

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

**ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER
PERSPEKTİFİNDEN KAMU DİPLOMASİSİ:
“TÜRKİYE KAMU DİPLOMASİSİ
KOORDİNATÖRLÜĞÜ ÖRNEĞİ
ÇERÇEVESİNDE KÜLTÜREL DİPLOMASİ”**

Gonca YILDIRIM

2502090323

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Ayla OKAY

İstanbul –2014

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

**ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER
PERSPEKTİFİNDEN KAMU DİPLOMASİSİ:
“TÜRKİYE KAMU DİPLOMASİSİ
KOORDİNATÖRLÜĞÜ ÖRNEĞİ
ÇERÇEVESİNDE KÜLTÜREL DİPLOMASİ”**

Gonca YILDIRIM

2502090323

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Ayla OKAY

İstanbul – 2014

DOKTORA

TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN

Adı ve Soyadı : GONCA YILDIRIM

Numarası : 2502090323

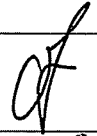
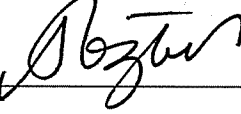
Anabilim/Bilim Dalı : HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM Tez Savunma Tarihi : 12.06.2014

Danışman : PROF. DR. AYLAK OKAY

Tez Savunma Saati: 11.00'da

Tez Başlığı : "ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER PERSPEKTİFİNDEN KAMU DİPLOMASİSİ: TÜRKİYE KAMU DİPLOMASİSİ KOORDİNATÖRLÜĞÜ ÖRNEĞİ ÇERÇEVESİNDE KÜLTÜREL DİPLOMASİ"

TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 50. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABULÜ'NE OYBİRLİĞİ / ~~OYÇOKLUĞUYLA~~ karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. AYLAK OKAY		Kabul
2- PROF. DR. HÜLYA YENGİN 		Kabul
3-DOÇ. DR. YEŞİM GÜÇDEMİR		Kabul
4- PROF. DR. SEDA MENGÜ		Kabul
5- DOÇ. DR. ABDULLAH ÖZKAN		Kabul

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1-- DOÇ. DR. AYDA UZUNÇARŞILI SOYDAŞ		
2- DOÇ. DR. TUĞÇE GÜREL		

ÖZ

Uluslararası Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi: “Türkiye Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Örneği Çerçevesinde Kültürel Diplomasi”

Gonca Yıldırım

Dünyanın döngüsel yapısı sürekli yeni kavramlar ve oluşumlar yaratmaktadır. Bu değişken yapı, ülkeleri bir yandan dünya barışını korumak, diğer yandan kendi devamlılıklarını sağlayıp, birbirleri arasındaki ilişkileri yürütebilmek için savaş dışında diplomasi gibi farklı araçlar kullanmaya mecbur kılmaktadır. Ad-hoc diplomasi ile başlayan süreç bugün sıklıkla duyduğumuz kamu diplomasisi kavramına ulaşmıştır. Temelini yumuşak güçten alan kamu diplomasisi, farklı ülke halklarıyla iletişime geçerek, onların algısını değiştirmek, yönlendirmek amacıyla kurgulanmış bir stratejik iletişim planıdır. Yabancı toplumların sempatilerinin kazanılması, rızalarının alınması, ortak çıkarlarda buluşulması, karşılıklı diyalog ve müzakere ortamının yaratılması gibi fonksiyonlar kamu diplomasisini şekillendirirken; aynı fonksiyonların uluslararası halkla ilişkiler için de geçerli olması bu iki disiplinin bu tezde buluşmasına neden olmuştur.

Uluslararası halkla ilişkiler perspektifinden kamu diplomasisine yaklaşılan bu tezde literatür kısmında her iki disiplinin modelleri karşılıklı olarak ele alınmış, uygulama alanları incelenmiştir. Araştırma kısmında ise kamu diplomasisinin önemli bir ayağını teşkil eden kültürel diplomasi başat konu olarak seçilmiştir. Türkiye Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü’nün faaliyetleri kültürel diplomasi çerçevesinde ele alınarak içerik analiz yöntemiyle incelenmiş, kültürel öğelerin Türk kamu diplomasisinde kapsadığı alan tespit edilmeye çalışılmış ve bulgular doğrultusunda Türkiye’nin kültürel diplomasisi için çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası halkla ilişkiler, kamu diplomasisi, kültürel diplomasi, yumuşak güç

ABSTRACT

Public Diplomacy Through International Public Relations Perspective: “Cultural Diplomacy Within The Scope of Turkish Public Diplomacy Coordinatorship Case”

Gonca Yıldırım

Cyclical system of the world is creating new concepts and formations. This variable structure compels to use different tools such as diplomacy out of war, on one hand, to maintain world peace, on the other hand, to carry out relations between each other, and to keep their continuities. Process that began with Ad-hoc, public diplomacy became a concept which we hear frequently. Connecting with people through different countries, public diplomacy which takes its base from soft power is a strategic communication plan to direct and change their perceptions. While the functions as gaining the sympathy of, receiving the approval of, agreeing common interests with, creating mutual dialogue and negotiation environments with foreign societies form the public diplomacy, the same functions survive in international public relations. That's why these two disciplines have met in this thesis.

In this thesis which considers the public diplomacy through the international public relations perspective, both of the discipline models are discussed comparatively and scope of application is investigated. In the research section, cultural diplomacy is chosen as principal subject which forms an important pillar of public diplomacy. Turkey's Public Diplomacy Coordinatorship's activities have been examined in the framework of cultural diplomacy by the method of content analysis; the area in the Turkish public diplomacy occupied by cultural elements have been tried to determine; in line with findings, various suggestions have been developed for Turkey's cultural diplomacy.

Keywords: International public relations, public diplomacy, cultural diplomacy, soft power.

ÖNSÖZ

Çok kutuplu bir dünya, çoğul sesleri ve çoklu kültürleri de beraberinde getirirken, değişen teknoloji, ulaşım, iletişim, güvenlik, barınma, seyahat, siyasi anlayış, eğitim, ticaret vb imkanlar; bireylerin, kurumların, işletmelerin içinde bulundukları sınırlarını genişletmesine olanak tanımaktadır. Daha aktif olarak karşımıza çıkan bu bireyler, kurum ve kuruluşlar dış politikanın da yeni aktörlerini oluşturmaktadır. Devletten-devlete olarak nitelendirilen diplomasi çalışmaları yeni aktörlerle devletten-halka, halktan-halka boyutuna ulaşma zorunluluğunu doğurmuştur. Farklı toplumlarda devlet ve devlet dışındaki akademisyen, gazeteci, sanatçı, sivil düşünce kuruluşları, dernek, vakıf gibi aktörler tarafından yaratılan faaliyetlerle bir ülke hakkında olumlu algı yaratılması, sempati oluşturulması, karşılıklı ortak çıkarlarda buluşulması, işbirlikleri oluşturulması kamu diplomasisi kavramını tanımlamaktadır. Değişik coğrafyalarda faaliyet gösteren küresel işletmeler, birbirlerini tanımaya çalışan uluslar, aralarında bir iletişim bağı oluşturabilmek, faaliyet gösterdikleri yerlerde halkın sempatisini kazanabilmek, onların algılarını yönetebilmek için de halkla ilişkiler çalışmalarına başvururlar. Görüldüğü üzere her iki kavram tanımları, fonksiyonları, araç ve yöntemleriyle birbirlerine paralel değerlere sahiptir.

İtibar yönetimi, marka yönetimi, kriz yönetimi, stratejik iletişim, pazarlama iletişimi gibi ortak paydalarda buluşan halkla ilişkiler/ uluslararası hakla ilişkiler ve kamu diplomasisi bu tezin ana konusudur. Bu çalışmanın amacı; iki disiplinin teoride ve uygulamadaki ortak noktalarını çözümlemek ve bu kapsamda Türk kamu diplomasi çalışmalarını incelemektedir. Türk kamu diplomasisi incelenirken kamu diplomasisinin üç temel ayaklarından biri olan kültürel diplomasi esas alınmış ve bu çerçevede Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün faaliyetleri içerik analizi yöntemi ile çözümlemeye çalışılmıştır. Araştırmada ortaya çıkan bulgular ışığında Türkiye için kültürel diplomasiye yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Bu tez çalışmasında en başından beri beni destekleyen, yol gösteren, her panik anımda sakinleştirerek bana güç veren danışmanım Prof. Dr. Ayla Okay'a büyük teşekkür borçluyum. Tez çalışmam süresince Tez İzleme Komitesinde yer alan ve kıymetli zamanlarını bana ayırarak, görüşleriyle beni yönlendiren Prof. Dr.

Hülya Yengin ve Doç Dr. Yeşim Güçdemir'e ayrıca teşekkür ederim. Bu konunun çıkış noktasını veren, konuya karşı ilgi duymamı sağlayan Prof. Dr. Seda Mengü'ye ve tezin yön bulmasında değerli görüşlerine başvurduğum Doç. Dr. Abdullah Özkan'a müteşekkirim.

Tezimin en sancılı dönemlerinde yardımlarını benden esirgemeyen, her imdadıma koşan kendisi de doktora tezi yazma telaşında olan çalışma arkadaşım Öğr. Gör. Gökberk Can'a büyük bir teşekkür borçluyum. Beni dinleyerek bana fikir veren diğer çalışma arkadaşlarım Yrd. Doç Dr. Ercan Öge'ye, Yrd. Doç. Dr. Emine Tutku Vardağlı'ya, Dr. Selcen Korkmazcan'a, Öğr. Gör. Mehmet Çetin'e, ders aşamasından itibaren her zorluğu birlikte aştığım yol arkadaşım Deniz Akbulut'a, her biri doktora tezi ile uğraşan bölüm arkadaşlarım Öğr. Gör. Evrim Karafes'e ve Öğr. Gör. Cihan Becan'a da paylaşımları için teşekkür etmek istiyorum.

Teşekkürlerin en büyüğünü ise doktora eğitimimin bitmesini dört gözle bekleyen sevgili annem ve babama, canımdan öte değerli, biricik oğluma ve tüm aileme etmek istiyorum.

Gonca Yıldırım

İstanbul-2014

ÖZ.....	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ.....	v
TABLO LİSTESİ	xi
ŞEKİL LİSTESİ	xv
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xvi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER VE KAMU DİPLOMASİSİ5

1.1. Küreselleşme Kapsamında Halkla İlişkiler Yaklaşımı.....	6
1.1.1. Yeni Dünya Düzeninde Halkla İlişkilerin Yeni Fonksiyonları	9
1.1.2. Halkla İlişkiler Aracılığıyla Kamuoyu Yaratılması ve Kamusal Alan Oluşturulması.....	18
1.1.3. Kamu Diplomasisi Teorileri ve Halkla İlişkiler Teorilerinin Karşılaştırmalı Değerlendirilmesi.....	26
1.1.3.1. Halkla İlişkilerde Toplumsal Teorik Yaklaşımlar	27
1.1.3.2. Halkla İlişkilerde Organizasyon Teorisi Yaklaşımları	34
1.1.4. Halkla İlişkiler ve Kamu Diplomasisinin Ortak Uygulama Alanları	39
1.2. Halkla İlişkilerin Uluslararası Boyutu.....	48
1.2.1. Uluslararası Halkla İlişkilerin Aktörleri	55
1.2.2. Uluslararası Halkla İlişkiler Uygulayıcılarının ve Faaliyetlerinin Karşılaştığı Zorluklar	62
1.2.3. Uluslararası Halkla İlişkileri Etkileyen Faktörler ve Uluslararası Halkla İlişkiler Araştırma ve Uygulamalarında SistematiK.....	66
1.2.3.1. Krishnamurty Sriramesh ve Dejan Vercic'in Uluslararası Halkla İlişkiler Çalışmalarındaki Değişkenleri.....	69
1.2.3.2. Rohanda Zaharna'nın Uluslararası Halkla İlişkilerde Farkındalık Yaklaşımı	76

İKİNCİ BÖLÜM

DİPLOMASİ, YENİ DÜNYA DÜZENİ VE KAMU DİPLOMASİSİ

2.1. Uluslararası İlişkilerde Dış Politika Aracı Olarak Diplomasi	81

2.1.1. Diplomasi Kavramı.....	81
2.2.Tarihsel Süreçte Diplomasi	83
2.2.1. İlk Dönem Diplomasi Uygulamaları ve Diplomasinin Kurumsallaşma Süreci	83
2.2.2. Modern Avrupa Devletlerive Değişen Diplomasi Anlayışı.....	86
2.3. Birinci ve İkinci Dünya Savaşları ve Yeni Diplomasi Anlayışı.....	88
2.4. Soğuk Savaş Dönemi Diplomasisi: 1945- 1990.....	91
2.5. Soğuk Savaş Sonrası Uluslararası Düzen ve Dönemin Diplomasi Anlayışını Belirleyen Gelişmeler.....	93
2.6. Yeni Dünya Düzeni ve Yeni Diplomasi Anlayışının Belirleyicileri	95
2.6.1. Küreselleşme ve Değişen Uluslararası Sistem Aktörleri.....	99
2.7. Değişim Sürecinde Diplomaside Farklı Bir Yöntem: Kamu Diplomasisi	103
2.7.1. Kamu Diplomasisinin Tanımı.....	106
2.7.2. Geleneksel Diplomasi ve Kamu Diplomasisi	109
2.7.3. Kamu Diplomasisinin Gelişim Süreci	110
2.7.4. Kamu Diplomasisinde Yumuşak Güç ve Sert Güç Yaklaşımları	115
2.7.5. Kamu Diplomasisinin Boyutları	121
2.8.Kamu Diplomasisi Modelleri	125
2.8.1. Eytan Gilboa ve Temel Soğuk Savaş - Devlet Dışı Uluslararası -İç Halkla İlişkiler Modeli	125
2.8.2. Geoffrey Cowan & Amelia Arsenault ve Monolog-Diyalog-İşbirliği Modeli.....	128
2.8.3. John Robert Kelley, Savunma ve Danışma Modeli.....	134
2.8.4. Rohanda S. Zaharna, Enformasyon ve İlişkisel İletişim Modeli	136
2.8.5. Nicholas J. Cull'un Kamu Diplomasisi Sınıflandırması.....	140
2.8.6. Hansgert Peisert ve Kültürel İletişim Modeli	143
2.8.7. Terry Diebel and Walter Roberts'in Katı ve Esnek Yaklaşımlı Kamu Diplomasisi Modeli.....	145
2.9. Kamu Diplomasisinin Uygulama Alanları	148
2.9.1. Kültürel Diplomasi	148
2.9.2. Kamu DiplomasisindeEğitim ve Değişim Programları	150
2.9.3. Medyanın Kamu Diplomasisindeki Rolü	154
2.9.4. Sosyal Medya'nın Kamu Diplomasisindeki Yeri	163

2.9.5. Kamu Diplomasisi ve Spor	168
2.10. Kamu Diplomasisi ile İlişkilendirilen Disiplinler	171
2.10.1. Kamu Diplomasisi ve Propaganda.....	173
2.10.2. Kamu Diplomasisi ve Ulus Markalama (Nation Branding)	178
2.10.3. Kamu Diplomasisi ve Lobicilik.....	185
2.10.4. Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler	188

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KÜLTÜREL DİPLOMASİ

3.1. Kültür Kavramı.....	194
3.1.1. Kültürel Süreçler	196
3.1.2. Kültürün Özellikleri	199
3.1.3. Kültürün Öğeleri	204
3.1.4. Kültür Çeşitleri ve Kültürün Sınıflandırılması	211
3.1.5. Endüstrileşen Kültür ve Kültür Ürünleri	217
3.1.6. Küreselleşme ve Kültür	220
3.1.7. Kültürlerarası İletişim	223
3.2. Türk Kültür Yapısı	226
3.2.1. Türk Kültürünün Özellikleri	227
3.2.2. Türkiye'nin Kültür Politikaları ve Yönetimi	229
3.3. Bir Diplomasi Aracı Olarak Kültür ve Kültürel Diplomasi	237
3.3.1. Dünyada ve Türkiye'de Kültürel Diplomasi Uygulamaları	242

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE KAMU DİPLOMASİSİ KOORDİNATÖRLÜĞÜ ÖRNEĞİ ÇERÇEVESİNDE KÜLTÜREL DİPLOMASİ FAALİYETLERİNE YÖNELİK İÇERİK ANALİZİ ÇALIŞMASI

4. 1. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'ne Giden Yolda Osmanlı İmparatorluğu ve Türkiye Cumhuriyeti'nin Diplomasi Faaliyetleri	259
4.1.1. Osmanlı İmparatorluğu'nun Diplomasi Anlayışı ve Faaliyetleri	260
4.1.2. Türkiye Cumhuriyeti ve Mustafa Kemal Atatürk'ün Diplomasi Yaklaşımı	268

4.2. 21. Yüzyıl Türkiye'sinin Uluslararası Bakış Açısı ve Kamu Diplomasisi....	275
4.2.1. T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü.....	280
4.2.2. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün Türkiye'nin Tanıtımı Konusunda İşbirliği İçinde Olduğu Kurum ve Kuruluşlar.....	284
4.2.3. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün Faaliyetleri	294
4.2.3.1. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Faaliyetleri Kapsamında Üniversite Programları	294
4.2.3.2. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Faaliyetleri Kapsamında Siyasal İletişim Faaliyetleri.....	297
4.2.3.3. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Faaliyetleri Kapsamında Medya-Tanıtım Çalışmaları	301
4.3. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Faaliyetlerinin Değerlendirmeye Alınacağı Kuramsal Çerçeve ve Araştırmanın Paradigması	304
4.4. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	308
4.4.1. Araştırmanın Hipotezleri	309
4.4.2. Araştırmanın Sınırlılığı	309
4.5. Araştırmanın Metodolojisi	310
4.5.1. Araştırmanın Örneklemi	310
4.5.2. Araştırmanın Yöntemi ve İçerik Analizi Süreci	310
4.6. Araştırma Verilerinin Çözümlemesi ve Elde Edilen Bulgular	317
4.6.1. KDK Faaliyetlerinin Niceliksel Bulguları	317
4.6.2. KDK Faaliyetlerinin Niteliksel Bulguları.....	322
4.6.2.1. KDK Faaliyetlerinin Gerçekleştiği Ülke ve Bölgelere Göre Değerlendirilmesi	323
4.6.2.2. KDK Faaliyetlerinin Aktörlerine Göre Değerlendirilmesi	333
4.6.2.3. KDK Faaliyetlerinde Yer Alan Aktörlerin Faaliyetlerin Türüne Göre Dağılımı	335
4.6.2.4. KDK Faaliyetlerinin Türüne Göre Aktörlerin Dağılımı.....	338
4.6.2.5. KDK Faaliyetlerinin Ülke Dışı Katılımcılarının Geldikleri Ülkelere Göre Değerlendirilmesi	343
4.6.2.6. KDK Faaliyetlerinin Ülke Dışı Katılımcıların Statülerine Göre Değerlendirilmesi	344
4.6.2.7. KDK Faaliyetlerinin Otoritesine ve Kaynağına Göre Değerlendirilmesi	349

4.6.2.8. KDK Faaliyetlerinin Biçimi Yönünden Değerlendirilmesi.....	350
4.6.2.9. KDK Faaliyetlerinin Konusu Doğrultusunda Değerlendirilmesi ..	351
4.6.2.10. KDK Faaliyetlerinin Siyasal Enformasyon ve Kültürel Diplomasi Bağlamında Değerlendirilmesi	353
4.7. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi	382
SONUÇ ve ÖNERİLER.....	386
KAYNAKÇA	406
EKLER.....	440
ÖZGEÇMİŞ	445

TABLO LİSTESİ

Tablo 1:	Kamu Diplomasisi Modellerinin ve Halkla İlişkilerde Toplumsal Teorik Yaklaşımların karşılıklı değerlendirilmesi.....	32
Tablo 2:	Karşılaştırmalı olarak değerlendirilen kamu diplomasisi ve halkla ilişkilerin organizasyon teorisi yaklaşımları arasındaki ilişkinin tablolatırılmış halidir.....	37
Tablo 3:	Uluslararası Halkla İlişkiler Çalışmalarında Etkin Olan Çevresel Değişkenler.....	70
Tablo 4:	Uluslararası halkla ilişkilere farkındalık yaklaşımı.....	78
Tablo 5:	Karşılaştırmalı geleneksel ve 21. yy. kamu diplomasisi.....	114
Tablo 6:	Askeri, Ekonomik, Yumuşak güç bileşimi.....	118
Tablo 7:	Savunma ve Danışma Modeli.....	135
Tablo 8:	Enformasyon ve İlişkisel İletişim Modeli Uygulamaları.....	137
Tablo 9:	Kamu diplomasisinin temel sınıflandırması.....	142
Tablo 10:	Kamu diplomasisinin temel sınıflandırmasının zaman, bilgi akışı, alt yapı ve güvenilirlik kaynağı olarak gösterimi.....	142
Tablo 11:	Peisert'in Kültürel İletişimin Hedefler Matrisi.....	144
Tablo 12:	Peisert'in kültürel iletişim modelleri ile Grunig ve Hunt'ın halkla ilişkiler modellerinin ilişkilendirilmesi.....	144
Tablo 13:	Kamu diplomasisi modellerinin birlikte değerlendirilmesi.....	147
Tablo 14:	Kültürün sınıflandırılması ve kültür çeşitleri.....	211
Tablo 15:	Kamu Diplomasisi Panelleri ve konu başlıkları.....	295
Tablo 16:	Ülke Toplantıları ve konu başlıkları.....	298
Tablo 17:	Akil İnsanlar Konferanslarına katılan konuklar ve konu başlıkları..	299
Tablo 18:	Avrupa Toplantıları konuk ve konuları.....	300
Tablo 19:	Yabancı Basını Bilgilendirme toplantılarına katılan bakanlar ve konu başlıkları.....	302
Tablo 20:	Kamu Diplomasisi Faaliyetleri: Deibel ve Roberts, Signitzer ve Coombs, Cull, Zaharna ve Peisert'in modellerinden derlenmiştir....	308
Tablo 21:	Araştırmanın çözümleme birimleri: KDK Faaliyetleri.....	312
Tablo 22:	Kodlama Yönergesinde ele alınan kategori başlıklarının alt açılımları.....	315
Tablo 23:	Ana başlıklarıyla KDK faaliyetleri.....	317
Tablo 24:	Alt konu başlıklarına göre KDK faaliyetleri.....	318
Tablo 25:	KDK faaliyetleri kapsamında üniversite programları.....	318
Tablo 26:	KDK faaliyetleri kapsamında siyasal iletişim faaliyetleri.....	319
Tablo 27:	KDK faaliyetleri kapsamında medya-tanıtım çalışmaları.....	320
Tablo 28:	Faaliyetlerin gerçekleştirildiği yıllar ve sayıları.....	320
Tablo 29:	Yıllara göre KDK faaliyet türü.....	321
Tablo 30:	KDK Faaliyetlerinin analiz edildikleri yıllara göre sayı ve oranları.....	322
Tablo 31:	Faaliyetlerin gerçekleştirildiği ülkelere göre dağılımı.....	323

Tablo 32:	Faaliyetlerin gerçekleştirildiği bölgeler bazında değerlendirilmesi..324
Tablo 33:	Kamu Diplomasisi Panellerinin gerçekleştiği ülke ve birlikte çalışılan ve/veya katkı yapan kişi/kişiler/kurumların ülkesi.....324
Tablo 34:	Dış Politika Tanıtım Programlarının gerçekleştiği ülke ve birlikte çalışılan ve/veya katkı yapan kişi/kişiler/kurumların ülkesi.....325
Tablo 35:	Dış Politika Çalıştayları gerçekleştiği ülke ve etkinlikte yer alan ülke ve/veya katılımcıların ülkesi.....325
Tablo 36:	Gençlik Programlarının gerçekleştiği ülke ve etkinlikte yer alan ülke ve/veya katılımcıların ülkesi.....326
Tablo 37:	Ülke Toplantılarının gerçekleştiği ülke ve etkinlikte yer alan ülke ve/veya katılımcıların ülkesi.....327
Tablo 38:	Akil İnsanlar Konferansları'nın gerçekleştiği ülke ve etkinlikteki katılımcıların ülkesi.....328
Tablo 39:	Avrupa Toplantıları'nın gerçekleştiği ülke ve etkinlikteki katılımcıların ülkesi.....329
Tablo 40:	Paneller programının gerçekleştiği ülke ve katılımcıların ülkesi.....329
Tablo 41:	İstanbul Küresel Forumu'nun gerçekleştiği ülke ve katılımcıların ülkesi.....330
Tablo 42:	Gazeteci Heyetleri Programına katılan katılımcıların ülkeleri.....331
Tablo 43:	Yabancı Basını Bilgilendirme Programı'nda konuşan Bakanlar ve katılan uluslararası medya organları.....332
Tablo 44:	Kültür ve Tanıtım Faaliyetlerinin gerçekleştiği yer ve katılımcıları.333
Tablo 45:	KDK Faaliyetlerinde yer alan Türk katılımcıların genel dağılımı....333
Tablo 46:	KDK Faaliyetlerine göre Türk katılımcıların genel dağılımı.....335
Tablo 47:	KDK faaliyetlerinin türüne göre aktörlerin dağılımı.....338
Tablo 48:	Faaliyetlerde adı geçen yabancı katılımcıların geldikleri bölgeye göre değerlendirilmesi.....343
Tablo 49:	Yabancı Basını Bilgilendirme Toplantılarına Davet Edilen Medya Organlarının Ülkelerine Göre Değerlendirilmesi.....344
Tablo 50:	Yabancı katılımcıların statülerinin dağılımı.....345
Tablo 51:	KDK faaliyetlerinin biçimi yönünden değerlendirilmesi.....350
Tablo 52:	KDK faaliyetlerinin konusu açısından değerlendirilmesi.....351
Tablo 53:	Siyasal Enformasyon kapsamında Türkiye'nin politikalarıyla ilgili ilgilendirme söylemlerinin değerlendirilmesi.....353
Tablo 54:	Siyasal Enformasyon kapsamında Türkiye'nin ilişkileriyle ilgili bilgilendirme söylemlerinin değerlendirilmesi.....356
Tablo 55:	Siyasal Enformasyon kapsamında Türkiye'nin yeni yapısıyla ilgili öne çıkan ikna söylemlerinin değerlendirilmesi.....357
Tablo 56:	Siyasal Enformasyon kapsamında Türkiye'nin dış politikasıyla ilgili öne çıkan ikna söylemlerinin değerlendirilmesi.....359

Tablo 57:	Siyasal Enformasyon kapsamında son dönem olaylar sürecine yönelik ikna söylemlerinin değerlendirilmesi.....	361
Tablo 58:	Kültürel diplomasi kapsamında diyaloga ilişkin öne çıkan söylemlerin değerlendirilmesi.....	363
Tablo 59:	Kültürel Diplomasi kapsamında projelere ilişkin öne çıkan söylemler	370
Tablo 60:	Kültürel Diplomasi kapsamında uluslararası medya ve yayınlara ilişkin öne çıkan söylemlerin değerlendirilmesi.....	372
Tablo 61:	Kültürel diplomasiye ilişkin faaliyetlerde öne çıkan tüm söylemlerin değerlendirilmesi.....	374
Tablo 62:	Siyasal enformasyon kapsamında bilgilendirmeye ilişkin öne çıkan değer ve söylemlerin değerlendirilmesi.....	375
Tablo 63:	Siyasal enformasyon kapsamında iknaya yönelik öne çıkan değer ve söylemlerin değerlendirilmesi.....	376
Tablo 64:	Türk kamu diplomasisinin siyasal enformasyon kapsamında değerlendirilmesi.....	378
Tablo 65:	Bilgilendirme ve ikna çerçevesinde siyasal enformasyon faaliyetlerinin değerlendirilmesi.....	379
Tablo 66:	Türk KDK'nın faaliyetlerinin siyasal enformasyon ve kültürel diplomasi çerçevesinde değerlendirilmesi.....	380
Tablo 67:	Türkiye KDK'nın Faaliyetlerinin Genel Oranının Değerlendirilmesi.....	382

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1:	1950–2000 arasında geçerli olan Etki Piramidi Modeli	16
Şekil 2:	2000-2007’de geçerli olan Çapraz Etki Küresi Modeli	16
Şekil 3:	Public Engagement Modeli.....	16
Şekil 4:	Piesert’in kültürel iletişim modeli ile Grunig ve Hunt’ın halkla ilişkiler modellerinin ilişkilendirilmesi.....	38
Şekil 5:	Bir kurumdaki halkla ilişkilerin fonksiyonu, ...	42
Şekil 6:	Kamu diplomasisi departmanının fonksiyonu	43
Şekil 7:	Joseph Nye’in Kamu Diplomasisi Boyutları	122
Şekil 8:	Christopher Ross’un Kamu Diplomasisi Boyutları	123
Şekil 9:	György Szondi’nin kamu diplomasisinin boyutları.....	124
Şekil 10:	Kamu Diplomasisi sistemi	146
Şekil 11:	Kamu diplomasisini destekleyen disiplinler	172
Şekil 12:	Kültürün üç ögesi.....	204
Şekil 13:	T.C. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü faaliyetleri ana başlıkları.....	294

KISALTMALAR LİSTESİ

AA	: Anadolu Ajansı
AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ABYKP	:Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı
AI	: Uluslararası Af Örgütü
AGİT	: Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı
AKP	:Adalet ve Kalkınma Partisi
ASALA	:Armenian Secret Army for the Liberation of Armenia
BBC	:British Broadcasting Corporation
BBG	: Broadcasting Board of Governors
BBYKP	: Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı
BBYKP	: Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı
BIE	: Bureau International des Expositions -Uluslararası Sergiler Bürosu
BM	: Birleşmiş Milletler
BYEGM	: Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü
CIA	: The Central Intelligence Agency/Merkez Haber Alma
CNN	: Cable News Network
COMECON	: Council for Mutual Economic Assistance
DAS	: Diversified Agency Services
DBYKP	: Dokuzuncu Kalkınma Planı
DBYKP	: Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı
EBOK	: Avrupa Halkla İlişkiler Bilim Kurulu
ECFR	: European Council on Foreign Relations
ELIAMEP	: The Hellenic Foundation for European and Foreign Policy
ENA	: Moritania Ecole Nationale d'Administration
ETA	: Euskadi Ta Askatasuna
FAO	: Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü
HAK-İŞ	: Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu
IBM	: International Business Machines Corporation
ICI	: Uluslararası Hukukçular Komisyonu
IFRI	: Paris Fransız Uluslararası İlişkiler Enstitüsü
IMF	: Uluslararası Para Fonu
INGO	: International Non-governmental Organizations
IOC	: Uluslararası Olimpiyat Komitesi
IRA	: Irish Republican Army'nin
IUCN	: Uluslararası Doğayı Koruma Birliği
IUS	: Uluslararası Saraybosna Üniversitesi
İBYKP	: İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı
İKV	: İktisadi Kalkınma Vakfı
İLEM	: İlmi Etüdler Merkezi
İSO	: İstanbul Sanayi Odası
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
KATAM	: Kahire Türk Araştırmaları Merkezi
KDK	: Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü

KKTC	: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
KOBİ	: Küçük ve Orta Boy İşletme.
MITT	: Uluslararası Seyahat ve Turizm Fuarı
MSF	: Sınır Tanımayan Doktorlar Örgütü
NAFTA	: Kuzey Amerika Serbest Ticaret Bölgesi
NATO	: Kuzey Atlantik Anlaşma Örgütü
OECD	:Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
OPEC	: Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü
PKK	: Partiya Karkerên Kurdistan
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
RUSİ	: İngiliz Parlamentosu ve Royal United Services Institute
SAM	: Dışişleri Bakanlığı Stratejik Araştırmalar Merkezi
SBYKP	: Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı
SDE	: Stratejik Düşünce Enstitüsü
SETA	:Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetleri Birliği
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
TAAİ	: Hindistan Seyahat Acentalar Birliği
TASAM	: Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi
TAWQ	: Yemen Demokratik Uyanış Hareketi
TEDA	: Türk Edebiyatının Dışa Açılımı Projesi
TESEV	: Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı
TFF	: Türkiye Futbol Federasyon
TİKA	: Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TUSKON	: Türkiye İş Adamları ve Sanayiciler Konfederasyonunu
TÜRKSOY	: Türk Kültür ve Sanatları Ortak Yönetimi
TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
UEFA	: Union of European Football Associations
UNDP	: Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü)
UNIDO	: Birleşmiş Milletler Sınâî Kalkınma Teşkilatı
USAK	: Uluslararası Stratejik Araştırmalar Merkezi
USIA	: The United States Information Agency
ÜBYKP	: Üçüncü Kalkınma Planı
VOA	: Voice of America
YBYKP	: Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı
YEE	:Yunus Emre Enstitüsü
YTB	: Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı
WHO	:Dünya Sağlık Örgütü
WCC	:Dünya Kiliseler Birliği
WFTU	:Dünya Sendikalar Federasyonu

GİRİŞ

Bir ülkenin dünya kamuoyundaki imajını iyileştirmek amacıyla yapılan kültürel, ekonomik, sosyal, siyasi programların tümünü kapsayan ‘kamu diplomasisi’ kavramı son yıllardaki yeni tartışma konularından biridir. Devletlerin çok kutuplu yeni dünya düzeni içinde uluslararası anlamda söz sahibi olabilmesi için devletten devlete yapılan geleneksel resmi diplomasi yetersiz kalmaktadır. Bu gelişme halkların devreye girmesini beraberinde getirmiş, toplumdan topluma yapılan *kamu diplomasisi* kavramını geliştirmiştir.

İlk kez 1965 yılında Edmund Gullion tarafından tanımı yapılan kamu diplomasisinin esası ülkelerin ‘*yumuşak güç*’lerini kullanmalarına dayanmaktadır. Temelde kültür, siyasi değerler ve dış politikaya dayanan ‘*yumuşak güç*’ kavramından ilk kez Joseph Nye 1990’da yayınlanan “Bound to Lead” kitabında bahsetmektedir. ‘*Sert güç*’ olarak nitelendirilen askeri müdahaleler, ambargolar yerine; *ekonomi, kültür-sanat, medya, tanıtım, eğitim, spor* uluslararası ölçekte var olmak isteyen ülkelerin *yumuşak güç* kaynaklarını oluşturmaktadır. Devlet dışı bu aktörlerin başka toplumlar üzerindeki etkisinin devlet organlarına göre daha fazla olduğu görüldüğü konusunda birçok yazar, politikacı, araştırmacı hemfikirdirler.

Eğitim, kültür, spor, medya gibi güçlerle yabancı ülke halkları ile iletişime geçmek ve onları yönlendirmek amacıyla tasarlanmış bir eylem planı olan kamu diplomasisinde ‘ikna’yı kullanmak esastır. Çeşitli ülke halklarının *sempatisinin kazanılması, ortak anlayış, rızalarının alınması, ortak çıkarlarda buluşmak, karşılıklı diyalog sürecini yürütmek, müzakere ve uzlaşma ortamları yaratmak* kamu diplomasisinin fonksiyonları arasındadır.

Kamu diplomasisinin temel ayaklarını oluşturan bu fonksiyonlarla küreselleşmiş dünyada kapsamı genişleyen *halkla ilişkiler* kavramının yolları birçok yönden kesişmektedir. 21. yy’ın modelleri olarak sayılan *iki yönlü simetrik* ve *mükemmel halkla ilişkilerin* de *uzlaş, karşılıklı anlayış, katılımcılık, çift yönlü stratejik iletişim* üzerine kurulduğunu düşünürsek farklı toplumlarla iletişim kurma sanatı olarak değerlendirebileceğimiz kamu diplomasisini bu tezde birlikte ele almak mümkün olmuştur.

İkna, uzlaş, katılımcılık, rıza kazanımı, diyalog, iletişim, müzakere, anlama kavramlarının kesiştiği halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi bu boyutlarıyla Habermas'ın İletişimsel Eylem, Burkart'ın Anlaşma Oryantasyonlu Halkla İlişkiler, Grunig'in Mükemmel Halkla İlişkiler, İki Yönlü Simetrik Halkla İlişkiler, İki Yönlü Asimetrik Halkla İlişkiler, kamuoyu oluşturma ve etki modelleriyle ilişkilendirilmektedir.

Ülkelerin uluslararası platformda, diğer ülke halkları karşısında olumlu imaj yaratma çabaları yeni değildir. Yeni demokrasilerde kamuoyunu etkilemek isteyen hükümetler kamu diplomasisine daha fazla önem vermeye başlamışlardır. Ancak kamu diplomasisini yapısı gereği tek başlarına yürütemeyen hükümetler bu çalışma kapsamında; sivil toplum kuruluşları (STK), vakıflar, dernekler, özel sektör, akademik çevrelerle işbirliği yapmak zorundadır. Başarılı bir kamu diplomasisi tüm bu toplumsal aktörlerin belli bir amaç doğrultusunda entegre hareket etmesiyle mümkündür.

Bu entegre hareket kamu diplomasisinin unsurlarını ve dayanaklarını benimsemiş, misyonunu içselleştirmiş olarak görevini yerine getirmelidir. Joseph Nye'a göre kamu diplomasisinin temeli olan yumuşak güç üç ana kaynağa dayanmaktadır: *siyasi değerler, dış politika ve kültür* (2005: 20).

Bu tezin de araştırma konusu olan kültür ve kültür diplomasisi Nye'nın ifade ettiği gibi bir ülkenin kültürü, evrensel değerler içerdiğinde ve politikaları başkalarının da paylaştığı değerlere ve çıkarlara hizmet ettiğinde, yarattığı sorumluluk ve çekicilik ilişkileri sebebiyle, istediği sonuçları elde etme olasılığını yaratır (2005:20).

Nye gibi birçok araştırmacı ve uzman, farklı ülke toplumlarının gerçek anlamda duygu ve zihinlerinin etkilenmesinde kültürel kaynakların kullanılmasının daha etkin olduğu görüşündedirler. Özellikle amaç ülke değerlerine, yaşam standartlarına başka toplumları hayran bırakmak, özendirmek, olumlu algı için ikna etmek olduğunda sanat, spor ve popüler kültür öğeleri zor ve baskı kullanmadan hedefe çabuk ulaşmayı sağlayacak araçların başında gelmektedir.

Bu görüşlerden yola çıkarak oluşturulan bu çalışmanın amacı uluslararası halkla ilişkiler perspektifinden kamu diplomasisini değerlendirmek, Türk Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün çalışmalarını kültürel diplomasi bağlamında ele

almaktır. Türkiye’de 2009 yılında Başbakanlığa bağlı Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü kurulana kadar çok fazla sözedilmeyen bir konu olan kamu diplomasisi aslında uzun yıllardır Amerika ve birçok Avrupa ülkesi tarafından sıkça kullanılan bir ikna ve etkileme sanatıdır.

Çalışmanın kapsamında kamu diplomasisinin yıllara dayanan değişim süreci, ele alınış şekliyle uzmanların gözünde yarattığı olumlu-olumsuz görüşler, çeşitli alanlardaki uygulama şekilleri ve diğer disiplinlerle ilişkisi incelenmektedir. Öte yandan uluslararası halkla ilişkilerle kamu diplomasisi kuram ve pratiklerinin karşılıklı ele alınması ayrıca önem taşımaktadır. Bu konu kamu diplomasisine halkla ilişkiler boyutundan yaklaşımı desteklemektedir.

Bu çalışma itibariyle devingen, süreklilik arz eden, toplumsal şekillenmeyi ve kimlik oluşumunu gerçekleştiren kültürel kodların kamu diplomasisi oluşumunda ne denli önemli olduğunun tarihsel, ülkesel örnekler bağlamında ele alınması, çözümlenmesi ve karşılaştırılması ayrıca önemlidir.

Genel anlamda bu çalışmada kültürler ve toplumlar arasıkna, karşılıklılık, etkileşim, işbirliği, kalplerin ve zihinlerin kazanılması amacından yola çıkılarak, yeni dünya düzeninin ortaya koyduğu düşünce ve iletişim yapılarının belirlediği temel anlayış çerçevesinde Türk Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü’nün diğer toplumları etkilemede kullandığı araç ve yöntemlerin irdelenmesi, bunlar arasında kültürel diplomasinin boyutunun ölçülmesi hedeflenmektedir.

Sorun; Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü kültürü, kültürel öğeleri ve Türk kültürel kodlarını yani kültürel diplomasiyi etkin dış politika yaratmak ve farklı toplumları etkileyerek, Türkiye’yi tanıtmakta ne ölçüde kullanmaktadır? Türkiye kamu diplomasisi vizyonu ile kültürü nasıl daha iyi kullanabilir?

Araştırmanın sınırlılığı Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü’nün Ocak 2010 – Aralık 2013 tarihleri arasında gerçekleştirdiği kültürel diplomasi çalışmalarının değerlendirilmesi olarak belirlenmiştir. Kültürel diplomasi ve siyasal enformasyon birleşimi şeklinde ele alınan kamu diplomasisi çerçevesinde öncelikle kültürel diplomasi ve siyasal enformasyona yönelik kodlar belirlenip, bunların Koordinatörlüğün etkinlikleri dahilinde ele alınış şekli, kullanılma oranları tespit edilerek içerik analizi yöntemiyle değerlendirilecektir. Bu çalışmada belirtilen yıllar arasında gerçekleşen etkinlikler resmi web sitesinden takip edilerek, irdelenecek ve

ayrıntılı olarak niceliksel ve niteliksel bir analiz yapılacaktır. Bu yöntem ışığında, kültürel diplomasiyi oluşturan öğeler ile Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün bu öğeleri nasıl kullandığına dair değerlendirme yapabilmek için belirli ölçekler geliştirilecektir.

Bu tezin birinci bölümünde yapılan literatür taramasıyla halkla ilişkilerin kamuoyu ve kamusal alan yaratılmasındaki rolü irdelenecek, Halkla İlişkiler Toplumsal Yaklaşım Teorileri, Organizasyon Teorisi Yaklaşımları ve kamu diplomasisi teorileri karşılaştırılarak, kesişim noktaları değerlendirilecektir. Bu bölümde ayrıca uluslararası halkla ilişkilerin gelişimini etkileyen faktörler, uluslararası halkla ilişkilerin aktörleri ve uluslararası halkla ilişkiler uygulamalarında kullanılan sistematik ortaya konmaya çalışılacaktır.

Çalışmanın ikinci bölümünde küreselleşme ve günümüz dünyasının değişen koşullarına paralel olarak değişen toplumsal yapılar, sistem aktörleri ve kamu diplomasisinin önemi ele alınacaktır. Bu bağlamda kamu diplomasisi modelleri, uygulama alanları ve ilişkili olduğu disiplinler bu bölümün içeriğini oluşturmaktadır.

Tezin üçüncü bölümünde, kültürün özellikleri, öğeleri, küreselleşme çağında kültürler arası ilişkiler ele alındıktan sonra Türk kültürünün bu yapıyı nasıl taşıdığı, Türkiye'nin uyguladığı kültür politikaları ve bunların kamu diplomasisi dahilinde ele alınışı incelenecektir.

Dördüncü yani araştırma bölümü ise; Osmanlı ve Türkiye'deki diplomasi anlayışı ile başlamakta ve günümüz Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nü ve faaliyetlerini ele almaktadır. Deibel ve Roberts, Zaharna, Cull, Signitzer ve Coombs'un kamu diplomasisi modellerinden yola çıkarak siyasal enformasyon ve kültürel diplomasi bağlamında oluşturulan araştırma kategorileri ve ölçekleri içerik analizi yöntemi ile incelenecek, KDK faaliyetlerinde kültürel diplomasinin hangi boyut ve ölçüde kullanıldığı tespit edilmeye çalışılacaktır. Sonuç olarak bu araştırma ve sonuçları ışığında Türkiye'nin uygulayabileceği kültürel diplomasi çalışmaları konusunda öneriler geliştirilecektir.

BİRİNCİ BÖLÜM

ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLER VE KAMU DİPLOMASİSİ

Birbirinden farklı devletler ve toplumlar arasındaki sınırlar şeffaflaşmaya başladıkça bu devletler ve toplumlar arasında gerçekleşen her türlü ilişki, faaliyet, işbirliği kendi içinde ayrı bir alan ya da disiplin olarak değerlendirilmeye başlamıştır. Bu ilişkiler ve faaliyetler sonucunda zorunlu olarak sivrilen bir alan da halkla ilişkilerin uygulama ortamlarından biri olan ve dünyadaki gelişmelere paralel olarak artık ayrı bir çalışma alanı olarak değerlendirilen uluslararası halkla ilişkilerdir.

Uluslararası halkla ilişkiler bir hükümet, şirket veya özel ve/veya kamu kuruluşunun bir başka devlet bünyesindeki toplumlarla, kurum ve kuruluşlarla karşılıklı anlayış geliştirme, diyalog ortamı yaratma, olumlu imaj oluşturma, tanıtımına katkıda bulunma ve itibar geliştirmeye yönelik yapılan stratejik bir iletişim planıdır diye tanımlamak mümkündür.

Halkla ilişkiler çalışmaları farklı dönemlerde; propaganda, rıza mühendisliği, kamuoyu yaratımı, ikna süreci, döngü uzmanlığı, eşik bekçiliği, diyalog sağlayıcı, köprü, uzlaştırıcı bağ gibi farklı tanımlamalar, isimleştirmelerle karşı karşıya kalmıştır. Ancak zaman içinde halkla ilişkilerin çapı genişledikçe tek bir tanım ya da boyuta indirgemenin pek kolay olmadığı görülmektedir. Bu doğrultuda bu bölümde yeni dünya düzeninde yeni boyutlar kazanan halkla ilişkiler ve bu gelişmelerin bir uzantısı olan uluslararası halkla ilişkiler kavramı, fonksiyonları, uygulamaları ve kamu diplomasisi çerçevesinde karşılaştırmalı değerlendirilmesi yapılacaktır.

Siyaset, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, pazarlama, medya gibi birçok disiplinden beslenen halkla ilişkiler, her bir uygulama alanında farklı disiplinleri kullanarak kendi modellerini, teorilerini oluşturmakta, farklı boyutlara ulaşmaktadır. Bu bölümde uluslararası ilişkiler, kültür, siyaset, medya, iletişim ve bir dizi farklı alanların bir araya gelerek zemin oluşturduğu uluslararası halkla ilişkiler alanı incelenerek, tezin temel argümanlarından olan kamu diplomasisi ekseninde değerlendirilecektir.

1.1. Küreselleşme Kapsamında Halkla İlişkiler Yaklaşımı

1960’lardan sonra bugünkü anlamıyla kullanılmaya başlayan, zaman-mekan sıkışması, karşılıklı bağımlılığın hızlanması, daralan bir dünya, sınırların kalkması, küresel bütünleşme, bölgeler arası güç ilişkilerinin düzenlenmesi, bağlılığın yoğunlaşması gibi tanımlarla ifade edilen küreselleşmeyi körükleyen unsurların başında üretim, ulaşım ve iletişim teknolojileri gelmektedir.

Ulaşımı, üretimi, dağıtımı kolaylaştıran teknolojik gelişmeler, ardından ivme kazanan iletişim teknolojisi, Soğuk Savaş sonrası değişen siyasi ve ekonomik dengeler dünyayı küreselleşme olgusuyla tanıştırmıştır. Çoklu boyutlara sahip küreselleşmenin etkisini ve sonuçlarını sosyal, kültürel, ekonomik, teknolojik ve ideolojik olarak hayatın tüm katmanlarında görmekteyiz. Her alan ve sektörde yansımalarının yaşandığı küreselleşme, halkla ilişkilerin de boyutlarını ve kapsamını değişime zorlamaktadır.

Küreselleşmenin ekseninde yer alan ve onun getirdiği teknolojik, ekonomik, kültürel, sosyal yapıyla birebir karşı karşıya kalan toplumların yaşam koşulları, anlayışları, tutum ve davranışları da farklılaşmaktadır. Taraftar, hayran, tüketici, müşteri ya da seçmen olarak genelleylebileceğimiz hedef kitlelerin 2000’ler sonrası tutum, algı ve davranışları gerek pazarlama uzmanlarının, gerek siyasi yapıların, gerekse sosyal bilimcilerin araştırma konularının başında gelmektedir. Daha bilinçli, hızlı, bilgiye kolay ulaşabilen, ikna edilmesi zor, katılımı seven hedef kitlelerin yanı sıra karmaşıklaşan, bir o kadar da ağırlaşan rekabet koşullarında ve siyasi ortamlarda mücadele etmek zorunda olan halkla ilişkiler, iletişim stratejilerini bu bağlamda yeniden şekillendirmek zorundadır.

George Modelski, “küreselleşme birden fazla tarihsel dünya toplumunun tek bir küresel sistem içinde bir araya getirilmesi sürecidir yani dünyanın büyük medeniyetleri arasındaki artan bağlantının tarihidir” derken, David Held ve Anthony McGrew ise küreselleşmeyi “kıtalar arası veya bölgeler arası akışlar ve ağlar meydana getiren, toplumsal ilişkilerin uzamsal örgütlenmesinde dönüşümü temsil eden bir süreç” olarak tanımlamaktadır. Küreselleşmeye şüpheci yaklaşan Paul Hirst ve Grahame Thompson küreselleşme kavramının çağdaş dünyayı anlamak için geçerli bir terim olup olmadığını sorguluyorlar ve tek bir dünya ekonomisinin ortaya çıkışından ziyade milli sınırların ekonomik ve siyasal önceliği muhafaza ettiği, bir

hayli dengesiz bir şekilde uluslararası kılınmış bir dünya varsaymaktadırlar (Held ve McGrew, 2008: 71-73).

Giddens için de küreselleşme, toplumsal ilişkilerin artan yoğunluğu nedeniyle modernlikle geniş çapta eş anlamlıdır. Modernlik, yapısal olarak küreselleştiricidir. Modern dönemde zaman-uzam uzaklaşması düzeyi, önceki bütün dönemlerden çok daha yüksektir. Yerel ve uzak toplumsal biçim ve olaylar arasındaki ilişkiler de buna uygun olarak esnerler. Küreselleşme asıl olarak bu esneme sürecine işaret eder; farklı toplumsal bağlamlar ya da bölgeler arasındaki bağlantı biçimleri bir bütün olarak yerküre yüzeyinde şebekeleşir. Böylece küreselleşme, uzak yerleşimleri birbirlerine, yerel oluşumların millerce ötedeki olaylarla biçimlendirildiği ya da bunun tam tersinin söz konusu olduğu yollarla bağlayan dünya çapındaki toplumsal ilişkilerin yoğunlaşması olarak tanımlanabilir. Yeni çağın belirleyici özelliğini teşkil eden, küreselleşen sistemler ile yerel koşullar arasındaki etkileşimdir (2010: 62).

Küreselleşme, yerellikleri aşan, ortak amaçlar ve hedefler doğrultusunda kültürel ve sosyal farklılıkların ön planda tutulmadığı bir bütünleşme süreci olarak karşımıza çıkmaktadır. Küreselleşme sürecinde çoğu zaman, farklı beklenti ve geçmişe sahip insan ya da insan toplulukları, benzer ya da ortak amaçlar etrafında buluşmak, anlaşma ve uzlaşmak durumundadır. Bu anlamda iletişimi temel alan halkla ilişkiler faaliyetleri ve küreselleşme arasında –farklı geçmiş ve beklentilere sahip yaşamların bir uyum çerçevesinde uyumlaştırılarak uzlaştırılması noktasında- bir ortaklık olduğunu söylemek mümkündür Toplumsal süreçte yaşanan hızlı değişim/dönüşüm organizasyon sürecindeki yönetme/yönlendirme ilişkilerini de etkilemiştir. Baskı ve şiddet yerine uzlaş ve hoşgörüye dayalı rıza ve onayın yönetsel süreçte önem kazanması, iletişim yönetimini de kapsayan bir kavram olan halkla ilişkileri ön plana çıkarmıştır (Ertürk, 2010: 66-68). Küreselleşme halkla ilişkiler endüstrisini etkilediği gibi halkla ilişkiler de küreselleşmenin yayılmasında yardımcı olmuştur (Sriramesh ve Vercic, 2007:355-359).

Ronnenberger ve Rühl'e göre halkla ilişkilerin ortaya çıkışında çeşitli faktörler rol oynamaktadır. Bilginin topluma yansımaları, teknolojik gelişmeler, küreselleşmenin genişleyen boyutları, uluslararası rekabet, kitle iletişimin genişlemesi, çeşitli grup ve örgütlerin dünyayı saran bir ağ oluşturmaları, değişen toplumsal sistemler başlıca faktörlerdir (Okay ve Okay, 2007: 94-95).

Küreselleşmenin getirdiği değişimler halkla ilişkiler alanındaki uygulayıcılara bazı fırsatlar sunduğu gibi ve zorluklar da çıkarmaktadır. Genişleyen paydaş alanı ve farklılaşan kitlelerle birlikte halkla ilişkiler uygulayıcıları bu kapsamda “uluslararası kamu” ile de iletişime geçmek zorundadır.

Vercic, Rulet, Buetschi ve Flodin (2001) halkla ilişkiler alanına ve tanımına küresel bir yaklaşım getirilmesi gerektiğini söylerken, Stohl (2001) çokuluslu, uluslararası ve küresel şirketlerin kendi ulusal sınırlarının ötesindeki iş gücü, müşteri ve diğer çevresel güçler ile etkileşim halinde olduğunu vurgulamaktadır. Küreselleşme kurumların bulunduğu ortamları şekillendirdiği gibi, her hangi bir ulusal şirket karar verme sürecinde küresel etkiden bağımsız olamayacaktır (Lee, 2005: 14-16).

Bu doğrultuda Lee (2005) küresel kamuyu şöyle tanımlamaktadır: “Temel değerleri ve ilgi alanları, kendi ulusal ve kültürel sınırlarının ötesinde dünyayı bir bütün olarak takip eden kişi ve/veya kuruluşların oluşturduğu gruptur.” Bu tanıma göre küresel kamu, *kitlesel* ve *durumsal* olmak üzere iki boyutlu yaklaşım içermektedir.

Kitlesel yaklaşım küresel kamuyu, küresel oyuncular ve dünya vatandaşları olarak benzer değerleri, kuralları ve bilinci paylaşan gruplar olarak tanımlanmaktadır. Bu yaklaşım, Grunig ve Repper’ın (1992) “sosyal paydaş” ve Hallahan’ın (2000) “aktif olmayan kamu” kavramlarını içermektedir. Kitlesel yaklaşıma göre kamu, öncelikle pasif konumdur. Fakat konu veya duruma yönelik ilgi ve bilgi düzeyi arttıkça, aktif konuma doğru geçer. Çok uluslu çalışanlar, yatırımcılar, müşteriler, yabancı devletler, uluslararası örgütler küresel kamunun parçaları olarak göz önüne alınmaktadır. *Durumsal yaklaşım* ise küresel kamuyu, birçok küresel konu ve durum karşısında aktif konumda olan gruplar şeklinde ifade etmektedir. Bu yaklaşıma göre küreselleşme süreci, yerel düzeyden küresel düzeye kadar dünyada çözülmesi gereken pek çok sorun yaratmaktadır. Sorunlar, tek bir karar verme birimi içinde çözülemediğinde küresel bir konuma dönüşmektedir. Kurumlar çeşitli gündemler yaratmakta ve küresel kamu bu konu ya da olaylara tepkide bulunmaktadır (Lee, 2005:14-16).

L. Grunig’in (1992) ortaya koyduğu gibi küresel ortamdaki çok uluslu şirketler ve stratejik paydaşları arasındaki ilişkiler, çeşitli farklılıklar ve çevredeki hızlı

değişimler tarafından şekillenmektedir. L. Grunig ayrıca küresel ölçekteki medya ilişkilerine ek olarak, çok uluslu şirketleri zorlayan işçi birlikleri, hissedarlar ve baskı grupları olmak üzere diğer üç stratejik kamuyu ön plana çıkarmaktadır (Lee, 2005:16).

Kuruluşlar, küreselleşme ortamında kamunun yeni yönleri ile karşı karşıya gelmektedirler. Halkla ilişkiler uygulayıcıları ve/veya CEO'lar, küresel kamunun kim olabileceğini bilemediği için kararların küresel alandaki etkilerini ve sonuçlarını kaçırmaktadır. Bu bağlamda, küresel kamuyu tanımlamak, bir kurumun küresel alandaki faaliyetleri içerisinde kritik bir aşamayı temsil etmektedir. Bu açıdan Lee (2005) makalesinde, mesaj stratejisini belirleme, uygun program seçme ve değerlendirme gibi uluslararası halkla ilişkiler alanındaki kararlardan önce küresel kamunun tanımlanması gerektiğini belirtmektedir.

1.1.1 Yeni Dünya Düzeninde Halkla İlişkilerin Yeni Fonksiyonları

Toplumsal, siyasi, teknolojik, ekonomik gelişmeler tüm sektörleri ve bilimsel disiplinleri de beraberinde değişime zorlamaktadır. Farklı disiplinlerden beslenen halkla ilişkiler de içerik, form ve kapsam olarak -dolaylı ve doğrudan- bu değişim sürecine paralel hareket etmektedir. Yeni dünya düzeni ile birlikte uygulama alanları genişleyen halkla ilişkilerin fonksiyonlarına her geçen gün yenileri eklenmektedir.

Halkla ilişkiler kavramı ilk defa Birleşik Devletler Başkanı Thomas Jefferson'un 1807 yılında kongreye ABD'nin dış ilişkileriyle ilgili gönderdiği bir mesajda vurgulanmaktadır. Kongrede *"Demokratik toplumlarda, her şey halkın rızasına dayalıdır."* (In a truly democratic society, everything depends on the consent of the public) (Minkel, 2008) şeklinde seslenerek, halkın onayını sağlayacak bir kavramın gerekliliğine –ki bu kavram halkla ilişkilerdir- ve sağlıklı bir toplum olabilmenin öncelikli amacının halkı ikna etmek olduğuna dikkat çekmektedir. 1882'de Yale Üniversitesi Hukuk Fakültesi mezuniyeti töreninde yaptığı "Halkla İlişkiler ve Hukukçuların Yükümlülükleri" başlıklı konuşmasında halkla ilişkiler deyimini ilk kez kullananlardan biri olan Dormon Eaton, konuşmasında halkla ilişkiler kavramını "halkın refahını gözetmek" (looking out welfare of the public) (Harrison, 2000: 17) anlamında kullanmaktadır.

Hutton, halkla ilişkileri kamuyla stratejik ilişkiler yönetimi şeklinde tanımlayarak halkla ilişkilerin fonksiyonlarına; ikna etme, savunma, bilgiyi paylaşma, imaj yapılandırma, itibar kazandırma ve ilişki inşa etme boyutlarını eklemektedir (Vercic ve vd., 2001 : 376-378).

Rex Harlow (1970) yaptığı tanımla halkla ilişkileri,

“Bir kuruluşla hedef kitlesi arasındaki karşılıklı iletişimi, anlayışı, kabulü ve işbirliğini oluşturmaya ve sürdürmeye yardımcı olan, sorun ve problemlerin yönetimini içeren, kamuoyuna cevap veren, kamuoyunun bilgilendirilmesi için yönetime yardımcı olan, kamu yararına hizmet etmek için yönetimin sorumluluğunu tanımlayan ve vurgulayan, eğilimleri önceden tahmin etmeye yardımcı olmak için bir erken uyarı sistemi gibi hizmette bulunan, değişikliklerden etkin bir biçimde faydalanmak için yönetime yardımcı olan ve başlıca araçları olarak ahlaki iletişim tekniklerini ve araştırmayı kullanan ayrıcalıklı bir yönetim fonksiyonu”(Karadeniz, 2009: 6) olarak tanımlamaktadır.

Halkla ilişkiler bir iktidar savaşı değil, uzlaşma ve müzakereye dayalı simetrik bir süreçtir (Grunig ve White 2005: 52). İki yönlü simetrik modelle halkla ilişkiler, kuruluş ile hedef kitlesi (kamusu) arasında aynı zamanda ortak noktada buluşmayı amaçlayan “arabulucu” görevi de üstlenmektedir (Peltekoğlu, 2007: 128). Buradan halkla ilişkilerin amacını, ‘hedef kitlenin sadece onayını almak ve onu ikna etmek değil aynı zamanda iki taraflı uzlaşma sağlayarak güçlü ve sürdürülebilir bir iletişim bağı kurmaktır’ şeklinde de ifade etmek mümkündür.

Halkla ilişkiler, karşılıklı etkileşim ve iletişim esasına dayanan, kurumların hedef kitleleriyle ortak paydada bütünleşmelerini sağlayan, savunduğu kurumun çıkarlarını gözetmenin yanı sıra toplumun bilgilendirilmesine ve refahına da yönelik faaliyetlerde bulunan planlı ve programlı bir iletişim yönetimidir. Kamuoyunun tepkisinin daha fazla önem arz ettiği günümüzde, kurumlar, hükümetler sivil toplumu görmezden gelemez durumdadırlar.

Peltekoğlu, halkla ilişkilerin öncelikle bir “yönetim” görevi olduğuna vurgu yapmaktadır. Teknolojik gelişmeler, yeni yasal düzenlemeler, küreselleşme

abalarının, işletmelerin, diğerk ülke hükümetleri ve kültürleriyle muhatap olma zorunluluğunu hissettirmesi, nc dünya ülkelerinde yatırımın cazibesi, kuruluşlar açısından da değişimi, yeni düzenlemeleri ve iletişimin gücünden yararlanmayı zorunlu kılariken, halkla ilişkilere de kuruluşun çevreye adaptasyonunu sağlamak gibi bir yönetim görevini yüklemektedir (2009: 5).

Geniş bir tanımlamayla “Halkla ilişkiler, bir kuruluşla hedef kitlesi arasındaki karşılıklı iletişimi, anlayışı, kabulü ve işbirliğini oluşturmaya ve sürdürmeye yardımcı olan, sorun ve problemlerin yönetimini içeren, kamuoyuna cevap veren, kamuoyunun bilgilendirilmesi için yönetime yardımcı olan, kamu yararına hizmet etmek için yönetimin sorumluluğunu tanımlayan ve vurgulayan, eğilimleri önceden tahmin etmeye yardımcı olmak için bir erken uyarı sistemi gibi hizmette bulunan, değişikliklerden etkin bir biçimde faydalanmak için yönetime yardımcı olan ve başlıca araçları olarak ahlaki iletişim tekniklerini ve araştırmayı kullanan ayrıcalıklı bir yönetim fonksiyonudur.” (Okay ve Okay, 2005: 2).

Uygulamadaki görüntüsüyle bir iletişim disiplini olan halkla ilişkilerin yaşamsal niteliğini ve omurgasını iletişim oluşturmaktadır. Kamuoyunun beklentilerinin artması, iletişimin önemini arttırmakta, benimsenen yönetim anlayışı ise, halkla ilişkilere yaklaşımı şekillendirmektedir. Bu nedenle iletişim stratejisi, yönetim anlayışı, hedef kitle ve de halkla ilişkiler arasındaki vazgeçilmez etkileşim, iletişim uygulamalarının çıkış noktasını oluşturmaktadır (Peltekoğlu, 2007: 2).

Grunig de halkla ilişkilerin bir “*iletişim yönetimi*” olduğunun altını çizmektedir. Halkla ilişkiler bir örgütle o rgt ilgilendiren kamular arasındaki iletişim yönetimidir. Halkla ilişkiler/iletişim yönetimi, gerek iletişim tekniğinden gerekse medya ilişkileri ve tanıtım gibi uzmanlaşmış halkla ilişkiler programlarından daha geniş kapsamlıdır. Halkla ilişkiler ve iletişim yönetimi, bir örgütün i ve dış kamularla, yani örgütün hedeflerine ulaşma yeteneğini etkileyen gruplarla kurduğu iletişime ait planlama, yürütme ve değerlendirme etkinliklerinin toplamını ifade etmektedir (Grunig, 2005: 15).

Peltekoğlu'nun belirttiği üzere halkla ilişkiler ağırlıkla bir “*yönetim fonksiyonu*” ya da “*pazarlama iletişimi*” olarak değerlendirilse bile üzerinde buluşulan ortak nokta iletişim sürecinin vazgeçilmezliğidir. Stratejik *iletişim yönetimi* yaklaşımı çerçevesinde değerlendirildiğinde halkla ilişkiler, uluslararası ilişkilerdeki diplomatik iletişim ve yürütülen lobi faaliyetlerinden yurttaşların yönetime ve kararlara katılımlarının sağlanmasına, sivil toplum örgütlerinin destek alma çabalarından işletmelerin pazarlama iletişimlerine, çalışanların demokratik katılımlarına ve uluslararası ilişkilerden çalışanlarla iletişime kadar geniş bir yelpazeyi içermektedir. Halkla ilişkiler, faaliyet alanının kurum ve hedef kitleleri arasında iletişim köprüsü kurma, iş hedeflerine katkıda bulunma, ortak zemin yaratma çabasıdır (2009: 6-10).

Amerikan bakış açısını yansıtan Hutton da “*stratejik iletişim yönetimi*” olarak tanımladığı halkla ilişkilere; *ikna edici, savunucu, eğitici, bilgi tedarikçisi, taraftar, imaj yapıcı, itibar yönetici, ilişki kurucu roller*” biçmektedir. Öncelikli fonksiyonları ise; “*araştırma, imaj oluşturma, danışma, yönetme, ön uyarı, yorumlama, iletişim kurma ve müzakere etmektir*”. Bu rolleri ve fonksiyonlarını da çeşitli taktikler ve araçlarla hayata geçirmektedir; duyurma, ürün yerleştirme, haber üretme, konuşmalar, kişilerarası iletişim, web siteleri, yayınlar, fuarlar, kurumsal kimlik programları, kurumsal reklam çalışmaları gibi. Avrupa Halkla İlişkiler Bilim Kurulu (EBOK) ise halkla ilişkilere temel olarak “*yönetsel, işlevsel, yansıtıcı ve eğitsel*” işlevler yüklemektedir (Vercic v.d., 2001:373-387).

Yönetsel süreç açısından değerlendirildiğinde bu boyut, kamusal güveni ve/veya karşılıklı anlayışı kazanmak için hedef kitlelerle ilişkileri sürdürmek amacıyla taktikler geliştirmektir. Temel kurumsal amaç ve stratejilerle ilgili olan bu rol; ticari, kurum içi-kurum dışı tüm hedef kitleleri hedeflemektedir (Vercic v.d., 2001:373-387). Yönetsel süreç karşılıklı anlayış, hoşgörü ve uzlaşi kültürü halkla ilişkilerin etkin kılınmasını gerektirmektedir. Bu kapsamda halkla ilişkiler, yönetimin izlemekte olduğu politikaların halka benimsetilmesi, çalışmaların sürekli ve tam olarak halka duyurulması, yönetime karşı olumlu bir hava yaratılması ve buna karşılık halkın da yönetim hakkında ne düşündüğünün ve yönetimden ne istediğinin bilinmesi ve halkla işbirliği sağlanması görevidir. Halkla ilişkiler, belli bir davranışı benimsetmek, belli bir davranışa yönlendirmek için halkı inandırma, ikna etme sanatıdır (Ertekin, 1986: 13-14).

Vercic ve çalışma arkadaşları EBOK'un ortaya koyduğu halkla ilişkilerin temel dört rolünün diğer üçünü ise şöyle açıklamaktadırlar:

İşlevsel boyutunda halkla ilişkilerin görevi; örgütün iletişimini düzenlemek amacıyla örgüt ve örgüt üyeleri için iletişim araçları ve iletişim planları kurgulamak, iletişim süreçlerini uygulamak ve değerlendirmektir. *Yansıtıcı rolü*; sosyal sorumluluk ve kanuna uygunluğa ilişkin örgütün standartlarını ve değerlerini belirlemek amacıyla, toplumda değişen standartları ve değerleri çözümlemek ve bu konuları örgüt üyeleriyle tartışmak olarak ifade edilmektedir. Yansıtıcı rol, baskın koalisyon odaklıdır. *Eğitsel rol* ise; toplumsal talepleri karşılamak için iletişimsel yönden becerikli olmak yoluyla örgütün tüm üyelerine yardımcı olmaktır. Örgüt üyelerinin düşünce tarzı ve davranışlarıyla ilgili olan bu rolde iç hedef kitleler hedeflenmektedir (Vercic v.d., 2001:373-387).

Son yıllarda halkla ilişkilere yüklenen misyonlar itibariyle halkla ilişkilerin fonksiyonlarının yerine getirilmesinde “iki yönlü simetrik” ve “mükemmel halkla ilişkiler” modellerinin baz alınması sıkça dile getirilmektedir. Bugüne kadar mükemmel halkla ilişkiler üzerine yapılan çalışmalarda karmaşık kültürel yapılar nedeniyle henüz tam anlamıyla bir ilkeler bütünlüğü oluşturma mümkün olmadığı da tartışmaların başında gelmektedir. Mükemmel halkla ilişkiler, en etkili ve etik yöntem olarak iki yönlü simetrik iletişimi benimsemektedir. Uzlaş, ortak anlayış, çatışma çözümü ve müzakere süreci gibi temellere oturan iki yönlü simetrik halkla ilişkiler ve dolayısıyla mükemmel halkla ilişkilerin özellikleri nedeniyle kamu diplomasisi için temel olabilecek en uygun modeller olduğunu söylemek mümkündür. Ancak uygulamalara bakıldığında gerek halkla ilişkiler gerekse kamu diplomasisi çalışmalarında Asimetrik Halkla İlişkiler, Kamuyu Bilgilendirme ve Basın Ajansı modellerinin ağırlıklı kullanıldığını belirtmek yanlış olmayacaktır.

VanSlyke Turk'un ifadesiyle iki yönlü simetrik model 21. yy'ın çağdaş halkla ilişkiler anlayışını ortaya koyarken, mükemmel halkla ilişkiler modeli, hem özel hem de kamu kuruluşları için stratejik iletişimin işleminde anahtar rol üstlenmektedir. Mükemmel halkla ilişkiler programı ne zaman ki kurumun çevresi karmaşık, kurum ve halkla arasındaki karşılıklı bağımlılık yüksekse, ilişkiler karmaşık o zaman gelişir ve başarılı olur. Basın ajansı ve halkı bilgilendirme modelleri tek yönlüdür, kurumdan halka doğru bilgi akışı vardır. İki yönlü asimetrik modelin

dayandığı temel ikna ve propagandadır, burada kurum halkı manipüle eder. İki yönlü asimetrik modelde kurum aynı kalır halk değişir, iki yönlü simetrik modelde iki taraf da değişime uğrar, kurum-halk ilişkisini birbiriyle uyumlu hale getirir (VanSlyke Turk, 2000).

Halkla ilişkiler ve kamu diplomasisinin ortak noktalarını oluşturan kavramlar yeni dünyanın yönetim anlayışı olarak sunulan “*yönetişim*” kavramının da ilkeleriyle örtüşmektedir. Bir yönetim süreci olarak değerlendirdiğimizde günümüz halkla ilişkilerinin, uluslararası halkla ilişkilerin ve dolayısıyla kamu diplomasisinin yürümesinde yönetimle birlikte hareket etmesi gerektiğinin altını çizmek gerekir. Günümüz dünyasında insanlar ve toplumlar arasında farklı yönetsel politikalara ihtiyaç duyulmaktadır. Hedef kitleleri ve hizmet verdiği kurum arasında bir bağ, ilişki ve güvene dayalı karşılıklı anlayış oluşturmaya çalışan halkla ilişkilerin bu fonksiyonları yönetsel politikalarda etkin kullanıldığında; uzlaş, hoşgörü ve demokratik katılım isteğindeki toplumların bu taleplerini karşılayabilecek yönetim kavramıyla buluştuğunu görebiliriz. Yönetişim, halkla ilişkiler gibi insanı, insan ilişkilerini ve insana dair değerleri ön planda tutan unsurların organize edilerek geliştirilen bir yönetim anlayışıdır.

Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası, IMF, OECD gibi uluslararası kuruluşlar tarafından da yaygın olarak kullanılan; *katılımcılık, etkinlik, sorumluluk, açıklık, tutarlılık, şeffaflık, uzlaş, uyum ve hesap verebilirlik* temel ilkeleri olan *yönetişim* kavramına halkla ilişkiler açısından yaklaşıldığında “*Public Engagement*” a giden bir süreç karşımıza çıkmaktadır.

Dünyada yaşanan sosyal ve ekonomik dalgalanmalar, krizler, siyasi gelişmeler, kültürel değişimler; dünyada özellikle devletlere, kurumlara olan güven kavramının tartışılmasına, sivil inisiyatifin öne çıkmasına neden olmaktadır. Her oluşum kendi gereksinimlerini de beraberinde getirmektedir. Dünyada yaşanan gelişmeler; public relations’ın (halkla ilişkiler) public engagement (toplumsal katılım/ katılımcı kamusal iletişim) formunda hareket etmesini gerekli kılmaktadır.

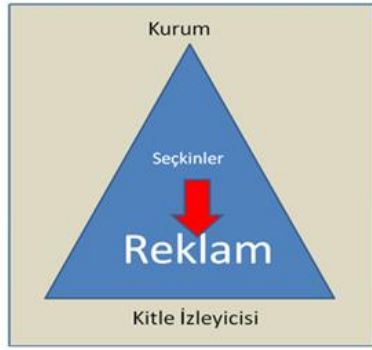
Public Engagement¹ karşılıklı yükümlülük üstlenme ve güvenin oluşum aşamasından sürekliliğine kadar kurum ve toplumun birlikte çalışması kısaca ortak hareket etmesi olarak ifade edilmektedir. Public engagement, toplum ile olan iletişimin en iyi yollarını bulmaya, konuşmak kadar dinlemenin de değerli olduğuna ve birlikte çalışmanın önemine dikkat çekmektedir (Yıldırım ve Karafes, 2011: 19).

Cowan ve Arsenault'un (2008) Monolog-Diyalog-İşbirliği modelinde, Nye'in (2005) yumuşak güç argümanında ve Cull'ın (2008) kamu diplomasisi sınıflandırmasında önemle altını çizdikleri kamunun dinlenmesi, kamu ile diyalog kurulması gibi yaklaşımlarla; Edelman'ın (2008) yenedünya düzeninde modern toplumlarda hem siyaset hem de pazar piyasasında ayakta kalabilmek için oluşturduğu public engagement yaklaşımı, benzer çözümler ve öneriler sunmaktadır.

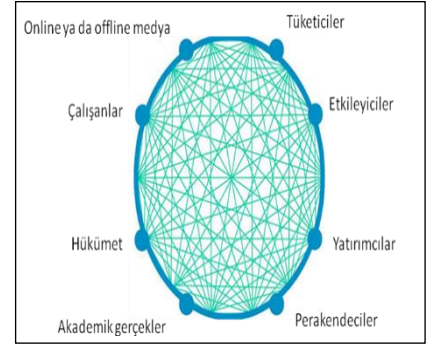
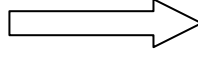
Edelman PR'ın kurucusu Richard Edelman'ın ortaya koyduğu public engagement stratejisinin uygulanması, adem-i merkeziyetçi/merkezsizleşmiş yani katılımcı demokrasiyi işaret etmektedir. Karşılıklı kazanca dayalı bir model olan public engagement'ta önemli olan, daha inanılır bir iletişim platformu ve daha fazla katılım sağlanması ile güvenilir ve sürdürülebilir bir iletişim kurgulanabilmesidir (Yıldırım ve Karafes, 2011: 19).

Edelman (2008)'a göre kurumların public engagement'ı gerçekleştirmek için ellerindeki en önemli fırsatları, günümüzün bir 'vatandaşlık çağı'na dönüşmesi, yeni teknolojiler, gelişen medya ve değişen serbest piyasa koşullarıdır. Etki modelinden (Şekil1, Şekil2, Şekil3) yola çıkarak bir public engagement modelini ortaya koyan Edelman (2008) bu modeline etki modelinden farklı olarak, yukarıdan aşağıya doğru iletişim, tabandan başlayan iletişim, konuşma ve diyalog/karşılıklı konuşma boyutlarını da eklemektedir. Hedef kitlelerin hepsinin birbiriyle ilişkisi ve diyalogu söz konusudur.

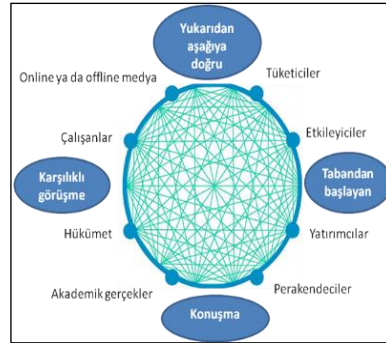
¹ Yıldırım ve Karafes'in makalesinde "kamusal bütünlük", "toplumsal katılım" olarak kullanılan "public engagement" burada kavram karmaşası yaşanmaması için orijinal İngilizce haliyle kullanılmaktadır.



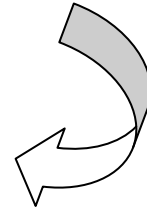
Şekil 1



Şekil 2



Şekil 3



Şekil 1: 1950–2000 arasında geçerli olan Etki Piramidi Modeli (Phillips, 2009)

Şekil 2: 2000–2007’de geçerli olan Çapraz Etki Küresi Modeli (Phillips, 2009)

Şekil 3: Public Engagement Modeli (Edelman, 2008)

Etki Piramidi Modeli’nde (Şekil 1) kurumda üretilen bir reklam çalışmasının tüm kitlelere ulaştığı, bu kitlelerin de tek yönlü olarak bu iletişim mesajlarını kabul ettiğini gösteren mesaj akım şemasına karşılık, Çapraz Etki Küresi (Şekil 2) hedef kitlelerin çeşitlendiği, mesajların çapraz olarak üretilip iletildiği bir ortamı ifade etmektedir. Edelman (2008) Şekil 3’te Çapraz Etki Küresine eklediği yeni boyutlarla, yönü artan mesaj ve hedef kitlelerin etkinliğini ve fonksiyonlarını ortaya koymaktadır.

Public engagement uzmanlarının, hedef kitlelerini dinlemesi, anlamaya çalışması, onlarla karşılıklı anlayış geliştirmesi, etkileşim içinde olması gereklidir. Etkin bir public engagement’ın gerçekleşebilmesi için öncelikle izlenmesi gereken temel prensipler şöyle sıralanmaktadır: Hedef kitleyi dinlemek, insanları yönlendiren ilgi alanlarına katılmak (trendleri takip etmek), çeşitli medya gruplarıyla ilişkileri geliştirmek, müzakere için ortamlar tasarlamak, doğru zamanda doğru bilgi

sağlamak, düşünme ve diyalog için farklı ve çoklu fırsatlar yaratmak (<http://www.publicagenda.org>, 2008).

