Arap Emirliklerinde 43 milyon dolar değerinde Kore kozmetik ithal edilirken, Suudi Arabistan'da 19 milyon dolar ve Kuveyt'te 13 milyon dolar değerinde ürün ithal edilmiştir (Sertin,2023).

Güney Kore hükümeti ise Kore dalgasını ve kültürünü uluslararası arenada tanıtabilmek adına birçok adım atmıştır. Başkan Moon Jae-in, 14 Eylül'de, kendisinin ve grubun katılacağı New York'taki 76. Birleşmiş Milletler Genel Kurulu öncesinde BTS'in yedi üyesini özel başkanlık elçisi olarak atamıştır. Bunun üzerine popüler grup BTS, Birleşmiş Milletler Genel Kurulunda konuşma yaparak 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerini özel başkanlık elçisi olarak tanıtmıştır. Diğer bir örnek, Güney Koreli kız grubu BLACKPINK'in, 2021'de BM'nin Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SDG) Savunucuları olarak atanmasıdır. Aynı yıl, iklim eyleminin küresel gençlik için önemini vurgulayan BM İklim Değişikliği Konferansı'nın (COP26) savunucuları olarak da

atanmışlardır. Kültürel diplomaside uygulanan bu yöntem, küresel sorunlara ilişkin farkındalığın daha etkili bir şekilde artırılması gibi birçok fayda sağlamıştır (Kwan, 2022). Bu tür bir teşhir, 2017 yılında açıklanan Kamu Diplomasisi Planının bir parçasıdır. Bu diplomasisi faaliyetlerinin bir meyvesi olarak, Kore kültürüne ilgi duyan Hallyu bağlantılı kuruluşların sayısı da artış göstermiştir. Bu kuruluşların sayısı her yıl %7, üye sayısı ise % 36 artıyor. 2020 yılı itibarıyla dünyanın tüm ülkelerinde Hallyu ile ilgili kuruluşlara katılan toplam üye sayısı 100 milyona yaklaşmıştır. Bu beş yılda beş kat artış anlamına gelmektedir. Bunların çoğunluğu, BTS'in küresel resmi hayran kulübü ARMY ve BLACKPINK'in resmi hayran kulübü BLINK gibi K-pop hayran kulüplerinden oluşmaktadır. Ayrıca Güney Kore dizileri, yemek ve turizm gibi çeşitli alanlarda da başka kuruluşlar ve topluluklar da faaliyet göstermektedir (Fabrique, t.y.).

Yukarıda da görüldüğü üzere Hallyu'nun uluslararası ve bölgesel etkisi birbirinden farklılık göstermektedir. Bölgesel anlamda, pazar yarışı ve siyasi çıkarlar kültürel diplomasinin önüne geçerek Hallyu'nun Japonya, Çin ve Kuzey Kore'de yayılmasını engellemektedir. Her ne kadar kamuoyu Güney Kore'nin yumuşak gücünden etkilenmeye istekli olsa da hükümetlerin uyguladığı kısıtlama ve yasaklar Hallyu'nun bölgesel olarak yayılmasını yavaşlatmaktadır. Öte yandan uluslararası anlamda Hallyu, farklı varyantlarıyla kendisini göstermiş ve kamuoylarına etki edebilmiştir. Bunun altında yatan en önemli sebepler Güney Kore hikayelerinin evrensel oluşu, yani hem yerel hem de küresel olarak ilgi çekici olması; Güney Kore'de sosyal medya platformlarının ve küresel video yayın hizmetlerinin giderek yaygınlaşması; çeviri ve dublaj sektöründe teknoloji odaklı yerelleştirme çözümlerindeki gelişmelerdir. Ancak hükümetin ve içerik endüstrilerinin de yoğun yatırım ve desteği Hallyu'nun uluslararası ortamda başarılı olmasının ana sebeplerinden birisidir.

Bir sonraki bölüm, Hallyu dalgasının uluslararası alanda etkisini anlayabilmek adına Türkiye özelinde, “Güney Kore Kültürüne İlgi Duyan Bireyler” üzerine yapılan anket çalışması ile devam edecektir.

4.6. Kore Dalgası'nın Türk Vatandaşları Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Anket

Anket, bireylerin spesifik bir konu hakkında ne düşündüğü ile ilgili bilgi almak amacıyla sözlü veya yazılı olarak yapılan bir veri toplama yöntemidir. Bu çalışmada ise anket yöntemi, Kore kültürüne ilgi duyan bireylerin küreselleşen Kore yumuşak gücüne dair ne düşündüğünü nicel ve nitel veri olarak değerlendirmek için kullanılmıştır. 598

kişinin katılımıyla gerçekleştirilen anket çalışmasında cinsiyet ayrımı gözetilmemiş ve yaş skalası 18-45+ yaş aralığında tutulmuştur. Bu çalışmanın yapılaş amacı katılımcılara bildirilmiş ve kişisel gizlilik nedeniyle katılımcı isimleri gizli tutulmuştur. Anket çalışmasında, Güney Kore kamu diplomasisinde yumuşak gücün etkisi Türk vatandaşları üzerinde ele alınmış ve bu bireylerin cevaplarıyla ölçülmeye çalışılmıştır. Bu anket çalışmasıyla birlikte, Güney Kore'nin sahip olduğu yumuşak gücün geleceği hakkında değerlendirme yapılmak istenmiştir. Sorular tek tek cevaplarla birlikte analiz edilecektir.

Katılımcılara sorulan ilk soru, “Nerede Yaşıyorsunuz?” olmuştur. Anket bazı sınırlılıklar nedeniyle Türkiye içerisinde gerçekleştirilmiş olmasına rağmen katılımcıların nerede ikamet ettikleri önemli bir unsurdur. Çünkü anketteki sorulara verilen cevaplar katılımcıların yaşadığı ortama göre de değişebilmektedir. Bu doğrultuda katılımcıların %90,6'sının Türkiye’de; %3,7’sinin Güney Kore’de ve %5,7’sinin de diğer ülkelerde yaşadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu kişilerin tek bir ortak paydada toplanmasının en büyük sebebi “Kore Gündemi” adlı Instagram hesabındaki takipçilerin katılımı olmuştur. Bu nedenle katılımcılar homojen olarak Kore kültürüne ilgi duyan bireylerden oluşturulabilmiştir.

Tablo 2 Katılımcıların ikamet ettiği ülkeler

Türkiye	Güney Kore	Diğer
542	22	34
%90,6	%3,7	%5,7

İkinci olarak katılımcılara, “Kaç Yaşındasınız?” sorusu sorulmuştur ve yaş aralığı 18-45 yaş ve üstü şeklinde geniş bir aralıkta tutulmuştur. Çünkü özellikle Türkiye’de Kore kültüründen etkilenen kesimi yalnızca “liseli gençlerin” oluşturduğu gibi yanlış bir inanış vardır. Bu nedenle soruda, yalnızca Z ve Alfa kuşağının mı Kore kültüründen etkilendiği yoksa diğer yaş gruplarının da aynı şekilde bu kültüre ilgi duyup duymadığı anlaşılmak istenmiştir. Buna göre katılımcıların %59,3’ü 18-25 yaş aralığında; %24,9’u 25-35 yaş aralığında; %15,9’u 35-45+ yaş aralığında oldukları hesaplanmıştır.

Tablo 3 Katılımcıların yaşları

18-25 yaş	25-35 yaş	35-45+ yaş
354	149	95
%59,3	%24,9	%15,9

Alınan cevaplardan da görüldüğü üzere, inanılanın aksine Z kuşağı Kore kültüründen etkilenen katılımcılar arasında önemli bir paya sahip olsa da yetişkin kesim de bu kültürden etkilenenler arasında önemli bir paya sahiptir. Bu verilerde dikkat edilmesi gereken nokta Kore Dalgası'nın bu çeşitli yaş skalasını nasıl yakaladığı ve çeşitli yaş gruplarına hitap etmeyi nasıl başardığı üzerine olmalıdır. Bu doğrultuda, K-pop ve K-dramaları da dahil olmak üzere Kore kültürünün gençler ve yetişkinler arasındaki popülaritesi çeşitli faktörlere bağlanabilir. İlk olarak, Kore eğlence endüstrisi prodüksiyon değerine, hikaye anlatımına ve yetenek geliştirmeye yoğun yatırım yapmış ve bu da küresel bir izleyici kitlesine hitap eden yüksek kaliteli müzik ve televizyon içeriğiyle sonuçlanmıştır. İkinci olarak, sosyal medya ve yayın platformları, hayranların Kore kültürel içeriğine erişmesini ve paylaşmasını kolaylaştırarak bu içeriğin yaygın erişimine ve etkisine katkıda bulunmaktadır. Ek olarak, Kore pop kültürü sıklıkla romantizm, arkadaşlık ve kendini keşfetme temalarını tasvir etmekte ve bu da dünya çapındaki birçok genç kuşağı etkilemektedir. Ayrıca K-pop ve K-dramalarla ilişkilendirilen görsel estetik, moda ve koreografi ve K-dramalarda ele alınan sosyal olaylar/problemler genç ve yetişkin izleyicilerin ilgisini çekmektedir. Sonuç olarak, Kore kültürünün çekiciliği çok yönlüdür ve küresel popülaritesi farklı yaş gruplarında yer alan bireylerin farklı ilgi alanlarını ve tercihlerini yansıtmaktadır.

Üçüncü olarak katılımcılara, “Güney Kore’ye İlginizin Başlamasındaki Etken Nedir?” sorusu sorulmuştur. Cevaplar yumuşak güç kaynaklarından yani kültürel diplomasinin araçlarından oluşturulmuştur. Bu sorudaki amaç yumuşak güç olarak kullanılan Kore Dalgası'nın hangi faktörünün ya da faktörlerinin katılımcılar üzerinde en çok etkiye sahip olduğunu belirlemektir. Bu soruya katılımcıların %52'si K-drama; %28,6'sı K-pop; %13,5'i diğer; %4'ü Kore mutfağı ve %1,8'i K-kozmetik olarak cevap vermiştir.

Tablo 4 Katılımcıların etkilendiği Kore Dalgası araçları

K-drama	K-pop	Kore mutfağı	K-kozmetik	Diğer
311	171	24	11	81
%52	%28,6	%4	%1,8	%13,5

Çalışmada K-drama bölümünde de bahsedildiği üzere, birçok kişinin Kore'ye duyduğu hayranlık, K-dramalar sayesinde başlamıştır. Çünkü dizilerde ele alınan melodramalar, yemek sahneleri, K-pop idollerinin oyunculuğu ve jenerik olarak kullanılan şarkılar izleyicilerin ilgisini çekmiştir. Dahası, kusursuz görünümlü oyuncularla tanışma isteği ve dizi sahnelerinin çekildiği turistik yerler, yabancıların Kore'yi ziyaret etme isteğini tetiklemiştir. Ayrıca birçok katılımcı K-pop'a başlama sebeplerini de K-dramada kullanılan şarkılar ve K-drama da oynayan K-pop yıldızları olarak göstermişlerdir. Buradan çıkan sonuç, K-drama sektörünün, önceki sayfalarda da belirtildiği gibi, dizi içerisinde reklamını yaptığı Kore yemekleri, kozmetiği ve şarkılarını tüm dünyaya lanse ederek diğer kültürel alanlarda da gelişme sağlanmasına yardım ettiğini göstermiştir. Kısacası, eğlence ve yaratıcı Kore endüstrisi iç içe geçerek birbirlerinin gelişimine katkı sunmakta ve dünya pazarına bu şekilde çıkmaktadır. Yumuşak güç bölümünde Nye'in da belirttiği gibi, Güney Kore yumuşak güç kaynaklarını, yumuşak güç unsuru olarak kullanmasının yanı sıra çeşitli kaynakları da yumuşak güç unsuruna dönüştürerek kullanmayı başarmıştır ve bunun en iyi örneği K-dramalardır.