Bir malın/hizmetin satın alınmasında, tanınırlığı ve bilinirliğinde etkin konuma gelen tüketici, üreticinin katılımı teşvik etmesini, açık, şeffaf, sorumluluk sahibi olmasını beklerken aynı zamanda kendisini dinleyen, kendine değer katan kurumlara, işletmeler veya markalara daha fazla itibar etmektedir. Benzer şekilde siyasi oluşumlarda ve yönetimlerde de dünya geneline bakıldığında toplumun sesini dinleyen siyasi yöneticilere karşı bir beklenti olduğu görülmektedir. Tüm bu taleplerin yerine gelmesi daha fazla ve çeşitte iletişim ortamını gerektirmektedir. Bu nedenledir ki halkla ilişkiler, yönetim ve public engagement kavramları toplumsal sorumluluğa, ortak sorun çözümüne, hesap verilebilirliğe, uzlaşmaya daha fazla hizmet edebilme adına birbirlerinden daha fazla beslenmek durumundadırlar.

Public engagement, uzun vadede toplumsal sinerjinin oluşmasını sağlayacak tamamlayıcı bir sistemdir. Bu yeni nesil yapılanma sadece toplumun önemli güçleri olan kurumlara değil, toplumun geneline sorumluluk yüklemektedir. Böylece kurumlar ve tüm paydaşlar, ortak kültür oluşumuna zemin hazırladığı gibi toplumların ortak faydası için de birlikte çalışırlar. Dünyada uygulama örneklerinin daha sık görülmeye başlandığı public engagement modeli için gerekli zeminlerin oluşmasında ülkemiz adına biraz daha zamana ihtiyaç olduğu söylenebilir.

Dünya ülkelerinin yaşadığı değişimler halkla ilişkilere her geçen gün yeni görev ve sorumluluklar kazandırmaktadır. Örneğin Doğu Bloku'nun yıkılmasının ardından yaşanan yeniden yapılanma, sosyal, ekonomik, siyasi, kültürel çalışmalarda ve bazı Asya ülkelerinde yeni sistemler oluşturulmasında halkla ilişkilerin kullanımı bu duruma iyi bir örnek teşkil eder.

Peru Hükümeti 1990 yılında hükümet düzeyinde başlattığı bir kampanya ile yatırıma değer bir ülke imajı oluşturmak ve neo-liberal ekonomik modeli yerleştirmek amacıyla bünyesinde büyük bir halkla ilişkiler ajansı kurmuş, Peru'nun bir barış, güven, istikrar ülkesi olduğu imajı yaratabilmek, yatırımcıları, turistleri, iş dünyasını etkilemek amacıyla halkla ilişkiler çalışmaları yürütmüştür. 2. Dünya Savaşı sonrası Almanyası da sosyal pazar ekonomisi modelini tanıtmak ve anlatmak üzere bir dizi iletişim ve halkla ilişkiler faaliyeti hayata geçirmiştir. Global rekabette kapitalizme alternatif ve rakip modeller arayışındaki Avrupa Birliği 2005 yılında

Avrupa sosyal modelini ortaya atmış, üye ülkeler içinde STK'lar, sosyal paydaşlar, kanaat önderleri ile birlikte ulusal ve uluslararası halkla ilişkiler kampanyaları yürütmüştür. Bugün dünyanın en büyük ülkelerinden olan Çin, ekonomik, ticari, siyasi gücüyle kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkilere büyük bütçeler ayırarak uluslararası imajını yükseltme ve sosyalist pazar ekonomisini tanıtmaya gayreti içindedir (Lawniczak, 2007: 378-384).

Halkla ilişkiler diğer tüm bilim dalları ve disiplinleri gibi sistemlerin işleyişi doğrultusunda çeşitli rollere ve biçimlere girmek durumundadır. Bugün halkla ilişkileri hala bir ürün tanıtımı, basın bülteni dağıtımı, marka tanıtımı gibi işlevleresıkıştırmanın yanlış olduğu her geçen daha fazla görünür olmaktadır. Halkla ilişkiler günümüzde gerek devlet, gerek devlet üstü kurumlar, gerekse özel kurum ve kuruluşların temel referanslarından biri haline gelmiştir. Değişen dünyanın gerekliliğine ayak uydurması, yeni yaklaşımlarla farklı formlar kazanması halkla ilişkileri ve fonksiyonlarını, uluslararası platformda kamu diplomasisiyle ortak hareket konusuna daha fazla yaklaştırmaktadır.

1.1.2. Halkla İlişkiler Aracılığıyla Kamuoyu Yaratılması ve Kamusal Alan Oluşturulması

Günümüz dünyasında gelişen teknolojinin getirdiği imkanlar sayesinde, kamuoyunun varlığını göz ardı etmek ve kayıtsız kalmak mümkün değildir. Kamuoyunun esas varlık sebebi, karar organlarının karar verme sürecine katılarak, alınacak kararları kendi yönlerinde etkilemektir. Bu bağlamda kamuoyunun içeriği ve yönü kamunun siyasal iktidardan ve liderlerden beklentilerini göstermesi açısından önemlidir. Bu açıdan kamuoyu kavramı, demokrasi ile yönetilen sistemlerde kamusal politikaların oluşturulmasında kritik bir faktör olarak kendini göstermektedir. Burada da kamuoyu ile birlikte kamusal alan kavramı devreye girmektedir.

Latince'deki "publicus" ve "opinion" sözcüklerinden türetilerek Batı dillerine giren ve İngilizce'de "public opinion" sözcükleriyle ifade edilen kamuoyu kavramı, dilimizde ilk zamanlarda "efkar-ı umumiye", "halk efkârı", "amme efkârı" gibi kavramların karşılığı olarak

kullanılmıştır (Atabek, 2002: 223). İletişim, siyaset, sosyoloji, psikoloji gibi ana disiplinler bu kavramın farklı türdeki niteliksel özelliklerini ön plana çıkararak tanımlamaktadır. Kamuoyu, efkâr-ı umumiye yani, genelin fikri anlamındadır.

İletişim Sözlüğü'nde kamuoyu, "halkın kamusal ilgi konularına ilişkin kanılarının toplamı; genel kamunun üyelerinin siyasi konular ya da güncel olaylar hakkındaki tutumlarının anlatımları" şeklinde tanımlanmaktadır (Mutlu, 1994: 117).

Zamanla kamuoyuna farklı anlamlar yüklenmiş, sınırlandırmalar yapılarak anlamına değer katılmıştır. Kamuoyu, demokrasi ile eş görülmüş, demokratik olmayan rejimlerde kamuoyundan bahsedilemeyeceğine vurgu yapılmıştır. Kamuoyu kavramını, yönetimle ilişkilendirerek yönetimde ya da karar almada hakkı olanlar olarak tasvir edenler olduğu gibi (Neumann, 1998: 254), yönetimde karar mekanizmalarında bulunanlar olarak da tanımlanmıştır (Bektaş, 2007: 56).

Lippmann'ın tanımı ise tümüyle değer yargısı içeren, bir yaklaşım içermektedir. Ona göre kamuoyu; "Diğer insanların davranışıyla, bu davranış bizimki ile kesiştiği, bize bağımlı olduğu veya bizi ilgilendirdiği ölçüde; ilgili olan ve kabaca kamu meseleleri olarak tanımladığımız dışımızdaki imajlar, kendilerinin imajları, diğerlerinin imajları, ihtiyaçları, amaçları, ilişkileri ve diğer konular hakkındaki imajlar bu kimselerin kamu hakkındaki kanaatlerdir. İnsan grupları veya gruplar adına hareket eden bireyler tarafından dile getirilen imajlar büyük harflerle yazılan kamuoyudur" (Bektaş, 2007: 55).

Koçak kamuoyunu; açıkça tartışılan fikirler, özelliğin ötesinde, kamusal olduğu düşünülen görüşler, toplumun geneline kabul edilmekte olan görüşler, şeklinde yönlendirmeyi de içeren bir süreçle ele almıştır (2002: 99).

Kamuoyu kavramını oluşturan iki unsur; "*kamu*" ve "*oy*" olarak belirtilmektedir. Kamuoyu belli bir zaman dilimi içinde oluştuğuna göre "*süreç*" de kamuoyunun üçüncü unsurudur.

"*Kamu*" belirli bir sorun çerçevesinde bir araya gelmiş bireylerden oluşan bir gruptur. Toplumsal yaşam ile ilgili olarak ortaya çıkan sorunlar hakkında bütün bireylerin bilgi sahibi olması mümkün değildir. Çoğu zaman toplumun büyük bir kesimi bu sorunların farkında bile olamaz. Bu nedenle toplum sorunlarının çeşitliliği doğrultusunda çeşitli konulardan söz edilebilir (Kapani, 1981: 114).

“Oy” kavramı ise psikolojik bir kavramdır. Bir başka ifadeyle sosyoloji ile psikolojinin buluştuğu bir alanda yer almaktadır (Anık, 1999: 90). Kısaca gruba hakim olan “kanaat” anlamında kullanılmaktadır. Daha geniş anlamda oy, duygu veya izlenimden daha kuvvetli, kanıtlanması daha kolay fakat tam olarak kanıtlanabilen ya da pozitif olan bilgiden daha az geçerli ve kuvvetli kanaatlerdir (Sezer, 1972: 5).

Kamuoyu sadece gruba hakim olan kanaatlerin kapsamını ve yoğunluğunu değil, aynı zamanda bunların sürecini de ifade eder. Gruba hakim bir kanaatin alınabilmesi için belirli bir sürenin geçmesinin gerekliliği açıktır. Bu süre grup üyelerinin karşılıklı bilgi alışverişinde bulunduğu yine karşılıklı tartışma ve etkileşme içerisinde geçen bir süredir (Aslanel, 1993: 10). İşte bu geçen süre kamuoyunda “süreç” unsurunu meydana getirir.

Genel anlamı doğrultusunda kamu; dünya kamusu, ülke kamusu, belli bir soruna yönelik kamu gibi pek çok boyutta farklılıklar gösterir. Örneğin tüm dünyayı ilgilendiren küresel ısınma, nükleer tehditler, kuraklık vb. konular bir ülke veya belli gruplardan öte dünya kamusunun çabalarını gerektirir. Ya da toplumun belli bir kesimini ilgilendiren sorunlar etrafında toplanan kişiler bu sorunlarını oluşturdukları kamusal platformlarda, alanlarda tartışarak tepkilerini dile getirmekte, daha geniş toplumların zihinlerinde bir kanaat oluşturma çabaları gütmektedirler.

Gramsci, kamuların yönetilmesi ve yönlendirilmesini hegemonya çerçevesinde değerlendirmektedir. Gramsci’ye göre hegemonya, bir sınıfın kendi çıkarları doğrultusunda toplumdaki diğerlerini birleştirme ve yönlendirme konumuna geçiren politik, entelektüel ve ahlaki önderliğin bir sentezidir. Hegemonya, bir rızadır. Bu rıza yönetilenlerce, yönetimin onaylanmasıdır. Bir kabullenmedir. Bu kabullenme yönetimi elinde bulunduranların üstünlüğünün, politik, kültürel, entelektüel ve ahlaki açılarından kabul edilmesidir (Doğan, 2002: 192).

“Antonio Gramsci’nin kullanmış olduğu hegemonya kavramındaki basit denkleme referansla yumuşak güç kavramı ortaya çıkıyor. Gramsci’ye göre bir sistemin hegemonik olması için o sistemde hem büyük gücün olması hem de bu güç temelinde sistemi oluşturan öğelerin bu güce rıza göstermeleri lazım. Yani sistemin lideri düzeni kurarken kendi kullanmış olduğu dilin diğer aktörlerin diline tekabül etmesi lazım. O yüzden de hegemonya, güç artı rıza olarak tanımlanıyor. Rıza temelinde

hareket etmeyen, yani kendi diliyle düzenin diğer aktörleri arasında bir tekabüliyet kurmayan bir liderlik anlayışı zaten hegemonik olamıyor. Sadece baskıcı ve güç temelli olabiliyor. O yüzden de hegemonyanın oluşturuucu temel referansı, rızanın oluşturulması. Yani liderin kendi çıkarlarına dönük dili sanki düzenin çıkarınaymış gibi lanse etmesi ve düzeni oluşturan diğer aktörlerin bunu kabul etmeleri gerekiyor. O yüzden de Gramsci'ye göre hegemonya liderin dilinin evrenselleşmesi olarak da kullanılabilir. Uluslararası ilişkilerde yumuşak güç daha basit bir kavram; ve yumuşak güç sadece şunu söylüyor. Bir güç endeksi içinde, askeri gücün yanında, kültür, ekonomi gibi daha yumuşak olarak düşünülen güçlerin ve mekanizmanın önemi vardır ve bu mekanizma sürece sokulmadıkça rıza ortaya çıkmaz.” (Keyman, 2005).

Keyman, Gramsci'nin hegemonya kavramını yumuşak güç ekseninde değerlendirirken, devletlerin ve devlet yöneticilerinin aslında arkasında kendi hegemonik çıkarlarını koruyabilmek amacıyla; yapılanları sanki toplum yararına olduğunu gösterebilmek için onların rızalarının alındığını, bunu yapmak için de sert güç yerine yumuşak gücün etkinliğine başvurulduğunun altını çizmektedir. Yazar, baskı ve yaptırım olmadan toplumların rızasını elde etmek, onların kalplerini ve zihinlerini kazanabilmek için, mutlaka yumuşak gücün devreye girmesi gerektiğine dikkat çekmektedir.

“İdeoloji, yaşanan bir ilişki olarak algılanmalıdır” görüşünü geliştiren Althusser de Gramsci'nin hegemonya kavramı ve kendisinin tartıştığı ideoloji kavramını şöyle karşılaştırmaktadır: Hegemonyada rıza önem taşır ancak ideoloji zorla dayatılabilir, hegemonya ideolojiden daha geniş bir kategoridir, ideolojiyi kapsar ama ona indirgenemez. Hegemonya bir egemen iktidarın kendi yönetimi için hakimiyeti altındaki insanların rızalarını kazanmada başvurduğu stratejiler alanı olarak tanımlanabilir. Hegemonya altyapı ile üst yapı arasındaki ‘sivil toplum’ alanı ile ilişkilendirilir (Çoban, 2006:99).

Mills, kamuoyunun oluşumu için de önemli öğeler arasında, demokratik düşünceden yana bir orta sınıfın varlığı, özgür düşünce ortamı, düşüncelerin tartışılabilceği olanakların varlığını belirtir. Kitle ve kamu ayrımına dikkat çeken Mills'e göre kitle toplumuna, hâkim olan “duygu” iken kamu toplumuna hâkim olan “akıl”dır. Kitlede bireysellik kayıptır. Birey nicelikli çoğunluk içerisinde bireysel farklılıklarını kaybeder kitleyle bütünleşerek farklı düşünecek olsa bile davranışları

ve düşüncesinin yansıması diğerleri ile aynı olmaktadır. Bireysel akıl hareket ettirici olarak bu zihni ortamda yoktur (Mills, 1974: 419-425).

Kamuoyu oluşumu farklı süreçlerde gerçekleşmektedir. Sorun, birey, kanaat önderleri, karar mercileri ve bunların bağlantılarını sağlayan iletişim şeklinde sıralayabileceğimiz kamuoyu öğelerinin öncelikleri ve boyutları süreçleri değiştirmektedir.

Kamuoyu kavramının Fransız Devrimi öncesi Fransa’da ve İngiltere’de önem kazanması rastlantısal değildir. Burjuvazinin ve şehirlerin zenginleşmesi Paris, Londra gibi şehirleri metropol şehir hüviyetine bürünmüştür. Bu büyük şehirler farklı fikirlerin tartışıldığı, basın toplantılarının yapıldığı ve toplanma hürriyetinin bol bol kullanıldığı alanlar haline gelmiş, bu durum kamuoyu olgusunun güçlenmesine yardımcı olmuştur (Bektaş, 2007: 20).

17. yüzyıl ortalarında Avrupa’da kahvehane kültürünün yaygınlaşması fikir mübadelelerinin gerçekleşmesi gibi bir sonuç doğurmuştur. Aynı yüzyıl içerisinde kahvehane kültürünün fikir tartışmalarına yeni bir soluk getirmesi Osmanlı’da dahi etkili olmuştur. Osmanlı İmparatorluğu’nda ilk kahvehane batıdan da önce İstanbul Tahtakale’de kurulmuş, daha sonra işsiz güçsüz bir çok insanın toplandığı bu yerler, zaman zaman yönetim aleyhine faaliyetlerin döndüğü mekanlar haline gelince, padişahlar çıkardıkları fermanlarla kahvehaneleri sıkı kontrol altına almışlardır. 18. yüzyıl başlarında Londra’da iki binden fazla kahvehanenin bulunduğu belirtilmektedir. İngiltere’deki kahvehanelere benzer şekilde aynı dönem içinde Paris’te de bir çok “salon” açılmış, dönemin aydınlarının, yazarlarının toplandığı bu mekanlar haberlerin toplandığı, fikir alışverişlerinin yapıldığı, dolayısıyla siyasal iletişimin gerçekleştiği yerler haline gelmiştir (Bektaş, 2007: 20).

Bu yüzyıllarda Paris ve Londra’da kafelerde ve salonlarda ‘özel alandaki insanların kamusal olarak bir araya gelmesini’ ifade eden “*kamusal alan*” kavramı ortaya çıkmaktadır. Londra, Fransa ve Almanya’da, siyaset dergilerinin ve gazetelerin sayılarının artmasıyla bu ilk yurttaşlar, kamusal işler ve kanaatlerin biçimi üzerine tartışıyorlar ve siyasal haklarını hükümeti etkilemek için kullanıyorlardı. Bu noktada ifade edildiği gibi uygulamada bu sistemin yaygınlaşması geniş bir çoğunluğu dışarıda bırakıyordu, teoride ise gerekli nitelikleri taşıyan herkese açıktı. Kamusal alan ‘bir sınıfın diğeri üzerindeki tahakkümün’

sürmesini hem yansıtmakta hem de buna yardımcı olmaktadır. Kamusal alan, kamuoyunu bir bütün olarak temsil ettiğini iddia ederken, burjuvanın çıkarlarına da hizmet etmektedir (McNair, 2002: 99).

‘Kamusal alan’ kavramı, toplumsal yaşam içerisinde, kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alanı ifade etmektedir. Tüm vatandaşların bu alanın içine girmesi garanti altına alınmaktadır. Bireylerin kamusal bir yapı oluşturarak düzenledikleri her konuşma durumunda, kamusal alanın bir parçası varlık kazanmaktadır. Yurttaşlar ancak, genel yarara ilişkin meseleler hakkında kısıtlanmış bir tarzda, diğer bir deyişle toplanma, örgütlenme, kanaatlerini ifade etme ve yayınlama özgürlükleri kapsamında kamusal bir organ biçiminde hareket etmektedirler (Habermas, 2010: 95).

Kamusal alan her zaman fiziksel bir mekanla çevrili olmayı gerektirmemektedir. Kamuya açılmanın gösterimle dışa vurulduğu her yer kamusal alanla ilişkilidir. Dolayısıyla her durumda kamu, kendisini özel alandan ayrı bir alan olarak göstermektedir (Türkoğlu, 2007: 249). Siyasi tartışmalar kamusal alan kavramının önemli bir parçasını oluşturmakla birlikte ‘salon’lar, kamusal müzakereler aracılığıyla bu siyasi tartışmaların çözümlendiği ve demokrasinin temellerinin atıldığı önemli alanlar olarak kabul edilmektedir. Bu ilke açısından yaklaşıldığında kamusal alan kavramı, kamusal müzakereler için bir forumda eşit düzeyde bir araya gelen bireyleri kapsamaktadır (Giddens, 2001: 462).

Habermasçı kamusal alanın farkı da bu noktada belirlemektedir. Habermas, ‘kamusal alan’ı katılım ekseninde toplumsal normlara ve kolektif politik kararlara ulaşmada, o normların ve kararların muhataplarına söz hakkı verecek uygulamaların demokratik çerçevede oluşturulması olarak tanımlamaktadır.

Özellikle 17. ve 18.yüzyılda yaşanan tarihsel gelişmeler kamusal alan kavramını adım adım şekillendirerek günümüze kadar getirmiştir. Bugün kamusal alan, hem kamuoyundan destek alınarak kararların uygulandığı yerleri, hem de siyasi gücün karşısında devletle doğrudan bağı olmayan, bireylerin ortak kullanım alanlarını ifade etmektedir. Halk temelinde yatan kamusal alan, eylemsel ve söylemsel bir konum almakta ve vatandaşların bir arada yaşamalarının sınırlarını ve etik kodlarını içermektedir (Yıldırım, 2003: 226)

Kamusal alanın, Eski Yunan’da olduğu gibi özgür bir tartışma ortamı olmaktan çıktığı günümüzde, kitle iletişim araçlarının kamusal alanı eski işlevine kavuşturma yeteneğinin olup olmadığı önemli bir tartışma konusudur. Üstelik özel ve kamusal alan kavramlarının birbirine karıştığı yolundaki savlar da gündelik yaşantıda doğrulanmaktadır (Türkoğlu, 2007: 253). Bu tartışmaya istinaden, son yıllar itibariyle web tabanlı sosyal medya ortamının sunduğu imkanlar sayesinde ilk kamusal alanı, sanal platformlarda yeniden oluşturmak mümkün hale gelmiştir.

Öte yandan kamusal alanda etki yaratan temel karakterleri oluşturan *sivil toplum* kavramının Doğu Bloku sonrasında tekrar gündeme gelmesi, tartışılan kamu diplomasisi ve günümüz halkla ilişkiler çalışmalarının da temel ayaklarından birini oluşturduğunu ifade etmek mümkündür.

Sivil toplum, “birey özgürlüklerinin ve temel haklarının korunduğu gönüllülük temelinde örgütlenmenin asıl olduğu, toplumun devletin önüne geçerek devlet politikalarını denetleyip yönlendirebildiği yurttaşlık bilincine dayanan bir gelişmişlik düzeyi” şeklinde ifade edilmektedir (Yıldırım, 2003: 226).

Sivil toplumun yaşama şansı, demokrasinin hüküm sürdüğü ülkelerde daha yüksektir. Demokrasi çok sesliliği, farklı fikirleri barındırabilme gücüne sahiptir. Kamusal alanda sivil toplulukların, örgütlerin fazlalığı, yaşam alanlarının genişliği o toplumun demokrasi derecesini de göstermektedir. Kamu diplomasisinin oluşması ve hayata geçmesi de toplumda var olan sivil örgütlerin yapısı ve gücüyle doğru orantılıdır.

Kendi rızasıyla oluşan gruplardan meydana gelen sivil toplum oluşumunda bireysel çıkarlardan öte belli bir toplumsal fayda amacı güdülmesi esastır. Dolayısıyla sivil toplum, özel alan ve devlet arasında oluşan örgütlü kamusal bir yapıdır. Devlet ve özel alan arasında üçüncü bir kamusal alan yaratarak toplum yararına çalışmalar yapmaktadırlar. Sivil toplumun yükselen sesi, devletler ve kültürler arası ilişkileri de etki alanına aldığı için günümüz dünyasında hükümetler arası anlaşmalardan öte toplumlar arası anlaşma ve uzlaşma ortamları önem kazanmaktadır. Kamuoyunun oluşumunda ve kamusal alanda fikirlerin tartışılmasında çağımızda devreye önemi artan bir şekilde kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler girmektedir.

Halkla ilişkiler teorilerinin ve fonksiyonlarının saptanmasında önemli bir eser olan Edward Bernays'ın "*Crystallizing Public Opinion*" (1923) adlı kitabındaki ifadelerde de "Halkla ilişkiler danışmanı, müşteriyle hedef kitlesi arasında tercümanlık yapmaya yardımcı olan ve tercümanlık yapan kişidir, müşterisinin eylemlerinin şekillenmesine yardımcı olduğu gibi kamuoyu oluşturmakta ve sosyal değer yaratmaktadır." şeklinde halkla ilişkilerin fonksiyonunun ne kadar önemli olduğuna dikkat çekmektedir (Okay ve Okay, 2005: 126). Alman halkla ilişkiler kuramcıları da kamusal alanın, iletişimcilerin ve halkla ilişkilerin anahtarı olduğunu iddia ederler (Raupp, 2004: 309).

Susanne Holmström, halkla ilişkileri Jürgen Habermas ve Niklas Luhmann açısından farklı iki paradigma boyutunda ele almaktadır. Holmström'un değerlendirmeleri doğrultusunda Habermas'ın teorisine göre halkla ilişkiler; öznelarası halkla ilişkiler paradigmasıdır çünkü bireylerin eylemleri, öznelarası iletişim söz konusudur. Luhmann'ın yorumuna göre de; toplumsal-sistemik halkla ilişkiler paradigmasıdır (1996).

Habermascı paradigmaya göre halkla ilişkiler "kamusal alandaki ilişkilerdir". Halkla ilişkiler, iletişimsel eylemde bulunarak kamusal bir diyalog oluşturur. Politikaların üretilebilmesi için halkla ilişkilerin kamusal alanda yer alması gerekir. Özel ve kamusal alan arasındaki sınır sabit değildir. Pek çok konu özel alandan kamusal alana taşınarak toplumun tüm bireyleri arasında tartışma konusu olur. Özel girişimcilerin ve diğer organizasyonların sürekli olarak faaliyetlerini kamusal alanda meşrulaştırmaları istenir. Bu sebeptendir ki özel alanların aktörleri kabul edilen kurumlar halkla ilişkiler aracılığıyla bir diyalog ortamı yaratarak kamusal alan içinde yer almaya çalışırlar. Halkla ilişkiler toplumun ortak iyiliği için çalışmalıdır ancak çoğu kez kamusal alanın demokratik özelliklerini belirli çıkarları korumak üzere kullanmaktadır (Holmström, 1996:23-50).

Habermas halkla ilişkiler eyleminin, kamusal alanın geleneksel demokratik işlevlerini kötüye kullandığını belirtir. Bunu da demokratik işlevleri organizasyonel özel çıkarlar arasında bir rekabete sokarak yapar. Diğer bir ifadeyle, Habermas'ın iddiası şudur: Halkla ilişkiler eylemi belirli çıkarları desteklemek üzere ortak çıkarlar konusunda fikir alışverişi sağlayan bir forumdur (Holmström, 1996:32).

Halkla ilişkiler, kurumların faaliyetlerini toplum karşısında meşru kılmak, topluma kabul ettirmek, kitlelerin onayını almak ve onlarla olan ilişkilerini sürdürmek için yapılan bir dizi stratejileri içerir. Kurumların dolayısıyla halkla ilişkilerin faaliyetleri de kamusal alan çerçevesinde gerçekleşmek durumundadır.

Halkla ilişkilerin işlevlerinin bir bölümü dolaylı olarak iktidar, güç, kazanç elde etmek için farklı amaçlarla oluşturulmuş örgütlere meşruiyet sağlama açısından büyük önem taşımaktadır. Halkla ilişkiler kapsamında yapılan çalışmalar sayesinde örgüt kendisini ifade etme olanağı bulmakta, örgüt çevresine, topluma bir bakış açısı kazandırmak, örgüte yönelik olumlu bir tutum ve davranışlar oluşturmak mümkün olmaktadır. Diğer bir ifadeyle halkla ilişkiler çalışmaları yapıyor olmak bir meşruiyet dayanağı olmakla birlikte daha önemlisi bu çalışmalar sayesinde örgütün sahip olduğu ve toplumun geniş kesimlerince kabul edileceğine inanılan meşruiyet kaynaklarını topluma duyurma, açıklama olanağı yakalanmaktadır (Biber, 2003: 47).

Vercic, van Ruler, Bütschi ve Flodin (2001), meşruiyet ve halkla ilişkileri ilişkilendirirler. Onlara göre, şirketler ekonomiyi temsil eden kurumlardır. Kurumlar ise, temelde yer alan içgüdülerimizi kontrol altında tutma yoluyla toplumun işlemesine yol açan sivil toplumun yaratımlarıdır. Kurumlar varlıklarını sürdürebilmek için de topluma karşı anlamlı ya da toplumsal olarak meşru kalmaya devam etmelidirler. Ruler ve Vercic'in vurguladığı üzere, Amerikan tarzı örgütler ve kamular arasında uyum arama veya iki yönlü simetrik iletişim, gerçekte toplumsal meşruiyetin normatif bir uygulamasıdır (Gower, 2009: 37).

1.1.3. Kamu Diplomasisi Teorileri ve Halkla İlişkiler Teorilerinin Karşılaştırmalı Değerlendirilmesi

Bu bölüm kapsamında genel olarak halkla ilişkilerin uluslararası boyutu, kamu diplomasisi ile birlikte ele alınmakta ve bu iki alanın ortak noktaları aracılığı ile bir ülkenin dünya kamuoyunda hakkettiği olumlu itibar, saygınlık ve algıyı nasıl elde edebileceği ve sürdürebileceği irdelenmektedir. Bu başlık altında da her iki çalışma alanında ortaya konan teorilerin karşılaştırması yapılacaktır.

Grunig, kamu diplomasisinin çeşitli modellerinin halkla ilişkiler çatısından kaynaklandığını ileri sürmektedir (Wang, 2006:94). Buradan yola çıkarak “**Organizasyon Teorisi Yaklaşımları**”na dahil “*İki Yönlü Simetrik Halkla İlişkiler*”,

“Mükemmel Halkla İlişkiler”, “Asimetrik Halkla İlişkiler”, “Kamuyu Bilgilendirme” ve “Basın Ajansı/Tanıtım” modellerinin yanı sıra “**Toplumsal Teorik Yaklaşımlar**”a dahil “Anlaşma Oryantasyonlu Halkla İlişkiler Modeli”, “Ko-oryantasyon Modeli”, “Modern Toplulukların ‘Kamusal İlişkilerinin’ Teorisi” ve “Konstruktivist Yaklaşım” ile kamu diplomasisinin teorik alt yapısını oluşturan modeller arasındaki ilişki açıklanmaya çalışılacaktır.

1.1.3.1. Halkla İlişkilerde Toplumsal Teorik Yaklaşımlar

Signitzer halkla ilişkiler teorilerini *Toplumsal Teorik Yaklaşımlar, Organizasyon Teorisi Yaklaşımları ve Diğer Yaklaşımlar* şeklinde ayırmaktadır. Halkla ilişkilerin ortaya çıkışı için toplumsal koşulları ve halkla ilişkilerin toplumsal sistem için getirdiği faaliyetleri sorgulayan *Toplumsal Teorik Yaklaşım*, halkla ilişkilerin iletişime dayanması ve bu iletişimin ağırlıklı olarak kamusal iletişim olması nedeniyle, bir halkla ilişkiler teorisinin özellikle iletişim noktasına ağırlık vermek durumunda olması gerektiği görüşünü savunan bir yaklaşımdır. *Organizasyon Teorisi Yaklaşımı* ise kuruluş odaklı olup, kurumsal hedeflere ulaşmada halkla ilişkilerin sağladığı katkı ve halkla ilişkilerin organizasyon (kurum) ile hedef kitleleri arasında kurduğu iletişim sürecine dayanmaktadır (Okay ve Okay, 2007: 93-108).

Toplumsal düzeydeki halkla ilişkiler teorileri, *kamusal alan* kavramına daha fazla başvururken, kurumlarla ilgili yaklaşımlarda *halklar/kamular* yerine *hedef kitle* terimi benimsenmiştir. Bu açıdan toplumsal düzeydeki yaklaşımlar geleneksel olarak Alman halkla ilişkiler araştırmalarının kökenine dayanırken, kurumlara yönelik halkla ilişkiler yaklaşımları ABD’ye dayanmaktadır (Raupp, 2004: 309).

Toplumsal Teorik Yaklaşımlar kapsamında **Anlaşma Oryantasyonlu Halkla İlişkiler Modeli**’ni Habermas’ın ‘İletişimsel Eylem Kuramı’na dayandıran Roland Burkart (2004) bu kuramı halkla ilişkilerle şöyle bağdaştırmaktadır: Habermas’ın iletişimsel eylem kuramında iletişim daima çok boyutlu bir süreç olarak gerçekleşir. Bu süreçte katılımcılar *uzlaşmacı* olmak ve aralarında karşılıklı *güven* ortamı yaratmak zorundadırlar. Ancak güvenin yaratılabilmesi için de *anlaşılabilirlik, hakikat, dürüstlük ve meşruiyet* ilkelerinin yerine getirilmiş olması gerekmektedir. Bu ilkeler yerine geldiği sürece iletişim kesintisiz devam eder. İletişim sürecinin

devam edebilmesi için de açıklayıcı, kuramsal ve pratik *söylem* tiplerine başvurulması gerekir. Nihai hedef *uzlaşma* olmalıdır. Risk toplumlarında ortaya çıkan çatışmaların çözümü için uzlaşma şarttır. Uzlaşma için de uygun *söylem* ve *diyalog* önemlidir (Burkart, 2004: 160).

Habermas, İletişimsel Eylem Teorisi (1981) kitabında dile dair evrensel geçerlilik kuralları sunar. Bu kurallar dilin bireyler arasında anlam taşıyıcısı olarak işlev görmesini ve böylece iletişimsel eylemin koordinatörü olmasına olanak sağlar. Bununla bağlantılı olarak, toplumun rasyonelliği yaşam dünyası ve sistem arasındaki ayrım teorisini geliştirir. Yaşam dünyası iletişimsel eylemin geçerli olduğu yerdir, sistem ise eylemlerin stratejik olarak düzenlendiği yerdir. İletişimsel eylem kuramının dört evresi vardır: İnsan bilgisi, evrensel edimbilim, iletişimsel eylem ve eleştirel kuram. Her seviyede Habermas dil temeline dayanan rasyonelliği ve gerçeği anlamayı engelleyen çarpıklıkları keşfetmeye çalışır. En iyi kanıt bulabilmek için de *diyalogu*, konuşmayı, konuşarak fikirlerin açıklanmasını yani iyi bir *tartışma*, *müzakere* ortamının yaratılmasını savunur (Holmström, 1996:35-39). Habermas'ın iletişimsel eylem sürecine bağlı olarak Burkart, organizasyon ve hedef kitlelerin simetrik iletişimine dayanan anlaşma oryantasyonlu halkla ilişkiler modelinde halkla ilişkilerin görevini; “*karşılıklı güven, samimiyet ve yasallık çerçevesinde karşılıklı bir anlaşma sağlama*” olarak belirtmektedir (Burkart, 2004: 161).

Kurumlar, hedef kitleleriyle çatışma durumunda çıkarlarını ve fikirlerini iletmek için iyi argümanlar sunmak zorunda kaldıklarında anlaşma oryantasyonlu halkla ilişkiler modeli daha fazla önem kazanmaktadır.

Anlaşma oryantasyonlu halkla ilişkilerin hedefi, halkla ilişkiler müşterisi ile toplumun ilgili üyeleri arasında pürüzsüz bir iletişim süreci yaratmaktır. Toplumun bu üyeleri halkla ilişkiler müşterisinin ortaya koyduğu geçerlilik iddialarının birinden kuşkulandığı zaman iletişim sürecinde bir bozukluk meydana gelebilir. İletişimsel eylem kuramına göre yıkılan iletişim süreci bir *tamir mekanizmasına/söyleme* ihtiyaç duyar. Bu sebeptendir ki anlaşma oryantasyonlu halkla ilişkiler söylem ihtiyacını ciddiye almak ve bu söylemi kolaylaştırmak için girişimlerde bulunmak zorundadır. Söylem oluşturmada da dört aşama kritik öneme sahiptir: Enformasyona hakim olmak, enformasyon doğrultusunda tartışma (müzakere) ortamı yaratmak, fikir alışverişi ile söylemler ortaya koymak ve sonuçta ortak bir anlayışın gerçekleşip

gerçekleşmediğine dair durum değerlendirmesi yapmak (Burkart, 2004: 464). Bu model özellikle de çatışma çözümlerinde izlenebilecek stratejik bir model olarak değerlendirilmektedir.

Kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler ile ilişkilendirebilecek diğer bir model ise **Ko-oryantasyon Modeli**'dir. Halkla ilişkilerin ko-oryantasyon modeli, iletişim ve psikolojinin ortak çıkarımına dayanmaktadır. McLeod and Chaffee (1973)'nin, Newcomb (1953)'un ABX ve Heider (1946)'in denge kuramına dayanarak oluşturduğu bu modelin günümüzdeki hali ise Broom (1977), Grunig ve Hunt (1984) tarafından geliştirilmiştir. Bu modele göre, kişiler ve kurumlar fikirler üzerinde benzer düşündükleri ölçüde birbirleriyle başarılı bir şekilde iletişim kurabilirler. Bu model iki tarafın aynı fikirle ilgili bağlantı kurma şekillerini gösterir.

Bu modele göre en etkili iletişim her iki taraf da anlaştığında ve anlaştıklarını bildiklerinde meydana gelir bu da *ortak fikir birliğine* varıldığı anlamına gelir. Uzun dönemli iletişim etkinliği için; *güven, karşılıklı kontrol, ilişkisel bağlılık, ilişkisel tatmin* gibi sonuçlara odaklanılmalıdır. Bu modele göre kuruluşlar, kurum ile hedef kitle arasındaki anlaşma, anlayış ve doğruluk seviyelerini olabildiği kadar artırmaya çalışmalıdırlar. Tarafların tutumları arasında bir çelişki varsa, bu çelişki taraflar arasında ortadan kaldırılmaya çalışılmalıdır. Bu çelişkiyi gidermek için taraflardan birinin tutumunu değiştirmesi ya da ilişkinin kesilmesi gerekebilir (Vercic ve Vercic, 2007:407-408).

Taylor ve Kent (2006), ulus inşası çalışmalarını inceleme kapsamında bu modeli kullanmışlardır. Uluslararası halkla ilişkilerde ko-oryantasyon teorisi, insanların uyumu çelişkiye tercih ettiklerini ve uluslararası ilişkilerde iletişimi kullanabildiklerini varsayarlar. Bu teoriye üçüncü bir taraf girdiği zaman da “ikinci dereceden ko-oryantasyon modeli” olur. Vercic ve Vercic burada ABD, AB ve Rusya ilişkilerini örnek verirler. Soğuk Savaş döneminde SSCB'ye karşı ortak bir tavır alan ABD ve AB ülkelerinin ilişkilerinin boyutları komünizmin çökmesiyle değişmiştir. Artık ABD ve AB, Rusya ile olan ilişkilerinde sadece birebir tutumlardan etkilenmez, Rusya'nın ABD ve AB'yi nasıl değerlendirdiğinden de etkilenir. Üç tarafın birbiriyle ilişkisi söz konusudur (Vercic ve Vercic, 2007:408).

Halkla ilişkilere toplumsal teorik yaklaşımlar çerçevesinde bakan bir diğer teori de Ronnenberger ve Rühl'ün görüşlerine dayanmaktadır. Ronnenberger ve Rühl

(1992) **Modern Toplamların “Kamusal İlişkilerinin” bir Teorisi** olarak öne sürdükleri halkla ilişkiler, modern toplumların bir eseridir. Halkla ilişkilerin gelişimini; artan eğitim düzeyi, teknolojinin gelişimi, sosyal devlet anlayışının değişimi, küreselleşme, artan uluslararası rekabet, kitle iletişiminin gelişimi gibi değişen toplumsal koşullara bağlayan Ronnenberger ve Rühl halkla ilişkileri, organizasyonlar ve çevresi arasındaki bir köprü / sınır yeri olarak nitelendirmektedir (Okay ve Okay, 2007: 97)

Ronnenberger ve Rühl'e göre karşılıklı etkileşimle kamusal ilgileri ve kamunun sosyal güvenliğini sağlayıp güçlendiren halkla ilişkilerin ana fonksiyonu, *kamusal iletişimin* sağlanmasıdır. Halkla ilişkiler bağlanma hareketi yoluyla veya bağlanan iletişim ve etkileşim yoluyla kamu ilgilerinin ve kamunun sosyal güvenliğini güçlendirilmesidir. Sosyal sistemler, sosyal olarak sorumlu görünmelidir. Halkla ilişkilerin görevi de *kamu güvenliğini* cesaretlendirmektir. Sistem teorisinden esinlenen Ronnenberger ve Rühl, halkla ilişkileri bağımsız sosyal sistemler olarak görür ve kitlesel iletişim olarak kabul ederler. (Holmström, 1996:101).

Halkla ilişkilerin çeşitli organizasyonların ve bunların alt sistemlerinin arasında gerçekleştiğini belirten Ronnenberger ve Rühl, bu sistemlerin sürekli birbirleriyle etkileşim halinde olması gerektiğini vurgularlar. Ronnenberger ve Rühl bu teori kapsamında halkla ilişkilerin görevlerini; halkla ilişkilerin bir sınır yeri olması, sürekli değişen çevresel şartlara uyumun sağlaması, sosyal çevrenin anlayışını elde etmek için kamusal ilginin çekilmesi, problem çözümü için çevrenin iyi tanınmasının ve diğer organizasyonlarla *karşılıklı etkileşim* içinde olunması şeklinde ortaya koymaktadırlar (Okay ve Okay, 2007: 96).

Toplumsal teorik yaklaşımların sonuncusu **Konstruktivist Yaklaşım**'dır. *Şekillendirme ve imaj* oluşturma üzerinde duran Konstruktivist Yaklaşım'a göre imaj, insanın bir obje (kişi, organizasyon, ürün, fikir, olay) hakkında bilişsel ve duygusal yapılarının uyumlu bir şemasıdır. Gerçeklik taslaklarının biyolojik, ruhsal ve sosyal koşullara uygun bir biçimde oluşturulması olarak tanımlanabilecek konstruktivizmin temelini Klaus Merten şuna dayandırmaktadır: İnsanın aklı kapalı bilişsel bir sistemdir. İnsanlar iletişim aracılığıyla bilişsel sisteminde kendi gerçekliğini oluşturur. Yani ne kadar insan varsa o kadar çok gerçeklik vardır (Okay ve Okay, 2007: 99).

Bu perspektifte *imaj* temel kavramdır. Halkla ilişkiler de kamuda imajların oluşturulması ve sağlamlaştırılmasıyla istenilen gerçekliklerin konstruksiyonunu sağlar. Halkla ilişkiler, arzulanan etkileri geliştirip arzulanan gerçekleri yaratmak için iletişim süreçlerinin kullanılması stratejisidir (Merten, 2004: 45).

Bu yaklaşıma göre halkla ilişkiler, çeşitli imajları belirli hedef kitleler için belli amaçlara yönelik olarak geliştirir. Bunu yaparken de değişik hedef kitleleri göz önünde tutmak zorundadır. Değişik hedef kitleleri için duruma göre hareket eder ve farklı araç ve yöntemlerle (sponsorluk, kültürel çalışmalar, sosyal sorumluluk vb) onlara ulaşmaya çalışır. Ancak şu da var ki halkla ilişkiler uzmanları gerçekleri her zaman özerk biçimde oluşturamazlar. Kamuoyundan yön almak istediğinde, gözlemlerin gözlemlerini gözlemlemek faaliyetinde bulunurlar (Okay ve Okay, 2007: 102).

İmaj oluşturmayı halkla ilişkilerin başlıca görevi olarak gören Merten ve Westerbarkey'e (1994) göre imaj oluşturulurken mutlaka gerçeklik temeline dayanılması gerekmez (Okay ve Okay, 2007: 102). Ancak bu durum halkla ilişkilerin etik boyutuyla çelişmektedir. Gerçeklik temeline dayanmasına gerek görülmeyen imaj yaratılımı bu yaklaşıma getirilebilecek başlıca eleştiri konusudur. Bu yaklaşım, kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler açısından değerlendirildiğinde, ulusların küresel platformda saygın bir imaj yaratma çabalarıyla kesişmektedir. Halkla ilişkiler, olumlu imajın yaratılabilmesi, algıların yönlendirilip yönetilebilmesi maksadıyla farklı uluslar için farklı kültürel, eğitsel, sportif, siyasi vb etkinlikler gerçekleştirmektedir.

Halkla ilişkileri toplumsal gelişim ve kamusal iletişim çerçevesinde elen alan Toplumsal Teorik Yaklaşımların genelini ele aldığımızda, kamu diplomasisi modellerinde tekrarlanan kavramlarla sıkça karşılaşmak mümkündür. Aşağıdaki tabloda da (Tablo 1) görüldüğü üzere kamu diplomasisi modelleri neredeyse tüm toplumsal halkla ilişkiler teorileriyle birçok alanda örtüşmektedir.

Kamu Diplomasisi Modellerinin ve Halkla İlişkilerde Toplumsal Teorik Yaklaşımların Birlikte Değerlendirilmesi	
Kamu Diplomasisi Modelleri/Yaklaşımları	İlişkili Olduğu Toplumsal Teorik Yaklaşımlar
Monolog-Diyalog-İşbirliği Modeli (Cowan ve Arsenault)	Anlaşma Oryantasyonlu Halkla İlişkiler Modeli Ko-oryantasyon Modeli Modern Toplumların Kamusal İletişimi
Savunma ve Danışma Modeli (Kelley)	Anlaşma Oryantasyonlu Halkla İlişkiler Modeli Ko-oryantasyon Modeli Modern Toplumların Kamusal İletişimi
Enformasyon ve İlişkisel İletişim Modeli (Zaharna)	Anlaşma Oryantasyonlu Halkla İlişkiler Modeli Konstruktivist Model

Tablo 1: Kamu Diplomasisi Modellerinin ve Halkla İlişkilerde Toplumsal Teorik Yaklaşımların karşılıklı değerlendirilmesi

Cowan ve Arsenault'un (2008) **Monolog-Diyalog-İşbirliği** şeklindeki üçlü modelinin kriterlerinin Anlaşma Oryantasyonlu Modelin kriterleriyle çok fazla benzerlik taşıdığı görülmektedir. Cowan ve Arsenault (2008); Monologların yani söylev, bildirge, film, kitap, belgeler, görsel çalışmalar, basın bültenleri, kültürel faaliyetler gibi çalışmaların kitleleri ardından taşıma özelliği olduğuna vurgu yapmaktadırlar. Monologlar sayesinde mesajlar iletilmekte, çatışmalara çözüm üretilebilmektedir. Burkart (2004)'da İletişimsel Eylem Kuramı'na dayandırdığı modelinde bilginin üretimi, dağılımı, çatışma çözümü ve ilişkilerin tamirinde çeşitli söylemler yaratılmasını savunmaktadır. Bu söylemler/monologlar iyi bir diyalog ortamı yaratmak için birer fırsattır. Monolog olarak kullanılan tüm araç ve yöntemler halkla ilişkilerin hedef kitleleriyle ilişki ve iletişim kurmada kullandığı yöntemlerle birebir örtüşmektedir. Böylece toplumlar arasında ortak dil oluşturularak bir iletişimsel eylem gerçekleştirilebilmektedir.

Her iki modelde de diyalog, fikir alışverişi, karşılıklı iletişim, bilginin değişimi, uzlaşma ortamının yaratılması açısından önem taşımaktadır. İşbirliği, güven ve karşılıklı anlam yaratma Ko-oryantasyon modelinin (Vercic ve Vercic, 2007) ve Ronnenberger ve Ruhl'un Modern Toplumların Kamusal İletişimi (Okay ve Okay: 2007) yaklaşımlarıyla da bağdaşmaktadır. İnsanların bilinçlendirilmesi, değerlerin

aktarılması, ikna mekanizmalarının kullanılması, düşüncelere meşruiyet kazandırılması bir halkla ilişkiler kaygısıyken, farklı toplumlarla işbirliğine gidilmesi, sivil diyalogun yaratılması da kamu diplomasisinin amacıdır.

Kelley (2009) **Savunma ve Danışma Modeli'nin**; enformasyon sürecinde şeffaf bilgi akışı, karşılıklı iletişim; etkileme sürecinde eğitim, değişim programları, kültürel faaliyetler; katılım sürecinde ilişki inşası, gruplar, organizasyonlar, uluslar arasında uzun süreli güven yaratma ve karşılıklı anlayış zemini oluşturmayı savunmaktadır. İşbirliği, şeffaf iletişim ve uzun dönemli çalışmalar Kelley (2009)'in modelini oluştururken, görüldüğü üzere anlaşma oryantasyonlu halkla ilişkiler modeliyle de birçok noktada buluşmaktadırlar. Ko-oryantasyon modelinin ortak fikir yaratılması, karşılıklı kontrol, ilişkisel bağlılık özellikleri (Vercic ve Vercic, 2007); Ronnenberger ve Ruhl'ün halkla ilişkilere attıkları köprü görevi/arabulucu, karşılıklı etkileşim yaratımı (Okay ve Okay, 2007) ve kamusal güven de Kelley (2009)'in modelinin etkileme ve katılım fonksiyonlarıyla bağdaşmaktadır.

Zaharna (2009), **Enformasyon ve İlişkisel İletişim Modeli'nde** kamu diplomasisinde öncelikle enformasyonun tasarımı, dağıtımını ve bu yolla imaj geliştirmeyi tartışmaktadır. Konstruktivist Model'de Merten (2004) halkla ilişkilerin temel görevinin imaj oluşturma, istenilen gerçekleri yaratma olduğunun altını çizmektedir. Mesajların hedef kitlelere aktarılmasında her türlü kitle iletişim ve halkla ilişkiler aracının kullanılması gereklidir. Amaç ikna etmektir bu da güven unsurunu temelinde barındırmaktadır. Güven kavramı ki tüm halkla ilişkiler model ve uygulamalarının çekirdek unsurunu oluşturmaktadır.

Köklerini iletişimden alan İlişkisel Model, bir iletişim yönetimi ve süreci olan halkla ilişkilerin gerek toplumsal gerek organizasyon modelleriyle ortak paydada buluşmaktadır. İlişkisel modeli oluşturan ilişki inşası, ulusların imaj çalışmaları, halkların ortak ilgi alanlarının bulunması, özel olaylar yaratılması, ortaklıklar, karşılıklı bağlılık, kültürel olaylar, kalkınma projeleri (Zaharna, 2009); modern toplumların bir sonucu olarak ortaya çıkan ve anlaşma ortamı yaratmaya çalışan, imaj kurgulayan, fikir ve faaliyetlere meşruiyet kazandırmaya çabalayan halkla ilişkilerin görev ve sorumlulukları arasındadır.

Cull da uluslararası çevrede toplumlar hakkında bilgi toplanması, düşüncelerin öğrenilmesi için dinlemenin şart olduğuna vurgu yapmaktadır (2009:19-23).

Yukarıda bahsi geçen uygulamaların gerçekleşebilmesi için öncelikle hedef grupların tanınması ve bilinmesi gerektiği de hem kamu diplomasisi hem de halkla ilişkiler modelleri için göz ardı edilemeyecek bir ayrıntıdır.

1.1.3.2. Halkla İlişkilerde Organizasyon Teorisi Yaklaşımları

Kamu diplomasisini, halkla ilişkilerin sadece Toplumsal Teorik Yaklaşımları ile karşılaştırmak eksik bir değerlendirme olacaktır. Toplumların, halkların ya da daha küçük kitlelerin hedef alındığı halkla ilişkiler ve kamu diplomasi, bu yapılar üzerinde benzer amaçlar güttüğüne göre benzer prensipler ve uygulamalara sahip olmaları da doğal bir durumdur. Burada Organizasyon Teorisi Yaklaşımları modellerin kamu diplomasisi modelleriyle ilişkisi ele alınacaktır.

Özünde işbirlikçi bir savunma içeren **İki Yönlü Simetrik Model** tarafından ifade edilen değerler; işbirliği, müzakere ve uzlaşdır. (Gower, 2009: 33). Simetrik modele göre, kurumlar karşılıklı anlayış ve saygı ortamında işlerini yürütmelidirler. Halkla ilişkilerin misyonu, kurum ve hedef kitleleri için kazan-kazan durumları geliştirmek ve sürdürmektir.

İçe yönelik, tutucu, lider odaklı, geleneksel, merkezi otoriteye dayalı, maliyet kontrollü, kapalı sistemler olarak tanımlanan **İki Yönlü Asimetrik İletişim Modeline** karşılık; iki yönlü simetrik model çağımızın modeli olarak sunulmakta ve savunulmaktadır. Ancak her iki modelin de pratikte kullanım oranları geniş bir tartışma alanı yaratmaktadır. İşletmelerin ve hükümetlerin yapmış oldukları çalışmalar değerlendirilirse asimetrik halkla ilişkilerin yoğunluğu göze çarpmaktadır.

Bir örgütün simetrik görüşü bütüncüllük, çevrede diğer sistemlerle karşılıklı dayanışma, açık bir sistem, bilginin serbest dolaşımı ve hareket halinde dengeyi içerir. Anlamayı sağlayan *iletişim, adalet, özerklik, yeniliklere açıklık, merkeziyetçi olmayan yönetim, sorumluluk, müzakere-iletişim-uzlaşma yoluyla çatışma çözümü ve çıkar gruplarının liberalizmi* simetrik modelin temel ayaklarını oluşturmaktadır (Piecicka, 2002: 253).

James Grunig halkla ilişkilerin simetrik konsepti için; *iletişim, bütünselleme, karşılıklı bağımlılık, açık sistem ve akış dengesini* temel koşul olarak sıralamaktadır. İki yönlü simetrik model, hedef kitlelerin görüşlerini değerlendirmesi ve kuruluşun

sosyal sorumluluğunu uygulaması açısından içinde yaşadığımız çağın halkla ilişkiler anlayışını dile getirmektedir. Kuruluş ile hedef kitlesi arasında uyumun sağlanması, hedef kitlenin görüşlerinin dikkate alınması bu modelin hedefidir (Okay ve Okay, 2007: 186).

Simetrik iletişim, oyun teorisi, müzakere, karşılıklı ilişki gibi birçok kaynaktan ileri gelen simetrik modelde idealist duruş, halkla ilişkilerin sosyal rolü ve önerilen teorinin normatif özelliğine dayanır. Bunun da halkla ilişkilerin kamu çıkarına hizmet ettiği, örgütler ile kamu arasında karşılıklı anlayış geliştirdiği, toplumda tartışmaların bilinmesine katkıda bulunduğu ve örgütler ile kamu arasındaki diyalogu kolaylaştırdığı söylenebilir (Pieczka, 2002: 254).

Son yıllarda en çok tartışılan **Mükemmel Halkla İlişkiler Modeli** araştırması James Grunig, Larissa Grunig, David M. Dozier, William P. Ehling, Fred C. Repper ve John White tarafından gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada sonuç olarak; halkla ilişkilerin stratejik hedef *gruplarıyla güven ve anlayışa dayalı uzun vadeli ilişkiler* oluşturduğu zaman, bir organizasyonun etkinliğini arttırdığı ortaya çıkmıştır. Stratejik hedeflerle iyi ilişkiler kurmak, kuruluşların amaçlarını elde etmeleri için kuruluş otonomisini en üst düzeye çıkarır (Okay ve Okay, 2007: 195). Simetrik iletişim ve mükemmellik modeli birbirlerini tamamlayan modellerdir. Grunig ve Hunt'a göre, halkla ilişkilerde mükemmelleştirme ancak simetrik iletişim gerçekleştiğinde olabilir (Holmström, 1996:13).

Global halkla ilişkiler çalışmalarında referans alınan mükemmel halkla ilişkiler modelinin başarıya ulaşması on temel prensibe dayanmaktadır. Buna göre; halkla ilişkiler *stratejik yönetimin* içinde yer almalıdır. *Baskın koalisyon* dahilinde bulunmalı, teknisyenden ziyade bir yönetici tarafından yönetilmelidir çünkü mükemmel ve simetrik modellerin çok iyi bilinmesi, profesyonelce yönetilmesi gerekir. Gerek iç gerekse dış hedef kitleye yönelik tüm iletişim çalışmalarında *simetrik modeli* kullanmalı, *bütünleşik bir iletişim* izlenmelidir. Halkla ilişkiler departmanı diğer birimleri de koordine etme mekanizmasına sahip olmalıdır. *Kurumsal* bir altyapı gerektiren mükemmel modelde *cinsiyet, ırk, etnik yapı, kültürel farklılıklar* gözötenilmeksizin kurum içi-kurum dışı çalışmalar izlenmelidir (Rhee, 2002:164-165).

Gerek Simetrik gerek Mükemmel modelin özellikleri itibariyle -her ne kadar sıkça eleştirilere maruz kalsa da- yeni çağın halkla ilişkilerini tanımlamada kullanılan “stratejik iletişim yönetimi”nin karşılığını verdiğini söylemek mümkündür. Ancak uygulamalarda simetrik ve mükemmel modellerin istenilen ölçüde yer almaması hususu teorisyenlerin ve uygulamacıların tartışma alanlarından biridir.

Öte yandan Deibel ve Roberts’in (1976) ortaya koyduğu Katı ve Esnek Yaklaşımlı Kamu Diplomasisi Modeli’nde (Signitzer ve Wamser, 2009) ise kapsamı gereği sadece İki Yönlü Simetrik Model ve Mükemmel Halkla İlişkiler değil, **Basın Ajansı ve Kamuyu Bilgilendirme Modellerinin** birlikte kullanıldığına şahit olunmaktadır. Politikalarının tanıtımının yapılması, ikna ve bilgilendirme amaçlı toplantılar, ziyaretler, basın toplantıları, basın gezileri faaliyetleri bu iki modelle bağdaştırılabilir.

Cowan ve Arsenault (2008), Zaharna (2009), Kelley (2009) ve Cull (2008)’in modellerinde bahsettikleri işbirliği, müzakere, uzlaş, karşılıklı anlayış, diyalog, karşılıklı etkileşim, güven, katılımcılık bütünsellik, ikna gibi kavramlar ve günümüzün halkla ilişkiler yaklaşımı olarak değerlendirilen Grunig ve çalışma arkadaşlarının (1984) simetrik model ve simetrik modelin temellendirdiği mükemmellik modelinin ilkeleri, devletlerin ve yeni dünya aktörlerinin küresel platformda sıkça tekrarladığı değerler haline gelmiştir.

Kazan-kazan ilkesinden hareket eden mükemmel model ve simetrik modelin özerk, katılımcı, demokratik, adil ve açık sistemlerde hayat bulma şansı daha yüksek olduğu gibi Zaharna (2009)’nın köklerini iletişimden alan ilişkisel kamu diplomasisi modeli ve Kelley (2009)’in savunma/danışma modelinde de halk, katılımcı ve sosyal paydaş rolündedir.

Kamu Diplomasisi Modellerinin ve Halkla İlişkilerde Organizasyon Teorisi Yaklaşımlarının Birlikte Değerlendirilmesi	
Kamu Diplomasisi Modelleri/Yaklaşımları	İlişkilendirilen Organizasyon Teorisi Yaklaşımları
Monolog-Diyalog-İşbirliği Modeli (Cowan ve Arsenault)	Basın Ajansı/Tanıtım Modeli İki Yönlü Asimetrik Model İki Yönlü Simetrik Model Mükemmel Halkla İlişkiler Modeli
Savunma ve Danışma Modeli (Kelley)	Basın Ajansı/Tanıtım Modeli

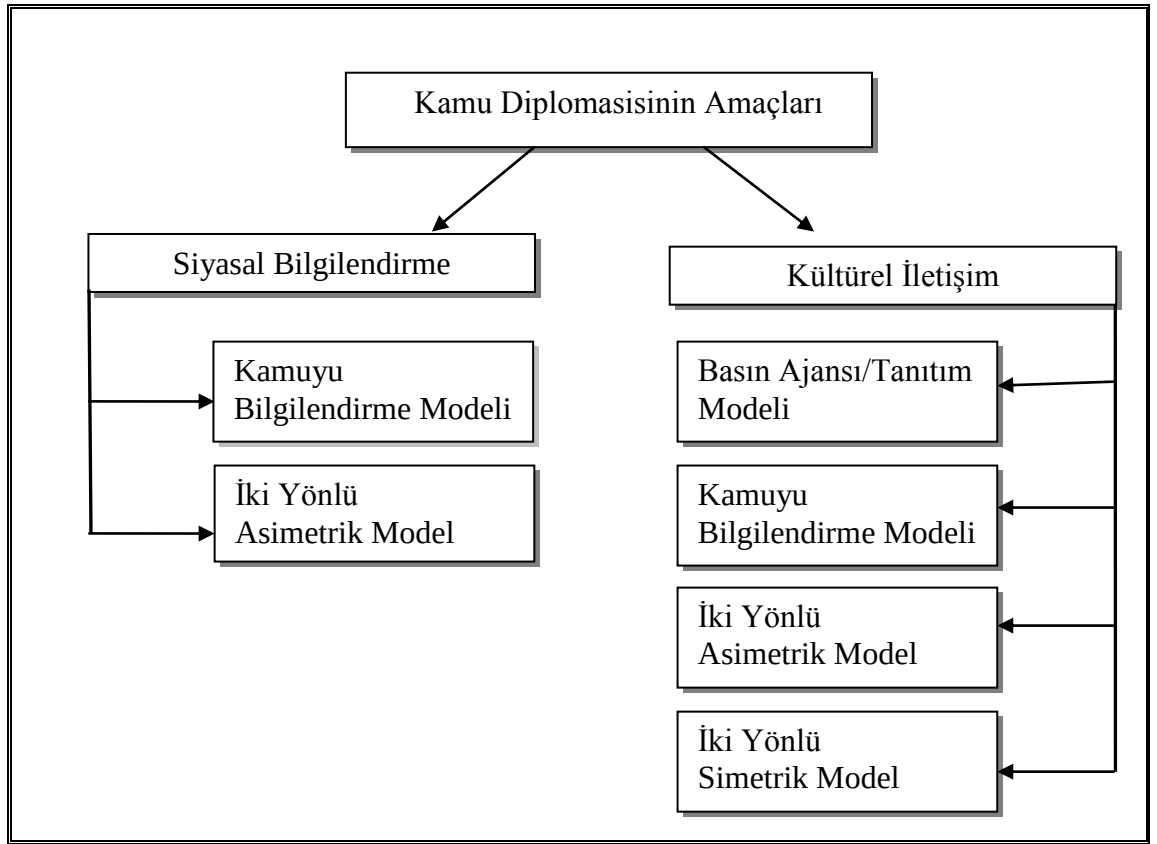
	İki Yönlü Asimetrik Model İki Yönlü Simetrik Model
Enformasyon ve İlişkisel İletişim Modeli (Zaharna)	Basın Ajansı/Tanıtım Modeli İki Yönlü Asimetrik Model İki Yönlü Simetrik Model Mükemmel Halkla İlişkiler Modeli
Dinleme –Savunma Modeli (Cull)	İki Yönlü Simetrik Model Mükemmel Halkla İlişkiler Modeli
Kültürel İletişim Modeli (Peisert)	Basın Ajansı/Tanıtım Modeli Kamuoyunu Bilgilendirme İki Yönlü Asimetrik Model İki Yönlü Simetrik Model
Propaganda-Enformasyon-Diyalog Modeli (Freitag)	Basın Ajansı/Tanıtım Modeli İki Yönlü Asimetrik Model İki Yönlü Simetrik Model
Katı ve Esnek Yaklaşım (Deibel ve Roberts)	Basın Ajansı/Tanıtım Modeli İki Yönlü Asimetrik Model İki Yönlü Simetrik Model Mükemmel Halkla İlişkiler Modeli

Tablo 2:Karşılaştırmalı olarak değerlendirilen kamu diplomasisi ve halkla ilişkilerin organizasyon teorisi yaklaşımları arasındaki ilişkinin tablolaştırılmış halidir.

Benzer şekilde diplomasiyi, halkla ilişkiler açısından L’Etang karşılaştırmalı olarak şöyle değerlendirmektedir: Diplomasiyi Wight, öz-çıkarıcı, pragmatik fakat tek taraflı olarak karakterize eden *Makyavelci*; karşıdakini yumuşatmaya çalışan, itimada layık olma ve iyi bir itibar oluşturmaya yardım eden, karşılıklı ilişkiyi vurgulayan *Grotyen*; insani koşulları savunan, uluslararası bir toplum tasarlayan *Kantçı* bakış açılarıyla ele almaktadır. Wight tarafından tanımlanan üç yaklaşımı L’Etang halkla ilişkiler literatüründe de tanımlamaktadır. Makyavelci veya Realist yaklaşım Basın Ajansı ve Asimetrik model ile örtüşürken; Kantçı/ Devrimci yaklaşım ise İki Yönlü Simetrik modelle birçok benzerlik göstermekte ve güçlü şekilde örtüşmektedir. Bu örtüşmeler halkla ilişkiler sorunlarının emsalsiz olmadığını, yöntemlerine ilişkin belli bakış açılarıyla ilgili olarak dünyada örgütlerin, ülkelerin, diğer toplulukların nasıl davranmaları gerektiğini önermektedirler (L’Etang, 2002: 73).

Kamu diplomasisini kültürel iletişim açısından değerlendiren Piesert (1978), yaptığı araştırmalar sonucunda kültürel iletişimin dört yöntemi olduğuna dikkat çekmektedir. Tek taraflı bilgi akışının söz konusu olduğu kültürün yurt dışına tek yönlü transferi, kendini tanımlama, imaj reklamı ve değiş-tokuş, işbirliği modeli olarak karşımıza çıkmaktadır (Signitzer ve Wamser, 2009:398).

Signitzer ve Coombs (1992), Zöllner (2006) gibi teorisyenler Piesert (1978)'in kültürel iletişim modeli ile Grunig ve Hunt (1984)'in halkla ilişkiler modelleri (Şekil4) arasında yakın bir ilişki olduğunu öne sürmüşlerdir. Buna göre, tek taraflı bilgi akışının söz konusu olduğu kültürün yurt dışına tek yönlü transferi Basın Ajansı/Tanıtım Modeli ile ilişkilendirilirken, kendini tanımlama Kamuyu Bilgilendirme Modeli ile ilişkilendirilmektedir. Ayrıca enformasyon/imaj reklamları modeli ile İki Yönlü Asimetrik Model ile değiş-tokuş, işbirliği modeli ise İki Yönlü Simetrik Model ile benzer yönlerle sahiptir. (Signitzer ve Coombs, 1992: 143-145).



Şekil 4: Piesert'in kültürel iletişim modeli ile Grunig ve Hunt'ın halkla ilişkiler modellerinin ilişkilendirilmesi (Signitzer ve Coombs, 1992: 144).

Kamu diplomasisini kültürel diplomasi kapsamında ele alan Signitzer ve Coombs da kültürel ilişkiler aracılığıyla enformasyon değişiminin gerçekleşmesini Grunig ve Hunt'ın simetrik halkla ilişkiler modeli ile denkleştirmektedirler (L'Etang, 2002: 57).

Weiss ve Signitzer, Peisert (1978)'in kültürel iletişim modelleri ile Grunig ve Hunt (1984)'in halkla ilişkiler modellerinin her birisi arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir. Buna göre; ülke kültürünün tek yönlü transferi ile basın ajansı/tanıtım modelini birbirine benzetirken, kendini tanımlama modeli ile

kamuoyunu bilgilendirme modeli arasında ortak yönler bulmuşlardır. Öte yandan imaj reklamları ve iki yönlü asimetrik iletişimi ortak paydada buluştururken, değiş-tokuş ve işbirliğini iki yönlü simetrik model ile eşleştirmişlerdir (Signitzer ve Coombs, 1992).

Freitag (2004) da uluslararası halkla ilişkiler çerçevesinde kamu diplomasisini değerlendirmiştir. Kamu diplomasisinin propaganda modeli ile basın ajansı modelini; enformasyon yaklaşımı ile iki yönlü asimetrik modeli; diyalog yaklaşımını da iki yönlü simetrik modellerle ilişkilendirmektedir (Freitag ve Stokes, 2009: 37).

Yukarıda tartışılan halkla ilişkiler modelleri ve kamu diplomasisi modelleri günümüz uluslarının ihtiyaçları ve değişimleri doğrultusunda şekillenmektedir. Dolayısıyla çok kutuplu ve çok aktörlü bir dünyadan bahsettiğimiz günümüzde ulusların karşılıklı, çok yönlü ilişkilerini yönetmek ve sürdürmek için kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkileri oluşturan kuramsal temellere dayanarak onların araç ve yöntemlerini göz ardı etmeleri düşünülemez.

1.1.4. Halkla İlişkiler ve Kamu Diplomasisinin Ortak Uygulama Alanları

Uluslararası ilişkiler değişirken, geleneksel diplomasiden kamu diplomasisine varan süreçte diplomasi, devlet boyutundan halk boyutuna genişlemiştir. “Public Diplomacy” ve “Public Relations” kavramları temelleri gereği halk/kamu/hedef kitle unsurunu tüm çalışmalarının ve stratejilerinin odağına yerleştirmek durumundadır.

Halkla ilişkiler beslendiği disiplinler ve fonksiyonları gereği bir çok uygulama alanında faaliyet göstermektedir. Kurum içi iletişim, sorun yönetimi, kurumsal reklam, kurumsal kimlik, medya ilişkileri, kriz yönetimi, itibar yönetimi, marka yönetimi, stratejik iletişim, pazarlama iletişimi, sosyal sorumluluk, sponsorluk, finansal halkla ilişkiler, siyasal iletişim, lobicilik, interaktif iletişim, uluslararası halkla ilişkiler, halkla ilişkilerin ne kadar farklı alanlarda farklı kitlelere seslendiğinin bir göstergesidir.

Halkla ilişkiler her bir uygulama alanında hedef olan kitle için farklı yöntemler, farklı mecralar izleyerek, bu kitlelerin ilgilerine, algılarına ve kültürlerine seslenmeye çalışır. Farklı toplumlarda farklı kültürlere ulaşmaya çalışan, uluslarla

ilişki kurma bağlamında halkla ilişkiler yöntemleri kullanan kamu diplomasisi, uluslararası ilişkiler ve halkla ilişkilerin bulunduğu bir alandır.

Signitzer ve Coombs, halkla ilişkiler ve kamu diplomasisine ilişkin çalışmalarında kamu diplomasisi kavramını “Diğer ulus devletlere resmi belgeler göndererek ulus devletlerin imajları hakkında fikir uyandırdıkları geleneksel diplomasiden çok, hükümetin dış politikadaki kararlarını biçimlendirmek amacıyla kamuoyunu etkilemeleri” şeklinde tanımlamaktadırlar (L’Etang, 2002: 55).

Kamu diplomasisinin amacı bir ülkenin vatandaşlarını etkilemek yoluyla o ülkenin hükümetlerinin davranışlarını etkilemektir. Kamu diplomasisinin bu amacı halkla ilişkilerle bir bağ oluşumunu gerektirir. Her ikisi de müşterilerinin/kurumlarının çıkarları için kamuoyunu etkileme amacı güderler (Signitzer ve Coombs, 1992: 139).

Signitzer ve Coombs’a göre, diplomasi gelenekselden kamu diplomasisine doğru bir dönüşüm yaşarken, ülkeler arasında politik ilişkiler kuran, uluslararası ve kültürler arası iletişim faaliyetler yürüten çeşitli kişileri, grupları, kuruluşları içeren kamu diplomasisinin aktörleri diplomatların dünyasına hapsedilemezler. Geleneksel diplomasiye kıyasla kamu diplomasisinde politikacılar kitle iletişim araçlarını daha yoğun kullanmaya çalışmaktadırlar. Dış politikanın kitle iletişim araçlarına adapte edilmesi, uyarlanmasıyla politikacılar halkla ilişkilerin fikirlerini gittikçe kabullenmiş olmaktadır (1992).

Kamu diplomasisini iki yönden ele alan Signitzer ve Coombs (1992), dış işleri bakanlıkları ve büyükelçiliklerin yürüttüğü faaliyetler olarak nitelendirdiği *siyasal enformasyon* bir kolunu oluştururken, *kültürel iletişim* kamu diplomasisinin diğer kolunu oluşturmaktadır. Yazarlar kamu diplomasisi ve halkla ilişkilerin bütünleşmesine özellikle kültürel iletişim bağlamında yaklaşmaktadırlar. Kültürel diplomasi ile kültürel ilişkileri ayıran İngiliz teorisyen Mitchell (1986) kültürel diplomasiyi, müzakere yöntemiyle resmi anlamda kültürel anlaşmaların oluşturulması, diplomatik faaliyetleri kolaylaştırmaya yönelik olarak bir kültürün istenilen yönde olumlu imajının oluşturulması şeklinde açıklamaktadırlar. Kültürel ilişkiler amacıyla ise tek taraflı çıkar arayışı yoktur. Temel amaç, toplumlar arasında karşılıklı yarar çerçevesinde anlayış ve işbirliği oluşturulmasıdır. Bu anlayışı

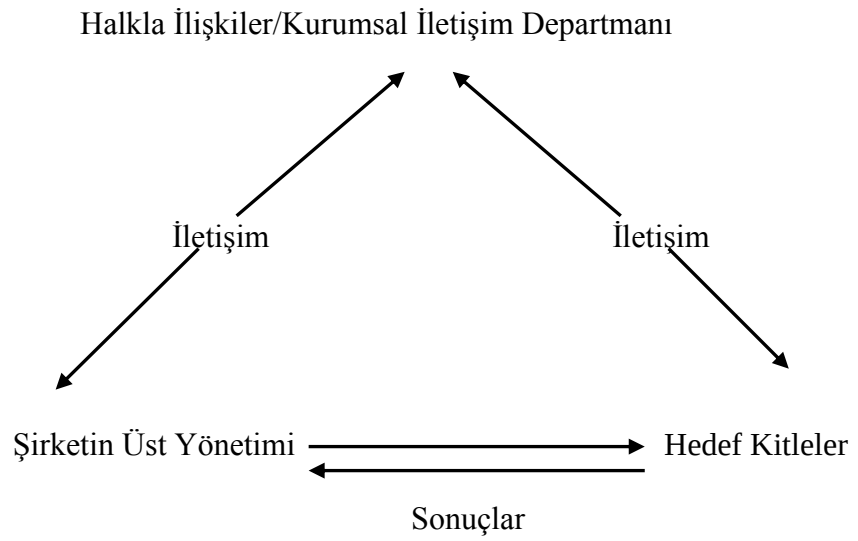
benimseyen uluslar, sonradan yaratılmış imajlar yerine gerçek durumlarını dürüstçe sergilemeyi amaçlarlar (Aktaran Signitzer ve Wamser, 2009: 387).

Halkla ilişkilerin ana amaç ve fonksiyonlarını; güven, anlayış ve sempati yaratmak, ihtiyaç, ilgi ve dikkatleri yükseltmek, ilişki kurmak, iletişim ortamı yaratmak, karşılıklı anlayış ve uzlaşma yaratmak, kamuoyunu etkilemek, çatışmaların çözümü ve anlaşma zemini sunmak olarak sıralayan Szondi, tüm bunların aslında kamu diplomasisinin de çekirdek unsurları olduğunun altını çizmektedir. Halkla ilişkilere entegre edilmiş kamu diplomasisinin neler başarabileceğini Szondi (2009: 297) şöyle sıralamaktadır:

- Kamu diplomasisinin gelişen bilgi yapısına katkıda bulunabilir.
- Birçok ülkede taktiksel ve durumsal olan kamu diplomasisini stratejik bir fonksiyon ve faaliyet olarak konumlandırabilir.
- Bir devlet ve yabancı halklar arasındaki ilişkileri geliştirmenin yanı sıra, iki yönlü simetrik iletişim aracılığıyla etiksel kamu diplomasisi uygulamalarına rehberlik edebilir.
- Halkla ilişkilerin temel amacının pozitif imaj yaratma ve destekleme ile ilişki inşa etme olduğunu vurgulayarak bir devlet ve yabancı halklar arasında karşılıklı çıkarlara hizmet eden ilişkiler geliştirilmesine destek verebilir.
- Stratejik kamu diplomasisi kampanyalarının araştırılması, planlanması ve uygulanmasına yardım edebilir.
- Ulusal kamu diplomasisi hedefleri genellikle belirsiz ve kolay ulaşılamaz olduğu için daha belirgin ve ölçülebilir kamu diplomasisi hedefleri formüle etmek ve tanımlamakta katkı sağlayabilir.
- Halkla ilişkiler ve kamu diplomasisinin çekirdek kavramları olan halk/kamu/ sosyal paydaşların tanımlanmasına, öncelik verilmesine ve bölümlenmesine katkıda bulunabilir.
- Genellikle kamu diplomasisi programlarının etkilerinin ve sonuçlarının değerlendirilmesi göz ardı edilmektedir. Bu çalışmaların değerlendirilmesi için kavramsal bir çerçeve oluşturulmasını sağlayabilir.

- Bir ülkenin itibarını etkileyebilecek yurtiçi ve yurtdışı konuları tanımlayıp analiz edebilir. Sorunların çözümü için sorunların tiplerine ve içeriklerine göre proaktif veya reaktif stratejiler geliştirebilir.

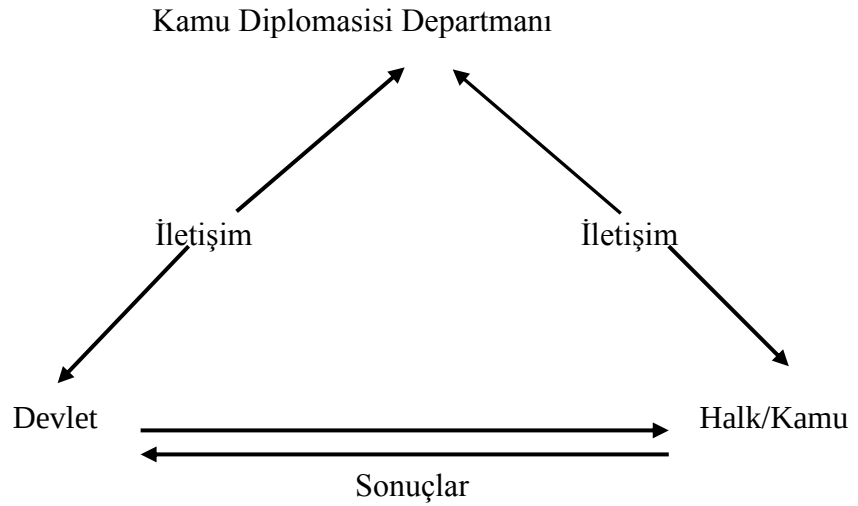
Halkla ilişkiler ve kamu diplomasisinin bir kurumun, bir devletin stratejik iletişim fonksiyonlarını oluşturduğuna dikkat çeken Signitzer ve Wamser (2009:389), Grunig ve Hunt'tan (1984:10) uyarladıkları “bir kurumun halkla ilişkiler fonksiyonlarını” aşağıdaki gibi biçimlendirmişlerdir.



Şekil 5: Bir kurumdaki halkla ilişkilerin fonksiyonu (Signitzer ve Wamser, 2009:389),

Üçgenin altındaki oklar (Şekil 5) kurum ve hedef kitlelerinin birbirleri için karşılıklı bekledikleri sonuçları olduğunu göstermektedir. Örneğin bir kurumun yönetiminin kararları hedef kitleleri çeşitli şekillerde etkileyebilir, yönlendirebilir. Hedef kitleler bunu öğrendiğinde kuruma karşı olumlu veya olumsuz tepki geliştirebilirler. Yan oklar ise halkla ilişkiler departmanının problemleri nasıl çözdüğünü göstermektedir. Halkla ilişkiler departmanının yönetim ve hedef kitleler arasında iki yönlü iletişimi söz konusudur. Halkla ilişkiler departmanı medya aracılığıyla kurumunu, yönetiminin kararlarını, faaliyetlerini kamuya aktarırken, medya ve çeşitli araştırmalar sonucunda da hedef kitlelerin kurumu nasıl gördüğü bilgisini edinir. Yönetimin kararlarını, faaliyetlerini iyi öğrenen halkla ilişkiler departmanı ancak bu şekilde hedef kitlelere sağlıklı bilgi aktarımında bulunabilir.