Dördüncü olarak katılımcılara, "Kore'ye Seyahat Ettiniz mi?" sorusu sorulmuştur. Kore Dalgası'nın etkisi tartışılmaz bir gerçektir. Ancak hükümetin bunu yumuşak güce çevirip turizm için kullanabilmesi oldukça önemlidir. Kore'nin yumuşak gücünü uyguladığı ülkelerden birisi olarak Türkiye de katılımcıların %87,5'i Kore'yi ziyaret etmediği, geriye kalan yalnızca %12,'lik kesimin ziyaret edebilme fırsatı bulduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak bunun altında yatan sebebin, Kore'nin yeteri kadar yumuşak güç etkisine sahip olmaması düşüncesi yanlış bir yaklaşım olur. Çünkü döviz kurlarında yaşanan değişimler, uçak masraflarının gün geçtikçe artması ve yaşam maliyetleri gibi faktörler katılımcıların Türkiye dışına çıkmasını zorlaştırmaktadır. Dahası, katılımcıların %26,5'lik bir kısmının 18 yaş altında olması da önemli bir etken olmuştur.

Tablo 5 Güney Kore'ye seyahat etme fırsatı bulan katılımcılar

Güney Kore'ye seyahat ettim	Seyahat etmedim
-----------------------------	-----------------

75	523
%12	%87,5

Öte yandan, Kore Cumhuriyeti, Kore Dalgası veya Hallyu'nun Kore hükümeti tarafından turizm çabalarını artırmak için kullanılmaya başlanmasından bu yana hem bölgesel hem de uluslararası alanda aranan bir turizm merkezi haline gelmiştir. Hallyu yıldızlarının hükümet tarafından çeşitli kampanyalarla tanıtılması, Kore'ye seyahat etme isteğinin ve Kore kültürüne olan ilginin artmasına neden olmuştur. Dünyanın birçok yerinde, Kore Dalgası kavramı “Kore” markasının kültürel ihracatını güçlendirmiş ve Kore'ye turist akınını arttırmıştır. Önceki sayfalarda bahsedilen K-Travel Bus programı aracılığıyla turistler, ülke çapındaki en iyi K-pop/K-drama mekânlarına turlarla götürülmüştür. Kore hükümeti, Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı (MCST) aracılığıyla Kore Dalgası'nı yalnızca Güney Kore'ye yönelik turizmi artırmak için değil aynı zamanda Kore kültürel ürünlerinin Samsung ve LG gibi ulusal ürünlerin satın alınmasını teşvik etmek için de kullanmıştır. Buradan da anlaşılacağı üzere zengin içerik üretimiyle birlikte Kore Dalgası turizmi canlandırmış, canlanan turizm gezi programları aracılığıyla yalnızca popüler kültür ürünlerinin tüketimini hızlandırmakla kalmamış ülkenin yerli teknolojik ürünlerinin de kullanılmasını teşvik etmiştir. Böylece ülke GSYH'de artış göstermiştir.

Beşinci olarak katılımcılara, “Kore Kültürüne Duyduğunuz İlgi Korece Öğrenmenizi Tetikledi mi?” sorusu sorulmuştur. Bu soruya katılımcıların %74,1'i *evet* derken %21,9'u *kısmen* olarak yanıtlamış ve yalnızca %4'ü *hayır* demiştir. Bu sonuca göre, K kültürüne ilgi duyanların çoğunluğu Korece öğrenerek bu kültüre daha yakın olmayı amaçlamıştır. Kore hükümetinin açtığı dil kursları ise, K kültürüne ilgi duyan bireylerin düşük maliyette Korece öğrenmelerini teşvik ederek Kore'nin yumuşak gücünün gelişmesine katkıda bulunmuştur. Anketin bu bölümünde ulaşılmak istenen sonuç, dil öğreniminin yumuşak gücü kullanan ülkeye yarar sağlayıp sağlamadığı ile ilgilidir. Çünkü yeni kamu diplomasisi yabancı izleyicilerle iletişime odaklanmakta ve kültür bu ilişkide çok önemli bir rol oynamaktadır. Eğer yurtdışına ihraç edilen kültür uluslararası izleyiciler arasında çekim yaratıyorsa, o zaman yumuşak güce de yer vardır. Ancak dilin yumuşak güç olarak kullanımının analizi söz konusu olduğunda, dilin tek başına bu tür bir gücün kaynağı olmayabileceğini dikkate almak gerekir.

Tablo 6 Kore Dalgası'nın katılımcıların Korece öğrenme isteği üzerindeki etkisi

Evet	Kısmen	Hayır
443	131	24
%74,1	%21,9	%4

David T. Hill (2016, s. 365), bir ülkenin başka bir ülkeyi, yumuşak güç açısından, bir dil öğretmek kendine çektiğini veya kendisine dahil ettiğini iddia etmenin riskli olduğunu öne sürmektedir. Öte yandan Villanueva (2015, s. 140) yumuşak güç olasılığının, kişinin bir dili öğrenmeye ilgi duyması ve öğrenmek için çaba göstermesi gerçeğinden yola çıkarak tanımlanabileceğini öne sürmektedir. Bu çalışmada savunulan argüman da bir ülkenin kültüründen etkilenen bireylerin o ülkenin konuştuğu dili öğrenmesine etki ettiği üzerinedir. Bu etki ile öğrenilen dil sayesinde, yumuşak gücü uygulayan ülke ile kültürel anlamda daha fazla yakınlık gelişecek ve kişiler bu ülkenin birer kültür savunucuları konumuna gelecektir. Elbette bu, dil eğiliminin yetkin Korece konuşanlardan oluşan küresel bir güç yaratacağı anlamına gelmemektedir. Ancak Kore dili öğrenimindeki artış, ülkenin hızla büyüyen yumuşak gücünün açık bir işareti olarak gösterilebilir.

Altıncı olarak katılımcılara “Kore’de Çalışmak ya da Üniversite Okumak İster misiniz?” sorusu sorulmuştur. Buradaki amaç, Kore kültürünün ülke cazibesine etkisini ölçebilmektir. Önceki bölümlerde Nye’in vurguladığı gibi, yumuşak gücünden etkilenilen ülkede eğitim gören veya çalışan bireyler, eğitim gördükleri ülkelerin iyi niyet elçisi gibi hareket edebilmekte, eğitim gördükleri ülke açısından da politik sonuçları pozitif yönde etkileyebilecek konumlarda çalışabilmektedirler. Bu sonuca göre katılımcıların %71,7 gibi çoğunluğu *evet* cevabını verirken %20,9’u sadece Kore’yi gezip yeniden ülkelere dönmek istediklerini belirtmiştir. Katılımcıların %4’ü Amerika veya Avrupa’yı tercih edeceğini ve %3,3’ü hali hazırda Kore’de okuduğunu/çalıştığını belirtmiştir.

Tablo 7 Katılımcıların Kore’de eğitim görme veya yaşama isteği

Evet isterdim	Hayır, Avrupa veya Amerika’yı tercih ederim	Sadece gezip Türkiye’ye geri dönmek isterdim	Hali hazırda Kore’de yaşıyorum
429	24	125	20
%71,7	%4	%20,9	%3,3

Elde edilen sonuçlar, Kore kültürünün diğer ülke vatandaşları üzerinde pozitif etkisinin olduğu ve Kore yumuşak gücünün ve turizminin de bu durumdan olumlu etkilendiğini göstermektedir. Çünkü ilerleyen zamanlarda, Kore’de yaşayan bu bireyler yaşadıkları ülkenin kültürünü iyice özümseyecek ve kendi ülkelerine döndüklerinde bu ülkenin gönüllü kültür temsilcileri olacaklardır. Böylece Kore daha hızlı ve daha az çaba ile kültürünü diğer ülke vatandaşlarına iletebilecektir. Öte yandan Kore’nin ulaştığı bu başarının nedenlerini çalışmada elde edilen verilerle değerlendirecek olursak 5 önemli unsur dikkat çekmektedir. Birincisi, devlet desteğidir. Güney Kore hükümeti, eğlence sektörünün büyümesini aktif olarak desteklemiş ve bu sektörün bir yumuşak güç ve ekonomik büyüme biçimi olma potansiyelinin farkına varmıştır. Bu destek finansmanı, vergi indirimlerini ve ihracat teşviklerini de içermektedir. İkincisi yüksek kaliteli içeriklerdir. Güney Koreli eğlence şirketleri devlet desteğiyle beraber, K-dramaları, K-pop müziği ve varyete şovları da dahil olmak üzere yüksek kaliteli içerik üretmeye büyük yatırımlar yapmıştır. Sektör, sofistike hikaye anlatımı, yenilikçi üretim teknikleri ve yetenekli sanatçılarıyla ün kazanarak bu yatırımları gün geçtikçe daha da artırmıştır. Üçüncüsü, Güney Kore’nin stratejik pazarlama yeteneğine dayanmaktadır. Güney Koreli eğlence şirketleri, pazarlama çabalarında son derece stratejik davranıp, belirli kitleleri hedef almakta ve içeriklerini tanıtmak için sosyal medyayı ve diğer dijital platformları kullanmaktadırlar. Dahası, içerik üretimlerinde diğer eğlence türlerinin de yer almasını sağlamışlardır. K-dramalarda yer alan Kore mutfağı, Hanbok geleneği ve K-pop idollerinin yer alması gibi. Böylece tek bir içerikte farklı türler yer almış ve pazarlama stratejisinde bu teknik önemli bir paya sahip olmuştur. Dördüncüsü, Kore Dalgası’nın popülaritesi ile ilgilidir. Kore Dalgası veya “Hallyu”, Güney Kore popüler kültürünün Asya’ya yayılmasında önemli bir rol oynamıştır. K-dramalarının, K-pop müziğinin ve Koreli ünlülerin popülaritesi, bölge genelinde Kore içeriğine yönelik güçlü bir talep yaratmıştır. Beşinci ve son olarak kültürel benzerlikler önemli bir etken olmuştur. Güney Kore, özellikle Konfüçyüsçü değerler, aile ilişkileri ve eğitimin önemi açısından diğer birçok Asya ülkesiyle kültürel benzerlikler paylaşmaktadır. Bu, Kore eğlence içeriğinin Asya’daki izleyicilerde yankı bulmasına yardımcı olmuştur. Dahası aile kültürüne verilen önem ve dizilerde cinsellik konularının fazla yer almaması, Ortadoğu ülkelerinde ve diğer Müslüman ülkelerde bu içeriklerin kabul görmesini sağlamıştır.