Yukarıdaki modelin kamu diplomasisine uyarlanmış hali ise aşağıdaki (Şekil 6) gibidir. Yine Grunig ve Hunt'tan uyarlama yapan Signitzer ve Wamser (2009: 390) bu şekilde de kamu diplomasisinin halkla ilişkilere benzer fonksiyonlara sahip olduğunu göstermektedirler. Benzer şekilde alttaki oklar devlet ve halk/kamu arasındaki karşılıklı beklenti sonuçları göstermektedir. Üçgendeki yan oklar ise halkla ilişkiler departmanı gibi kamu diplomasisi departmanının devlet ve halk/kamular arasındaki kamu diplomasisi sorunlarını nasıl çözdüğünü göstermektedir.



Şekil 6: Kamu diplomasisi departmanının fonksiyonu (Signitzer ve Wamser, 2009:390),

Her ikisinin de temel fonksiyonu kurum/devlet ve dış gruplar/bireyler arasındaki irtibatı sağlamaktır. Her ikisinin de bir ayağı kurumda/devlette diğer ayağı dışarıdadır (Grunig ve Hunt,1984:9'tan aktaran, Signitzer ve Wamser, 2009: 390). Halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi departmanları temsil ettikleri organizasyonlar ve hedef kitleleri arasında bir köprü görevi görür, kültürler arasındaki bağları kuvvetlendirir.

Uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi yukarıda bahsedilen fonksiyonları gereği benzer amaç ve hedeflere hizmet etmektedir. Halkla ilişkilerin temel görevlerinden birisi *itibar ve imaj yönetimi* üzerine kurulmuştur. Halkla ilişkiler bu alanda kurumların, markaların itibarlarının güçlendirilmesi, korunması, zedelendiğinde yeniden inşa edilmesi, olumsuz durumların olumluya dönüştürülmesi konusunda çalışmalar yürütür.

Kamu diplomasisi literatüründe imaj yaratma en baskın temadır. Kamu diplomasisini bir imaj yaratma olarak düşündüğümüzde öncelikli olarak diğer toplum insanların nasıl öğrendiklerini bilmek gerekir. Çünkü bireysel davranışlarımız bizim kişisel imajlarımıza dayanmaktadır. Ulusal imajlar dil ve söylemlerle yaratılan toplumsal bilgiye dayanmaktadır. Kişisel deneyimler (ziyaret vb) ve medya mesajları (televizyon vb) bir ulus hakkında zihinlerde imajların birikimini sağlar. Hemen her ülkeyi ziyaret şansı olamayacağı gerçeğini düşünürsek, medya mesajlarının gücü ve yarattığı imajların önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Medya mesajları da genellikle devlet eliyle diğer devletler karşısında nasıl görünmek isteniyorsa o şekilde biçimlendirilmektedir. Bu noktada imaj yaratımı için 21.yy'ın kompleks ve çoklu ilişki yönetimi olan kamu diplomasisi ve halkla ilişkilerin ilişki yönetimi literatürü ile bir çerçeve yaratılabilir (Yang, Kluyeva ve Taylor, 2012:652-664).

Bir kuruma yönelik algı ve düşüncelerin toplamı olan kurumsal itibar, o kurumun en değerli sermayesidir. Fombrun kurumsal itibarı şöyle tanımlamaktadır: “Kurumsal itibar; kurumların geçmişteki hareketleri, davranışları ve farklı paydaşlar üzerinde değer yaratan etkiler bırakmaları ve bunların kolektif sonuçlarıdır”. Bu hem iç hem de dış paydaşların göreceli durumlarını ölçmekte; hem rekabete dayalı olmakta hem de kurumsal çevreleri içermektedir (Fombrun ve Riel, 1997).

Halkla ilişkiler kapsamında bireysel itibar ve kurumsal itibar ne kadar önemliyse, kamu diplomasisinde ulusal itibar da aynı önemi taşımaktadır. Bir güç kaynağı olan ulusal itibar yönetimi, dış politika ve kamu diplomasisinin önemli bir parçasıdır. Bir ulusun kültür, siyaset ve ahlak yapılarının diğer uluslar üzerindeki etkisi ile ilgili olan ulusal itibar, “yumuşak güç” olarak uluslararası ilişkilerde askeri ve ekonomik kaynaklar kadar önemlidir. Yumuşak güç, ülkenin kültür ve siyasal idealleri ve politikalarının çekim kabiliyetinden gelir (Wang, 2006:91-96). Yumuşak gücün, farklı halklar, kültürler için farklı iletişim stratejileriyle başarıya ulaşması muhtemeldir.

Jervis'in belirttiği gibi arzu edilen imaj ve itibar, askeri ya da ekonomik güçten daha müthiş bir silah olabilir. Ulusal itibar, ülkenin küresel alanda kendisini göstermesini ifade eder. Bir ulusun güvenilir maddi varlığı, ülkenin uluslararası siyasi hedeflerini başarılmasında işbirliğine girmesini ve birliklere dahil olmasını etkileyebilir, yabancı yatırımları cezpt edebilir ya da turizme katkısını artırabilir.

Ulusal itibar yönetimi, ulusal imaj tasarlamaktan öte, dış kamularla karşılıklı anlayışı müzakere etmektir. Bugünün dünyasında tek güçle itibarların inşası mümkün değildir. Toplumların ve çeşitli kamuların varlıklarının da hissedildiği güçler, fiziki güçleri daha anlamlı kılmaktadır (Wang, 2006:91-96).

Kamu diplomasisi kapsamında itibar yönetimini değerlendirdiğimizde; ulusal itibarın yönetimi ülke kapsamında kurumsallaşmayı gerektirir. İtibar yönetiminin kurumsallaşması, bir ülkenin farklı ülkeler nezdinde imajının araştırılması ve ölçümlenmesi için hükümete bağlı çeşitli organizasyonların, departmanların kurulması; yurtdışında politik ve ekonomik alanların güçlendirilmesi için iletişim politika, strateji ve taktiklerinin geliştirilmesi; ve konuyla ilgili çeşitli organizasyonların koordinasyonunun sağlanması anlamına gelmektedir (Szondi, 2009: 295).

Szondi, ulusal itibarın yönetiminin kurumsallaşmasına Demir Perdenin yıkılmasıyla ülkelerini şekillendirmeye ve uluslararası arenada yeniden var etmeye çalışan eski Doğu Avrupa ülkelerini örnek vermektedir. Doğu Bloku'nun yıkılmasının ardından Polonya'yı yeniden yükselmek için Polonya Ekonomi Bakanlığı, Dışişleri İşleri Bakanlığı ve Kültür Bakanlığı'nın yanı sıra, Polonya Ticaret Odası, Polonya Marka Enstitüsü, Polonya Enstitüsü ve Mickiewicz Enstitüsü bir araya gelmiş ve ortak çalışma yürütme kararı almışlardır. Macaristan Hükümeti 1998 yılında, yurtdışında Macaristan'ın itibarının gelişimine yönelik çalışmaları yürütmek amacıyla Macaristan Ülke İmaj Merkezi (Hungary's Country Image Centre) kurmuştur. Letonya'nın tarihsel, kültürel ve toplumsal özelliklerinin dünyaya anlatılması amacıyla 1998'de Letonya hükümeti tarafından Letonya Enstitüsü kurulmuştur. Çek Cumhuriyeti'nin ülke dışında pozitif adı ve imajının yerleştirilmesi için de Çek Merkezi (The Czech Centres) oluşturulmuştur. Öte yanda bölgede Polonya, 2000 yılında dışişleri bakanlığı bünyesinde kamu diplomasisi departmanı kuran ilk ülke olmuştur. (Szondi, 2009: 295-296)

Kamu diplomasisi, uluslararası kamuoyuna sadece siyasal ve ekonomik amaçları savunmak ve ilerletmekle yetinmez; milletler ve kültürler arasında daha iyi bir iletişimi inşa eder. Kamu diplomasisi ilişkiler kurma, uluslar ve insanlar arasında karşılıklı anlayışı müzakere etme süreci olarak, hedef kitlelerle sadece rasyonel

düzeyde değil, duygusal düzeyde de karşılıklı anlayışı geliştirmeyi gerektirmektedir (Wang, 2006:91).

Kamu diplomasisi üç söylem üzerine oturtulabilir: Birincisi kamu diplomasisi, dış politika üretiminin bir parçasıdır ve ilişki-temelli olmakla birlikte, politika odaklıdır. İkincisi, dış politika üretimine bağlı olarak, ulusal hükümet kamu diplomasisi yapısından ve sürecinden ayrılmaz. Ulusal hükümetler, kamu diplomasisinde destekleyici ve iletişimci rolünü oynamaktadır. Üçüncüsü, kamu diplomasisinde kitle iletişim araçlarının işlevleri çok yoğun hissedilmektedir (Wang, 2006:91-96). Devletlerin uluslararası politika ve ilişkilerinde stratejik bir araç olan kamu diplomasisi tıpkı halkla ilişkiler gibi iletişim zemininde hareket etmek zorundadır. Her iki çalışma alanının faaliyetlerinin yürütülebilmesi ve hedef kitlelere aktarılması için *stratejik iletişim* anahtar rol oynamaktadır.

Bilgiyi iletmek ve olumlu imaj yaratmakla yükümlü kamu diplomasisi ayrıca devlet politikalarının devamlılığı için uzun süreli ilişkiler inşa etmek durumundadır. İlişkilerin inşası ve sürekliliği de iletişim stratejilerini daha önemli hale getirmektedir. Stratejik iletişim ilişki inşa etmekten farklıdır. Stratejik iletişim daha çok politik kampanyalara benzeyen faaliyetler bütünüdür. Spesifik ve özel mesajların belirlenmesi, bu mesajların benimsetilip pekiştirilmesi için seri faaliyetler gerçekleştirilmesi stratejik iletişim faaliyetleri dahilindedir (Demir, 2012: 52-55).

Stratejik iletişim yönetimi, karmaşıkleşan kitle iletişim sürecinin şifrelerini çözecek bir rol üstlenir. Reaktif değil, proaktif davranmayı yani sorunlar oluştuktan sonra çözüm aramak yerine, sorun oluşturacak zayıf noktaları belirleyip buraları güçlendirerek, sorunları kaynağında çözmeyi hedefler. Stratejik iletişimde, kalıcı ve başarılı bir sonuç için uzun soluklu çalışmalar yapmak esastır. Stratejik İletişim Yönetimi, iç ve dış kamuoyuna yönelik mesajların etkinliğini ölçmekte, algılanma oranlarını belirlemekte, eğer yanlış anlaşılan ya da yeterli etkiyi bırakmayan söylemler varsa, bunları anında değiştirerek yanlış bir algılama içine düşülmesini önlemektedir. Zaten devlet yönetiminde de en çok uzun vadeli ve kalıcı çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır (Özkan, 2012).

Bir ülkenin itibar yönetimi dahilinde stratejik iletişim yürütülmesi kadar o *ülkeninkendisinin* ve bir *şehrinin/yerinin/bölgesinin markalaşması* da iki önemli konudur. Pazarlama açısından değerlendirildiğinde, markalaşmış ürünlerin pazar

değeri fazla olduğu gibi, marka oldukları için müşteri gözünde de satın almaya değer görülmektedir. Ürün fabrikada üretilirken, marka zihinde üretilir. Bu da marka ile ürünü ayırmaktadır.

Pazarlama ve markalaşma yaklaşımları 1990’lardan sonra devletlerin uluslararası iletişimlerine de nüfuz etmeye başlamıştır. Yer/şehir markalaşması turizmi güçlendirip, turistleri etkilerken, ülkenin markalaşması o ülke için güçlü ve olumlu bir ülke imajı demektir (Szondi, 2009: 301) Ülkenin markalaşması aynı zamanda ülkeye giren-çıkan ürünlerin, hizmetlerin kalitesini artırdığı gibi ithalat-ihracat oranlarını, dış yatırımları, ticari merkez olma gibi durumları da olumlu yönde etkilemektedir.

Günümüz markaları; tüketicisi/kullanıcısı adına ne kadar değer üretebiliyorsa, rakipleri karşısında ne kadar farkındalık ve farklılık yaratabiliyorlarsa imaj ve itibar katsayılarına o derece artı katmaktadırlar. Ülkeler de aynı şekilde yöneticileri, yönetim anlayışları, maddi ve manevi varlıklarıyla değer oluşturma, farklılıklarıyla öne çıkma kaygısıyla hareket etmelidirler. Bireylerin, kurumların kimlikleri ve itibarları; nasıl görsel biçimleri, felsefeleri, davranışları, kültürleri, iletişim biçimleri ile şekilleniyorsa benzer şekilde ülkelerin de kimlikleri ve itibarları dünya üzerindeki konumları, siyasi-ekonomik politikaları, kültürleri, tarihleri, dilleri ile anlam kazanmaktadır.

Ülkelerin imajları, itibarları ve markalaşma arasında çok yakın bir ilişki vardır. Güçlü itibarlar aynı zamanda güçlü markalar yaratılmasına imkan sağlar. Markanın arkasındaki itibarlı kurum/ülke, markanın kolayca hedef kitleler karşısında kabullenilmesine, beğenilmesine olanak sağlar.

Ülke ve/veya şehir imajlarının değiştirilmesi çok zordur. Bunun en büyük sebebi bu imajların güçlü olmasıdır. Anholt’a göre, ulusal itibar inşa edilemez ancak kazanılabilir. Böyle güçlü ve köklü bir kavramın pazarlama iletişimi çalışmalarıyla değiştirilebileceğini düşünmek ise büyük bir yanılgıdır (Demir, 2012: 48).

Ülkeler kendileri hakkında olumlu imaj yerleştirebilmek, olumsuzları olumluya çevirebilmek için pazarlama iletişimi de dahil birçok yönetime başvurmaktadırlar. Örneğin, Polonya Başbakanı Lach Kaczynski ülkesi adına 2007 yılında “Polonya’nın uluslararası profilini ve imajını yükseltmek” amacıyla hazırlanan yüksek profilli bir reklam kampanyasında rol almıştır. Ulusal itibar yönetimini kavramlaştırmada, ülke

markalaştırma ve kamu diplomasisi birbirinin yerine geçmekten çok birbirini tamamlaması gereken unsurlardır (Szondi, 2009: 298). Anholt'a göre eğer bir ülke kendi algısını ve itibarını yönetmezse, başkaları tarafından yönetilir hale gelmektedir (2008).

Halkla ilişkiler yönetimi ve kamu diplomasisinin kesiştiği alanlardan biri de *uluslararası siyasal pazarlama*dır. Sun'a göre siyasal pazarlama 3 boyutta incelenebilir. Bunlar; siyasal pazarlamanın temelini oluşturan seçim zamanlarında yaşanan siyasal pazarlama faaliyetleri, yönetim aracı olarak kısa süreli gerçekleştirilen pazarlama faaliyetleri ve uluslararası siyasal pazarlama çalışmalarıdır. Buradaki uluslararası siyasal pazarlama ise temelde, kamu diplomasisi faaliyetleri, ulusların pazarlanması konsepti ve uluslararası siyasal iletişim olarak 3 sahada ele alınabilir. Bu yaklaşıma göre kamu diplomasisi hem bir uluslararası siyasal pazarlama aracı hem de halkla ilişkiler bakımından kamuoyunu şekillendirici bir etmendir (İnan, 2012: 66).

Yerleşmiş ve katılmış algıları değiştirmek, tersine çevirmek görüldüğü kadar kolay değildir. Özellikle ulusların, ülkelerin dış toplumlar nezdindeki algılarını değiştirmek daha uzun soluklu, komplike ve istikrarlı bir oluşumu gerektirmektedir. Devlet ve devlete bağlı organizasyonlar ve sivil toplumun alınan ortak kararlar doğrultusunda entegre çalışması, bütünsel bir algı değişimi yaratabilir ve ulusal itibarı şekillendirebilir.

1.2. Halkla İlişkilerin Uluslararası Boyutu

Uluslararası ilişkiler ve halkla ilişkiler birçok ortak zemini paylaşmaktadır. Halkla ilişkiler birimi, bir kurumun itibarının yapılandırılması, korunması amacıyla hedef kitleleriyle karşılıklı anlayış zemininde bir iletişim ortamı sağlamak üzere yapılan çalışmaları içermektedir. Bu kapsamda da kurumsal kimlik öğelerinin yerleşimi, medya ile ilişkiler, algı yönetimi, stratejik iletişim gibi bir dizi fonksiyonu yerine getirir. Amaç, iç ve dış tüm hedef kitleleri etkilemek ve onlarda kurum lehine bir algı, tutum ve dolayısıyla davranış değişikliği yaratmaktır. Devletler de tıpkı kurumlar gibi hedeflerindeki kitleleri, halkları biraz daha kapsamlı olarak siyasi, ekonomik, askeri, sosyal, kültürel alanda benzer yöntemlerle etkilemeye çalışırlar.

20. yy demokratikleşmenin ve bilimin en hızlı geliştiği çağ olmuştur. Ekonominin genişlemesi, ekonomik birliklerin, blokların kurulması ulus ötesi ticaret ve iletişimin gelişimiyle sonuçlanmıştır. Yeni iletişim teknolojileri, gelişen ticari ağlar, küresel çapta büyüyen şirketler, ticari kuruluşlar, ulus ötesi pazarlar dolayısıyla ulus ötesi halklarla ilişkiler çalışmalarını da beraberinde getirmek zorunda bırakmıştır (Sriramesh ve Vercic, 2008: 2).

Ulus ötesi pazarlara istinaden küresel halkla ilişkiler ajanslarının etkinliği ve iş hacimleri de genişlemektedir. 2006 yılında yaptıkları bir araştırmaya göre Sriramesh ve Vercic (2007), ortalama yılda %8,5 büyüme gösteren, yaklaşık 50 binden fazla kişi istihdam eden, 2006'da 7 milyar dolarlık iş hacmine sahip küresel halkla ilişkiler ajanslarının dolayısıyla geniş çaplı faaliyetlerin küreselleşme olgusuyla paralel büyüdüğünü ifade etmektedirler.

Uluslararası halkla ilişkiler faaliyetleri; coğrafi, dilsel, kültürel olarak farklı toplumlara yapılan faaliyetlerdir. Uluslararası halkla ilişkiler diğer tüm halkla ilişkiler alanları içinde yönetimi en zor olandır. Ayrıca diğer halkla ilişkiler alanlarından daha kompleks, daha riskli ve sonuçları tahmin edilemezdir (Wakefield, 2008: 142).

Bireyler, kurumlar ve devletler arasındaki ilişkinin çapı hızlıca genişlemektedir. Günümüzün ve yarının halkla ilişkiler profesyonelleri de iletişimin mikro ve makro düzeydeki etkilerine karşı pozisyon alıp hazırlanmak zorundadır. Her bir insan her olaya farklı pencerelerden bakar. Bu da farklı köklerinden kaynaklanmaktadır. Kültürel farklılıklar insanların ilişkilerinin ve iletişimlerinin şekillerini ve süreçlerinin de farklılığını getirir. Halkla ilişkiler de bu farklılıkların etkilediği iletişime bağlı bir disiplindir. Örneğin; Batılı kültür daha bireysel etkinliklere dayanırken, Asya tarihi daha fazla entegrasyon ve ortak çalışmaya dayanmaktadır. Böyle bir bilgiye sahip olmak halkla ilişkilerin nasıl işine yarar sorusunun cevabı ise oldukça basittir. Bunca ulusal ve kültürel farklılığın bilinmesi her türlü çalışmanın başarısının anahtarı olacaktır (Freitag ve Stokes, 2009: 4-8).

Signitzer ve Wamser'e göre de politik ilişkiler artık ulusal hükümetlerin dışında farklı aktörleri dahil olduğu bir ortamda gelişmektedir. Devlet-devlet diplomasisinin kabuk değiştirdiği günümüzde halkla ilişkiler ve uluslararası ilişkilerin benzerlikleri de artmaktadır (2009: 382).

Sınırlılık, meşruluk, güvenilirlik ve metodoloji uluslararası ilişkiler ve halkla ilişkilerin ortak noktaları arasındadır. Her ikisi de entelektüel akımlara tepki olarak ortaya çıkmıştır. Her iki alanın uygulayıcıları da çalışmalarının ve kararlarının bilimsel temelli, özgür ve değerli olduğuna inanmakta ve ayrı ayrı alanlarda pozitivist ve araçsalıcı düşünciyi savunan akademisyenlerin benzer inançlarıyla desteklenmektedirler (L'Etang, 2002: 65).

Halkla ilişkiler profesyonelleri her geçen gün daha fazla uluslararası ve kültürlerarası çevrelere dahil olmaktadır. Uluslararası halkla ilişkiler sadece çok uluslu şirketlerle sınırlı değildir, kamu diplomasisi ve siyasal ilişkiler bağlamında da değerlendirilmelidir. Uluslararası halkla ilişkiler, aynı zamanda uluslararası organizasyonlar, hükümetler arası ilişkiler, çok uluslu ve küresel şirketler ve farklı ülkelerin halkları arasındaki ilişkileri de kapsamaktadır.

Devletler arasındaki ilişkilerin çok boyutlu olduğu günümüzde Kunczik ulus devletlerin, uluslararası sosyal, ekonomik konulardaki organizasyonların (Dünya Bankası, Greenpeace vb.), uluslararası siyasi kuruluşların (NATO, BM vb.) ya da çokuluslu kuruluşların yaptığı uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerinin arasındaki farkı ortaya koymanın neredeyse imkansız olduğunu dile getirmektedir. Çünkü aynı halkla ilişkiler ajansı kimi zaman bir hükümet ve çok uluslu bir şirkete aynı anda hizmet verebilmektedir (Kunczik, 2008: 406).

Demokrasinin gelişimi, teknolojinin genişlemesi, kurumların büyümesi, yeni sektörlerin ve iş alanlarının ortaya çıkması, kamuların daha bilinçli, eğitilmiş hale gelmesi, iletişim teknolojisinin gelişimi gibi nedenler halkla ilişkilerin alanını ve fonksiyonlarını da genişletmektedir. Uluslararası halkla ilişkilerin temelde dört fonksiyonu bulunmaktadır: *Ulusal kimlik ve tanıtım, kurumsal itibar yönetimi, kriz iletişimi ve lokal iletişim*. Halkla ilişkiler bulunduğu ülkeye göre farklı öğelerden beslenmektedir. Örneğin; Amerikan halkla ilişkilerinin kökleri demokrasi ve kapitalizme dayanırken, Asya'da halkla ilişkiler Doğu teolojisi ve hiyerarşik ilişkilerden beslenmektedir. Örneğin Tayland'da sosyal statüler halkla ilişkiler uygulamalarının şekillendirici unsurdur (Freitag ve Stokes, 2009: 22-89-97).

Freitag ve Stokes'un altını çizdikleri bu fonksiyonlardan yola çıkarak diyebiliriz ki; ülkelerini yatırım, turizm vb açıdan daha ilgi çekici hale getirmek için bugün pek çok ülke kültürel, politik, eğitimsel, turistik kampanyalarla stratejik iletişim yoluyla

diğer ülkelerin dikkatini çekmeye çalışmaktadır. Halkla ilişkiler uluslararası itibarın oluşturulması ve korunması için kurumsal stratejilerin çizilmesi, misyonun belirlenmesi, hikayelerin yaratılması konusunda kritik roldedir. Öte yandan çeşitli ürün ve hizmetlerin küreselleştiği dünyamızda halkla ilişkiler devlet sınırlarını aşan bu ürün ve hizmetlerde yaşanan kriz durumlarında da ülkelerin davranışsal, bilişsel ve kültürel yapılarına göre tedbirler alıp çözüm önerileri sunmak durumundadır. Küresel düşünüp yerel davranma stratejisi çerçevesinde uluslararası halkla ilişkiler çalışmaları hedef kitleleriyle ilişki içine girebilmek için de lokal davranmak zorundadır.

Vercic, Grunig ve Grunig (1995) mükemmellik teorisine dayanarak uluslararası halkla ilişkiler için 10 temel prensip belirlenmiştir. Bu prensipler şöyledir (Vercic, 2008: 482):

1. Halkla ilişkiler stratejik yönetimin içindedir.
2. Halkla ilişkiler baskın koalisyondan veya yönetici kadroya rapor verme ilişkisinden güç alır.
3. Halkla ilişkiler fonksiyonu entegredir, Halkla ilişkiler departmanları, tüm departmanları koordine etme mekanizmasına sahiptir.
4. Halkla ilişkiler diğer fonksiyonlardan farklı bir yönetim fonksiyonudur.
5. Halkla ilişkiler departmanlarının başında teknisyenler değil, yönetici vardır.
6. Halkla ilişkilerin iki yönlü simetrik modeli kullanılır.
7. İç iletişimde simetrik sistem kullanılır.
8. Yönetici rolü ve simetrik halkla ilişkiler için bilgi potansiyeline sahiptir.
9. Tüm roller çeşitlilik içerir; cinsiyet, ırk, etnik köken, kültürel yapı gibi.
10. Mükemmellik için kurumsal bir ortam vardır.

Bu prensiplerin uygulaması Slovenya’da gerçekleştirilmiş ve genel modelin geçerliliği kanıtlanmıştır. Rhee’nin (2002) Güney Kore’de bu prensiplerin uygulanmasında benzer sonuçlara ulaşmıştır.

Kunczik uluslararası halkla ilişkilere yapısal olarak yaklaşırken, birçok ülkenin dış işleriyle haberleri seçerek belli kriterler doğrultusunda hazırlandığını ve yayınlandığını belirtmektedir. Her gün haberler aracılığıyla sunulan dünya, küresel gerçeklerden çok uzaktır. Dünya genelinde haberlerin dağıtımının APTV, Reuters, WTN gibi haber kuruluşlarının elinde olması nedeniyle haberlerin genel akışları ve

yapıları değişmemektedir. Bu yapılar içinde devletler de belli coğrafyalarda ekonomik ve siyasi çıkarları için olumlu bir imaj sergilemek durumundadırlar. Tanım gereği devletler için halkla ilişkiler, daima ilgi bağlı iletişimdir. Devletler için halkla ilişkiler faaliyetleri öncelikle yapısal iletişim açıklarını telafi etmektedir. Yapısal uluslararası halkla ilişkiler kitle iletişim tarafından yaratılan yanlış imajın düzeltilmesine yardımcı olur (Kunczik, 2008: 410-411).

Diğer yandan manipülatif halkla ilişkilerle ise yalan ve yanlış bilgilendirmelerle, çoğunlukla gerçekleri yansıtmayan olumlu bir imaj yaratılmaya çalışılır. Kunczik, buna KGB'nin AIDS kampanyasını, Reagan yönetiminin Muammer Kaddafi'ye karşı yürüttüğü dezenformasyon kampanyasını örnek vermektedir. Bizim dünyayı gerçek veya kurgusal algılamamız günlük yaşantımızda büyük rol tutmaz. Uluslararası sistemde imajlar lokalize edilir ve uluslararası karar vericiler tarafından taşınır. Soğuk Savaş döneminde Sovyetler Birliği, Amerika tarafından 'kötülükler imparatorluğu' olarak tanıtılmıştır (Kunczik, 2008: 413)

İmaj sadece şu anki düşünceyi değil, aynı zamanda geçmişi ve gelecekteki beklentileri de içermektedir. Dolayısıyla yıllar içinde oluşan ya da oluşturulan imajların, algıların değişimi de zaman, sermaye, para ve strateji gerektirmektedir. Uluslararası halkla ilişkilerin temel amacı bir ülke hakkında olumlu bir imaj üretmekse bu değişimin başlangıcı da siyasi, ekonomik, sosyal alanda *güvende* yatmaktadır.

Kamu güveni (Public trust) halkla ilişkilerdeki temel bir prensip olarak, her seviyedeki iletişimde ön plana çıkması gereken bir husustur. Gerek bir organizasyondaki tek bir çalışan ile müşteri arasındaki iletişimde, gerekse organizasyonun bir bütün olarak halkla olan iletişimde, "güven" tesis edilmesi ve sürdürülmesi gereken önemli bir faktördür (Kent ve Taylor, 2007:15). Halka ilişkilerde güven, tek taraflı bir ihtiyaç ve bağımlılıktan kaynaklanmaz. Hem organizasyon hem de toplumun ihtiyacı olan bir unsur olarak karşımıza çıkar. Güven temeline dayalı ilişkiler, karşılıklı bağımlılık ve bu karşılıklı bağımlılıkla erişilecek ortak amaçlara ulaşılabilmeyi sağlar (Broom, Casey ve Ritchey, 1997: 95).

Özellikle yeni kurulan ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmasında da güvene dayalı bir halkla ilişkilerin tesis edilmesi önemli bir husustur (Kent ve Taylor, 2007: 15). Araştırma ve değerlendirmede, mesajların ve programların

hazırlanmasında, planların uygulanmasında halkla ilişkilerin her adımında dürüst davranmak uzun soluklu itibarın temelini oluşturur. Dürüstlüğü onurlu çalışma, doğruluk ve güvenilirlik olarak da ayırabiliriz. Bu değerlerin, kültür içerisinde kendini gösterdiği dikkate alınır, halkla ilişkilerin yerleştirilmesi ve geliştirilmesinde kültürün etkisi daha iyi anlaşılabilecektir. Ayrıca halkla ilişkilerde güvenin (public trust) kazanılabilmesinde kültürün yanı sıra kurumun, ülkenin kendisini hedef kitlelerine anlatması, sürekli ilişki halinde tutabilecek etkinlikler geliştirmesi ve medya ile ilişkilerin geliştirilmesi de önemli hususlardır.

Kunczik'e göre, güven çerçevesinde uluslararası en iyi imaj yaratımı; insan haklarına riayet, demokrasinin ülkeye yerleştirilmesi ve özgür basınla mümkündür (2008: 421). Ancak şu da bir gerçek ki özellikle demokrasinin olmadığı ülkelerde ne şekilde gelişirse gelişsin sadece halkla ilişkiler ya da kamu diplomasisi çalışmalarının başarılı olmayacağı aşîkardır.

Gittikçe rolleri daha kompleks hale gelen halkla ilişkiler uzmanları Wakefield (2001)'a göre müşterisinin itibarını korumanın yanı sıra yansıttığı mesajlar konusunda da tutarlı ve güvenilir olmalıdır. L'Etang (2003)'a göre de günümüzde işletmelerin sorumlulukları artarken halkla ilişkiler kendisini gittikçe "etik gardiyani" olarak bulmaktadır (aktaran Lieber ve Higgins, 2010: 366).

L'Etang'ın (2003) deyiminden anlaşıldığı üzere, hizmet verilen kurum, kuruluş ya da ülkelerin yapmış oldukları sosyal, ekonomik, etik dışı davranışların kontrolü, takibi, tamiri halkla ilişkileri zorlayan görevlerdir. Yani halkla ilişkiler hizmet verdikleri örgütlerin imaj ve itibarlarını yönetirken bu sürecin işleyebilmesi için onların etik ve güven davranışlarını da yönetmek ve kontrol etmek durumundadır.

Uluslararası halkla ilişkiler farklı örgüt yapılarına hizmet vermektedir. Ülke tanıtımlarının yanı sıra, çokuluslu şirketler, ulusaşırı şirketler, uluslararası yada uluslar üstü devlet bağlantılı ya da devlet bağlantılı olmayan baskı grupları, sivil toplum örgütleri gibi genişleyen çalışma alanı nedeniyle bu küresel yapılara uyum sağlayabilmesi için küresel stratejik düşünmek durumundadır.

Molleda ve Laskin özellikle uluslar üstü şirketlerde yerel ve küresel etki başarısının halkla ilişkilerin koordinasyon ve kontrolü ile mümkün olduğunu belirtmektedirler. Yazarlara göre; iletişimin yerel ve küresel etkisi, kamuoyunun artan gücü ve demokrasi, hem halkla ilişkiler uygulayıcılarına hem de uluslararası

organizasyonlara bu güçler arasında denge kurma fırsatı vermektedir. Ancak pazarların büyüklüğü, rekabet, ürün ve hizmetlerin doğası, kontrol edilmeyen yabancı hissedarlar, ev sahibi ülkelerin mevzuatları, çoklu karar verme mekanizmaları, çeşitli kriz durumları gibi bağlamsal faktörler ve farklılıklar nedeniyle halkla ilişkilerin kontrol ve koordinasyon görevini karmaşıklştırmakta ve zorlaştırmaktadır (2010: 319).

Kontrol ve koordinasyon, çokuluslu organizasyonların entegrasyon sürecinin iki ana elementi ve uluslararası strateji yönetiminin önemli parçasıdır. Ana merkez ve farklı bölge ve ülkelerde konuşlanmış temsilcilikler arasında entegrasyonun sağlanmasında halkla ilişkilere önemli rol düşmektedir. Örneğin; temsilciliklerin büyüklüğü, yerleşimi, teknolojisi, finansal performansı, içinde bulunduğu ülkenin yapısı kontrol ve koordinasyon düzeyini doğrudan etkilemektedir (Molleda ve Laskin, 2010: 321-323).

Günümüzün rekabetçi dünyası bilgi paylaşımında ve sorun çözümünde; işbirliğini, destek programlarını, kaynak paylaşımını ve kolektif hareket etmeyi gerektirmektedir.

Küresel çapta faaliyet gösteren işletmeler ve temsilcilikleri arasında daha etkili ilişki, daha yüksek koordinasyon düzeyi, daha düşük çatışma düzeyi ve daha iyi personel entegrasyon mekanizmasının işleyişine bağlıdır. Halkla ilişkilerin küresel entegrasyonu; uluslar üstü organizasyonlara bütünsel bir konuşmaya, ulusal sınırlar boyunca entegre bir sese, kurumsal misyonların, hedeflerin, değerlerin, iletişim temalarının paylaşılmasına izin verir. Ayrıca farklı ülkelerde farklı yapılanma ve mücadeleler sunacağı için bu organizasyonlar yerel çevrelere uyum gösterecek halkla ilişkiler programları geliştirebilirler (Molleda ve Laskin, 2010: 330).

Lim'e göre de halkla ilişkiler profesyonelleri küreselleşen şirketlere paralel olarak programlarını küreselden yerele, yerelden küresele entegrasyonunu gerçekleştirmekle yükümlüdür. Lim dünya endüstrisinin %40'ını elinde bulunduran çokuluslu şirketlerde halkla ilişkiler stratejilerinin entegrasyonunun amacının; "merkez ofis ve temsilcilikler arasındaki uyumlu iletişimi sağlayan uluslararası halkla ilişkiler programlarının dikkatlice koordinasyonu ve stratejik kontrolünün gerçekleştirilmesi olarak" (2010: 302-313) açıklamaktadır. Çokuluslu şirketlerde sadece örgütsel misyon, hedef ve amaçlar paylaşılmaz aynı zamanda kurumsal

kimlik ve değerlerin de tek bir sesle yansıtılması için halkla ilişkiler programları düzenlenir. Ancak küreselleşme olgusu tam bir standardizasyona izin vermemektedir. Dış dünya ile rekabet için yerel düzeyde hazırlanacak programlarla yerel halka ulaşma şansı daha yüksektir. Uluslararası halkla ilişkiler stratejileri, yerel sorumluluklar gereği yerel halklar ve yerel firmalar düzeyinde, o ülkenin yasal sınırlamaları, ekonomik, siyasi yapısı ve kültürel değerleri dikkate alınarak geliştirilmesidir.

1.2.1. Uluslararası Halkla İlişkilerin Aktörleri

Çok kutuplu bir dünya anlayışı; çoklu politika, çoklu katılım, çok kültürlülük gibi kavramları da beraberinde getirmektedir. Aynı güçte olmasalar bile uluslararası ortamda birçok farklı ülkenin farklı seslerini duymak, farklı dokularını görmek mümkün. Şu an içinde yaşadığımız dünyada sadece devlet yöneticilerinin başrol oynadığı bir uluslararası sahneden bahsetmek çok da doğru olmaz. Devletlerin yanı sıra farklı güç ve fonksiyonlara sahip bir dizi aktör de bu sahnenin şekillenmesinde ve devamında önemli roller üstlenmektedir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin gerçekleşmesi için bir kurum, örgüt, devlet gibi bir yapılanma olması gerekir. Bu yapılanmalar aynı zamanda ilişki sürecini yürüten aktörlerdir. Uluslararası ilişkileri şekillendiren aktörler aynı zamanda uluslararası halkla ilişkileri de yönlendirmektedir.

Bal, Sütçü ve Silinir'e göre birbirini etkileyen, yönlendiren ve politikaları uluslararası seviyede etkileyen birimlere "aktör" denilebilir. Uluslararası siyasetin en önemli aktörü de *devletlerdir* (2008: 23-26). Arı'nın ifadesiyle, geleneksel yaklaşıma göre ulusal devlet, uluslararası politikanın temel aktörüdür ve uluslararası politikadan devletler arasında resmi organlar aracılığıyla yürütülen siyasal ilişkiler anlaşılmaktadır. Bu bakış açısına göre, uluslararası politika, devletler arasında gerçekleşen bir siyasal faaliyettir. Uluslararası hukukun muhatabı devletler olduğu gibi uluslararası politikanın da muhatabı ve öğeleri devletlerdir. Bu bağlamda devlet uluslararası politikanın tek aktörü olarak kendi gücü ve amaçları doğrultusunda bir takım eylemlerde bulunmaktadır (Arı, 2011: 69).

Devletten devlete değişkenlik ve çeşitlilik gösterse de devletlerin dış dünyaya yönelik politikaları genellikle; devletin varlığını koruma ve savunma, güvenliğini sağlama, ulusal gücünü arttırma, ulusal prestij sağlama, ideoloji ve gücün korunması ve güçlendirilmesidir. Morgentahau'ya göre devletler; prestij politikası, statüko politikası ve yayılma (emperyalizm) politikası şeklinde üç tür dış politika stratejisi izleyebilirler. İlki devletin sahip olduğu gücü göstermek için yaptığı girişimleri, ikincisi sahip olduğu gücü sürdürmek için yaptığı girişimleri, üçüncüsü ise sahip olduğu gücü arttırmak için yaptığı girişimleri ifade etmektedir (Kenar ve Örnek, 2008: 153).

Morgentahau'nın ayırımına göre, devletin temel dış politikaları arasında sayılan prestij politikası, halkla ilişkilerin temel görevi olan itibar ve imaj yönetimi ile paraleldir. Bu noktada uluslararası ilişkiler ve uluslararası halkla ilişkiler ortak amaçlara hizmet ettiğinden en önemli aktör olan devletin, politikalarının ve ulusunun dış dünyaya yansımından sorumludurlar denilebilir.

Devletin dışında devletin yönetim kadrolarını oluşturan *hükümetler* ve onların aldığı kararlar, izlediğı politikalar da uluslararası alanda etki yaratmaktadır. Demokratik ülkelerde belli aralıklarla yapılan seçimlerde çoğunluğu kazanan tek parti ya da çoğunluğun olmadığı durumlarda hükümeti oluşturacak partilerin bir araya gelmesi ile oluşan koalisyon hükümetleri ile oluşan *hükümetler* yani siyasal iktidarlar, ülkeleri yönetirler (Aziz, 2007: 23). Ülkeleri yöneten ve dönemsel değişen bu siyasal iktidarlar, izlediğı politikalar ve ideolojilerle uluslararası süreçleri etkileyip, değiştirebilirler.

2. Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan gelişmeler ulusların birbiriyle ve kendi içlerinde olan ilişkilerinin niteliğini ve boyutunu değiştirmiştir. Uluslararası ilişkilerde meydana gelen yapısal değişiklikler, ülkeler arasında artan karşılıklı bağımlılık, endüstriyel gelişmelerin devletleri müdahale edilir hale getirmesi, ulaşım ve haberleşme alanında yaşanan gelişmeler, küreselleşmenin yaygınlaşması, silah sanayinin ve savaş stratejilerinin gelişimiyle süper devletlerin bile saldırıya açık hale gelmesi ile artık iç içe geçmiş bir dünyada devletlerin mutlak egemenliğinden bahsetmek mümkün değildir (Bal, Sütçü ve Silinir, 2008: 27-31).

Yaşanan gelişmeler karşısında devletlerarası ya da devletlerin dışında yeni örgütlenmelerin oluşumu engellenemez bir seyir izlemektedir. Teknoloji, ulaşım,

iletişim, turizm, seyahat, ekonomi, kültür alanlarında çalışmaların artmasıyla hükümetlerin kontrolleri dışında birçok faaliyet gerçekleşmektedir. okuluslu şirketler, baskı grupları, hükümetlerin temsil edildiği örgütler ve doğrudan temsil edilmediği örgütler, ticari birlikler hatta bireylerin bile etkilediği bir uluslararası ilişkiler sürecinden bahsetmek durumundayız.

Birçok bilim adamı karşı ıkrsa da uluslararası alanda kararlar alan veya uygulayan yani sürece katılan *bireylerin* uluslararası ilişkileri, faaliyetleri etkileme gücüne sahip olduğu inkar edilemez. Özellikle de devleti yöneten liderler, ülkelerinin çoğu kez dışarıya açılan yüzleri konumunda oldukları için onların her türlü davranış ve tutumları kimi zaman ülkelerini barış ya da savaş eşiğine getirme gücünde olabildiği gibi ülke imajlarına da damga vurabilmektedirler.

Arı'nın aktardığı gibi örneğin; 1974 sonrası süreçte başlayan Mısır ile İsrail yakınlաması sürecinde Kissenger'in rolü ve 1978'de Camp David Anlaşması ile sonuçlanan Başkan Carter'ın kişisel başarısı önemli olmuştur. Hitler ve Mussolini ve yakın geçmişte Saddam'ın dünya politikasını belirleyen tutumları ve ülkelerini felakete sürüklemeleri bireyin önemini göstermektedir (Arı, 2001:72).

30 Ocak 2009 tarihinde İsviçre'nin Davos kasabasında toplanan Dünya Ekonomik Forumu sırasında İsrail Devlet Başkanı şimon Perez ile Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın katıldığı Gazze konulu panelde tüm dünyanın gözleri önünde sert bir tartışma yaşanmıştı. Başbakan Erdoğan İsrail'i ağır eleştirince Peres sert yanıt vermiş, Erdoğan, daha sonra eleştirileri yanıtlarken sözlerini kesen moderatre 'one minute' diyerek kızıp salonu terk etmişti. Uluslararası diplomatik ilişkilerde "one minute" krizi olarak tarihe geçse de Ortadoğu Arap dünyasında Başbakan Erdoğan'a karşı oldukça olumlu tepkiler gelişmişti. Görüldüğü üzere ülkelerinde söz sahibi olan kişiler, bireysel özellikleri ya da girişimleriyle de uluslararası süreci değiştirebilmektedirler.

Uluslararası ilişkiler sürecini belirleyen, dolayısıyla halkla ilişkiler faaliyetlerinin gerçekleşmesi için ortam sağlayan bir diğer aktörler de *hükümet dışı ulusal örgütlerdir*.

Hükümeti temsil etmeyen ulusal nitelikli aktörler genel olarak, hkmetsel olmayan organizasyonlar (Non-governmental Organizations- NGO) olarak bilinen ve hükümet mekanizması dışında yer alan sivil toplum örgütleri veya çıkar gruplarıdır.

Bunlar ya lobi yaparak ya da dolaylı olarak kamuoyunu harekete geçirerek dış politikayı etkilemeye çalışırlar. Genel olarak baskı grubu kavramı ile ifade edilen, ortak bir çıkar etrafında toplanan; lobi, çıkar grubu, örgütlü grup, siyasal grup, sivil toplum kuruluşları kamuoyu oluşturma ya da siyasal karar verme sürecini etkilemeyi amaçlayan topluluklardır. Meslek kuruluşları, sendikalar, medya kuruluşları, kitle örgütleri, gönüllü kuruluşlar, kadın örgütleri veya düşünce örgütleri gibi alt gruplara ayrılmaktadırlar (Arı, 2001: 73-74).

Arı bu grupları; İstanbul Sanayi Odası (İSO), İstanbul Ticaret Odası (İTO), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD), Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu (HAK-İŞ) gibi ekonomik amaçlı kurulan organizasyonlar; İnsan Hakları Derneği, Aile Planlaması Derneği, Mülkiyeliler Birliği gibi ekonomik amaçlı olmayan organizasyonlar olarak da ayırmaktadır (Arı, 2011: 76).

Demokratik toplumların gerekliliği olan sivil toplum örgütleri dünyada pek çok başarıya imza atmaktadırlar. Ülkemizde de örneğin; Kasım 2002’de TÜSİAD, İKV (İktisadi Kalkınma Vakfı) gibi sivil toplum kuruluşları, 12 Aralık 2002 Kopenhag toplantısından önce Avrupa Birliği ülkeleriyle görüşmeler yapmış, Türkiye’nin AB’ye girmesi için müzakere tarihi vermeleri konusunda etki yaratmaya çalışmışlardır. Benzer şekilde; 22 Aralık 2011’de Fransa meclisi genel kurulunda Ermeni iddialarının reddedilmesini suç sayan yasa teklifinin oylanmaması için TÜSİAD ve TOBB başkanlığında bir heyet Fransa’da iş ve siyaset adamlarıyla görüşmeler yapmışlardır. Böylece bu gruplar hem kendi imajlarına hem de ülke çıkar ve imajına hizmet etmeye çalışmaktadırlar.

Bal, Sütçü ve Silinir’in ifadesine göre, *uluslararası örgütler*, uluslararası faaliyetler konusunda devletten sonra en önemli aktörlerdir. 20.yy’da uluslararası işbirliğinin artması ile ortak bilinç doğmuş ve devletlerarası ortak örgütlenme kurulması kolaylaşınca birden çok devlet ya da devlet vatandaşları arasında uluslararası örgütler kurulmuştur. Günümüzün modern toplumlarının gelişen ve çeşitlenen ihtiyaçlarını kendi başına karşılayamaz noktasına gelmesi onları uluslararası işbirliğine yöneltmektedir. Bu nedenle hem güvenlik sorunları hem de siyasal, toplumsal, ekonomik, kültürel her türlü gereksinimlerinin karşılanması için uluslararası örgütlenmelere gitmeleri gerekmektedir. 2000’li yıllarda hükümetler

arası örgütlerin (Intergovernmental Organizations-IGO) sayısı 240 olurken, hükümetler dışı uluslararası örgütlerin sayısı 37.281'e ulaşmıştır(2008: 35-38).

Devletlerin doğrudan temsil edildiği hükümetler arası uluslararası örgütler, iki veya daha fazla bağımsız devlet arasındaki bir anlaşma ile düzenli siyasi etkileşimi gerçekleştirmek için kurulan kurumsal bir yapıdır. Bu örgütlerin muhatapları yalnızca devletlerdir (Bal, Sütçü ve Silinir, 2008: 36)

Uluslararası örgütleri coğrafi kriterleri esas alarak ya da amaçlarına göre iki farklı biçimde sınıflandırmak mümkündür. Coğrafi kriterler esas alındığında örgütler; global örgütler (IMF – Uluslararası Para Fonu, BM- Birleşmiş Millet, WHO- Dünya Sağlık Örgütü, UNESCO- Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü), evrensel örgütler (OPEC-Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü, OECD-Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü), bölgesel örgütler (NATO- Kuzey Atlantik Anlaşma Örgütü, AB-Avrupa Birliği, NAFTA-Kuzey Amerika Serbest Ticaret Bölgesi, AGİT-Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı) şeklinde üçe ayrılmaktadır (Arı, 2011: 81-82). Amaçlarına göre ise sosyal amaçlı (Dünya Sağlık Örgütü-WHO, UNESCO, UNICEF vb), askeri amaçlı (NATO vb) ve ekonomik amaçlı (IMF, OECD, OPEC vb) gibi ayırmak mümkündür.

Uluslararası ilişkiler faaliyetlerini etkileyen diğer aktörler ise *uluslararası gruplar ve örgütlenmelerdir*. Uluslararası gruplar veya devletleri temsil etmeyen uluslararası örgütlenmeler (International Non-governmental Organizations-INGO) veya uluslararası hükümet dışı gruplar, örgütlenmeler diye adlandırılan bu tarz örgütlenmelerin sayısında da hızlı bir artış olmuştur. Bu artışta, günümüz uluslararası sisteminde, artan karşılıklı bağımlılığın yanı sıra toplumların gereksinimlerinin ve bunun bir sonucu olarak devletin denetimi dışında kalan alanların hızla artmasının büyük payı bulunmaktadır. Bu durum etnik, dini, kültürel, ekonomik, ticari, mali, eğitim, turizm ve spor gibi birçok alan ve konuda kendini göstermektedir. Ulusal düzeyde faaliyet gösteren örgütlerin üyeleri aynı ülke vatandaşı olup, faaliyetleri o ülke coğrafyasında kalırken; üyelik anlamında bir ulusallıktan söz edilemeyeceği gibi faaliyetleri de ülke sınırlarını aşmaktadır (Arı, 2011:86-87).

Küreselleşme olgusuna hazırlıksız yakalanan devletler, sermaye hareketleri, çevre sorunları, göçler, bulaşıcı hastalıklar, küresel ısınma, insan hakları, uyuşturucu, yoksulluk gibi küresel sorunlarla başa çıkmada zorlandıkça uluslararası hükümet dışı

örgütlenmelere artan bir şekilde bağımlı olmaya başlamışlardır. Günümüzde bu örgütler insanlığın ortak çıkarlarını koruyup gözetecek küresel hükümet veya küresel yönetim yokluğunu giderecek bir çaba içerisinde olup, uzmanlıkları ve devletleri ikna edecek araçları kullanmaları sayesinde hükümetleri ortak sorunları çözme konusunda en düşük ortak bölenler üzerinde anlaşmaya varmaya ikna etmektedirler (Başlar, 2008: 413).

Bu aktörleri sosyal, ekonomik, kültürel, siyasal amaçlarla kurulan örgütler ve çokuluslu şirketler diye ikiye ayırmak mümkündür. İlk gruptakiler, uluslararası düzeyde faaliyet gösteren özel kişilerin veya grupların veya bunların işbirliğinden doğan kuruluşlardır. Uluslararası örgütlerden farklı olarak bunların üyeleri devletlerden ziyade bireyler veya kamusal olmayan diğer örgütlenmelerdir ve bunlar uluslararası örgütlenmeler gibi devletler arasında yapılan anlaşmalarla kurulmazlar. Ancak ulusal düzeyde faaliyet gösteren çıkar grupları gibi devletlere kendi çıkarları doğrultusunda baskı yaparlar. Dünya Sendikalar Federasyonu (WFTU), Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC), Dünya Kiliseler Birliği (WCC), Uluslararası Af Örgütü (AI), Uluslararası Hukukçular Komisyonu (ICI), Sınır Tanımayan Doktorlar Örgütü (MSF) bu grup aktörlere örnek verilebilir (Arı, 2011: 88-89).

Bu örgütlerin en güçlü yanları; uzmanlaştıkları konular hakkında en güncel ve ayrıntılı bilgilere ve uzman kişilere sahip olmaları ve hükümetlerin bu bilgilere muhtaç olmalarıdır. İletişim olanaklarının artmasıyla medya ve internetin gücünden yoğun olarak faydalanan bu örgütler, uluslararası gündemi belirleyecek, kamuoyu yaratacak, seslerini duyuracak birçok eyleme imza atmaktadırlar. Örneğin; Uluslararası Doğayı Koruma Birliği (IUCN) ve Greenpeace'in 1980'lerde gösterdiği çabalarla Antartika bir dünya parkı haline gelmiştir. 1991'de Shell'in Brent Spar adlı petrol platformunun batırılması konusunda Greenpeace'in yaptığı eylemler tüm dünyada oldukça ses getirmiştir. 1980'lerde Uluslararası Kızılhaç Teşkilatı ve birtakım uluslararası hükümet dışı örgütlerin başlattığı kara mayınlarının yasaklanmasına ilişkin harekete destek veren örgüt sayısı 1996'da 40 ülkeden 600 örgütü içine alan dev bir yapıya dönüşmüş, devletlerin gündeminde daha sık görüşülür hale gelmesiyle sonunda 1997'de 155 devlet ve çok sayıda örgüt tarafından sözleşmeye son şekli verilmiştir (Başlar, 2008: 414-420).

Uluslararası politikaları, ekonomik, sosyal ve kültürel yapıyı etkileyen diğer aktörler de *çokuluslu şirketlerdir*. 1980'lerden sonra ekonomik faaliyetlerin küresel boyutlarda gerçekleşmesiyle; pazarların değişimi, teknolojik gelişmeler, artan rekabet koşulları, ürün çeşitliliği, esnek üretim koşulları ülkeler arasındaki sınırları görünmez hale getirmiştir. Düşük maliyet ve ücret politikaları kimi şirketlerin üretim merkezlerini Uzak Doğu, Afrika gibi az gelişmiş bölgelere kaymasına ve dolayısıyla buralarda etkin ve söz sahibi olmalarına neden olmuştur. Dünya ekonomisi, temel dinamikleri bakımından, ülke ülke değerlendirilmek yerine uluslararasılaşmış ve kontrol edilemeyen piyasa güçlerinin hakimiyeti ve etkisi altına girmiştir. Başlıca aktörleri ve değişim temsilcileri de, hiçbir ulus-devlete bağlı olmayan, kimi kez bu ulus devletlerden bile daha güçlü olan, küresel piyasa anlayışına göre konumlanan ulusötesi firmalardır. Hedef kitlelerini yönlendirebilmek ve etkileyebilmek için de farklı uluslar için farklı iletişim stratejileriyle çalışabilecek bu konuda uzmanlaşacak kadar imkanlara sahiptirler.

Küreselleşen uluslararası ekonomi düşüncesinin önemli bir sonucu, çokuluslu şirketlerin, dünya ekonomisinin as oyuncularını olarak ulusötesi şirketlere dönüşmesidir. Bu şirketler küreselleşmiş bir ekonominin temel göstergesidir. Ulus ötesi şirket, uluslararasılaşmış bir yönetimi olan, dünyada en güvenli ya da en yüksek kazancın olduğu yerlere yerleşmeyi veya taşınmayı en azından potansiyel olarak uman, özel bir ulusal kimliği olmayan, gerçekten serbest olan sermayedir (Hirst ve Thompson 1996:37).

Çokuluslu şirketler ulusal sınırlar arasında mal ve hizmet üretir, ürettiği mal ve hizmetleri pazarlar ve dağıtır, fikirleri, zevk ve teknolojileri dünyanın her yanına yayar ve global ölçekçe planlar yapıp global stratejilerini hayata geçirir. Bu şirketler üretim, finans, teknoloji, güvenlik, enerji ve ticaret başta olmak üzere global ekonomik yapının tümünde belirleyici rol oynarlar (Aktan ve Vural, t.y: 5).

Arı, bugün diğer ülke hükümetleriyle doğrudan ilişkiye girebilecek kadar güçlü olan çokuluslu şirketlerin, ekonomik amacın ötesinde bir güce sahip olduklarını belirtmektedir. Arı, General Motors, Ford, BP, Exxon-Mobil, Shell, Chrysler, Unilever, Coca-Cola, Microsoft gibi şirketlerin bugün çok sayıda devletten daha zengin olduklarına vurgu yapmaktadır (2011: 90).

Bu çokuluslu şirketler faaliyet gösterdikleri ülkelerin kültürel, yasal, toplumsal, hukuki boyutlarına entegrasyonun, her ülke yapısına özel ürün ve hizmet sunmanın önemini ve karlılığını fark ettikten sonra uluslararası ama aynı zamanda lokal pazarlama, reklam ve halkla ilişkiler çalışmalarına daha fazla ağırlık vermeleri gerekmiştir.

1.2.2. Uluslararası Halkla İlişkiler Uygulayıcılarının ve Faaliyetlerinin Karşılaştığı Zorluklar

İletişim teknolojileri çağında küreselleşme ve uluslararasılaşma öğeleri, halkla ilişkilere küresel düzlemde gelişim için fırsatlar sunmaktadır. Son yılların genel prensibi olarak tekrarlanan “Global düşün yerel davran” ilkesi farklı ülke ve toplumlar nezdinde daha detaylı araştırma ve çalışmayı gerektirmektedir. Uluslararası arenaya yeni katılmış şirketlerden ziyade uzun süreler boyunca farklı ülkelerde faaliyet gösteren şirketler bile kimi zaman yanılgı içine düşebilmektedirler. Kamu diplomasisi bağlamında düşündüğümüzde ise sadece bu yanılgılar ve hatalar şirketlerin karşısına değil farklı uluslar üzerinde etki yaratabilme, olumlu imaj sergileme amacı güden devletlerin de karşısına çıkmaktadır.

Vasquez ve Taylor’a göre halkla ilişkiler bir kurumun gözü, kulağı, sesi olarak hizmet eder. Kurumlar küresel ekonomiye dahil oldukça uygulayıcılar da uluslararası halkları görebilmek, duyabilmek ve onlarla konuşabilmek için kendilerini hazırlamaları gerekir. Halkla ilişkilerin uluslararasılaşması hem bir fırsat hem de akademisyenler ve uygulayıcılar için bir mücadele alanıdır. Özellikle kültürler arası halkla ilişkiler çalışmaları teori ve araştırmaların genişlemesi için bir fırsattır. Stratejik iletişim ve yönetim fonksiyonu olarak halkla ilişkiler gelişmekte olan ülkelerde etki alanı oluşturma fonksiyonuna sahiptir. İletişimin gelişmesi, ulus inşası ve kamu diplomasisi hepsi de halkla ilişkiler teorilerini kullanmaktadır (2012: 331).

Ancak halkla ilişkilerin uluslararasılaşması karşısında çeşitli zorluklar bulunmaktadır. Vasquez ve Taylor’ın sıraladığı üzere bu zorluklar sosyal kültür, dilbilimsel sorunlar, medya gelişimi ve etiksel sorunlar gibi konuları içermektedir. Ancak yazarlara göre ilk belki de en önemli zorluk, halkla ilişkilerin nasıl farklı toplumların kültürleriyle ilişkilendirilebileceğidir (2012: 331). Molleda’ya göre de

uluslararası bir programda önemli unsurlar, işletmenin nerede bulunduğu ve hangi halkla ilişki kurulacağıdır. Bu halk, işletmenin bulunduğu yerde veya aynı ulus içindeyse, onlarla etkileşim uluslararası halkla ilişkilere dahil edilmez. Birçok farklı ülkede faaliyet gösteren herhangi bir çokuluslu kuruluş; en başta coğrafi, kültürel, politik ve yasal, sosyo-ekonomik ve iletişim medya ortamları olmak üzere bir dizi zorlukla karşı karşıyadır (2009).

Halkla ilişkiler faaliyet gösterdiği ülkenin kültürel ve sosyal normlarını yansıtmak zorundadır. Bu da her bir ülkeye/topluma özgü özel halkla ilişkiler çalışmaları yaratmak demektir.

Ülkeler arasındaki kültür ve anlayış farklılığı, verilecek mesajların biçimini ve iletişim yöntemlerini de değişime zorlamaktadır. Örneğin; bir Amerikan firması yeşil şapka giymiş bir adamın yer aldığı reklamı Hong Kong'da yayından kaldırmak zorunda kalmıştır. Çünkü Çinliler arasında yeşil şapka giyen bir adam karısı tarafından aldatılmış erkek anlamına gelmekteydi (Okay ve Okay, 2007:427).

Uluslararası halkla ilişkiler çalışmalarının karşısındaki ikinci engel dildir. Bir ülkenin dilini yazıp konuşmak ne yazık ki o dili tam anlamıyla bilmek anlamına gelmemektedir. Dil öğelerinin hangi durumlarda nasıl kullanıldığını bilmek dilin incelikleriyle ilişkilidir. Kültürler arası çalışmalarda yanlış çeviriler ya da o dilde yanlış anlaşılmaya müsait kavramlar kullanılması krizleri, başarısızlıkları da beraberinde getirmektedir.

Chevrolet Güney Amerika pazarına “Nova” adlı model arabasıyla girdiğinde neredeyse hiç satış yapamaz. Sebebi araştırıldığında Nova sözcüğünün İspanyolcada “gitmez” anlamına geldiği öğrenilmiştir. Kim “gitmez” modellen bir arabaya binmek ister ki? Ancak sosyal araştırmalar ve kültürel farkındalık çalışmaları bu gibi başarısızlık durumlarının önüne geçebilir (Vasquez ve Taylor, 2012: 331). Bir havayolu şirketi de Brezilya'da “bekleme salonlarını” duyurmak amacıyla yaptığı reklamın Portekizce'de “seks yapma yeri” anlamına geldiğini öğrenmiş ve sonradan bunun önlemini alma çabalarına girmiştir (Okay ve Okay, 2007: 429). Benzer şekilde Ford'un Brezilya'da lanse ettiği “Pinto” adlı modelinin satılmayışının nedeninin, onların dilinde bu adın “küçük erkek genital organı” anlamına gelmesi ile açıklanabilir (Payne, t.y.). Bu elbette ki faaliyet gösterilen ülkenin dilinin kültürel ve

gramatik boyutlarıyla bilinmemesi sonucu ortaya çıkan bir halkla ilişkiler ve reklam hezimetidir.

Ihator'a göre de dil ve kültürü çok iyi bilmek herhangi bir toplumda etkili iletişim kurmak için en önemli iki faktördür. Küreselleşme uluslararası halkla ilişkiler uygulayıcılarının etkili iletişim kurma yolunda küresel halkların alışkanlıklarını, görüşlerini ve kafa yapılarını öğrenmeye zorlamaktadır. Kültürel bilgi eksikliği mesajların içeriğini ve hedefine ulaşılabilirliğini de etkilemektedir. Bilinçsizce yapılan hatalar istenmeyen ve kolay tamir edilemeyen sonuçlara neden olmaktadır. Örneğin; Coca-Cola uzun yıllardır dünya çapında çok kültürlü çalışmalarda yoğun bir tecrübeye sahip olmasına rağmen, 1994 Dünya Kupası'nda kola kutularına Suudi Arabistan'ın bayrağını bastırmıştı. Ancak ülke halkı atımlık teneke kutuların üzerinde bayraklarını görmeyi kabullenemedi çünkü bayrağın üstünde Arapça dini ifadeler yer alıyordu. Fransız markası Chanel, üzerinde Kuran'dan alınmış ayetlerin basılı olarak tasarladığı kadın kıyafetlerinde de benzer tepkiler almıştı (Ihator, 2000:38).

Bu noktada dille birlikte *dinsel faktörler* de karşımıza çıkmaktadır. Farklı dinlere sahip ülkelerde yapılan etkinliklerde o dine ait öğelere karşı hassas davranılması gerektirmektedir. Din sadece ülke çapında değil uluslararası düzeyde dikkate alınması gereken hassas bir konudur. Danimarka'da Jyllands Posten adlı bir gazetede 30 Eylül 2005 günü yayınlanan Hz. Muhammed ile ilgili karikatürler hemen hemen tüm Müslüman ülkelerinde büyük tepkiyle karşılanmış, zaman içinde radikal grupların gösterileri, çatışmaları artmış, birçok ülkede Danimarka büyükelçiliklerine ve mallarına saldırılar gerçekleşmiştir. Benzer bir örnek de 2012'de ABD'de gösterilen Hz. Muhammed'e hakaret içeren sinema filmine tepki olarak, 11 Eylül 2012'de Libya'da ABD konsoloslughuna düzenlenen roketli saldırı ve ABD Libya Büyükelçisi Christopher Stevens ve 3 yetkilinin ölmesiyle sonuçlanmıştı. Böylesine hassas bir konu karşısında başka dine mensup insanların inanç ve değerlerini bilmek, uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi çalışmalarında da önemli bir ayrıntıdır.

Ayrıca sadece yazılı dil değil aynı zamanda sözsüz iletişim yani beden dili de her toplumun kültürel ve toplumsal kodları içinde şekillenir. İletişimde kullanılan temel davranışların çoğu dünyanın her yerinde aynıdır. Pease (2003:13)'ın aktardığı üzere

bütün kültürlerde aynı olan bazı bedensel davranışlar doğuştan gelmesine rağmen, geri kalan çoğu davranış sonradan öğrenilir ve pek çok hareket ve davranışın anlamı da kültürel olarak belirlenir.

Üçüncü engel ise *medyadır*. Halkla ilişkiler farklı ülkelerdeki medyanın gelişim düzeyi ve konumu konusunda tekrar tekrar düşünmeli ve araştırmalıdır. Dünyanın pek çok gelişmekte olan ülkesinde medya hükümetlerin kontrolü altındadır. Ya da kurumlar yayın için medyaya para ödemek zorunda kalabildikleri gibi daha az güvenilir medyayla çalışmak zorunda olabilirler. Bu da medya ilişkileri dinamiklerini değiştirmektedir (Vasquez ve Taylor, 2012: 332). Medya ve haber malzemeleri de ülkeden ülkeye farklılık gösterebilmektedirler. Örneğin bazı ülkelerde bireylerin başarılarını anlatan bültenler genellikle haber olarak kabul edilirken bazı ülkelerde bu tür haberler reklam olarak düşünüldüğü için yayınlanmamaktadır (Okay ve Okay, 2007: 431).

Dördüncü engel olarak *etiği* saymak mümkündür. Etik konusu, halkla ilişkileri birçok alanda olduğu gibi uluslararası düzlemde de zorlamaktadır. Kültürel çeşitlilik, farklı normlar, farklı sosyal seviyeler ve farklı politik gelişmeler uygulamada farklı yaklaşımlar getirmektedir (Vasquez ve Taylor, 2012: 332). Birçok küresel işletme günümüzde birçok devletten daha güçlü ve etkili hale gelmiştir. Kruckeberg (2009: 163)'e göre uluslararası halkla ilişkiler, stratejik etiğe dayalı olarak ortak değerlerden ilişki inşa etmektir. Stratejik uluslararası halkla ilişkiler, karşılıklı olarak değerlere saygı duyma temeline dayanmaktadır. Küresel zorluklar karşısında halkla ilişkiler uygulayıcıları küresel boyutta profesyonelleşmelidirler. Halkla ilişkiler uygulayıcıları uluslararası anlamda önce kendi mesleklerinin ideoloji, değer ve inanç sistemlerini bilmeli ve sonra bunları dünya çapında kurumlarına uyarlayıp, kültürler ve uluslar arasında ilişki inşa etmede kullanabilmelidirler.

Halkla ilişkiler çalışanlarının karşılaşacağı kültürel sorunları ve ilgili konuları inceleyen Vern Terpstra'dan, Okay ve Okay (2007: 428) bu faktörleri şöyle aktarmaktadırlar:

- *Din*: Kutsal eşyalar, felsefi sistemler, inançlar ve normlar, ibadet, tabular, tatil günleri, dini ayin ve merasimler.
- *Tutumlar ve Değerler*: Yaklaşan zaman, başarı, çalışma, zenginlik, değişim, bilimsel yöntem, risk üstlenme.

- *Kanunlar*: Genel kanunlar, ülke kanunu, antitröst politikası, uluslararası kanun.
- *Eğitim*: Resmi eğitim, mesleki eğitim, ilk ve orta eğitim, yüksek öğrenim, okur-yazarlık seviyesi, insan kaynaklarının planlanması.
- *Sosyal Organizasyon*: Akrabalık, sosyal kurumlar, otorite yapısı, çıkar grupları, sosyal alışkanlık, sosyal tabakalar, statü sistemi.
- *Teknoloji ve Materyal Kültürü*: Taşımacılık, enerji sistemleri, araçlar ve amaçlar, iletişim, şehirleşme, bilim, keşif.
- *Politikalar*: Ulusçuluk, egemenlik, emperyalizm, güç, ulusal çıkar, ideolojiler, siyasi risk.
- *Dil*: Konuşma dili, yazı dili, resmi dil, linguistik çoğulculuk, dil hiyerarşisi, uluslararası diller, kitle iletişim araçları.

1.2.3. Uluslararası Halkla İlişkileri Etkileyen Faktörler ve Uluslararası Halkla İlişkiler Araştırma ve Uygulamalarında Sistematik

İletişim teknolojilerinin hızlı bir şekilde genişlemesi, farklı ölçekteki ve türdeki şirketlerin küresel alanda rekabet ortamına girmesi, bir alan olarak halkla ilişkilerin küreselleşmesini ortaya çıkarmıştır. Kurumlar, işletmeler artık daha fazla küresel ekonomiye dahil olurken halkla ilişkiler uzmanları da küresel olarak düşünmek zorundadır. Uluslararası halkla ilişkiler çalışmaları yapan uzmanlar çok karmaşık yapılarda, riskli ortamlarda yaşamak durumundadırlar.

Özellikle uluslararası iletişimin yoğunluk kazanmasıyla değişik ülke ve kültürlerdeki insanlar arasındaki ilişkilerin yönetimi için uluslararası halkla ilişkilerin önemi her geçen gün daha fazla öne çıkmaktadır. Uluslararası halkla ilişkiler çalışmalarının stratejilerinin oluşturulması, plan ve uygulamalarının gerçekleştirilebilmesi için tüm bu çalışmaların çeşitli teorik ve pratik yaklaşımlar üzerine konumlandırılması gerekir.

Sriramesh ve Vercic uluslararası halkla ilişkiler çalışmalarında akademisyenleri zorlu bir mücadele alanı beklediğini ve bu alanda daha fazla araştırma yapılması gerektiğinin altını çizmektedirler. Yazarlara göre, halkla ilişkiler profesyonelleri her geçen gün yeni alanlara girmeye zorlanmaktadır. Bu durum aynı zamanda

akademisyenleri de global yöneticilerin kullanabileceği, ampirik verilere dayanan modeller oluşturmaya zorlamaktadır. Özellikle uluslararası halkla ilişkilerde uygulamaları kolaylaştırma ve başarılı kılma yönünde akademisyenler, farklı toplumların politik, kültürel, sosyal ve ekonomik çevreleri arasındaki farkları tanımlayıp bunları halkla ilişkiler uygulayıcıları için birbirine bağlayabilirler. Böylece derin gedikler şeklinde birbirinden ayrılan topluluklar arasında sinerji yaratılıp bir köprü inşa edebilirler (Sriramesh ve Vercic, 2007:356-357).

Uluslararası halkla ilişkiler uzmanları stratejilerini belirlemeden önce yönetsel sürecin başlangıç noktası olan araştırma ve yöntemlerini doğru belirlemeli ve o yönde bir hareket planı oluşturmalıdır. Bazı ülke ve durumlar için birden fazla araştırma yönteminin kullanılması gerekebilir.

Halkla ilişkilerin ampirik bilgi yapısının 40 yıldan daha az bir yaşa sahip olduğunu söyleyen Sriramesh ve Vercic, bu araştırmaların çoğunun etnosentrik olduğuna dikkat çekmektedirler. Ancak 90'lerden sonra uluslararası bazda çalışmalar yapılmaya başlanmış ve 2000'ler itibarıyla bu çalışmalar daha fazla uluslararasılaşmaya gitmiştir. Bu süreçte akademisyenler ve uygulayıcılar küresel çevreyi yönetebilmek için daha fazla birlikte çalışmaya zorlanmaktadır (2007:357).

Taylor uluslararası halkla ilişkiler çalışmalarının daha iyi kavranması için 4 araştırma yolu ortaya koymaktadır. Birinci yol *simetrik araştırmalardır*. Örneğin Chen'in 1996'da Çin'de, J. Grunig, L. Grunig, Sriramesh, Huang ve Lyra'nın 1995'te Hindistan, Yunanistan ve Tayvan'daki halkla ilişkiler üzerine yaptıkları araştırmalarda iki yönlü simetrik modelin tüm kültürlerde geçerli ve etkili olduğunu kanıtlamaya çalışmışlardır. Ancak araştırma sonuçları, ABD uygulamalarının diğer kültürlerde geçerli olmayacağını göstermektedir. Örneğin; Sriramesh'in geliştirdiği "kişisel etki modeli" pek çok ulusta yaygın olarak kullanılmaktadır. Kişisel etki modeline göre, "halkla ilişkiler uzmanlarını, hükümet düzenlemelerini sınırlandırmak, hükümet onayını kazanmak ve kuruluşun basında olumlu bir şekilde yer almasını sağlamak için dışsal kamularla iyi ilişkiler kurmaya çalışan kişi" olarak tanımlar (Becerikli, 2005: 6-7).

Sriramesh, Kim, ve Takasaki'nin araştırma sonuçlarına göre; Asya ülkelerinde Basın Ajansı en sık uygulanan model olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, Hint,

Japon ve Güney Koreli uzmanlar "genellikle kendi örgütlerinin imajını geliştirmek amacıyla sadece olumlu bilgiler yaymak" üzere çalışmaktadırlar. Kişisel Etki Modeli çerçevesinde de örneğin karar merciindeki önemli kişilere, hükümet temsilcilerine, medya mensuplarına, vergi memurlarına vb. yönelik yemek düzenlemek, hediyeler göndermek sıkça rastlanan uygulamalardır. Bu aynı zamanda misafirperverliğin ve sosyalleşmenin bir aracı olarak görülmektedir. Özellikle, Güney Koreli uzmanlar, hükümet yetkilileri ve medya mensuplarına genelde hediyeler veya "*Ddukgab*" göndererek bu kilit kişilerle ilişkilerini güçlü tutmaya çalışırlar. Asya ülkelerinde basın ziyafetleri verilmesi yaygın bir uygulamadır (1999: 286).

İkinci yol olan *bağlamsal araştırmalarda* başarılı halkla ilişkiler çalışmaları için toplumsal, siyasal, ekonomik, kültürel faktörlerin iyi bilinmesi gerektiği belirtilmektedir. Bağlamsal araştırmalar akademisyen ve uzmanlara farklı ulus ve bölgelerdeki uygulamalara ilişkin bir içgörü sunar. Üçüncü yol olan *pedagojik ve etiksel araştırmalarda* ise, etik iletişim için tüm uzmanların daha fazla eğitilmeleri gerektiği vurgulanırken, dördüncü yol *önkabullerin açığa çıkmasıyla ilgi araştırmalarda* uluslararası kamularla iletişimde halkla ilişkilerdeki her bir varsayımın eleştirel bir bakış açısıyla incelenmesi gerektiğinin altı çizilmektedir (Taylor 2000:634-636'dan aktaran Becerikli, 2005: 11-12).

Paul Elmer'in çalışmasına göre de küreselleşme ve halkla ilişkiler bağlamında uluslararası halkla ilişkiler, kompleksleşen dünyada "ilişki yönetimi"ni baskın olarak kullanmalı, yönetsel boyuttan kültürel uygulamalar boyutuna kaymalıdır. David Mckie ve Christopher Galloway de halkla ilişkilerin sadece "küresel yayılımcı" olarak değil daha çok "küresel sorumlu" olarak işlevlerini yerine getirmesi gerektiğini belirtmektedirler (aktaran Sriramesh ve Vercic, 2007:357).

Uluslararası halkla ilişkiler araştırmalarında en fazla kullanılan teoriler Grunig ve Hunt'ın dört halkla ilişkiler modelidir. ABD'ye dayanan bu modeli farklılaştırarak araştırmalarını genişleten çok sayıda uzman mevcuttur. Bunun en güzel örneğini Van Leuven (1996) Singapur ve Malezya'daki çalışmalarında yapmış ve bu modele eklemeler yapmak zorunda kalmıştır. Van Leuven gibi Holtzhausen (2003) de Güney Afrika'daki halkla ilişkiler uygulayıcıları arasında test ettiği 4'lü modelin oradaki ekonomik, sosyal, politik gereksinimlerin bildirilmesi ve uygulamaların tanımlanmasında yeterli gelmediğini görmüştür (Freitag ve Stokes, 2009: 35).

Coombs ve arkadaşları (1994) Avusturya, Norveç ve ABD’deki uygulamaları karşılaştırmak için rol teorisini kullanmışlardır. Ayrıca Habermas’ın iletişimsel eylem teorisi, aşılama teorisi, ko-oryantasyon model, kriz iletişimi, propaganda uluslararası halkla ilişkiler araştırmalarında sıkça kullanılan teori ve modellerdir. Kültürel çalışmalar ise uluslararası halkla ilişkilerin en fazla kullandığı argümanlardır. Vercic (1996) Slovenya’daki araştırmalarını mükemmellik teorisi yanında kültürün araştırma boyutlarını kullanarak yapmıştır. Halkla ilişkiler amaçlı ülke araştırmalarında ise en fazla kullanılan Zaharna’nın “*farkındalık*” yaklaşımıdır (Freitag ve Stokes, 2009:36-45). Zaharna (2001) dışında Sriramesh ve Vercic (2001) de uluslararası halkla ilişkiler araştırmaları için geniş bir çerçeve çizerek dikkate alınacak “*çevresel değişkenleri*” ortaya koyarlar.

1.2.3.1 Krishnamurty Sriramesh ve Dejan Vercic’in Uluslararası Halkla İlişkiler Çalışmalarındaki Değişkenleri

Sriramesh ve Vercic (2001) uluslararası halkla ilişkiler çalışmaların gerçekleştirilebilmesi için öncelikle bir sistem oluşturulması gerektiğinin altını çizmektedirler. Global bir halkla ilişkiler teorisi sunan Sriramesh ve Vercic (2001:105)’e göre, bir ülkede halkla ilişkiler faaliyetlerini tasarlayabilmek için uygulayıcılar özellikle siyasi ideoloji, ekonomik sistem, aktivizm düzeyi, kültür ve medya kültürü olmak üzere beş çevresel değişken üzerinde yoğunlukla çalışmalıdırlar. Sriramesh ve Vercic bu değişkenleri;

- *Ülkenin altyapısı*
- *Sosyo-Kültürel faktörler*
- *Medya ortamı*

şeklinde üç ana başlık altında toplayarak incelemişlerdir. Her bir unsur halkla ilişkiler çalışmalarının doğasını dolaylı ya da doğrudan etkilemektedir. Yazarların yaptıkları bu incelemeyi aşağıdaki şekilde bir tablo (Tablo 3) içinde toplamak mümkündür.