Yedinci olarak katılımcılara, “Sizce Kore Kültürü, Dünyada Güney Kore’ye Hatırı Sayılır Bir Güç Sunmakta mıdır?” sorusu yöneltilmiştir. Buradaki amaç,

katılımcıların Kore kültürünü ne kadar desteklediği ve Kore kültürünün birer savunucusu olarak Güney Kore'nin dünyada bir saygınlık elde edip edemeyeceği hakkındaki görüşlerini anlamaktır. Bu doğrultuda, katılımcıların %69,2'si *evet* olarak geri dönüş yaparken %29,1'i *kısmen* diyerek çekimser yaklaşmış ve %1,7'si *hayır* cevabını vermiştir. Cevaplardan da anlaşılacağı üzere, yumuşak gücü uygulayan ülkenin diğer ülke vatandaşları üzerinde oluşturduğu etki sayesinde, bu kişiler şimdi ve ilerleyen zamanlarda Kore'nin birer kültür savunucuları olarak iyi bir yere geldiğini veya geleceğini ummaktadır. Güney Kore kültürüne duyulan küresel ilgi, Girls' Generation, BTS, EXO, Big Bang gibi K-pop sanatçılarının ve PSY'nin popülerliğiyle başlamıştır. Onların imajı Kore'nin sosyal ve kültürel imajını da değiştirmiştir. Bir zamanlar Kore politik olarak istikrarsız olarak görülürken, yıldızların yüksek modası, müzikleri ve mesajları nedeniyle artık zenginlik ve fırsatlarla dolu bir yer olarak görülmeye başlanmıştır. Kore kültürüne duyulan bu ilgi aynı zamanda Kore diline, elektronik eşyalara, moda, güzellik ürünlerine ve mutfığa da büyük bir ilginin oluşmasına yol açmıştır. Buradan şu sonuca ulaşılabilir: Güney Kore kültürü, popüler kültürden mutfığına kadar dünya çapında tanınır hale gelmiştir ve bu olgu, yalnızca Güney Kore'ye ekonomik fayda sağlamakla kalmayıp aynı zamanda ülkenin yurtdışındaki imajını da güçlendiren bir dalgalanma etkisi yaratmaktadır. Bir araya gelen bu hususlar, Güney Kore'nin kültürel kaynaklarını inşa etmek ve bunları sınırlarının ötesine tanıtmak için bir temel taşı sağlar. Ancak, Hallyu'nun bir fenomen olarak sürdürülebilir olup olmadığı da dikkate alınmaya değer bir konudur. Hallyu'nun devam eden başarısının büyük ölçüde Güney Kore'nin en büyük iki pazarıyla (Çin ve Japonya) jeopolitik ilişkilerine bağlı olduğu ve bu nedenle zaten zayıf olan bu ilişkilerdeki herhangi bir bozulmanın Kore'nin kültürel ihracatının satışlarını baskılayacağı tartışılabilir bir konudur. Bu doğrultuda, uluslararası tüketicilerin Kore ürünleri ve medyasını sürekli satın alma yönündeki isteklerinin, bu baskıyı ne kadar hafifleteceği yine tartışmaya açık bir konudur.

Sekizinci olarak katılımcılara, “Ne Tür Kore Etkinliklerine Katıldınız veya Katılmak İstersiniz?” sorusu sorulmuştur. Bu soruda birden fazla şık seçilebileceği için veriler çeşitlilik göstermiştir. Katılımcıların %78,6'sı Korece öğrenmek; %74,6'sı Güney Kore turuna çıkmak; %65,4'ü Kore mutfığını öğrenmek ve %56'sı da K-pop konserine gitmek şeklinde yanıtlamıştır. Burada da görüldüğü üzere, Kore kültürüne duyulan ilginin Korece öğrenmeyi de olumlu etkilediği anlaşılmaktadır. Bir ülkenin yumuşak gücünün yayılmasında en etkili araçlardan biri olan “dil” unsurunu Kore etkili

bir şekilde kullanmaktadır. Öte yandan, küreselleşme nedeniyle kültürlerin farklı ülkelerin sınırlarını aşma sürecinin önemli ölçüde yoğunlaştığı yaygın bir bilgidir. Kore Dalgası, diğer ülkelerle uluslararası işbirliğini teşvik etmeyi amaçlayan düzenli bir yaratıcı endüstri gelişiminin özelliklerini kazanmıştır. Bu nedenle de Kore Dalgası'nın kültürel unsurları Türkiye'de dahil olmak üzere birçok ülkeye yayılabilmektedir. Bu başarıya ulaşmadaki en büyük etken, Kore Dalgası'nın, yalnızca Koreliler tarafından değil, dünyanın her yerindeki insanlar tarafından kamu tüketimi için kitlesel olarak üretilen, özellikle de pop kültüründen kaynaklanan bir Güney Kore yumuşak güç aracına dönüşmesidir.

Dokuzuncu olarak katılımcılara “Kore Değerlerinin Küreselleşmesi, Ülkenin Kültürü Hakkında Daha Fazla Şey Öğrenmeniz için Size İlham Veriyor mu?” sorusu sorulmuştur. Bu noktada, “Güney Kore kültürüne olan ilginin artması uluslararası alanda yumuşak güce dönüşüyor mu?” sorusuna cevap aranmaktadır. Çünkü yumuşak güç, Güney Kore de dahil olmak üzere orta güç ülkelerde, sert güçteki doğal boşlukları doldurarak diplomatik ufukları genişletebilecek faydalı bir kaldıraç olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle de küreselleşen değerlerin yumuşak güce kaynaklık etmesi önem arz etmektedir. Bu doğrultuda, katılımcıların %81,4'ü evet; %15,7'si kısmen; %2,8'i hayır cevabını vermiştir. Cevaplardan da anlaşılabileceği üzere, pozitif bir korelasyon görülmektedir. Kore kültürünün gelişip yayılmasına yardım eden bu araçlar (katılımcılar, kültürel fanlar) kültürün küresel alanda popülerlik kazanmaya başladıkça daha çok çekim kuvvetine yakalanmaktadır. Bu da demek oluyor ki, bir ulusa ait olan kültürler uluslararası alanda önem kazandıkça ülkenin prestijine katkı sağlamakta bu da dolaylı ve doğrudan olarak ülkenin yumuşak gücüne katkı sunmaktadır.

Onuncu olarak, katılımcılara, “Kore Kültürüne Duyduğunuz İlgi, Ülke Politika ve Siyasetine de İlgi Duymanıza Aracılık Etti mi?” sorusu yöneltilmiştir. Bu sorudaki amaç görüldüğü üzere direkt olarak tezin yazılma amacına kaynaklık etmektedir. Çünkü yumuşak güce sahip bir ülke, ikna ve çekim kuvveti sayesinde diğer aktörlerin tercih ve davranışlarını belirlemede ve uluslararası sistemde kendi normlarının yaygınlaştırmada önemli bir etkiye sahip olabilir. Bu soruya katılımcıların %37'si *kısmen*; %36,3'ü *hayır* ; %26,7'si *evet* şeklinde cevap vermiştir. Bu sonuçlar, Kore kültürüne ilgi duyan katılımcıların yalnızca ¼'ünün ülke siyasetine ilgi duyduğunu ve geri kalan diğer katılımcıların çekimser olduğunu ya da ilgi duymadığını göstermektedir. Güney Kore'nin uluslararası arenada gücünü göstermek veya ülke politikalarını meşrulaştırmak için yalnızca yumuşak güç unsurlarını kullanarak hareket etmesi zor görünmektedir.

Çünkü bir devletin sert güç için yeterli temelleri yoksa, yalnızca yumuşak güçle nüfuzunu ortaya koyması zordur. Bu bakımdan Güney Kore'nin hem sert hem de yumuşak güç peşinde koşması ve bunları orta güç ülkesi olarak bütünleştirmesi yani akıllı güç yaratması dikkate değer bir örnek olarak değerlendirilebilir.

On birinci ve son soru olarak katılımcılara, “Kore Siyasetindeki Olumsuzluklar ve Tehditler Sizi Endişelendiriyor mu?” sorusu sorulmuştur. Bu noktada, katılımcıların yaşanan gelişmelerden psikolojik olarak nasıl etkilendiği yani Kore'nin yumuşak gücünün etkilenip etkilenmediği anlaşılmak istenmiştir. Bu soruya katılımcıların %48,8'i *kısmen*; %34,3'ü *evet*; %16,9'u ise *hayır* şeklinde cevap vermiştir. Ancak bu kaygı ve endişe pozitif olarak algılanmaktadır. Çünkü analizde katılımcılar, anketin sonunda yer alan yorumlanabilir “teşekkür” bölümüne Güney Kore'nin bugün ve gelecekte dış tehditlerden (Kuzey Kore) bağımsız olarak yaşamasını ve insanların mutlu olmasını temenni etmektedirler.

Tablo 8 Katılımcıların Güney Kore'nin dış politikadaki durumuna yönelik düşünceleri

Dış politikadaki gelişmelerden endişe duyuyorum	Kısmen endişe duyuyorum	Hayır, endişe duymuyorum
205	292	101
%34,3	%48,8	%16,9

Tablo 8'deki sonuçlar, Kore Yarımadası'nda yaşanacak olası bir gerilimin veya çatışmanın Kore Dalgası'ndan etkilenen bireylerin, Kore yumuşak gücüne ilişkin düşüncelerini göreceli olarak etkileyeceğini göstermektedir. Türk vatandaşlarının Kore hakkındaki pozitif endişesi diğer ülke vatandaşları üzerinde de pozitif bir endişe mekanizması mı yaratır yoksa Kore'nin cazibesine karşı olumsuz bir geri dönüş mü getirir tartışılabilir.

Anketteki sonuçlara genel hatlarıyla bakıldığında, Hallyu politikasının Türk vatandaşları üzerindeki etkisi çalışmada elde edilen verilerle incelendiğinde önemli bulgular elde edilmiştir. Hallyu endüstrisi Kore için sağlam bir ihracat ürünüdür ve yüksek kaliteli bir turizm endüstrisi geliştirmek için istikrarlı bir temele sahiptir. Hallyu'nun güçlü hükümet desteği ve tanınması, gücünü ve alaka düzeyini kanıtlayabilecek önemli bir unsur olabilir ve Hallyu turizminin olasılığı her yıl daha da

geliştirilebilir. Hallyu'nun Güney Kore'nin bir destinasyon imajı yarattığı ve bu imajı etkilediği fikri sübjektif yorumlara bağlı olabilir ancak Hallyu turizminin küreselleşmeyle güçlü bir şekilde ilişkili olduğu açıktır. Bu nedenle yeni nesillerin daha açık fikirli ve farklı kültürleri kabul eden bir yapıya sahip olmasından Güney Kore yararlanmalıdır. Öte yandan Kore Dalgası, Asya ülkelerine, Güney Kore'nin artık bir üçüncü dünya ülkesi olmadığını, gelişmiş toplumların özelliklerine sahip, diğer devletlerin kültürlerini etkileyen ve onlara takip edecekleri bir örnek veren, ilerici kentleşmiş bir ülke olduğunu göstermektedir.



BÖLÜM 5

SONUÇ

5.1. Sonuç

Bu çalışma, Kore Dalgası'nın yumuşak güç potansiyelini araştırmak için yazılmıştır. Kore Dalgası olgusunu kültürel diplomasiye bağlayan amaçları bulmak için, yumuşak güç ve kamu diplomasisi kavramları ele alınmış ve 1948 sonrası Güney Kore hükümetlerinin kamu diplomasisi bağlamında, kültürel diplomasi politikaları analiz edilmiştir. Bu tarihi gelişimin ardından popüler kültür aracı olan K-pop, K-drama, Webtoon, Kore mutfağı ve Kore mobil oyun endüstrisinin küresel etkisi incelenmiştir. Bu doğrultuda, Hallyu'nun büyüyen boyutuna ve etkisine rağmen, kültürel çeşitlilik veya değişim yerine endüstriyel boyuta, kültürel diplomasiye ve yumuşak güce odaklanılmıştır.

Çalışmada bulunan ana savlar, üç farklı noktaya temas etmektedir. İlk sav, bir ülke her ne kadar gelişmiş olursa olsun, tek başına kullanıldığında yumuşak gücün etkisinin yeterli olmayacağı ancak sert güç ile birlikte kullanıldığında yani smart power ortaya çıktığında geçici olmayan küresel bir etkinin yakalanabileceği yönündedir. İkinci sav, Güney Kore'nin bölgesel olarak kültür politikalarını henüz rahatça yayamayacağı ancak küresel anlamda yumuşak gücünün yeteri kadar etkiye ulaşabildiği üzerinedir. Üçüncü sav ise, yumuşak gücün yayılmasında hükümetin yanı sıra özel sektörün de etkin bir role sahip olduğu üzerinedir.

Değişen sistemler, güçler, dengeler ve aktörler, geleneksel diplomasi anlayışının değişmesine ve modern diplomasi anlayışının benimsenmesine neden olmuştur. Küreselleşen dünya, ilerleyen teknoloji ve ortaya çıkan yeni iletişim ağları bu değişimin temelini oluşturmaktadır. Bu değişimden payına düşeni alan geleneksel diplomasi anlayışı artık tek başına devletlerin birbirleri ile olan ilişkilerine ve dış politikada benimsemiş oldukları politikalarına cevap verememektedir. Çünkü yeni uluslararası sistemde bu ilişkiler yalnızca devletler arasında yürütülmekten çıkmış devreye birçok yeni aktör girmiştir. Bu aktörlerin en önemlileri ise ülkelerin sahip oldukları kamuoylarıdır ve bu değişimlerin etkilediği ülkelerin başında ise Güney Kore gelmektedir.

Nye, bir ülkenin yalnızca yumuşak güçle başarılı olamayacağını, ancak iyi dengelenmiş düzeyde sert ve yumuşak gücün bir devlete büyüme ve refah için önemli fırsatlar sunabileceğini savunmaktadır. Nye ayrıca yumuşak gücün üç kaynağı olduğunu açıklamaktadır: Ülkenin kültürü, iç alandaki değerleri ve meşru uluslararası politikaları (Nye, 2009). Güney Kore örneğinde bu kaynakları bulmak mümkündür. Birincisi, K-pop'ın dünya çapında yayılması, Güney Kore kültürünün yumuşak güç etkisini göstermektedir. İkincisi, Güney Kore'nin ekonomik kalkınması ve canlı bir demokrasiye dönüşme konusundaki büyük siyasi başarısının yanı sıra, iç değerler açısından dikkate değer bir başarı öyküsü mevcuttur. Yumuşak gücün üçüncü kaynağı olan meşrulaşmış uluslararası politika açısından Güney Kore, uluslararası politikaları aracılığıyla başarının ne anlama geldiğini gösterme konusunda önemli bir örnek olabilir. Kore Dalgası'nın başarısının ardındaki diğer bir iç faktör, Kore şirketlerinin, özellikle de chaebol'ün, Kore'nin hızla genişleyen kültürel pazarında büyük karlar bekledikleri için kültür ve eğlence endüstrilerine yaptığı büyük yatırımdır. Yapılan yatırımlar, Kore hükümetinin desteğiyle ve ortak çalışmasıyla daha da güçlenmektedir. Bu noktada çalışmanın başında sorulan "Yumuşak gücün yayılmasında etkili mecra devletler midir yoksa devlet dışı aktörler mi?" sorusu gündeme gelmektedir. Çalışmada ele alınan tartışmalarda ulaşılan sonuca göre, Kore örneğinde yumuşak gücün diğer ülkeler üzerinde etkili olması, hem devlet hem de devlet dışı aktörlerin işbirliği içerisinde çalışması sonucu elde edilmiştir.

Kore hükümetleri, ulusal ekonomiyle uyumlu olarak Kore Dalgası'nı yumuşak güç olarak geliştirmiştir. Bu hükümetler, Hallyu'yu ayrı bir alan olarak geliştirmemiş, yalnızca popüler kültürün ulusal imajın güçlendirilmesindeki artan rolüne odaklanmış, ancak onu ulusal ekonominin bir parçası olarak geliştirmişlerdir. Bu nedenle, Hallyu'nun Kore bağlamında geliştirdiği yumuşak gücün rolü, yalnızca yumuşak güç ile sert güç arasındaki bağlantıyı vurgulayan smart power olarak kalmayıp popüler kültürün neoliberalist politikalarla nasıl kullanılabileceğini de göstermektedir. Bu da yalnızca yumuşak güç kaynaklarının yumuşak güce dönüştürülmeyeceğini aynı zamanda genel varlıklarında yumuşak güç ekseninde kullanılabileceğini göstermektedir. Bu bağlamda Güney Kore dış politika gündemini, güvenlik çalışmaları ile birlikte iklim değişikliği, insan hakları ve salgınla mücadele konularını da kapsayarak genişletebilecek kapasitededir. Ancak Güney Kore'nin içinde bulunduğu durum, askeri savunma teknolojilerini de geliştirmeye mecbur bırakmakta ve sert güç unsurlarının da üstüne düşmesine neden olmaktadır. Bu nedenle Güney Kore uluslararası ortamda yürüttüğü

politikalar ile yalnızca yumuşak gücünü göstermemekte, aynı zamanda sert gücünün etkisini de kanıtlamak istemektedir.

Öte yandan, Kore Dalgası'nın gelen turizm talebi üzerinde olumlu etkisi olduğu bir gerçektir. Hallyu olarak tanımlanan Kore Dalgası içeriğinin ihracatındaki artış, Kore'ye giren yabancı turist sayısında artış olarak yorumlanabilir. Ancak, Kore Dalgası aracılığıyla çeşitli yabancı hayran kitlesini çekebilecek kapsamlı ve sistematik bir turizm stratejisinin olması ve Kore Dalgası'nı yaymak için çeşitli Kore Dalgası içeriği ve stratejilerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Dahası, Hallyu gibi Kore'nin değerli yumuşak güç kaynakları, birçok siyasi ve ekonomik hedefe ulaşmak için yaratıcı bir şekilde seferber edilebilir ve kullanılabilir. Bu nedenle, Kore Dalgası'nı Kore için bir yumuşak güç kaynağı olarak akılcıca kullanmak dengeli bir yaklaşım olacaktır. Bu açıdan, Kore Dalgasını takip eden hayran kitlesinin eğilimine göre uygun turizm faaliyetleri ve programları geliştirilmelidir. Hayran kitlesinin çeşitliliği, anketten elde edilen sonuçlara göre yaş grubu bakımından çeşitlilik göstermektedir. Bu kitlenin içerisinde, düşünülenin aksine yalnızca ortaokul veya lise çağındaki öğrenciler bulunmamakta aynı zamanda 45 yaş üstü bireyler de bahsedilen kitle içerisinde yerini almaktadır. Bu çeşitli yaş skalası, farklı turizm faaliyet ve programlarının yürütülmesi için özendirici bir etkidir.

Güney Kore'nin küresel etkisi, küresel kamu mallarının değerinin vurgulanmasına katkıda bulunmaktadır. BTS üyeleri BM Genel Kurulunda Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri üzerine bir konuşma yaparken, Blackpink de BM İklim Değişikliği Konferansı zirvesinde iklim değişikliğinden bahsetmiştir. Bu anlamda K-pop sanatçılarının varlıkları uluslararası toplumda da etkili olmaktadır. Bu aynı zamanda Güney Kore'nin yumuşak gücünün mevcut durumunu da yansıtmaktadır. Çeşitli küresel gündemlere aktif katılımı ve liderliği sayesinde Güney Kore, kamu mallarının yaratılmasına katkıda bulunmaktadır. Birbirini takip eden yönetimlerin (sağcı veya solcu) siyasi yelpazedeki konumlarına bakılmaksızın, Güney Kore'nin izlediği yön hep böyle olmuştur. Ancak yumuşak gücün etkisinin artması, Güney Kore'nin doğasında olan ve ortaya çıkan jeopolitik sorunlarının üstesinden gelmesine yardımcı olabilecek mi bu hala tartışmaya açık bir sorudur. Çünkü Çin, Japonya, Rusya ve Güney Kore'nin müttefiki ABD gibi büyük güçler jeopolitik olarak Kore Yarımadası'nı çevrelemektedir. Bu nedenle ilişkisel dinamikleri, Güney Kore'ye bölgesel ve küresel düzeyde siyasi, ekonomik ve güvenlik sorunları teşkil etmektedir. Özellikle, yoğunlaşan

ABD-Çin stratejik rekabeti ve Rusya'nın Ukrayna'yı işgali gibi güncel olaylar, Güney Kore'nin diplomatik yeteneklerini de test etmektedir. Her şeyden önce, Kuzey Kore, Kore Yarımadası'nın nükleer silahlardan arınmasına engel teşkil eden ve nihai yeniden birleşme amacına zarar veren nükleer silah programlarını sürekli geliştirmesi nedeniyle bir güvenlik tehdidi oluşturmaktadır. Yaşanan son gelişmelerde, askeri silahlardan arındırılmış bölge (DMZ), Kuzey Kore tarafından yeniden silahlandırılmıştır. Dahası, Kuzeye uyarı niteliğinde ABD ile birlikte yaptığı füze tatbikatının başarısız olması üzerine, Güney Kore ordusu kendi halkından özür dilemiştir ("South Korea military apologises after failed missile launch sparks alarm", 2022). Son olarak, Kuzey Kore liderinin, Güney Kore popüler kültür içeriklerini ülke genelinde yasaklaması ve buna uymayanların idam edilmesi yumuşak gücün Kore Yarımadası'nda diplomasi aracı olarak kullanılmasını engellemiş ve kamu diplomasisinin kullanımını yetersiz kılmıştır. Aynı şekilde Çin, Güney Kore'nin Amerika ile imzaladığı Bölge Yüksek İrtifa Hava Savunması Anlaşması sonrası Hallyu içeriklerini ülke genelinde yasaklamıştır. Tüm bu gelişmelere bakıldığında, küreselde ve bölgeselde Hallyu'ya verilen tepkilerin farklı olması, Güney Kore kamu diplomasisinin etkililiğini farklı şekillerde ele almayı zorunlu tutmaktadır. Küresel anlamda Kore'nin Hallyu aracılığıyla yürüttüğü diplomasi oldukça başarılı olmuş ve bu başarı devam edecek gibi görünmektedir. Öte yandan, Güney Kore'nin bölgesel anlamda, popüler kültür pazarında liderliği elinde tutması mevcut siyasi koşullar ve bölgesel pazar rekabeti nedeniyle şimdilik zor görünmektedir. Dahası, belirli bir ülke üzerinde yalnızca yumuşak güç unsurlarını kullanarak doğrudan etki sahibi olmak veya anlaşmazlıkları çözmek henüz mümkün değildir.

KAYNAKÇA

- Aizu, I. (2002). A comparative study of broadband in Asia: deployment and policy. *Asia Network Research*, 24.
- Akbaş, Z. & Tuna, H. 2012. Bir Dış Politika Aracı Olarak Yumuşak Gücün Turizm Sektörüne Etkisi: Türkiye Örneği Üzerinden Bir Değerlendirme . *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, (571), 5-5. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/fpeyd/issue/48063/607730>
- Akçadağ, E. (2010). Dünya’da ve Türkiye’de kamu diplomasisi. *It is taken from* <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/emineakcadag.pdf> on December, 31, 2010.
- Akçay, N. C. (2014). Kamu diplomasisi aracı olarak kültürel diplomasi ve Fransa’nın Afrika ülkelerine yönelik uluslararası öğrenci programları örneği. *TC Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı, Uzmanlık Tezi, Mayıs*.
- Albert, Mathias, Oliver Kessler, ve Stephan Stetter. 2008. “On Order and Conflict: International Relations and the ‘Communicative Turn’”. *Review of International Studies* 34(S1):43-67. doi: [10.1017/S0260210508007791](https://doi.org/10.1017/S0260210508007791).
- All Around Korea Tour(K-Travel Bus)—Adventurekorea. (2021, 11 Ocak). 12 Kasım 2023 tarihinde <https://adventurekorea.com/all-around-korea-tour/> adresinden erişildi.
- Anderson, M. S. (1993). *The rise of modern diplomacy 1450-1919*. London and New York: Longman Press.
- Anholt S. (2010). *Places: Identity, Image and Reputation*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Arquilla, J., Ronfeldt, D., Barnes-Proby, D., Williams, E., & Christian, J. (1999). *The emergence of noopolitik: Toward an American information strategy*. Rand Corporation.