Uluslararası Halkla İlişkiler Çalışmalarında Etkin Olan Çevresel Değişkenler		
Ülkenin Altyapısı	Sooyo-Kültürel Faktörler	Medya ortamı
Siyasi sistemi Ekonomik gelişim düzeyi Yasal sistemi Eylemsellik(aktivizm) düzeyi	<i>Kaplan ve Manners'a göre;</i> Teknoekonomi Sosyal yapı İdeoloji Kişilik <i>Hofstede'ye göre;</i> Güç aralığı, Kolektivizm/ Bireysellik Erillik/dişillik Belirsizlikten kaçınma Yüksek/düşük bağlam	Medya kontrolü Medyaya erişebilme Medya girişi

Tablo 3: Uluslararası Halkla İlişkiler Çalışmalarında Etkin Olan Çevresel Değişkenler²
(Sriramesh ve Vercic, 2001:103-117)

Uluslararası halkla ilişkiler çalışmalarının temelini oluşturan çevresel faktörler ve üç ana değişkeni, Sriramesh ve Vercic'in "International Public Relations: A framework for Future Research (2001)" adlı makalesinden ve Global Public Relations Handbook (2008) içindeki "A Theoretical Framework for Global Public Relations Research and Practice" adlı kitap bölümlerinden aşağıdaki gibi kısaca özetlemek mümkündür.

1.Ülkenin altyapısı: Uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerine yol gösterecek bir ülkenin altyapısal unsurlarını o ülkenin; siyasi sistemi, ekonomik gelişim düzeyi, yasal sistemi ve eylemsellik (aktivizm) düzeyi oluşturmaktadır. Bu alt değişkenler bir ülkedeki halkla ilişkiler faaliyetlerini önemli ölçüde etkilerken, birbirleri arasında da yakın bir ilişki söz konusudur. (Sriramesh ve Vercic 2001:105)

Bir ülkedeki siyasi sistem, o ülkede uygulanabilecek halkla ilişkiler çalışmasının doğasını da belirlemektedir. Buna göre, siyasal sistemleri kamuoyuna değer vermeyen, otoriter ve merkezileşmiş ülkelerde, halkla ilişkiler bir propaganda aracı olarak görülmektedir. Buna karşılık, çoğulcu ve demokratik toplumlarda stratejik halkla ilişkiler uygulaması daha kolay gerçekleştirilebilmektedir. Yargının

²Sriramesh, Krishnamurthy and Vercic Dejan, "International public relations: A framework for future research", Journal of Communication Management, Vol. 6, Iss: 2, pp.103 – 117, 2001 adlı makalesine dayanarak tablolatırılmıştır.

bağımsızlığı, iletişim faaliyetlerine ilişkin özel yasaların varlığı, medyaya yönelik yasaların özellikleri bütünleşik iletişim çalışmalarına engel olabileceği gibi kolaylıklara da sağlayabilir. Toplumların demokratikleşme seviyeleri arttıkça halkla ilişkiler mesleğinin sofistike düzeyi de artmaktadır. Stratejik halkla ilişkiler çoğulcu toplumlarda yeşerir. Öte yandan siyasi sistemler ve ekonomik koşullar arasındaki dinamikler, bir ülkenin istikrarını ve gelişimini belirlemektedir. Bir ülkenin ekonomik düzeyi aynı zamanda, yoksulluk ve okuma oranı üzerinde bir etkiye sahiptir. Bu iki değişken o ülkede uygulanan halkla ilişkiler uygulamalarının stratejisini belirlemektedir. Buna ek olarak, iletişim teknolojisi gibi bir ülkenin altyapı gelişim düzeyi, bir kampanyanın nasıl planlanacağını ve uygulanacağını şekillendirmektedir. Gelişmiş pazar ekonomisine sahip ülkeler, gelişmekte olan ülkeler ile kıyaslandığında, stratejik halkla ilişkileri tercih etmektedirler(Sriramesh ve Vercic, 2008:3-5)

2. Kültürel Faktörler:İletişim ve kültürü birbirinden ayrı düşünmek imkansız gibidir. Kültür ve kültürel öğeler, yapı itibariyle iletişim sürecini içeren halkla ilişkiler uygulamalarını da doğrudan etkilemektedir. Nesilden nesile aktarılan örf, adet, bilgi, inanç, ahlak, gelenek, görenek ve davranış biçimlerini içeren sistem bütünü olarak tanımlayabileceğimiz kültür; siyasi, toplumsal yapıların şekillenmesinde önemli bir argümandır.

Kaplan ve Manners (1972), toplumsal kültürün belirleyici dört faktörünü şöyle açıklamaktadırlar: Bunlardan ilki olan teknoekonomi, bir ülkenin ekonomik gelişim düzeyini ifade etmektedir. İkinci faktör olan sosyal yapı, bir toplumdaki farklı üyeler ve gruplar arasındaki ilişkileri tanımlamaktadır. Diğer bir kültürel belirleyicilik olan ideoloji; değerlere, dünya görüşüne, bilgiye, felsefelere ve dinsel ilkelere işaret etmektedir. Sonuncusu ise kişilik olup, toplumu oluşturan bireylerin kişilik özelliklerini tanımlamaktadır (Sriramesh ve Vercic, 2001:108).

Toplumun kültürel belirleyici faktörlerini tanımlarken, kültürün bir ülkede kendisini nasıl gösterdiğini anlamak da önemlidir. Kültürel araştırmalarda kullanılan yaklaşımları bilmek, çözümlemek uluslararası halkla ilişkiler uygulayıcıları için hayati önem taşımaktadır. Kültürlerin algıları, davranış biçimleri, iletişim kurma biçimleri, güç olgusu, dilin yapısı, beden dili, eğitim, dini farklılaştıkça ortaya daha karmaşık ve komplike ama bir o kadar da lokalize edilmiş uygulamalar çıkmasını

gerektirmektedir. Kültürel farklılıklar benzerlikten ziyade farklılıkları ortaya çıkarır. Farklı toplumlar ve kişiler arasındaki ilişkiyi inceleyen kültürlerarası iletişim, insan davranışlarının kültüre etkisini kendisine çıkış noktası olarak almıştır. Bu kültürler arası çalışmalar da bir dizi kuram, yaklaşım ortaya çıkarmıştır. Kültürlerarası araştırmalarda en öne çıkan ölçütler genelde Hofstede (1980)'nin kültürel boyutları ve Hall (1976)'un bağlamsal yaklaşımıdır.

Freitag ve Stokes (2009: 55-63) Global Public Relations kitabında kültürel metrikler olarak ifade ettikleri bu yaklaşımları şöyle aktarmaktadırlar:

Yüksek bağlamlı kültürlerin *düşük bağlamlı* kültürlerden daha yüksek seviyede belirsizliğe karşı tahammül ettiği bilinmektedir. Yüksek bağlamlı kültürlerde iletişim etkin ve etkilidir, birebir kişiyle ilişkilendirilir. Düşük bağlamlı kültürlerde iletişim kişiselden ayrı tutulur. Yüksek bağlamlı kültürlerde iletişim üstü örtülü ve dolaylı, tepkiler saklı, katı grup yapıları mevcut, zaman kavramında çok esnekler. Düşük bağlamlı kültürlerde mesajlar net, açık, kısa, tepkiler belirgin, esnek grup yapısına sahip, zaman konusunda dakiklik önemli (Hall, 1976:79'dan aktaran Freitag ve Stokes, 2009: 55). Hall'un yüksek ve düşük bağlamlı kültür ayırımının temel dayanak noktası, farklı kültürel grupların bilgi ve iletişim davranışlarının farklılığıdır (Soydaş, 2010:51).

Güç aralığı, kültürlerarası eşitsizliğin temel farklılıklarını göstermektedir. Düşük güç aralığına sahip olan toplumlarda daha fazla yoğunlukta sosyal hareketlilik görülmektedir. Yani bu toplumdaki düşük statüdeki bir kişi daha yüksek bir konuma kolaylıkla yükselebilmektedir. Geçmişte yaşanmış olan feodal ve kast sistemleri güç aralığının açık örnekleridir. Hofstede'ye göre düşük güç aralığına sahip Avusturya, İsrail, Danimarka gibi ülkelerde sosyal ve sınıf eşitsizliği minimumdur. Aile içi ilişkiler zayıf, otorite daha az tartışma ortamına daha müsaittir. Malezya, Guatemala, Panama, İspanya gibi yüksek güç aralığına sahip toplumlarda sosyal ve sınıfsal ayrımlar çok belirgindir. Ailede hiyerarşi, saygı yaş ile orantılı, ast ve üstler arasında keskin bir çizgi vardır (Freitag ve Stokes, 2009: 60)

Bireycilik/kolektivizm ayırımında kolektivist toplumlarda örgütün gereksinimlerini bireylerin gereksinimlerinin üzerindedir. Bireyci toplumlarda (Belçika, Avusturalya, Hollanda, ABD gibi) kişiye dönük değerler mevcuttur, iş ve sonuç odaklıdır, kısa dönemli kazançlar önemlidir, sayısal, istatistiksel içerik önemlidir, rekabetçidirler,

karar verici olup zaman konusunda çizgisel davranırlar. Kolektivist toplumlar (Guatemala, Endonezya vb) ise biz bilinci güçlü, grup çıkarları önde, dolaylı iletişimin ağır bastığı, ilişkilere ve sürece odaklı, uzun dönemli büyüme hedefli, bağlamın yani deneyim, ve sezgilerin önemli olduğu, zaman kavramının esnek olduğu toplumlardır. *Erillik/dışılık*, bir toplumdaki cinsiyete dayalı rolleri ifade etmektedir. İngiltere, Almanya, ABD gibi eril kültürler başarıya, kazanma duygusuna, mücadeleye önem verirken; Türkiye gibi dişil kültürler başkalarını önemserler, maneviyata, insana önem verirler. Konsensus aranır, sosyal bağlar güçlüdür, yardımlaşma vardır. *Belirsizlikten kaçınmada*, bir kültürün üyelerinin değişikliklere adaptasyon gerektiğinde ve belirsiz durumlarda kendilerini ne kadar tehdit ediliyor hissettikleri ve hoş görülme davrandıkları ile ilişkilendirilmektedir. Belirsizliğin yüksek olduğu kültürlerde yoğun resmi iletişim, karmaşa vardır, endişe düzeyi ve saldırganlık yüksektir (Freitag ve Stokes, 2009: 58-62).

Tüm bu kültürel faktörler, halkla ilişkiler stratejilerinin ve süreçlerinin belirlenmesinde dikkatle ele alınmak durumundadır. Buradan, kurumsal ve toplumsal kültürün halkla ilişkiler iletişim sürecine ve örgüt kültürüne etki ettiği ifadesine ulaşmakla birlikte burada sorulması gereken soru, uluslararası halkla ilişkiler uygulayıcısının toplumsal ve kurumsal kültürü nasıl kullanabileceğidir.

Sriramesh ve Vercic, kurumsal kültürün toplumsal kültür tarafından etkilendiğini belirtmelerine rağmen, aynı zamanda toplumsal kültürden ayrıldığını da söylemektedir. Aynı kültürde varlığını sürdüren kurumlar farklı kültür ve kişiliklere sahip olabilmektedir. Buna neden olan faktörler olarak, örgütün liderinin karizması, örgütün yaşı, örgütün türü ve örgütün büyüklüğü gibi değişkenler olarak sıralanmaktadır (2001:109).

Martin ve Siehl (1983), aynı örgüt içinde bile tek bir kültürün olmadığını, alt kültürlerin ve karşı kültürlerin olduğundan söz etmektedirler. Glaser (1994) ise örgütsel başarının bir anahtarı olarak çalışanlar arasındaki işbirliğine dayalı ilişkileri öne çıkarmaktadır. Böyle bir ilişki ancak iletişime değer veren bir örgütte bulunabilir ve bu süreç, halkla ilişkiler profesyonellerin öncelik vermesi gereken bir konudur. İletişim, bu açıdan güçlü bir kurumsal kültürün temelini oluşturmakta ve örgütü bir arada tutan yapıştırıcı görevi görmektedir. Yöneticilerin benimsediği değerler, halkla ilişkiler stratejilerini de içeren örgütsel stratejileri yaratırken yaptıkları seçimleri açık

bir şekilde belirlemektedir. Bundan ötürü kültürün, halkla ilişkiler uygulamasına etki eden bir unsur ve önemli bir değişken olarak ele alınması gerektiğinden bahsedilmektedir (Sriramesh ve Vercic, 2001:109).

Hodges'e göre de kültür halkla ilişkileri şekillendirir ancak halkla ilişkiler de kültür değişimine katkıda bulunabilir. Halkla ilişkiler sadece kar amaçlı kullanılan bir yaklaşım değildir. Ulus inşası, ulusal kalkınma, demokrasi tesisi gibi görevler halkla ilişkilere kar odaklı kurumsal amaçlı çalışmaların çok ötesinde bir misyon yüklemektedir. Halkla ilişkiler uygulayıcıları kültürler arası araçlar olarak değerlendirilmelidir. Hodges, halkla ilişkilerin kültürler arasında söylemlerin yaratılması ve oluşturulmasında da sorumlu olduğunu belirtmektedir (2006:83-84).

3. Medya Ortamı: Halkla ilişkiler ve medyanın hemen her süreçte yolları kesişmektedir. Kamuyu bilgilendirme, kamuoyu oluşumu, kamusal söylemi şekillendirme, kamusal alan yaratılması ve duyurumda en önemli paydaş olarak halkla ilişkiler medya ile birlikte hareket etmek zorundadır. Kitle iletişim araçlarının günümüzdeki gücü ve etki alanı her geçen gün genişlemektedir. Bu durumda halkla ilişkiler uygulayıcıları sosyal paydaşlarına ulaşma konusunda medyanın bu komplike yapısını tanımak ve bu doğrultuda çalışmak zorundadır.

Larson ve Rivenburgh (1991), kitlesel medyanın gücünü, ülkelerin uluslararası medyada kapladığı yer ile bağlantılandırarak tanımlamaktadır. Farklı bir ülkede etkili medya ilişkileri gerçekleştirebilmek için stratejiler geliştirmeden önce, uluslararası halkla ilişkiler uygulayıcılarının o ülkedeki medyanın nasıl işlediğini öğrenmesi gerekmektedir. Uluslararası halkla ilişkiler profesyonellerinin, farklı ülkelere yönelik uygun medya stratejileri tasarlarlarken medya ortamını yansıtan faktörler olarak; *medya kontrolü*, *medyaya erişebilme* ve *medya girişini* dikkatle ele almak zorundadır (Sriramesh ve Vercic, 2001:111).

Etkili medya ilişkilerini sağlayabilmek için halkla ilişkiler profesyonellerinin *medya kontrolü* bağlamında, bir ülkedeki medya içeriğini kimin kontrol ettiğini bilmesi gerekmektedir. Uluslararası halkla ilişkiler uzmanının, ülkenin medya altyapısını, bir ülke medyasının kamunun mu yoksa özel sektörünün mü parçası olduğunu, medya sahiplerinin bir yayın içeriği üzerinde ne kadar kontrole sahip olduğunu ve medya sahiplerinin editoryal özgürlük üzerinde kontrolünün ne oranda olduğunu bilmek zorundadır.

Medya sahipliği, her bir ülkenin ekonomik gelişim düzeyine ve mevcut siyasi sisteme göre bazı ana kaynaklar tarafından sınırlanmaktadır. Gelişmiş ülkelerde, medyaya yatırım yapan kişi bir girişimci olarak nitelenirken, çoklu siyasi partisi olan gelişmekte olan bir ülkede ise medya sahipliği siyasi çıkarların elinde olmaktadır. Üretim araçlarının temin edilmesini kontrol etmek, hükümetlerin özel teşebbüslerin sahip olduğu medya üzerinde kontrolü sağlamanın diğer şekli olarak nitelendirilmektedir. Medyanın sahip olduğu ekonomik düzey, devletin medya üzerindeki kontrolünü de belirlemektedir (Sriramesh ve Vercic, 2001:112).

Medyayı tanımanın yanı sıra halkla ilişkiler uygulayıcıları, faaliyet gösterdikleri ülkelerde toplumun *medyaya erişebilirliğini* de çözümlemiş olmalıdır. Günümüzde medya ağları ne kadar geniş olsa da mesajların her kesim tarafından algılanması ya da alınması her zaman mümkün olamamaktadır. Teknolojik alt yapının yetersizliği, eğitim seviyesinin düşüklüğü, medyanın çeşitli güçlerin elinde olması, yoksulluk, ekonomik gelişmişlik düzeyinin düşük olması gibi durumlar çeşitli ülkelerde nüfusun belli bir kısmının medyaya erişimini engellemektedir. Medyaya erişebilme bağlamında uluslararası halkla ilişkiler uzmanının, nüfusun hangi kesiminin hangi medyaya sahip olduğunu ya da ulaşabildiğini, medya dağılımının ne oranda olduğunu bilmesi gerekiyor. Bu bilgi ışığında halkla ilişkiler uzmanı hangi medyayı hangi kitleler için kullanabileceğini bilebilir.

Medyaya erişebilme, bir toplumdaki medya doygunluğunun derecesine işaret etmekte iken *medya girişi*, bir toplumun üyelerinin önemli buldukları mesajları yaymak için medyayı nasıl ele aldıklarını anlatmaktadır. Japonya’da eşik bekçileri olarak görev yapan basın kulüpleri medya ile kurumlar arasında ortadaki kişi olarak yer alırken, kurumların medyaya girişini etkilemektedir. Bir ülkenin medyası farklı görüşe sahip bireylere ya da gruplara erişilebilir düzeyde ise yapılacak duyuru faaliyetleri de örgütün ilgili çevresinde akıcılık kazanmaktadır. Buna bağlı olarak kurumlar tek bir hedef grup yerine değişik kamulara halkla ilişkiler faaliyetlerini uygulamak için iki yönlü iletişim akışını kullanmak durumunda kalacaktır. Eylemciler bir kurumun kamuoyundaki imajını zor duruma düşürmek üzere medyayı kullandıklarında örgütler simetrik olarak iletişim kurmak zorunda kalmaktadırlar (Sriramesh ve Vercic, 2001:115).

Sriramesh ve Vercic'e (2001) göre, medya girişi bağlamında uluslararası halkla ilişkiler uzmanının, örgütlerin belli bir ülkedeki kitle iletişim araçlarına başvurma düzeyini, medya ile kurumlar arasında eşik bekçileri olup olmadığını, eylemciler ve kurumlar gibi toplumun farklı unsurlarının medyaya doğrudan erişime sahip olup olmadığı hakkında bilgi sahibi olması gereklidir.

1.2.3.2. Rohanda Zaharna'nın Uluslararası Halkla İlişkilerde Farkındalık Yaklaşımı

Zaharna (2001) da uluslararası halkla ilişkilere "farkındalık" yaklaşımı açısından bir değerlendirme yaparak kültürün halkla ilişkiler çalışmalarındaki fonksiyonlarını ortaya koymaktadır. Zaharna, farkındalığı kültürlerarası ilişkilere uyarlarken; *bireysel kültür, bütün kültürleri kapsayan genel kültür/etkileşim ve kültürlerarası etkileşim* kuramları çatısı altında irdelemektedir.

Kültürlerarası iletişim yaklaşımı çerçevesinde geliştirilen kültürel farkındalık, kültürün halkla ilişkiler iletişim fonksiyonları üzerindeki etkilerini anlamak için uluslararası halkla ilişkilerde başvurulan bir yaklaşımdır. Zaharna (2001) halkla ilişkilerde iletişimin temel alındığını buna karşın "farkındalık" kriterinin göz önünde bulundurulmadığını, bu sebeple halkla ilişkiler projelerinde kimi zaman başarısız sonuçlar elde edildiğinin altını çizmektedir. Zaharna, farkındalık kavramıyla birlikte kültürlerarası iletişimde ortaya çıkan yanlış anlaşılmanın açıklık kazandığını belirtir.

Zaharna (2001), iletişim farklılıklarının halkla ilişkilerin iletişim fonksiyonlarını nasıl etkilediğinin sorusunun yanıtını ve uluslararası halkla ilişkilerdeki bu farklılıkları tanımlamanın yolunu uluslararası halkla ilişkileri "*ülke*", "*kültür*" ve "*iletişim*" profillerinden değerlendirerek yanıtlamaktadır. Görüldüğü üzere uluslararası halkla ilişkilerin incelenmesi ve değerlendirilmesinde Zaharna'nın (2001) kullandığı parametreler Sriramesh ve Vercic'in (2001) çevresel değişkenleri ile paralel gitmektedir.

Ülke Profiline Zaharna (2001) bir ülkenin yapısal parametrelerini; *politik yapı, ekonomik yapı, medya, altyapı, hukuk sistemi, sosyal yapı* şeklinde 6 kategoride ele

almaktadır. Ülke profili belirli bir ülkede ‘uygulanabilir’ olan şeylerin geniş bir çerçevesini çizmektedir.

Politik Yapı; Ülkelerin yönetim şekli, karar verme mekanizmaları, güç ilişkileri halkla ilişkiler çalışmalarını yakından etkilemektedir. Kamuoyuna değer vermeyen siyasal sistemlerde halkla ilişkiler bir propaganda aracı olarak hizmet görürken, çoğulcu toplumlarda stratejik halkla ilişkiler çalışmalarının yapılması daha olasıdır. *Ekonomik Yapı;* Bir ülkenin serbest pazar, devlet odaklı ya da liberal ekonomik sisteme sahip olması her türlü çalışmanın sınırlarını çizer. Gelişmiş ülkelerde rekabetin yoğunluğu halkla ilişkilere olan ihtiyacı da arttırmaktadır. Gelişmiş ekonomilerde stratejik ve kitlesel iletişim yönelimli çalışmalar ağırlık kazanırken; az gelişmiş, merkezi konumdaki ülkelerde kişilerarası iletişim ağırlıklı halkla ilişkiler çalışmaları yoğunluktadır (Zaharna, 2001:137-138).

Bir ülkenin politik yapısında, o ülkenin demokratik, totaliter vb oluşu, karar mercilerinin yapısı, siyasi organların gücü, siyasi ayrımlar, kamunun kararlara katılımı o ülkenin politik göstergeleri arasında sayılabilirken; temel ekonomik sistemi, ekonomik karar mercileri, ekonominin merkezileşmesi, ekonominin ne kadarının devlet ve/veya özel sektörün elinde olduğu, özel sektörle kamu sektörünün ilişkisi ekonomik yapının göstergeleri arasındadır (Freitag ve Stokes, 2009: 44).

Medya; Medyanın bağımsızlığı ya da tekelleşme durumu, erişilebilirliği, gazete-dergi satışları, okur-yazarlık oranları halkla ilişkiler ve medya arasındaki ilişkileri ve faaliyetleri doğrudan etkilemektedir. *Altyapı;* Ülkenin ulaşım, iletişim, teknolojik alt yapı, internet hızı ve kullanım oranı halkla ilişkiler uygulamalarında önemli kriterlerdir. *Hukuk Sistemi;* Her ülkenin toplumsal yapısını düzenleyen yasal kodları vardır. Ulusal ya da uluslararası hukukun üstünlüğü ya da dini yasaların ağırlığı uluslararası halkla ilişkiler uygulayıcılarının hareket alanlarını etkilemektedir. *Sosyal Yapı;* Bir ülkenin aile, eğitim sistemi, dinsel öğeleri, demografik yapısı gibi sosyal parametreleri de her türlü iletişim stratejisinin yön belirleyicisidir (Zaharna, 2001:138-139).

Medyanın gelişimi, farklı medyalarının varlığı, siyasi ve ekonomik güçlerin medya ile ilişkisi, medya sahiplerinin güvenilirliği medya yapısını tanımak adına önemlidir. Gelişmişlik düzeyi, iletişim-ulaşım-teknolojinin varlığı ve güvenilirliği yeni yatırımlar için önemli olduğu gibi var olan kurumların devamlılığı için de önem

arz etmektedir. Hukuk yapısının siyasi güçlerle ilişkisi, hukuksal gelişimi yanı sıra baskın olan dini inanış, eğitim düzeyi, nüfusun dağılımı, halkın etnik, ırksal yapısı o toplumdaki tüm halkla ilişkiler, reklam, pazarlama faaliyetlerini etkileyecektir (Freitag ve Stokes, 2009: 44-45).

Uluslararası Halkla İlişkilere Farkındalık Yaklaşımı		
Ülke Profili	Kültür Profili	İletişim Bileşenleri
<i>Halkla ilişkiler projelerinin tasarlanması ve uygulanmasında etkili olan yapısal faktörler:</i> *Politik yapı *Ekonomik yapı *Medya *Altyapı *Hukuk sistemi *Sosyal yapı	<i>Halkla ilişkiler projelerinin tasarlanması ve uygulanmasında etkili olan kültürel değişkenler:</i> * Yüksek / Düşük bağlam (High/Low context) * Monokronik/ Polikronik Yönelimli (Monochronic/polychronic) * Bireysellik / Kolektivizm (Individualism/Collective) * Yapma / Olma Yönelimli (Doing-oriented/ Being-oriented) * Gelecek/Geçmiş Yönelimli (Future/Past oriented) * Çizgisel/Çizgisel Olmayan (Linear/Nonlinear)	<i>Ulusal veya kültürel özelliklere bağlı iletişim biçimleri:</i> *Sözlü iletişim *Sözsüz iletişim *Görsel iletişim *İletişim matrisi *Grup dinamikleri *Retorik biçim

Tablo 4: Uluslararası halkla ilişkilere farkındalık yaklaşımı (Zaharna, 2001: 144)

Kültür Profili; ülkede nelerin etkili olabileceğini belirler. Kültürün toplumsal davranış ve düşünce yapısının özünü oluşturduğunun gerçeğinden yola çıkarak Zaharna (2001), bazı kampanyaların başarısız olmasının temelinde kültürel ve psikolojik engeller olduğunun görülmesi gerektiğinin altını çizmektedir.

Zaharna (2001) aşağıda açıklanan her bir iletişim biçiminin halkla ilişkiler uygulamalarının anahtarı olduğunun altını çizer.

Yüksek/Düşük Bağlam (High/Low Context): Hall'un yüksek/düşük bağlamlı kuramına göre düşük bağlamlı ülkelerde dil kodları önemli olduğu için mesajlar açık ve analitik olurken, yüksek bağlamlı kültürlerde mesaj aktarımında örtüklük vardır. *Monokronik/Polikronik Yönelim (Monochronic/Polychronic):* Hall'a göre monokronik yönelimli kültürlerde kişiler aynı anda tek bir faaliyet

gerçekleştirebilirken, polikronik yönelimli kültürlerde kişiler aynı anda birden fazla faaliyet içinde olabilmektedirler. *Bireysellik/Kolektivizm (Individualism/Collective)*: Bireysel değerlerin, ihtiyaçların, hedeflerin ön planda olduğu aile ilişkilerinden kaçınıldığı, eğitimin yaşam boyu devam ettiği kültürlerdir. Kolektivizmde biz bilinci, örgütün gereksinimleri, grup çıkarları, başkalarının duyguları önemlidir. *Yapma/Olma Yönelimli (Doing-oriented/ Being-oriented)*: Yapma odaklı yani eylem merkezli kültürlerde başarılı olmak önemli iken, olma yönelimli kültürlerde başarılı olmak o kişinin aile yapısından, doğumundan ya da yaşında daha önemli değildir. *Gelecek/Geçmiş Yönelimli (Future/Past oriented)*: Gelecek odaklı kültürler yenilik ve değişime açıktır, yeni her zaman iyidir. Bu kültürlerde halkla ilişkiler uzmanlarının planlama, strateji oluşturma ve öngöründe bulunmayı daha kolay yapabilmektedir. Geçmiş odaklı kültürlerde ise kişiler tarihsel kalıplara ve içeriklere bağlı kalmak isterler. *Çizgisel/Çizgisel Olmayan (Linear/Nonlinear)*: Çizgisel kültürlerde, olayların başlangıç ve bitişleri önemlidir. Belli bir konuya odaklanılır. Çizgisel olmayan kültürlerde ise birden çok konu vardır, sözlü ifadelerle dayanılır ve sözsüz iletişimle güçlendirilir (Zaharna (2001:-142-143)

İletişim Bileşenleri halkla ilişkiler uygulayıcıları için yol göstericidirler. Kültürlerarası perspektiften bakıldığında çeşitli kültürel davranışlardan kaynaklanan karmaşık bir tablo görülür. Bu karmaşık etkinlikler, basit iletişim bileşenlerine dönüştürülürse kültür farklılıklarından gelen varsayımları ve kabulleri anlamak kolaylaşır.

Çeşitli toplumların iletişim biçimlerini ait oldukları kültürel yapılar belirler. Farklı ülkelerde faaliyet gösteren bir işletme için hazırlanan bir halkla ilişkiler çalışmasının, reklam kampanyasının, basılı bir malzemenin her ülkede aynı tepkiyi alması beklenemez. O çalışmanın, kampanyanın ya da basılı malzemenin kaliteli, iyi, kötü ya da etkileyici oluşu kültürel bakış açısına göre belirlenir.

Faaliyet gösterilen ülkenin dilini iyi bilmek, toplumsal bakış, jest ve mimiklerin kodlarını çözmüş olmak, görsel algı özelliklerini tanımak halkla ilişkiler ve reklam uzmanını önemli hatalardan kurtarır. Öte yandan retorik bilgi sahibi bir halkla ilişkilerci, bir konuşma sırasında kimi konuların neden önemli bulunup vurgulandıklarını ya da kimilerine –önemsiz olduklarından- neden hiç değinilmediğini kolayca anlayabilir. İletişim matrisi, belirli bir kültürde iletişimin

çeşitli bileşenlerinin birbirleriyle ilişkilerini gösterir. “Hangi mesajların dağıtımında hangi kanallar kullanılır?” gibi soruların yanıtları aranır (Zaharna, 2001:142-143)

Hodges de yaşam dünyalarının ve farklı kültürlerdeki uygulayıcıların deneyimlerini dikkate alan bir bakışın, farklı ülke ve toplumlarda, farklı kültürel ve sosyal ortamlarda halkla ilişkilerin karşılaşacağı sorunların aşılması ve bu alanın etkileme potansiyelinin keşfedilip geliştirilmesi açısından hayati bir öneme sahip olduğunu belirtir (Hodges, 2006:81).

Zaharna’nın (2001) farkındalık yaklaşımı halkla ilişkilere ulusal parametreler ve kültürel nüanslar ışığından bakar. Farklılıklar “fark” olarak görülmedikleri sürece “doğru” ya da “yanlış” diye nitelendirilirler. Farkındalık benzerlikleri değil farkları ortaya koymayı hedeflemektedir.

Wakefield, pek çok uygulayıcının, küresel ortamda halkla ilişkiler faaliyetlerini etkili bir şekilde yönetme konusunda bazı bilgi ve becerilere ihtiyaç duyduklarını iddia etmektedir. Buna ilave olarak, uygulamalardaki pek çok benzerliğin halkla ilişkilerin küreselleşmesini mümkün hale getirebileceğini; dünyanın farklı bölgelerindeki uygulayıcıların sahip oldukları kültürel farklılıklarının, bir kurumun stratejik uygulamalarını engelleyebileceğini öne sürmektedir. Bundan ötürü, eğer çok uluslu şirketler kendi ülkelerinin kültürel değerlerini bir başka ülkeye dayatıyorsa Vercic, L. Grunig ve J. Grunig’in geliştirdiği küresel halkla ilişkiler yaklaşımının genel ilkeleri ve uygulamalarının gereği olmadığını ifade etmektedir (Aktaran Hung, 2001).

Küreselleşme ve rekabet halkla ilişkiler, reklam, pazarlama, kamu diplomasisi gibi ikna, çift yönlü iletişim, karşılıklılık, ortaklık vb yöntemlerle toplumun algı, tutum ve davranışlarını etkilemeye çalışan alanların, toplumları oluşturan bileşenler arasında özellikle kültür ve kültürel özellikleri kullanma zorunluluğu getirmektedir. Kamu diplomasisi amaçları doğrultusunda farklı toplumların ikna edilmesi ve karşılıklı sempati ve diyalog ortamının oluşumunda kültürün payı azımsanamayacak kadar büyüktür.

İKİNCİ BÖLÜM

DİPLOMASİ, YENİ DÜNYA DÜZENİ VE KAMU DİPLOMASİSİ

Diplomasi, uzun yıllardır ülkeler arası ilişkilere silahlı savaşın ötesinde karşılıklı anlaşma, diyalog ve müzakere şeklinde çözüm yolu sunan bir dış politika aracıdır. Tek taraflı diplomasi anlayışı tarihsel süreç içinde, değişen koşullar çerçevesinde yeni formlar edinmiştir. Her yüzyıl ya da dönem kendi diplomasi dinamiklerini yaratarak uluslararası ilişkilere yeni boyutlar kazandırmıştır.

Uluslararası ilişkiler ve uluslararası halkla ilişkileri birlikte düşünebilmek için bu iki disiplini buluşturan unsurları tespit etmek ve incelemek önem arz etmektedir. Hangi ortak paydalarda birleştiklerini anlamamanın yolu ise belli başlı ana kavramları açıklamaktan geçmektedir.

Bu bölümde kamu diplomasisine giden yolda dünya ülkelerinin uluslararası platformda zaman içinde sergiledikleri diplomasi anlayışı, diplomatik faaliyetleri ve değişen dünya düzeninin getirdiği kamu diplomasi kavramı, yöntemleri, modelleri, uygulamaları ve ilgili olduğu disiplinlerirdelenecektir.

2.1. Uluslararası İlişkilerde Dış Politika Aracı Olarak Diplomasi

Devletlerin hakimiyeti altındaki diplomasi süreci, bugün bireylerin de etkin olabildiği kamu diplomasisini ortaya çıkarmıştır. Ancak son yıllarda sıkça bahsi geçen kamu diplomasi kavramını daha iyi anlayabilmek için kökenini oluşturan diplomasiyi iyi tanımlamak gerekir.

2.1.1. Diplomasi Kavramı

Devletler, uluslararası platformlarda varlıklarını ortaya koymak, çıkarlarını korumak ve devletler arası ilişkilerini sürdürmek zorundadırlar. Bu ilişkileri devam ettirebilmek için de çeşitli araç ve yöntemlere başvururlar. Savaşa başvurmadan, barışçı yollarla ilişkilerin devamlılığını sağlayan en önemli araç da diplomasidir. Devletler arası ilişkileri yürütme ve yönetme sanatı olarak da tarif edilebilen diplomasi, günümüzde siyasi anlamın yanı sıra ekonomik, askeri, kültürel ve teknolojik boyutlar da taşımaktadır.

Diplomasi, milletlerarası ilişkilerin müzakereler aracılığıyla yönlendirilmesidir (Versan, 1999:105). Morgenthau'ya göre bir ulusun gücünü meydana getiren öğeler arasında istikrarsız da olsa en önemlisi diplomasinin niteliğidir. Ulusal gücü meydana getiren diğer tüm faktörler ulusal gücün hammaddesi niteliğindedir. Diplomasi ise, tüm bu faktörleri bir araya getirir, onlara yön verir, bir kalıba sokar ve gerçek bir güç haline dönüştürür; onları sadece potansiyel güçler olmaktan çıkarır. Diplomasi aynı zamanda, ulusal gücü meydana getiren farklı öğeleri ulusal çıkarı ilgilendiren uluslararası sorunlar ortaya çıktığında en yüksek etkiyi yapabilecek bir yapıya kavuşturma sanatıdır (Arı, 2011:147).

Diplomasi kelime olarak, eski Yunanca'daki ikiye katlama anlamına gelen “diploma³” sözcüğünden gelmektedir. Zamanla bu resmi belgeleri koruyacak, inceleyecek ve düzenleyecek profesyonel katiplere ihtiyaç duyuldu. Diplomasi, 18. yy'a kadar da belgeleri inceleme, arşivlerin korunması anlamında kullanıldı. İlk kez 1796 yılında Edmund Burke diplomasiyi “Belgeleri İnceleme Bilimi” yerine, “Uluslararası İlişkileri Yürütme Sanatı” olarak ifade etmiştir (Kınlı, 2006:60).

Diplomasi ve dış politika kavramları genelde karıştırılmakta ve aynı anlam yüklenmektedir. Diplomasi politika değil, politikanın uygulanabilmesi, hayata geçebilmesi için kullanılan bir araç, bu politikaların yürütülme biçimi ve yöntemidir. Diplomasi ve dış politika birbirini tamamlamakla birlikte, işbirliği içinde olmak zorundadır. Diplomasi dış politikadan bağımsız bir mevcudiyete sahip değildir fakat her ikisi de tek bir icra politikası oluşturur; politika stratejiyi saptar, diplomasi ise taktikleri (Victor Wellesley'den aktaran İskit, 2007: 2).

Diplomasi, uluslararası ilişkileri düzenleyen antlaşmalar ve eylemler bütünüdür. Bir mücadele sanatı da olan diplomasinin uygulanış şekli de farklılaşmaktadır: *Ad hoc diplomasi, gizli (sessiz) diplomasi, açık diplomasi, konferans diplomasi, ikili diplomasi, çoklu diplomasi, parlamenter diplomasi, mekik diplomasisi, zirve diplomasisi gibi* (Öymen, 2011; Arı, 2011; İskit, 2007; Tuncer, 1995).

Tüm bu diplomasi şekilleri, tarihsel süreçte olayların akışı doğrultusunda kullanılagelmiştir. Uluslararası ilişkilerin devamlılığının sağlanması, devletlerin

³ “Diploma” sözcüğü ikiye katlamak anlamına gelmektedir. Eski Yunan ve Roma İmparatorluğu'nda devlete ait tüm resmi belgelere bunların katlanış biçiminden dolayı diploma adı verilmekteydi. (Tuncer, 1995:13).

çıkarlarının korunup kollanması için hangi uygulama gerekli ise zaman sürecinde ona başvurulmuştur. Ancak bu uygulamalar kimi zaman bir devletin çıkarlarını sağlama alırken, başka devletlerin yaşamlarında yıkıcı etkiler bırakmıştır. 2000’li yıllardan sonra daha fazla tartışma konusu olan “*kamu diplomasisi*” de yine dünyadaki sosyal, siyasi, ekonomik, kültürel olayların akışı çerçevesinde şekillenmiştir. Çok kutuplu yeni dünya düzeni içinde, sivil toplumun gerek ulusal gerek uluslararası konularda daha aktif hale gelmesi, diplomasinin kapsamını ve uygulanma şeklini değiştirmiş ve kamu diplomasisini daha aktif ve gerekli kılmıştır.

2.2.Tarihsel Süreçte Diplomasi

Kamu diplomasisini tek boyutlu düşünmek doğru olmayacaktır. Kamu diplomasisinin bugünkü zeminini hazırlayan çok sayıda siyasi, askeri, kültürel, sosyal olay gerçekleşmiştir. Kamu diplomasisine geçmeden önce diplomasi ve diplomasinin tarihsel yolculuğuna değinmek, hangi koşulların uluslararası ilişkileri biçimlendirip yön verdiğini görmek devletlerin ve toplumların davranışlarını anlamaya yardımcı olacaktır.

2.2.1. İlk Dönem Diplomasi Uygulamaları ve Diplomasinin Kurumsallaşma Süreci

Dünya sahnesinde dil, din, gelenek, ırk yönünden birbirinden farklı aktörlerin davranış biçimlerini tanımlayan, bu farklı topluluklar arasında ilişki kurmaya yarayan araçların başında gelen diplomasinin önemi günümüzde daha fazla vurgulanmaktadır. Politikadan ziyade politikanın uygulanmasını sağlayan bir taktik olarak karşımıza çıkan diplomasi, özellikle uluslararası bunalımların, anlaşmazlıkların ortadan kaldırılmasında veya azaltılmasında kullanılan önemli bir dış politika faaliyetidir.

Tuncer, diplomasi uygulamalarının ilk örneklerini tarih öncesinde varlık gösteren ilkel kabilelerin savaşa son vermek, yaralı ve ölülerini gömmek için yaptıkları görüşmelere dayandırmaktadır (1995:13). Cohen ise diplomasi kavramını, Mezopotamya Uygarlığı’na dayandırır. Cohen diplomasinin doğuş yeri olarak genellikle Yunan Uygarlığı’nın gösterilmesi fikrine karşı, ilk bugünkü anlamıyla büyükelçilerin Hammurabi döneminde ortaya çıktığını belirtmektedir (2001:23-24). Lafont, tüm süreç ve ritüelleriyle gerçek, rasyonel ve tam anlamıyla bir diplomatik

sistemin Yakın Doğu uygarlıklarında doğduğunu söylemektedir (2001:39). Bu döneme ait diplomatik ilişkileri gösteren anlaşmalar ve siyasal mektuplar arasında günümüze ulaşan en değerli diplomatik arşiv ‘Amarna Mektupları’⁴ olarak kabul edilmektedir. Tam metinleri bugüne kadar gelen devletlerarası ilk yazılı barış anlaşması ise M.Ö. 1278 yılında Mısır Firavunu II. Ramses ve Hitit Kralı Hattusilis arasında yapılan Kadeş Antlaşması⁵’dır (Tuncer, 1995:14).

Tarihin ilk dönemlerinde ‘ad hoc’ niteliği taşıyan diplomasi yönteminde temsilciler, geçici olarak başka bir devlete gönderilir ve görevini yerine getirdikten sonra da ülkesine dönerdi yani bu diplomasi yöntemi tek yanlı ve geçici bir özellik taşımaktaydı. Hititler ve Eski Mısırlılar’da da elçiler ad hoc şeklinde başka ülkelere gönderilir, görevleri tamamlanınca geri dönerlerdi (Lafont, 2001: 50).

Zamanla site devletlerinin kurulmasıyla diplomasi de farklılık göstermeye başlamıştır. Özellikle Yunan coğrafyasında ortaya çıkan küçük şehir devletleri diplomasinin sistemleşmeye başlamasına yol açmıştır. Açık ve çok yanlı diplomasi, konsolosluk kurumu gibi birçok yeni diplomasi yöntemleri konusunda Eski Yunan Uygarlığı’nın katkısı büyüktür. Romalılar’ın ise özellikle devletler hukukuna saygının artırılması, diplomatik arşivlerin oluşturulması ve korunması konusunda önemli katkısı olmuştur (Campbell, 2001).

Romalılar’ın tersine Bizans İmparatorları savaş yerine diplomasiyi büyük bir ustalıkla kullanmışlardır. Etrafında Cermen, Slav, Macar, Selçuklu, Osmanlı gibi birçok tehdit barındırmasına rağmen Bizans’ın uzun süre ayakta kalması, askeri dehasından çok diplomasideki yeteneğine bağlanmaktadır (Hüner 1995:21-22).

12. yy’ın sonundan itibaren ilk defa İtalya’da ‘Ambasciatore’⁶-Büyükelçi’ unvanı ortaya çıkmıştır. Ülkelerarası Ambasciatore veya Ambassadeur (Fransızcası) gönderme uygulaması 13. yy’da özellikle İtalya ve Fransa’da yaygınlaşmıştır. 15. yy

⁴ Amarna Mektupları M.Ö. XIV. yy’ın ilk yarısında Ön Asya’nın kralları ve Mısır firavunları arasında yazılmış olup bu dönemdeki tüm siyasal olayları ayrıntısıyla aktarmaktadır (Tuncer, 1995:14).

⁵Orijinal tabletlerinin Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi’nde, bir kopyasının Birleşmiş Milletler’in New York binasında sergilendiği Kadeş Antlaşması’nın temel maddesi, “iki ülkeden birisine yönelik saldırı ya da tehdit karşısında ötekine ona yardım edeceği yani birine yönelik tehdidin ortak tehdit kabul edileceği” şeklindedir ki bu hüküm çok daha sonraları imzalanan NATO Antlaşması’nın 5. maddesinin içeriğini de oluşturacaktır (İskit, 2007: 69).

⁶ Latince ‘ambactiare’ bir göreve gitmek kelimesinden gelen bu terim çeşitli elçileri ifade etmektedir. Sadece hükümdarların elçileri için değil, iki farklı ülkede yaşayan aracılar için de kullanılmaktaydı.

sonuna gelindiğinde bu terim seküler hükümdarların elçileri için kullanılırken, Papalığın elçileri ‘legate’ veya ‘nuncii’ olarak adlandırılıyordu. Ortaçağ sona ererken Batı Avrupa’da Papalık dışında diplomatik alanda belirli adımlar atan en önemli siyasi birim Venedik idi. Bizans modelini esas alan Venedik diplomasisi önce İtalyan şehir devletleri daha sonra Fransa ve İspanya tarafından kopya edilmiştir (İskit, 2007:86).

Diplomasi zamanın gerekliliklerine, devletlerin tarih sahnesindeki rollerine göre gelişmiş ve uluslararası ilişkilerin barışçıl yürütülmesinde daha sık başvurulmuş bir ilişki sanatı olarak devlet yönetim sistemlerinde yerini almayı başarmıştır.

Gerçek anlamda diplomasinin gelişmesi ilk defa Kuzey İtalya’daki şehir devletlerinde söz konusu olabilmıştır. 15. yy’da Rönesans İtalya’sındaki uygulamalarla gelişen diplomasi, Avrupa’nın geri kalan bölgelerinde ancak 17. yy’da kendini gösterebilmiştir. Rönesans İtalya’sı uluslararası ilişkiler tarihinde, özellikle dış politikanın yürütülmesinde sürekli olarak iş gören diplomasi kurumlarının geliştirilmiş olmasından dolayı önemlidir (Arı, 2011:340-341).

İlk sürekli elçilik 1455 yılında Venedik tarafından Cenova’da açılmıştı. Bunlara bu sırada henüz elçi değil yerleşik katipler denmekteydi. Özellikle Venedik bir süre sonra şehir devletleri arasında ‘elçilik okulu’ durumuna gelmiş ve İtalya ilk elçisini Fransa’ya göndermişti. Venedik öncülüğünde gelişen bu süreçte, hem Avrupa Hristiyan dünyasıyla hem de Müslüman ülkelerle resmi ilişkiler kurulmaya başlanmıştır (Arı, 2011: 341).

Venedik ve Roma’nın başlattığı sürekli elçilik sistemi İspanya, Fransa bir süre sonra da İngiltere’nin ülke dışında bulundurduğu daimi elçilerle devam etmiştir. 15. ve 16. yy’larda diplomasi İtalyanlarla biçimlenirken, 17. ve 18. yy’larda diplomasiyi şekillendiren ve yön veren Fransa olmuştur. Özellikle Dış politikayı ilk kez tek bir bakanlık altında toplayan, hükümetin yürüttüğü diplomasi konusunda kamuoyunun eğitilmesi ve bilgilendirilmesi gerektiğine inanan ve diplomaside başarının temelinin karşılıklı güvene bağlı olduğunu savunan Fransız Kardinal ve başbakan Richelieu’nün bu görüşleri günümüzdeki modern diplomasi anlayışının başlıca öğelerini oluşturmaktadır (Tuncer, 1995:30).

1648-1789 dönemi, Avrupa devletler sisteminin en türdeş özelliklere sahip olduğu bir dönemdir. Sistem özellikle de Fransa’nın hakimiyetindedir. Ülkelerin

siyasal yapıları ve hükümdarların siyasal olaylara yaklaşımları açısından önemli ölçüde bir türdeşliğin mevcut olduğu bu dönemde, uluslararası politika “monarklar arasındaki bir satranç oyunu” görünümündeydi (Sönmezoğlu, Güneş ve Keleşoğlu, 2011:11-12). 19.yy’a kadar Avrupa’da uygulanan diplomasi çoğunlukla hükümdarların elindeydi. “Kişisel diplomasi” ağırlık kazanmış, dış politika ve kararları kamuoyuna sunulmamış sadece hükümdarı ve saraydaki belli kişilerin bilgisi dahilinde kalmıştı (Tuncer 1995: 31-32). Bu durum ülkeler arasındaki ilişkilerin sadece en baştaki yöneticiler arasında olduğunun, kesinlikle bu sınıf dışında kimsenin dahil edilmediğinin bir göstergesidir.

2.2.2. Modern Avrupa Devletlerine Değişen Diplomasi Anlayışı

Modern devletler, göçebe doğu toplumlarının merkezi yapılara geçmesi ve batıda feodal yapıların ortadan kalkmasıyla ortaya çıkmıştır. Bu süreçte batıda 1648 Westfalya Barışı Avrupa’da feodalitenin yıkıldığı ve merkezi hanedanlıkların ortaya çıktığı bir sürecin başlangıcını ifade ederken, doğuda 14. yy’dan itibaren tarih sahnesinde yer alan Osmanlı İmparatorluğu, göçebe Türk devletlerinin yerine merkezi devletin kurulması anlamına gelmekteydi (Arı, 2011: 40-41).

Yeni sistemi oluşturan Prusya, Avusturya, Rusya, Fransa, İngiltere gibi büyük devletlerin amacı birbirlerine karşı üstünlük sağlamak değil, ortaklaşa oluşturdukları sistemin içindeki yerlerini korumaktır (İskit, 2007:111). Westphalia Barış Antlaşması aynı zamanda “klasik güç dengesinin geçerli olduğu” modern Avrupa devletler sisteminin ilk adımıdır. Önceleri Avrupa ile sınırlı olan bu sistem, sömürgecilik, ticaret vb yollarla dünyaya yayılan uluslararası bir sistem haline gelmiştir (Sönmezoğlu, Güneş ve Keleşoğlu, 2011:11).

Bu dönemde Avrupa sahnesine birbirinden bağımsız ve birbiriyle eşit statüde ulusal devletler çıkmış ve bunlar aralarındaki ilişkileri düzenlemede, uyuşmazlıkları çözmede ve savaşlara son vermede giderek daha sık konferans yöntemini kullanmaya başlamıştır. Böylelikle çok yanlı kongrelerin toplanması, uluslararası diplomasinin yerleşmiş bir kuralı durumuna geldi (Tuncer, 1995:34). Temel birimlerini ulus-devletin oluşturduğu Avrupa devletler sistemi günümüzde belli kurallar ve kurumlarla tanımlanmaktadır. Uluslararası ilişkilerde genel kabul gören kurumlar; diplomasi, güç dengesi, uluslararası hukuk ve büyük güçlerdir. Zamanla bir çok

kurum (savaş, ittifak, garanti vb) olmuşsa da bu dört unsur en tanımlayıcı ve sürekli kurumlar olarak kalmıştır. 20. yy'a kadar dünya diplomasisini, Avrupa'nın yönlendirdiğini söylemek mümkündür. Hatta bugün için de Avrupa devletler sistemi bir dünya sistemidir (Yurdusev ve Yurdusev, 1999:140-141).

18.yy. ve 19.yy. diplomalarının genel özelliği ise 'gizlilik' üzerine konumlanmasıdır. Diplomatik görüşmeler, kararlar sadece hükümdarlar arasında yapılmakta, halkla hiçbir bilgi paylaşılmamaktaydı. Dolayısıyla bu durum yöneticilerin kişisel hırs ve çıkarlarını kimi zaman ülkelerinin çıkarlarından daha önde tutmaları anlamına da gelebilmekteydi.

Tarihte 19. yy. daha çok ülkeler arası Kongreler Dönemi olarak yer almaktadır. Avrupa'da uzun süren savaşlar sonunda ortaya çıkan siyasal sorunlara bir çözüm yolu bulabilmek amacıyla toplanan ve Avrupa'nın sınırlarını kırk yıl süreyle çizen 1815 Viyana Kongresi'nin Avrupa kökenli uluslararası hukukun geliştirilip sistematik hale getirilmesinin başlangıcı olarak görülmesi nedeniyle diplomasinin de klasik olarak başlangıcı olarak sayılmaktadır (Sönmezoğlu, 2002:33). 19. yy boyunca Avrupa'nın büyük ülkeleri, tehditler karşısında her türlü ihtilafla ilgili olarak bir araya gelmişlerdir. Özellikle de katı usullere bağlı ideolojik tabanlı kongrelerden sonra Avrupa Uyum toplantıları daha esnek bir diplomasi anlayışı yaratmıştır.

Öte yandan 1790'larda III. Selim'in Londra, Paris, Viyana, Berlin gibi şehirlerde elçilikler açtırması, özellikle Tanzimat dönemi yenilikler çalışmaları dahilinde Avrupa diplomasi ilke ve uygulamalarının kabul edilmesiyle Osmanlı imparatorluğu da 1856'da Paris Antlaşması'yla resmen Avrupa Uyum'unun bir üyesi olmuştur. Bu olay, Osmanlı diplomasisinde önemli bir süreçtir (İskit, 2007:134).

Bu kongre ve konferansların en önemli özelliği, "büyük devlet diplomasisi" niteliğinde olmalarıydı. Bu kongrelerde kararlar genellikle küçük devletlerin de katıldığı genel kurul halindeki toplantılarda değil, büyük devlet temsilciliklerinin kendi aralarında yürüttükleri gayriresmî nitelikteki görüşmeler ve tartışmalarda alınmakta ve büyük devletler tüm konularda karar verme yetkisini saklı tutmaktaydı (Tuncer, 1995: 42). Bu yüzyıl konferanslar diplomasisi özellikle Afrika ve Asya kolonilerinin paylaşılmasında da önemli roller oynamıştır.

Bu yüzyılda dünyanın değişimine paralel olarak diplomasi de önemli değişiklikler geçirmiştir. Avrupa'da gücün saraylardan kabinelere, bakanlıklara

geçmesi süreci tamamlanmış, yüzyıl sonunda devletlerarası toplantılarda krallara rastlanmamaya başlanmış, dış politika ve dış ilişkiler giderek demokratikleşme yoluna girmiştir. Ucuz gazetelerin yayınlanması dış politika ve diplomasiyi kamuoyunun önüne taşımış, halkın bu alandaki gücü yavaş yavaş hissedilmeye başlanmış ve Avrupa diplomasisi de dünyaya yayılmaya başlamıştır (İskit, 2007: 131).

Japonya, Çin ve yeni bağımsızlıklarını kazanan Latin Amerika ülkeleri de zaman içinde Avrupa diplomatik sistemini kabul etmişlerdir. Ancak Amerikalılar, ilk dönem itibariyle Avrupa diplomatik modellerini almak yerine ilk başlarda, askeri gücün yerini mantığın ve pragmatizmin alacağı ayrıca devletin uluslararası ilişkilerde kişiler kadar ahlak kurallarına uyacağı bir yeni diplomasi anlayışı yaratmaya çalışmıştır (İskit, 2007: 134). Ancak bu diplomasi anlayışı yıllar içinde günümüze kadar farklı şekillere bürünmüştür.

Özellikle tüm Avrupa sömürgecilik politikası çerçevesinde bu yüzyılda ticaret ve finansı en önemli diplomatik güç ve araç olarak kullanmıştır. Avrupa ve Amerika’da sanayi devriminin hızlanıp gelişmesi, bankacılık, şirketleşme sistemlerinin gelişmesi yeni pazar arayışları, üretim biçimlerinin değişimi ve hızlanmasıyla ticaret, en önemli diplomasi aracı haline gelmiştir. Avrupalı sömürgeci güçler, Asya ve Afrika’daki çeşitli emellerine ulaşmak için ticari güçlerini fazlasıyla kullanmışlardır. O dönemlerden itibaren sadece kendi ülkelerindeki değil başka toprakların kamuoyu ile de ilgilenen Avrupa, ticaretin yanı sıra kendi dil, din ve kültürünü de gittiği yerlere taşımaya misyon edinmişti. Bugün “kamu diplomasisi”nin temel dayanağı olan kültürel diplomasi çalışmaları o tarihler itibariyle başlamış ve Almanya, Fransa, Büyük Britanya kendi dillerini, kültürlerini yaymak için çeşitli ülkelerde, sömürgelerinde okullar, kültür merkezleri açmışlardır.

2.3. Birinci ve İkinci Dünya Savaşları ve Yeni Diplomasi Anlayışı

I. Dünya Savaşı’nı “eski” ve “yeni” diplomasi dönemlerini ayıran bir çizgi olarak niteleyen Tuncer (1995: 59), savaşı izleyen yıllarda eski diplomasinin saygınlığını yitirdiğini, bu yüzden savaşın hemen ardından bu yöntemi değiştirme çabalarının başladığını belirtmektedir.

I. Dünya Savaşı'nın başlaması güçler dengesinin çöküşünü ifade etmekteydi. Yeni bir Alman Birliği'nin oluşması, teknolojik gelişmelerinin savaş alanlarını değiştirmesi, demokrasinin dış politikaya yansması ve halkların da bu alanda sesini duyurmaya başlaması sistemi çöküşe götüren nedenler arasında sayılabilir.

Savaşın ilk üç yılında diplomasi eskiden olduğu gibi yine kapalı kapılar ardında yürütülmüş ve özellikle İttifak Devletleri Mondros Mütarekesi ile Osmanlı'nın paylaşılmasını müzakere etmişlerdir (İskit, 2007:169). Sonuçları dışında Oran, aksine Mondros'un bir eziklik diplomasisi olmak yerine gerek üslup, gerek öz bakımından gerekse özgül argümanlarıyla Cumhuriyet tarihinin en başarılı diplomasi zaferi olan Lozan'ın öncülüğü niteliğinde kabul etmektedir (1999: 259-260).

Özellikle siyasetin demokratikleşme adımlarıyla, dış politikayla ilgisi olmayan çeşitli toplum kesimleri diplomatik girişim ve davranışları sorgulamaya başlamıştır. Hükümetler de bazı politikalarını kamuoyunda paylaşarak "açık diplomasi" ilkelerini hayata geçirmeye başlamıştı. Örneğin; İngiliz Dışişleri Bakanlığı savaş hakkında halkı bilgilendirme adına bir enformasyon dairesi kurmuştur. Sonradan Siyasi İstihbarat Dairesi adını alacak olan Savaş Propaganda Bürosu'nu da dışişleri semsiyesi altına almış ve bilgi aktarımını genişletmiştir (İskit, 2007: 170).

I. Dünya Savaşı'nda uluslararası ilişkiler arenasına çıkan ABD savaşın sonuçlarına da darbesini vurmuştur. Özellikle Devlet Başkanı Woodrow Wilson'un öne sürdüğü diplomatik öneriler geleneksel diplomasinin değişiminde önemli bir dönüm noktası olmuştur.

Wilson'un 8 Ocak 1918'de açıkladığı 14 maddeden ilki diplomasinin daima açık görüşmeler şeklinde kamuoyu nezdinde yapılması gerektiği idi. Wilson'a göre demokrasinin gereği olarak sadece sonuçlar değil süreç de halkla paylaşılmalıydı. Ancak açıklık ilkesinin baş savunucusu olan Wilson bile bu ilkeyi çok sık uygulamamıştır (Tuncer, 1995:59-60). Aslında Wilson 14 Nokta prensipleriyle ortaya konulan 'yeni diplomasi' kuramıyla, savaştan elde edemediği toprak ve materyal kazançlara diplomatik yollarla ulaşmayı hedefliyordu. Wilson ilkelerinin kelime anlamından daha gizli amaçlar ifade ettiği gerçeği daha sonra gün yüzüne çıkmıştır (Gülbüz, 2002: 90).

Öte yandan ideolojiler I. Dünya Savaşı'ndan önce uluslararası ilişkilerde rol oynamamıştı. 1918 sonrası bu durum değişmiş, daha önce aynı dili kullanan ülkeler

farklı normlar benimsemeye başlamışlardır. Sosyalist diplomasi türünün yaratıcısı Lenin’de ki o da Wilson gibi eski diplomasi’nin gizliliğine karşı çıkmıştır. Lenin ve Wilson yeni bir çağın duyurucusu olmuşlardır. Her ikisi de devletlerarasındaki uyuşmazlıkların sona ereceği “tek bir dünya”nın gerçekleşmesini düşünüyordu (Tuncer, 1995: 65-67).

I. Dünya Savaşı’nın diplomasi açısından en önemli sonuçlarından biri; “sokaktaki adam” için diplomasi’nin anlam ve önemi değişmiştir. Artık bireyler, dış politika ve diplomasi alanlarında sorumlulukları olduğunun farkına varmış, savaşların sorumluluğunu küçük bir azınlığa bağlayarak bunların daha fazla denetlenmesi talebinde bulunmaya başlamıştı. Savaş öncesi halk için “tabu” olan diplomasi, savaş sonrasında halkların başlıca ilgi alanlarından biri haline gelmiştir (Tuncer, 1995: 63). Siyasal yaşamın demokratikleşmesi hükümetlerin diğer çalışmaları gibi dış politikalarının da daha fazla denetlenmesi anlamına gelmektedir.

I. Dünya Savaşı sonrası kurulan Milletler Cemiyeti (1920-1946) kısa ömürlü olmasına rağmen, günümüzün *çok taraflı- parlamenter diplomasi’nin* temelleri bu kuruluşla atılmıştır.

İki savaş arası yıllarında, büyük devletlerin çoğunun dışişleri kurumları yeni bir uyum ve reform sürecine girerken, 20. yy. politikalarının sık sık ön plana çıkan teması olan, diplomatik uygulamaların ideolojinin gereklerine uydurulması konusu, iki savaş arası dönemde gündemin üst sıralarındaydı (İskit, 2007: 185).

Özellikle Nazi Almanyası’nın artan hırs ve istekleri dünyayı bir savaşın daha eşiğine getirmiş, Avrupalı ülkeler Almanya ile anlamlı müzakerelere devam etmenin boş olduğunu anlamışlardı. İskit’in de (2007:189) belirttiği üzere 1914’te olduğu gibi 1939’da da diplomasi’nin başarı sağlama misyonu başarısızlığa uğramıştı. Ne var ki, bu misyonun vazgeçilmezliği hem 2. Dünya Savaşı sırasında hem de savaş sona erdiğinde bir kere daha anlaşılacaktı.

Diplomasi bu dönemde farklı amaçlar için kullanılmaya başlandı. Diplomasi’nin farklı amaçlarla kullanılmasını Tuncer şöyle örneklemektedir: 20 yy’da büyük totaliter devletler, diplomasi alanına kendilerince yeni yöntemler getirdiler. Özellikle de propaganda ağırlıkta olanlar dikkat çekicidir. Barış zamanında propagandayısıitemli ve yaygın biçimde ilk kullanan Sovyetler Birliği ve Nazi Almanyası, varolan sistemi yıkıp kendi düzenlerini kurma amacıyla diplomasiyi

ideolojilerin yayılması için bir propaganda şeklinde kullanmışlardır. Her iki devlet de dış dünyayı etkilemek kaygısıyla uluslararası görüşmeleri propaganda amaçlı kullanmışlardır. Özellikle Hitler, hükümet başkanlarının dış politikalarını kamuoyuna açıklamalarının çok önemli bir diplomasi aracı olduğuna inanmışlar ve bunu uygulamışlardır (1995: 68).

2. Dünya Savaşı sonrası Avrupa her açıdan çok büyük yaralar almış, Avrupa ülkelerinin sınırları yeniden çizilmiş, en büyük zararı gören Almanya ikiye ayrılmış, Japonya ve dünya atom bombasının acımasızlığı ile tanışmış, İsrail- Filistin meselesi ortaya çıkmıştı. Öte yandan savaştan yorgun düşen Avrupa karşısında ABD, genç ve dinamik şekilde dünya siyaset ve ekonomisini yönlendirmede daha aktif rol almaya başlamıştır.

2.4. Soğuk Savaş Dönemi Diplomasisi: 1945- 1990

Deniz, kara ve havada silahlarla yapılan savaşın dışında bir durum olarak ifade edilen Soğuk Savaş, her an bir savaş olacak ihtimaline karşı hazırlıklı olma, gergin olma durumudur. Karşılıklı sıcak bir çatışma olmadan yapılan Soğuk Savaş'ın en önemli silahları; diplomasi, ekonomi, kültür, siyasal düşünceler, askeri teknolojiler ve propagandadır (Langlois, 2000: 275). 2. Dünya Savaşı'nın ardından dünyanın güç noktası Avrupa ülkelerinden ABD ve SSCB ikilisine kaymıştır. Bu iki yeni süper gücün 1990'lara kadar süren mücadelesi, ortaya iki kutuplu bir dünya çıkarmıştır. Kapitalizm ve komünizm ekseninde şekillenen bir dünya düzeniyle devletler arası politik, sosyal ve ekonomik dengeler tamamen değişmiştir.

İskit'e göre de 2. Dünya Savaşı sonrasında diplomasiye iki önemli gelişme damgasını vurmuştur. Birincisi çok taraflı kuruluş ve ilişkilerin hızla çoğalması ve gelişmesi, uluslararası toplum üyelerinin neredeyse dört kat artması; ikincisi ise Soğuk Savaş'ın dünyayı iki kampa bölmesidir (2007:194).

1945'e yani savaşın sonuna gelindiğinde ABD, uluslararası alanda belki de tarihte benzeri olmayan bir üstünlük yakalamıştı. Dünya refahının yüzde ellisine, dünya sanayi üretiminin çoğuna, askeri hakimiyete, güvenliğe sahipti ve her iki okyanusun denetimini ele geçirmişti. (Chomsky, 1998: 187).

Nisan 1949'da ABD'nin girişimiyle Washington'da kurulan NATO (Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü) ve 1955'te NATO'ya bir tepki olarak Sovyetler Birliği

önderliğinde kurulan Varşova Paktı ile Avrupa yalnızca siyasi ve ideolojik olarak bölünmüş bir kıta değil, Doğu ve Batı ittifakları çerçevesinde iki düşman askeri kampa dönüşmüştür. Varşova Paktı, 1989 Doğu Bloku'nun yıkılışına kadar varlık gösterirken, Soğuk Savaş döneminin koşulları çerçevesinde kurulan NATO, sonrasında da yeni görevlerle hayatına devam etmiştir (Sezer 1999: 442-443).

Soğuk Savaş diplomasisi genel olarak blok mensubu diplomatların, yetkililerin karşı blok diplomatlarını bir düşman ve hasım olarak görmeleri esasına dayanıyordu. Karşılıklı güvensizlik mutlaktı. İdeolojik çatışma ortamı yapıcı bir ilişkiyi olanaksız kılmaktaydı. Çok taraflı kuruluş ve forumlarda her blok çoğunlukla liderinin etrafında aynı ve neredeyse tamamen karşı tarafın aksi görüşlerini dile getirir, ortak bir noktada buluşmaya çabalamaktan çok bir retorik düellosu sürdürürdü. Taraflar ilke olarak kendi bloklarının oluşturduğu güvenlik ve ekonomik işbirliği amaçlı rakip kuruluşlarda gruplaşıyordu. Batı'da özellikle de ABD tarafından sürekli işlenen komünizmin yayılması korkusu ve Sovyetler Birliği'nin Regan'ın deyişiyle 'Kötülük İmparatorluğu' olarak tanınması ve tanıtılması bu durumu beslerken, Doğu Bloku'nda da Sovyetler Birliği'nin dış ilişkilere ideolojik yaklaşımı normal ilişkilere set çekmekteydi (İskit, 2007: 201-202).

Soğuk Savaş döneminde dünyada yaşanan gelişmeler ve kutuplaşmalar Türkiye için de yeni bir dış dünya yaratmaktaydı. Kuruluşundan itibaren çevresinde güvenlik ve barış çemberi yaratmaya çalışan, tarafsızlığı kendisine politika seçen Türkiye, dünyada esen Soğuk Savaş rüzgarlarıyla da farklı bir siyasi iklim içine girmek zorunda kalmıştır.

Tüm iç ve dış koşulların ışığında ülke çıkarlarının Batı özellikle ABD ile yaklaşmaktan ve hatta askeri ittifak içerisine girmekten geçtiğine inanan Türk yöneticiler ve Türk diplomasisi bu anlayışla 1945'ten itibaren ABD ile 'dost ve müttefik' olma yollarını aramıştır (Sezer, 1999: 443). Dönemin siyasal yaşamı, bir yandan yalnızlık psikolojisi, bir yandan Sovyet tehdidi ve korku ortamı içinde Türkiye, Batı'dan destek arayışı içindeydi. Bu sebeple, ekonomide ve siyasette liberalleşme süreci başlamıştır (Oran, 2002a: 493-494).

Tek yanlı dış politika süren Türkiye, Kıbrıs sorunundan sonra çok yönlü ilişkilere yönelmiş, özellikle Balkan ve Doğu Bloku ülkelerle ilişkilerinde yumuşama sergilemeye başlamıştır. Doğu/Batı arasında denge prensibine dayalı girişimler

sergilemiştir. 1960 ve 70'lerde dünya her ne kadar iki kutuplu ekseninde devam etse de bir yumuşama döneminin baş göstermesi Türkiye gibi ülkelerde dış ilişkileri yeniden gözden geçirme gereksinimi doğurmuştur.

1960'ların başında ortaya çıkan gelişmeler Doğu ve Batı blokları arasında oluşan işbirliği ve görüşmelerle 1990'lara kadar dünyada, gevşek iki kutuplu bir sistemin özellikleri hakim olmuştur (Arı, 2011:166). Bu süreçte dünya gündemine damgasını vuran ve diplomasiyi zorlayan olayların bazıları şunlardır: Çin'in ABD ve SSCB için bir tehdit olarak ortaya çıkması, SSCB'nin Afganistan'ı işgali-1979, İran-İrak Savaşı, Japonya'nın güçlenmesi, Avrupa Topluluğu'nun oluşması, Gorbaçev'in yönetime gelmesi- perestroika ve glasnost politikaları-1985. Türkiye için saymak gerekirse, Avrupa Topluluğu ile ortaklık antlaşması-1963, 1960-1980 yıllarında yaşanan askeri darbeler ve anayasaları, 1974 Kıbrıs Barış Harekatı, ASALA'nın eylemleri uluslararası ilişkileri ve diplomasiyi şekillendirmiştir.

1983 sonrası Türkiye ekonomik, siyasi, sosyal pek çok açıdan yeni bir dönemi girmiş, Türk dış politika ve diplomasisi önceki dönemlere istinaden daha etkin bir süreç geçirmiştir. 1990'lar sonrası koalisyon hükümetleri döneminde de yoğun bir dış politika izlenmiş ancak ülke içinde yaşanan siyasi sorunlar dış politikada etkin yapının azalmasına neden olmuştur

20. yy'ın ikinci yarısının siyaset, ekonomik ve toplumsal yapısını belirleyen yukarıda kısaca aktarılan Soğuk Savaş dönemi, bugünkü adıyla kamu diplomasisinin temellerinin atıldığı bir dönem olarak kabul edilebilir. Özellikle ABD'nin, başta Rusya olmak üzere Avrupa ve Türkiye de dahil çeşitli ülkelere yönelik yürüttüğü ekonomi, kültür-sanat, medya odaklı çalışmaların Amerikan kültürünün yayılımında kaleyi içten fethetme konusunda başarısız olduğu söylenemez. Nye (2005) televizyon ve sinemagibi Amerikan kültür öğelerinin 1989 yılından çok daha önce Berlin Duvarı'nı delip geçtiğinin altını çizmektedir.

2.5. Soğuk Savaş Sonrası Uluslararası Düzen ve Dönemin Diplomasi Anlayışını Belirleyen Gelişmeler

Bölünmüşlüğün simgesi olan Berlin Duvarı'nın yıkılması (1989) ve Almanya'nın birleşmesi, SSCB'den Gorbaçev'le Doğu Avrupa'ya yayılan reform hareketleri ve SSCB'nin dağılması Soğuk Savaş dönemini sona erdirmiştir. Bu gelişmelerin

ardından dünyada o zamana kadar alışık olunmadığı biçimde tek süper güç kaldı. Dolayısıyla ülkeler büyük ölçüde ABD'yi merkeze alan politikalar takip etmek zorunda kaldılar ki bu duruma “Yeni Dünya Düzeni” dendi (Turan, Safran ve diğerleri, 2010:361).

Soğuk Savaş sonrası esen iyimser görüş rüzgârları işbirliği, yükselen barış ortamı, silahların azalması, refah ve demokrasinin yayılımı üzerine kurgulanmıştı. Küresel bir dünyayı savunan düşünürlerin yanı sıra dönemin özellikle ABD devlet başkanları da (George Bush ve Bill Clinton) bu “iyimser” görüşleri paylaşıyorlardı.

Ancak dünyadaki gelişmeler bu iyimser hava doğrultusunda ilerlememiş gerek Kafkaslar gerek Yugoslavya gerekse Ortadoğu sancılar içinde bir düzen oluşturma süreci yaşamıştır. Ki bu barış ve demokrasi savaşı özellikle Ortadoğu, Kuzey Afrika ve Arap ülkelerinde günümüzde de şiddetlenerek devam etmiştir.

Soğuk Savaş sonrası ilk önemli olay Körfez’de yaşanan savaş olmuştur. Ağustos 1990’da Irak’ın Kuveyt’i işgaliyle ortaya çıkan Körfez KrizindeDoğu ve Batı’nınilk kez ortak hareket etmesiyle Irak Kuveyt’ten çıkarılmış böyleceKuveyt’te başarı sağlayan ABD, yeni dönemdeki üstünlüğünü de ortaya koymuştur (Arı, 2011:173).

Ancak Körfez savaşı ekonomik, güvenlik ve siyasi anlamda Türkiye ve bölge ülkelerinde ciddi olumsuz etkiler yaratmıştır. Kitle imha silahlarının önlenmesi için verilen mücadelenin yetersizliği, Ortadoğu ülkelerinin kamplara ayrılması, demokrasi rejiminden uzak yönetimler, büyük silah pazarı, otoriter rejimli devletlerin petrolü güçlü bir silah olarak kullanması, demokrasinin ve barışın dünyada yerleşmesi için pek de iyimser bir zemin sunmamaktadır. 11 Eylül saldırıları, ardından başlayan terörle mücadele ve 2011 Arap Baharı olarak nitelendirilen süreç, hem Ortadoğu’da demokrasi mücadelesi başlatmış hem de Türkiye’nin uluslararası konumunu ve önemini değiştirmiştir.

Öte yandan Yugoslavya ve Çekoslovakya’nın dağılması ile Balkanlar’da ve SSCB’nin yıkılmasıyla da Karadeniz kıyılarında ve Kafkas ülkelerinde yeni bağımsız devletler oluşmuştur. Tüm bu gelişmeler barışçıl beklentilerin aksine uluslararası anlamda daha büyük kriz (özellikle Balkanlarda ve Kafkaslarda) ve karmaşalara sebep olmuştur.

1990’da Doğu Bloğunun dağılmasıyla ortaya çıkan ve 2001’e kadar devam eden sistemin yapısı ABD’nin nispi bir üstünlüğünün söz konusu olduğu bir güç dengesi

sistemine benzemektedir. Sistemin temel güçleri ABD, Rusya, Çin, İngiltere ve Fransa'ydı. Bu yeni sistemde savaş, dış politikada amaca giden yol olmaktan çıkmıştı (Arı, 2011: 175-176). Ancak sonraki terör saldırıları, özellikle Arap ve Orta Doğu ülkelerinde yaşanan gelişmeler, savaşı bir dünya inancını yıkmakta gecikmemiştir.

1990 sonrası Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla bağımsızlıklarını ilan eden, dil, din, tarih açısından orak değerler taşıdığımız Türki Cumhuriyetler; Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Azerbeycan da Türkiye'nin dış politikasının yeniden şekillenmesinde büyük yer tutmuştur (Turan, Safran ve diğerleri, 2010:363). Soğuk Savaş döneminde hemen hiç ilişkimiz olmayan bu ülkelerin dünya sahnesine çıkmasında Türkiye de önemli bir rol oynamıştır. Bu devletlerin bağımsızlıklarını ilk tanıyan, onlarla ilk ilişkiye giren devlet olan Türkiye ekonomi, eğitim, altyapı anlamında ciddi destekler vermiş ve bu ülkelerle 200'den fazla antlaşma imzalamıştır (Öymen, 2011:148). Bunda sonra da bu ülkelerle bağların sağlamlaştırılması sadece resmi devlet düzeyinde değil, kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler çerçevesinde ekonomik, kültürel, dilsel ve dinsel unsurlarla gerçekleşmesi daha kalıcı ve yerleşik bir ilişki oluşturulması hedeflenmelidir.

Soğuk Savaş sonrası esen iyimser rüzgarlar çok uzun sürmemekle birlikte, dünya yeni oluşan ülkelerin sancılılarıyla karşı karşıya kalmıştır. Ancak bu sancılar içinde tüm dünya ülkeleri küreselleşmeyi ve beraberinde gelen çeşitli kavramları da daha çok tartışır olmuştur. 90'lar sonrası her alanda yaşanan değişim ve gelişmeler uluslararası ilişkileri ve diplomasiyi de fazlasıyla etkilemektedir. Bu dönem itibarıyla karşılıklı teknolojik, kültürel, ekonomik, sosyal ve siyasi etkileşimlerin artmaya başlaması, toplumları daha fazla birbirine yaklaştırmaya yöneltmiş ve bugün sıkça tartıştığımız kamu diplomasisine ivme kazandırmıştır.

2.6. Yeni Dünya Düzeni ve Yeni Diplomasi Anlayışının Belirleyicileri

“Yeni Dünya Düzeni”⁷ ve “Küreselleşme” kavramları aracılığıyla dünyadaki dengeleri ve ilişkileri yönlendirme yaklaşık son yirmi yılın en yaygın politikası haline gelmiştir demek mümkün.

⁷Oran'ın (2002b: 209) aktardığı üzere, aslında İngiltere ve ABD'nin fazla erken davranarak Ağustos 1941'de Atlantik Bildirgesiyle sözünü ettikleri yeni düzen, esas olarak Soğuk Savaş sonrasında “Yeni Dünya Düzeni (New World Order)” adıyla George Bush tarafından 1991'de ilan edilmiştir.

Sovyetlerin yıkılışı ile oluşan boşlukta dünya dış politikasında Fukuyama, Huntington ve Brzezinski gibi uzmanların görüşleri etkin olmuştur. Bu tezler, sonraki dönemde özellikle ABD'nin uyguladığı dış politika ve diplomasisinin de kaynağı olmuştur. Fukuyama "Tarihin Sonu-1992" adlı kitabında Batı medeniyetinin üstün değerleri karşısında tüm alternatif değer sistemlerinin çöktüğünü belirtirken, liberal demokrasinin en mantıklı hükümet biçimi olduğunun kabul edildiğini ifade etmektedir. "Medeniyetler Çatışması -1993" adlı tezinde Huntington⁸ ise yeni dönemle ideolojik ve ekonomik mücadele yerine, medeniyet ve kültürel mücadelelerin sahne alacağını, bunun da küresel politika olacağını söylemektedir.

Oran'ın ifadesiyle Tarihin Sonu fikri, Batı sisteminin karşısına başka hiçbir rakip sistemin alternatif olarak çıkmamasını hedefleyerek, bizzat tarihsel sürece karşı çıkan bir iddia olmuştur. Tarihin Sonu, Bush tarafından formüle edilen "Yeni Dünya Düzeni" kavramının da kuramsal temelini oluşturmaktadır(Oran, 2002b:211).