- Bachrach, P., & Baratz, M. 1962. *Two Faces of Power*. American Political Science Review, 56(4), 947-952.
- Berridge G. R. (2015). *Diplomacy : theory and practice* (5th ed.). London: Palgrave Macmillan. doi: [10.1057/9781137445520](https://doi.org/10.1057/9781137445520)
- Binark, F., & Karataş, Ş. (2020). Kurgulanmış K-Erkeklik İmgesi: Güney Kore Yaratıcı İçerik Endüstrisi ve Aşık Olunacak “Hallyu Yıldızları”. *Asya’da Popüler Kültür ve Medya*. (141-168). Ankara: Um:ag.
- Bok-Rae, K. (2015). Past, present and future of Hallyu (Korean Wave). *American International Journal of Contemporary Research*, 5(5), 154-160.
- Bosch, R. 2016. *Power: A Conceptual Analysis*. The Hague: Eleven International Publishing.
- Bui, A. D. (2011). Public Diplomacy in ASEAN and the Cases of Vietnam and Singapore. *University of Leeds*, 9.
- Cho, C. U. (2016). Descendants of the Sun'buys Korean economy. *The Korea Herald*.
- Cho, Yun Young. (2012). “Public Diplomacy and South Korea’s Strategies”.
- Cho, H. (2021). The platformization of culture: Webtoon platforms and media ecology in Korea and beyond. *The Journal of Asian Studies*, 80(1), 73-93.
- Choi, J., & Maliangkay, R. (Eds.). (2014). K-pop: The international rise of the Korean music industry(1st ed.). Routledge. doi: [10.4324/9781315773568](https://doi.org/10.4324/9781315773568)
- Choi, K. (2019). *The Republic of Korea’s public diplomacy strategy: History and current status*. CPD perspectives. Los Angeles, CA: Figueroa Press.
- Choi, Kwang-jin. 2019. *The Republic of Korea’s Public Diplomacy Strategy: History and Current Status*. Los Angeles, CA: Figueroa Press.
- Clarke, D. (2016). Theorizing the role of cultural products in cultural diplomacy from a cultural studies perspective. *International journal of cultural policy*, 22(2), 147-163.

Cohen, Raymond. (2013). "Diplomacy through the Ages". içinde, *Diplomacy in a globalizing world: theories and practices*. editör, Kerr ve Wiseman NewYork: Oxford University Press.

Contributor, G. I. (2008, 4 Kasım). KGC2008. *GamesIndustry.biz*. 12 Kasım 2023 tarihinde <https://www.gamesindustry.biz/kgc2008-ncsoft-blizzard-entertainment-microsoft-and-amd-among-the-companies-providing-speakers-for-this-month-s-conference-in-korea> adresinden erişildi.

Cull, N. J. (2012). "Bulging Ideas: Making Korea's Public Diplomacy Work". *Asan Institute for Policy Studies*.

Cull, Nicholas J. 2008. "Public Diplomacy: Taxonomies and Histories". *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616(1):31-54. doi: [10.1177/0002716207311952](https://doi.org/10.1177/0002716207311952).

Cull, N. J. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past* (Vol. 12). Los Angeles, CA: Figueroa Press.

Cull, Nicholas. (2009). "USIA: Gone but Not Forgotten".

Culture | UNESCO. (t.y.). 15 Kasım 2023 tarihinde <https://www.unesco.org/en/culture> adresinden erişildi.

Çakici, Zindan, ve Emre MeriÇ. 2021. "Bollywood Sinemasını Kamu Diplomasisi Bağlamında Yeniden İzlemek: Bajrangi Bhaijaan Üzerine Bir İnceleme". *Galatasaray Üniversitesi İleti-ş-im Dergisi*. doi: [10.16878/gsuilet.867952](https://doi.org/10.16878/gsuilet.867952).

Daban, C. (2016). Uluslararası İlişkilerde Siyasal Aktörler, Bürokrasi ve Jeopolitik Bağlamında Diplomasi: Türkiye Cumhuriyeti Örneği. *BEU Akademik İzdüşüm / Academic Projection* , 2 (2), 22-50.

Dana Luša & Ružica Jakešević. 2017. "The Role of Food in Diplomacy: Communicating and 'Winning Hearts and Minds' Through Food". *Medijske Studije* 8(16):99-119. doi: [10.20901/ms.8.16.7](https://doi.org/10.20901/ms.8.16.7).

Dearden, Lizzie. (2014). North Korean Officials "Publicly Executed for Watching South Korean Soap Operas". *Independent*, 29 October 2014.

www.independent.co.uk/news/world/asia/north-korean-officials-publicly-executed-for-watching-south-korean-soap-operas-9825170.html (accessed 7 March 2018).

Death Penalty Worldwide. (2014). North Korea. Death Penalty Worldwide, www.deathpenaltyworldwide.org/country-searchpost.cfm?country=north+korea (accessed 28 April 2018).

Demir, Vedat. 2012. *Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç*. 1. baskı. Cağaloğlu, İstanbul: Beta.

Diplomasi artık önce mideye hitap ediyor. (2022, 25 Ağustos). *Fikir Turu*. <https://fikirturu.com/jeo-strateji/diplomasi-artik-once-mideye-hitap-ediyor/> adresinden erişildi.

Diplomacy | Definition, Meaning, Types, & Examples | Britannica. (t.y.). 15 Kasım 2023 tarihinde <https://www.britannica.com/topic/diplomacy> adresinden erişildi.

Diplomacy noun—Oxford Learner's Dictionaries. (t.y.). 15 Kasım 2023 tarihinde <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/diplomacy?q=diplomacy> adresinden erişildi.

Diplomasi Tarihi – Medeniyet Ufku. (2019). 15 Kasım 2023 tarihinde <http://www.medeniyetufku.com/diplomasi-tarihi/> adresinden erişildi.

Drinkwater, D. (2005). *Sir Harold Nicolson and international relations: the practitioner as theorist*. Oxford: Oxford University Press.

Efegil, E. (2016). “Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi”. Kamu Diplomasisi Enstitüsü; <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler/makaleler/94-tuerk-di-poltkasi-ve-kamu-dplomass>.

Elfving-Hwang, Joanna. (2013). “South Korean Cultural Diplomacy and Brokering ‘K-Culture’ Outside Asia”.

Erzen, Ü. M. (2012). Erzen, *Kamu Diplomasisi*, 1. bs. İstanbul: Derin Yayınları.

Establishment of the Government of the Republic of Korea. (t.y.). *Ministry of Culture, Sports and Tourism—National Museum of Korean Contemporary History*. 12 Kasım 2023 tarihinde <http://www.mysite.com/article/article1.html> adresinden erişildi.

Fabrique. (t.y.). Hallyu (Korean Wave). *KCCUK*. 7 Ocak 2024 tarihinde <https://kccuk.org.uk/en/about-korea/culture-and-arts/hallyu-korean-wave/> adresinden erişildi.

Fabrique. (t.y.). UNESCO World Heritage in Korea. *KCCUK*. 15 Kasım 2023 tarihinde <https://kccuk.org.uk/en/koreaonline/unesco-world-heritage-korea/> adresinden erişildi.

Fatima, Noor, ve Zahid Ali Khan. 2018. “Soft Power and Cultural Diplomacy as Counter-Terrorism Measure in Contemporary International Politics”. *Global Social Sciences Review* III(II):1-20. doi: [10.31703/gssr.2018\(III-II\).01](https://doi.org/10.31703/gssr.2018(III-II).01).

Filevska, T. (t.y.). Cultural Diplomacy: Latest trends? Or how to make it. 12 Kasım 2023 tarihinde <https://www.culturepartnership.eu/en/publishing/cultural-diplomacy/lecture-18-2> adresinden erişildi.

FoodandRoad. (2020, 7 Ağustos). All About The UNESCO Creative Cities Of Gastronomy. <https://foodandroad.com/unesco-creative-cities-gastronomy/> adresinden erişildi.

Frater, P. (2022). South Korea’s Webtoons Seek K-Wave Success. 12 Kasım 2023 tarihinde <https://variety.com/2022/digital/spotlight/korea-webtoons-1235344262/> adresinden erişildi.

Geun, Lee. 2005. *Empire of the Sun II*. KIFS-4.

Global Britain: The UK’s soft power advantage | British Council. (t.y.). 12 Kasım 2023 tarihinde <https://www.britishcouncil.org/research-insight/global-britain-uk-soft-power-advantage> adresinden erişildi.

Global Fire Power. 2023 Military Strength Ranking. (t.y.). 8 Ocak 2024 tarihinde

<https://www.globalfirepower.com/countries-listing.php> adresinden erişildi.

Güven, Onur. 2020. “DİŞ POLİTİKADA YUMUŞAK GÜÇ VE KAMU DİPLOMASİSİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ”.

Hallyu noun—Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner’s Dictionary. (t.y.). 15 Kasım 2023 tarihinde <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/hallyu> adresinden erişildi.

Hamilton, K., & Langhorne, R. (2010). *The practice of diplomacy: its evolution, theory and administration*. New York: Routledge.

Han, Koo-hyun. 2010. “The Future of Hallyu”. *Korea Joongang Daily*.

Harrison, R. (2012). *Heritage: Critical Approaches*. Milton Park Abingdon: Routledge.

Hemery, J. (2005). Training for public diplomacy: An evolutionary perspective. *In The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (pp. 196-209). London: Palgrave Macmillan UK.

Hertzberg, H. (2009). Smart power. *The New Yorker*, 26. Erişim tarihi: 29.11.2019

Hill, D. T. (2016). Language as “soft power” in bilateral relations: The case of Indonesian language in Australia. *Asia Pacific Journal of Education*, 36(3), 364-378.

Holsti, K. J. 1964. *The Concept of Power in the Study of International Relations. Background*, 7(4), 179-194.

Hong, Andy. 2022. "2022 in Review: South Korean Arms Exports". Korea Economic Institute of America (blog), 22 December 2022, <https://keia.org/the-peninsula/2022-in-review-south-korean-arms-exports>.

Hwang, K. M. (t.y.). Inventing and exporting Korean popular culture—The Korea Times. 12 Kasım 2023 tarihinde

https://www.koreatimes.co.kr/www/opinion/2015/08/137_185600.html

adresinden erişildi.

Inquirer, P. D. (2022, 2 Eylül). K-dramas: The making of a global breakthrough. *Asia News Network*. 12 Kasım 2023 tarihinde <https://asianews.network/k-dramas-the-making-of-a-global-breakthrough/> adresinden erişildi.

Intangible Cultural Heritage—The Food Edition—Make Heritage Fun! (t.y.). 12 Kasım 2023 tarihinde <https://www.makeheritagefun.com/intangible-cultural-heritage-food-edition/> adresinden erişildi.

Introduction of the Public Diplomacy | Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea. (t.y.). 15 Kasım 2023 tarihinde https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_22841/contents.do adresinden erişildi.

Istad, F. (2016). A strategic approach to public diplomacy in South Korea. *Korea's Public Diplomacy*, 49-80.

İskit, T. (2007). *Diplomasi: tarihi, teorisi, kurumları ve uygulaması*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.

Jhee, B. K., & Lee, N. Y. (2011). Measuring soft power in East Asia: An overview of soft power in East Asia on affective and normative dimensions. *Public diplomacy and soft power in East Asia*, 51-64.