"Medeniyetler Çatışması" tezinde Huntington, medeniyetler arası çatışmalarda suçu Batı medeniyetinin karşısında yer alan medeniyetlerde bulmaktadır. Hatta böyle bir çatışma durumunda da Huntington, Batı'nın uygulaması gereken taktik ve stratejik politikaları sıralamaktadır. Ancak bunu yaparken Huntington, toplumların ekonomik politik ve tarihsel özelliklerinden öte "kültürel çatışma"yı esas almaktadır. Medeniyeti belirleyen ana unsurların dil, din, tarih ve gelenek gibi değerlerden oluştuğunu vurgulayan ve dünya medeniyetlerini de sekize ayırarak analiz eden Huntington kültürel farklılıkların son derece gerçek ve önlemez ayrılıkları doğurabileceği dolayısıyla bundan sonraki çatışmaların da farklı medeniyetlere sahip uluslar arasında ortaya çıkacağını öngörmektedir. Kültür bazında böylece güçler arasında yeni bir düzen ve denge kurulacaktır (Huntington, 2005:31-32),

Soğuk Savaş sonrası rakipsiz kalan ABD ve onun dış politikasının politik hedefleri ve yönlerini Zbigniew Brzezinski de satranç oyununa benzetmektedir. "Büyük Satranç Tahtası" adlı eserinde Brzezinski, ABD'yi "şah" olarak tasvir ederken, Avrasya bölgesini satranç tahtasına, bu bölgedeki devletleri de piyonlara

8 Harvard Üniversitesi siyaset bilimleri profesörü Samuel Huntington 1993'te "Foreign Affairs" dergisinde yayınlanan "Medeniyetlerin Çatışması" konulu makalesini 1996 yılında "Medeniyetlerin Çatışması ve Dünya Düzeninin Yeniden Yapılması" adıyla kitaplaştırmış ve kitap özellikle 11 Eylül 2001 saldırılarının ardından pek çok sosyal bilimcinin ilgi odağı haline gelmiştir.

benzetmektedir. Bunlara dayanarak da Brzezinski (1998: 8-10-24), birbirine bağılı bir evrenin merkezinde duran, rakipsiz ABD'nin yenedünyanın hegemon gücü olduğunu ve yarattığı oyun düzleminde de kendi kurallarıyla oynadığını ifade etmekte, oyunun ödülü olarak da Avrasya bölgesini göstermektedir.

Bush, Körfez Savaşı sırasında Kongre'de kullandığı Yeni Dünya Düzeni kavramının iki temel taşıını, insan hakları ve piyasa/pazar ekonomisi olarak öne sürmüş ve bu temelleri de Fukuyama, Huntington gibi uzmanların kuramsal ilkelerine dayandırmıştır. Körfez Savaşı'yla da Müdahale Hukuku'nu yerleştirerek, devamında Kosova, Irak, Afganistan müdahaleleriyle bu hukuk inşasını sürdürmüştür (Oran, 2002b:210-211). Bugün de Kuzey Afrika ve Arap ülkelerini saran yeni bir rüzgar, nasıl bir hukuk, demokrasi ve ulus inşası yapacak bunu da zaman gösterecektir.

Yeni Dünya Düzeni'nin inşa edilmesi ve ilkelerinin tam anlamıyla harekete geçmesinde 11 Eylül 2001 saldırıları dönüm noktası olmuştur. 11 Eylül saldırılarıyla hegemonyasını artıran ABD, uluslararası ilişkiler politikalarını da derinden etkilemiştir. Yeni dönemde “terör tehdidi”, “komünizm tehdidi”nin yerini almıştır. Saldırıların ardından diplomasi de yeni kavramlarla tanışmıştır.

Uluslararası ilişkilerde 11 Eylül olayları yeni bir dönemin başlangıcı olmuş, bütün bir sistemi dönüştürmüştür. ABD'nin tek süper güç olduğu dönem sona ermiştir. Bazılarına göre ise dünya resmen Soğuk Savaş sonrası döneme geçişi tamamlamıştır. Terörizm konusu hemen her konuya kolayca ilişitirilebilen sihirli bir kelime haline gelmiştir. Küresel değerlere dayalı yeni bir sistemin ortaya çıktığına yönelik sosyal ve bilimsel coşkunluk, saldırılar sonrası gelişmelerin etkisi ile yerini suskunluğa, yeniden devlet merkezli, güvenlik merkezli dile bırakmıştır (Bacık, 2006: 69).

Sistemde tek hâkim güç olarak kalan ABD, saldırı sonrası “hegemonyacı” diye nitelendirilebilecek bir diplomasi izlemeye başlamıştır (Esercan, 2006: 55). Saldırılarından hemen sonra ABD'nin dış politikası küresel olarak daha etkin bir hale gelmiştir. ABD dünyanın değişik kesimlerindeki askeri ve siyasi manevralarını meşrulaştıran büyük bir alan bulmuştur (Bacık, 2006: 73). Buna istinaden ABD “Bu sadece ABD'ye değil özgür ve uygar tüm toplumlara yapılmış bir saldırdır” şeklindeki meşru savunma gerekçesiyle, 7 Ekim 2001'de Afganistan'a saldırmış

ancak kolay bir av gibi nitelendirilerek avlanan Afganistan, zamanla öyle olmadığını ABD ve dünyaya ispat etmiştir.

11 Eylül saldırılarının bir diğer sonucu da, El-Kaide gibi terör örgütlerinin uluslararası sistemin aktörleri arasına girmesinin yanı sıra, bu saldırılar sonrasında “din” özellikle de “İslam” terörle anılmaya başlanmıştır. Sadece uluslararası politikada değil, halk arasında da Müslümanlara karşı bir tepki gelişmiştir. Bush’un “Haçlı Seferleri” söylemleri bunu fazlasıyla desteklemiş ve tüm dünyada bu doğrultuda bir dizi önlem ve stratejiler geliştirilmiştir. Bu da uluslararası sistemde ABD’nin bizimle olan ülkeler-karşıt ülkeler, modern-modern olmayan uluslar gibi söylemlerinin desteğiyle Batı’yı özellikle de ABD’yi katı tedbirler almaya itmiştir. Ancak bu katı tedbirler bir süre sonra ters tepmiş ABD bu sefer de özellikle Müslüman ülkelerde kaybettiği imajını geri kazanabilmek için büyük bütçeli kamu diplomasisi çalışmalarına başvurmak zorunda kalmıştır.

ABD, 2001 Afganistan’da yaşadığı hüsranın bir benzerini de 2003’te Irak’ta yaşamıştır. Tüm gücünü “terörizmle mücadele” için kullanmak amacıyla yola çıkan ABD, “BM Güvenlik Konseyi” kararı dahi olmadan, İngiltere ile birlikte “kitle imha silahlarının” varlığını öne sürülerek “Irak’a Özgürlük Operasyonu” adıyla 20 Mart 2003’de Irak’a saldırmaya başlamış ve 31 Aralık 2007’de Saddam’ın asılarak idam edilmesiyle yeni bir sürece girilmiştir. “Demokrasi götürme” iddiası ile terörist ilan ettiği Irak’a saldıran ABD, kitle imha silahları konusundaki savları gerçek çıkmamasına ve dünya kamuoyunun tepkisine rağmen işgaline devam etmiştir.

Özellikle korku, küresel terör, kitle imha silahları, ırkçılık, milliyetçilik, din savaşları, İslami terör, radikal İslam gibi kavramlar da 11 Eylül saldırılarının ardından uluslararası ilişkiler platformuna tehdit unsuru kavramlar olarak yerleşmiştir. 11 Eylül saldırıları ayrıca Amerikan basınında özellikle kamu diplomasisinin yeniden canlandırılması konusunda yeni tartışmalar başlamasına neden olmuştur.

11 Eylül, Afganistan ve Irak işgalleri ile ABD yegâne güç olduğunu göstermiştir. Fakat ABD’nin yegâne süper güç haline gelmesi, sahip olduğu üstünlüğün tartışılmaz bir üstünlük olmadığını bir süre sonra göstermiştir. Artık birçok bölgesel sorunda yerel güçlerin muhalefetiyle karşılaşan Amerikan yönetimi örneğin, İran’a yönelik politikasına destek bulmakta zorlanmaktadır. Özellikle Irak’ta istikrar yerine

istikrarsızlığın artması, demokrasi, özgürlük, kitle silahı arama nutuklarının boşa çıkması Amerikan politikalarına yönelik kuşkuları artırmıştır (Arı, 2011:177).

Irak, Afganistan ve Pakistan'da uzun süre devam eden savaşlar sadece ABD'nin hazinesini çökertmekle kalmamış, İran'ın bölgesel etkisini güçlendirmiş, tüm Pakistan halkını ABD'ye karşı kışkırtmış ve Orta Doğu boyunca ABD'ye karşı kitle hareketlerini tetiklemiştir (Petras, 2011).

Mevcut konumunu sürdüremeyen ABD'nin karşısında, çok kutuplu dünyanın siyasi ve ekonomik hareket alanlarını belirleyen AB, Rusya, Japonya ve Çin gibi ülkeler güç dengesini değiştirmektedir. Ayrıca son yıllarda Türkiye, Hindistan ve Brezilya gibi ülkeler de potansiyel güçler olarak siyasi ve ekonomik etkinliklerini arttırmaktadırlar. Değişen güç dengeleri uluslararası diplomatik hareketlenmeleri de değiştirmektedir.

Dünyada yaşanan her olay Türkiye de dahil artık hemen her ülkenin ilgisi alanına girmiş durumdadır. Hiçbir ülkenin kendisini dünyada yaşanan olaylardan soyutlaması mümkün değildir. Örneğin; 2011 yılı başı itibariyle Tunus, Mısır, Yemen, Bahreyn, Suriye gibi Arap ve Ortadoğu ülkelerinde yaşanan halk ayaklanmaları hem tüm dünya, hem de komşu bölgede yer alan Türkiye için yeni politikaların geliştirilmesini gerekli kılmıştır. Türkiye'ye bu gelişmelerin ardından, bu bölge için bir "model ülke" statüsü kazandırılmıştır. Öte yandan 2014 başında Ukrayna'da patlak veren olaylar, Kırım'ın Rusya'ya bağlanması tüm ülkeleri yakından ilgilendirmektedir.

2.6.1. Küreselleşme ve Değişen Uluslararası Sistem Aktörleri

2000'li yıllar aynı zamanda "*küreselleşme*"nin fazlasıyla tartışıldığı yıllar olmuştur. Küreselleşme olgusu, 21. yy. uluslararası ilişkiler sistemine temel olan unsurlardandır. Küreselleşme, kapitalizmin ve hegemonyacılığın tüm dünyayı ele geçirme çabası olarak nitelendirilirken, aynı zamanda ortak değerlerin, özgürlük ve demokrasinin paylaşılması, çoklu düşüncelerin yayılması, dünyanın küçülmesi olarak da değerlendirilmektedir.

Küreselleşme çok boyutlu bir süreçtir. Küreselleşme, global sermaye ile özdeş bir süreç, serbest pazarın dünya üzerindeki hakimiyetinin ideolojik aracı ve bu anlamda da "Emperyalizmin günümüzde aldığı son biçim"dir diye globalleşmeyi tanımlayan

Keyman, en çok tartışılan sosyo-kültürel açısını da şöyle ifade etmektedir. “Demokrasi ve insan haklarından tüketim kalıplarının standartlaşmasına kadar geniş bir dizge içinde, Batı-modernitesinin Batı-dışı alandaki hegemonyasını sağlayan ve bu anlamda tek bir Batı kültürünün dünya üzerinde farklı olanları yok etmesini simgeleyen bir süreci, dolayısıyla yeni bir kültürel ve bilişsel sömürgeleşme sürecini adlandırmaktadır” (Keyman, 2000:19).

Bu konuyla ilgili kimi yazar da olumlu ve yandaş görüş sunmaktadır. Örneğin Moore (2003) küreselleşme karşıtı tüm görüşlere karşın, alınacak yol çok olmakla birlikte, dünyanın düzeldiğini öne sürmekte, insanlığın gelişimine yönelik gerçek ölçümler, yaşam süreleri, bebek ölümleri, okuma-yazma oranları, temiz su kaynakları vb unsurların çok büyük ilerleme kaydettiğini savunmaktadır. Benzer şekilde bazı liberal aydınlara ve reform yanlısı resmi çevrelere göre küreselleşme, modernleşme sürecinin yeni bir aşaması ve ülkelerin kaçırmayı göze alamayacağı bir gelişme fırsatıdır (Seymen ve Bolat 2005:11). Küreselleşmeyi anlayabilmek için bu kavrama çok yönlü bakmak gerekir.

Ulus devlet açısından küreselleşmeye bakılırsa Keynesçi dönemden beri ulus-devletin rolünün ve öneminin büyük ölçüde değiştiği şüphesizdir. Devletler daha az otonomlar, toprakları üzerindeki ekonomik ve sosyal süreçlerde daha az kontrole sahipler ve ulusal farklılaşma ile kültürel homojenliği daha az sağlayabilmekteler (Hirst ve Thompson, 2007:211). Küreselleşme sürecinde ulus devlet kavramı daha fazla tartışılır hale gelmiştir. Özellikle bilgi teknolojileriyle yoğunlaşan ve ivme kazanan siyasal küreselleşme, karar alma sistemlerini etkilemekte ve ulus devletleri görece zayıflatmaktadır. Öte yandan başka ülke ve işletmelerle kurulan ekonomik ve kültürel bağlantıların, entegrasyonların artması devlet içindeki hükümetlerin gücünü ve etkinliğini azaltmakta ve daraltmaktadır. Öte yandan uluslararası sistem içinde devletin küresel yapılanma karşısında öneminin azaldığını savunanların yanı sıra, bir kısım akademisyen ve uzmanlar da devletin hala en önemli aktör olduğunu savunmaktadırlar.

Ekonomik, sosyo-kültürel, teknolojik, coğrafi-ekolojik ve siyasi boyutlarıyla ele alınan ve irdelenen küreselleşme kavramını günümüz dünyasında her türlü gelişme ve olgunun içine yerleştirmek mümkün hale gelmiştir. İletişim araçları ve gelişmiş teknoloji aracılığıyla kültürel olguların, değerlerin ya da sosyal olayların birbirini

etkilediği, toplumların diğer toplumları değişim konusunda ivme kazandırdığı, ülkenin birinde yaşanan ekonomik krizlerin diğer ülkeleri de olumsuz ya da olumlu etkilemesi, tüm dünyada aynı filmin, kitabın beğenilmesi, doğal afetlere ortak yardımların yapılması, farklı ülkelerde faaliyet gösteren çok uluslu işletmeler ve onların mallarının tüm pazarlarda satılması, internet ağları aracılığıyla kitlelerin bir araya gelmesi ve iktidarlara baskı uygulaması, çeşitli olaylar karşısında ulusal ve uluslararası tepkilerin eş zamanlı hale gelmesini küreselleşmenin sonuçları arasında saymak olağandır.

Uluslararası ilişkiler açısından yaklaşıldığında ise ülkeler, gerek ekonomik, gerek siyasi ve askeri gerekse teknolojik anlamda ülkelerin birbirlerine bağımlı hale geldiği bir düzlemi paylaşmak durumundadırlar.

Özellikle son yıllarda, küreselleşmeyle birlikte değerlendirilen ve bu bağlamda da "olmazsa olmaz" bir niteliğe sahip olan insan hakları ve demokrasi olguları artık ağırlıklı olarak bu düzlemde anlam kazanmaktadır. Avrupa Birliği, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi gibi kurumsal yapılanmalar, bölgesel nitelikli olmalarına karşın özellikle söz konusu iki alanda global ve değerler ve ilkeler oluşturmaktadırlar (Koçer, 2004: 108).

Uluslararası ilişkiler ve diplomasi boyutundan bakıldığında ise, Beril Dedoğlu'nun belirttiği üzere, bugünkü uluslararası sistem, birbirleriyle çelişik gibi görünen oluşumların birbirlerini besleyerek biçimlendirdiği bir yapıya sahiptir. Bu yapı ekonomik anlamda *global*, bu ekonominin yaygınlaşan değerler açısından *evrensel* ve faaliyetleri açısından da *uluslararası*dır. Bu çerçevede dünya bir yandan küreselleşme sürecini yaşamakta, bu küreselleşmeye uygun düşen değerleri (yaşam tarzları, normlar gibi) evrenselleştirmekte ve bunu da uluslararası ilişkilerle sağlamaktadır (aktaran Koçer, 2004:103).

Siyasi olarak bir diğer açı da; dünyanın çok çeşitli bölgelerinde politik ekonomik rahatsızlıklar, savaşlar her zaman devam etmektedir. Eski Sovyetler Birliği'nden ayrılan ülkeler, Afrika'daki birçok ülke (Nijerya, Raunda, Yemen, Somali gibi), Ortadoğu ve Arap ülkeleri bozulan sosyal yapı, istikrarsızlık gibi durumlardan, iç savaşlardan, karışıklıklardan fazlasıyla paylarını almaktadırlar. Ve bu gelişmeler çok çabuk birbirine sıçrayabilmektedir. 2011 yılında başlayan ve hala devam etmekte

olan Arap ülkelerindeki değişim hareketleri de küreselleşme olgusunun bir etkisi olarak değerlendirilmelidir.

Küreselleşmenin uluslararası ilişkilere yaptığı önemli bir katkı da “uluslararası aktörler”dir. 1970’lerde ortaya çıkan “globalist paradigma” uluslararası sistemde devletlerden başka aktörlerin de bulunduğunu kabul etmektedir. Globalist paradigmanın önemli isimlerinden olan Keohane ve Nye, 1970’li yılların ikinci yarısında yaptıkları çalışmada uluslararası politikada devlet dışı aktörlerin de varlığını açıklarlar. Keohane ve Nye, uluslararası ilişkiler analizine başlama noktası olarak, içinde devletler ve diğer aktörlerin karşılıklı etkileşimde bulundukları global çerçeveyi almaktadırlar (Koçer, 2004:115). Bu analiz de bizi devlet dışı aktörlerin başrol oynadığı ve etkin olduğu kamu diplomasisine götürmektedir.

Küreselleşmenin bir sonucu olarak yeni uluslararası aktörlerin ortaya çıkmasına çift yönlü bakıldığında ise, uluslararası aktörlerin sayısının artması küreselleşme sürecini belirleyen bir etken olurken, diğer yandan sürecin uluslararası aktörlerin sayısının artmasına neden olması, aktörler arasındaki ilişkilerin yoğunluğunu ve karmaşıklığını da artırmaktadır (Koçer, 2004:117).

Arı’nın ifade ettiği üzere; kişisel temaslardan turizm ve sportif faaliyetlere, ülke içindeki baskı gruplarından uluslararası düzeyde faaliyet gösteren baskı gruplarına ve çokuluslu şirketlere kadar pek çok faktör uluslararası siyasal süreci etkilemekte ve yönlendirmektedir. Bu durum da uluslararası ilişkilerin daha çoğulcu bir bakış açısıyla ele alınmasını gerektirmektedir (Arı, 2011: 65).

Bu yaklaşımı savunan çoğulcu (plüralist) görüşe sahip teorisyenler, devleti üniter bir yapı olarak gören realist teorisyenlerin tersine devleti bütünsel bir yapı içinde görmemekte onun da alt aktörlerinin olduğunu kabul etmektedirler. Çoğulcu yaklaşımda, devleti egemen bir güç olarak kabul eden ve onun içindeki tüm diğer unsurları yok sayan bir yaklaşım yerine bütünü oluşturan parçaların dış politika oluşumundaki ayrı ayrı etkilerine ve rollerine önem verilmektedir. Bu anlayışla devleti oluşturan bireyler, bürokrasi ve çıkar grupları da uluslararası ilişkilerin birer aktörleri olarak kabul edilmektedir (Viotti ve Kauppi, 1993:7).

Uluslararası ilişkiler çerçevesinde ilk önce devletler akla gelmektedir. Uygulamada uluslararası ilişkilerde etki sahibi olan kısmen de olsa bağımsız ve otonom olarak davranabilen fakat egemen olmayan ve devletin hukuksal tanımına

uymayan birimler bulunmaktadır. Hatta ne egemenliğı ne de kendisine ait bir ülkesi bulunmayan bazı birimler bulunmaktadır ve bunlar uluslararası siyasette etkili olan aktörlerdir. Bu bağlamda Papa, Filistin Kurtuluş Örgütü, IRA,ETA, Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri, General Motors, British Petroleum, Botswana, Dünya Bankası, IMF, NATO, IBM, Katolik Kilisesi, Kızıl Haç, El Kaide örgütü uluslararası ilişkilerde birer aktördürler(Bal, Sütçü ve Silinir, 2008: 24). Uluslararası ortamda sivil toplum kuruluşları, çok uluslu şirketler, mafya, terörist gruplar, hatta internet üzerinde oluşan platformlar bile devlet dışı aktörler arasında sayılmaktadır.

Bu devlet dışı aktörler, uluslararası ilişkileri ve araçlarını da değiştirmekte ve diplomasinin bir başka yaklaşımı olan kamu diplomasisi kavramını ve uygulamalarını güçlendirmektedir.

2.7. Değişim Sürecinde Diplomaside Farklı Bir Yöntem: Kamu Diplomasisi

Özellikle 2. Dünya Savaşı'ndan sonra ulusal ve uluslararası yapıların değişmesi, bazı oluşumların (Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği, IMF gibi) ulusların da üstüne geçmesi ülkeler arası karşılıklı bağımlılıkların artması, iletişim ve ulaşımın gelişmesi, kişisel temasların artması, silah ve savunma sistemlerinin değişim ve gelişimi, uluslararası sistemin niteliğini değiştirmiş, devlet dışı aktörleri daha etkin hale getirmiştir. Bu sebeple denebilir ki devlet dışında yer alan aktörleri ve faaliyetlerini hesaba katmadan alınacak kararlar, yapılacak politikalar dünya ilişkilerinde aksayan bir yapı oluşturacaktır.

İskit'e göre de günümüzde diplomasi çok karmaşık bir hal almıştır. Bir yandan küreselleşme sürecinin, diğer yandan parçalanma ve yerelleşme güçlerinin çatıştığı çelişkili bir çerçevede hareket etmek zorundadır. İnsan toplulukları birbirleriyle ve sorunlarıyla daha iç içe yaşadıkça diplomasinin kamuoyu boyutunun önemi artmaktadır. Gelişen teknoloji ve internet ağı sayesinde çeşitli sorunlar üzerine diplomasi uygulamaları anında paylaşılmakta ve tartışılıp eleştirilmekte bu da uluslararası ilişkileri daha da saydamlaştırarak diplomasi ortamının değişmesine yol açmaktadır (2007: 411-412).

Geleneksel diplomasinin kapalı, hiyerarşik ve elitist düzeyinin yerini giderek daha büyük ölçüde modern diplomasinin açıklık ve esnekliğine bıraktığı bir geçiş

dönemi yaşandığını belirten İskit kamu diplomasisinin gerekliliğini ve önemini şöyle dile getirmektedir:

“Uluslararası ilişkiler artık ulus devletler ve uluslararası kuruluşların tekelinde değildir. Globalizasyonun, siyasi kudretin adem-i merkezileşmesinin ve bilgi akımının önüne geçilmez yükselişinin yaşandığı çağımızda kamuoyu diplomasisi (kamu diplomasisi), tanıtma ve propaganda faaliyetlerinin ötesinde başlı başına bir yer edinmiştir” (İskit: 2007: 412).

Dünya yeni savaşlar, gelişen teknoloji, birbirine bağımlı ekonomiler, kimi zaman bölgesel kimi zaman yayılmacı krizlerle yeni bir süreçten geçmektedir. Soğuk savaş sonrası değişen dinamikler yeni olaylar, yeni oluşumlarla kendini göstermektedir. Henüz yerine oturmamış taşlar, dünyanın zeminini çok boyutlu olarak sallamaya devam etmektedir. Ancak bu değişken zemin içinde toplumlar kendilerine daha yaşanabilir ülkeler yaratmak durumundadırlar.

Küresel ekonomik sistemin giderek derinleşen bağımlılık ilişkileri üretmesi, küresel siyasal sistemin tek bir merkezden kontrol edilmesinin ağırlaşan maliyeti ve çoğul modernite tecrübesi, ulusal ve bölgesel dinamikleri doğaldan etkilemekte ve yeni ilişki biçimlerinin doğmasına imkân sağlamaktadır. 11 Eylül sonrasında ortaya çıkan "kaotik düzen" hali, merkezkaç güçlerin merkezi güçler üzerinde doğrudan etki yapabilmesini mümkün hale getirmektedir. Soğuk savaş döneminin başlıca aktörü olan ulus-devletlerin ve bölgesel blokların yanına medya, kamuoyu araştırmaları, insan hakları örgütleri ve sivil toplum kuruluşları (STK'lar) gibi yeni aktörler eklenmekte ve bu, küresel sistemin daha dinamik, çok boyutlu ve daha az kontrol edilebilir bir nitelik kazanmasını zorunlu hale getirmektedir (Kalın, 2011).

Ünal Erzen de küreselleşme sürecinde toplumların ve siyasetin ekonomik, teknolojik gelişmelerden uzak tutulmasının söz konusu olmadığını, bu sürecin doğrudan etkilediği uluslararası kamuoyunun kazanılması açısından, etkin ve hızlı bir şekilde toplumların yönlendirilmesi zorunluluğu doğurduğunu belirtmektedir. Bu noktada ise devreye kamu diplomasisi girmektedir. Ortak eğitim, kültür programları, çeşitli kaynak ve araçlarla toplumları yönlendirilmesi ve uluslararası kamuoyunun kazanılması açısından kamu diplomasisi büyük önem taşımaktadır. Teknoloji sayesinde kamu diplomasisi çalışmaları dünyanın her köşesindeki toplumlara çok

daha hızlı aktarılmakta ve gelecek nesillerin istenilen biçimde yönlendirilmesine sebep olmaktadır (2012: 119).

İskit'in belirttiği üzere, kamu(oyu) diplomasisi sadece bir halkla ilişkiler uygulamasından ibaret değildir. Söz konusu diplomasi türü günümüz diplomatını, en başta hükümetler olmak üzere, medya, akademik çevreler, öğrenciler, gençlik grupları, bilim adamları, sanatçılar, kültürel kuruluşlar, bölgesel ve yerel birimler, özel girişimler ve çok geniş bir yelpazeyi kapsayan özel çıkargrupları ve sivil toplum kuruluşlarıyla ilişki kurmaya itmekte ve bunun için gerekli beceri ve niteliklere sahip olmasını zaruri kılmaktadır (2007: 412).

Bugün hükümetlerin dış politika amaçlarını ve tezlerini etkili bir biçimde savunabilmeleri ancak dünya kamuoyunu ve özellikle hedef ülkelerin neredeyse tüm çevrelerini ne ölçüde etkileyebildiklerine bağlıdır. Bir ülke herhangi bir dış sorununda ne kadar haklı olursa olsun bu haklılığını diğer ülkelere de kabul ettirememesi halinde haksız duruma düşecektir. Bu alandaki en etkili araç ve yöntem de bazen diğer klasik diplomasi araçlarının da ötesinde kamuoyu diplomasisidir. Aynı zamanda, kamuoyu diplomasisi, klasik diplomasinin -etkinliğini artıracak ortamı hazırlamak suretiyle- en güçlü destekçisidir (İskit 2007: 413).

Kamu diplomasisinin temel dayanağı olan kamuoyu, artık olaylara seyirci kalmak istememekle birlikte olaylara dahil olmaya çalışmaktadır. Günümüz siyasetçileri, pazarlamacıları, iletişimcileri kendi kararlarının, isteklerinin, tercihlerinin önemsenmesini, fikirlerinin dikkate alınmasını isteyen kitlelerle, gruplarla karşı karşıyadırlar. Kalın'ın belirttiği gibi ekonomik kaynaklar, uluslararası kurum ve kuruluşlar, medya, popüler kültür, girişim ve seyahat özgürlüğü gibi jeopolitik sistemi oluşturan unsurların tek bir merkezden ve tek bir model üzerinden tanzim edilmesinin ürettiği maliyet, giderek ileri sanayi toplumları tarafından da taşınamaz hale gelmektedir. Bu maliyetin bir diğer temel kaynağı, siyasi meşruiyet meselesidir. Küresel sistem içerisinde meşruiyeti olmayan herhangi bir politikayı temellendirmek ve uygulamak mümkün değildir. Bu meşruiyetin sağlanamadığı durumlarda sistem her zaman krize girmiş ve büyük maliyetler üretmiştir. Dünya kamuoyu, ülkelerin dış politikalarını belirlerken ve uygularken dikkate almak zorunda oldukları önemli referans noktalarından biri haline gelmiştir (Kalın, 2011)

Toplumların ve siyasetin yaşanan ekonomik ve teknolojik gelişmelerin dışında tutulamayacağını belirten Ünal Erzen, uluslararası kamuoyunun kazanılması açısından, sürecin etkin ve hızlı bir şekilde kullanılarak toplumların yönlendirilmesinin zorunluluğuna dikkat çekmektedir. Bu noktada ise devreye kamu diplomasisi girmektedir. Kamu diplomasisinin uluslar arasında oluşturduğu ortak programlar (eğitim, kültür), kullandığı kaynaklar ve araçlar toplumların yönlendirilmesi ve uluslararası kamuoyunun kazanılması açısından önem taşımaktadır (2012:119).

2.7.1. Kamu Diplomasisinin Tanımı

Teknoloji, bilişim, stratejik düşünce, bilgi üzerine konumlanan günümüz dünyası kendine yeni araçlar ve yöntemler de oluşturmaktadır. Çok kutupluluk ortamında diğer devletlerin önüne geçme, uluslararası sistemde ayrıcalıklı bir konum elde etme çabasındaki ülkeler, farklı vizyonlar açısından bakmak ve stratejik davranmak durumundadırlar. Küreselleşmenin çerçevelediği bu strateji çevresinde ülkeler, iç ve dış politikalarını birbirinden ayrı düşünmeden hedeflerine ulaşmada, sadece kendi kamuoyunu değil farklı ülkelerin kamuoylarını etkileme durumundadırlar.

Kamu diplomasisi kavramı ilk kez 1965 yılında Tufts Üniversitesi Fletcher School of Law and Diplomacy'nin Dekanı Edmund Gullion tarafından kullanılmıştır. Gullion'a göre kamu diplomasisi kavramı, dış politikanın oluşumu ve yürütülmesinde halkların tutumunun yaptığı etki ile ilişkilidir. Kamu diplomasisi, uluslararası ilişkilerin geleneksel, klasik diplomasi dışındaki alanlarını kapsamaktadır. Bunları Gullion: "Hükümetler tarafından yabancı ülkelere kamuoyu yaratılması, özel kuruluşlarının diğer ülke kuruluşlarıyla etkileşimde bulunması, dış ilişkilerin raporlanması, diplomatlar ve yabancı meslektaşları arasında iletişim sağlanması ve kültürler arası iletişim süreci" şeklinde örnekleyerek sıralamaktadır (fletcher.tufts.edu/murrow/public-diplomacy.html, 2012).

Kamu diplomasisi kavramı öncelikle ABD'de kullanılmış sonrasında Avrupa'da yaygınlaşmıştır. George Washington Üniversitesi Kamu Diplomasisi Enstitüsü kurucularından Walter R. Roberts'in belirttiği üzere, son otuz yıldır kullanılan kamu diplomasisi kavramı, daha önceleri "uluslararası enformasyon ve kültür programı" olarak geçmekteydi. Ancak kamu diplomasisinin, 'hükümetlerin barış zamanlarında

diğer ülke vatandaşlarıyla olumlu ilişkiler kurması' anlamı şeklinde değerlendirilmesi çok da eski değildir (2007:36).

Cowan ve Cull'a göre, savaşlar hayatımıza yeni kavramlar getirmektedir. 1. Dünya Savaşı'ndan *kamuflaj*, 2. Dünya Savaşı'ndan *kamikaze*, *sürpriz saldırı*, Soğuk Savaş yıllarından *çevreleme* (politikası) ve *yıldırma* (politikası) kavramları hayatımıza dahil oldu. "Terörle savaş" ın başladığı 11 Eylül saldırıları da aslında yıllardır uygulanan ancak dünya kamuoyunda fazla yer bulmamış *kamu diplomasisi* kavramını uluslararası platforma taşımıştır (2008: 6).

Öztürk'ün görüşüne göre de Soğuk Savaş'ın bitimiyle kamu diplomasisine duyulan ihtiyaç sorgulanmaya başladı. Çünkü artık "düşman" yenilmişti ve "fikirler savaşında" özgürlük ve demokrasi, komünizm karşısında "zafer kazanmıştı". Bu dönemde gerek kültürel değişim programlarına gerekse de hükümetlerin yurtdışındaki imajına dönük çalışmalarına harcanan mesai, emek ve para en asgari düzeye indirilmiştir. 11 Eylül olayları uluslararası ilişkilerde yumuşak gücün ve kamu diplomasisinin yeniden keşfedilmesini sağlamıştır. "Teröre karşı mücadelede" sert gücün kullanılması, meseleye bir çözüm getirmeyince, bu mücadelenin karşılıklı anlayıştan geçtiğinin farkına varılmış ve kamu diplomasisi uygulamaları yeniden hayat bulmaya başlamıştır (2011:5).

11 Eylül saldırılarının ardından kamu diplomasisi çalışmalarının artırılması ve hızlandırılması konusunda çok sayıda Amerikan gazetelerinde yazılar yayınlanmaya başladı. Saldırıdan 5 hafta sonra Washington Post Gazetesi, "kamu diplomasisine acilen gerek olduğunu" başlıktan vermişti. Diğer bir deyişle bir kavram yani kamu diplomasisi, evrensel olarak ifade edilmişti (Roberts, 2007: 36).

2. Dünya Savaşı'ndan sonra uluslararası çalışmalarda kendine yayılma ve uygulama alanı bulan kamu diplomasisi, Ünver'in tanımına göre,

"Bir devletin ulusal çıkar ve imajını korumak ve geliştirmek amacıyla, klasik diplomatik faaliyetlerine de destek olacak nitelikte, yabancı ülkelerin kamuoylarını, hükümetlerini, toplumsal yaşama katılan tüm kişi, kurum ve kuruluşlarını doğru içerikli enformasyon, kültür, bilim ve akla gelebilecek her türlü meşru yolla etkileme ve böylece barışı, dostlukları ve ülkeler arasında daha yakın ilişkileri kurmaya katkıda bulunması faaliyetlerinin tümü" (Ünver, 2009) anlamına gelmektedir.

Taylor’a göre (1997) kamu diplomasisi bir ulusun başka bir ülkede yaşayan ulus üzerinde olumlu bir imaj geliştirme çabasıdır. Kunzik’e (2001) göre de kamu diplomasisi her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır çünkü uluslar, artık kimlik olgusunu, imajı ve dünya kamuoyunun görüşlerini daha fazla önemsemektedir.

Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy’de Crocker Snow (2005) ise kamu diplomasisini şöyle tanımlamaktadır: “Kamu diplomasisi, hükümetlerin dış politika sürecinde kendi toprakları dışında medya, çokuluslu şirketler, sivil toplum kuruluşları ve düşünce toplulukları aracılığıyla başka ülke halklarını etkilemek amacıyla yaptığı faaliyetlerdir”(fletcher.tufts.edu/murrow/public-diplomacy.html, 2012).

Kamu diplomasisi, karşılıklı anlaşmayı, uzlaşmayıöngörmektedir. İletişimsel anlamda kavramlaştırıldığında kamu diplomasisi, dış ilişkilerde daha iyi bir uzlaşma ortamı oluşturmaktadır. Kamu diplomasisi tanımları genelde ulusal kimlik ve imaj odaklı olmakla birlikte, ortak uzlaşma alanı, algı yönetimi ve ulusal çıkarlar çerçevesinde şekillenmektedir. Kùltürler arası diyalogun oluşması için uygun zemin hazırlayan kamu diplomasisi, diğer ülke halklarını, değerlerini, geleneklerini, toplumsal yapısını, inançlarını tanıma olanağı sağlar. Bu da toplumları, kamu diplomasisinin temel hedefi olan yanlış anlamaları giderme, ortak paydalar bulma ve uzlaşma ortamı yaratmaya götürmektedir.

Ünal Erzen ifade edilen tanımları şöyle yorumlamaktadır: Kamu diplomasisi için yapılan tanımlara bakıldığında; ülke halkı ve aydınları üzerinde yaratılacak olumlu imajın ve ülkeler arasında oluşturulacak kültürel çekimin, ülkenin imajına olumlu katkı sağlayacağı düşünülmektedir ve bu sebeple çeşitli kurum ve gruplardan destek alınarak, diğer ülkelerle bir iletişim sürecine girilmektedir. Kamu diplomasisi, en çok yerel ve ulusal medya ile birlikte akademik kurumları, sivil toplum kuruluşlarını ve ekonomik birlikleri kullanmaktadır. Bu gruplar aracılığıyla medyanın desteği sağlanarak,yaratılacak düzenli mesaj ve sloganlarlauluslararası işbirliği kurulması ve istenilen algının oluşturulması mümkündür. Fakat burada dikkat edilmesi gereken husus, algının oluşturulması değil, algının yönetilmesidir(2012: 54).

2.7.2. Geleneksel Diplomasi ve Kamu Diplomasisi

Bilginin, teknolojinin hakim olduğu modern dünyada hükümetlerin kararları üzerinde, sivil halkın ve örgütlerin de etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Bu sebeptendir ki devletler, uluslararası ilişkilerinde başka devletlerin halklarına da ulaşmak durumundadır. Sadece klasik devletten-devlete resmi ilişki süreci, günümüz dünyasında yeterli gelmemekte ve devletten-diğer halklara ya da halklardan-halklara ilişki boyutu da önem kazanmaktadır.

Geleneksel diplomasi, hükümetler ve üst düzey devlet adamları tarafından başka ülkelerin yine hükümet yetkilileri arasında görüşmeler şeklinde gerçekleşmekteydi. Ancak özellikle iletişim ağının ve olanaklarının gelişmesiyle geleneksel diplomasi yöntemleri de farklılaşma göstermiş ve kamu diplomasisine ışık tutmuştur.

Diplomasinin aksine kamu diplomasisi sadece hükümetlerin kullandığı bir araç olmamakla birlikte aynı zamanda uluslararası organizasyonlar (Avrupa Birliği, NATO vb), devlet dışı uluslararası gruplar (Sınır Tanımayan Doktorlar), hatta şahsi kişiler (ABD başkanlarından Jimmy Carter, H.W. Bush, Bill Clinton'ın yabancı ülkelerdeki yardım faaliyetleri gibi) tarafından da kullanılmaktadır (Roberts, 2007: 47). Uluslararası ilişkiler sürecinde sivil toplum kuruluşları, medya kuruluşları, dernekler, şirketler hatta askeri ittifaklar ve terörist organizasyonlar da kamu diplomasisinin organları arasına dahil olmuştur.

Son yıllarda kapsamı genişleyen kamu diplomasisi ile ilgili olarak çalışmalar hız kazanmış, özellikle akademik makaleler, kitaplar, konuyla ilgili araştırmalar artış göstermiştir. Buna istinaden Roberts, “2. Dünya Savaşı’ndan önce kim diplomasinin yabancı halklarla resmi ilişkiler kurmayı da içerebileceğini de düşünebilirdi?” diye sormaktadır (2007: 46).

Ünal Erzen geleneksel diplomasiden kamu diplomasisine giden süreçte değişim ve gelişimi şöyle açıklamaktadır: Geleneksel diplomasi çalışmalarının hükümetler arasında sağladığı resmi ilişkilerin ve lobicilik çalışmalarının, çağın gereklerine uydurularak genişletilmesi gerekliliği kamu diplomasi çalışmalarının önem kazanmasına sebep olmuştur. Diplomasi için yapılan tanımlar, genellikle iki ülke arasında resmi kurumlar ya da hükümetler nezdinde yürütülen ilişkileri şeklinde ifade edilmektedir. Kamu diplomasisi, geleneksel diplomasinin geliştirdiği ilişkilerden yararlanırsa da asıl başarısının altında yatan unsur, oluşturulan kamuoyu

baskısı ve olumlu imaj aracılığıyla iki ülke halkları arasında olumlu bir atmosfer yaratmaktır. Ancak her iki ilişki şekli de birbirini destekler nitelikte olmak zorundadır (2012:100).

Kamu diplomasisinin başarısı, ülkelerin politikalarıyla ilintilidir. Ülkenin iç ve dış politikalarıyla desteklenmeyen kamu diplomasisi faaliyetlerinin, başarıya ulaşma şansı da az olmaktadır.

Geleneksel diplomaside ülkeler arası ilişkiler hükümetler ve resmi kurumlar arasında sınırlandırılırken, kamu diplomasisinin öncelikli olarak sivil örgütlerle geliştirmeye çalıştığı olumlu iletişim süreci ile ters orantı oluşturmaktadır. Kamu diplomasisi çalışmaları ülkelerin uzun dönemli stratejik hedefleri ile uyumlu olmakla birlikte, söz konusu hedeflerin yakalanması konusunda direk olarak hükümetleri değil hükümetleri etkileyecek ve üzerlerinde baskı oluşturabilecek kamuoyunun kazanılması amaçlanmaktadır (Ünal Erzen, 2012: 103).

Öztürk'e göre de geleneksel kamu diplomasisi tek yönlü iken, yeni kamu diplomasisi diyalogu öngören iki yönlü iletişim üzerine kurulmuştur. Kamuoyunun bilimsel olarak ölçülebildiği ve ikna tekniklerinin kullanılabildiği stratejik iletişim, yeni kamu diplomasisinin baz aldığı iletişim yöntemidir (2011:10).

Roberts'ın (2007: 50) belirttiği üzere, kamu diplomasisi, diplomasinin sadece önemli bir parçası haline gelmemiş aynı zamanda geleneksel diplomasinin farklı şekilde yürütülmesinde farklı bir yön çizmiştir. Diplomasinin rolü değişmiş, geleneksel diplomasi düşüşe geçerken yükselişteki kamu diplomasisi dış politikanın sadece bir enstrümanı değil aksine, görünen kamusal yüzü olacaktır.

2.7.3. Kamu Diplomasisinin Gelişim Süreci

Uluslararası sistem 20. yy'da farklı akım ve olaylarla şekillenmiştir. Günümüz sistemlerinin de inşasına ön ayak olan 2. Dünya Savaşı bugünkü kamu diplomasisi kavramının da biçimlenmesine neden olmuştur. Gerek Avrupa'da, gerekse ABD'de yaşanan teknolojik, siyasi, toplumsal gelişmeler tezin de konusu olan kamu diplomasisine ulaşmamızı sağlamıştır.

Walter R. Roberts barış zamanlarında başka ülke halklarının etkilenme sürecinde çeşitli faktörlerin rol oynadığını belirtmekte ve bunları çeşitli gelişmelerle şöyle aktarmaktadır: 20. yy başında Nazi ve Bolşevik rejimler ideolojilerini ve fikirlerini

yayabilmek ve diğer ülke halklarını ikna edebilmek için o dönem sınırları aşan bir icat olan radyoyu fazlasıyla kullanmışlardır. Bir diğer faktör, Fransız hükümetinin 1923 yılında dış işleri birimine, diğer ülkelerle daha sıkı kültürel ilişkiler kurabilmek için kültür birimini ekleme kararını almasıdır. Yurt dışına, hem Fransız kolonilerine hem de diğer ülkelere Fransızca'yı yaymak ve öğretmek adına kültür elçileri denebilecek kişiler gönderilmeye başlanmıştı. Bu görevi üstlenen, 1883 yılında kurulan Fransız Birliği (Alliance Française) o güne kadar yabancı halklara yönelik yapılan ilk resmi girişimdi. Fransız dış büronun görevi kültürel bağları kuvvetlendirmektir. Keza bunda da başarıya ulaşılmış ve Fransa'nın yabancı topluluklar içinde prestiji yükselmişti. Bu da Fransa'nın daha sonraki hedeflerine ulaşmada büyük kolaylık sağlamıştı (Roberts, 2007: 37-38).

1. Dünya Savaşı sürerken, 1917 yılında Başkan Woodrow Wilson Amerika'nın savaştaki amaçlarını tüm dünyada bilinir hale getirmek amacıyla "Committee on Public Information" adlı birkurum oluşturmuş, başına da gazeteci George Creel'i getirmiştir (Tiedeman, 2004:8).

2. Dünya Savaşı aynı zamanda propagandanın en yoğun kullanıldığı bir süreci kapsamaktadır. O dönem, Nazi Propaganda Bakanlığı'na karşın İngiltere'nin oluşturduğu BBC'nin yayınları ve British Council yarı resmi bir kültür organizasyonu olarak faaliyet göstermiştir.

Fransız ve İngiliz kültürel faaliyetleri ABD için de örnek teşkil etmiştir. Ancak özellikle de Nazi Almanyası'nın Latin Amerika'daki faaliyetleri ABD'nin yabancı halklar üzerindeki faaliyetlerine hız kazandırmıştır. Dışişleri Bakanlığı bünyesinde kurulan Kültürel İlişkiler birimi (1938) ve bir süre sonra kurulan Amerika'nın Sesi Radyosu (Voice of America-1942) İngilizce, Almanca, İtalyanca ve Fransızca yayın yapmaya başlamıştır. Öte yandan Savaş Bilgilendirme Bürosu da çeşitli yayınlar, filmler ve kitaplar da Amerika'nın tanıtımı için kullanılmıştır. Kamusal İlişkiler (public affairs) birimi de Amerikan dış politikasının tanıtımı için çalışmalar yürütmüştür. Savaş sonrası Dışişleri Bakanlığı bünyesinde kurulan Uluslararası Bilgilendirme ve Kültürel Etkinlikler Bürosu hükümetin yabancı halklarla programlar (basınla ilişkiler, kitap, film, sergi, Amerikan kütüphanesi, akademisyen ve öğrenci değişim programları) yürütülmesinden sorumlu olmuştur (Roberts, 2007: 38-39).

O dönemki Amerika'nın kültür yorumunun Fransızca ve Almanca kültür kavramından daha dar içerikli olduğu konusunda uzmanlar hemfikirdiler. Fransız ve Alman kültür programları çok kapsamlı iken, Amerikan kültür programları daha çok akademi, eğitim değişim programları, güzel sanatlar, müzik ve edebiyat ile sınırlıydı.

2. Dünya Savaşı'ndan sonra ise komünizme karşı tüm dünyada bir karşı cephe oluşturulabilmesi için kamu diplomasisi çalışmalarına sıklıkla başvurulmuştur.

Komünizmin ve komünist propagandanın gerçek yüzünü ortaya çıkarma gerekçesiyle 1950'de bir "Hakikat Kampanyası" başlatan Başkan Truman, özgürlüğün 'emperyal komünizm' tarafından tehlikeye girdiğini, insanlık için bir mücadele başlatılması gerektiğini savunmaktaydı. Bu sebeplerle hem dünyaya komünizmi anlatmak hem de komünizm savunucularına Batı'nın düşünce ve fikirlerini göstermek amacıyla kamuoyunu etkilemeye yönelik çalışmalarını hızlandırmıştır (Tiedeman, 2004: 8).

Öte yandan dış politika kapsamında kültür ve enformasyon kavramları arasında da bir karmaşa hakimdi. Hangi etkinlik kültürel, hangisi enformasyon amaçlı konusunda çok yönlü tartışmalar yaşanmaktaydı. Kültür ve enformasyon programları birbirinden ayrı tutulmak istendi ancak ABD Dışişleri Bakanlığı her ikisinin de dış politikada bir araç olduğu gerekçesiyle bu ayrımı kabul etmez. Çoğunlukla akademisyen ve gazetecilerin görev aldığı, eğitim ve üniversite odaklı faaliyet gösteren Kültürel İlişkiler biriminin zamanla içeriğinde değişiklikler yapıldı. Amerikan Enformasyon ve Kültürel Programlar birimi başkanı Charles Hulten'a göre, "Şayet dünyadaki insanlar birbirlerini daha iyi tanırlarsa savaştan kaçınmak mümkündür. Araştırmalar göstermiştir ki, diğer ülkeleri daha iyi bilinmesi ortak anlaşma ve uzlaşmaya daha iyi bir zemin hazırlamaktadır." (Roberts, 2007: 42-43).

2. Dünya Savaşı deneyimiyle özellikle barış zamanında bilgilendirmenin önemini bilen ve 1952'de başkan seçilen Eisenhower da bu kapsamda bir dizi değişiklikler⁹ yapmıştır. Kültür ve enformasyon faaliyetleri zaman zaman ayrılrsa da bir süre sonra

⁹ 1953'te Enformasyon ve Kültürel Programları yeni bir büro olarak kuruldu. Amerikan Enformasyon Ajansı ve bütün kültürel ve enformasyon faaliyetlerinin hepsi Dışişleri'nden buraya taşındı. Ancak kültürel programlar Dışişleri Bakanlığı'nda kalmasına rağmen dışarıda yabancı büyükelçiliklerle idare edildi. 1978'de kültürel faaliyetler tekrardan Amerikan Enformasyon Ajansı'na geçti. Kültür ve enformasyon yeniden kombine oldu.

1978’de Amerikan Enformasyon Ajansı’nda tamamen birleştirildi ve bu etkinlikler “kamu diplomasisi” kavramı olarak anılmaya başlandı.

1950’lerde uluslararası enformasyon ve kültür programları uygulayıcıları, kültür ve enformasyon çatışmasına girmeden bu tarz dış politika uygulamalarına yeni bir terim arayışı içine girdiler. Ve bir dizi başka kavramlar üzerinde çalışmalar yaptılar. Kamusal ilişkiler (public affairs), iletişim diplomasisi (communications diplomacy), kamu diplomasisi (public diplomacy) gibi. 1977 yılında gelecek dönem uluslararası enformasyon ve kültür programları açıklamasında oturum başkanı Dante Fascell, “*Public Diplomacy*” terimini kullanmış ve bu terim ilk kez resmi kaynaklara geçmiştir (Roberts, 2007: 44).

Geçtiğimiz yıllar içinde birçok ülke de “public diplomacy”yi kendi ülkelerine göre uyarlamıştır. Örneğin İngiltere’de Kamu Diplomasisinden sorumlu devlet bakanlığı bulunurken, dünyada Kanada, Hindistan, Japonya ve bir çok Avrupa ülkesi dışişleri ofislerinde kamu diplomasisi birimleri kurmuş durumdadırlar. Türkiye’de de Ocak 2010’da Başbakanlık bünyesinde bir “Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü” kurulmuştur.

Ancak bu yüzyıl başı itibariyle “Yeni Kamu Diplomasisi” kavramıyla karşı karşıyayız. Yeni kamu diplomasisi, kamu diplomasisinin bilgi çağının koşullarına uyarlanmış hali olarak ifade edilmektedir. Bir kamu diplomasisi yöntemi olan işbirliğinin bir sonucu olarak yeni kamu diplomasisi; çift yönlü iletişimi, farklı aktörleri, yumuşak güç kullanımını, bilgi yönetimini ve teknoloji üzerinden imaj oluşumunu öngörmektedir. Gilboa’nın tanımı gereği, “Yeni iletişim teknolojilerinin dış politika uygulamasının bir aracı haline geldiği yeni kamu diplomasisi, ülke içi ve dışı bilgi alışverişleri ile kültürel diplomasi, pazarlama ve haber yönetimi gibi kavramlar arasındaki klasik ayrımın neredeyse kalktığı yeni iletişim ve diplomasi faaliyeti” olarak değerlendirilebilir (Gilboa 2006: 718).

	Geleneksel Kamu Diplomasisi	21. yy. Kamu Diplomasisi
Şartlar	Ülkeler arası gerilim ve çatışmalar	Barış
Amaçlar	Hedef ülkelerde davranış değişikliği yaratarak politik değişimde başarı sağlamak	Yurtdışında olumlu itibar kazanmak ve çevre yaratmak için politik ve ekonomik çıkarların desteklenmesi
Stratejiler	İkna Kamuların yönetimi	İlişki inşa etmek ve sürdürmek Kamuların katılımını sağlamak
İletişimin Yönü	Tek yönlü iletişim (monolog)	İki yönlü iletişim (diyalog)
Araştırma	Çok az, gerektiğinde	Geri bildirimin önemli olduğu bilimsel araştırmalara dayanmaktadır
Mesaj İçeriği	İdeolojiler Çıkarlar Enformasyon	Fikirler Değerler İşbirliği
Hedef Kitleler	Hedef ulusların tüm halkı; Mesaj alıcılar ve göndericiler	Bölümlendirilmiş; iyi tanımlanmış kamular ve iç hedef kitle, katılımcılar
Araçlar	Geleneksel kitle iletişim araçları	Eski ve yeni medya; genelde kişisel ağlar
Bütçe	Hükümet destekli	Kamu ve özel ortaklıklar

Tablo 5: Karşılaştırmalı geleneksel ve 21. yy. kamu diplomasisi (Szondi, 2008: 11).

Szondi'nin tablolastırdığı (Tablo 5) geleneksel kamu diplomasisi ve 21. yy'da uygulamaya konulan kamu diplomasisi içinde yaşadığımız asrın değerlerini içermektedir. Teoride beklenen ve umulan diplomasi kaynaklarını sıralayarak karşılaştıran Szondi de kamu diplomasisinde çift yönlü iletişimi, uzlaşma ve anlaşmayı öngörmektedir. Barış ortamlarında daha fazla yaşama alanı bulan yeni kamu diplomasisinde, geri bildirim önemli olduğu gibi bilimsel araştırmalar zorunlu hale gelmiştir. Uzun süreli, sürdürülebilir ilişki arz eden yeni kamu diplomasisinde halk daha katılımcı ve aktif konumdadır. Özellikle de yeni medya ortamları sivil toplumu kamu diplomasisinde eskiye oranla daha etkin hale getirmektedir.

Yeni kamu diplomasisi gereği çevrimiçi sosyal iletişim ağı uygulamasına başlayan ABD Dış İşleri Bakanlığı, 2008 yılında "Kamu Diplomasisi 2.0 Stratejisi" programını geliştirmiştir.

Amerikan hükümeti, işbirliğini özendirmek ve mesaj kampanyaları organize edebilmek amacıyla “çevrimiçi sosyal iletişim ağı” uygulamasını başlatmıştır. Böylece Amerikan hükümeti; YouTube, bloglar, internet siteleri gibi sosyal medya aracılığıyla kültürler arası diyalog yaratmayı, gençlere Amerika’da eğitim imkânları ve değişim programları hakkında bilgi sağlamayı, gençlere özgürlük ve demokrasi fikirlerini aktarmayı amaçladığını vurgulamaktadır (Kirova, 2009: 1).

Özellikle sosyal medya olarak tanımlanan tüm bu sanal ortamlar, gerçek anlamdaki siyasi, kültürel, sosyal yaşama katılımı ve etkileşimi önüne geçilmez bir hızla yerine getirmektedir. Hatta Amerika’nın yeni bir medya girişimi olan Co.Nx web konferansı programı, uluslararası boyutta çoklu izleyiciyi her türlü alandaki ABD’li uzmanlarla görüştürme imkanı sunmaktadır.

Co.Nx web konferansı programı yöntemi ile ABD Dışişleri Bakanı Hillary Clinton 2009 yılında Brüksel’de bir toplantıdan, dünya çapında 40 ABD büyükelçiliği ve diğer görevli birimler ile iki yönlü görüşmeler yapabilmıştır (Curtin, 2010: 7). Teknolojideki bu ilerleme, ülkelerin sınırlarını ve mesafelerini ortadan kaldırmaya, aynı anda birbirinden farklı toplumları bile etkileşime geçirmeye müsait bir ortam sunmaktadır. Az gelişmiş ülkelerde dahi yeni medyaların biçimsel, sayısal ve içerik olarak artması, gelişmesi iletişimciler ve tabi ki devletler için uygun çalışma fırsatları yaratmaktadır.

2.7.4. Kamu Diplomasisinde Yumuşak Güç ve Sert Güç Yaklaşımları

Değişen yeni aktörlerle uluslararası ilişkilerdeki güç kavramının niteliği ve kapsamı da değişime uğramıştır. 2. Dünya Savaşı’na kadar devletler düzeyinde yürütülen ilişkiler, savaş sonrası yeni aktörlerle farklı platformlarda tartışılır hale gelmiştir. Yeni aktörler ve yeni teknoloji iletişimin dağılımını, bilginin üretim ve yayılımını, demokrasinin ve yönetim süreçlerinin işleyişini değişime zorlamıştır. Bu değişimle ülkeler savaş meydanlarında paylaşımadıkları kozlarını ekonomi, teknoloji, nükleer güç şeklinde uluslararası arenaya taşımaktadır. Ülkeler yaşanan gelişmelerin dışında, farklılaşan savaş teknolojisi karşısında da güvenlikleri için farklı önlemler almaya mecbur bırakılmaktadırlar. Ancak dünyayı daha güvenli hale getirebilmek, “sert gücün” yani silahların konuştuğu meydanlarda daha zor hale geldiğini, karşıt

fikir olarak çıkan “yumuşak gücün” dış politikada uluslararası ilişkilerin düzenlenmesinde artık daha önemli bir araç olduğunun altı çizilmektedir. “*Yumuşak güç*” kavramını ilk kez 1990 yılında yayınlanan “Bound to Lead” adlı kitabında kullanan Joseph Nye, ülkelerin güçlerini sert ve yumuşak güç olarak ayırıp, kamu diplomasisini de yumuşak gücün önemli bir parçası olarak değerlendirmektedir.

Arı’nın belirttiği üzere güç kavramı, sosyal bilimlerdeki pek çok kavram gibi farklı tanımları yapılan ve farklı bağlamlarda kullanılan bir kavramdır. Bazılarına göre kapasite, bazılarına göre etki, bazılarına göre karşılaştırıldığında bir anlam ifade eden göreceli bir kavram, bazılarına göre politikanın amacı, bazılarına göre ise amaca ulaşmada bir araçtır. Çağdaş yazarlar, gücü formel bir şekilde tanımlayarak bir devletin sahip olduğu fiziksel unsurlar ve öğeleri olarak tanımlarken, bazı yazarlar ise gücün fiziksel biçiminden çok bunun kullanılabilirliği üzerinde yoğunlaşarak gerçek gücün kullanılabilen ve diğer ülkeler üzerinde etki oluşturan güç olduğunu ifade etmektedirler (Arı, 2011: 132)

K.J Holsti ve Frankel gibi birçok yazar gücü, diğerlerinin davranışları üzerinde etki yapabilme kapasitesi olarak tanımlarken, Morgenthau’ya göre ise bir ulusu diğer uluslar karşısında kuvvete sahip kılan faktörler ve doğrudan ulusal güç olarak kabul edilen unsurlar nitel ve nicel unsurlardan oluşmaktadır. Bunlardan coğrafya, doğal kaynaklar, endüstriyel kapasite, askeri hazırlık derecesi ve nüfus nicel öğeler; ulusal moral, ulusal karakter, diplomasinin niteliği ve hükümetin niteliği nitel öğeleri oluşturmaktadır (Arı, 2011: 133).

Güçten söz edildiğinde ilk akla gelen, onun şiddet veya zoryoluyla açığa çıkmasıdır. Bu anlamda güçlü olmak, gerektiğinde şiddetebaşvurabilmeyi ifade eder. Hiç şüphesiz askeri güç, teknolojik, ekonomik, siyasigüçle desteklenmedikçe ya da bu çıkarlar askeri güçle korunamadıkça hiçbir güç tek başına bir anlam ifade etmez (Özdemir, 2008: 118).

Geçen süreçte güç olgusu da değişime uğramış, belirleyicileri farklılaşmıştır. Gücü elinde bulunduran uluslar, tarihsel süreçte diğer ülke ve ulusları da etkileri altına almaya çalışmışlardır. Sanayi Devrimi’ne kadar askerlerin sayısı, yeteneği, savaşçılığı güç unsuru iken, endüstriyel üretimle birlikte, askeri yeteneklerin tek başına ulusal gücü tanımlamada yeterli olmadığı, endüstriyel üretim kapasitesi, yeni teknolojiler üretme ve onlara ayak uydurma kapasitesinin daha önemli hale geldiği

bilinmektedir. Soğuk Savaş süresince uluslararası politikada güç kavramı, yine askeri ve siyasal otorite ve sahip olunan kaynaklar şeklinde ifade edilmekteydi.

Bazı düşünürlere göre 19. yy parlamentolar, 20. yy kitleler, 21. yy ise kamuoyları çağı şeklinde değerlendirilmektedir. Buna istinaden, günümüz bilgi çağında en etkin gücün kamuoyu olduğunu söylemek mümkündür. Hükümetler uluslararası politikalarda bile parlamentonun kararları karşısına çıkan kamuoyunun gücü ve görüşleriyle hareket etmek zorunda kalabilmektedir. Özellikle demokrasiyle yönetilen ülkelerde kamuoyunu etkilemek daha önemli hale gelmiştir. Kamuoyunu etkilemenin yolu da yumuşak gücün doğru kullanımından geçmektedir. Askeri ve ekonomik güç sert güç olarak ifade edilirken, insanları zorlamak yerine işbirliği yapmaya yönelik çalışmalar yumuşak güçtür.

Nye'e göre güç, şartlara hangi koşullar altında kimin kiminle ilişki kurduğuna göre değişmektedir. Yumuşak güç başkalarının tercihlerini şekillendirme becerisine dayanır. Sadece askeri güç tehdidini ya da ekonomik yaptırımları kullanarak diğerlerini değişime zorlamak değil, dünya siyasetinde gündemi oluşturmak ve onları kentine çekmek de önemlidir. Yumuşak güç, nüfuzdan farklıdır. Tehdit ve paranın gücüne dayandırılabilen nüfuz karşısında yumuşak güç ikna ederek, insanları değiştirme, kendine çekme becerisi, çekicilikle razı etmektir. Bir ulusa bir şeyi yaptırabilmek için sert ve yumuşak güç farklı araçlar kullanır. Yumuşak güç, işbirliğini sağlamak için baskı ya da para değil, ortak değerlere çekme ve bu değerlere ulaşmaya katkıda bulunmanın doğruluğu ve sorumluluğudur. Öte yandan ekonomik ve askeri güç olarak zayıf olan bazı ülkeler de siyasi anlamda nüfuz gösterebilirler. Örneğin, Norveç gibi ülkeler uluslararası barış görüşmeleri ve arabuluculuk yaparak, askeri ve ekonomik ağırlıklarından daha fazla olan siyasi nüfuzlarını uluslararası arenada söz sahibi olarak kullanabilmektedirler. Barıştırıcı olma gibi çekici ilkelere sahip olmak bu ülkelerin yumuşak gücünü artırmaktadır (Nye, 2005: 15-16)

Güç bir yerde toplanmak yerine bir ülkeye yayıldığında, yumuşak güç daha önemli hale gelebilir (Nye 2005: 24). Yani gücün dağılımı demokrasinin işlediği ülkelerde daha mümkündür. Katılımcı demokrasi aracılığıyla, düşüncelerini ve tepkilerini gösterebilen bir kamuoyu, haklarını kullanabilen sivil toplum örgütleri,

hükümetlerin kontrol ve emirlerinin dışında gerçekleşebilen etkinlikler kamu diplomasisinin işlerlik kazanması için önemlidir.

Günümüzde gücün gelişmiş demokrasilerde geçmişte olduğundan daha soyut ve daha az zorlayıcı olduğunu ancak dünyanın çoğunun gelişmiş demokrasilerden oluşmadığını ve bunun da gücün küresel değişimini sınırladığını belirten Nye, böylesine farklı bir dünyada üç güç kaynağının –askeri, ekonomik ve yumuşak-farklı ilişkilerde farklı derecelerde olsa bile bu durumla alakasını sürdüreceğini ifade etmektedir. Özellikle bilgi devrimiyle birlikte yumuşak güç bu bileşimde daha da önemli hale gelecektir (Nye, 2005:37).

Nye bu bileşimi “davranışlar”, “temel araçlar” ve “hükümet politikaları” kapsamında aşağıdaki tabloyla şöyle göstermektedir:

	Davranışlar	Temel Araçlar	Hükümet Politikaları
Askeri Güç	Zorlama Caydırma Koruma	Tehdit Kuvvet	Zorlayıcı diplomasi Savaş İttifak
Ekonomik Güç	Teşvik Zorlama	Para verme Yatırım	Yardım Rüşvet
Yumuşak Güç	Hayranlık uyandırma Gündem yaratma	Değerler Kültür Politikalar Kurumlar	Kamu diplomasisi İki taraflı diplomasi Çok taraflı diplomasi

Tablo 6: Askeri, Ekonomik, Yumuşak güç bileşimi (Nye, 2005:37).

Son yüzyıl bilginin hakimiyeti altına girmiştir. Bilginin gelişimi, değişimi, dağılımı ve paylaşımı ekonomi, teknoloji, politika ve toplumsal yapıları da etkilemekte ve onları da değişime zorlamaktadır. Günümüzde özellikle bilgi ve ekonomiye sahip ülkeler egemen güç haline gelmektedirler. Ülkelerin sınırlarını kaldıran bilgisayar ağları, bireysel ve toplumsal etkileşimleri de artırıyor.

Böyle bir bilgi yığınının ortasında, uluslararası kuruluşlar ve teröristler de dahil sivil aktörlerin daha büyük rol oynayacağını altını çizen Nye’a göre, insanları ulusal sınırları tanımayan koalisyonlara çektikleri için, bu organizasyonların çoğunun kendi başlarına yumuşak güçleri olacaktır. Böylece, politika kısmi olarak çekicilik, meşruluk ve güvenilirlik kazanmak için bir yarış halini alacaktır. Bilgiyi paylaşma ve inanılır olma becerisi önemli bir çekicilik ve güç kaynağı haline gelecektir. Küresel

bilgi çağındaki bu siyasi oyun da yumuşak gücün nispi öneminin artacağını göstermektedir. Bilgi çağında çeşitli iletişim kanalları olan, dominant kültüre sahip, görüşleri süregelen küresel normlara (hüküm süren liberalizm, çoğulculuk, otonomi) yakın olan, güvenilirliği yerel ve uluslararası değerler ve politikalarla güçlenen ülkeler muhtemelen daha çekici hale gelecek ve yumuşak güç kazanacaktır (Nye, 2005:38).

Ancak yumuşak gücün her zaman devlet eliyle olmayacağı da unutulmamalıdır. Farklı aktörlerin başrol oynadığı ulusal ve uluslararası sahnede, bu aktörlerin ülke çıkarları doğrultusunda hareket edebilmeleri de iyi bir işbirliği ve doğru yönlendirilmeleriyle ilintilidir.

Bilgi devrimiyle devletler daha geçirgen hale gelmiştir. Yumuşak güç, sadece resmi hükümet icraatlarının bir sonucu olmaktan çok, kısmi olarak sosyal ve ekonomik bir yan ürünüdür. Kendilerine ait yumuşak gücü olan ve kar amacı gütmeyen kurumlar, hükümetin çabalarını zorlaştırabilir ve bu çabalara engel oluşturabilir ve popüler kültürü pazarlayanlar, hükümetin hedeflerine ulaşmasına yardım ettiği gibi bunu engelleyebilir de. Ancak bu eğilimler iyi kullanılırsa ülkelere yardımcı olabilir. Özellikle bilgi çağı uluslararası arenada, bu tarz devlet dışı aktörleri güçlendirmiştir (Nye, 2005:38-93).

Yumuşak gücü kullanmak askeri ve ekonomik gücü kullanmaktan daha zor olduğu gibi, daha uzun soluklu bir süreci kapsamakta, sonuca ulaşmak çoğu kez yıllar almaktadır. Ancak bu durum yine de ülkeleri engellememiştir. Fransa, İngiltere yüzyıllardır kendi kültür, dil ve değerlerini yaymak için farklı ülkelerde faaliyetlerini sürdürmüşlerdir. Aynı şekilde bir süre sonra 20.yy başında Almanya ve ABD, bilgi ve kültürlerinin yayılması için çalışmalar yürütmüşlerdir. Benzer şekilde 1945 sonrası Japonya, gizli kalmış kültürel öğelerinin (Zen-Budizm, dövüş sanatları, mangalar, değişik görsel sanatları vb.) dünyaya açılmasıyla yumuşak gücü artmış ve ekonomik ve teknolojik gelişimleri de adeta ivme kazanmıştır.

Küreselleşmenin de etkisiyle bu kültürel yayılımı, uluslararası tanınma gayretini hemen her ülkenin hedefleri arasında olduğunu görmek mümkündür. Ülkelerin olumlu izlenim yaratma, diğer ülke ve ulusları etkileme çabası, kendi ulusal politikaları kadar önemli hale gelmiştir. Sonuçlar açısından bakıldığında, liderler arasında yapılan diplomatik iletişimlerden ziyade, kamuoyunda yürütülen diplomasi

alışmaları bir kararın ya da politikanın işleyebilmesi için gerekli bir süreç haline gelmiştir.

Bilginin güç haline geldiği bugün, insanlar daha duyarlı ve bilinlidirler. Neyin propaganda, neyin gerçek ya da neyin uydurma olduğunu daha kısa bir zamanda kavrayabilmektedirler. “Güvenilirlik”, önemli bir yumuşak güçtür. Güvenin sağlanması ve korunması da kamu diplomasisi kapsamında önemlidir. Keza uluslararası itibarın ve olumlu imajın temelinde de güvenilirlik yatmaktadır.

Öte yandan dünyada yaşanan gelişmelerle g kavramı değişmeye devam etmektedir. 2003 yılında Amerika’nın Irak’a saldırması, Amerika’nın imaj ve nüfuz kaybıyla sonuçlanmıştır. Aslında benzer bir kayıp Vietnam Savaşı’nda da verilmişti. Çok güçlü ordusuna karşılık küçük bir ülkede gerillalar karşısında yaşanan hezimet, bir imaj ve nüfuz kaybıydı. Vietnam gibi, 2003 Irak saldırısı da ulusların amaçlarına ulaşmada kullanacakları askeri gnn tek başına başarılı olamayacağı sonucunu ortaya koymuştur. Bu gelişme de dünya “g” literatürüne, yumuşak güçle sert gc eş zamanlı kullanıma zorlayan daha stratejik bir kavram olan “*akıllı güç (smart power)*” kavramını getirmiştir.

Akıllı güçte, güçlü bir askeri yapı şarttır ancak bununla birlikte nüfuz yaymak ve bulunulacak girişimlere meşruiyet kazandırmak için yumuşak gnn ön planda olması gerekmektedir (Nye, 2009:1-3). Yani yumuşak güçle uluslararası arenada daha ön planda olmak ancak, arka tarafta bir o kadar da sert gce sahip olmak, akıllı gnn temel stratejisidir. Akıllı güçte, uluslararası ilişkilerde hangisi gerekli ise o gnn kullanılması ya da ön plana çıkarılması esastır. Bu durum, devletleri hem sert hem de yumuşak güçlerini güçlendirmeye yani ikisine de aynı önemi göstermeye zorlamaktadır.

Akıllı g kavramını kullanarak ABD Dışışleri Bakanı Hilary Clinton, bu durumu destekleyen bir açıklama yapmıştır. Clinton (2009), akıllı güç araçları olarak ekonomik, askeri, politik, hukuki ve kültürel değerleri saymış ve her bir durum için uygun enstrüman veya bunların uygun şekilde kombine edilerek seçilmesi gerektiğini vurgulamıştır. (www.state.gov/r/pa/scp/fs/2009/122579.htm, 2009).

Wilson’a göre, dünya sahnesindeki pozisyonunu güçlendirmek isteyen her aktör yeni “akıllı güç” unsurları çerçevesinde yeni stratejiler geliştirmek zorundadır. Özellikle de uluslararası platformda kendini yeni gösteren Hindistan, Çin, Brezilya

gibi ülkelerin akıllı stratejilere daha fazla ihtiyacı vardır(2008:113). Bu durumda Türkiye'nin de aslında benzeri bir güç oluşturması akıllıca olabilir. Belirtilen ülkelerle birlikte son yıllarda dünyada yükselen ülkeler sınıfında gösterilen Türkiye'nin bu istikrarı koruyabilmesi için sert ve yumuşak gücün stratejik olarak birleştirildiği akıllı güçle politikalarına yön vermesi, uluslararası itibarını daha sağlam inşa etmede destekler nitelikte olacaktır.

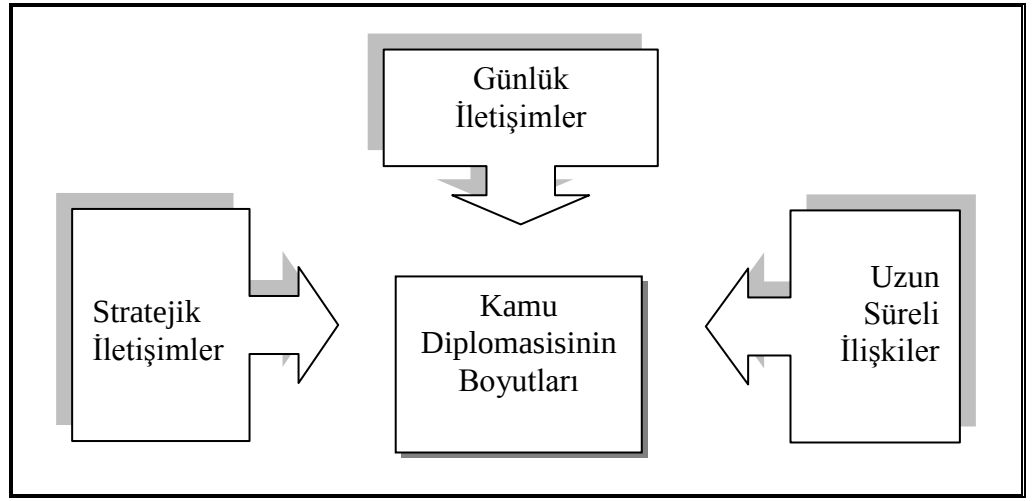
Artık hedef kitleler de daha “smart/akıllı” hale gelmiştir. Eğitimin yaygınlaşması, medyanın yayılımı ve kullanımı Asya, Afrika ve Latin Amerika ülke nüfuslarını daha bilinçli yapmakta, diğer ülkeler ve toplumlar hakkında daha fazla bilgi sahibi olmalarına imkan tanımakta ve diğer uluslar üzerinden gelen sert ve yumuşak güç faaliyetlerinden daha az etkilenmelerini sağlamaktadır. Dolayısıyla bu eğitilmiş yeni halk, kendisine geçmiştekinden farklı davranılmasını beklemektedir. Sert ve yumuşak gücün her birinin ayrı ele alınarak stratejilerinin kurgulanması, bu iki gücün kaynaklarının doğru analiz edilmesi, sert ve yumuşak gücün entegrasyonunu destekleyecek politik dinamiklerin takibi akıllı güç yaratmak için gereklidir (Wilson, 2008:113-114).

Günümüz dünyası, ulusların artık tek bir politika, tek bir yöntem ya da benzer stratejilerle evrensel alanda var olma şansını azaltmaktadır. Çoklu aktörler, karmaşık boyutlu ilişkiler farklı uluslararası araçları zorunlu kılmaktadır. Kamu diplomasisi de ulusların birbirleri karşısında etkileme, yönlendirme, iletişim ortamı yaratma, itibar oluşturmada kullanabileceği bu çok boyutlu araçlardan biridir.

2.7.5. Kamu Diplomasisinin Boyutları

Bilgi taşıma ve pozitif imaj pazarlamanın dışında kamu diplomasisi, hükümet politikalarına uygun ortamlar yaratan uzun süreli ilişkilerin inşasını da kapsamaktadır (Nye, 2008: 101). Nye kamu diplomasisini, her üçünü de birbirinden önemli, birbirinden farklı oranlarda, doğrudan devlet bilgisi ve uzun vadeli kültürel ilişkiler gerektiren üç boyutta ele almaktadır. İlk ve en yakın boyutu (Şekil 7) yerel ve dış politikaların genel durumunun açıklanmasını içeren “*günlük iletişim*”dir. Bu boyutta Nye, yerel basın yerine yabancı basına odaklanmanın önemini altını çizmekte ve olumsuz izlenim bırakmamak adına yabancı ülke insanları da düşünülerek haber yapılması gerektiğini vurgulamaktadır. Dış dünyada yanlış

tanınmamak için medyanın ülke içinde yayınladığı haberlerde dikkatli olması önemlidir. Günlük iletişim boyutu, hızlı cevap verme yeteneği, herhangi bir yayında çıkan eksik ya da yanlış bilginin gerektiğinde düzeltilebilmesi, yanlış suçlamaların ve yanıltıcı bilgilerin anında cevaplandırılabilmesi olanağı sayesinde krizlerle başa çıkma, saldırılara karşı hazırlıklı olma durumunu yani kriz yönetimini de içermektedir (Nye, 2005: 108).



Şekil 7: Joseph Nye’in Kamu Diplomasisi Boyutları¹⁰

Kamu diplomasisinin ikinci boyutu (Şekil 7) reklam ve siyasi kampanyalarda olduğu gibi bir dizibasit tema çerçevesinde oluşturulan “*stratejik iletişim*”dir. Bir marka ya da politik bir faaliyet için bütünlük oluşturmak, akılda kalıcılığı artırmak için nasıl bir yıl içindeki mesajlar, medya çalışmaları planlanmakta ise aynı şekilde kamu diplomasisinde de stratejik iletişimin planlanması ve tutarlılığının sağlanması önemlidir. Birbiriyle uyumlu medya kanallarında, sürekli tekrarlanan mesajlar ve olaylar stratejik iletişimi güçlendirir. Farklı kanallardan kamuoyuna aktarılan bilgilerin, birbiriyle çelişmemesi ve birbirini çürütmemesi önemlidir.

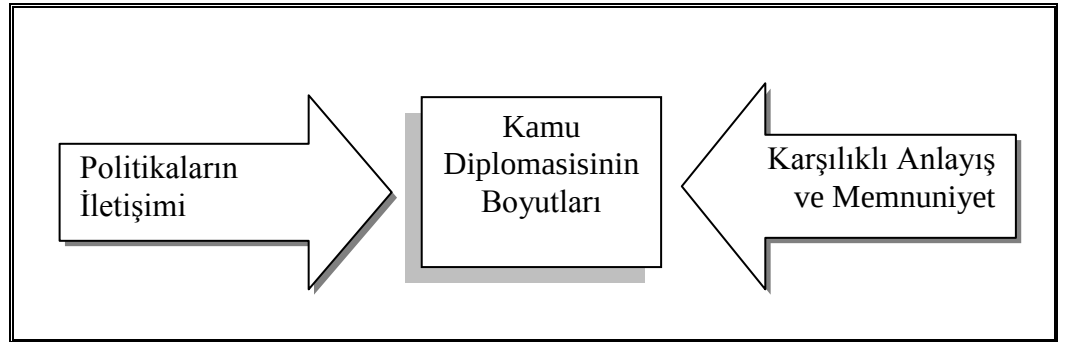
Kamu diplomasisinin üçüncü boyutunu (Şekil 7) ise Nye, yıllar içinde oluşturulan bağlar sayesinde burslar, değişim programları, staj, eğitimler, seminerler, konferanslar gibi etkinliklerle “*uzun süreli ilişkilerin*” geliştirilmesi şeklinde ifade etmektedir. Bu ilişkiler kilit noktalardaki kişilerle yıllar içinde özellikle medya aracılığıyla oluşturulup ve geliştirilir. Savaşın sonraki yıllarda özellikle Amerika’da

¹⁰ Nye, Joseph: Yumuşak Güç, Ankara, Elips Kitap, 2005, ss.108-110’dan şekile aktarılmıştır.

yüzbinlerce kişi eğitim görmüş ve edindiği değerleri ülkesine aktarmıştır. Kamu diplomasisinin her üç boyutu da bir ülkenin yabancı kamuoyu karşısında olumlu ve çekici bir imaj yaratabilmesi noktasında önemli rollere sahiptirler. Bu da o ülkenin hedeflediği sonuçları elde etmesi olasılığını artırır. Ancak unutulmamalıdır ki en iyi reklam bile popüler olmayan bir ürünü satamaz (Nye, 2008:102).

Oluşturulan politikaların o ülkenin yararına ve itibarına hizmet etmesi, söylenenlerle yapılanların birbiriyle uyuşması önemlidir. Yapılanlar yani eylemler daha fazla akılda kalıcıdır.

Amerikan Büyükelçi Christopher Ross ise kamu diplomasisini iki boyutlu (Şekil 8) olarak değerlendirmektedir. Ross’a göre kamu diplomasisinin ilk boyutu “politikaların iletişimi”dir. Yani ülkenin politikalarının yabancı halklara karşı olabildiğince medya ve farklı diller aracılığıyla aktarılmasıdır. Bunlar çoğunlukla kısa süreli çalışmalar şeklinde gerçekleşmektedir. İkinci boyutu ise, daha uzun soluklu süreçte farklı ülkelerle “karşılıklı anlayış ve memnuniyet geliştirme” üzerinedir (Kelley, 2009: 74). Ross’un bu son yaklaşımı Nye’in uzun süreli ilişki kurma yaklaşımı ile benzerlik göstermektedir. Özellikle de barış zamanlarında gerçekleşmesi daha muhtemel olan bu tarz çalışmalar, hükümetler arası husumetlere karşın halklar arasında daha kalıcı bağlar ve dostluklar kurmada önemlidir.



Şekil 8: Christopher Ross’un Kamu Diplomasisi Boyutları¹¹

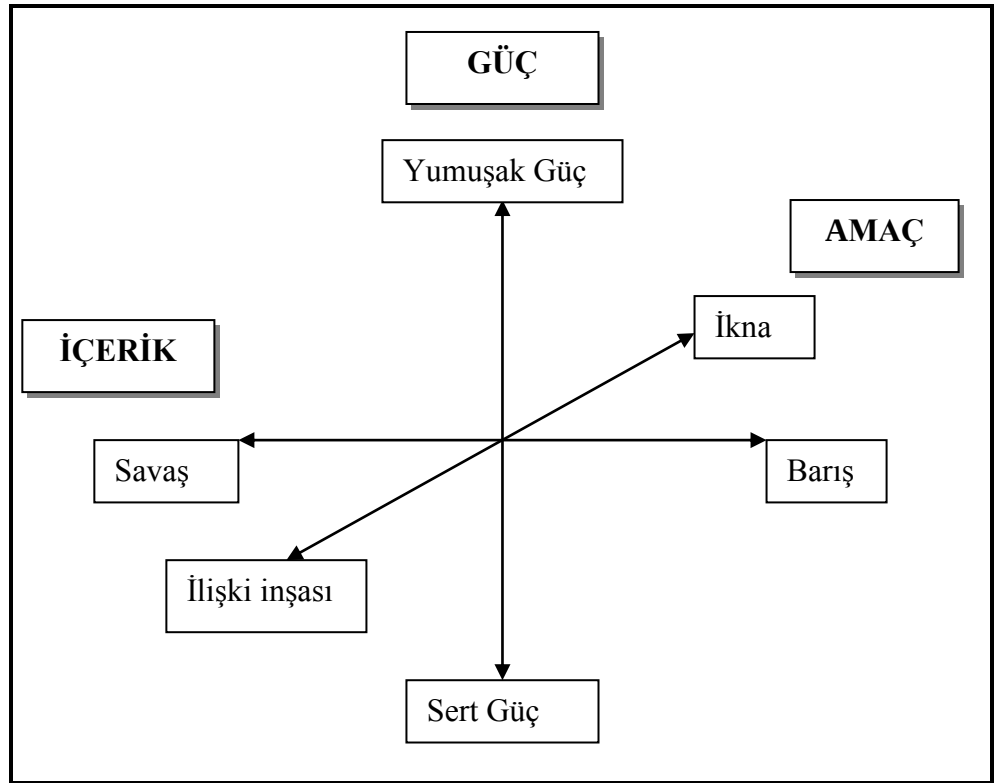
Mark Leonard da yaklaşımlarında diğerlerine benzemekle birlikte biraz daha genelleme yapmaktadır. Leonard’a göre kamu diplomasisi, diğer ülkelerin ve toplumların ihtiyaçlarını anlama, algılamaları değiştirme, ortak noktalar bulma

¹¹Kelley, John Robert: “Between Take-offs and Crash Landings: Situational Aspects of PublicDiplomacy”,Routledge Handbook of Public Diplomacy, Newyork, Taylor&Francis, 2009, p.74’ten şekile aktarılmıştır.

aracılığıyla ilişki inşa etme çabalarıdır. Kamu diplomasisi politik/askeri, ekonomik ve sosyo-kültürel olarak üç farklı eksen üzerine oturmaktadır. Stratejik amaçlara ulaşmak üzere habersel etkinlikler düzenlemek, etkili mesajlar ve algılamalarla gündem yaratmak, değerlerin benimsenmesi için toplumlarla daha uzun ilişkiler kurulması kamu diplomasisinin boyutlarıdır (Kelley, 2009: 74).

Nye, Ross ve Leonard’a ait üç farklı yaklaşımın en temel özelliği *iletişim*, özellikle *stratejik iletişim*dir diyebiliriz. Her üç görüş de mutlaka gruplar, bireyler arasında ilişki kurulması üzerinde fikir birliğine varmaktadırlar.

Szondi de kamu diplomasisinin boyutlarını (Şekil 9), “güç”, “içerik” ve “amaç” çerçevesinde değerlendirmektedir.



Şekil 9: György Szondi'nin kamu diplomasisinin boyutları (Szondi, 2008:9).

Szondi'nin ortaya koyduğu ilk boyut, iletişimin gerçekleştiği durumdur. Savaş ve barış zamanlarında ilişki kaynağı ve hedef ülke arasındaki ilişkiyi içermektedir. İkinci boyut, iknadan (tek yönlü iletişim) ilişki inşa etmeye (iki yönlü iletişim) kadar iletişim amaçlarının seviyelerini içermektedir. Avrupa Birliği'nin içinde bulunduğu birçok ülke ve ülke grupları kamu diplomasisini, diyalogu temel alan, karşılıklı

anlayış geliştirme amacı güden simetrik kamu diplomasisi şeklinde nitelendirmektedir. Ortak anlaşma ortamı sunan simetrik kamu diplomasisinde her bir taraf politikaları etkilemede eşit şansa sahiptir. Üçüncü boyut olan güç ise, sonuçları etkileyebilme kudretidir (Szondi, 2008: 8-9).

2.8.Kamu Diplomasisi Modelleri

Kamu diplomasisini anlama konusunda yapılan literatür çalışmalarında çok az teorik alt yapıyla karşılaşılmaktadır. Rasmussen de araştırmalarında kamu diplomasisine ilişkin çok az sayıda teorik çalışmanın olduğunu altını çizmektedir (2009: 9). Aynı şekilde Gilboa (2008) da kamu diplomasisi konusunda akademik teorik çalışmaların azlığına vurgu yapmaktadır. Uluslararası iletişim, kamu diplomasisi ve medya diplomasisi alanlarında çok sayıda eser veren Gilboa'nın eleştirdiği konuların başında kamu diplomasisine ilişkin çalışmaların yetersizliği gelmektedir. Rasmussen ve Gilboa'nın da dikkat çektikleri üzere, genel literatür taramasında Grunig ve Hunt'ın (1984) veya Signitzer'in (1997) bir halkla ilişkiler teorileri/modelleri sınıflandırması gibi temel bir model ayrımı veya sınıflandırılması ile karşılaşılmak mümkün olamamıştır.

Bu sebeptendir ki literatür çalışmaları süresince taranan kaynaklardan yola çıkılarak gerek bu tezin, gerekse genel olarak kamu diplomasisinin kavramsal ve yapısal boyutunu oluşturabileceği düşünülen bazı modeller burada ele alınacaktır. Yer verilen modellerin özellikle tezin altyapısını oluşturabilecek, hipotezlerini ve araştırmasını destekleyecek modeller olmasına dikkat edilmiştir.

2.8.1. Eytan Gilboa ve Temel Soğuk Savaş - Devlet Dışı Uluslararası -İç Halkla İlişkiler Modeli

Gilboa bilgiyi geliştirmek, yenilemek adına sosyal ve fen bilimlerinde model geliştirmenin gerekli olduğunu, diplomasi ve dış politika modellerinin, kamu diplomasisi için yüzeysel de olsa kaynak oluşturabildiğini fakat çok az akademisyenin kamu diplomasisi için özgün model geliştirdiğine dikkat çekmektedir (2008:59).

Özellikle Gilboa, modelleri ayırmak için 5 farklı değişken kullanmıştır. *Baş aktörler, öncüler, hedefler, medya türü ve araç ve teknikler*. Bu formülle de 3 kamu diplomasisi modeli oluşturmaktadır (Gilboa, 2008:59-60):

1.Temel Soğuk Savaş Modeli

2.Devlet Dışı Uluslararası Model

3.İçHalkla İlişkiler Modeli

1. Temel Soğuk Savaş Modeli: Kamu diplomasisi faaliyetleri, soğuk savaşın ilk yıllarında ortaya çıkmıştır. Nükleer bombaların yıkıcı etkisinin ardından bilgilendirme ve ikna kampanyalarının, iki süper gücün küresel ideolojik ve stratejik savaşlarında aslında daha etkili silah olabileceği açıkça görülmüştür. Böylece bu modelle, ülkeler yabancı toplumlarla ilişkilerinde uzun dönemli başarı elde etmede kamu diplomasisini kullanmaya başlamışlardır. Hedef toplumdaki kamunun düşünceleri, diğer ülkenin olumlu imajı konusunda ikna edilebilirse, bu toplum da kendi hükümeti üzerinde, düşman ve saldırgan politikaların değiştirilmesi konusunda baskı yapabilme gücüne erişir. Fikrin amacı, hedef toplumun halkına kendi ülkesindeki hükümetinin ulusal propagandasına karşı gelmesi için daha dengeli bilgi sağlanmasıydı (Gilboa, 2008: 59-60)

Soğuk savaş yıllarında ABD ve Sovyetler Birliği, kendi rakip ideolojileriyle toplumların tepkilerini yönlendirebilmek için bu dönemde özellikle uluslararası yayıncılığı kullanmışlardır. Zaharna'nın da altını çizdiği gibi, Soğuk Savaş süresince bir enformasyon savaşından bahsetmek mümkündür. Enformasyon savaşı, iki süper güç arasında politik, askeri ve ekonomik mücadeleyle tamamlanmıştır. Soğuk savaş dönemindeki kamu diplomasisi bir üründü; amaç, en iyiyi yaratmak ve yabancı kitleye en fazla bilgiyi dağıtmaktı. Kitlesele iletişim teknolojisi özellikle ABD'ye oldukça hizmet etmiştir. Yayıncılık, hedef gösterilmiş, kontrol edilmiş ve izlenmiştir. Bilginin yayılımı hayati önem taşımaktaydı; en fazla bilgiye sahip olan baskın olabiliyor ve politik görüşmeleri kendi çerçevesine alabiliyordu. Bir hükümetin ikna etme gücü, sahip olduğu bilginin kalitesinden ziyade miktarına dayanmaktaydı. Yani hacim, inanılrlıktan daha önemliydi. Ancak uluslararası aktörlerin değişimiyle birlikte Soğuk Savaş Modeli'nin de revize edilmesi gerekmiştir (Zaharna,2005: 2)

2. Devlet Dışı Uluslararası Model: Uluslararası arenada devlet dışı organizasyonlar (NGO) gibi yeni aktörlerin ortaya çıkması, aktörler arası

dayanışmanın gerekliliği gibi nedenlerle soğuk savaş modelinde revizyona gidilmiştir. Gilboa'ya göre bu model, ulusal sınırların ötesinde çeşitli gruplar, devlet dışı organizasyonlar ve bireylerin kamu diplomasisi aktivitelerini araştırmak üzere oluşturulan bir teorik konsepttir. Bu aktörler, kendi amaçlarına küresel destek yaratabilmek için genellikle küresel haber ağlarını ve medya etkinliklerini kullanırlar. Bu model, kampanyaların anlatılmasına yardımcı olur. Örneğin; dış baskılar aracılığıyla Çin hükümeti, demokratik reformlar yapılması için zorlanmıştır (Gilboa, 2008:60).

İki kutuplu dünya, çok kutuplu hale gelmiştir. Çevre felaketleri, yoksulluk, açlık, hastalıklar, terörizm gibi nedenler ulusların fiziki sınırlarını aşmaktadır. Paylaşılması gereken bu tür sorunlar nedeniyle uluslar daha fazla işbirliğine yönelik tutumlar sergilemektedirler (Zaharna, 2005: 2).

Sorunların, olayların karmaşıklaştığı bir dünyada devlet dışı aktörlerin de sosyal, politik, ekonomik, kültürel faaliyetlerde aktif rol alması kaçınılmazdır. Çoklu sorunların çözümü de çoklu aktörleri gerektirmiştir. Devlet, tek hakimiyetini artık başka aktörlerle paylaşmak durumundadır. Aktörlerin çoğalması kullanılan yöntem ve araçları da çeşitlendirmektedir. Ayrıca aktörler arası ilişkiler, çıkarlar ve sebeplerle de değişkenlik göstermektedir.

3. İç Halkla İlişkiler Modeli: Temel Soğuk Savaş Modeli'nde kamu diplomasisini yönetmek için hükümet radyo istasyonları gibi kendi iletişim araçlarını kullanırken, İç Halkla İlişkiler Modeli'nde hükümetler, hedef ülkedeki amaçlarına ulaşabilmek için halkla ilişkiler şirketleri veya lobicilerle anlaşırırlar. Bu modeli tercih eden hükümetler, doğrudan hükümetlerin desteklediği kamu diplomasisi etkinliklerinden daha inandırıcı ve etkileyici olduğuna inanmaktadırlar. Yerel bir grubun veya hareketin desteğini oluşturmak aynı zamanda hedef ülkedeki gerçekleştirilen kampanyaların geçerliliğini ve kabul edilebilirliğini güçlendirmektedir. Birlikte çalışılan yerel bir halkla ilişkiler firmasının belli politik ve kültürel çizgideki hedeflere ulaşması daha muhtemeldir. Ayrıca hükümetin ilgili kampanyada zayıf yönlerini görüp, tanımlayabilir ve nasıl başa çıkabileceğini daha iyi bilebilir (Gilboa, 2008:60).

Bu model, aynı zamanda stratejik kamu diplomasisi olarak bilinen kamuoyu araştırmalarının ve bilimsel bilginin de kullanıldığı bir modeldir. Bu modele uygun

en bilindik olay 1990-91 Körfez Savaşı'nda yaşanmıştır. Kuveyt Krallığı, Irak'ı Kuveyt'ten atabilmek, Amerikan Kongresi, Amerikan halkı ve medyasının desteğini alabilmek için Hill&Knowlton Halkla İlişkiler şirketini tutmuştur.

Bu üç model de kamu diplomasisi faaliyetlerinin algılanma şekillerini açıklamaktadır. Örneğin; Çin halkını etkilemek için uluslararası yayıncılıktan faydalanan Amerika'nın, bu Temel Soğuk Savaş Modeli kullanımıyla Çin hükümeti, pro-demokrasi gösterilerine şahit olmuştur. Amerika'nın perspektifinden, Çin'deki pro-demokrasi kampanyaları aslında Devlet Dışı Uluslararası Model'e bir örnektir; Çin'deki karşıt bir grup kendi davalarına Batı'nın destek görüşünü alabilmek için küresel iletişimi kullanmıştır. Temel kamu diplomasisi modeli öncelikle otoriter rejimlere karşı kullanılırken, diğer iki model örneğin İç Halkla İlişkiler Modeli daha çok demokratik toplumlarda kullanılmaktadır. Ancak öyle görünmektedir ki, İç Halkla İlişkiler Modeli daha popüler hale gelmiştir. Bu üç modelden her birinin hükümet, medya ve kamuoyu için belirli sonuçları vardır. Modellerin sistematik uygulamaları, bu modellerin geçerli kılınmalarına yardım eder (Gilboa, 2008: 60).

2.8.2. Geoffrey Cowan & Amelia Arsenault ve Monolog-Diyalog-İşbirliği Modeli

Cowan ve Arsenault (2008), kamu diplomasisini uygulama yönünden üç farklı biçimde incelemektedir. Her bir biçim kendi içinde farklılıklara sahiptir. Her biri ayrı ayrı kullanılabildiği gibi birlikte de uygulanabilmektedirler. Uluslararası ortamın durumuna göre kullanım yer ve şekilleri de değişmektedir. Cowan ve Arsenault'un kamu diplomasisi uygulama modeli; “*monolog*”, “*diyalog*” ve “*işbirliği*” olarak sınıflandırılmaktadır.

Özellikle “monolog” (tek yönlü iletişim) ve “diyalog” (iki ya da çok yönlü iletişim), kamu diplomasisinin vazgeçilmez iki aracı iken, akademisyen ve uygulayıcılar üçüncü bir yöntem yani “işbirliği”ni de uzunca zamandır tartışmaktadırlar. Kimi monolog öğeleri kitleleri arkasından götürürken, iyi bir diyalog ortamı ortak anlam yaratma konusunda etkilidir. İşbirliği de güven ve karşılıklı saygı ortamına zemin hazırlamada önemlidir.

Toplumların tavırlarını koymada, kimi kez varlıklarını ispatlamada ya da tek yönlü iletişim araçlarına ihtiyaç duyduğunda monolog araçları etkindir. Ancak fikir

alışverişi, sosyal ilişkilerin gelişimi, farklı inançların, deneyim ve perspektiflerin doğru algılanması için de diyalog ortamının oluşmasının önemi birçok araştırma tarafından desteklenmektedir. İşbirliği ise, hedeflere ulaşmada ortak projeler ve çeşitli girişimlerde bulunmayı öngörmektedir. Her biri kendi içinde ayrı bir araştırma ve çalışma konusu olan kamu diplomasisinin boyutları, her gün her ülke sınırları içinde ya da dışında farklı şekillerde farklı şartlar altında ayrı ayrı ya da birlikte gerçekleşmektedir (Cowan ve Arsenault, 2008: 11-12).

Özellikle söylevler, bildirgeler “*monolog*”a verilecek ilk örneklerdendir. Aristo’dan bu yana retorik ve iletişim konusunda çalışmalar yapan düşünürler, savaş, barış ve uzlaşma durumlarında vatandaşların harekete geçirilmesi konusunda konuşmanın/söylevlerin etki ve kapasitesinin analizini yapmaktadırlar. Eğer bir ulus, başka insanlara kendilerinin dünyada nerede olduklarını anlatmak istiyorsa, en iyi gösterge aracı hükümete ait bir belge ya da söylev olacaktır (Cowan ve Arsenault, 2008: 13). Amerikan Bağımsızlık Bildirgesi ya da benzeri Misak-Milli Kararları bu belgelere verilebilecek örnekler arasında sayılabilir. Bu tarz hükümetSEL araçlar içerik değişimine izin vermeyen yapıya sahiptirler.

Monologların çeşitli türleri bulunmaktadır: Söylevler, başmakaleler, basın bültenleri, film, kitap, şiir, görsel sanatlar gibi kültürel çalışmalar tek yönlü, kapalı içerikli iletişim türleridir. Bu tarz monolog araçları, diyaloglar için temel teşkil ederken, işbirliğine de ön ayak olabilmektedir (Cowan ve Arsenault, 2008: 13).

Günümüz dünyasında monologların, kamu diplomasisi uygulamacılarının ülkelerinin politikalarının, kimliklerinin, değerlerinin aktarılması ve diğer insanların bilinçlendirilmesi, bilgilendirilmesi adına kullanabileceği ya da kullanması gereken önemli savunma araçları olduğunu vurgulayan Cowan ve Arsenault, popüler eğlence ürünlerinin, küresel haber akışının, bilgi dolaşımının ülkelerin ulusal itibarlarının şekillendirilmesinde kritik faktörler olduğunu üzerinde durmaktadırlar (2008: 13-14). Bir savunma aracı olarak da kullanılabilen monologda tek yönlü iletişim dinlemeye, geri bildirim ve kitlelerin eleştirel cevaplarına izin vermez ve mesajlar tek yönlü kaldığı için yapılacak hataların telafisi gerekmektedir. Aksi durum ülke imajlarında sarsıcı etki bırakmaktadır

Bilgiler artık sadece ülkelerin kendi sınırları içinde kalamamaktadır. Herhangi bir gelişmenin uluslararası kitlelere ulaşması an meselesi haline gelmiştir. Bu sebeptendir

ki gerek hükümetler kanadından, gerekse diğer siyasi ve sosyal aktörler tarafından yapılacak açıklama ya da faaliyetlerde uluslararası toplumun göz ardı edilmemesi önemli bir ayrıntıdır.

Monologlar iyi kurgulanması gereken, karmaşık yapılara sahip iletişim yöntemidir. Ülkeler kendi kültürlerini, yaşam tarzlarını, alışkanlık ve değerlerini farklı uluslara aktararak olumlu bir imaj yaratma çalışması içindeyken öte yandan şüpheyle de karşılanmaktadırlar. Burada ülkenin kimliği, dünyadaki gücü, daha önceki faaliyetleri bu şüpheleri destekler durumdadır. ABD, bu yüzyılın bu konuda en fazla eleştirilen gücüdür. Ancak her ülke için hegemonik ve sömürgeci bir yapıdan da söz etmek doğru olmayacaktır. Kamu diplomasisi çerçevesinde Türkiye'nin göstereceği faaliyetler ABD ile benzer imaj yaratmayacaktır

Bir diğer kamu diplomasisi yöntemi olan “*diyalog*” ise fikirlerin ve bilginin değişimini, karşılıklı iletişimi ve çok yönlülüğü ifade etmektedir. Diyalog, ilişkilerin geliştirilmesi anlamının artırılmasına yönelik bir yöntemdir. Bir uzlaşmaya varmak ya da bir tartışmayı kazanmak şart değildir. Burada anahtar; dinlemenin yolunu bulmak, insanların sesinin duyulduğuna inandırmaktır. Farklı toplumlar hakkında bilgi edinmenin ve bu doğrultuda faaliyetler oluşturmanın yolu dinlemeden geçmektedir. Dinleme ve anlama hükümetlerin daha dikkatli politika üretmelerine yardımcı olur (Cowan ve Arsenault, 2008: 16-20).

Diyalogun çok çeşidi ve düzeyi bulunmaktadır. Cowan ve Arsenault, bunları şöyle sıralamaktadırlar: Resmi zirvede, akademik bir konferansta, bir talk show programında, interaktif internet sitelerinde, bir spor, sanat, sinema ya da sanat projesinde fikirler ve bilgiler değişim ortamı yani diyalog ortamı bulabilir. Diyalog, dış politika faaliyet ve kararlarının değişimine öncülük etme iddiasında olmasa bile, dinlemeye istekli olmak, alternatif seslere karşı saygılı olmak çatışmaların azalmasına, tarafların birbirlerini daha kolay tanımalarına imkan sağlayacaktır (2008: 19).

Uluslararası imaj yaratma ve ilişkileri güçlendirme çalışmalarında monolog ve diyalog her ne kadar önemli kamu diplomasisi araçları olsalar da son yıllarda akademisyen ve kamu diplomasisi uygulayıcıları, bir diğer yöntem olan “*işbirliği*”nin üzerinde ayrıca durmaktadırlar. Uzmanlar diğer iki yöntemle kıyaslandığında karşılıklı anlayış yaratma, ilişkilerin iyileştirilmesi ve

kuvvetlendirilmesi konusunda işbirliğinin daha etkin ve başarılı yöntem olduğu konusunda uzlaşmaktadırlar.

Mill'e göre, ortak çıkarlar doğrultusunda bir komşunuz eğer sizinle birlik olmuyor ya da ortaklık kuramıyorsa o zaman o, sizin sadece bir rakibiniz olabilir (Putnam, 2000: 337).

İşbirliği, kamu diplomasisinin farklı ülkelerden farklı ulusların ortak bir çalışmada buluşmasını öngören bir yöntemdir. Ortak problemlerin çözülmesine odaklanmak, benzer vizyonu paylaşmak ya da bir projenin tamamlanması gibi işbirliğinin çeşitli biçimleri bulunmaktadır. Bu projeler; bir oyunun ya da şarkının sözlerinin yazılması şeklinde kısa dönemli olabileceği gibi, doğal bir afetin sonrasında yaraların sarılması, yerlerin yeniden inşası gibi uzun süreli çalışmalar da olabilmektedir (Cowan ve Arsenault, 2008: 21).

Cowan ve Arsenault, bu tarz faaliyetlerin dışında, çatışma çözümü çalışmalarında da ortaklaşa yapılan projelerin kritik rol oynadığının araştırmalar sonucu tespit edildiğini belirtmektedirler (2008:23). Çatışma çözümü çalışmalarında farklı ulusların ortak çalışmalarda bulunmalarının ülkelerin ilişkilerinde gelişme kaydettiği yine araştırma sonuçları arasındadır. Bu durumda hem hükümetler hem de kamu diplomasisi uygulayıcıları işbirliğine daha fazla önem vermek durumundadırlar denebilir.

Takım çalışmaları, şirketlerin ortak hareketliliği, sosyal çevre, çatışmaların önlenmesi, demokrasi inşası gibi faaliyetler kamu diplomasisini besleyen işbirliği örnekleridir. Özellikle sosyal çevre/sosyal sermaye yaratımı gelişmelerin odağına yerleştirilmektedir. Buna örnek olarak Varshney (2003) çok sayıda kültür, din ve dilin bir arada yaşadığı Hindistan'da etnik çatışmalardan daha az söz edildiğini çünkü orada sosyal sermayenin çok güçlü bağ oluşturduğunu belirtmektedir (Cowan ve Arsenault, 2008: 24).

Bu durumda ülkeler içinde farklı dil, din ya da ırklar arasındaki ayrımlar, bireyler ancak ortak kültür ve değerlerle yoğrulduğunda ortadan kalkması mümkündür diyebiliriz. Aynı şekilde farklı uluslarla da birliğin sağlanabilmesi için kültür ve değerlerin paylaşılması, kültür ve kültürel araçların kullanılması işbirliği için anahtar role sahiptir. Ön yargılardan uzaklaşmak, tarafların birbirlerini daha iyi tanımaları ile mümkündür. Ortak çalışmalar da buna zemin hazırlar.

İşbirliği oluşturulması konusunda dünyada başarısızlıkla sonuçlanmış çok sayıda çalışma olduğu gibi, iyi örneklerin sayısı da azımsanamayacak durumdadır. Cowan ve Arsenault buna yerel ögeler, karakterlerle desteklenen ve tüm dünyada büyük başarı elde eden Susam Sokağı'nı örnek vermektedirler. Karşılıklı saygı ve anlayışının yaratılması konusunda bir diğer örnek de İsraili orkestra şefi Daniel Barenboim ve Filistinli yazar Edward Said tarafından kurulan Doğu Batı Divan Orkestrası'nın işbirliğidir. 13- 25 yaş arası Musevi ve Müslüman gençlerden oluşan orkestra dünya turları düzenleyerek çok sayıda konser vermiştir (2008: 25).

Bunun benzeri örnek olarak da Türkiye ve Yunanistan arasında gerçekleşen etkinlikler verilebilir. Türk-Yunan dostluğunun pekiştirilmesi, toplumlar arası kardeşliğin gösterilmesi adına 1990'lı yıllarda Zülfü Livaneli, George Dalaras, Mikis Theodorakis gibi Yunanlı sanatçılarla bir dizi konserler gerçekleştirmiştir.

Spor da benzer bir güce sahiptir. 2002'deki Amerikan Açık ve Wimbledon Tenis Turnuvaları'nda Pakistanlı (Asisam-Ul-Haq Qureshi) ve İsraili (Amir Hadad) iki tenisçinin tüm eleştirilere karşın ikili oynamaları dünyada yankı uyandırmıştır. Aynı şekilde 2007'de Irak'ta çatışmalar sürerken 2007 Asya Kupası'nda Irak milli takımının zaferi takımda oynayan Şii, Sünni, Kürt, Yezidi oyuncuların takım çalışması ile olmuştur. Bunun benzeri ulus ötesi işbirliklerine sayısız örnek vermek mümkündür (Cowan ve Arsenault, 2008: 25).

İşbirliği gerektiren bu tarz çalışmalar dinsel, ırksal ve etnik ayrımcılığın en aza indirilmesi konusunda elbette ki etkilidir. Devletler arasında yaşanan sorunlar ulusların da birbirlerinden uzaklaşmalarına neden olmaktadır. Ancak bugün internet ve diğer iletişim teknolojileri, farklı uluslara monolog ve diyalog dışında işbirliği imkanını daha kolay sunmaktadır. Kamu diplomasisi de yeni teknolojileri kullanarak online evrende daha fazla işbirliği kurma gücüne sahiptir. Monolog, diyalog ve işbirliği günümüzün ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel dünyasında doğru şekillendirildiği takdirde gerek online gerekse offline ortamda kamu diplomasisinin düzgün işlemesine olanak sağlayacaktır.

İşbirliği, online ya da offline ortamda “sivil diyalogun” geliştirilmesi ve güçlendirilmesi ile mümkündür. Kamunun gücünün yükseldiği bu dönemde “sivil diplomasi” kavramından daha sıkça bahsedilmektedir. Ünal Erzen'in de (2012:122) belirttiği üzere, tavandan tabana iletişimin sağlandığı, savunuculuk ve baskının ağır

bastığı uluslararası ilişkiler yöntemleri yerine günümüz bilişim ve teknoloji çağının şartlarının zorlaması ile kamu diplomasisinin tabandan tavana sağladığı çift yönlü iletişimin ve kamuoyu ihtiyaçlarını temel alan pragmatik anlayışının uygulanmasını gerektirmektedir.

“Toplumlar arası güçlü bağların oluşturulması ve geliştirilmesi için gereken diyalogu sağlayacak olan dinamikleri ise uluslararası sivil toplum kuruluşları oluşturmaktadır. Sivil toplum kuruluşları belirli konular veya sorunlar etrafında toplanan kişilerin birleşerek oluşturdukları, kar amacı gütmeyen organizasyonlardır ve bu organizasyonlar toplumun önemli dinamiklerini oluşturmaktadırlar. Klasik lobicilik yöntemlerince, baskı mekanizması olarak kullanılan sivil toplum kuruluşları, kamu diplomasisine göre ülkeler arasında kültürel diyalogu sağlayan bir köprü vazifesi görmektedir. Enerji, çevre kirliliği, insan hakları ve cinsiyet eşitliği gibi tek bir ulusa mal olamayacak büyüklükteki ortak sorunlar ise çoğunlukla uluslararası işbirliklerini gerektirmektedir. Bu sebeple özellikle bu yüzyılda sivil toplum kuruluşları arasında işbirliği artmış ve uluslararası alanda söz konusu diyalogun geliştirilmesi için programlar oluşturulmuştur. Bir anlamda, demokratikleşmenin gereği olarak, farklı kültürlerden ve milletlerden gelen, farklı siyasi görüşlere sahip kişilerin düşüncelerini, ortak tavırlarını belirtebilecekleri küresel sivil toplum örgütlerinin geliştirilmesi zorunluluk haline gelmiştir” (Ünal Erzen, 2012: 127).

Sivil diyalogun geliştirilmesi kapsamında “vatandaş diplomasisi (citizen diplomacy) kavramından da söz etmek mümkündür. Mueller, ülkelerin dış ilişkilerinde vatandaşların da belli sorumlulukları olduğunu belirtir. Mueller vatandaş diplomasisini genel olarak, eğitimsel ya da kültürel gibi çeşitli değişim programlarına katılan kimselerin gerçekleştirdiği resmi olmayan büyükelçilik olarak tanımlamaktadır. Bu kişiler insandan insana boyutunda ilişkiler kurarlar. İnsanların bağlantılarından oluşan bu ağ sistemi resmi diyalog ve uzlaşma ortamı oluşumuna hizmet eder. Aslında her bir vatandaş, kendisini ülkesi adına birer diplomat olarak kabul etmelidir. Üniversite amfisinde yabancı bir öğrencinin yanında oturan bir öğrenci, yurtdışında yarışan bir atlet, meslektaşını ülkesinde kabul eden bir siyaset adamı, yabancı ülkede konser veren bir şarkıcı veya denizaşırı ülkelerle iş anlaşma ve görüşmeleri yapan işadamları vb. her biri birer vatandaş diplomatlardır (Mueller, 2009: 102-106),

Bireysel ya da sivil toplum örgütleri aracılığıyla organizasyonel boyutta ele alınan işbirliği ve uzlaşma, ülkeler arası dostluk bağlarının güçlendirilmesi, barış

ortamının yaratılması ve sürdürülmesi adına hükümet politikalarının en büyük destekçisidir. Ancak hükümetlerin ters düşen çıkar ve kararları ne yazık ki uzun süreçlerde kurulan bu bağların çok kısa zamanda kopmasına neden olabilmektedir.

2.8.3. John Robert Kelley, Savunma ve Danışma Modeli

Enformasyon iletişim teknolojileri birey vatandaşları daha fazla diplomat benzeri güce kavuşturduğunu bu sebeple halk ve diplomatlar arasındaki mesafenin gittikçe daraldığını söyleyen Kelley, kamu diplomasisini üç farklı yaklaşım şeklinde incelemektedir (Kelley, 2009: 73):

1. *Enformasyon*: Kısa süreli etkinlikler, krizlerde enformasyon yönetimi ve dağıtımı
2. *Etkileme*: Hedef toplumun tutum ve davranışlarını değiştirmeye yönelik uzun süreli ikna kampanyaları
3. *Katılım*: İlişki inşası; gruplar, organizasyonlar, uluslar arasında uzun süreli güven yaratma ve karşılıklı anlayış zemini oluşturma.

Kelley, özellikle etkileme odaklı faaliyetlerin, kimi zaman propagandacı iletişime başvurduğunu belirtirken, etkinlikler, dış politika ve kamu diplomasisi arasındaki ilişkiye en tipik örnek olarak ABD'nin Sovyetler Birliği'ne karşı gösterdiği çalışmaları vermektedir. Uzun süreli girişimlerin birçok ulus ve kurumda kamu diplomasisine temel sağladığını vurgulayan Kelley, bu tarz çalışmalarda sanat, bilim, kültür, eğitim alanındaki değişim programlarının önemli yer tuttuğunu söylemektedir. Kelley, ABD ve Sovyetler Birliği arasında neredeyse tüm Soğuk Savaş boyunca devam eden kültürel değişim programları, üst düzey yabancı bilim adamları için çok önemli fırsatlar sunan 'Britanya Rhodes Scholarship' ve 'Japonya Exchange and Teaching' programlarını uzun süreli çalışmalar örnek vermektedir (Kelley, 2009: 77).

Kelley, enformasyon, etkileme ve katılımı yaklaşımlarını ayrıca iletişim biçimi, zaman boyutu ve durum yönelimi açısından ele alarak tablolandırmakta ve aralarındaki sistematik ilişkiyi göstermektedir.

	Savunma Modeli		Danışma Modeli
	Enformasyon	Etkileme	Katılım
İletişim Biçimi	Şeffaf	Propagandacı	Şeffaf
Zaman Boyutu	Uzun dönemli/ Kısa dönemli	Uzun dönemli / Kısa dönemli	Uzun dönemli
Durum Yönelimi	Reaktif/Proaktif	Proaktif	Reaktif/Proaktif

Tablo 7: “Savunma ve Danışma Modeli” (Kelley, 2009: 80).

Tablo 7’den görüldüğü gibi enformasyon, etkileme, katılım ve iletişim, zaman boyutu, durum yönelimi kamu diplomasisi uygulamalarına hakim olan “Savunma” ve “Danışma” modelleri altında birleşmektedir. Bu tabloya göre şeffaf iletişim, iletişim yaklaşımında baskın bir roledir. İletişime dayalı kamu diplomasisi, hedef kitlelere ulaşma sürecinde değiştirilmemiş içeriğiyle gerçeklere dayanan bir kavramdır. Propaganda, dezenformasyon ve manüpilasyona alternatif olarak şeffaf iletişimin güvenilirliği yüksektir. Bu biçimin taraftarları propagandadan nefret ederler ve özgür basın ve adil medya kanalları aracılığıyla güvenilir projeler yapmayı tercih ederler (Kelley, 2009: 80).

Enformasyon yaklaşımı hem kısa hem de uzun dönemde kullanılabildiği gibi reaktif veya proaktif durumlarda da geçerlidir. Enformasyon yaklaşımı, uzun kampanya uygulamalarında çoğunlukla proaktif bir duruş sergiler fakat yeri geldiğinde örneğin bir kriz durumunda reaktif duruş da göstermektedir. Bir kriz durumunda halkın güvenini korumak için reaktif kamu diplomasisi taktikleri (medya ve yerel politikacıların teması, durumun halka doğrudan ve hızlı şekilde aktarılması gibi) kullanılabilir. Reaktif kamu diplomasisinin temel aracı, ‘zarar kontrolü’dür. Kamuoyunun krizin neden olduğu durumdan etkilenmesini minimum tutmaktır (Kelley, 2009: 80).

Öte yandan etkileme yaklaşımında iletişim biçimi propagandacı bir role bürünmektedir. Propagandanın agresif yapısı hedef kitleyi belli bir fikre doğru ikna etme, gerçekleri manüpile etme ve saptırma üzerinedir. Bu yaklaşım da hem kısa hem de uzun dönem içinde gerçekleşir. Etkileme çerçevesinde, özellikle sabit tutumların ve güçlü inançların değiştirilmesi amacıyla kurgulanmış kampanyalarda çoğunlukla proaktif bir yaklaşım sergilenmektedir (Kelley, 2009: 81).

Katılım yaklaşımı çerçevesinde güven inşasında şeffaf iletişim tercih edilmektedir. Çoklu paydaşlar ve onları cezbeden ortak kazanımlar içeren bu yaklaşım gittikçe sayıları artan kamu diplomasisi çalışmalarının ve uzmanlarının odak noktası olmaktadır. Özellikle Fiztpark'ın 'ilişkisel kamu diplomasisi' modelinde tipik bir örneğine rastlamak mümkün. İlişki yönetiminin adaptasyonu halkla ilişkiler çalışmalarıyla benzerlik göstermektedir. Kamu diplomatları ve toplumun liderleri arasında rekabet yerine işbirliğine vurgu yapan ve iki toplum arasında güven inşasında uzun süreli ilişkiyi ve açık iletişimi öngören halkla ilişkiler çalışmalarıyla ilişki yönetimi benzerlik göstermektedir (Kelley, 2009: 81).

Kelley, kamu diplomasisi çalışmalarında; rekabetçi görünümünden çok işbirlikçi, propagandacıdan ziyade şeffaf iletişim biçimini, kısa dönemli taktikler yerine uzun dönemli yaklaşımlara dönük çabaları önermektedir.

2.8.4. Rohanda S. Zaharna, Enformasyon ve İlişkisel İletişim Modeli

İletişimin dinamiklerini, politika ve uluslararası toplum arasındaki ilişki boyutunu inceleyen Rohanda Zaharna, kamu diplomasisi girişimlerini 2 farklı iletişim perspektifi olarak ele almaktadır. İlk yaklaşım iletişimi, ikna ve denetleme amaçlı bilginin aktarım süreci olarak değerlendirirken, diğer yaklaşım uyumun ve ilişki inşasının sosyal süreci olarak görmektedir.

Kamu diplomasisini iletişim odaklı iki çerçevede inceleyen Zaharna'nın ilk modeli olan *Enformasyon Modeli*; politik amaçlar geliştirmek üzere mesajların dizaynı ve yayılımına odaklanırken, *İlişkisel Model*; politik amaçların geliştirilmesi için ilişki inşası ve sosyal yapının kurulumuna odaklanmaktadır (2009: 86).

Zaharna'nın Enformasyon ve İlişkisel Modeli farklı iletişim teori ve çalışmalarından beslenmektedir. Zaharna'nın modelinin temellerinden birini; kültürlerarası iletişimi yüksek-bağlamlı ve düşük-bağlamlı konsept çerçevesinde değerlendiren Edward Hall(1976) oluştururken diğerini uluslararası kültürü çeşitli boyutlarla inceleyen Geertz Hofstede'nin (1980) çalışmaları oluşturmaktadır. Bu yaklaşımlar özellikle farklı kültürlerdeki sosyal davranışların ortaya konmasında önemli birer çalışmadır. Benzer şekilde Harold Innis (1951) ve James Carey'in

(1992) mesajın aktarımına ilişkin kuramlarının da Zaharna'nın Enformasyon ve İlişkisel Model'ine ışık tuttuğu görülmektedir.

Enformasyonel Çerçeve	İlişkisel Çerçeve		
	1. Düzey İlişki İnşa Etme Uygulamaları	2. Düzey İlişki İnşa Etme Uygulamaları	3. Düzey İlişki İnşa Etme Uygulamaları
Propaganda	Kültürel ve Eğitimsel Değişim Programları	Kültür ve Dil Enstitüleri	Politik Ağlar Oluşturma ve Koalisyon İnşa Etme
Ulus Markalama	Lider Ziyaretleri	Kalkınma Yardım Projeleri	
Medya İlişkileri		Kardeş Şehir/Ülke Anlaşmaları	
Uluslararası Yayıncılık		İlişki İnşa Etme Kampanyaları	
Bilgilendirme Kampanyaları		Politik Olmayan Ağ Toplulukları	

Tablo 8: “Enformasyon ve İlişkisel İletişim Modeli Uygulamaları”¹²(Zaharna, 2009: 86-96).

Enformasyon Modeli: İkna ve denetim amaçlı bilginin aktarım sürecidir. Bu modelin en başat özelliği, bilginin tasarımı ve yayılımının merkezi rol oynamasıdır. Politikaların yayılımı, imaj geliştirme, politik konuların ilerletilmesi veya bireysel politik sponsorun amaçlarına ulaşması için halkın katılımının sağlanması konularında enformasyon toplanılır ve kullanılır. Enformasyonun temel rolü mesaj stratejilerine bağlıdır. Bu yaklaşımın ilk kritik sorusu, “Mesajımız nedir ve bu mesajları nasıl dışarıya ulaştırırız?” Çünkü enformasyonun içeriğini oluşturan mesajlar, iletişimin ağırlığını taşıdığı gibi, istenen etkiyi yaratması enformasyon seçimine, yapılandırmasına ve sunumuna da bağlıdır (Zaharna, 2009: 88).

Uzman kişilerin ellerinde doğru zamanda doğru kodlanan mesajlar, alıcı kitlelerin algı filtrelerinden rahatça geçme özelliğine sahip olacağı için hedef kitlenin istenilen ölçüde etkilenmesi, tutum ve davranışlarında değişimin gerçekleşmesi mümkün olabilecektir.

¹²Kaynak: Rohanda Zaharna'nın “Mapping Out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives: Information and Relational Communication Frameworks” (Routledge Handbook of Public Diplomacy, Newyork, Taylor&Francis, 2009, s.86-97) adlı makale içeriğinden tablolastırılmıştır.

Enformasyon modelinin ikinci önemli özelliği kontroldür. Mesajın kontrolü, denetlenmesi bu yaklaşım için hayati önem taşımaktadır. Mesaj öncelikle dikkatlice tasarlandıktan sonra çeşitli iletişim platformlarında politik sponsor kurum ya da kişi tarafından devamlılık, etkililik konusunda kontrol edilir. Sponsor tek taraflı olarak amaç, mesaj, zaman boyutu, kanallar konusunda karar alabilir, planlama, uygulama ve değerlendirme yapabilir (Zaharna, 2009: 88).

Bu modele ilişkin üçüncü önemli özellik ise; politik sponsor ve toplum arasında sınırlı ve kısıtlı etkileşimdir. Hedef kitle pasiftir ve girişimin planlama veya uygulamasında hiçbir rolü yoktur. Enformasyon üretimi tek yönlü gerçekleşmektedir. Hedef kitle geri bildirimde bulunsa bile sponsor bu geri bildirimi dikkate almayabilir (Zaharna, 2009: 88). Bu şekliyle halkla ilişkilerin tek yönlü ve dengesiz iletişimi baz alan, hedef kitleyi daha iyi yönlendirmek adına hedef kitleyi analiz eden asimetrik halkla ilişkiler modeli ile benzerlik göstermektedir.

Enformasyon girişimleri, daha çok bilginin genişşekilde yayılımı için başta kişilerarası iletişim olmak üzere dergi, broşür, gazete, film, sinema, televizyon, radyo, web siteleri, e-mailler, RSS, sosyal medya, uluslararası yayıncılık gibi tüm iletişim kanallarını kullanmaktadır. Örneğin; Amerika'nın Arapça televizyonu Al-Hurra, Rusya'nın İngilizce istasyonu Russia Today, İran'ın İngilizce kanalı Press TV çeşitli halklara sunulan bilginin denetlenmesi amacıyla kurulmuştur (Zaharna, 2009: 89).

Güvenilirlik, Enformasyon modeli için önemli bir unsurdur. Günümüzün rekabetçi bilgi ortamında, tüm politik yapılar hedef kitlelerin dikkatini çekme, mesajlarını kitlelere kabullendirme durumunda güvenilirlik ve iknaya öncelik vermek zorundadırlar. Önceleri ikna, bilginin manipülasyonuna bağlıydı. Ancak bilgi kaynaklarının çoğalmasıyla, bilginin manipülasyonu fark edilir hale geldi ve açığa çıktı. Bugün ikna, insanlarda güven oluşturulması, değerli bilgiyle donatılması, güven ve samimiyetinin kazanılmasına bağlı hale gelmiştir. Güven inşasında başarısızlık, enformasyon modelinin etkililiğini zayıflatabilir. Nye'in dile getirdiği üzere, “geleceğin iletişim savaşları bir ‘güvenilirlik mücadelesi’ olacaktır” (Zaharna, 2009: 89).

Propagandanın yerini alan güven odaklı iletişim çalışmaları, ülkelerin ulus markalama çalışmalarında stratejik mesaj tasarımı ve yayılımı, medya ile sürdürülen

bilgi üretimi, dağıtımı ve bilgilendirme kampanyaları, bu dağıtımda her türlü uluslararası yayıncılığın aktif rolü kamu diplomasisinin enformasyonel çerçevesini çizmektedir.

İlişkisel Model: İlişkisel model de köklerini iletişimden almaktadır. Kamu diplomasisi bu modelde ilişki inşasına ve ilişkilerin kimliğinin tespitine odaklanmaktadır. İlişki inşası sadece bir ulusun imaj çalışmaları değildir aynı zamanda daha iyi bir uluslararası ortamın yaratılması için katkıda bulunmaktadır. İlişkisel model, halkların ortak ilgi alanlarını bulup sonra da onları çeşitli kişilerarası iletişim yöntemleriyle bağlama şeklidir (Zaharna, 2009: 91).

Zaharna'nın vurguladığı üzere, İlişkisel modelin en belirgin özelliği, ilişki inşa stratejilerinin belirlerken mesaj stratejilerinin önemsememesidir. İlişkisel model, mesajlar yerine genelde özel olaylar, sembolik ifadeler etrafında şekillenmektedir. Örneğin Japonya çeşitli ülkelerde "Friendship Bridges" çalışmaları yapmaktadır. Kontrolden ziyade koordinasyonun önemli olduğu İlişkisel modelde güçlü ilişkiler kurmanın yolunun ortaklık, karşılıklık, bağlılık ve güven temeline dayandığının altı çizilmektedir.

Bu yaklaşımın bir diğer önemli özelliği ise, politik sponsor ve halk arasında etkileşimli ilişkidir. Burada halk aktif katılımcı ve sosyal paydaş rolündedir. Kamu diplomasisinin üründen çok bir süreç olduğu bu yaklaşımda; bağlantılar oluşturulur, etkinlikler koordine edilir, özellikle etkileşimli iletişim kanalları oluşturulup geliştirilmesine önem verilir. Bu süreçte güçlü bir ulusal ve/veya yerel medya ilişkisi yaratılması ilişki stratejileri geliştirmenin bir parçasıdır. Bu yaklaşım aynı zamanda devamlılığa ve sürdürülebilirliğe de odaklanmaktadır. İlişkilerin etkinliğinin ölçülebilmesi için devamlılık arzetmesi önemlidir. (Zaharna, 2009: 92).

Zaharna ilişkisel modeli oluşturan uygulamaları düzeylerine göre ayırmıştır (bakınız Tablo 8). Birinci düzey çalışmalara kültürel-egitimsel değişim programları ve lider ziyaretlerini koyan Zaharna bunları en basit, daha çok bireysel boyutta kalan girişimler olarak değerlendirmektedir. Kültür ve dil enstitüleri, kalkınma yardım projeleri, kardeş şehir/ülke anlaşmaları, ilişki inşa etme kampanyaları ve politik olmayan ağ toplulukları olarak sıraladığı ikinci düzey uygulamaları da halk katılımı, zaman boyutu, ortaklık koordinasyonu ve kamu diplomasisi yeterliliklerine göre sınıflandırmaktadır. İkinci düzey girişimler, bireysel girişimlerden ziyade grupsal,

örgütsel ya da kurumsal katılımların olabileceği, süre kısıtlaması olmayan, sadece programa katılımın önemli olmadığı aynı zamanda değerli kültürel bilgi aktarımlarının gerçekleşebileceği girişimlerdir.

Zaharna ilişkisel yaklaşımın üçüncü düzeyine ise politik ağlar oluşturma stratejileri ve koalisyon inşasını yerleştirmektedir. Bu ilişki boyutu, diğer ülkeler ve devlet dışı aktörlerle ilişkiyi içermektedir. Üçüncü düzey, en yoğun diplomatik iletişim becerileri gerektiren alan olmakla birlikte, savunuculuk, müzakere ve arabuluculuk becerileri de gerektirmektedir (2009: 96).

2.8.5. Nicholas J. Cull'un Kamu Diplomasisi Sınıflandırması

Kamu diplomasisi disiplinler arası bir çalışma olması nedeniyle, gerek faaliyet şekli gerekse kapsamıyla farklı boyutlarda kendini göstermektedir. Kamu diplomasisi modelleri, kaynakları, araçları ya da yöntemleri şeklinde de ifade edilebilen kavramlar Nicholas Cull'da kamu diplomasisinin sınıflandırılması şeklinde yer bulmaktadır.

Cull, kamu diplomasisi uygulama modellerini; *Dinleme, Savunma, Kültürel Diplomasi, Değişim Programları Diplomasisi ve Uluslararası Yayıncılık* şeklinde 5 temel başlık altında toplamaktadır (2008: 32).

Dinleme: Dinleme, uluslararası çevrede toplumlar hakkında bilgi ve düşüncelerin toplanması ve bu bilgilerle yeni politikalar oluşturulması açısından önemlidir. Dinleme her bir kamu diplomasisi uygulamasının temel ögesidir. Temel şekilde dinleme, uluslararası bir aktörün yabancı kitlelerle konuşmaktan ziyade onları dinleyerek kavramasını içermektedir (Cull, 2008:32).

Savunma: Belli bir politikayı, fikri yayabilmek adına uluslararası iletişim faaliyetlerini kullanarak uluslararası çevreyi yönetme girişimidir. Bugün bu, elçiliklerin basınla ilişkilerini, bilgilendirme görevlerini ve dışişleri strateji bürosu aracılığıyla gerçekleşen faaliyetleri de içermektedir (Cull, 2008:32).

Kültürel Diplomasi: Kültürel kaynakların dünyaca bilinen başarılarını ve kültürel aktarımlarını kullanma suretiyle uluslararası çevreyi yönetmeye çalışan bir aktördür. Kültürel diplomasi, bir ülkenin kendi kültürünü dışarıya ihraç etmeye yönelik politikalarını ifade etmektedir. Antik örneklerini; İskenderiye'de kütüphane kuran Yunan Uygarlığı veya dost ülke krallarının oğullarını Roma'ya eğitime çağıran

Roma İmparatorluğu'nda görmek mümkündür. Bugün de bu görevler British Council veya İtalyan Kültür Enstitüsü vb kurumlar aracılığıyla gerçekleşmektedir (Cull, 2008:33).

Değişim Programları Diplomasisi: Ülke vatandaşlarının eğitim ve/veya kültürel amaçlarla başka ülkelere gönderilmesi, aynı sebeplerle diğer ülkelerden insanların da o ülkeye gelmelerini içeren bir kamu diplomasisi biçimidir. Bu programlar karşılıklı olarak eğitim, bilgi, tecrübe, kültür ve bilginin alışverişini ifade etmektedir. Değişim programları genelde kültürel araçlarla gerçekleştirilirken, aynı zamanda belli politikalar doğrultusunda askeri güçlerin ve bilginin artırılması amaçlı da olabilmektedir. En iyi örnek; dünyada çok yaygın biçimde bilinen ve büyük yatırımlar yapılan Amerikan Fullbright Bursları'dır (Cull, 2008:33).

Uluslararası Yayıncılık: Radyo, televizyon, internet gibi teknolojiler aracılığıyla yabancı halkları etki altına almaya çalışan kamu diplomasisi türüdür. Uluslararası yayıncılık diğer tüm kamu diplomasisi yöntemleri ile örtüşmektedir. Özellikle haberler, uluslararası yayıncılıkta etkileme anlamında en sık kullanılan araçlardır. Gelişen teknoloji ile ülkelerin hükümetler veya sivil bazda bilgi alışverişinde bulunması, kamu diplomasisi alanında yapılan çalışmaların tüm dünyaya anında iletilmesi uluslararası alanda faaliyet gösteren medya organları aracılığıyla gerçekleşmektedir. BBC bu konuda yoğun çalışmalar yapan ilk örnektir. Günümüzde CNN, El-Cezire, Skynews, Euronews vb gibi organların sayısı ve etkileme alanı da genişlemiştir (Cull, 2008:34).

Gilboa'nında belirttiği üzere, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler iki temel yeniliği yaratmıştır: İnternet ve küresel haber networkleri. Uluslararası yayıncılığın kökü olan bu iki teknolojik gelişme, tüm dünya olaylarında merkezi bilgi kaynağı haline gelmiştir (Gilboa, 2008: 56)

Kamu diplomasisinin tüm bu alt alanları, yabancı halkların etkilenmesi şeklinde ortak bir amacı paylaşmaktadır. Kamu diplomasisini beş başlık altında inceleyen Cull, bu sınıflandırmayı aşağıdaki (Tablo 9) gibi tablolastırmaktadır:

Kamu Diplomasinin Temel Sınıflandırması		
<i>Kamu Diplomasisi Türü</i>	<i>Örnek Faaliyetler</i>	<i>Bu Kamu Diplomasisini Belirgin Şekilde Kullanan Ülkeler</i>
Dinleme	Hedeflenmiş anketler	İsviçre
Savunma	Elçilik basın ilişkileri	ABD
Kültürel Diplomasi	Devlet fonlu uluslararası sanat turu	Fransa
Değişim Programları Diplomasisi	Çift yönlü akademik değişim programları	Japonya
Uluslararası Yayıncılık	Yabancı dilde kısa dalga radyo yayıncılığı	Britanya

Tablo 9: Kamu diplomasinin temel sınıflandırması (Cull, 2008:35).

Yukarıda Cull'ın sıraladığı kamu diplomasisi alanları yabancı halkları etkileme ortak amacını paylaşıırken, bunlar aynı zamanda dört önemli hususa ayrılmaktadır; zaman çerçevesi, bilginin akış yönü, altyapı türü ve güvenilirlik kaynağı. Bu beş özelliği aşağıdaki gibi bir tabloda (Tablo 10) göstermek mümkündür:

Kamu Diplomasinin Temel Sınıflandırmasının Zaman/ Bilgi Akışı/Altyapı/Güvenilirlik Tablosu				
<i>Kamu Diplomasisi Türü</i>	<i>Zaman</i>	<i>Bilgi akışı</i>	<i>Altyapı Türü</i>	<i>Güvenilirlik Kaynağı</i>
Dinleme	Kısa ve uzun süreli	Politika yapıcı ve analistlere doğru-içeri	Teknoloji ve dil bilen personel denetimi	Kullanılan metodların geçerliliği
Savunma	Kısa süreli	Dışarıya doğru	Büyükelçilik basın bürosu, dışişleri strateji ofisi	Hükümete yakınlık
Kültürel Diplomasi	Uzun süreli	Dışarıya doğru	Kültür merkezi veya kütüphane	Kültürel otoritelere yakınlık
Değişim Programları	Çok uzun süreli	İçeriye ve dışarıya doğru	Değişim danışmanları/ eğitim birimleri	Karşılıklılık algısı
Uluslararası Yayıncılık	Orta düzeyde	Bir haber ajansından dışarıya doğru	Haber büroları, prodüksiyon stüdyoları, yazışları büroları	İyi gazetecilik örneği

Tablo 10: Kamu diplomasinin temel sınıflandırmasının zaman, bilgi akışı, alt yapı ve güvenilirlik kaynağı olarak gösterimi¹³ (Cull, 2008:35).

¹³Cull, Nicholas J.: "Public Diplomacy: Taxonomies and Histories", The Annals of American Academy of Political and Social Science, Vol. 616, No.10, 2008. adlı makalesindeki Tablo2 ve Tablo3 birleştirilerek tablolastırılmıştır.

Her bir kamu diplomasisi türü farklı zaman boyutlarında etkilerini gösterirken (Tablo 10), bilginin akışı dinlemede içeriye, değişim programlarında hem içeriye hem dışarıya, diğerlerinde ise dışarıya doğru gerçekleşmektedir. Cull'ın kamu diplomasisi sınıflandırmasında her birinin üretim kaynağı farklı yapılarda oluşurken, Cull ortak amaca ulaşmak için bunların güvenilir kaynaklara dayanması gerektiğinin altını çizmektedir (2008: 34-35).

Tüm iletişim şekillerinde olduğu gibi kamu diplomasisinin bu her bir biçiminin ortak noktaları olduğu gibi tamamen ayrıldığı faaliyetleri de mevcuttur. Ancak tüm iletişim ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin başarıya ulaşması ve etkililiği özellikle güvenilirliğe ve istikrara dayanmaktadır.

2.8.6. Hansgert Peisert ve Kültürel İletişim Modeli

Kamu diplomasisine kültürel iletişim açısından yaklaşan Alman yazar Peisert (1978) ABD, İtalya, İngiltere ve Fransa'da yaptığı kültürel iletişim çalışmalarından yola çıkarak bir hedefler matrisi (Tablo 11) geliştirmiştir. Peisert'in modelindeki birinci hedef, *kültürün yurtdışına tek yönlü transferidir*. Burada her iki tarafa eşit haklar tanınmaz bu sebeple yapısı dengesizdir. Tüm iletişimsel aktiviteler, stratejiler dış politikayla bağlantılı merkezi bir kurum tarafından çizilir ve yürütülür. Her şey ikna üzerine kuruludur. Bilgin değiş-tokuşunun önemli olmadığı bu yaklaşımda dil ise iknanın temel aracıdır (Signitzer ve Wamser, 2009: 398).

Peisert'in ikinci yaklaşımı *kendini tanımlamada* ise, bir ülkenin bilinçli olarak spesifik bir resminin çizilmesi amaçlanır. Yine dış politika bağlantılı bir kurum bu resmin görünürlüğüne dair tüm faaliyetleri merkezi olarak planlar ve koordine eder. Bu kurumlara tipik örnek olarak güçlü ulusal profile sahip kültür enstitüleri ve çalışanları verilebilir. *İmaj reklamı* yaklaşımında ise tanıtımı yapılacak ülke için yurtdışında anlayış ve sempati yaratılması süreci tanımlanmaktadır. Bu yaklaşımda diğer ülkelerin kültürel ve bilimsel kurum ve örgütleriyle daha yakın ilişki kurabilmek için dış politika bağlantısı biraz azaltılmıştır. Dil kursları buna iyi örnektir.

Faaliyetteki ülke	diğer ülkelerin kültür ve kültürel sorunlarıyla ilgileniyor mu?	diğer ülkelerin kültür ve kültürel sorunlarıyla ilgilenmiyor mu?
diğer ülkedeki kültürel değişimlerin amacı	DEĞİŞ-TOKUŞ VE İŞBİRLİĞİ	KÜLTÜRÜN YURTDIŞINA TEK YÖNLÜ TRANSFERİ
diğer ülkedeki kültürel statükonun kabulü	İMAJ REKLAMI ¹⁴	KENDİNİ TANIMLAMA

Tablo 11: Peisert’in Kültürel İletişimin Hedefler Matrisi (Signitzer ve Wamser, 2009: 399).

Peisert’in en fazla dikkat gerektiren zor modeli ise değiş-tokuş ve işbirliği modelidir. Her iki taraf da eşit haklara sahiptir, bilimsel, sosyal ve kültürel problemleri çözebilmek için ortak çaba gösterirler. Temel amaç, uluslararası ile değiştirmektir. Burada ulusal değil de kendi merkezli kurumlar faaliyet gösterirler. Uluslararası akademik ve ziyaret programları, ortak araştırma projeleri gibi değiş-tokuş ve işbirliği gerektiren çalışmalar gerçekleştirilir (Signitzer ve Wamser, 2009: 399).

Peisert’in Matrisi, farklı iletişim faaliyetleriyle hangi hedeflere ulaşılabileceğini göstermektedir. Avusturyalı araştırmacılar Weiss (1988) ve Signitzer (1993) Peisert’in kültürel iletişim modelleri ile Grunig ve Hunt’ın halkla ilişkiler modellerini şöyle (Tablo 12) ilişkilendirmektedirler (Signitzer ve Wamser, 2009: 400):

Ülke Kültürünün Tek Yönlü Transferi	↔	Basın Ajansı / Duyurma Modeli
<i>Her ikisi de tek yönlü, dengesiz iletişim söz konusu ve propagandacı</i>		
Kendini Tanımlama	↔	Kamuoyunu Bilgilendirme Modeli
<i>Her ikisi de tek yönlü ama anlaşılacak istekler, ikna ikinci dereceden önemli</i>		
İmaj Reklamları	↔	İki Yönlü Asimetrik İletişim
<i>Her ikisi de iki yönlü ama dengesiz, diğerlerinin sempatisini ve kabulünü kazanmak için geri bildirim kullanır, bilimsel çalışmalar yaparlar.</i>		
Değiş-Tokuş ve İşbirliği	↔	İki Yönlü Simetrik Model
<i>Her ikisi de iki yönlü iletişim kurarlar. Daha iyi sonuçlar almak ve kazan-kazan alanına ulaşmak için çabalarını birleştirirler.</i>		

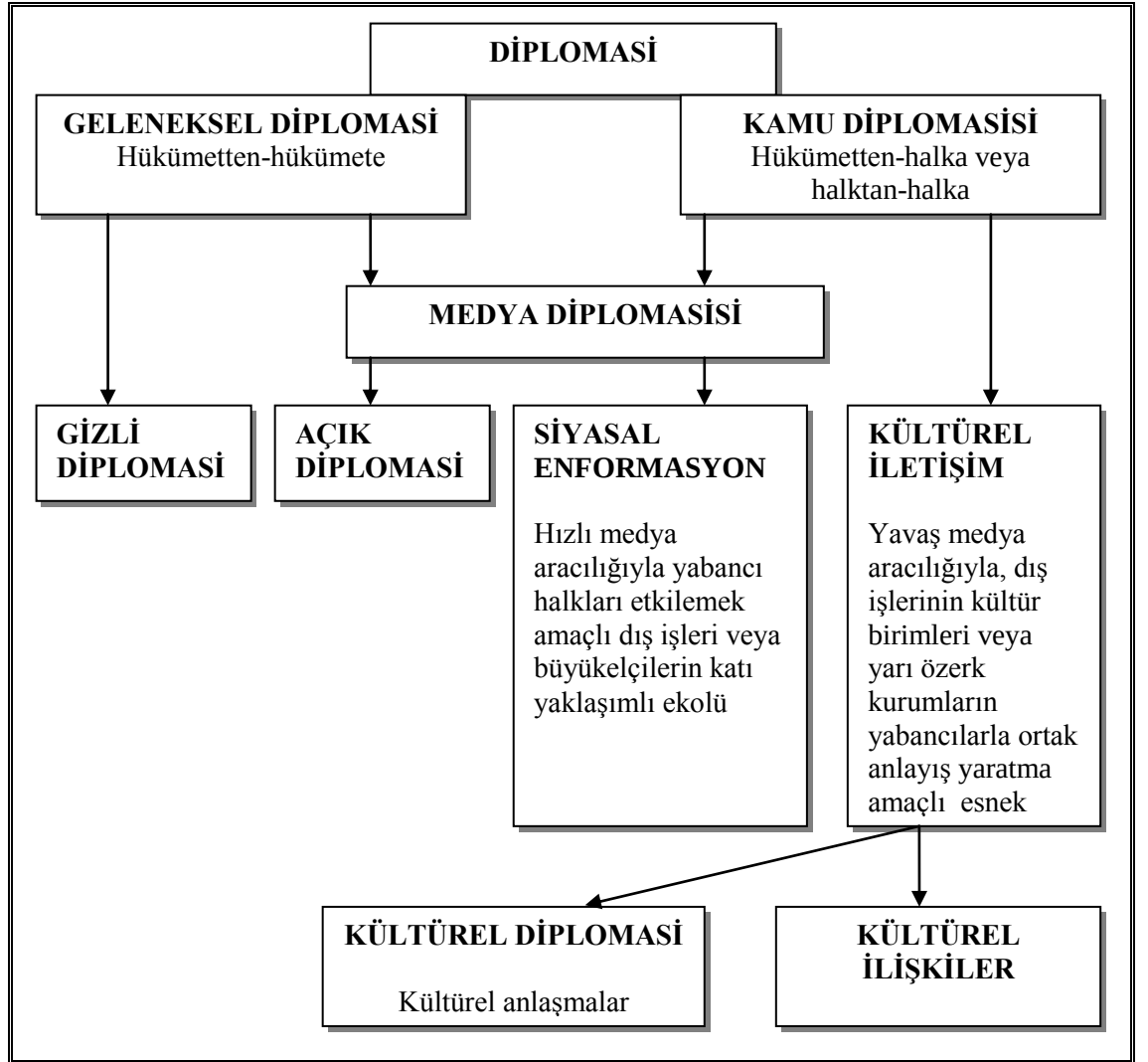
Tablo 12: Peisert’in kültürel iletişim modelleri ile Grunig ve Hunt’ın halkla ilişkiler modellerinin ilişkilendirilmesi (Signitzer ve Wamser, 2009: 400).

¹⁴ Orijinal modelde hatta Signitzer & Coombs’un “Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Covergences (1992)” adlı makalesinde de “enformasyon” olarak geçmektedir ancak Signitzer ve Wamser (2009: 399), burada ikna amacını daha iyi kapsadığı için “imaj reklamı” olarak ele almaktadırlar.

2.8.7. Terry Diebel and Walter Roberts'in Katı ve Esnek Yaklaşımlı Kamu Diplomasisi Modeli

James (1955)'in çalışmalarına dayanarak Deibel ve Roberts (1976) kamu diplomasisi kavramına yönelik katı (tough-minded) ve esnek (tender-minded) olmak üzere iki yaklaşım öne sürmektedirler. Katı yaklaşım ikna ve propaganda kullanarak dış kamuların davranışlarını etkilemek olarak ifade edilirken, esnek yaklaşım uzun dönemli dış politika amaçlarına ulaşmak üzere uygulanan bilgi ve kültürel programları ifade etmektedir. Şekil10'da görüldüğü üzere, katı yaklaşım sergileyen kamu diplomasisi radyo, televizyon, gazete, dergi (internetin olmadığı o döneme göre) gibi hızlı medya aracılığıyla siyasi enformasyon yayma yoluyla ikna ve propagandayı kullanarak yabancı halkların davranışlarını etkilemeye çalışır. Buna alternatif olarak esnek yaklaşım ise kamu diplomasisini uzun soluklu kültürel bir fonksiyon olarak görür. Esnek yaklaşımlı kamu diplomasisinde akademik, sanatsal değiş-tokuşlar, filmler, sergiler, dil okulları gibi yavaş medya aracılığıyla ortak anlayış iklimi yaratılmaya çalışılır (Signitzer ve Wamser, 2009: 385). Kamu diplomasisinin başarılı olabilmesi bu iki yaklaşımın denge içinde çalışmasına bağlıdır.

Bu ayrım daha sonra küçük bazı değişiklikler ekleyen Malone (1988) tarafında da doğrulanmıştır. Malone kamu diplomasisinin politik bilgilendirme kısmını politik savunma olarak adlandırmakta ve kültürel iletişim içinde görmektedir. Malone kültürel iletişimin; yabancı vatandaşlara Amerika'yı, kurumlarını ve kültürünü anlatmanın yanı sıra diğer ülke vatandaşları ve kendi ülke vatandaşları arasında ortak bir anlayışa götürdüğünü ifade etmektedir (Signitzer ve Wamser, 2009:385).



Şekil 10: Kamu Diplomasisi sistemi (Signitzer ve Wamser, 2009: 386).

Esnek yaklaşımın altında bulunan kültürel iletişim ikiye ayrılarak değerlendirilmektedir. İngiliz teorisyen Mitchell (1986) kültürel diplomasiyi, resmi anlamda kültürel anlaşmaların oluşturulması, diplomatik faaliyetlerin kolaylaştırılması adına yurtdışında bir ülkenin kültürünün olumlu imajının sergilenmesi olarak tanımlamaktadır. Kültürel diplomasi devletlerin kontrolünde olup, genelde devlete bağlı kurum ya da kuruluşlarla gerçekleşmektedir. Kültürel ilişkiler ise aksine, bu anlaşmaların yürütülmesi ve bu anlaşmalardan kaynaklanan kültürel ilişkilerin sürdürülmesi olarak görülmektedir. Kültürel ilişkilerde amaç tek taraflı bir amaç sağlamak yerine, ortak çıkarlar doğrultusunda ulusal toplumlar arası anlayış ve işbirliği sağlamaya yönelik çalışmalar yürütmektir (Mitchell, 1986'dan aktaran Signitzer ve Wamser, 2009: 387).

Kamu Diplomasisi Modelleri																	
	Gilboa			Arsenault ve Cowan			Kelley			Zaharna		Peisert				Deibel ve Roberts	
Özellikleri	Soguk Savaş	Devlet Dışı	İç Halkla İlişkiler	Monolog	Diyalog	İşbirliği	Enformasyon	Etkileme	Katılım	Enformasyon el	İlişkisel	Değiş-Tokuş ve İşbirliği	Kültürün Tek Yönlü Transferi	İmaj Reklamı	Kendini Tanıma	Katı Yaklaşım	Esnek Yaklaşım
Amaç	Bilgilendirme, ikna, yoğun bilgi dağıtımı	Çoklu sorunların çözümü	Yerel destekle faaliyetlerin meşru kılınması	Kimlik aktarımı, bilgilendirme, Ulusların kendini, politikalarını, ispatlamaları	İlişkilerin geliştirilmesi, fikir alışverişi	Ortak problem çözümü, ilişkilerin iyileştirilmesi, karşılıklı anlayış yaratma	Enformasyon dağılımı	Kitleleri ikna etme	İlişki ve güven inşası	Politik amaçlar geliştirmek üzere mesajların dizaynı ve yayılımı	Güçlü ilişkiler ve sosyal yapı inşa etmek	Uluslararası ile değiştirmek	Ülke kültürünün başka ülkeye aktarımı	Tanıtımı yapılacak ülke için yurtdışında anlayış ve sempati yaratmak	Bir ülkenin bilinçli olarak belli bir resminin çizimi	İkna ve propaganda kullanarak dış kamuların davranışlarını etkilemek. Siyasi enformasyon yayma	Uzun dönemli dış politika amaçlarına ulaşmak üzere bilgi ve kültür programları düzenlemek
Araç ve Yöntemler	Uluslararası yayımlar, radyo, basılı mecralar	Küresel haber ağları	Halkla ilişkiler ve lobi çalışmaları, uluslararası medya,	Söylev, bildirge, kapalı içerikli kitap, film, makale gibi iletişim türleri	Resmi zirveler, akademik konferanslar, spor-sanat projeleri vb	Afetler sonrası yaraların birlikte sarılması, birlikte yaratılan projeler, etkinlikler	Kısa süreli etkinlikler	Uzun süreli ikna kampanyaları	Uzun süreli ilişkiye dayalı projeler	Her türlü kitle iletişim aracı: Dergi, gazete, film, sinema, Tv, radyo, web, sosyal medya, uluslararası yayımlar vb.	Eğitim-kültür değişim programları, kültür enstitüleri, ortak kalkınma projeleri, politika ağlar	Uluslararası akademik değişim programları, karşılıklı ziyaretler, ortak araştırma projeleri	İknaya yönelik her türlü iletişim aracı	Dil kursları, kültürel ve bilimsel kurumlar	Kültür enstitüleri ve çalışanları	Hızlı medya araçları, ikna ve propaganda	Akademik-sanatsal değişim programları, filmler, sergiler, dil okulları
Kaynak	Devlet ve devlet organları	Devlet dışı kurumlar	Devlet, halkla ilişkiler şirketleri ve lobiciler	Devlet ve devlet organları	Devlet ve devlet dışı kurumlar	Devlet dışı kurumlar	Devlet ve devlet organları	Devlet ve devlet organları	Devlet, devlet organları ve devlet dışı kurumlar	Devlet ve devlet organları	Devlet ve devlet dışı kurumlar	Devlet dışı kurumlar, kendi merkezli kurumlar	Devlet ve devlet dışı kurumlar	Devlet ve devlet dışı kurumlar	Devlet ve devlet organları	Devlet ve devlet dışı kurumlar	Devlet, devlet organları ve devlet dışı kurumlar
İletişim süreci	Kaynaklı alıcıya	Kaynaklı alıcıya feedback	Kaynaklı alıcıya feedback	Devlet ve devlet organları	Kaynaklı alıcıya, gruptan gruba, feedback	Gruptan alıcıya, feedback	Kaynaklı alıcıya feedback	Kaynaklı alıcıya feedback	Gruptan alıcıya, feedback	Kaynaklı alıcıya	Gruptan alıcıya feedback	Gruptan alıcıya feedback	Kaynaklı alıcıya	Kaynaklı alıcıya, gruptan gruba, feedback	Kaynaklı alıcıya	Kaynaklı alıcıya	Kaynaklı alıcıya, gruptan gruba, feedback
İletişim Modeli	Tek yönlü	Çift yönlü, dengersiz iletişim	Çift yönlü, dengersiz iletişim	Tek yönlü, geri bildirimsiz	İki veya çok yönlü iletişim	İki veya çok yönlü iletişim	Tek veya iki yönlü	Tek veya iki yönlü	İki veya çok yönlü iletişim	Tek yönlü, hedef kitle pasif	İki veya çok yönlü iletişim	İki yönlü	Tek yönlü, geri bildirimsiz	İki yönlü ama dengersiz, feedback	Tek yönlü ama anlaşılacak ister	Tek veya iki yönlü	İki veya çok yönlü iletişim
Karakteristiği	İkna biginin kalitesinden çok miktarına dayalı	Kendi amaçları için küresel destek sağlamaya çalışırlar	Stratejik düşünce, kamuoyu araştırmaları, bilimsel bilgi önemli	Bir savunma aracıdır, baskıcı olabilir	Dinleme ve anlama, alternatif seslere saygı	Farklı ulusların ortak paydalar da buluşması, takım çalışması, çatışma çözümü	Zarar kontrolü, çoğunlukla proaktif kriz anında reaktif	Proaktif, kimi zaman zaman propagandacı, agresif yapı	Şeffaf iletişim, çoklu paydaş, güvene dayalı ilişki inşası	Bilginin tasarımı, yayılımı ve denetlenmesi	İletişim kökenli, kontrolden ziyade koordinasyon önemli, karşılıklılık, güven, bağlılık	Kazan-kazana ulaşmak için çabalar birleştirilir	Her şey ikna üzerine, dengersiz iletişim, propagandacı	Dış politika bağlantısı biraz azaltılmış	İkna ikinci derecede önemli	İkna, propaganda, siyasi enformasyon	Ortak anlayış, uzun soluklu ilişkiler

Tablo 13: Kamu diplomasisi modellerinin birlikte değerlendirilmesi

Tezde ele alınan kamu diplomasisi modelleri Tablo 13’te amaçları, araç ve yöntemleri, kaynakları, iletişim süreci, iletişim modeli ve karakteristiğine göre tek bir tabloda gösterilmeye çalışılmıştır. Her bir model çeşitli dönmelere damgasını vurmuş tarihi olaylar, süreçler ya da uluslar arasında yaşanan veya yaşanması istenen ilişkilere dayanarak şekillenmiş modeller olarak karşımıza çıkmaktadır. Grunig ve Hunt’ın (1984) kurumların halkla ilişkiler davranışlarından yola çıkarak, halkla ilişkilerin tarihsel gelişim sürecine ve uygulanan iletişim tarzlarına göre ortaya koydukları modeller gibi, kamu diplomasisi konusunda çalışma yapan uzman ve akademisyenlerin de tarihsel süreci ve çeşitli uygulama alanlarını göz önüne alarak modeller geliştirdikleri görülmektedir.

2.9. Kamu Diplomasisinin Uygulama Alanları

Yeni dünya düzeninin oturtulmaya çalışıldığı demokrasi zemini kamu diplomasisini uluslararası ilişkiler açısından kullanılması zorunlu bir disiplin haline getirmiştir (Ünal Erzen, 2012:121). Bir ülkenin imajı ve çekiciliği, yabancıların çeşitli seviyelerde ve türlerdeki görüşlerinden oluşur (Nye, 2005:42).

Farklı biçimlerde karşımıza çıkan kamu diplomasisi uygulama şekilleri de bu görüşlerin oluşturulmasına temel teşkil etmektedir. Kimi uzmanlar ve kitaplar bu çalışmaları ‘kamu diplomasisi uygulama alanı’ olarak değerlendirirken, diğerlerinde ‘kamu diplomasisi kaynakları veya araçları’ olarak geçmektedir. Temel olarak; “*kültür*”, “*eğitim*”, “*medya*”, “*teknoloji*”, “*spor*” kamu diplomasisinin uygulamaları çerçevesinde değerlendirilmektedir.

2.9.1. Kültürel Diplomasi

Küreselleşme akımı ve çerçevesinde sadece ekonomik, teknolojik gelişmeler değil haberler, kültürel olaylar, spor vb organizasyonlar da toplumlar arası çok hızlı bir alışveriş süreci içindedir. Gelişmiş toplum yapıları toplum-toplum ilişkilerinin boyutlarını da çeşitlendirmiş ve güçlendirmiştir. Bu sürecin etkisiyle kültürler arası geçişkenlikler olumlu ya da olumsuz olsa da devam etmektedir. Buna istinaden bir toplumun temel taşlarını teşkil eden kültürel dinamikler de bu gelişmeler ışığında kamu diplomasisinin en önemli silahlarından biri olarak kabul edilmektedir.