John. (2023a, 12 Temmuz). Top 10 Korean Gaming Companies to Watch For. *Seoulz*. <https://www.seoulz.com/top-10-korean-gaming-companies-to-watch-for/> adresinden erişildi.

John. (2023b, 30 Temmuz). The Gaming Industry in Korea—A Complete Breakdown. *Seoulz*. <https://www.seoulz.com/the-gaming-industry-in-korea-a-complete-breakdown/> adresinden erişildi.

Johnsen, Nikolai. 2022. The Sado Gold Mine and Japan's 'History War' Versus the Memory of Korean Forced Laborers | The Asia-Pacific Journal: Japan Focus. 8 Ocak 2024 tarihinde https://apjjforg.translate.goog/2022/5/Johnsen.html?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=t

[r&_x_tr_hl=tr&_x_tr_pto=sc](#) adresinden erişildi.

Jun, Hyun An, “English Education Special:Let’s Play with English Online”. *Hankook Ilbo*, 2001.

Jun, S. ve Park, J. (2021). Food triggers next phase of global K-culture craze— KED Global. 13 Kasım 2023 tarihinde <https://www.kedglobal.com/food-beverage/newsView/ked202110050014> adresinden erişildi.

Jung, D.-H. (2004). Korean Chaebol in Transition. *China Report*, 40(3), 299-303. doi:10.1177/000944550404000306

Jung, Hee-jin, Lee, Gey-hee. 2010. “The Influence of Neo-Hallyu on Revisit Intention among Japanese and Chinese Visitors to Korea”. *The Tourism Science Society of Korea*.

Kang, H. (2018). Contemporary cultural diplomacy in South Korea: Explicit and implicit approaches. In *Cultural Diplomacy: Beyond the National Interest?* (pp. 79-93). Routledge.

Karagöz, Seda. 2016. t.y. “STRATEJİK İLETİŞİM YÖNTEMİ OLARAK KAMU DİPLOMASİSİ VE MEDYANIN ROLÜ”.

Kenton, W. (2021). What Are Chaebol Structures in South Korea? *Investopedia*. 13 Kasım 2023 tarihinde <https://www.investopedia.com/terms/c/chaebol-structure.asp> adresinden erişildi.

Keohane, Robert O., ve Joseph S. Nye. 2012. *Power and Interdependence*. 4. ed. Glenview, IL: Pearson.

Kersel, M. M., & Luke, C. (2015). Diplomacy and neo-imperialism. *Global heritage: A reader*, 70.

Kim, Christine & Blanchard, Ben. (2017):China, South Korea Agree to Mend Ties after THAAD Standoff. *Reuters*, www.reuters.com/article/us-northkorea-missiles/china-south-korea-agree-to-mend-ties-after-thaad-standoff-idUSKBN1D003G (accessed 28 April 2018).

- Kim, J. (2007). Why does Hallyu matter? The significance of the Korean wave in South Korea. *Critical Studies in Television*, 2(2), 47-59.
- Kim, B. R. (2015). Colonial modernity and tourism in East Asia. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 3(1), 16-29.
- Kim Jong Un takes in show as K-pop stars shine in Pyongyang. (t.y.). 12 Kasım 2023 tarihinde <https://www.france24.com/en/20180401-north-korea-south-korea-k-pop-stars-take-stage-rare-concert-red-velvet-diplomacy-music> adresinden erişildi.
- Kim, Ki-Duk, ve Sang-Joon Bae. 2017. "HALLYU AND THE TRADITIONAL CULTURAL GENES OF KOREA". *Kritika Kultura*.
- Kim, R. (2011). South Korean cultural diplomacy and efforts to promote the ROK's brand image in the United States and around the world. *Stanford journal of East Asian affairs*, 11(1), 124-134.
- Kim, M. (2022). The Growth of South Korean Soft Power and Its Geopolitical Implications. *Journal of Indo-Pacific Affairs*.
- Kim, R. (2022). Why So Many Of Your Favorite K-Dramas Are Based on Webtoons | Time. 12 Kasım 2023 tarihinde <https://time.com/6243447/rise-of-webtoons-k-dramas/> adresinden erişildi.
- Kim, Tae Young. 2016. "Cultural Policy in the Korean Wave: An Analysis of Cultural Diplomacy Embedded in Presidential Speeches".
- Kirsten Bound, Rachel Briggs, John Holden, Samuel Jones. 2007. "Culture is a central component of International Relations". *Cultural Diplomacy*, Demos Publications.
- Knecht, T., & Weatherford, M. S. (2006). Public opinion and foreign policy: The stages of presidential decision making. *International Studies Quarterly*, 50(3), 705-727.
- Kocabiyik, Hasan. 2019. "DEĞİŞEN DIPLOMASI ANLAYIŞI, KAMU DIPLOMASISI VE TÜRKİYE". *Avrasya Etüdleri*, 55(1), 163-196.

Koh, R. (2023). 6 must-watch Korean dramas that have topped Netflix's global charts. *Insider*. 12 Kasım 2023 tarihinde <https://www.insider.com/netflixs-top-6-korean-dramas-that-you-have-to-watch-2023-2> adresinden erişildi.

Korean Culture and Information Service. (t.y.). 15 Kasım 2023 tarihinde <https://www.kocis.go.kr/eng/main.do> adresinden erişildi.

Kömür, G. (2020). Yumuşak güç unsuru olarak kamu diplomasisi. *International Journal of Politics and Security*, 2(3), 89-115.

Kroeber, A. L., & Kluckhohn, C. (1952). Culture: A critical review of concepts and definitions. *Papers. Peabody Museum of Archaeology & Ethnology, Harvard University*.

Kudo, Yasushi. 2021. What signs are there that the relationship between Japan and South Korea will improve? Public sentiment less acrimonious, but still chilly / Opinion Polls / The Genron NPO. 7 Ocak 2024 tarihinde https://www.genronnpo.net/en/opinion_polls/archives/5589.html adresinden erişildi.

Kwan, Martin. 2023. A Closer Look at South Korea's-UN Celebrity Youth Diplomacy. (2022, 23 Mayıs). *USC Center on Public Diplomacy*. 7 Ocak 2024 tarihinde <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/closer-look-south-korean-un-celebrity-youth> diplomacy adresinden erişildi.

Kwon, Bo Ram. 2023. "South Korea's Pivotal Aspirations in the Indo-Pacific Region"—*RSIS*. 8 Ocak 2024 tarihinde <https://www.rsis.edu.sg/rsis-publication/rsis/south-koreas-pivotal-aspirations-in-the-indo-pacific-region/> adresinden erişildi.

Lee, Geun. 2009. "A Soft Power Approach to the 'Korean Wave'". *The Review of Korean Studies* 12(2):123-37. doi: [10.25024/REVIEW.2009.12.2.006](https://doi.org/10.25024/REVIEW.2009.12.2.006).

Lee, Geun, ve Kadir Ayhan. 2015. t.y. "Why Do We Need Non-State Actors in Public Diplomacy?: Theoretical Discussion of Relational, Networked and Collaborative Public Diplomacy".

Lee, H. ve Chang, I. (2023). Korea's plan to promote K-Food hit as COVID shut 300 overseas restaurants—Pulse by Maeil Business News Korea. 12 Kasım 2023 tarihinde [//m.pulsenews.co.kr/view.php?year=2023&no=104190](https://m.pulsenews.co.kr/view.php?year=2023&no=104190) adresinden erişildi.

Lee, Je Son (2015): Ask a North Korean: Do You Love K-pop too? The Guardian, 18 June 2015.

<https://www.theguardian.com/world/2015/jun/18/k-pop-south-korea-ask-a-north-korean> (accessed 7 March 2018).

Lee, J. (2021), (t.y.). “Minari” highlights success in Korea’s film industry. *TIGER TIMES ONLINE*. <https://ttonl.org/13338/lifestyle/minari-highlights-success-in-koreas-film-industry/> adresinden erişildi.

Lee, Sang Yong. (2016). Hallyu’s Hooks Deep into North Korean Society. *Daily NK*, www.dailynk.com/english/read.php?num=13873&catald=nk01500 (accessed 3 March 2018).

Lee, S. J. (2009). South Korea’s soft power diplomacy. *EAI O/슈브리/평*, 1-8.

Lee, S. J. (2015). South Korea’s middle power activism and the retooling of its public diplomacy. In *Understanding Public Diplomacy in East Asia: Middle Powers in a Troubled Region* (pp. 107-129). New York: Palgrave Macmillan US.

Lee, Sook-Jong. 2009. “South Korea’s Soft Power Diplomacy”.

Lee, Sook Jong. 2011. “South Korean Soft Power and How South Korea Views the Soft Power of Others”. Ss. 139-61 içinde *Public Diplomacy and Soft Power in East Asia*, editör S. J. Lee ve J. Melissen. New York: Palgrave Macmillan US.

Lentner, H. H. (1997). International politics: theory and practice. USA: West Publishing.

- Leonard, Mark, Catherina Stead, ve Conrad Smewing. 2002. *Public Diplomacy*. London: Foreign Policy Centre.
- Leonard, Mark, Anholt Small. 2003. *Norwegian Public Diplomacy*. London: Foreign Policy Centre.
- Leonard, Mark, Andrew Small, ve Martin Rose. 2005. *British Public Diplomacy in the "Age of Schisms"*. London: Foreign Policy Centre.
- Lukes, Steven. 2004. *Power: A Radical View*. 2nd ed. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: New York: Palgrave Macmillan.
- Ma, Y. S., Song, J. H., & Moore, D. (2012). Korea's public diplomacy: A new initiative for the future. *Asan Policy Institute Issue Brief*, 39, 1-25.
- Malone, G. D. (1988). *Political advocacy and cultural communication: Organizing the nation's public diplomacy* (Vol. 11). Lanham,[Md.]: University Press of America;[Charlottesville, Va.]: Miller Center, University of Virginia.
- Mark G. E. Kelly. 2014. *Foucault and Politics a Critical Introduction*. Edinburgh, Edinburgh University Press.
- Mark, S. (2009). *A greater role for cultural diplomacy* (Vol. 1). Clingendael: Netherlands Institute of International Relations.
- Melissen, Jan, ed. 2005. *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. London: Palgrave Macmillan UK.
- Milanowitsch, Bianca. (2018). Impact of Asian Soft Power in Latin America: China and South Korea as Emerging Powers in the Subcontinent. *Dissertation, Department of Political Science, Philipps University Marburg*. <http://dx.doi.org/10.17192/z2018.0078>.
- Miller, D. D. L. (1987). The Blackwell encyclopedia of political thought. (*No Title*).

Min, Dong-seok. 2015. "Value and Impact of UNESCO Activities in Korea: Sharing Korea with the World and the World with Korea through Culture". *Korean National Commission for UNESCO*.

Min, P. G. (2003). Korean "Comfort Women": The Intersection of Colonial Power, Gender, and Class. *Gender and Society*, 17(6), 938-957.

Morgenthau, H. J. 1970. *Uluslararası Politika*. Ankara: Türk Siyasi İlimler Derneği Yayınları.

Mundy, S. (t.y.). South Korea aims for creative economy to end reliance on chaebol. 12 Kasım 2023 tarihinde <https://www.ft.com/content/9203e38c-0dab-11e5-9a65-00144feabdc0> adresinden erişildi.

Nakano, Ryoko. 2018. "Heritage Soft Power in East Asia's Memory Contests: Promoting and Objecting to Dissonant Heritage in UNESCO". *Journal of Contemporary Eastern Asia* 17(1):50-67. doi: [10.17477/JCEA.2018.17.1.050](https://doi.org/10.17477/JCEA.2018.17.1.050).

NATLEX - Record details. (t.y.). 15 Kasım 2023 tarihinde https://natlex.ilo.org/dyn/natlex2/r/natlex/fe/details?p3_isn=86723&cs=1dmwz4j2pEbv5KxzcNJZuRrXV0adrxvrE_f_OA677H1KgSyoX5wzS8eFyXR1m36PQcCYF4iHomC795WI3fo0x7A adresinden erişildi.

N.B. (t.y.). "Parasite" becomes the first foreign-language film to win Best Picture. *The Economist*. https://www.economist.com/prospero/2020/02/10/parasite-becomes-the-first-foreign-language-film-to-win-best-picture?ppccampaignID=&ppcadID=&ppcgclid=&utm_medium=cpc.adword.p&utm_source=google&ppccampaignID=18151738051&ppcadID=&utm_campaign=a.22brand_pmax&utm_content=conversion.directresponse.anonymous&gclid=Cj0KCQjwt_qgBhDFARIsABcDjOeFtoBA1hF5wTbEgznRFA MzD9_qFSPuKAhZ1NrHEnLvGkAhLyGzLQaAo5hEALw_wcB&gclsrc=aw.ds adresinden erişildi.

Neal, L. (2016). From France with love: UK police halt anti-Brexit 'Operation Croissant'. 12 Kasım 2023 tarihinde

<https://www.france24.com/en/20160622-uk-britain-eu-police-stop-french-croissant-operation-brexite-vote-remain> adresinden erişildi.

Nicolson, H. 1950. *Diplomacy*. London-New York: Oxford University Press.

Nye, Joseph S. 1990. *Soft Power*. Foreign Policy.

Nye, J. S. 2003. *Amerikan Gücünün Paradoksu*. A. G., & Koca, G. çev. Gürol Koca, İstanbul: Literatür Yayınları.

Nye, Joseph S. (2004a). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. 1st ed. New York; N.Y: Public Affairs.

Nye J. S. (2004b). "Soft Power and American Foreign Policy". *Political Science Quarterly*, 119(2), 255-270.

Nye J. S. & Aydın Rayhan İnan. (2005). *Dünya Siyasetinde Başarının Yolu: Yumuşak Güç* (1.baskı : Ekim 2005). Ankara: Elips Kitap.

Nye Jr, J. S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94-109.

Nye, J. S. ve Kim, Y. (2013). Soft power and the Korean Wave. *South Korean Popular Culture and North Korea*, 1.

Online Dictionary of the Social Sciences. (t.y.).*Culture*. 15 Kasım 2023 tarihinde <https://bitbucket.icaap.org/dict.pl> adresinden erişildi.

Otmazgin, N. (2011). A Tail that Wags the Dog? Cultural Industry and Cultural Policy in Japan and South Korea. *Journal of Comparative Policy Analysis Research and Practice*.

Önal, B. (2018). "Türkiye'nin Orta Asya'da Uyguladığı Kamu ve Kültür Diplomasisi Politikaları". *Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Üzerine Akademik Analizler Türkiye ve Dünyadan Örnekler*, 41-96. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Özcan, A., & Çınar, Y. (2014). Uluslararası İlişkilerin Temel Kavramları. Y. Çınar içinde, *Diplomasinin Doğuşu ve Gelişimi*, (s 153).

- Özdemir, H. 2008. *Uluslararası İlişkilerde Güç: Çok Boyutlu Bir Değerlendirme*. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi , 63 (03) , 113-144 .
- Öztürk, T. E. (2009). Dış Politikadaki Etkin Unsur: Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Etkinliği. *Kamu Diplomasisi Enstitüsü*.
- Pamment, J. (2012). What became of the new public diplomacy? Recent developments in British, US and Swedish public diplomacy policy and evaluation methods. *The Hague Journal of Diplomacy*, 7(3), 313-336.
- Passy. (2021). Just in time for Halloween: People are playing real-life versions of Netflix's 'Squid Game'—MarketWatch. 15 Kasım 2023 tarihinde <https://www.marketwatch.com/story/it-will-be-intense-squid-game-fans-can-soon-attempt-real-life-versions-of-the-netflix-hits-challenges-11634935175> adresinden erişildi.
- Pretto, R. (2022, 9 Mart). What's behind the success of South Korean movies? *Travel Tomorrow*. <https://traveltomorrow.com/whats-behind-the-success-of-south-korean-movies/> adresinden erişildi.
- Papaioannou, Katerina. 2017. "CULTURAL DIPLOMACY IN INTERNATIONAL RELATIONS". *IJASOS- International E-Journal of Advances in Social Sciences* 942-44. doi: [10.18769/ijasos.367306](https://doi.org/10.18769/ijasos.367306).
- Park, D. (2011). Korean Film Council. *ASEF culture360*. 12 Kasım 2023 tarihinde <https://culture360.asef.org/resources/korean-film-council/> adresinden erişildi.
- Park, S. J., & Lim, Y. S. (2014). Information networks and social media use in public diplomacy: A comparative analysis of South Korea and Japan. *Asian Journal of Communication*, 24(1), 79-98.
- Redmond, J. (2015). Tour promotes public diplomacy. *Koreatimes*. 12 Kasım 2023 tarihinde https://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2023/11/177_180995.html adresinden erişildi.

Remembering ‘Winter Sonata,’ the start of hallyu. (2011).*Korea Herald*. 13 Kasım 2023 tarihinde <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20111230000497> adresinden erişildi.

Rise of K-Pop – How did K-Pop Become Popular. (t.y.).*Samsung uk*. 15 Kasım 2023 tarihinde <https://www.samsung.com/uk/explore/entertainment/the-rise-of-k-pop/> adresinden erişildi.

Ritzer, G. (2003). Rethinking Globalization: Glocalization/Grobalization and Something/Nothing. *Sociological Theory*, 21(3), 193-209.

Rivas, C. V. (2015). The use of the Spanish language as a cultural diplomacy strategy for extending Mexico’s soft power in the United States. *Place Branding and Public Diplomacy*, 11, 139-147.

Rockower, P. S. (2012). Recipes for gastrodiploamacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8, 235-246.

Sancar, G. A. (2012). *Kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Sancar, G. A. (2012). “Uluslararası halkla ilişkiler yöntemi olarak kamu diplomasisi: Türkiye için bir model önerisi” (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey).

Sang-Hun, C. (2021, 15 Aralık). North Korea Executes People for Watching K-Pop, Rights Group Says. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2021/12/15/world/asia/north-korea-kpop-executions.html> adresinden erişildi.

Saraçlı, M. (2014). Güç unsurları çerçevesinde bir algı yönetimi unsuru olarak (yeni) kamu diplomasisi ve Türkiye. *Bilal Karabulut, Alfa Yayınları*, İstanbul.

Saygılı, K. (2020) (t.y.). Cinema is Never Only Cinema! – Business Diplomacy. <https://businessdiplomacy.net/cinema/> adresinden erişildi.

- SAYIN, F. M., & SAYIN, B. A. (2013). Old and new diplomacy and the role of communication. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 15-30.
- Schneider, C. P. (2006). Cultural diplomacy: Hard to define, but you'd know it if you saw it. *The Brown journal of world affairs*, 13(1), 191-203.
- Scott-Smith, Giles. 2018. "Cultural Diplomacy". Ss. 176-90 içinde *Global Diplomacy*. Boulder, Colorado : Westview Press, 2016.: Routledge.
- Seo,Y., Cha, S. 2021. Netflix hit show "Squid Game" spurs interest in learning Korean | Reuters. (t.y.). 7 Ocak 2024 tarihinde <https://www.reuters.com/lifestyle/netflix-hit-show-squid-game-spurs-interest-learning-korean-2021-10-11/> adresinden erişildi.
- Seo, J. (2016, 20 Mayıs). CJ breaks ground on K-Culture Valley project. 12 Kasım 2023 tarihinde <https://koreajoongangdaily.joins.com/2016/05/20/industry/CJ-breaks-ground-on-KCulture-Valley-project/3018991.html> adresinden erişildi.
- Sertin, C. (2023, 13 Eylül). Why is the Middle East obsessed with K-pop? *WIRED Middle East*. 7 Ocak 2024 tarihinde <https://wired.me/culture/the-unstoppable-rise-of-k-pop-and-k-drama-in-the-middle-east/> adresinden erişildi.
- Signitzer, B. H., & Coombs, T. (1992). "Public relations and public diplomacy: Conceptual convergences". *Public relations review*, 18(2), 137-147.
- Smith, D. (2021, 22 Eylül). US to donate an additional 500m Covid vaccines to poorer countries, says Biden. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/global-development/2021/sep/22/joe-biden-vaccination-gap-poor-nations> adresinden erişildi.
- Smith, P. H. (1998, February). Public diplomacy. In *International Conference on Modern Diplomacy* (pp. 15-18).
- Snow, N., & Cull, N. J. (Eds.). (2020). *Routledge handbook of public diplomacy*. New York: Routledge.

Solleh, Fatin Mahirah. 2015. t.y. “Gastrodiplomacy as a Soft Power Tool to Enhance Nation Brand”.

Song, Sooho. 2020. “The Evolution of the Korean Wave: How Is the Third Generation Different from Previous Ones?” *Korea Observer - Institute of Korean Studies* 51(1):125-50. doi: [10.29152/KOIKS.2020.51.1.125](https://doi.org/10.29152/KOIKS.2020.51.1.125).

South Korea military apologises after failed missile launch sparks alarm. (2022, 5 Ekim).BBC News. <https://www.bbc.com/news/world-asia-63140095> adresinden erişildi.

South Korean gaming industry market 2006-2024. (2023). *Statista*. 13 Kasım 2023 tarihinde <https://www.statista.com/statistics/825058/south-korea-gaming-industry-size/> adresinden erişildi.

Sönmezoğlu, Faruk. 2014. *Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi* (6. b.). İstanbul: Der Yayınları.

Spence, C. (2016). Gastrodiplomacy: Assessing the role of food in decision-making. *Flavour*, 5(1), 4. doi:10.1186/s13411-016-0050-8

Statutes of the Republic of Korea. (t.y.). 12 Kasım 2023 tarihinde https://elaw.klri.re.kr/eng_service/lawView.do?hseq=527&lang=ENG adresinden erişildi.

Strugar, T. (2022). Soft Power With Flavour | Conflux Center. <https://www.confluxcenter.org/soft-power-with-flavour/> adresinden erişildi.

Szondi, Gyorgy. 2008. t.y. “Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences”.

The 60 Years of Korean Diplomacy: 1948-2008. The Ministry of Foreign Affairs and Trade, 2009.

Tiedeman, Anna. 2004. t.y. “U.S. Public Diplomacy in the Middle East”.

Tiedeman, A. (2005). *Branding America: an examination of US public policy efforts after September 11, 2001*.

Toker, E. K & Çağla, C. (2022). t.y. “YENİ KAMU DİPLOMASİSİ, SOSYAL MEDYA VE DEVLET DIŞI AKTÖRLER ”.

Top countries and markets by video game revenues. (2023). *Newzoo*.
<https://newzoo.com/resources/rankings/top-10-countries-by-game-revenues>
adresinden erişildi.

Toyryla, L. (2022, 12 Ocak). Hallyu—Everything you need to know about the Korean Wave. *90 Day Korean*. 12 Kasım 2023 tarihinde <https://www.90daykorean.com/hallyu/> adresinden erişildi.

Tuch H. N. (1990). *Communicating with the World : U.S. Public Diplomacy Overseas*. New York: St. Martin's Press.

Tuncer, H. (1984). Tarihte ve Günümüzde Ad Hoc Diplomasi. *Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni*, 4(1), 50-57.