Kamu diplomasisinin temel amacı başka ülkeler nezdinde pozitif bir imaj oluşturma, bu imajla karşı halkın onayını, sempatisini ve takdirini kazanmaktır. Nye, bir ülkenin yumuşak gücünü; '*kültür*', '*siyasi değerler*' ve '*dış politika*' şeklinde üç kaynağa dayandırmaktadır(2005: 20-22). Kültür, evrensel değerler içerdiğinde ve kültür politikaları başkalarının da çıkarlarına, değerlerine hizmet ettiğinde, yarattığı sorumluluk ve çekicilik ilişkisiyle istediği sonuçları elde etme olasılığını artırır. Bir hükümetin yurt içi ve yurt dışı politikaları, gösterdiği tepkiler de yumuşak güç kaynağıdır ancak izlenen politika, atılan adımlar o ülkenin yumuşak gücünü güçlendirdiği gibi yıkılmasına da sebebiyet verebilir.

Özellikle kültür ve kültür ürünleri farklı toplumları etkilemede yıllardır kullanılan en önemli araçların başında gelmektedir. Örneğin, Hollywood filmleri, kişisel temaslar, ziyaretler, alışveriş, üniversite değişim programları, bursları bu ülkelerin kültür ve değerlerinin başka ülkelere aktarılmasında önemli birer araçtır. Nye (2005:43)'a göre, "insanlar tarafından desteklenmeyen politikalar, genel imajın en değişken unsurudur, kültür ve değerlere dayanan olumlu görüşler ise, daha kalıcıdır".

Szondi'ye göre de kültürel diplomasi bir ülkenin hükümetiyle ve dış politika hedeflerinin (diplomatik bir operasyon olarak olumlu bir imaj sunabilmek gibi) başarılmasıyla yakından ilgilidir. Bu anlamda kültür, başarılı dış politikanın bir aracı olarak hizmet eder ve böylece politize edilir. Kültürel ilişkiler; edebiyat, filmler, radyo ve televizyon programları, sanat, bilim, müzik, dil gibi kültürel ürünlerin yurt dışına tanıtılmasını kapsamaktadır. Bütün amaç yabancı toplumları bir diğer ulusla yakınlaştırmak, insanlarını, kültürünü, dilini tanıtmak ve o ülke hakkında kültür aracılığıyla olumlu bir imaj, fikir yaratmaktır. Yazar, kültürel ilişkilerin olumsuz veya yanlış yargıların değiştirilmesinde en iyi yol olduğu gibi, diğer itibar yönetimi formlarından da daha derin etki ve güven yarattığına vurgu yapmaktadır (Szondi, 2009: 302).

Kamu diplomasisi çerçevesinde değerlendirdiğimizde başarılı bir dış politika, dış tanıtım ve uluslararası halkla ilişkiler için, kültürel diplomasi en önemli ayakların başında gelmektedir. Bu çalışmanın ana başlığını ve araştırma konusunu da oluşturan kültürel diplomasi bir sonraki bölümde daha ayrıntılı olarak ele alınacağı için burada sadece tanımsal boyutta bırakılmıştır.

2.9.2. Kamu Diplomasisinde Eğitim ve Değişim Programları

Doğrudan ‘insan’ faktörünün etkin oluşu, kamu diplomasisinin bir aracı olarak nitelendirilen değişim programları, karşılıklı olarak kültürel, siyasi, sosyal yapının tanınması, ‘kişisel etki’ aracılığıyla olumlu ilişkilerin kurulması konusunda etkin bir uygulama alanıdır.

Kişilerarası iletişim, güven, anlayış ve dostluk kurabilmek için en önemli fırsatlardan biridir. Bu sebeptendir ki Fullbright Eğitim Programı, Ziyaretçi Liderlik Programları (Visitors Leadership Program), sanatçı ve yazar değiş-tokuş programları kalplerin ve zihinlerin kazanılmasında önemli çalışmaların başında gelmektedir (Snow, 2009:5).

Savaşlarla bozulan ilişkilerin iyileştirilmesi, halkların yakınlaştırılması adına değişim programlarından uzunca bir süredir yararlanılmaktadır. Birey, bir toplumu içinde yaşadığı sürece öğrenebilir, kültürel değerlerini tanır, sosyal, fiziki, tarihi geçmişini bilebilir. Birebir yaşamayı, gözlem ve deneyimlemeyi öngören değişim programları, bu programa dahil olanlara karşılıklı anlayış oluşturma, ortak platformda buluşma ve işbirliğini artırma yönünde olanaklar sunar.

Uluslararası ilişkiler çalışmaları artık sadece politika ile sınırlı değildir. Diplomatik tarih, devlet odaklı biçimden uluslar ve toplumlar arasındaki resmi olmayan sosyal ve kültürel etkileşimlere doğru kaymaktadır (Scott-Smith, 2008: 173). Değişim programları da bu etkileşimli sürecin bir parçasıdır. Hatta bireylerden başlamak üzere tüm topluma yayılabilecek ortak bir anlayış ve sempati yaratma çerçevesinde gerek çeşitli Avrupa ülkelerinin gerekse Amerika’nın uzun yıllardır kullandığı kamu diplomasisi araçlarının başında yer almaktadır.

Değişim programları her ne kadar eğitimsel ya da apolitik sunulsa da uluslararası ilişkilerde politik bir çerçevede değerlendirilmektedir. II. Dünya Savaşı’ndan 1997’ye kadar Alman ve Fransız liseleri arasında gerçekleşen değişim programlarında 5 milyondan fazla öğrenci iki ülke arasında değişimle eğitim görmüş ve bu iki ülkenin ilişkilerinin normalleşmesine katkıda bulunmuşlardır (Scott-Smith, 2009: 50).

Eğitim değişim programları genellikle kültürel diplomasi içinde değerlendirilmekle birlikte çeşitli amaçlar doğrultusunda rahatlıkla farklı alanlarda da kullanılabilmektedir. Stratejik iletişimin bir şekli olarak değerlendirilebilecek

değişim programları, diyalog ve alternatif görüşlere olanak sağladığı için kamu diplomasisinin çift yönlü bir formudur diyebiliriz. Değişim programları, katılım sağlanan yeni kültürel çevrede ikincil bilgiden ziyade ilk elden bilgiye ulaşma imkanı sunduğu için yüksek etki gücüne sahiptir.

Scott-Smith, değişim programlarının uygulama değerinin katılımcılar ve organize edenler için rastlantısal olamayacağını, sonuçların kötü anlama gelmesinden öte, tahmin edilemeyeceğine vurgu yapmaktadır. Bu eğitimsel, akademik ya da profesyonel tüm değişim programları için geçerlidir. Ancak tüm programlarda en önemli konu katılımcıların seçimidir. Katılımcıların kontrolü ve denetimi önemlidir. Scott-Smith, bu duruma ilişkin en iyi “Seyyid Qutb” örneğini vermektedir. Mısırlı bir kamu görevlisi olan Qutb, Colorado’ya kendi ülkesinde uygulanabilecek eğitim sistemini öğrenmek üzere gitmiştir. Ancak tersine Amerikan toplumsal ve ahlak yapısından nefret eden Qutb, ülkesine döndüğünde radikal İslam’a yönelerek Batı karşıtı bir örgütlenmenin baş aktörü olmuştur (2009: 52).

Belli bir süre farklı bir ülkede seyahat etmek, onların dil ve kültürlerini tanımak muhtemelen çeşitli önyargıların yıkılmasını sağlayacak, bir diyalog başlatacak ya da daha uzun süreli bir bağlantı kurulmasını sağlayacaktır. Scott-Smith (2009: 54)’in belirttiği üzere kamu diplomasisinin bu türü elbette ki dünyayı değiştirmeyecek ancak Qutb örneğinde olduğu gibi risk taşısa da toplumsal birlikteliğin oluşmasına katkı sağlayacaktır.

USIA tarafından yönetilen akademik değişim programlarından en çok bilineni 155 ülkeyi kapsayan Fulbright programıdır. Fulbright Programı, Amerika Birleşik Devletleri’nin en prestijli burs programıdır. Bu program sayesinde Amerikalı öğrenciler ve sanatçılar dünyanın her yerindeki sayısız kaynaklardan faydalanabilmekte, dünyanın her yerinden gelen öğrenci, öğretmen ve akademisyenler Amerika’da eğitim alabilmektedirler. Fulbright Programı, Amerikan Kongresi tarafından 1946’da, 2. Dünya Savaşı bitiminde, eğitimsel ve kültürel değişim yoluyla ülkeler arasında ortak bir anlayış geliştirmek için oluşturulmuştur. Bu yasanın fikir babası olan Senatör J. William Fulbright, bu programı silahlı çatışmaya karşı atılan bir adım olarak görmüştür(<http://www.fulbright.org.tr/tr/fulbright-programi>, 2012).

Değişim programları ve uluslararası eğitim kapsamında dünyanın en büyük meslek örgütü olan NAFSA (Association of International Educators) ise, 1948 yılından bu yana 150 ülkede 10.000'den fazla üyesiyle üniversite öğrencilerinin ve akademisyenlerin kendi ülkeleri dışında eğitim alması, vermesi, araştırma yapması ve kültürel alış-verişte bulunmasını desteklemektedir. (<http://www.nafsa.org>, 2012).

Avrupa Birliği de kendi tanıtımı ve yaşamının devamı için halen birçok çalışmayı devam ettirmekte ve desteklemektedir. Üye ya da aday ülkeler nezdinde birçok alanda standartların oluşturulması konusundaki çalışmalar bir yana, eğitim ve değişim konularında bir çok projeye kamu diplomasisi çalışmalarını sürdürmektedir.

AB eğitim programları dahilinde Hayat Boyu Öğrenme Programı Kapsamında; Erasmus programı, yükseköğretim kurumlarının birbirleri ile işbirliği yapmalarını teşvik etmeye yönelik bir Avrupa Birliği programıdır. Yükseköğretim kurumlarının birbirleri ile ortak projeler üretilip hayata geçirmeleri; kısa süreli öğrenci ve personel değişimi yapabilmeleri için karşılıksız mali destek sağlamaktadır (<http://www.ua.gov.tr/index.cfm?action=detay&bid>, 2012).

Okul öncesi eğitim, ilköğretim ve ortaöğretimi kapsayan Comenius Program'ının temel amacı da "Okul Eğitimi" alanında Avrupa ülkeleriyle işbirliği yapmak suretiyle eğitimde kaliteyi artırmak ve kültürel diyalogu sağlayarak dil öğrenimini teşvik etmektir. Leonardo da Vinci ise Avrupa Birliği Mesleki Eğitim programıdır. Tüzel kişilik sahibi tüm resmi ve özel kurum ve kuruluşlar, eğitim kurumları ile KOBİ, STK ve yerel idareler Leonardo da Vinci projesi sunabilmektedir. Avrupa Birliği'nin desteklediği bir diğer eğitim programı ise yetişkin kişilere yaşamları boyunca, bilgi ve niteliklerini geliştirmek için imkanlar sunan Grundtvig Programı'dır(<http://www.ua.gov.tr/index.cfm?action=detay&bid>, 2012).

Avrupa Birliği Bakanlığı Avrupa Birliği Eğitim ve Gençlik Programları Başkanlığı resmi sitesinde yer alan diğer Gençlik Programları'nın amacı ise; "Gençlerin çeşitli sosyal ve kültürel beceriler edinmesine önemli katkılar sağlamaktır. Bu program gençlerin kendi inisiyatifleriyle yürüttükleri faaliyet ve projelere destek vererek, bir yandan genç insanların bir Avrupa boyutu kazanmalarını sağlamakta bir yandan da resmi ve gayri resmi öğrenme fırsatları oluşturmaktadır" şeklinde açıklanmaktadır.

Türkiye’de de benzeri burslar ve değişim programları kültür alışverişi ve ülke tanıtımı için faaliyet yürütmektedir. Bunlardan birisi de ICEP Burs Vakfı’nın değişim programlarıdır. Yurt içinde misafir öğrenci ve stajyer öğrenci programları yürüten vakıf yurtdışına yönelik lise değişimi ve staj programları düzenlemektedir. Misafir Öğrenci Programı’nda, İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Eskişehir, Bursa, Adana şehir merkezlerinde ve diğer sahil şehirlerinde ikamet eden ailelerin; yurtdışından, çocukları ile benzer yaşlarda yabancı bir öğrenciyi evlerinde konuk etmelerine böylece, hem ülke tanıtımına katkıda bulunulmasına hem de ev sahibi çocukların uluslararası deneyim edinmesine olanak sağlamaktadır(<http://www.icep.org.tr/turkish/internship-in-turkey.asp>, 2012).

Türkiye’de faaliyet gösteren hemen hemen tüm üniversiteler karşılıklı kültür ve eğitim alışverişi kapsamında dünyadaki yüzlerce üniversite ile Erasmus, Farabi, Mevlana değişim programları kapsamında ortaklaşa çalışmalar yürütmektedir.

Farabi Değişim Programı'nda iki yükseköğretim kurumu aralarında ortak faaliyetler ve programlar gerçekleştirme konusunda işbirliği yapmak üzere anlaşılırlar. Bir diğer değişim programı da Mevlana Değişim Programı’dır. Bu program da Yurtiçinde eğitim veren yükseköğretim kurumları ile yurtdışında eğitim veren yükseköğretim kurumları arasında protokol kapsamında yapılan öğrenci ve öğretim elemanı değişim programıdır (<http://www.yok.gov.tr/content/view/641>, 2013).

Türkiye yurtdışına çok sayıda öğrenci gönderen ülkelerin başında gelmektedir. 2004-2006 yılları arasında UNESCO ve IMF gibi kuruluşlar tarafından açıklanan verilere göre Türkiye, Çin, Hindistan, Malezya, Hong Kong, Singapur ve Endonezya’nın ardından yedinci sırada yer almaktadır. Türkiye’den giden öğrencilerin, gittikleri ülkelerin ekonomilerine kattıkları rakam ise 400 milyon ABD Dolarının üzerindedir. Sadece ABD ve İngiltere değil, Erasmus değişim programıyla Avrupa’nın farklı birçok ülkesinde de yüksek öğrenim amacıyla giden Türk öğrenci bulunmaktadır. Verilere göre, 2004 -2010 yılları arasında 23.000’den fazla öğrenci Avrupa’da Erasmus değişim öğrencisi olarak 3-12 ay arası eğitim veya staj programlarına katılmıştır (<http://kuresel.bilgi.edu.tr>, 2012).

Snow’a göre terörizmle savaşta silah yerine kalplerin ve akılların kazanılması düşünceleri daha fazla tartışılırken, değişim programlarının ulusal güvenlik konularında önemi gittikçe artmaktadır. Özellikle ‘kritik’ değişim programları

örneğin; gençleri, kadınları, geleceğin yöneticilerini ve kanaat liderlerini – gazeteciler, işinsanları, bilim adamları, hükümet ve askeri liderler gibi - içeren değişim programlarında değişimi yaşayan kişi ya da kişilerin kendi toplumlarında çoklu etki yaratması daha muhtemeldir (2008: 213-219).

Görüldüğü üzere değişim programları sadece üniversiteler arası değil, toplumda fikir ve düşünceleriyle etkili olan ve eşik bekçisi rolünü de üstlenen çeşitli kişi ya da gruplar arasında da gerçekleştiği sürece karşılıklı olarak ulusların birbirlerini tanımalarında etkin olan bir kamu diplomasisi yöntemidir. Hatta terörle mücadelede bile ağır silahlar yerine “yumuşak güç” silahlarının kullanılmasının daha kalıcı çözümler yaratacağı konusunda birçok politikacı ve akademisyen hemfikirdir.

2.9.3. Medyanın Kamu Diplomasisindeki Rolü

Devletler arası ortak çözüm bulma ya da kendi fikirleri doğrultusunda başka ülkeleri ikna etme amacıyla, ilişkileri idare etme sanatı olarak tanımlanabilen diplomasi, zaman içindeki gelişmelerle farklı boyutlar kazanmıştır. Bu süreçte karşı yabancı halkın kültürü, medyası, değerleri, toplumsal yapısı da dikkate alınması gereken önemli unsurlar haline gelmiştir. İki ulus arasında güçlü bir ilişki kurabilmek, günümüzün teknoloji ve enformasyon odaklı dünyasında güçlü iletişim kanalları ve ağırları ile mümkündür. Basın, televizyon, radyo, film, internet gibi teknolojik geniş kitle iletişim araçlarının yanı sıra sergi, seminer, toplantı, konferans, akademik değişim programları sanat ve spor etkinlikleri gibi iletişim faaliyetleri ile farklı halklara seslenmek, kamu diplomasisinin etkinlik alanı içindedir.

Medya, toplumlara devletlerin ya da kurumların faaliyetlerini aktarmada en büyük güç konumundadır. Küreselleşme yanında teknolojide yaşanan gelişmeler, medya ve iletişimin gücünü, yayılma alanını arttırmıştır. Medya ve internet aracılığıyla toplumların birbirine daha fazla yaklaştığı bir süreçte yaşamaktayız. Toplum-toplum ilişkisi de kamu diplomasisine giden yolu açmaktadır. Kültür-sanat, spor, eğitim, bilim ve medya temelli yumuşak gücedayanan kamu diplomasisinde özellikle medya, teknolojinin gücüyle bir adım önden gitmektedir. Medyayı dördüncü güç olarak değerlendirirsek toplumları etkileme ve yönlendirme anlamında oldukça geniş bir etki alanına sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Bugün gazete/dergi, televizyon, radyo, internet, aracılığıyla dünyanın her yerindeki insanlara ulaşmak, onları bilgilendirmek, etkilemek ve yönlendirmek mümkündür. Medya toplumlar arası bir etkileşim, paylaşım aracıdır. Toplumlara birbirlerini tanıma imkanı sunan medya, farklı toplumlar arasında kültürel, siyasi, ekonomik, sosyal alanlarda farklı boyutlarda işbirliği ve ortaklıklar kurmayı kolaylaştırır. Kamu diplomasisi açısından bakıldığında uluslararası kamuoyunun etkilenmesi amacı güdüldüğünde böylesine etkili bir silahı doğru kullanabilecek doğru medya stratejilerinin ve politikalarının gerekliliği öne çıkmaktadır.

Medyanın kamu diplomasisinde daha etkin kullanabilmesi için ciddi çalışmalar yapılması gerektiğine değinen Özkan, medya konusunda yapılabilecek düzenlemeleri; Medya üzerinden toplumlararası etkileşim sağlanması amaçlanırken medya bir propaganda aracı olarak kullanılmaya kalkışılmamalıdır. Medyanın günümüzdeki sadece eğlence aracı şeklindeki algısı değiştirilmelidir. Medya üzerinden toplumların bilinçlendirilmesi, eğitilmesi, iyiye ve güzele yönlendirilmesi için entelektüel düzeyi yüksek medya yöneticileri ve çalışanları yetiştirilmelidir. Bu nedenle medyaya yönelik profesyonel yönetici ve uzman kişiler yetiştiren akademiler kurulabilir, yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitimlerle desteklenebilir. Medya çalışanlarının belirli aralıklarla başka ülkelerin yayın organlarında çalışması ile önemli bir etkileşim sağlanabilir. Kamu diplomasisinde rolü büyük olan sivil toplum örgütleri mali, sosyal ve siyasal açıdan geliştirilerek, medya konusunda bilinçlendirilip, medyanın etkileşim rolünü artırıcı faaliyetlere yer vermeleri sağlanabilir (Özkan, 2010) şeklinde sıralamaktadır.

Gilboa'nın Soroka'dan aktardığı üzere, kamu diplomasisi üç ana ögenin kompleks ilişkisine dayanmaktadır: Hükümet, kamuoyu ve medya. Yazar, özellikle medyanın hükümet ve politikalarına etkisi üzerine bir değerlendirme yapmaktadır. “Şayet medyanın öncelikle hükümet politikalarına hizmet ettiği varsayımı doğruysa, enformasyon yönetimi, hükümetin enformasyonu kontrol etmesi ve medyanın manipülasyonunu içermektedir. Bu kontrol genellikle savaş ve askeri operasyonlarda daha çok hissedilmektedir. Fakat kamu diplomasisine uygulandığında medyanın manipülasyonu dış etkenlere karşın güçlü iç muhalefet oluşturmak anlamına da gelmektedir”. Medyanın gücü ve etkisinden bahsederken ‘CNN etkisi’ tabirini kullanan Gilboa, ‘CNN etkisi’ni, medyanın ulusal çıkarları belirlemesi, seçilmiş ve

atanmış görevlilerin elinden siyaset üretimini gaspetmesi olarak açıklamaktadır (2008: 62-63).

Medyanın dış politika, kamuoyu ve karar alma süreci üzerindeki etkiyi anlatmak üzere kullanılan ‘CNN etkisi’ haberin sunumu, şekli, dili ve bakış açısıyla karar alma mercileri ve medya arasında ilişkiyi tanımlamaktadır.

1950 ve 1960’larda altın çağını yaşayan ve görüntülü habercilik dönemine geçen televizyon, Vietnam Savaşı sırasında görüntünün gücünü iyice keşfetmişti. 1980’li yıllarda ortaya çıkan ve 1990’larda dünya çapında 24 saat haber yapan CNN, MSNBC, Fox gibi kanallar habercilik konusunda farklı yaklaşımlar sergilemekteydi. 1990 yılında patlak veren Körfez Krizi sırasında televizyon haberciliği, savaşı naklen evlerin içlerine kadar taşıdı. Özellikle bölgede yaptığı yayınlarla bir anda dünyanın gündemine yerleşen CNN, haberleriyle uluslararası diplomasinin yerini almaktaydı. Savaşın tarafların liderleri arasındaki haberleşmeyi bile sağlayan CNN, naklen yayınladığı bombardıman görüntüleriyle tüm dünya izleyicilerini etkisi kapsamına almayı başardı (Çaplı, 2002: 71-72).

İletişim literatüründe medyanın etkilerine ilişkin *Gündem Belirleme*, *Çerçeveleme/Çevreleme* gibi birçok model ve kuram ortaya konmuştur. Fakat kamu diplomasisi akademisyen ve uygulayıcıları çok nadir olarak bunlara dayanmaktadır. Ancak birçok çalışma, medyanın kapsama alanı ve yabancı ulusların algısının yönetilmesi arasında belirgin şekilde bir korelasyon olduğunu açıkça ortaya koymuştur. Birçok akademisyen iletişim model ve teorilerini dış politika ve uluslararası ilişkilere uyarlarken çok az araştırmacı bu modelleri kamu diplomasisine uygulamıştır. Bu noktada Gilboa (2008) politika, medya ve kamuoyu bağlantısına değinen özellikle Entman’ın ‘Cascading Activation’ modeliniönemli bir yaklaşım olarak değerlendirmektedir.

Entman’a göre yöneticiler, onların dış politika danışmanları, bürokratlar gibi birçok aktör medya aracılığıyla çerçeveleme modeliyle uluslara ulaşma ve kamuoyunu şekillendirme çabasındadır. Onun modeli çerçeveleme savaşının nasıl yönetildiği, kimin bu savaş nasıl kazanabileceğini anlatmaktadır. Bu modele göre bazı aktörler halkı etkileme konusunda diğer aktörlere göre daha güçlüdür (Gilboa: 2008: 65).

Tüm siyasal, sosyal ve kültürel sistemler ve düşünceler varlıklarını devam ettirebilmek için iletişim araç ve yöntemlerini kullanmak durumundadır. Ülkeler ve sistemleri de varlıklarını diğer ülkeler karşısında göstermek, ispatlamak için iletişim araçlarına mecburdur. Gerek sınırlar dahilinde gerekse yurt dışında kamusal görüş yaratılması, halkların olumlu olarak etkilenmesi üzerine kurgulanan kamu diplomasisinde kamuoyu ve kamusal alan oluşumu da hayati önemlidir.

Kamuoyunun oluşumunda birey ve grupların rolü son derece önemli olmakla birlikte, teknolojik gelişmelerle sayıları ve etkinlikleri artan kitle iletişim araçlarının kanaat oluşum sürecine oldukça geniş şekilde katkıda bulunduğu kuşkusuzdur. İletişim bilimcilerine göre kamuoyu, iletişim ve toplumsal etkileşim süreci içerisinde oluşmaktadır. Kanaatlerin oluşmasını belirleyen temel unsurlar bireylerin gördükleri, işittikleri veya okudukları olgulardır. Dolayısıyla siyasal toplumlaşma sürecinde kitle iletişim araçları, önemli role sahiptir. Ayrıca kamuoyunun gündemini oluşturmaktan kaynaklanan güç de kitle iletişim araçlarını 20. ve 21. yüzyılın en etkili siyasal güçlerinden biri haline getirmiştir (Bektaş 2007: 97- 120).

Günümüz iletişim ağının bir “ağ toplumu” yarattığını belirten Castells’e göre, çağdaş küresel kamusal alan büyük oranda küresel veya yerel iletişim medya sistemlerine dayanmaktadır. Bu medya sistemleri, televizyon, radyo ve basılı medyayı ve elbette ki multimedya, internet ve diğer dijital iletişim sistemlerini içermektedir. Günümüz medya sistemleri aynı zamanda hem yerel hem de küreseldir. Medya, holdingler tarafından organize edilirken aynı zamanda devletlerin de düzenlemelerine bağlıdır. Sadece devlet değil, devlet dışı aktörler de sahip oldukları kitlesel ve dijital medya aracılığıyla insanların fikirlerini etkilemeye ve sosyal değişime zorlamaktadır. Bilinçlerin değişimi, politik davranışların değişimine, seçim davranışlarına ve hükümetlerin kararlarına yansımaktadır(Castells, 2008: 78-90).

Medya sistemleri güçlü imaj ve mesaj üretme kapasitesine sahiptir. Mesaj kodlama ve üretim sürecini oldukça iyi kavramış olan medya, dağıtım kanallarını kullanarak, çeşitli politik sistemler tarafından kurgulanmış değer ve inançları taşıma ve toplumları harekete geçirme gücünü bünyesinde barındırmaktadır.

Castells’in vurguladığı üzere, devlet aktörleri, BM gibi devletler üstü organizasyonlar sivil toplumla ilişkiye geçebilmek için sadece mekanik kurumlar ve politik prosedürler değil, küresel kamusal alanda müzakere ortamını kullanmalıdırlar.

Küresel sivil toplumun harekete geçirilebilmesi konusunda ‘iletişim temelli kamusal alan’ oluşturulması önemlidir. Bu küresel kamusal alan da medya iletişim sistemleri ve internet ağları özellikle de sosyal paylaşım alanlarında inşa edilmektedir(2008: 89-90). Farklı uluslara seslenebilme, onlara ulaşabilmenin önemli bir yolu uluslararası boyutlarda faaliyet gösteren medya sistemlerinden geçmektedir. Basılı kitle iletişim araçlarının da elektronik ortama geçtiği bir dünya düzeninde, teknolojik sistemlerden kaçış olanaksız görünmektedir.

Kamu diplomasisi kapsamında uluslararası yayıncılık, elektronik medya aracılığıyla başka bir toplumun ve toplum liderlerinin düşüncelerinin şekillendirilmesidir (Price, Haas ve Margolin, 2008:150). Uluslararası yayıncılık, diğer halklarla bütünleşebilmek için radyo, televizyon ve internet kullanarak uluslararası çevreyi yönlendirmeye yönelik bir girişimdir. Çeşitli ülkelerin sahip olduğu uluslararası yayıncılık, diğer tüm kamu diplomasisi fonksiyonlarıyla örtüşebilir ve birlikte çalışma özelliğine sahiptir. Kamuoyunun dinlenmesi, hedef kitle araştırma fonksiyonu, bilgilendirme, politika, kültürel diplomasi, değişim programları diplomasisi gibi tüm kamu diplomasisi fonksiyonlarıyla örtüşebilme özelliğine sahiptir. Uluslararası yayıncılığı, bir tek teknolojik gerekliliği ve boyutları diğer kamu diplomasisi fonksiyonlarından ayırmaktadır(Cull, 2008: 34).

Uluslararası yayıncılık konusunda basılı medya organları da web tabanlı yayınlarla dünyada milyonlarca okuyucuya ulaşmaktadırlar. Bugün internet aracılığıyla çok daha fazla okuyucuya kavuşan yazılı basında yer alan yazılar, yorumlar özellikle kanaat liderleri tarafından yakından takip edilmektedir. The New York Times, The Los Angeles Times, The Wall Street, Le Monde, Financial Times, International Herald Tribune, Washington Post, The Guardian, The Independent, gibi gazeteler dünyada en fazla okuyucuya sahip gazeteler olarak anılmaktadırlar. Türkiye’ye baktığımızda birçok gazetenin haber portalı olmakla birlikte, Hürriyet Daily News and Economic Review, Turkish Daily News, Today’s Zaman, The Turkish Times (ABD’de yayınlanmakta) gibi İngilizce yayın yapan gazeteler mevcuttur.

Gazetelerin yanı sıra diğer geleneksel medya olan radyo ve televizyon da günümüz teknolojisiyle her geçen yıl daha fazla dinleyici ve izleyiciye ulaşmaktadır.

Örneğin, The BBC Worl Service, bbc.co.uk da haber portalıyla kendini gelişmelere adapte etmiştir. BBC'nin editörü yayınlarının oluşumu hakkında “Bizim programlarımız seyircilerimize aittir. Bloglarımıza gelen yorumlarla, seyirci bloglarıyla, e-mail veya telefonlarla gündemi onlar belirler. Bizim inancımıza göre, insanlar bir kurumla değil de birbirleriyle etkileşime geçmek istiyorlar ve biz de bu imkanı onlara sunuyoruz” şeklinde konuşmaktadır (Price, Haas ve Margolin, 2008: 161). Toplumdan topluma, insandan insana etkileşim amacını, uluslararası yayın yapan BBC'nin bu açıklaması medya aracılığıyla nasıl kamu diplomasisi yaratılabiliye bir cevap niteliğindedir.

Enformasyon yayılımı konusunda en eski ve ünlü radyo ve televizyon kanalı olarak BBC, en fazla seyirci-dinleyici kitlesine sahip uluslararası yayın kuruluşudur. BBC Dünya Servisi'nin 32 dilde yaptığı yayınları dünyada toplam 180 milyon dinleyiciye ulaşmaktadır. Türkçe Servisi'nin 1939'da başlayan radyo yayınları ise kurumsal stratejiler ve kesintiler doğrultusunda 27 Mayıs 2011 tarihinde son bulmuştur (<http://www.bbcworldwide.com>, 2012).

Radyo ve televizyon programları sayesinde insanlar özellikle 1930'lardan itibaren diğer ülkeler hakkında daha fazla bilgi ve fikir sahip olmaya başlamışlardır. Cull buna örnek olarak BBC ve CBS'in karşılıklı olarak yaptıkları yayınlara örnek vermektedir. 2. Dünya Savaşı esnasında Amerikan radyo habercisi Ed Murrow (CBS), İngilizlerin savaşını Amerikalılar'ın oturma odasına kadar götürürken, 1940 baharında BBC Kuzey Amerika Servisi de buna karşılık destekleyici bir rol oynamıştır. Amerikan zevklerine uygun fakat Britanya yayıncılığına yabancı programlar o dönemde yayınlanmıştır (Cull, 2008: 42).

Kamu diplomasisinin en önemli araçlarından olan radyo 20.yy başlarından itibaren çok etkin biçimde kullanılmıştır. CIA (The Central Intelligence Agency/Merkez Haber Alma Servisi), Radio Free Europe (Özgür Avrupa Radyosu) ve Radio Liberty (Özgürlük Radyosu)'yi 1950'ler ve 1960'larda kurmuş ve kapalı bir şekilde dezenformasyon medya projeleri –kitap, dergi, gazete basımı gibi- yürütmüştür. Ta ki bu projeler 1977'de ortaya çıkana kadar (Kelley, 2009:75).

Bu radyolar özgür ve bağımsız medyanın nasıl olduğunu göstermek için haber ve programlar yaparken, VOA (Voice of America/ Amerika'nın Sesi Radyosu), Amerika'yı tanıtmak için tüm dünyaya yönelik haberler ulaştırmıştır (Price, Haas ve

Margolin, 2008: 153). 1994'ten itibaren Voice of America, Marti Radio, Radio Free Europe, Radio Liberty ve Radio Asia, 1999'da kapatılan USIA'nın radyo departmanının kontrolündeydi. USIA araştırma ve analiz bürosu ABD hükümetinin diğer ülkelerde yapılmasını istediği anket ve sondajlarından sorumluydu (Akçadağ, t.y1.: 11).

Özellikle VOA, kamu diplomasisinde önemli bir yere sahip radyo yayınıdır. 1942 yılında kurulan VOA;

“Tutarlı bir şekilde güvenilir ve saygın bir haber kaynağı olarak görev yapar, haberleri doğru, tarafsız ve kapsamlıdır, yalnızca Amerikan toplumunun bir bölümünü değil, tüm Amerika'yı temsil eder, Amerikan düşünce yapısını ve kurumlarını dengeli ve kapsamlı bir şekilde yansıtmakla yükümlüdür. Amerikan yönetiminin politikalarını açıkça ve etkili bir şekilde yansıtır ve bu politikalar konusunda sorumlu tartışmaları ve görüşleri yayınlar.”

(<http://www.amerikaninsesi.com>) şeklinde hazırlanan bir bildirgeyle amacını tanımlamaktadır.

Her hafta 43 dilde 1500 saat yayımla dünya çapında 141 milyon kişiye ulaşan, haber, eğitim ve kültür ağırlıklı yayınlar yapan Amerika'nın Sesi 1942'den bu yana da Türkçe yayınlar yapmaktadır (<http://www.amerikaninsesi.com>, 2012).

Avrupa ülkeleri için de uluslararası yayın yapan radyolar önemli bir kamu diplomasisi aracıdır. Örneğin; 35.6 milyon sürekli dinleyicisiyle 74 ülkede yirmiye yakın dilde yayın yapan Radio France Internationale dünya çapında farklı toplumlara seslenmektedir (<http://www.english.rfi.fr/node>, 2012).

Küresel medya endüstrisinin temel amacı tüm medya kuruluşları dahil – Doordarshan'dan BBC'ye, Al-Manar'dan El-Cezire ve CNN'e kadar- hepsinin ideolojik ve kültürel misyonları bulunmaktadır (Price, Haas ve Margolin, 2008: 153).Zaharna da tüm uluslararası yayınların kendi politik görüşlerini yansıtma konusunda eğilim gösterdiğini vurgulamaktadır. Zaharna'ya göre, iletişim içerik ve şekli gereği kaynağını –kişisel ya da politik bir kuruluş olsa da- yansıtma konusunda heveslidir. Örneğin 24 saat İngilizce yayın yapan Çin Merkez TV'si CCTV, haberleri ve bilgileri tüm dünya seyircisine aktarma konusunda kendine misyon edinse de Çin üzerine ayrıca odaklanmaktadır. Özellikle de siyasi destekçiler kendi yapımlarını

sunmaktan gurur duyarlar. Hizbullah siyasi örgütü kendi kanalı olan Al-Manar’a destek toplarken, Amerika Al-Hurra ile övünmektedir. Ancak halk elbette ki onların mesajlarını alma ya da kanalı kapatma konusunda özgürdür (Zaharna, 2009: 90).

Öte yandan Amerikan hükümetinin Ortadoğu ülkelerine yönelik kurduğu Al-Hurra televizyon yayınları, beklendiği gibi Arap dünyasına yeterli ve hızlı bilgi aktaramadığı için başarısız örneklerden biri olarak gösterilmektedir. Örneğin, Irak konusunda en fazla bilgi Al-Hurra’dan beklenirken yapamadı ve potansiyel gücünü kaybetti. Bu sebeple Al-Hurra çok sayıda eleştiriye maruz kalırken, aynı kuruluşa ait Radio Sawa (Her ikisi de Broadcasting Board of Governors –BBG’ye bağlıdır) daha az haber, daha çok popüler müzik yayınıyla hedef kitlesini kazanmayı başarmıştır (Price, Haas ve Margolin, 2008: 162).

Her geçen gün uluslararası yayınların sayısında artış gözlemlenmektedir. Ülkeler ve siyasi sistemler kendilerini yansıtmanın ve anlatmanın en güvenilir ve yaygın yolu olarak uluslararası yayın yapan televizyon ve radyoları seçmeye devam etmektedir. Bu yayınlar uydu ve kablo sistemleriyle dağılma alanı bulmakla birlikte, dijital ortamlarda daha geniş kitleler karşısında yer almaktadırlar. Artık sadece Amerika ve Avrupa uluslararası yayınlara sahip değildir. Ülkeler güçlendikleri oranda daha fazla ülkeyi medyalarıyla etki altına almak istemektedirler.

BBC ve CNN’in Batı’da yürüttüğü kamu diplomasisi görevinin benzerini şimdi Katar Merkezli El- Cezire, Ortadoğu’da yürütmektedir. 1996’da kurulan ve 50 milyon izleyiciye sahip El-Cezire, kısa zaman içinde BBC ve CNN’e göre bölgede güvenilirlik konusunda büyük gelişme göstermiştir. El-Cezire, özellikle 11 Eylül sonrası Usame Bin Ladin’in görüntülerini ve açıklamalarını yayınlayarak çok ses getirmiştir. İslam odaklı söylemleriyle El-Cezire’yi özellikle Ortadoğu’daki izleyiciler Batı medyası karşısında güvenilir bir alternatif olarak görmektedirler. El-Cezire, Batı medyası ve radikal Al-Manar’dan daha dengeli bir perspektif sunduğundan Arap halkının daha fazla güvenini kazanmıştır. Al-Arabiya, El-Cezire’nin Ortadoğu’daki en büyük rakibidir (Gass ve Seiter, 2009:158).

Türkiye açısından uluslararası yayıncılığı değerlendirdiğimizde TRT bugün 15 televizyon kanalı, 15 radyo kanalı, trt.net.tr ve trt.world.com üzerinden 35 dil ve lehçede Türkiye’ye ve dünyaya yayın yapmaktadır. 1990’da yayına başlayan TRT-INT Avrupa, Kuzey Afrika ve Avustralya’da yayın yaparken, TRT-AVRASYA da

Kafkasya ve Orta Asya'ya yönelik programlar yapmaktadır. 2009'da yayına başlayan, 27 ülke ve 13 muhtar cumhuriyette hitap eden TRT Avaz kanalı ile de TRT uluslararası yayınlarını artırmıştır. Arapça TRT –“ETTÜRKİYYE” Kanalı da 2010'da yayına başlamıştır. Türkiye'nin Sesi Radyosu adıyla ayrıca her gün 24 dilde yayın yapılmaktadır (<http://www.trt.net.tr/Kurumsal/Tarihce.aspx>, 18 Eylül, 2013).

Televizyon yayınlarının kamu diplomasisine sağladığı katkıya son yıllarda yurtdışı pazarına açılan Türk dizileri de iyi bir örnek teşkil etmektedir. İnan'ın da belirttiği gibi son dönemde yurtdışında gösterime giren ve yoğun ilgi gören Türk dizileri ve bu dizilerde rol alan oyunculara gösterilen ilgi Türkiye'ye olan beğeni, sempati ve merakı arttırmış, Türkiye hakkında oldukça olumlu bir algı yaratılmasına neden olmuştur (İnan, 2012:66).

Türkiye'nin Atina Büyükelçisi Kerim Uras bir röportajında Yunanistan'da Türkiye ile ilgili kamuoyu algılamasının eskisi gibi olmadığını, yeni sezonda Yunanistan'da 5 Türk dizisinin gösterildiğini ve bunun ilişkilerde yakınlaşmayı sağladığını belirtmektedir. Dizilerin izlenme oranlarının yüksek olduğuna dikkat çeken Uras, bu dizilerin Yunan kamuoyunda Türkiye algısını daha sempatik hale getirdiğini ifade etmektedir. Uras, “Bu diziler sayesinde Yunanlılar, Türklerle aile bağlarının, sorunlarının ve olaylara tepkilerinin benzer olduklarını gördüler ve bu da ilişkilerde toplumsal yakınlaşmayı getirdi. Kamuoyu algısı, siyasetçiyi fazlasıyla etkileyen bir ülke olan Yunanistan'da, halkın Türkiye'ye karşı bu olumlu tutumu siyasetçileri de fazlasıyla etkilemektedir. Hatta Yunan bakanları bile bu dizileri takip etmektedirler” şeklinde izlenimlerini aktarmaktadır (<http://www.aksam.com.tr>, 9 Ekim 2012).

İlk zamanlar planlı bir uluslararası tanıtım ve diplomasinin parçası olmadan farklı ülkelerde gösterime giren bu Türk dizileri, her geçen gün daha fazla ülkede ilgiyle karşılanmakta ve yarattığı olumlu algıyla Türk kamu diplomasisine hizmet etmektedir. Türkiye'ye turist olarak gelen özellikle Arap turistler, dizilerin setlerini bile ziyaret etmektedirler. Son dönemde Kültür ve Turizm Bakanlığı bu konuya daha ciddi eğilerek, dizileri uluslararası bir tanıtım aracı olarak kullanma konusunda çeşitli çalışmalar başlatmıştır.

TESEV (Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı)'ın “Ortadoğu'da Türkiye Algısı 2011” araştırmasına göre Ortadoğu'nun Türkiye popülaritesi incelenirken,

bazı akademisyenler Türkiye'nin ekonomisine, kültürel mirasına ve televizyon dizilerine referans vermektedirler. Ortadoğu halkının Türk kültürüne yakınlığı artarken, tatil için Türkiye'yi seçenlerin sayısı da yükseliyor. 16 Ortadoğu ülkesinde yapılan araştırmaya göre katılımcıların yüzde 74'ü en az bir Türk dizisi izlemiş, çoğu birden fazla Türk oyuncunun ismini sayabiliyor. Özellikle de Gümüş/Noor¹⁵ dizisi bir fenomen haline gelmiş durumdadır (Levack ve Perçinoğlu, 2012).

Medya ve medya araçları varolduğundan bu yana topluma haber, eğlence, bilgi aktarma misyonunu yürütmektedir. Sadece ülke sınırları dahilinde hareket etmeyip, birer diplomasi ve uluslararası ilişkiler aracı olarak da ülkelerin ekonomik, siyasi, sosyal, kültürel varlıklarına dünya arenasında meşruiyet kazandırmaktadır. Geleneksel medyada şekillenen kamu diplomasisi, teknolojinin doğurduğu yeni medyada farklı boyutlar kazanmaktadır.

2.9.4. Sosyal Medya'nın Kamu Diplomasisindeki Yeri

Yeni medya ya da sosyal medya kavramı hayatımıza 1990'lı yıllar itibariyle girmiş ve 2000'lerden sonra etkisini teknolojik, sosyal, siyasi olarak her alanda göstermiştir. Çok hızlı biçimde enformasyonun üretim ve dağıtımına olanak sağlayan bilgisayara dayalı internet ortamları "küresel köy" kavramını tam karşılar niteliktedir.

Geniş anlamda sosyal medya, Web 2.0 teknolojileri üzerine kurulan, daha derin sosyal etkileşime, topluluk oluşumuna ve işbirliği projelerini başarmaya imkan sağlayan web siteleridir. Web 2.0, teknolojik boyutu vurgulanarak tanımlanırken, sosyal medya, sosyal boyutu ve kullanımı ön plana çıkarılarak tanımlanmaktadır (Bruns ve Bahnisch 2009:7'den aktaran Akar, 2010 :17).

Azua'ya göre televizyon, bilgi çağının ilk adımıdır ancak bilgisayarların özellikle de kişisel bilgisayarların gelişmesi bilgi çağının daha önemli bir adımı olmuş ve sosyal çağın oluşumunu hazırlamıştır. 2000'li yıllarla birlikte bilgi çağından sosyal çağa geçilmiştir. Youtube, Classmates gibi internetteki sosyal alanlar ve elektronik

¹⁵ Daha önce birkaç Türk dizisi bölgede yayınlanmış olsa da ilk büyük çıkış, 2006'da 22 Orta Doğu ülkesine yayın yapan MBC kanalının Gümüş dizisinin yayın haklarını almasıyla yapıldı. MBC'nin araştırmasına göre Ortadoğu'da 'Noor' adıyla yayınlanan dizinin final bölümünü 85 milyon kişi izlemiş (www.tesev.org,2012).

ağlar tüm dünyada hızla yayılmış ve milyonlarca kullanıcıya ulaşmıştır (Azua, 2011:66-67).

1992-2002 yılları arasında 1 gigabyte saklamanın bedeli 1000 dolarken, bugün 2.53 dolara düştü. Bu zaman zarfında dünya genelinde internet kullanıcıları 1.14 milyondan 544 milyona ulaştı. 1998’de internet kullanıcılarının oranı Amerika’da %48, Avrupa’da % 21 Asya’da (Japonya dahil) bu oran %9 idi (Wyne, 2009: 40). Birleşmiş Milletler bünyesindeki Uluslararası İletişim Birliği’nin (International Telecommunications Union) 2010 verilerine göre ise 2 milyar internet kullanıcısı bulunmaktadır. İnternet kullanıcılarının % 71’i gelişmiş ülkelerde iken, geri kalan kullanıcılar gelişmekte olan ya da az gelişmiş ülkelerde bulunmaktadır. 420 milyon internet kullanıcısıyla Çin, dünyadaki en büyük internet pazarını oluşturmaktadır (<http://www.itu.int/ITU-T/ict/facts/2011/material/ICTFactsFigures2010.pdf>, 2012). Dolayısıyla İngilizce’yle birlikte Çince, İspanyolca, Arapça vb. dillerin internet ortamında kullanımı da yaygınlaşmıştır. Buna istinaden Wyne, küresel iletişim devriminin sınırlarının çoğunlukla gelişmiş ülkelerle sınırlandığını belirtmekte ancak internetin küresel bir karakter unsur haline geldiğinin altını çizmektedir (2009: 40).

World Wide Web (www) sınırlandırılmamış, aracılığın olmadığı ve demokratikleştirilmiş bir pazar olarak insanların kendi girişlerini ve kullanımlarını kontrol ettiği bir yerdir. Temel olarak www, farklı bir iletişim aracı yaratmaktadır. Televizyon sadece pasif olarak izlenen bir ekranken, internet ise birbirleriyle tutkuları, hobileri, işleri, ilgileri, politik görüşleri etrafında bir araya gelen, kendi kendine organize olan milyonlarca insan topluluğuyla iki yönlü etkileşim kurmayı sağlar (Akar, 2010: 10).

Sosyal çağda sosyal medya, Web 2.0 teknolojik alt yapısıyla insanlar arasında çift yönlü iletişim kurma, ilişki yaratma, etkileşimde bulunma ve işbirliği oluşturmaya olanak sağlayan, birçok servisi bulunan internet siteleridir. Sosyal medya, maddi bedelsiz, arada başka herhangi bir araç olmadan bireylerin doğrudan aynı anda binlerce kişiye ulaşmasına, etki yaratmasına olanak sağlamaktadır.

İki yönlü karşılıklı iletişim aracılığıyla, katılımın yüksek olduğu sosyal medya sitelerinde insanlar, sadece müzik, resim indirmeyip açıklıkla her türlü bilgiyi paylaşmakta, örgütlenmekte, topluluk yaratabilmekte, bir kamuoyu oluşturabilmektedir. Sosyal medya artık sadece bireylerle sınırlı olmamakla birlikte,

devlet başkanları, devlet birimleri, kanaat liderleri, şirketler, markalar hatta geleneksel medya tarafından bile kullanılmaktadır.

Daha önceki sayfalarda da dile getirildiği gibi ABD, 2008 yılında “Kamu Diplomasisi 2.0 Stratejisi” programını geliştirmiş ve işbirliğini özendirmek, mesaj kampanyaları yürütmek amacıyla “çevrimiçi sosyal iletişim ağı” uygulaması başlatmıştır.

2007 Mayıs’ında Pentagon geçici olarak asker alımı yapmayacağını popüler video paylaşım sitesi olan Youtube aracılığıyla duyurmuştur. 2008 ABD seçimlerinde adaylar Youtube üzerinden seçmenlerine seslenmiş hatta canlı olarak tartışma programında bulunmuşlardır (Wyne, 2009: 41).

ABD başkanı seçilmesinden önce dijital alanda ve sosyal medyada büyük yatırımlar yapan Barak Obama, Twitter ve Facebook’un aktif kullanıcısı idi. Bunlarla birlikte Obama için açılan mikrositeler, iPad uygulamaları seçimin galibi olmasında büyük etken olarak değerlendirilmektedir. Obama’nın yanı sıra çeşitli devlet kurumları da sosyal medyada yer almaya başlamıştır. Örneğin, U.S. Army – Amerikan Ordusu’nun da resmi bir Facebook sitesi mevcuttur.

Türkiye’de en çok takipçisi olan hesaplardan biri de Cumhurbaşkanı Abdullah Gül’e aittir. @cbabdullahgul adlı Twitter hesabının 2 milyondan fazla takipçisi bulunmaktadır. Abdullah Gül, Twitter hesabından kimi zaman yurtdışı gezi fotoğraflarını ve mesajlarını aktardığı gibi, 30 Ağustos’ta bulunduğu hastane odasından da fotoğraflarıyla birlikte Zafer Bayramı mesajlarını iletmiştir. ABD’de olduğu kadar olmasa da ülkemiz devlet kurumlarında da sosyal medya kullanımı başlamıştır. Resmi Facebook sayfasıyla Dışişleri Bakanlığı, diğer kamu kurumlarına öncelik yapmaktadır. Benzer şekilde Başbakanlığa bağlı Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü’nün de @BasbakanlikKDK ve @TRDiplomacyPblc adreslerinde Twitter hesabı bulunmaktadır. Kamu diplomasisi konusunda haberlerin ve fikirlerin yer aldığı, akademisyenlerin uzmanların makalelerinin bulunduğu Kamu Diplomasisi Enstitüsü’nün de @PDinstitute adıyla Twitter’da hesabı bulunmaktadır.

Artık her bilginin sanal ortama taşındığı bir dünyada ülke tanıtımlarının yapılmasında, kültür ve politikalarının anlatılmasında dijital ortamlar sınırsız bir kullanım alanı ve ifade özgürlüğü sunmaktadır. Sosyal medya uluslararası ve toplumsal gücünü Kuzey Afrika ve Arap ülkelerinde yaşanan olaylarla da

göstermiştir. Son yıllarda Arap ülkelerinde Facebook, Twitter ve bloglar üzerinden örgütlenen aktivist gruplar ülkelerinde büyük değişimlerin yolunu açtılar. İlk zamanlar Arap Baharı olarak nitelendirilen bu devrimsel hareketler sonrasında yaşanan çatışmalar ve kırılmalarla birlikte sonbahar şeklinde değerlendirilse de sosyal medyanın toplumsal olaylarda bir fenomen olarak ortaya çıkışının tarihsel bir göstergesi olmuştur demek mümkündür.

Sosyal medya ortamından toplumsal ortama hatta uluslararası arenaya taşan fikirler, olaylar uluslararası ilişkilerin de boyutunu ve işleyişini değiştirmiş dolayısıyla kamu diplomasisi de biçim değişikliğine uğramıştır. Karşılıklı etkileşimi, çift yönlü iletişimi öngören kamu diplomasisi; halklar arasında fiziki, tarihi, kültürel sınırlar olmadan bilgi alışverişi imkanı sağlayan sosyal medya ile uzlaşma, dahil olma, dinleme, arabulucu, ortak dil oluşturma işlevlerini yerine getirmektedir. Google Chat, Second Life, Microsoft Lync, Skype, My Space, Facebook, Twitter yarattığı çoğulcu ortamlarla kamu diplomasisinin işbirliği yaratılması ve mesajların ortak alanda tartışılması işlevlerine de imkan sağlamaktadır. Farklı ülkelerde yaşayan insanlar bu sosyal medya ortamlarında bilimsel, akademik, siyasi ya da özel alanlarıyla ilgili her türlü düşünsel ve görsel öğeyi paylaşarak toplumlar arası köprüler inşa edebilmektedirler.

Sosyal medya, değişim programları ve kültürel diplomasi çalışmalarında da sınırsız seçenekler sunmaktadır. Sosyal medya daha önce hiç olmadığı kadar insana ulaşma olanağı sunmaktadır. ABD Dışişleri Bakanlığı resmi blogu DipNote'ta sosyal medyanın kullanım alanlarının, yasakların olduğu ülkelerin (İran, Küba gibi) bile önüne geçtiği vurgulanmaktadır. Amerikan büyükelçileri gittikleri ülke halklarına kendilerini sosyal medya üzerinden yayınlanan videolar, yerel medya ve web-chat'lerle tanıtmaktadırlar. Kamu diplomasisinin insanları dinleme ve onlarla konuşma işlevini ABD Dışişleri, sosyal medya ortamında her gün binlerce insana – STK liderleri, işadamları, öğrenciler, akademisyenler- değişim programları ve yuvarlak masa toplantıları aracılığıyla ulaşılarak yerine getirmektedir. Yaklaşık 800 noktada (gerek bir kütüphanede gerekse İnternet üzerinden), yabancı halkla iletişime geçebilecek imkana sahip olan Amerika bu sayede yabancı halka nasıl İngilizce öğrenebilecekleri, bilgiye ulaşabilecekleri, Amerika'yı tanıyabilecekleri, Amerika'da

eğitim imkanları bulabilecekleri konusunda bilgi aktarmaktadır (<http://blogs.state.gov/dipnot>, 2013).

Benzer şekilde Aralık 2011’de internet üzerinden <http://iran.usembassy.gov> adresiyle kurulan sanal elçilikle İran halkı ile diyalog öngörülmektedir. 30 yıldır İran ile diplomatik ilişkisi bulunmayan ABD, İranlılar’a ulaşmak için sanal elçilik yöntemini denedi ancak ilk günden İran hükümeti vatandaşlarının siteye erişimini engelledi. İran dışındaki ülkelerde siteye erişimde sorun bulunmamakta ve sanal büyükelçilik sitesini sosyal paylaşım ağlarından takip etmek mümkün olmaktadır (<http://www.cnnturk.com>, 2011). İngilizce ve Farsça olarak iki dilde hazırlanan sitede İran halkına ABD ve ABD yaşamı, eğitimi vb hakkında bilgi aktarımı yapılmaktadır.

ABD Dışişleri Bakanlığı yeni stratejisi çerçevesinde sosyal medya aracılığı ile Suriye’de olan gelişmeleri takip etmektedir. Suriye büyükelçisi Robert Ford, büyükelçiliğin Facebook sayfasını kullanarak şehire doğru hareket eden tankların uydu fotoğraflarını takipçileri ile paylaşmaktadır. Bu açıdan sıkça Facebook ve Twitter kullanarak vermek istediği mesajları daha kolay ve kapsayıcı şekilde veren büyükelçi Ford’u yeni nesil diplomat olarak tanımlanmaktadır. ABD Dışişleri Bakanlığı inovasyondan sorumlu kıdemli danışmanı Alec Ross tüm diplomatlara ‘bir ağzınız fakat iki kulağınız var, asla diplomasiyi resmi masalara kilitlemeyin, misyondan dışarı çıkın, oradaki insanlarla iletişime geçin ve onları anlamaya çalışın’ yönlendirmesinde bulunuyor. Sosyal medya sayesinde Suriye Elektronik Ordusu adı verilen bir bloggerlar grubu çalışmalarını Ford’un yönlendirmeleri sayesinde yapmakta ve bu sayede ABD açısından riski minimum seviyeye indirerek, kitlelere istenen mesajların ulaşmasını sağlamaktadır. Alec Ross, sosyal medyayı televizyona göre çok daha az riskli buluyor. Sosyal medya üzerinde bir anda gerçekleştirilmeyen, düşünülüp analiz edilen girdi sayesinde daha az seviyede hata ve risk faktörü oluşturduğunun altını çizmektedir (Keleman, 2012).

Keleman ABD Dışişleri Bakanlığı’nın 195 Twitter ve 288 tane Facebook’ta hesabı bulunduğunu aktarmaktadır. Twitter hesapları 11 dilde takipçileriyle buluşmaktadır. Bu diller: Arapça, Çince, Farsça, Fransızca, İngilizce, Hintçe, Portekizce, Rusça, İspanyolca, Türkçe ve Urduca. ABD’nin BM temsilcisi Susan Rice’in Twitter’da 130 bin, Japonya Büyükelçisi John Roos’un 49 bin, Tayland

büyükelçisi Kristie Kenney'in 28 bin ve Rusya temsilcisi Michael McFaul'un 16 bin takipçisi bulunmaktadır (Keleman 2012).

Görüldüğü üzere sadece bireyler değil devletler ve onların temsilcileri de sosyal medyayı aktif şekilde kullanmaktadır. Özellikle ABD'nin bu konuda çok aktif olarak başrol oynadığını söylemek yanlış olmaz. Gelişen teknoloji toplumsal yaşantımızdaki tüm alışkanlıklarımızı, yaptığımız işleri sanal ortama taşıyacak gibi görünmektedir. Dünyadaki birçok ülkenin tersine kamu diplomasisi kavramı Türkiye için yeni bir kavram olmakla birlikte, bu yeni kavram yeni medya ile ilerleyen zaman içinde daha fazla ilişki içinde olmak zorunda kalacaktır. Bu sayede ulaşılmak istenen hedef kitlelere daha hızlı ve etkin şekilde hizmet sunma olanağı doğacaktır.

2.9.5. Kamu Diplomasisi ve Spor

Uluslararası ilişkilerin geleneksel diplomasi kuralları, ilke ve araçlarının dışına çıkan kamu diplomasisi, ülkelerin yumuşak güçleriyle hayat bulmaktadır. Medya, bilim, sanat, kültürle birlikte spor da ulusların evrensel boyutta genel paylaşım alanlarına dahildir. Gerek ülke sınırları içinde gerek dışında kitleleri ardından sürükleyen, kimi zaman milyarları saatlerce ekrana bağlayan, insanların günlük yaşantılarının seyrini değiştiren önemli bir güç olan spor, toplumlar ve devletler arasında ilişkilerin güçlendirilmesi yanında, ülke tanıtımları ve prestijleri açısından da önem taşımaktadır.

1960'lı yıllardan günümüze teknoloji sayesinde iletişimde yaşanan gelişmeler bireylerin ve toplumların sosyal yaşam tarzlarını eski yıllarla kıyaslanamayacak kadar değiştirdi. Yaşanan bu değişim "Kamu diplomasisi"nin anlam ve kapsamını genişlettiği gibi dünyadaki diplomasi anlayışına da olumlu yansıdı. Sporun, ulusları etkileme ve dünya çapında gündem oluşturma gücü bakımından "diplomasi"deki yerinin altı artık kalınca çizilmeli. Günümüzde spor, "yumuşak güç" olarak da adlandırılan "kamu diplomasisi"nin bir unsuru olarak barışa büyük bir katkı sağlamaktadır (Erandaç, 2011).

Uluslararası müsabakalarda milli takımlar ve onları desteklemeye giden seyirciler turnuvada bulunmanın yanı sıra ülkelerinin uluslararası kamuoyundaki prestijlerinin artmasına da katkı sağlarlar. Tanıtım faaliyetlerini, büyük spor organizasyonları

sayesinde daha etkin hale getirmek mümkündür. Ancak sporun ülkeler için başarılı bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabilmesi, istikrar ve süreklilik arz ettiği müddetçe olabilir (Erhan, 2010).

Tarihte spor, ülkelerin ve ideolojilerin bir aracı olarak da kullanım alanı bulmuştur. Örneğin Hitler sporu kendi ideolojilerine alet ederek, diğer ırklar üzerindeki üstünlüğünü ispatlayabilmek adına kullanmıştır.

Soğuk Savaş yılları boyunca Batı ve Doğu bloku ülkeleri her alanda olduğu gibi spor alanında da birbirlerine karşı üstünlük sağlamaya çalıştılar. Uluslararası sportif organizasyonlarda Amerikalı ve Sovyet sporcuların birbirleriyle yarışmaları, dünyaya “biz onlardan daha iyiyiz” mesajı verilmesi için kullanılmaya çalışıldı. Zaman zaman da ideolojik mücadelenin gölgesi sporun üzerine düştü. Batılı ülkeler 1980 Moskova Olimpiyatlarını, Doğu bloku ülkeleri ise 1984 Los Angeles Olimpiyatlarını boykot ettiler. Diğer yandan sporun Soğuk Savaş döneminde bile bir diplomasi aracı olarak kullanıldığı da olmuştur. 1971’de ABD masa tenisi milli takımının Çin Halk Cumhuriyeti’ne davet edilmesiyle 1949’dan beri kesik olan ilişkiler ilk kez kuruldu. Masa tenisi müsabakalarını, ABD Başkanı Richard Nixon’ın ABD-Çin ilişkilerinde bir dönüm noktası sayılabilecek Pekin ziyareti takip etti. Bir diğer örnek ise Türkiye-Ermenistan ilişkilerinden verilebilir. 2008’de iki ülke milli takımları arasında Erivan’da yapılan maça Cumhurbaşkanı Abdullah Gül’ün de gitmesi, futbol diplomasisi olarak nitelendirilmişti (Erhan, 2010).

Spor, büyük kitleleri arkasından sürükleyen yegâne unsurlardan birisidir. Dünya kupaları, olimpiyatlar gibi büyük organizasyonlar aynı anda milyarlarca seyirciye ulaşmaktadır. Dünyada başka hiçbir şey yok ki aynı anda milyarlarca kişinin katılımı sağlanabilsin. Spor bu anlamda çok büyük bir (yumuşak) güç barındırmaktadır. Büyük müsabakalarda alınan başarılar, kısa zaman içinde o ülkeyi dünya gözünde farklı noktalara taşıyabilmektedir. Ancak spor öyle bir alan ki bu başarılar devam ettiği sürece ülkelerin adları dünya kamuoylarının zihninde kalabilmektedir. Yani kamu diplomasisinde sporun etkin kullanımı için bu alanda istikrarlı çalışma yürütmek gerekir.

Sporda yazılan başarıların arkasında yetenekli sporcularla birlikte iyi bir devlet politikası da şarttır. Kitlelere en kolay ulaşma yollarından biri olan sporu diğer alanlara göre daha kolay bir kamu diplomasisi alanı olarak kullanabileceğini fark

eden devletlerin, bu konu üzerindeki destek ve planlarını da ona göre çizmeleri önemlidir.

Amerikan kamu diplomasisi örneğin sporu güçlü bir araç olarak kullanmaktadır. Futbol kadar yaygın olmamakla birlikte beyzbol özellikle Amerika'da oldukça popülerdir ve beyzbol maçları, 11 dilde 224 ülkeye ulaşmaktadır. Ünlü beyzbolcu Ken Griffey, George Bush iktidarı döneminde kamu diplomasisi alanında çalışma yapmakla görevlendirilmiştir. Basketbol denilince akla gelen NBA ise tüm dünyada tam bir fenomendir (Akçadağ, t.y1:11).

Amerika'da beyzbol ve basketbol en popüler spor dalları olurken futbol ve futbol takımları tüm Avrupa için çok önemlidir. Özellikle futbolun doğum yeri olan İngiltere'de futbol takımlarının değerleri birçok markanın önüne geçmektedir. Örneğin Manchester United dünyanın en zengin ve en popüler futbol kulüplerinden biridir. 1.190.000.000 Sterlin değerinde olduğu tahmin edilen kulüp dünyanın en değerli futbol kulübüdür. Takımın aynı zamanda 24 ülkede 200'den fazla taraftar kulübü bulunmaktadır. (<http://news.bbc.co.uk/2/hi/business>, 2010).

Benzer şekilde İspanya için de futbolun kamu diplomasisi değeri oldukça fazladır. Dünyanın ikinci büyük takımı Real Madrid ve dördüncü büyük takımı Barcelona'ya (<http://news.bbc.co.uk/2/hi/business>, 2010) sahip olan İspanya tüm dünya ve Avrupa kupalarında sergilediği başarılı performansla dünya insanlarının dikkatini üzerine çekmektedir. Futboldan ve futbolun çekiciliğinden bahsedince Brezilya'yı atlamamak gerekir. Karnavallarıyla dünyada dikkati üzerine toplayan Brezilya, bütün Dünya Kupalarına katılan tek ülke ünvanını elinde bulundurmaktadır.

Kamu diplomasisinin önemini fark eden ve kullanmaya başlayan Türkiye de son yıllarda yumuşak güç kaynaklarına daha fazla yatırım yapmaya başlamıştır. Bu çalışmalardan bazılarışöyledir: İstanbul, Şampiyonlar Ligi Final Maçı, Formula 1, Moto GP ve Red Bull Air Race gibi organizasyonlara ev sahipliği yaptı.İstanbul'da ayrıca geniş çaplı spor etkinlikleri kapsamında 2009 yılında UEFA Kupası Finali ve Dünya Basketbol Şampiyonası gerçekleştirildi. Türkiye, 2010 toplamda çeşitli spor branşlarında 19 uluslararası organizasyona ev sahipliği yaptı. 18 ülkede canlı yayınlanan organizasyon ile 2012 Avrupa Spor Başkenti İstanbul, 3 gün boyunca 3 milyarı aşkın insana ulaştı (<http://www.ibb.gov.tr>, 2012). Ayrıca, Antalya'da

düzenlenen UEFA 19 Yaş Altı Kadınlar Avrupa Futbol Şampiyonası, 2012 yılında Erzurum'da Üniversiteler Kış Oyunları, 2012 Trabzon'da yapılan Avrupa Olimpik Gençlik Yaz Festivali, Ankara'da Dünya Yıldız Kızlar Voleybol Şampiyonası ve İstanbul'da Avrupa Atletizm Takımlar Şampiyonası gibi spor etkinliklerine ev sahipliği yapılmıştır.

Büyük şehirler dışında farklı şehirlerin de çeşitli özellikleriyle ön plana çıkarılması ve özellikle dünya sahnesine sunulması, yeni marka şehirler yaratılması açısından önemlidir. Sadece turistik anlamda değil, bilinirlik, tanınırlık ve farkındalık yaratma anlamında bu tarz çalışmalar süreklilik arz etmelidir. Yumuşak güçlerin birlikte ve dengeli kullanılması kamu diplomasisinin işleyişini kolaylaştıracaktır.

Dünyadaki gelişmeler ve yukarıda aktarılan örneklerden de görüldüğü üzere, spor insanoğlunun her an hayatında olabilen bir yapıya sahiptir. Sporun yapılması çok eski çağlara dayanmasına rağmen, evrensel boyuta aktarılması, organize şekilde planlanması, düzenlenmesi ve paylaşılması geçtiğimiz yüzyılda başlamıştır.

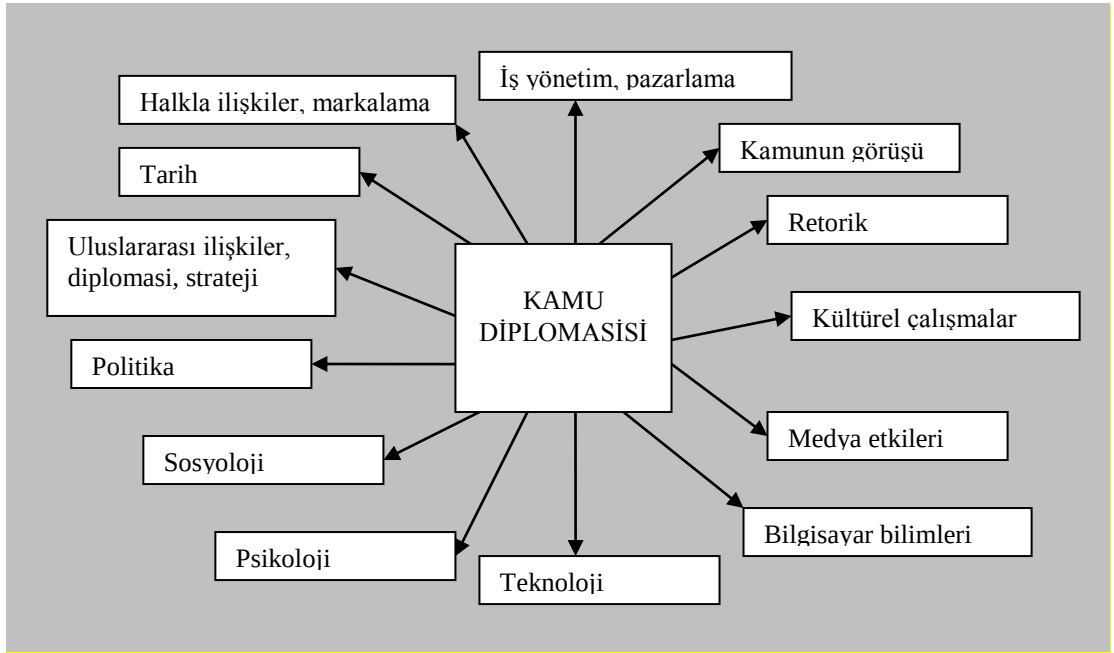
2.10. Kamu Diplomasisi ile İlişkilendirilen Disiplinler

Kamu diplomasisi gerek yapılan faaliyetler, gerekse kullandığı araçlar nedeniyle çok disiplinli bir yapıya sahiptir. Gilboa çoklu disiplinden beslenen alanlardan olan kamu diplomasisinin, değişim ve gelişiminde özellikle kitlesel iletişim, uluslararası ilişkiler ve politikanın etkili olduğunu belirtmektedir (2008: 56). Çok sayıda farklı teori ve model tarafından desteklenen kamu diplomasisini kavramsal ve yapısal olarak en fazla besleyen sosyal bilimlere ise; uluslararası ilişkiler, iletişim çalışmaları, halkla ilişkiler ve pazarlamadır.

Kitlesel iletişim yani internet ve küresel haber ağları, tüm haber ve bilgilerin temel kaynağı haline gelirken; politikadaki gelişmeler birçok toplumu otokrasiden demokrasiye taşımış, toplumsal katılımı artırmıştır. Uluslararası ilişkilerdeki gelişmeler ise, dış politikanın amaç, araç ve hedeflerinde değişime yol açmıştır. Örneğin; toplumları etkilemede, geleneksel askeri ve ekonomik yöntemler yerine daha kalıcı olmak adına ikna ve çekim gücüyle imaj ve itibar oluşturmak daha önemli hale gelmiştir (Gilboa, 2008:56).

Gilboa'ya göre, birçok akademisyen kamu diplomasisi ile propaganda, halkla ilişkiler, uluslararası halkla ilişkiler, psikolojik savaş ve kamusal ilişkileri birbirine

karıştırmaktadır (2008: 56). Aslında bu alanların birbirlerinden farklı olduğu kadar çok sayıda da benzer ve ortak noktaları bulunmaktadır. Çoklu disipline sahip kamu diplomasisi, farklı bilimlerin teori ve modelleriyle beslenmektedir. Özellikle uluslararası ilişkiler, iletişim çalışmaları, halkla ilişkiler ve pazarlama diğer disiplinlere nazaran daha fazla kamu diplomasisini teorik ve ampirik olarak beslemektedir (Şekil, 11):



Şekil 11: Kamu diplomasisini destekleyen disiplinler (Gilboa, 2008:74).

Gilboa'nın Şekil 11'de bahsettiği disiplinlerin tamamı kamu diplomasisinin gerek teorik gerekse uygulamadaki tabanını oluşturmaktadır. Kamu diplomasisi halkla ilişkilerle benzer araç ve yöntemler kullanırken, psikoloji ve sosyolojik bilgi olmadan toplumların algısının değiştirilmesi mümkün değildir. Farklı toplumlara yönelik bir çalışma alanını kapsadığı için uluslararası ilişkiler ve bu ilişkileri yürütecek politika bilimi, kamu diplomasisinin ana damarını oluşturmaktadır. Bugün teknolojinin olmadığı bir alan kalmadığı gibi, fikirlerin yayılmasında en yaygın yöntem de gerek geleneksel gerekse dijital medyadır. Diğer taraftan yabancı toplumlara yaklaşım elbette ki iyi bir kültürel çalışmayı gerektirmektedir. Tüm bunlara istinaden kamu diplomasisinin çok yönlü, çok aktörlü ve çok kapsamlı bir çalışma alanı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Yukarıda da belirtildiği üzere kamu diplomasisi faaliyetleri gereği propaganda, halkla ilişkiler, lobicilik ve ulus markalama ile sıkça birlikte anılmaktadır. Bu sebeple aşağıda kamu diplomasisi ve bu kavramlar birlikte ele alınarak irdelenecektir.

2.10.1. Kamu Diplomasisi ve Propaganda

Propaganda çağlar boyu kitlelerin yönlendirilmesi yolunda kullanılmış bir ikna edici iletişim yöntemidir. Başlangıçta güzel söz söyleme sanatı olarak ve dinin yayılması amacıyla kullanılan propaganda, günümüzde daha çok siyasal alanda anlam kazanmaktadır.

En gelişmiş demokrasilerden, en otoriter sistemlere kadar tüm toplumlarda görülen propaganda günümüzde otoriter rejimlerin hakim olduğu geri kalmış ve gelişmekte olan ülkelerde devlet eliyle yürütülmekte, yoğun olarak da varlığını göstermektedir. Özünde siyasal bir süreç olan propaganda, hükümet, partiler, yönetim ve baskı gruplarının, kamuoyunun davranışını kendi paralelinde değiştirmek için kullandıkları etkileme tekniklerini içermekte ve yönetilenler ile yöneten arasında bir iletişim aracı şeklinde siyasi bir güç olarak ortaya çıkmaktadır.

20. yy. başında Hitler, Mussolini ve Lenin gibi liderlerin kitlelerin yönlendirilmesinde elde ettikleri başarılar iyi örgütlenmiş propaganda faaliyetlerinin sonuçlarıdır. Gerek Lenin, gerek Mussolini gerekse Hitler dikkatlice hazırladıkları propaganda mesajlarını birçok iletişim aracı kullanarak yaymışlardır. Bunlar: Eğitim kurumları, film, gazete, pullar, kitaplar, çizgi film, billboard reklamlar, karikatürler, posterler, müzik, şiir, haberler, hikayeler, fotoğraflar, psikolojik manüpilasyon, günlük konuşmalar, broşürler, yalan haberler gibi araçlardır (Jowett ve O'Donnell, 1999:162).

Propaganda özellikle I. Dünya Savaşı'ndan sonra bilimsel olarak incelenmiş ve önemli bir etki aracı olarak kullanılmıştır. Lenin'in Bolşevizmi gerçekleştirmesinde, Hitler'in başarılarının temelinde ustalıkla hazırlanmış propaganda faaliyetleri yatmaktadır. Bu liderler çeşitli demeçlerinde, başarılarının temelinde propagandanın olduğunu belirtmişlerdir. Hitler: "Propaganda sayesinde iktidara geldik, propaganda sayesinde dünyayı fethedeceğiz" sözlerini konuşmalarında sık sık tekrarlamıştır (Daver, 1977:283). 20.yy'ın ikinci yarısından itibaren Amerika'nın egemenliği

güçlenmeye başlamış, Doğu Blok'unun yıkılışı ile tek güç olmayı başarmıştır. 21. yy'da her ne kadar çoklu aktörler döneminden bahsediyor olsak da bu sürece hala ABD'nin propaganda çalışmaları damgasını vurmaktadır.

Siyasi literatürde olumsuz bir anlama sahip propaganda konusunda özellikle iletişim çalışmaları alanında çeşitli tereddütler ve kabul görmemeler söz konusudur. Qualter'a göre ise propaganda;

"Bir bireyin veya grubun başka bireylerin veya grupların tutumlarını belirleyip biçimlendirmek, kontrol altına almak veya değiştirmek için, haberleşme araçlarından yararlanarak ve bu bireylerin veya grupların belirli bir durum veya konumdaki tepkilerinin kendi amaçlarına uygun tepkiler şeklinde olacağını umarak giriştikleri bilinçli bir faaliyettir." (Qualter, 1980:279)

Bektaş ise propagandayı şöyle tanımlamaktadır: "Belli çıkarları olan bireylerin ya da grupların başkalarının kanılarını ve davranışlarını etkilemek amacıyla, önceden tasarlanmış, ikna ve telkin tekniklerini kullanarak yaptıkları eylemlerdir" (2007:150).

Propaganda faaliyetlerinde tek yönlü iletişim yöntemiyle, bir fikir düşünce veya eylemin benimsetilmesi, yayılması ve hatta aşılması amaçlanır. Bilinçli olarak yapılan bir manipölasyon olan propaganda, değişik alanlarda incelenme ortamı bulmuştur. Lenin ve Hitler dönemlerinden itibaren bilimsel anlamda bir etki aracı olarak kullanılan siyasi propaganda, toplumsal ve teknolojik gelişmelere paralel olarak yapısal değişikliklere uğramıştır. Propagandanın ve etkilerinin kapsamlı şekilde ele alındığı alanlardan biri de iletişim çalışmalarıdır.

Ana akım ve eleştirel olmak üzere iki farklı yaklaşım çerçevesinde değerlendirilen iletişim çalışmalarının 1930 ve 40'larda tamamen siyasi yönelimli olması, propaganda araştırmalarına hız kazandırmıştır. Bu dönemde kitleleri yönlendirme ve denetleme ihtiyacından kaynaklanan propaganda ve kamuoyu çalışmaları iletişim kuramlarının da temellerinden biri olmuştur.

Ana akım yaklaşımının kurucularından ve kavramsal donanımına ilişkin ilk yapıt "Propaganda Techniques in the World War- (1927)" adlı eserin sahibi olan Harold D. Lasswell'e göre propaganda bundan böyle demokrasiye yakındır. Ana akım yaklaşıma göre, propagandadaki kaynak ile alıcı arasındaki ilişki, uyarı-tepki çerçevesinde gerçekleşen bir süreçtir. Kaynak konumundaki propagandacı, alıcıda

dilediği tepkilerin oluşması için uyarıcı mesajlar gönderir ve böylece alıcıda arzu ettiği düşüncelerin ve davranışların ortaya çıkmasını hedefler (Robins, Webster ve Pickering 1987:2-3'den aktaran Atabek, 2003).

19. yy'ın sonundan İkinci dünya Savaşı'na kadar geçen dönemde kitle hareketlerinin ortaya çıkması, Faşizmin Almanya ve İtalya'da iktidara gelmesi, Rus Devrimi sonucunda SSCB'nin kurulması, kitlelerin yönlendirilmesinde propagandanın çok güçlü bir araç olduğu yönünde bir görüş ortaya çıkmıştır. Chicago Üniversitesi'nde siyaset bilimi üzerine dersler veren Lasswell, siyasal iktidarların sadece fiziksel güç kullanmadıklarını, bunun yanında kamuoyunun kitle iletişim araçları vasıtasıyla oluşturulduğunu belirtmiştir. Onun yaklaşımı kitle iletişim araçlarının propaganda amaçlı olarak kullanıldığını ve böylece kamuoyunun etkilendiği görüşüne dayanıyordu. Çünkü kitle insanı propagandaya karşı direnecek bir eleştirel bir akıldan ve bilgi birikiminden yoksun olarak görülüyordu. Ekonomik, siyasal ve entelektüel seçkinler, kitle iletişim araçlarını kullanarak bu insanları yönlendirebiliyorlardı (Yaylagül, 2010: 52-53).