Tuncer, H. (2009). *Diplomasinin evrimi: Gizli diplomasiden küresel diplomasiye*. Kaynak Yayınları.

Türk Dil Kurumu Sözlükleri. (t.y.). 12 Kasım 2023 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden erişildi.

Türkiye UNESCO Dünya Miras Listesi Filmi / Unesco World Heritage Film. (2017). https://www.youtube.com/watch?v=GJPzw_SQvYQ adresinden erişildi.

Tylor, E. B. (1871). *Primitive culture: Researches into the development of mythology, philosophy, religion, art and custom* (Vol. 2). London: J. Murray.

UNESCO - Kimjang, making and sharing kimchi in the Republic of Korea. (t.y.). 12 Kasım 2023 tarihinde <https://ich.unesco.org/en/RL/kimjang-making-and-sharing-kimchi-in-the-republic-of-korea-00881> adresinden erişildi.

United Nations Temporary Commission on Korea. (2023, 31 Ekim). *Wikipedia*.
https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=United_Nations_Temporary_Commission_on_Korea&oldid=1182728832 adresinden erişildi.

U.S. Department of State to Launch Diplomatic Culinary Partnership. (t.y.). *U.S. Department of State*. 15 Kasım 2023 tarihinde //2009 2017.state.gov/r/pa/prs/ps/2012/09/197375.htm adresinden erişildi.

Ünal, Uğur. 2019. "INTERNATIONAL PUBLISHING PRACTICES WITHIN TURKEY'S CULTURAL DIPLOMACY". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* 7(2):609-45. doi: [10.19145/e-gifder.558157](https://doi.org/10.19145/e-gifder.558157).

Ünal, Ahmet Nafiz. 2019. t.y. "Yumuşak Gücün Tesis Edilmesinde Kültürel Diplomasinin Önemi ve Bir Uygulayıcı Olarak Yunus Emre Enstitüsü".

VoI, T. (2022, 3 Mart). Move Over Hollywood. Hallyu is Here. *Vibes Of India*. <https://www.vibesofindia.com/move-over-hollywood-hallyu-is-here/> adresinden erişildi.

Wang, Linbin. 2023. The Korean Wave's Rocky Road in China. *Diplomat*. 7 Ocak 2024 tarihinde <https://thedi diplomat.com/2023/01/the-korean-waves-rocky-road-in-china/> adresinden erişildi.

Wei, C. (2016). The efficiency of China's public diplomacy. *The Chinese Journal of International Politics*, 9(4), 399-434.

Wei, Cao. 2020. "Public Diplomacy: Functions, Functional Boundaries and Measurement Methods". içinde *Heritage*, editör D. Turcanu-Carutiu. IntechOpen.

Welle, D. (2022, 3 Mart). Explained: How South Korean movies are dominating world cinema. *Frontline*. 12 Kasım 2023 tarihinde <https://frontline.thehindu.com/dispatches/explained-how-south-korean-movies-are-dominating-world-cinema/article65220186.ece> adresinden erişildi.

Wendt, Alexander. 1999. *Social Theory of International Politics*. 1. bs. Cambridge University Press.

What is Soft Power? (t.y.).*Soft Power*. 12 Kasım 2023 tarihinde <https://softpower30.com/what-is-soft-power/> adresinden erişildi.

World Economic Outlook, October 2022: Countering the Cost-of-Living Crisis. (t.y.).*IMF*. 12 Kasım 2023 tarihinde <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2022/10/11/world-economic-outlook-october-2022> adresinden erişildi.

Yağmurlu, Aslı. 2019. “KÜLTÜREL DİPLOMASİ: KURAM VE PRATİKTEKİ ÇERÇEVESİ”. *Selçuk İletişim* 12(2):1210-38. doi: [10.18094/josc.596331](https://doi.org/10.18094/josc.596331).

Yıldırım, Mehmet Özkan. 2021. “Edebiyat Diplomasisi: Türkiye’de Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Edebiyat”. *ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi* (6):14-40. doi: [10.46372/arts.888247](https://doi.org/10.46372/arts.888247).

Yılmaz, Z. (2022). Genel Nitelikleriyle Kamu Diplomasisi ve Türkiye’deki Temel Oluşumları. 15 Kasım 2023 tarihinde <https://www.pau.edu.tr/zyilmaz/tr/sayfa/genel-nitelikleri-ve-kamu-diplomasisi-ve-turkiye%E2%80%99deki-temel-olusumlari> adresinden erişildi.

Yoon, K. W. (2012). KOREA'S ONLINE GAMING EMPIRE. *Pacific Affairs*, 85(1), 218.

Yumuşama (uluslararası politika). (2023, 1 Eylül). *Vikipedi*. [https://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Yumu%C5%9Fama_\(uluslararası_politika\)&oldid=30171209](https://tr.wikipedia.org/w/index.php?title=Yumu%C5%9Fama_(uluslararası_politika)&oldid=30171209) adresinden erişildi.

Yusifzai, T. (2021). Why K-Pop Is so Popular Worldwide. 12 Kasım 2023 tarihinde <https://hmc.chartmetric.com/why-is-k-pop-popular/> adresinden erişildi.

Zhu, Y. & Salazar, N. B. (2015). Heritage and tourism. In *Global Heritage: A Reader*. NewYork: Wiley Blackwell.

EKLER

EK 1. Anket Soruları Türkçe

Bu anket, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yürüttüğüm yüksek lisans tezi kapsamında yapılmaktadır. Tezde dünya çapında tanınmayı başarmış Kore popüler kültürünün, Kore dalgası bağlamında Güney Kore'nin yumuşak gücüne ve kamu diplomasisine etkisi araştırılmaktadır. Toplanan bilgi tamamen gizli tutulacak ve sadece akademik nedenlerle kullanılacaktır. Katıldığınız için teşekkür ederim.

Şeyma Cengiz

Uluslararası İlişkiler Yüksek Lisans Öğrencisi

1- Nerede Yaşıyorsunuz?

- ☐ Türkiye
- ☐ Güney Kore
- ☐ Diğer

2- Kaç Yaşındasınız?

- ☐ 18-25
- ☐ 25-35
- ☐ 35-45+

3- Güney Kore'ye İlginizin Başlamasındaki Etken Nedir?

- ☐ K-drama
- ☐ K-pop
- ☐ Kore mutfacı
- ☐ Kore kozmetiğı
- ☐ Diğer

4- Kaç Yaşındayken Kore Kültürüne İlgi Duymaya Başladınız?

- ☐ 8-12
- ☐ 13-16
- ☐ 17-20
- ☐ 20-25
- ☐ 25-30
- ☐ 30-40+

5- Kore'ye Hiç seyahat Ettiniz mi?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

6- Kore Kültürüne Duyduğunuz İlgi Korece Öğrenmenizi Tetikledi mi?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır
- ☐ Kısmen

7- Kore’de Üniversite Okumak ya da Çalışmak İster miydiniz?

- ☐ Evet isterdim
- ☐ Hayır Avrupa veya Amerika’yı tercih ederdim
- ☐ Sadece gezip Türkiye’ye geri dönmek isterdim
- ☐ Hali hazırda Kore’de yaşıyorum

8- Sizce Kore Kültürü Dünyada Güney Kore’ye Hatırı Sayılır Bir Güç Sunmakta mıdır?

- ☐ Evet
- ☐ Kısmen
- ☐ Hayır

9- K-pop’a İlk Nasıl İlgi Duymaya Başladınız?

- ☐ Arkadaşlar aracılığıyla
- ☐ Aile aracılığıyla
- ☐ Youtube/Sosyal medya
- ☐ Diğer Asyalı pop aracılığıyla (örneğin J-pop)

10- Ne Tür Kore Etkinliklerine Katıldınız veya Dahil Olmak İstiyorsunuz?

(Birden fazla yanıt mümkündür)

- ☐ Konsere gitmek
- ☐ Dil öğrenmek
- ☐ Kore mutfağını öğrenmek
- ☐ Güney Kore turuna çıkmak

11- Kore’nin küreselleşmesi, ülkenin kültürü hakkında daha fazla şey

öğrenmeniz için size ilham veriyor mu?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır
- ☐ Kısmen

12- Cevabınız “evet” ise, Kore kültürünün aşağıdaki yönlerinden hangilerini öğrendiniz veya hakkında daha fazla bilgi edinmek ister misiniz? (Birden

fazla cevap mümkündür)

- ☐ Tarih
- ☐ Dil
- ☐ Siyaset
- ☐ Gelenekler
- ☐ Eğitim

13- Kore kültürüne duyduğunuz ilgi, ülke politika ve siyasetine de ilgi duymanıza aracılık etti mi?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır
- ☐ Kısmen

14- Eğer cevabınız evet; ise Kore siyasi gündemine dair haberleri ne sıklıkla takip ediyorsunuz?

- ☐ Sıklıkla
- ☐ Bazen
- ☐ Nadiren

15- Kore dış politikasında (siyasetinde) olumsuzluklar ve tehditler sizi endişelendiriyor mu?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır
- ☐ Ara sıra endişeleniyorum

TEŞEKKÜRLER.

EK 2. Anket Soruları İngilizce

This questionnaire is being conducted within the context of my master's thesis in Cukurova University, Social Sciences Institute. In the thesis, the impact of Korean popular culture, which has achieved worldwide recognition, on South Korea's soft power and public diplomacy in the context of the Korean wave is investigated. The information collected will be kept totally confidential and used only for academic purposes.

Thank you for your participation.

Şeyma Cengiz

1- Where do you live?

- ☐ Türkiye
- ☐ South Korea
- ☐ Other

2- How old are you?

- ☐ 18-25
- ☐ 25-35
- ☐ 35-45+

3- What triggered your interest in South Korea?

- ☐ K-drama
- ☐ K-pop
- ☐ Korean cuisine
- ☐ Korean cosmetics
- ☐ Other

4- At what age did you become interested in Korean Culture?

- ☐ 8-12
- ☐ 13-16
- ☐ 17-20
- ☐ 20-25
- ☐ 25-30
- ☐ 30-40+

5- Have you ever traveled to Korea?

- ☐ Yes

☐ No

6- Did Your Interest in Korean Culture Trigger You to Learn Korean?

☐ Yes

☐ No

☐ Partially

7- Would you like to study or work at a university in Korea?

☐ Yes I would

☐ No, I would prefer Europe or America

☐ I would just like to travel and go back to Turkey

☐ I currently live in Korea

8- Do you think that Korean Culture offers South Korea a considerable power in the world?

☐ Yes

☐ Partially

☐ No

9- How did you first become interested in K-pop?

☐ Through friends

☐ Through family

☐ YouTube/Social media

☐ Through other Asian pop (e.g. J-pop)

10- What kind of Korean events have you attended or would you like to participate in?

(Multiple answers possible)

☐ To go to concert

☐ Learn language

☐ Learning Korean cuisine

☐ Going on a tour in South Korea

11- Does Korea's globalization inspire you to learn more about the country's culture?

☐ Yes

☐ No

☐ Partially

12- If your answer is "yes", which of the following aspects of Korean culture have you learned or would you like to learn more about? (More than one answer is possible)

- ☐ History
- ☐ Language
- ☐ Politics
- ☐ Traditions
- ☐ Education

13- Did your interest in Korean culture lead to your interest in the politics and politics of

the country?

- ☐ Yes
- ☐ No
- ☐ Partially

14- If your answer is “yes”, how often do you follow news about Korean political agenda?

- ☐ Often
- ☐ Sometimes
- ☐ Rarely

15- Do the negativities and threats in Korean foreign policy worry you?

- ☐ Yes
- ☐ No
- ☐ I worry sometimes

THANK YOU.