Bu yaklaşımla geliştirilen ilk kuram *hipodermik iğne, sihirli mermi, şırınga, uyarıcı-tepki ya da propaganda modeli* olarak da bilinen modeldir. Bu modele göre kitle iletişim araçlarının bir iğne gibi izleyicilere hemen etki edip, onlara istediği görüşleri kolayca benimsetebildiği yani, kitle iletişim araçları ile izleyiciler arasında mekanik bir etki-tepki ilişkisi olduğu ileri sürülüyordu (DeFleure 1975:158). McQuail'in (1991) Güçlü Etkiler Dönemi olarak değerlendirdiği bu dönemde, Nazilerin iktidarları süresince kitleleri etkilemede kitle iletişim araçlarını etkin şekilde kullanmaları buna en güzel örnek olarak gösterilmektedir.

1921 yılında ünlü Amerikalı gazeteci Walter Lippmann demokrasi sanatının “rıza inşası” gerektirdiğini söylemiştir. Aslında Chomsky'ye göre asıl fikir şudur; ABD gibi hükümetin insanları güç kullanarak kontrol edemediği bir ülkede, insanların ne düşündüklerinin kontrol edilmesi daha mantıklıdır. Halbuki totaliter rejimlerde propaganda düşünceleri kontrol etmez, “resmi doktrin bu, uymazsan başın belaya girer, eğer çizgiyi aşarsan sana bir şey yaparız çünkü gücümüz var” der). Lipmann, 1920'lerin başında yazdığı bir yazısında, propagandanın çoktan beri “halk yönetiminin düzenli bir organı” haline geldiğini ve gün geçtikçe gelişip inceldiğini ve önem kazandığını ileri sürmüştür (Herman ve Chomsky, 1999: 11).

Propaganda ile ilgili yapılan ilk çalışmalar ile kamuoyu, konusundaki çalışmalar demokrasi, iktidar, iletişim, medya, manipölasyon gibi konularla ilgileri bakımından birbirleriyle kesişiyordu. Birey ile birey ve birey ile iktidar arasındaki iletişim ve bilgi akışı her iki çalışma alanının da odak noktalarını oluşturuyordu. Ancak, demokratik siyasal sistemlerde kamuoyu ve propaganda arasında işlev bakımından önemli bir fark bulunmaktadır. Kamuoyu, toplumsal talepleri siyasal iktidara ve çeşitli karar mekanizmalarına ileterek olumlu bir işlevi yerine getirmektedir. Öte yandan propaganda ise gerek siyasal iktidarın gerekse diğeri toplumsal güç odaklarının kamuoyunun taleplerini kasıtlı bir manipölasyon süreciyle engelleme ya da içeriğini değıştirme girişimi olarak ortaya çıkmaktadır (Atabek, 2003).

Günümüzdeki ileri kapitalist toplumlarda propaganda ve bilginin kontrolü giderek artan bir şekilde yaygınlaşmakta ve tüm sistemi biçimlendirmektedir. İleri kapitalist toplumlarda bilgi yönetim ve kontrol sistemini ayakta tutan birbiriyle yakından ilişkili dört unsurdan söz edilmektedir (Atabek, 2003):

1-Propaganda, halkla ilişkiler ve reklamcılık gibi aktif ikna kuruluşları,

2-Bazı bilgilere toplumun geniş kesimlerinin ulaşmasını sınırlamak isteyen çeşitli gizlilik, güvenlik ve sansür mekanizmaları,

3-Bilgiyi metalaşmaya ve ticarileşmeye doğru götüren piyasa güçleri, patent ve kopyalama hakları gibi nedenlerle enformasyon akışını iş çevrelerinin değıerlerine ve önceliklerine bağımlı kılan giderek hızlanan gelişmeler,

4-Siyasal ve sosyal kamuoyu araştırmaları, pazar araştırmaları gibi ticari ve siyasi çıkarlara hizmet eden bilginin toplanmasındaki artış (Robins, Webster ve Pickering 1987:2-3'den aktaran Atabek, 2003).

Bilgiyi elinde bulunduran iktidarlar gücü de kontrol edebilirler. Günümüzün ileri teknolojisinde bilginin üretim ve dağıtım alanı genişledikçe bireyleri, grupları etki altına almak daha kolay görünse de, bu etki alanının zorla değıil, toplumsal rıza ile gerçekleşmesinin altı çizilmektedir. Demokrasi ile güçlenen kamuoyunu, hükümetler karşılarına almak yerine kamuoyu ile birlikte hareket etme yolunu tercih etmek durumundadırlar. Bu noktada değıişim, propagandayı kamu diplomasisi kavramı ile buluşturmaktadır.

Propaganda üzerine çalışanlar, kamu diplomasisinin propagandadan doğıduğunu, ortak bir tarihi köke ve benzer karakterlere sahip olduklarını iddia etmektedirler.

Eğer propaganda faydalı bir kavram olacaksa Cull, propagandanın öncelikle küçük düşürücü anlamından sıyrılması gerektiğini öne sürmektedir. Bu ifadeyle propaganda, bilgilendirme ve eğitim gibi geniş çaplı, etik, tarafsız faaliyet göstermelidir. Propagandayı eğitim veya bilgilendirmeden ayıran şey, insanlara ne düşünmeleri gerektiğini söylemesidir. Bilgilendirme ve eğitim, insanların perspektiflerini genişletir, fikirlerini açar fakat propaganda bu fikir ve perspektifleri daraltarak kapatmayı amaçlar. Farklılık her ikisinin amacında yatmaktadır (Melissen, 2007:16-18).

Günümüzde başka ülke kamuoylarını etkilemede propaganda halen çok etkili şekilde kullanıldığı gibi uluslararası halkla ilişkiler, kamu diplomasisi gibi kavramlar farklı biçim, içerik ve yöntemleriyle propagandadan daha etkili olduklarını ispatlama yolundadırlar. Gelişmiş toplumlarda kamu diplomasisi propagandadan farklı olarak, ülke çıkarlarının ve itibarının korunması adına sadece hükümetin değil, diplomatların, sivil toplum örgütlerinin, şirketlerin, hatta bireylerin bile sorumlulukları arasına girmiştir.

Melissen'nin deyişine göre, aslında temel anlamda yapılan propaganda tanımları, kamu diplomasisi ve propaganda arasındaki farkı açıkça ifade etmektedir. Kamu diplomasisi ve propaganda arasındaki temel farklılık kullanılan iletişim yöntemlerine dayanmaktadır. Her ne kadar diplomatlar öncelikle kendi ülkelerinin çıkarlarını ve dış politikalarını düşünseler de kamu diplomasisi çift yönlü bir yolu gerektirir. Diyalogla iknaya çalışan kamu diplomasisi, yabancı halklarla açık fikirli bir iletişim kavramını temel almaktadır (2007: 18).

Diğer bir deyişle, kamu diplomasisi, insanların ne düşünecekleri hakkında ikna etmeye çalışma konusunda propaganda ile benzerlik göstermektedir. Fakat insanların ne söylemek istediğini dinleyen kamu diplomasisi bu yönüyle de propagandadan ayrılmaktadır. Yani kamu diplomasisi yavaş yavaş gelişmektedir ve geleceğin modern diplomatik uygulaması olarak tek yönlü mesajın ötesine geçecektir. Bir British Council konferansında kıdemli bir diplomat şöyle konuşmaktadır: “Dünya bizim konuşmalarımızı dinlemekten bıktı ve bizden artık susmamızı ve dinlememizi istemektedir.” (Melissen, 2007:19).

Kamu diplomasisi 20. yy'da fikirler, savaşlar, siyasi baskılar ve profesyonel normlar çerçevesinde şekillenirken, 21. yy'da küreselleşme, ağ yapıları ve yeni

teknolojiler aracılığıyla yeniden biçimlendirilmektedir. Öte yandan kamu diplomasisi artık kapalı bir propaganda aracı olmaktan çıkmış, hedef ülke ve halkıyla karşılıklı iletişim ve toplum inşa etmeye yönelik bir yöntem olmuştur (Kruckeberg ve Vujnovic, 2005:296).

Brown da kamu diplomasisi ve propaganda arasındaki farkları şöyle sıralamaktadır: Kamu diplomasisi; yabancı hedef kitleye karşı kendi ülkesinin dış politikası ve yaşam tarzı hakkında gerçekçi bilgi aktarır, uluslararası anlaşılabilirliği teşvik eder, diyalog içinde dinler ve çalışır, ulusal başarılarını dışarıda objektif şekilde sergiler. Propaganda ise; mesajlarını hedef kitleye zorla benimsetmeye çalışır, kendi ülkesi dışında her şeyi kötü gösterir, tarih gibi kompleks konuları bile basitleştirir, gerçekleri yanlış sunar veya bilerek yalan kullanır. Bunlar özellikle kara propagandanın temel fonksiyonları arasındadır (Brown, 2008).

Kamu diplomasisi tüm gelişmelere paralel olarak kapsamını, içeriğini, araç ve yöntemlerini geliştirmiş ve değişmiştir. Geçmişte resmi yapılar- yabancı halk arasında veya halkla- yabancı halk arasında bir iletişim kurmak imkansızken, günümüzün kompleks teknoloji ve iletişim yapısı, ulusların temel bağlantı aracı haline gelmiş, tüm ilişki boyutlarını etkilemiştir.

2.10.2. Kamu Diplomasisi ve Ulus Markalama (Nation Branding)

Özellikle 1950'lerden sonra değerler ve fikirlerin savaşı uluslararası ilişkilerde daha baskın şekilde hissedilmeye başlamıştır. Kamu diplomasisi, yeni fikirlerin ışığında özellikle *ülke tanıtımı*, *ülke marka* ve *ülke kimliğinin* yaratımı gibi uzun soluklu amaçlar için önemli bir araçtır.

Ürünler yaşayabilmek için markalaşma yoluna gittikleri gibi, yeni dünya sistemi içinde ülkeler de ekonomik ve siyasi olarak diğer ülkelerle rekabet edebilmek için kendi ülkelerini markalaştırarak konumlandırmak zorundadırlar. Gilboa'nın da belirttiği üzere, marka yaratamamış ülkeler; yabancı yatırımları, turistleri, şirketleri etkileyememekte, ihracatlarını genişletememekte ve yüksek yaşam standartlarına erişememektedirler(2008: 67).

Küreselleşmenin gelişimiyle, ulusal imaj ve itibar modern dünyada daha kritik bir değer haline gelmiştir. Yenilenen kamu diplomasisi ve artık daha sofistike hale gelen ulusal markalaşma, varlık oluşturulmasında ve uluslararası ilişkilerin

geliştirilmesinde birlikte çalışabilirler. Dünya bir pazar ve bu pazarda her ülke, şehir veya bölge dünyanın ticaretini, politikasını, sosyal ve kültürel olaylarını paylaşabilmek için rekabet etmek zorundadır. Böylesine bir pazarda marka olmak önemli bir faktör haline gelmiştir (Anholt, 2008: 31). Günümüzün koşulları, marka olmadan bir başka ülkenin ekonomisine, coğrafyasına ve elbette ki toplumunun zihnine girmeyi zorlaştırmaktadır.

Ülke ve şehir imajları iyileştirme konusunda dünyanın sayılı isimleri arasında gösterilen Saffron Brand Consultants'ın kurucu başkanı Wally Olins, bugün bildiğimiz "ulus markalaşması"nın Fransız İhtilali ile başladığını ifade etmektedir (2007: 170). Melissen'e göre de kimlik yaratımı ve imaj tasarımı yani günümüz diliyle ulusların markalaşması özellikle Fransa Kralı 14. Luis ile tepe noktaya ulaşmıştır. Aynı şekilde örneğin, Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkılmasının ardından yaratılan Türkiye de buna güzel bir örnektir. Mustafa Kemal Atatürk'ün yeni bir ülke kimliği yaratma çabası, Avrupa'ya dönük yüzü, yenilenme çabaları, atılan önemli adımlardır (2007: 3).

Bir ulusun markalaşmasını tek yönlü düşünmek yanlış bir kanı olur. Bu amaca yönelik uygulamalar fazla güç, çalışma ve çok yönlülük arz eder. Kamu diplomasisi ve ulusların markalaşma çabaları arasında çok büyük paralellik vardır. En nihayetinde amaç, dünya kamuoyunda olumlu bilinirlik ve tanınırlık üzerine konuşlanmaktadır. Öte yandan ulusun markalaşmasının ya da bir diğer bir değişle ülke imajının oluşturulmasının sosyal, ekonomik, siyasi, kültürel, teknolojik olarak çok yönlü boyutu bulunmaktadır. Her bir yaklaşım kendi içinde farklı unsurlar ve süreçler içerdiği gibi bir ülkenin imajının yaratılması ve devam ettirilmesi konusunda tek başına yeterli olamamaktadırlar.

Ülke markalaşması sadece bir pazarlama ya da reklam yöntemi değildir. Ülke markalaşması örneğin; turizm tanıtımı, önde gelen küresel medya kanallarında 15 saniyelik bir reklam, bir logo ya da kısa vadeli bir strateji değildir. Tam aksine, söz konusu ülkeler olduğu zaman markalaşma yenilikçi pozitif değerler üzerinden beslenen bir stratejidir. Ülke markalaşmasını birkaç klişeleşmiş değerle sınırlamak kolay değildir. Etkin bir markalaşma süreci için öncelikle, yerel kamuoyunun bilinçlendirilmesi, diğer toplumlarla iletişim köprülerinin kurulması ve ülke tanıtım alanında hayati bir yeri bulunan "toplum diplomasisi (kamu diplomasisi)" olgusuna

daha çok önem verilmesi gerekiyor. Bu amaçla, kamuoyu desteği sağlanmalı, sivil toplum örgütleri, özel sektör, kamu kuruluşları, topluma mal olmuş kişilerin katılımı desteklenmelidir (Tok ve Sevin; 2012).

Marka ve markalaşmadan bahsettiğimizde pazarlama ile de ilişkisini kurmak durumundayız. Bu alanda pazarlama stratejileri, diplomasiden daha fazla ağırlığa sahiptir. Melissen'e göre bu açıdan bakılınca bu alanda pazarlama tüm disiplinlerin hakimi gibi görünmektedir. Yabancı halklarla iletişim hiç olmadığı kadar önemli hale gelmiştir ve bu da pazarlama ilke ve stratejilerinin uluslararası ilişkilere uyarlanmasını gerekli kılmaktadır. Kamu diplomasisi ve ulusal markalamanın birbirinden ayrılması durumunda ayrı ayrı işlemleri mümkün değildir (2007:19).

Pazarlama açısından değerlendirdiğimizde ulusal imaj ya da ülke imajı; uluslararası pazarlarda rekabet avantajı sağlamada kullanılan güçlü bir değişkendir. Ülke imajı özellikle ürünlerini geliştirmekte olan ülkelerde üreten firmalar için tüketicilerin ürünlerine ilişkin algılarını anlayarak başarıya ulaşmaları bakımından çok önemlidir. Ülke imajı, tüketicilerin veya endüstriyel alıcıların, bir ülkenin ürünlerine ya da tedarik kaynaklarına karşı genel tutumları olarak tanımlanmaktadır (Kurtuluş ve Bozbay, 2011: 268).

Olins'in altını çizdiği üzere 1945'te Birleşmiş Milletler'e üye olan ülke sayısı 51 iken, bugün 191'dir. Küreselleşmenin yükselişine, işletmelerin gücünün artmasına, NAFTA, Avrupa Birliği gibi süper bölgelerin etkisi ve hacminin genişlemesine rağmen, ulusların da varlıkları güçlenmektedir. Bugün ülkeler, rekabetin sürekli arttığı bir ticari ortamda yaşamaktadırlar. Sadece politik etki konusunda değil aynı zamanda ticari konularda da birbirleriyle yarışmak zorundadırlar. Olins, markalaşma konusunda ülkelerin, doğrudan ve açık olarak üç alanda birbirleriyle rekabet ettiklerini söylemektedir: *Marka ihracı, doğrudan yabancı yatırım ve turizm*. Örneğin kimi *markalar* ülkeleri ile özdeşleşmiş durumdadırlar. Braun, Mercedes, Audi gibi markaların Almanya, L'Oréal, Dior, Louis Vuitton'ın Fransa, Versace, Gucci'nin İtalya, CocaCola ve McDonalds'ın Amerika, Jaguar'ın İngiltere ile özdeşleşmesi örneklerinde olduğu gibi. Öte yandan ülkelerin kendi imajları da bu markalara kalite, güvenilirlik, sağlamlık, gelişmişlik vb. imajları yüklemektedir (Olins 2007: 172).

Büyük markalar ve işletmeler, daha ucuza mal ürettirmek için sürekli yeni coğrafyalar arayışı içindedirler. Öte yandan az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler

de *yabancı yatırımcılar* aracılığıyla yeni iş alanları açılacağı ve istihdam artışı yaşanacağı için yabancı sermayeye çoğunlukla sıcak bakmak durumundadırlar. Büyük marka ve üreticiler için de yatırım yaptıkları ülkelerin vergi uygulamaları, ulaşım imkanları, mevzuatları büyük önem arz etmektedir. Öte yandan politik ve ekonomik istikrar ve dolayısıyla iyi çalışabilen bir serbest rekabet ortamı yabancı yatırımcı için önemlidir. Kişi ve döneme göre değişen uygulamalarla ortaya çıkan haksız rekabet ortamı, yoğun bürokrasi, kayıt dışı ekonomi, uygulamalarda eşitsizlik ve tutarsızlık yabancı sermayenin o ülkeye girişini engelleyen etmenler arasında sayılabilir. Ancak yabancı yatırımcıların ülke tercihlerinde, ülkelerin kendilerini dünya sahnesinde nasıl sundukları, nasıl bir algı ve imaj sergiledikleri de o ülkeye gelecek yabancı yatırımcıyı olumlu veya olumsuz olarak etkileyebilmektedir.

Öte yandan, *turizm* dünyanın dördüncü büyük endüstrisi olarak, ülke tanıtımlarında etkin bir unsurdur. Ancak sadece deniz, kum, güneş daha fazla turist gelmesi için yeterli bir neden olmaktan çıkmış durumdadır. Bu da ülkeleri farklı öğelerle doğru bir markalaşma stratejisi çizmeye mecbur bırakmaktadır. Bu konuda başarı örneği olarak Olins,İspanya'yı vermekte, hatta diğer ülkelerin İspanya'nın başarı hikayesini çalışmaları gerektiğinin altını çizmektedir (2007: 172).

Turist sayısı bakımından dünyaya bakıldığında Fransa, İspanya, İtalya gibi ülkelerde turizm, kamu diplomasisinin önemli bir aracıdır. 2011 verilerine göre Fransa 81.4 milyon turist, İspanya 56.7 milyon turist ve İtalya 46.1 milyon turist ağırlamıştır (Günay, 2012).

Turizm konusunda Türkiye'yi de başarılı ülkeler arasında sıralamak mümkündür. Kültür ve Turizm Bakanı Ertuğrul Günay'ın¹⁶ ifade ettiği üzere 2011 yılında uluslararası turizmde IPK International¹⁷,ın verilerine göre turist sayısında dünya geneli % 5, Almanya % 1, Hollanda % 2, İtalya % 2, İspanya % 1 artış sağlarken Türkiye % 9.8 büyümeye göstermiştir. Turist sayısı bakımından Türkiye; Fransa, ABD, Çin, İspanya ve İtalya'dan sonra 31.4 milyon turistle yedinci sırada yer almaktadır (Günay, 2012).

¹⁶İstanbul Aydın Üniversitesi 2012-2013 akademik yılı açılış töreninde Kültür ve Turizm Bakanı Ertuğrul Günay'ın yaptığı konuşma ve sunumdan alınmıştır.

¹⁷International Tourism Consulting Group - World / European Travel Monitor : Dünyanın en büyük turizm ve seyahat istatistik ve veri kuruluşu.

“Değişen turist profili ve ilgi alanları doğrultusunda Türkiye de tanıtım stratejisini değiştirmektedir. Ülkemizin tanıtım stratejisi; destinasyon odaklı tanıtım, deniz-kum-güneş dışında kültür, spor, gençlik, sağlık, kongre vb ürün çeşitliliğine vurgu, ülkede gerçekleşen uluslararası sportif, kültürel, sanatsal etkinliklerin tanıtımı, dijital tanıtıma ağırlık verilmesi şeklinde gerçekleşmektedir. Türkiye yurtdışında en fazla tanıtım ofisine sahip ülke konumundadır. 2012 yılında 100 milyon ABD doları tanıtıma ayıran Türkiye, çeşitli mecralarda reklam kampanyaları yürüttüğü gibi seminerler, workshoplar, kongreler, sergiler konserler şeklindeki halkla ilişkiler çalışmalarına da ağırlık vermektedir. Dünya basınında geniş yer tutan Türk turizmi, tanıtım bütçesinin % 15’i ile sosyal medyada da yer almaktadır” (Günay, 2012).

Birçok bileşenden meydana gelen ulus imajı, pek çok başka öge ile de etkileşim halindedir. Çeşitli unsurlar, markalar, olaylar, kişiler ülke imajlarını ya da tam tersi ülkenin imajı işletmeleri, liderleri etkileyebilmektedir. Kurumlar ürettikleri ürün ya da hizmetlerle, sosyal projelerle ülkelerinin temsilcileri rollerini üstlenirken, marka ve sektörlerin başarıları, sportif ve kültürel etkinlikler, akademik başarılar ve ödüller, bireysel ilişkiler, ülke sorunlarının medya yansımaları, tarihsel ve kültürel mirasa yaklaşım, ülkelerin görünen yüzleri olan siyasal ve kültürel liderler, ülkelerin farkındalığına katkıda bulunmakta, ulusal çıkarların korunmasında etkin olmakta, ülkelerin kimlik, imaj ve itibar oluşumunda başat unsur olmaktadırlar (Peltekoğlu, 2007: 578).

Melissen’e göre, kamu diplomasisi ve ulusal markalaşma arasında iki fark göze çarpmaktadır. İlk olarak ulusal markalaşmanın hedefi daha sınırlıdır. Markalaşma, kamu diplomasisinin sadece bir alanını oluştururken, kamu diplomasisi uluslararası ilişkiler kapsamında değerlendirildiğinde daha komplike ve kapsamlı konuları içermektedir. Markalaşma deyimi, Estonya gibi birçok küçük ülkeyi için cezpt etmekte ve daha çok bu konuda efor sarf etmektedirler. Diğer bir farkı Melissen, ulusal markalaşma bir ülkenin kimliği üzerinde durur ve düşlerini yansıtır fakat sosyal gerçekliklerin ötesine geçemez şeklinde açıklamaktadır. Kamu diplomasisi, kimlik yaratılması ve yansıtılması amacı yerine markalaşmadan farklı olarak, öncelikle sorunsuz bir uluslararası ilişkinin güçlendirilmesi ve desteklenmesi üzerine çalışmak durumundadır. Öte yandan kamu diplomasisi, değişen toplumsal düzende

sivil toplum ve devlet dışı aktörlerle daha fazla bağlantı içinde olmak zorundadır (Melissen, 2007: 20-21).

Kamu diplomasisi ve ulusal markalaşmayı birbirinden ayrı düşünmek imkansızdır. Bulunulan ülkenin itibarının ve tanınırlığının yükseltilmesi, farklı ülkelerle işbirliğine gidilmesi, farklı toplumların ülke hakkında olumlu şekilde etkilenmesi gibi. Gilboa'a göre, kamu diplomasisi yapısalcılığı, markalaşmayı ve iletişim çalışmalarını bağlayan bir köprüdür. Kamu diplomasisi ve ulusal markalaşma birçok alanda benzer olduğu gibi çok sayıda ayrıldığı nokta da bulunmaktadır. İmaj ve sembol yönetimi, ilişki inşası ve yoğun kitle iletişim kullanımı kamu diplomasisi ve markalaşma arasındaki benzer yönlerdir. Hedefler ve sonuçlar, iletişim, yönetim, dil ve kültür türleri ise farklılıkları oluşturmaktadır (2008: 67-68).

Markalaşma sanatı, bir ülkenin imajının yeniden şekillendirilmesi üzerinedir. Daha da önemlisi ülke kimliğinin oluşturulması ve dışarıya yansıtılmasıdır. Kamu diplomasisi, markalaşmaya ters düşmez, aksine tamamlayıcı nitelik taşır. Yabancı halkların etkilenmesi konusunda her ikisi de hayati önem taşıyan ulusal boyuta sahiptir. Her ikisi de başarılı olabilmek için günlük konularla uğraşmak yerine uzun dönemli yaklaşımlar sergilemek zorundadır (Melissen, 2007: 21).

Marka, “bir tüketicinin bir ürün hakkındaki düşünceleridir” şeklinde tanımlanabilir. Buradan bir marka ülke için de “dünyadaki insanların o ülke hakkındaki görüşleridir” şeklinde tanımlama yapılabilir. Ülkeler genellikle belli başlı karakteristik özellikleriyle bilinirler. Örneğin; ABD ifade özgürlüğü ve teknolojisi, Almanya mühendislik ve kaliteli ürünleri, İtalya stili, Fransa şıklık, Britanya sınıf, İsveç dizayn, Katolik Kilisesi İsa figürlü çarmık ve Arap dünyası El-Cezire ile bilinmektedir (Gilboa, 2008: 67).

Olins de The Brandage Dergisi'nin 2012 Ocak sayısında yayınlanan röportajında Türkiye'nin marka karakterini dışarıdan bakan bir göz olarak şöyle değerlendirmektedir:

“Uluslar, her zaman geriye dönüp bakmalı ve köklü geçmişlerinde kendilerine nasıl bir kimlik geliştirdiklerini hatırlamalıdır. Bu durumda Türkiye'nin tarihine baktığınızda, Atatürk dönemini görüyoruz. Türkiye, Atatürk tarafından baştan yaratılmış bir ülkedir. Çünkü

elinizde Osmanlı İmparatorluğu'ndan gelen, alfabesinin hatta giyim kuşam alışkanlıklarının farklı olduğu bir ulus vardı. Bu ulus, kendini tanıtmaya şekli açısından yeniden yaratıldı. Bu nedenle, yer markalaşması derken, aslında ulusal markalaşmayı kastediyoruz. Atatürk'ün Türkiye'de gerçekleştirdiği şey “ulusal markalaşma” için klasik bir örnektir”. (Olins, 2012).

Türkiye'nin imajının ilgi çekici bir noktada olduğunu vurgulayan Olins, Türkiye'nin imajının hızla değiştiğini ve bu değişimin iyi yönde ilerlediğini belirtmektedir. Dışarıdan bakılınca Türkiye'nin coğrafi, ekonomik ve politik konumunun 20-30 yıl öncesine göre çok daha etkili olduğunu, şu anda istikrarlı, askeri gücü eskisi kadar ön planda olmayan ve İslami açıdan ılımlı bir ülke görüntüsü sergilediğinin altını çizmektedir. Osmanlı'dan günümüze köklü bir geçmişe sahip Türkiye'nin markalaşması konusunu Olins şöyle değerlendirmektedir: “Ekonomik, politik ve kültürel politikalar çerçevesinde gerçekleştirdiği çalışmalar hâlihazırda ülkenin marka değerini arttırmaktadır. Ancak bu çalışmaları anlaşılır bir çerçeveye oturtmak zorundadır. Türkiye, politik ve ekonomik gelişmenin yanı sıra, Suriye, İsrail gibi sorunlardaki hareketlerinde bir bütünlük oluşturamamıştır. Turizm başka, politika başka bir konu. Türkiye'nin tutarlılığa ve ulusal bir markalaşma politikasına ciddi anlamda ihtiyacı vardır. Türkiye, herkesin dini görüşlerine veya etnik geçmişine geçmişten günümüze hoşgörü göstermiş Müslüman bir ülke olduğu fikrini vurgulamalı. Bir ayağı Avrupa'da, bir ayağı Orta Doğu'da olan bir ülke olarak Türkiye, turizmi veya ekonomi politikaları aracılığıyla kendini anlatmayı başarabilirse, şu anda olduğundan daha anlaşılır ve net bir Türkiye algısı ortaya çıkacaktır. Türkiye gerçeği değişiyor, ancak algılar bu hıza ayak uyduramıyor. Türkiye'nin yapması gereken anlaşılır bir marka politikası yani net bir marka iletişimi oluşturmaktır. Türkiye'nin bir fikre ve netliğe ihtiyacı var. Türkiye kendini çekici kılan fikirleri dile getirebilirse, tüm dünyanın gözü üzerine çevrilir.” (Olins, 2012).

Yer markalaşmasını (place branding) ulus markalaşmasından biraz daha farklı değerlendiren Olins (2012)'e göre, yer markalamasadece ülkeleri değil, bölge ve şehirleri de eklemektedir. Günümüzde yer markalama önemli hale gelmiştir çünkü kimi “yerler” artık yabancı yatırım, marka ithalatı, zenginlik ve turizm için birbirleriyle yarışmaktadır. Yer markalama stratejisinde; başka yerlerde, başka

lkelerde olmayan o yeri çekici kılacak özellikler üzerinde durulduğunda ve yapılan işlerle farklı yerlerde yanlış anlaşılma ortadan kaldırıldığında başarı şansı daha yüksek olmaktadır.

2.10.3. Kamu Diplomasisi ve Lobicilik

Lobicilikte temel amaç yasama sürecindeki kişileri kullanarak belli politika ve kararları etkileyebilmektir. Lobicilik, bu sebeple her türlü iletişim ve bilgi ağı kullanarak yasa yapıcılara ulaşılmaya çalışan, çeşitli kişiler ya da gruplar tarafından kendi lehleri doğrultusunda kararların düzenlenmesi konusunda düzenlenen bir dizi organize eylemdir.

Lobicilik ya da kulis faaliyeti, çıkar/baskı grupları tarafından belli konularda etkili olmak üzere yönetenler nezdinde özellikle yasama ve yürütme üzerinde, kendi amaçlarını gerçekleştirmeyi amaçlayan faaliyetlerdir. Kimi kez sivil toplum örgütleri tarafından bir yöntem olarak da düzenlenir. Lobicilik konusunda ilk örgütlü yapılanma İngiltere ve ABD’de ortaya ıkmiştır. Bunlar genel olarak baskı grupları şeklinde ortaya ıkmişlardır. Zaman içerisinde lobicilik farklı örgütlenme, yöntem ve teknikler göstermiştir (Aziz, 2007:29).

Baskı gruplarının temel amaı, siyasi mekanizmayı kendi çıkarları doğrultusunda etkileyebilmektir. Ancak bunun yanında, baskı grupları toplumun bilinlendirilmesinden, devlet görevlilerinin işlerinin denetlenmesine kadar pek çok konu üzerinde çalışmalarını sürdürmektedirler. Baskı gruplarının, yalnızca çıkarlarına uygun yasaların hazırlanması, kabul edilmesi ya da değiştirilmesi konularında faaliyet gösteren türü ise lobilerdir. Bu bağlamda lobiler, baskı gruplarının özellikle yasama alanındaki siyasi mekanizmayı etkileyebilmek için oluşturdukları özel gruplardır. Genelde baskı grupları ve lobiler karıştırılmaktadır. Oysa ki, baskı grupları belirli çıkarlar çevresinde, ortak amaca yönelik olarak kurulan ve iktidarla ilişki çalışmaları çok sınırlı iken, lobiler devleti idare edenler üzerinde türlü yollardan etkinlik sağlayarak, karar aldırma amaçıyla faaliyet gösteren gruplar ya da kuruluşlardır (Dinçer, 1999: 45-47).

Yasama meclisleri, bakanlıklar ve yönetimlerle çıkar grupları arasında aracı rolü oynayan lobiciler, kar amaçlı bir kuruluşun ya da işçi sendikalarının bu işle görevli

çalışanı olabileceği gibi lobcilik şirketlerinde bu hizmeti verenler ya da isteklerini aktarma çabası içinde olan sıradan insanlar olabilir (Peltekoğlu, 2007: 596).

Lobicilik en gelişmiş haliyle ABD’de yapılmaktadır. Kavramın ve mesleğin çıkış ülkesi olan ABD’de konuyla ilgili pek çok uzman ve profesyonel şirket bulunmaktadır. Aziz’in de belirttiği üzere, ABD’de lobi faaliyetleri, vatandaşın ya da ilgili grupların doğal hakkı olarak kabul edilir ve lobi faaliyetleri bir çeşit hukuk danışmanlığı gibi yasal olarak kurulan lobi şirketlerince yapılır (2007:31).

Türkiye’de yapılan lobi çalışmaları daha çok uluslararası odaklı olmakla birlikte ekonomik, ticari, siyasi ve teknolojik olarak süper güçler olan ABD ve AB hedeflidir (Canöz, 2007: 57). Son yıllarda Orta Doğu ülkelerinde yaşanan değişimler ve iktidar partisinin eğilimleri bu ülkeleri de yoğun şekilde lobcilik çalışmalarının kapsamına dahil etmiştir diyebiliriz.

Lobiciliğin 1980’lerden sonra gereklilik ve öneminin farkına varan Türkiye, Amerika’da lobcilik çalışmalarını Türk-Amerikan dernekleri ve lobi şirketleri aracılığıyla yürütmektedir. Ancak güçlü ve büyük Ermeni, Yunan ve Musevi lobilerine karşı bu çalışma, yeterli gelememektedir (Arı, 2005: 21).

İş ve sanayinin yanı sıra bilim, sanat, kültür, uluslararası ilişkiler, medya gibi alanlarda gerek yurt içinde gerekse yurt dışında birçok faaliyette bulunan TÜSİAD’ın AB ve Ermeni Yasa Tasarısı konularındaki girişimleri de önemli lobi faaliyetleri arasında sayılabilir. 22 Aralık 2011 tarihinde Fransız Parlamentosu’nda görüşülmesi planlanan ve Ermeni soykırımı iddialarını reddedenlere 1 yıl hapis ve 45 bin Euro para cezası öngören yasa tasarısını durdurabilmek için TÜSİAD ve TOBB heyeti Paris’e giderek parlamenterler, medya ve çeşitli sivil toplum örgütleriyle görüşmeler yapmışlardır (<http://www.tusiad.org>, 2012).

Lobi faaliyetleri, teknikleri ülkelerin siyasal yapılarına ve sistemlerine bağlı olarak farklılık göstermektedir. Bu da lobiciliğin her ülkeye ve şarta uygun şekilde sınıflandırılmasını zorlaştırmaktadır. Ancak lobi faaliyetleri, “yabancı hükümetler için” ve “ulusal düzeyde çıkar sahipleri” için diye ikiye ayrılmaktadır. Yabancı bir hükümetin çıkarları doğrultusunda çalışan lobciler siyaset, hukuk ve istihbarat gibi alanlara yönelik faaliyetlerde bulunurlar. ABD’de bulunan yüzü aşkın büyükelçilik ve çalışanları, yabancı ajan sıfatıyla kendi ülkelerinin çıkarları doğrultusunda lobcilik yapmakta, ihtiyaç duyulduğunda profesyonel lobciler ve lobi şirketleri de

kiralanmaktadır. Bunun yanı sıra bazı Amerikan vatandaşları da etnik kökenlerine uygun, Yunan, Ermeni, Yahudi, İran, Arap vb. etnik gruplar oluşturarak “anavatanlarının” çıkarlarına destek sağlamaya çalışmaktadırlar. Uygulanan lobi faaliyetleri ile ulaşılması hedeflenen en önemli çıkarlar, ekonomik yardım ve silah temini gibi konulardır. Bu amaçlar, etnik grupların, özellikle dış politika üzerinde lobi faaliyetlerini yoğunlaştırmalarına neden olmaktadır. Ulusal düzeyde yürütülen lobi faaliyetleri ise; baskı grupları, lobiler, kişiler, şirketler gibi ülke içindeki çıkar sahiplerinin siyasi mekanizmayı oluşturan yasama, yürütme ve yargıya yönelik çıkarlarına uygun yasal düzenlemelerin gerçekleşmesini sağlamak için sürdürdükleri çalışmalardır. (Dinçer, 1998: 63).

Lobiciliğin hedef kitlesi, parlamento üyeleri veya hükümetler, siyasi parti grupları, parti üyeleri, bürokrasi temsilcileri, yerel yöneticiler, belediye başkanları, meclis üyeleri ve parlamenterlerin danışmanlarıdır. Böyle devlet ve hükümet kanadından yetkili kişilere istekleri doğrultusunda karar aldırma hedefleyen lobiler; inandırarak ikna etme yöntemini kullanabildikleri gibi, korkutma, tehdit, rüşvet, hükümet çalışmalarını köstekleme veya kamuoyunu etkilemek suretiyle çeşitli baskı metodları uygulamaktadırlar (Canöz, 2007: 83-97).

Kitle iletişim araçları, yüzyüze iletişim, kişisel ilişkiler, sosyal kampanyalar, aktivist faaliyetler, toplantılar, enformasyon çalışmaları, çeşitli halkla ilişkiler etkinlikleri lobicilik faaliyetlerinin başlıca araç ve yöntemleridir. Kullanılan yöntemlere bakıldığında, lobicilik ve kamu diplomasinin en önemli kesişim noktası, her iki çalışmanın da kitle iletişim araçları ile yoğun şekilde ilişki içinde olmasıdır denebilir.

Lobicilik ve yumuşak güç kavramlarının birbirleriyle karıştırılmasına sebep olan faktörlerden biri de lobiciliğin uzun yıllar içerisinde değişime uğrayan klasik yöntemlerinin sonucunda ortaya çıkan halka dayalı (grass-roots) lobicilik kavramıdır (Ünal Erzen, 2012:105). Özellikle günümüzde kamuoyunun gücünü çok iyi bilen lobiler, halkın desteğini alarak onları hareket geçirerek devletin karar mercilerini zorlamaktadırlar. Yerel-ulusal basının desteğiyle, çeşitli gruplar bir halk hareketlenmesi oluşturmaya, oluşturulan bu görüş ve tutumla kendi ortak çıkarları için bir baskı oluşturulmaya çalışılmaktadır.

Günümüzde yürütülen lobi kampanyalarının büyük bir çoğunluğu, halkla ilişkiler çalışmalarıyla desteklenen, eğitim ve propaganda araçlarıyla kamuoyunu harekete geçiren kampanyalardır. Halkla dayalı lobicilik yöntemleriyle kamu diplomasisi yöntemleri arasında paralellik görüldüğü gibi iki kavram arasındaki temel ayrılık; lobi faaliyetlerinde gerçekleştirilen çalışmaların uzun dönemli stratejiye uygun olması, belirli zamanlarda ekonomik ortaklıklar vs gibi belirli konular etrafında gerçekleştiriliyor olmasıdır. Kamu diplomasisinde ise kullanılan yöntemler benzerlik gösterse de daha çok uzun dönemli stratejiler üzerine düzenli aralıklarla, ülkeler arasında spor, kültür-sanat, eğitim, değişim programları gibi uluslararası ortak çalışmalara öncelik verildiği görülmektedir (Ünal Erzen, 2012:105).

Karar almayı etkilemenin yanında lobicilik aynı zamanda olumlu imaj oluşturarak daha geniş kapsamlı bir tanıtım amacı da taşımaktadır (Yılmaz, 2009). Tanıtım amacıyla kamu diplomasisine biraz daha yaklaşan lobicilik faaliyetleri kapsamında, kültür-sanat etkinlikleri, yürüyüşler (Amerika'daki Türk Günü Yürüyüşü), özel günler, festivaller (Fransa'daki 'Türkiye Mevsimi') vs düzenlenerek, toplum hakkında diğer insanlara belli bir mesaj, bilgi ve imaj aktarımı da amaçlanmaktadır. Ancak bu tarz etkinliklerin beklenen sonuçlara ulaşmaması Türkiye'nin farklı bir strateji izlemesi gerektiğine işaret etmektedir. Bu noktada devlet politikası destekli kamu diplomasisinin teknolojik alt yapısıyla, hedef ülkenin ileri gelenlerinin desteğiyle, kamunun katılımıyla daha kapsamlı bir çalışma izlenmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

2.10.4. Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler

Halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi konusu birinci bölümde ayrıntılı olarak işlendiği için. burada ilişkili olduğu alanlar açısından yaklaşılarak kısaca değinilecektir.

Genel bir çerçeveden bakıldığında halkla ilişkilerin amaçları; karşılıklı iletişim çerçevesinde hedef kitlenin ihtiyaçlarını belirlemek, kuruluş hakkında kamuoyunda olumlu bir algı ve bilinirlik yaratmak, itibarı yükseltmek, güven ve destek sağlamaktır.

“Halkla ilişkiler uygulamasının amacı, karşılıklı çıkar alanları arayışındaki çift yönlü iletişimde doğru ve tam bilgiye dayalı anlayışı geliştirmektedir. Halkla ilişkiler işlevsel ve kavramsal olarak ekonomik, politik, tarihsel, sosyolojik ve psikolojik süreçlerle ilişkili algılanmalıdır. Halkla ilişkiler, kabullendirme, içselleştirme çabalarıdır. Bir rıza yaratımıdır. Halkla ilişkiler hedef aldığı kitleyle olumlu iletişimi sürdürmek adına ikna ve güveni kullanan uzun soluklu bir iletişim sürecidir”. (Mengü ve Yıldırım, 2012: 72)

Günümüz dünyasında teknoloji ve bilgi ağının hızla değişip gelişmesine paralel olarak, toplumun sosyal, politik ve ekonomik güçlerini oluşturan kurumlar, yapılar her geçen gün artan rekabet ortamında başarıyı yakalayabilmek ve bunun sürdürülebilir olmasını sağlayabilmek çabası ve amacı içindedirler. Sadece kurumlar değil ülkeler de birbirleriyle rekabet halindedirler. Böyle bir ihtiyaç da hedef kitleler (kamular) üzerinde rıza ve ikna oluşumunu sağlayacak, stratejik bir yönetim anlayışı içeren halkla ilişkileri gerekli hale getirmekte hatta halkla ilişkileri başka disiplinlerle entegre olmayı zorunlu kılmaktadır.

Uluslararası gözlüklerle bakıldığında ‘diplomasi’ ve ‘halkla ilişkiler’ arasındaki ciddi benzerlikler dikkat çekmektedir. L’Etang’a göre güç, müzakere, baskı, manipülasyon, propaganda, prensip, aracı kurumlar, kamu ve kamuoyu gibi kavramlarla ilgilendiği için toplumsal seviyede, halkla ilişkiler ve diplomasi arasında açık bir örtüşme bulunmaktadır ve sorun yönetimi ile lobicilik fonksiyonları diplomasiyle yakın ilişki içindedir. Kültürel veya ‘ince’ diplomasi, kurumların sosyal sorumluluğuna benzetilebilir (2002:73).

L’Etang’ın tespitlerine göre hem halkla ilişkiler hem de diplomasi güvene dayalı olarak çalışmaktadırlar ve müşterilerinin itibarını korurken müzakere ve etki yönetimi stratejilerini kullanmaktadırlar. Yazar böylece, diplomasi ve halkla ilişkilerin karşılaştırılabilir meslekler olduğunu ve disiplin olarak gelişimlerinde kesin benzerlikler bulunduğunu belirtmektedir. L’Etang, halkla ilişkiler ve diplomasinin birbirinin içine nüfuz eden ilişki grupları ile uğraştıklarını ve sürekli dönüşüm geçiren sosyal bir dünyada kamular, prensipler, aracı kurumlar ve kültürlerle örtüştüğünü belirtir, her iki alan da prensipler adına halkla anlaşmayı

müzakere eder, örgütlerinin nasıl yapılanmaları gerektiği, ulusal ve uluslararası anlamda siyasi ve sosyal meselelerin düzenlenmesinde ne kadar mesafe alınacağı gibi belirli pozisyonlar temelinde geliştirilir (2002:66-75).

Halkla ilişkiler ve diplomasinin gelişmiş boyutu olan kamu diplomasisi arasında artarak çok değişik yönlerden ortak nokta sayılabilir. Kamu diplomasisini halkla ilişkilerin bir uygulanma şekli olarak düşündüğümüzde kamuoyu oluşturmak, ikna etmek, itibar oluşturmak gibi pek çok stratejik çalışmada kesiştiklerini görmek mümkündür. İnan, klasik diplomasi anlayışının devletlerarası bir ilişki sürecini içerdiğine vurgu yaparken, modern kamu diplomasisinin toplumlararası ilişkilerin inşa edilmesi sürecini kapsadığının altını çizmektedir (İnan, 2012: 64). Diğer bir deyişle, kamu diplomasisi, temelde yabancı ülkelerin kamuoylarına yönelik bir iletişim türü ve bir anlamda uluslararası yürütülen bir halkla ilişkiler çalışmasıdır.

“Günümüzde dış ilişkilerin kökleşmesi ve sağlamlaşması artık sadece devlet yöneticileri arasında yapılan iletişim çalışmalarıyla sağlanamamakta, oldukça eklektik bir yapı ile yürütülen ‘uluslararası halkla ilişkiler yönetimi’ temelli çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Söz konusu ilişkilerin tahsisi için iki ülke vatandaşları arasında bir birlikteliğin oluşturulması ve yaratılan kültürel ortak paydalar üzerinden diplomasi ortamı sağlanması amaçlanmaktadır. Bu nedenden ötürü, diğer ülkelerin ihtiyaçlarını, kültürlerini, insanlarını anlamak, bakış açılarını paylaşmak, yanlış algılamaları düzeltmek, ortak paydalar bulmak kamu diplomasisinin başlıca hedefidir.” (İnan, 2012: 65).

L’Etang halkla ilişkiler literatüründe diplomasi ile ilgili retoriği; Temsile yönelik (retorik, hitabet ve savunma), diyaloga dayalı (müzakere ve uzlaşma), öğüt verme (danışmanlık) ve bilgi toplama şeklinde dört fonksiyon altında toplamaktadır. Diplomatlar ve halkla ilişkiler uzmanlarının çalışmalarında da benzerlik olduğunun altını çizen L’Etang, buna teorik destek olarak, bütün örgütsel veya ulusal pratiklerin, kültürleri aşan ve kültürel boşluklarda köprü kurucu olarak gördükleri ağırlıklı ‘sınır ötesi’ rollerine dikkat çeken çeşitli iletişim çalışmalarını göstermektedir (2002: 47).

Öte yandan halkla ilişkiler ve kamu diplomasisini farklı kefelere yerleştiren uzmanlar, her ikisinin amacının farklı olduğunu öne sürerler. “Kamu diplomasisi

halkla ilişkiler değildir” diyerek iki alanın birbirinden farklı olduğunu belirten Prince Floyd’a göre, “kamu diplomasisi daha çok yabancı halkları etkilemek, Amerikan vatandaşları ve kurumlarıyla yabancı halklar ve kurumların arasındaki diyaloglarını genişleterek belli bir politikanın ‘satışı’ nı yapmaktır. Dışişlerine bağlı Amerikan Enformasyon Ajansı Soğuk savaş yıllarında komünizme karşı Amerika’nın yükselişini başarıyla gerçekleştirmişti. Amerika’nın değerlerini ve ideallerini yükseltmek ve yaymak için uğraşan ajans yerine şimdi de yönetimin politikalarını satmak üzere halkla ilişkiler araçları mevcuttur.” Bu yönüyle halkla ilişkilerin ikna odaklı propagandacı yanı ön plana çıkarılmaktadır. Ancak Snow, Floyd’un bu görüşüne karşı çıkar. Snow’a göre kamu diplomasisi, söylediğinin daha fazlasını satar. Kamu diplomasisini ve halkla ilişkileri tamamen birbirinden ayırmak mümkün değildir. Kamu diplomasisinin kökenleri, halkla ilişkilerin ikna endüstrisi, pazarlama ve reklama ve elbette ki Edward Bernays, Walter Lippmann, Harold Lasswell ve Edward Filene’in düşüncelerine dayanmaktadır (Snow: 2009: 9).

Benzer şekilde Joseph Duffey de kamu diplomasisi ve halkla ilişkilerin yakın akraba olmadıklarına vurgu yapmaktadır. Kamu diplomasisini halkla ilişkilerin ötesinde tutan Duffey, kamu diplomasisinin hükümetten hükümete ilişkiden öte özel kuruluşlar, kurumlar, bireylerle uzun soluklu ilişki kurmak, ortak anlayış yaratmak ve dünyada ABD’nin algısını yönetmek olduğunu, halkla ilişkiler gibi sadece bir müşteriye odaklı çalışmadığını belirtir. (Snow, 2009:9) Snow, bu karşıt görüşlerden yola çıkarak, halkla ilişkiler ve kamu diplomasisinin daha çok karşılaştırmalı çalışmalara ihtiyacı olduğunu vurgular.

Mengü ve Yıldırım’a göre kamu diplomasisinin işlevleri ve rolleri bütünsel bir halkla ilişkiler stratejisine gönderme yapmaktadır. Stratejik halkla ilişkilerden gündem yönetimine, kurumsal itibardan sosyal sorumluluk projeleri, marka yönetimi, online iletişim, etkinlik yönetimi hükümet ilişkileri, algılama yönetimi, kültürlerarası iletişime kadar bir çok çalışmayı içeren bütünleşik kurumsal iletişimin tüm bu işlevlerini devlet ve devleti oluşturan unsurlar da yerine getirmek zorundadır ki bu da bizi kamu diplomasisi uygulamalarına daha çok yaklaştırmaktadır (2012: 71).

Bütünleşik kurumsal iletişim yönetiminden hareketle kamu diplomasisi, bütünsel bir yönetim disiplini, yönetişime ihtiyaç duyar, sürdürülebilir etkili stratejik yönetim, planlama ve kontrolüdür. Kamuoyuna hitap eden kamu diplomasisi, karar

verme mekanizmalarını etkiler ve yönlendirir. Toplumun bireyleri, kurumları arasında bir köprü görevini görür. Ülkenin marka iletişimidir. Tüm bu unsurlar kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler arasındaki bağlantı ve işbirliğini güçlendirmektedir (Mengü ve Yıldırım, 2012: 72).

Halkla ilişkilerin bir alanı olarak, etkinlik yönetimi açısından da kamu diplomasisiyle bir bağlantı bulunmaktadır. Uluslararası boyutlarda çeşitli organizasyonlara ev sahipliği yapmak, ev sahibi şehir ve ülkelerin itibar ve kimliklerine bir ‘dünya şehri/ ülkesi’ rütbesi kazandırması anlamında önemlidir. Ev sahipliği yapılan ya da katılım sağlanan her uluslararası etkinlik her ülke için başarılı kamu diplomasisine giden yolları biraz daha sağlamlaştıracaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KÜLTÜREL DİPLOMASİ

Günümüz dünyasının anahtarı bilgi, kültür ve iletişimdir. Devletlerden beklenen artık sadece teknolojik gelişmeler ve ekonomik zenginliğe sahip olmak değil aynı zamanda sosyal uyum ve sürdürülebilir gelişmeleri de yürütebilmeleridir. Küresel ekonominin güç motoru kültürel farklılıklar, hassas sosyal ve politik sistemlerle de ilgilidir. Fikirler, inançlar, değerler, imajlar, bireysel-kültürel farklılıklar hiç olmadığı kadar hızlı yayılmakta birlikte uluslararası platformda daha önemli hale gelmiştir. (Potter, 2003:44).

Farklı toplumlarda etkileşim yaratabilmek için antropoloji, etnografya, folklor, sosyoloji ve sosyal psikoloji gibi disiplinlerin birleşimi kültürel dokuları çalışacak uygulamacılara bir görüş açısı sağlar. Kültürel dokuları çalışmak aynı zamanda Martin J. Gannon'un (1994) ifadesiyle kültürel metaforları da anlamaya yardımcı olur. Gannon'a göre kültürel metaforlar bir ulusun çoğunluğu tarafından çok önemli olarak düşündüğü o ulus kültürünün eylemleri veya fenomenleridir. Bu metaforların karakterleri daha sonra o toplumun özelliklerinin anlamlandırılmasında ve tanımlanmasında baz oluşturur. İtalyan operası, Alman senfonisi, Fransız şarabı, Rus balesi, Japon bahçeleri, İspanyol boğa güreşleri, Amerikan futbolu, Türk kahvehaneleri gibi ulusal metaforlar tipik örnekler olarak gösterilebilir (Ihator, 2000:39).

Uluslararası aktörlerin sayısının ve niteliğinin değiştiği günümüzde farklı ülkeleri ve toplumları etkilemenin biçimi, içeriği ve şekli de değişmek zorunda kalmıştır. Sert müdahalelerin karşısına en büyük güç olarak çıkan yumuşak güç bugünün önemli bir diplomasi ve ilişki kozu olarak değerlendirilmektedir. Yumuşak gücün temel direklerinden birisi de kültür ve kültür ürünleridir. İlk iki bölümde tezin ana çerçevesi olan uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi ele alınmıştır. Bu bölümde öncelikle kültür kavramı, kültürün özellikleri, çeşitleri, kültürel değişimler, Türk kültür kimliği ve son olarak kültürel diplomasi işlenecektir.

3.1. Kültür Kavramı

Kültür, bir toplumu diğ r toplumlardan ayıran, geçmişten geleceğ  nesiller boyu aktarılan maddi, manevi tüm özellikleri ifade etmektedir. Toplumların birbirlerinden farklılıklarının temelini oluşturan kültür, tarihsel süreç içinde şekillenen yaşayış ve düşünme biçimidir. Her birey mutlaka geçmişten günümüze süregelen bir kültür denizinde dünyaya gelir, o kültür içinde büyür, bir forma girer ve  oğ  kez i selleştirdiğ  bu kültürel özellikleriyle hayatını idame ettirir. Her toplumun kendine özgü bir kültür dokusu vardır. Bu doku o toplumda yaşayan insanların düşünce ve eylemlerini anlamlı kılmaktadır.

Güvenç, kültürün Latince de ekip biçmek anlamında kullanılan “cultura” kavramından geldiğ ni belirtmektedir(2011:122). Kültür sözcüğü dilimize ilk kez Ziya Gökalp tarafından Arapça bir kelime olan “hars” şeklinde girmiştir. Hars sözcüğü, Arapça’da “toprağın işlenmesi, tarım” anlamına gelen “hırsaset”ten türetilmiştir. Türk Dil Kurumu’nun “ekin” olarak kullanımını  nerdiğ  sözcük, tarım ve ürünle karıştırıldığı ve yanlış anlamalara yol açtığı için fazla yaygınlık kazanamamış ve kavram “kültür” sözcüğü ile varlığını sürdürebilmiştir (Turan, 1995: 11).

Antropologlar tarafından 19. yy’ın sonlarında ilk defa, bilimsel anlamda geliştirilen kültür kavramının ilk kapsamlı tanımı 1871’de antropolog Edward Burnett Tylor tarafından yapılmıştır. Tylor kültürü, “kişinin, toplumun bir  yesi olarak kazandığı bilgi, inanç, sanat, hukuk, ahlak, adet, gelenek, alışkanlık ve yeteneklerin karmaşık bütünü” şeklinde tanımlar. Kültür bir toplumun paylaştığı ve üyelerine yaydığı görüşler, değ rler ve algılardır; bu görüş değ r ve algılar, davranışı yorumlamada kullanılır ve davranışa da yansır (Haviland vd., 2008: 103).

Erdoğ n’ın ifadesiyle; kültür insanın yaptığı, yarattığı, nesilden nesile aktardığı örüntülerin bütünüdür. İlkel ya da uygar tüm topluluklarda kültür varolagelmiştir (1991: 111). Kongar’a göre de kültür her türlü araç, gereç, makine, giyim, kuşam, inançlar, değ rler, tutumlar gibi  ğ lerden meydana gelmektedir. Tekerlekten m zeyeye, putperestlikten tektanrııcılığ  bütün maddi ve manevi gelişme aşamaları insanoğ lunun kültürel birikimini simgeler (2008: 38).

Çok sayıda tanımı yapılan kültür Ertürk’e göre de, insan topluluklarına kimliklerini veren ve onları birbirinden ayırt eden özelliklerin toplamıdır. Bu tanım

doğrultusunda kültür bizi biz yapan en önemli unsurdur, çünkü bizi diğer toplumlardan ayırır, bize kimlik kazandırır, toplum içindeki konumumuzu ve o topluma olan aidiyetimizi sağlar. Yani kültür; bilgi, inanç, sanat, ahlak, oluşmuş bir hukuk, örf ve adetlerin bütünüdür (2010: 287)

Kültür; bir toplumu ya da sosyal bir grubu bütün ayırıcı spiritüel, materyal, entelektüel ve duygusal unsurları ile karakterize eden kompleks bütünüdür. Sadece sanat ve edebiyatı içermez aynı zamanda yaşam biçimlerini, kişinin temel haklarını, değer sistemlerini, gelenekleri ve inançları da bünyesinde barındırır (Isar, 2012:122). Kültür; hal hareket kodları, giyim-kuşam, dil, kutlama törenleri, davranış normları ve inanç sistemleri şeklinde bütün bir toplumun yaşam biçimini oluşturur (Ertürk, 2010: 288).

1982’de UNESCO tarafından düzenlenen Dünya Kültür Politikaları Konferansı Sonuç Bildirgesi’nde yer alan kültür tanımına göre “en geniş anlamıyla kültür, bir toplumu ya da toplumsal bir grubu tanımlayan belirgin maddi, manevi, zihinsel ve duygusal özelliklerin bileşiminden oluşan bir bütün ve sadece bilim ve edebiyatı değil, aynı zamanda yaşam biçimlerini, insanın temel haklarını, değer yargılarını, geleneklerini ve inançlarını da kapsayan bir olgu”dur (Oğuz, 2011: 128).

Tarihsel gelişimde kültür kelimesinin üç kullanımı dikkat çekmektedir. Birincisi 18.yy’dan itibaren zihinsel, manevi ve estetik gelişime ilişkin genel bir süreci anlatan kültür; ikincisi özel ya da genel biçimde kullanılsın bireyin, toplulukların ya da toplumun yaşam biçimini anlatan kültür ve üçüncüsü düşünsel ve sanatsal etkinliğin ürünleri anlamında kullanılan kültürdür. Üçüncü kullanımın birinci kullanımın bir uygulaması olduğunu ileri süren Williams, düşünsel ve sanatsal ürünlerin zihinsel, manevi ve estetik gelişimin sonuçları olduğunu belirtmektedir (Williams, 1976/2005, s.110’tan aktaran Oğuz, 2011:128).

Kültüre yönelik yapılan tanımlar günümüzde genelde aşağıdaki konular etrafında şekillenmektedir (Smith, 2001:3-4’dan aktaran Oğuz, 2011: 132):

- Maddeci, teknolojik ve sosyal anlamda yapısal olana karşı çıkan kültür yaklaşımları bulunmaktadır. Bu yaklaşımlara göre kültürün bir yaşam tarzından farklı ve bağımsız algılanması gereken bir şey olduğu savunulmaktadır. Kültür, maddesel olmayan ideallerin ve ruhaniyetin beşiğidir. Buna yaklaşıma göre kültür, inançlar, değerler ve semboller bütünüdür.

• Kültürün  zerkliği üzerine odaklaşan tanımlar vardır. Bu bakış açısına göre kültürün ekonomik dengelerden, g  ler dağılımından ya da sosyal gereksinimlerden bağımsız açıklanabilmesi mümkün değildir.

• Kültür çalışmalarının sanatla sınırlı olmadığını, sosyal hayatın tüm yönlerini ve kademelerini bütünüyle kapsadığını savunan yaklaşıma göre de sosyal sınıf farkına yönelik kültürel düşünceler,  ağdaş akademik çalışmalarda yer bulmazlar.

Güvenç kültür sözcüğünün dört ayrı anlamda kullanıldığını belirtmektedir. Buna göre;

- *Bilim alanındaki kültür: Uygarlıktır.*
- *Beşeri alandaki kültür: Eğitim sürecinin ürünüdür.*
- *Estetik alandaki kültür: Güzel sanatlardır.*
- *Maddi ve biyolojik alandaki kültür: Teknoloji,  retme, tarım, ekin, çoğaltma ve yetiştirmedir.* (Güven, 2011: 125).

Güngör de modernleşme süreciyle birlikte kültüre ilişkin görüşlerde kutuplaşmalar olduğunu aktarmaktadır. Bu kutuplaşma kültürü sanat, edebiyat ve düşünsel yetilerle sınırlı tutan yaklaşım ile kültürü toplumdaki bütün insanlarla  zdeleştiren yaklaşım arasındaki kutuplaşmadır (2011:226).

Kültüre ait sayısız tanım yapmak mümkündür. İnsanoğlunun dünyadaki yaşantısıyla birlikte oluşup gelişmeye başlayan kültür; bir sosyal mirastır. İnsan, tarihsel süreci içinde kültürünü  rerken, kültür de aynı zamanda kendi havanında insanı dövüp biçimlendirmektedir. Sosyal etkileşimler sayesinde ortaya çıkan kültür, bir toplumun bütün yaşam biçimi, düşünce sistemini oluşurmaktadır. Tüm kültürel sistemler, zamanla kendi içlerinde farklı boyutlar kazandığı gibi etkileşim aracılığıyla birbirlerinin de etkilemektedir. Günümüzde yaşanan gelişmelerle, değişen toplum, ekonomi, teknoloji yapısıyla birlikte toplumlar kültürlerini sadece kendi nesillerine değil farklı toplumların üyelerine de aktarmakta, karşılıklı olarak kültür alışverişinde bulunmaktadır.

3.1.1. Kültürel Süreçler

İnsan - kültür ilişkisi, boyutları ve kapsamı gereği sınırları belli olmayan bir ilişkiler yumağıdır. Varoluşundan beri doğaya karşı verdiği savaş, hayatta kalma mücadelesi, ürettiği tüm maddi ve manevi unsurlar çerçevesinde insan, doğal yaşam

sistemi benzeri bir sistem yaratır kendine. İnsanın yarattığı tüm bu sistemler, zamanla insanı kendi yörüngesine katar ve karşılıklı etkileşim içinde birlikte dönmeye başlarlar. Kültürel süreçler de sistem ve insan arasındaki bu sürekli etkileşimi açıklamaya çalışmaktadır.

Kültürel süreçler, daha genel, soyut ve evrensele yakın düzeyde geçerli kavramlar olmaları sebebiyle kültürel olaylardan farklıdır (Güvenç, 2011: 162). Kültürel süreçlerden önemli olanları şöyle sıralamak mümkündür:

1. Kültürleme: Kültür özellikle manevi kültür aracılığıyla toplumda ortak ülkü ve düşünceler oluşturup toplumun bütünlüğünü sağlar. Kültürün toplum içindeki grup ve bireyleri etkileme süreci “*kültürleme*” olarak tanımlanır. Bireyin toplumun kültürünü benimseme sürecidir (Ertürk, 2010: 289). Kültürleme, toplumların kendisini oluşturan bireylere belli bir kültürü aktarma, kazandırma, toplumun istediği insanı eğitip yaratma ve onu denetim altında tutarak kültürel birlik ve beraberliği oluşturma, bu yolla da toplumsal barış ve huzuru sağlama sürecidir. Oyunun oynanması için kurallarının bilinmesi gerekir. Bireyler de hayat oyununun kurallarını, rollerini bilecekler ki oyun düzenli oynansın. Toplumbilimciler buna sosyalizasyon derken, eğitimciler eğitim süreci demektedirler (Güvenç, 2013: 85).

2. Kültürlenme: İnsanların ilk sosyalleşmesini tamamladığı kültürden ayrılıp, farklı bir kültürel ortama geçmeleri ve daha sonra bu yeni kültürel yapının özelliklerini benimsemeleri kültürlenme olarak tanımlanır (Güney, 2013: 46). Geniş anlamada toplumsallaşma süreci ile eşanlamalıdır. Kültürleme kültürün bireyi etkilemesi, kültürlenme bireyin kültürden etkilenmesidir (Ertürk, 2010: 289).

Kültürlenme, bir kültürün kuşaktan diğerine aktarılması ve böylece toplumun birer üyesi haline gelmesi sürecidir. Kültürlenme doğumdan kısa bir süre sonra, kişinin kendi bilincine varmasıyla başlar. İnsanın kendini çevreleyen nesneleri algılama ve onlara alışma biçimi, içinde yetiştiği kültürce şekillenir. Kültürlenme yoluyla insanlar, yiyecek, uyku, korunma, arkadaşlık, kendini savunma, cinsellik gibi biyolojik gereksinimlerin doyumunun toplumsal açıdan uygun yolunu öğrenir. Gereksinimlerin kendisi değil, nasıl doyurulacakları öğrenilir. (Haviland vd., 2008: 264).

Güvenç’in belirttiği üzere kültürleme varolanı iletirken, kültürlenme, yepyeni kültür nüvelerinde yeni filizleri yaratır ve besler. Kültürlenme olgusunun özellikle

yeni yerleşmelerde, toplu konutlarda, yeni endüstri ve iş yerlerinde, yeni eğitim kurumlarında, gençlik hareketlerinde, siyasal partilerde, sanat akımlarında görüldüğünü belirten Güvenç, kültürlenmeyi kültürel değişim sürecinin ana kaynağı olduğunu vurgulamaktadır. Bugün, çoğunluğu aykırı gibi görünen akım, yarınki egemen kültürün tohumu olabileceğini belirten yazar, Kuva-i Milliye, 1946 Ruh, 68 Kuşağı adı verilen akımların birer kültürlenme dönemlerinin adı olduğunu, günler geçse, adları unutulsa bile izlerinin yaşadığını söylemektedir(2013: 86).

3. Kültürleşme: Kültürleşme farklı kültürlerin etkileşimi sonucu bir kültürün başka kültürlerden unsurlar alması, ona benzemesidir. Kültürleşme “*kültürel yayılma*” sonucu oluşur. Kültürel yayılma ise bir toplumun kültürünün başka toplumları içten dışa etkilemesi ya da başka kültürlerden dıştan içe etkilenmesidir (Ertürk, 2010: 289). Kültürleme ve kültürleşme birlikte yaşanan bir süreçtir. Öncelikle insan kültürleme yoluyla anne-babasından bir eğitim alır ve bu aldıklarını kültürleşme ile de başkalarına aktarır.

Yeryüzündeki bütün çağdaş kültürler, kültürleşme sürecinin ürünüdür. Kültürleşme sürecinde iki veya daha çok kültür, karşılıklı etkileşim sonucu değişime uğrar, yeni sentezler, dinamik bileşkeler yaratırlar. Bu açıdan değerlendirdiğimizde kültürleşme, toplumun kendi içinde gerçekleşen kültürlenme sürecinin dış dünyaya, yabancı dil ve kültürlerle açılmasıdır. Kültürleşme her zaman yüzyüze iletişimi gerektirmez. Yazılı basın, radyo, televizyon, sinema, moda, internet, sanat akımları aracılığıyla da insanların kültürleşmesi mümkündür. Çağımızda sözü edilen küreselleşme budur. Bilişim devrimi ve bilgi toplumu, temelde teknolojiyle hızlandırılmış bir kültürleşme devrimidir (Güvenç, 2013: 87).

4. Kültürel Yayılma: Çeşitli kültürel özelliklerin ve unsurların coğrafi olarak yer değiştirmesi, bir toplumdan başka bir topluma geçme sürecidir (Tezcan, 1991: 24). İki ayrı kültürel sistem, doğrudan bir ilişki kurmasalar da yayılma (difüzyon) yoluyla ve başka kültürler aracılığıyla birbirlerini etkileyebilirler (Güvenç, 2011: 165).

5. Kültür Şoku: Bir kültürden başka bir kültüre geçişte bulunan bireylerin, yeni kültüre uyum sağlamakta karşılaştıkları zorluklar, sıkıntılar, bunalımlar ve gösterdikleri tepkilerdir. Yeni bir olay ve olgunun insanlarda oluşturduğu psikolojik ve toplumsal şok, korku, heyecan ve panik durumudur (Güney, 2013: 46).

6. Kültürel Asimilasyon: Bir toplumun sahip olduğu kültürel sistemin başka toplumun kültürünü egemenliği altına alması, onu değiştirerek kendine benzetmesi zamanla kendine bağlı hale getirmesidir.

7. Zorla Kültürleme: Bir toplumun kültürünün, başka bir toplumun üyelerinin benimsedikleri kültürel değerleri zorla değiştirmeye çalışması sürecidir (Güney, 2013: 47).

8. Kültürel Değişme: Yukarıda sayılan süreçler ve başka kültürel faktörler aracılığıyla bir toplumun kültürünün tamamen, kısmen veya bazı kurumlarıyla değişmesidir.

3.1.2. Kültürün Özellikleri

Kültürün unsurları ve toplumların yaşam döngüsü birlikte hareket etmektedir. Yani kültür topluma ve zamana paralel olarak değişen dinamik bir yapıya sahiptir. Kültürün her unsuru eş zamanlı olarak değişmez ancak zaman içinde bir çark misali birbirlerini değişime zorlarlar.

İnsanlar içinde yaşadıkları toplumun kuralları, normları ve beklentileri doğrultusunda toplumsallaşırlar. İnsanların benzer tutum ve davranışlar sergilemesi kültürlerinin şekillendirdiği ortak kodlarla açıklanabilir. Kültürel yapı insanları kaynaştıran, toplumları bir arada tutan, bağlaç görevi gören kilit bir unsurdur. Toplumları şekillendirmede çok önemli misyonlar yüklenen kültürün, evrensel ve yerel boyutlarda çeşitli özellikleri bulunmaktadır.

Farklı araştırmacılar bu özellikleri farklı sınıflandırmışlardır. Kültürün özelliklerini Haviland vd. “Kültür paylaşılır, kültür öğrenilir, kültür simgelere dayalıdır, kültür tümleşiktir, kültür devingendir” (2008: 104-119) şeklinde sıralarken; Güvenç, “Kültür öğrenilir, kültür tarihtir ve süreklidir, kültür toplumsaldır, kültür ideal ya da idealleştirilmiş kurallar bütünüdür, kültür ihtiyaçları karşılayıcı ve doyum sağlayıcıdır, kültür değişir, kültür bütünleştiricidir, kültür bir soyutlamadır” (2011: 130-135) diyerek kültürün özelliklerinin ana hatlarını saymıştır.

Güney ise kültürün özelliklerini şöyle belirtmektedir: Kültür toplumsaldır, kültür öğrenilir, kültür değişebilir, kültür aktarılır ve süreklidir, kültür ihtiyaç gidericidir, kültür öğeleri arasında bir ahenk mevcuttur, kültür bir kurallar sistemidir, kültür bütünleştiricidir(2013: 26-30). Ertürk de kültürün özelliklerini şöyle ifade

etmektedir: Kültür içgüdüsel ve kalıtsal değildir, öğrenilir. Kuşaktan kuşağa geçerek s rekli lik özelliği gösterir. Kültür toplumsaldır, bir grubun  yeleri tarafından paylaşılan alışkanlıklar kabul edilen davranış, tutum ve değerler o grubun kültürüdür. Kültür, çoğunlukla ideal kurallardan ve davranış örüntülerinden oluşsa da bireysel tutum ve davranışlar önemli ölçüde idealden ayrılır (2010: 287).

Yukarıda ifade edilen görüşler ışığında kültürün özelliklerini ana b şlıklar altında aşığıdaki gibi açıklamak mümkündür:

1. Kültür paylaşılr: Kültür paylaşılan görüşler, değerler ve davranışların ölçütüdür; bireyin eylemlerini gruplar için anlaşılr kılan ortak belirleyicidir. Bir toplum içinde varolup şekillenen kültür o toplumun bireyleri tarafından paylaşılr

2. Kültür  ğrenilir:Kültür biyolojik olarak kalıtım yoluyla aktarılmaz kültürün içinde büyüyerek öğrenilir, bu da insanlığın toplumsal kanıtıdır. Bir toplumun kültürünün bir nesilden diğerine aktarılması ve bireylerin toplumun  yesi haline dönüşmesi *k lt rlenmedir*. İnsan doğarken genlerinde hiçbir kültür öğesi ile doğmaz. Zaman içinde aldığı eğitimle doğup büyüdüğü toplumun kültürünü öğrenir. Kendisi de aynı maddi-manevi kültürel öğeleri bir sonraki nesline aktarır (Haviland vd., 2008: 114).

3. Kültür simgelere dayalıdır: İnsan davranışının çoğu işaretler, sesler, amblemler ve başka bir şeyi anlamlı bir biçimde yansıtan simgelerle ortaya konur. Simgeler bir şeyi anlamlı biçimde temsil eden işaretler, amblemler ve diğer şeylerdir. Simgeler, ancak insanlar bu simgelerin iletişim içindeki kullanımları konusunda hemfikir olduğu zaman anlam kazanır. Kültürün en önemli simgesel boyutu dildir. İnsanlar dil aracılığıyla nesilden nesile kültürünü aktarırken, dil birikerek çoğalan ve paylaşılmış deneyimlerden öğrenmeyi mümkün kılar. Dil olmadan kişiler; olaylar, duygular ve yaşamadıkları deneyimler hakkında başkalarına bilgi aktarımında bulunamazlar (Haviland vd., 2008:116).

4. Kültür toplumsal yaşam sonucunda oluşur: Kültür insan için kendi toplumunun bir mirasıdır. Birey kültürü daha önceki kuşakların çaba ve tecrübelerinin bir ürünü olarak devralmaktadır. Kültürün toplumsal bir özellik taşıması, onun geçmişinin ve geleceğinin topluma bağlı olması demektir (Güney, 2013: 26). Kültür doğada hazır bir şekilde olmayıp sonradan üretilen ve oluşturulan bir yapıdır (Köktürk; 2006: 223). Kültürü oluşturan temel unsur insandır. Temelde

insanın çeşitli koşullar altında geliştirdiği değişik davranışlar bir süre sonra kültürü ve toplumun alt yapısını oluşturmaktadır. Zaman içinde benzer tutum ve davranışlar nesilden nesile aktarılırken kalıplaşarak kültürü şekillendirmektedir.

5. Kültür tümleşiktir: Kültür birbirinden ayrı parçaların bir araya gelerek oluşturduğu düzenli bir bütün olarak işlev gören, iyi yapılandırılmış bir sistemdir. Bu parçaların her biri kendine özgü nitelikleriyle ve büyük sistem içinde ait olduğu yeriyile ayrı bir birim olarak değerlendirilir. Ancak kültürün tam olarak işlev görebilmesi için bütün boyutlarının tümleşik olması gerekir. Kültürün ekonomik, toplumsal ve ideolojik boyutları tümleşiktir (Haviland vd., 2008:116).

6. Kültür ihtiyaçları karşılar:Önemli sorunlarla başa çıkamayan bir kültür ayakta kalamaz. Kültür yaşam içinde gerekli mal ve hizmetlerin üretimini ve dağıtımını sağlamalıdır. Üyelerinin biyolojik ve psikolojik gereksinimlerini karşılamalı ve biyolojik sürekliliğin korunması için bir üreme yapısı oluşturulmalıdır (Haviland vd., 2008: 132). İnsanların özellikle biyolojik ihtiyaçları ve bunların devamlılığı olan sosyal ihtiyaçları aynıdır. Bu nokta hemen hemen bütün kültürlerin ortak paylaşım alanıdır. Kültürler de insanların bu ihtiyaçlarını gidermek, doyuma erdirmeye yükümlüdür.

7. Kültür değişir: Kültürün nesilden nesile aktarılan bir miras olması onun değişime uğramadığı anlamına gelmez. Sürekli aktarılan kültür aynı kalmaz. Her yeni kuşak, bir önceki kuşaktan aldığı kültürü içinde bulunduğu şartlar, imkanlar doğrultusunda geliştirip zenginleştirir. Mevcut kültüre yeni bazı unsurlar eklendiği gibi bazı unsurlar da çıkarılabilir. Örneğin ihtiyaca yeterince cevap vermeyen odun sobası gibi kültür öğesinin kaloriferle değiştirilmesi gibi (Güney, 2013: 27). Kültürler kendi içlerindeki ve çevrelerindeki hareketlere ve eylemlere karşılık veren devingen sistemlerdir. Yeterli bir şekilde işlev gösterebilmesi için kültür, değişen koşullara uyum gösterebilme esnekliğine sahip olmalıdır. Bütün kültürler doğası gereği devingendir ancak bazı kültürler diğerlerine göre daha az değişiklik gösterebilir. Değişim, nüfus artışı, teknolojik gelişmeler, çevre krizleri, yabancı istilası, kültür içerisindeki davranış ve değerlerin farklılaşmasıyla meydana gelir.

8. Kültür görelidir: Hayvanlar genetik olarak kodlandıkları için türlerin davranışları hangi coğrafyada olursa olsun benzer olmakla birlikte, insanlara göre daha kısıtlı davranış sergilemektedirler. Buna karşılık insanoğlunun davranışları

kendi kültürel yapısına paralel çeşitlilik ve değişkenlik gösterir. Burada karşımıza kültürel görelilik kavramını çıkmaktadır.

Kültürel görelilik ilkesine göre herhangi bir kültürdeki insan davranışları yalnızca o kültürün temel varsayımları ve değerler sistemi çerçevesinde anlaşılabilir. Başka bir deyişle kültür incelemelerinde her bir kültürel nitelik ya da öğeyi kendi bağlamı içinde görmeye ve işlevini o kültürün bütüncül çerçevesi içinde anlamaya çalışmak kültürel görelilik ilkesine işaret eder (<http://udes.iku.edu.tr>, ty).

9. Kültür aktarılır ve süreklidir: Bütün hayvanlar ve insanlar öğrenme yeteneğine sahiptir ancak öğrendiklerini tümüyle yavrusuna aktaran tek varlık insandır. İnsanın bu üstünlüğü onun dil yeteneği ve konuşmasından gelir. Eğer bir kültür bir kuşaktan diğerine geçiyorsa, yani sürekliyse, onun her kültürde ortak neden ve sonuçları vardır (Güvenç, 2011:130).

10. Kültür bütünleştiricidir: Kültür toplumda meydana gelen farklılıkları, çatışmaları azaltıp bir bütünleştirme işlevi görebilir. Ancak çevresel, etnik, tarihsel gibi çeşitli nedenlerle hiçbir toplumda her zaman tam anlamıyla bir bütünleşme gerçekleşmeyebilir. Fakat bütünleşme sağlanamadıkça toplumda bireyler, gruplar, çeşitli kurumlar arasında ayrışmalar olacaktır. Bütünleşme zaman alır. Bazı konularda bütünleşme sağlanabilirken kimi zaman bu tür çabalar ayrışmalara da sebebiyet verebilir.

11. Kültür kurallar sistemidir: İnsanlar belli kurallar sistemi sayesinde her şeyi oluştururlar. Kültür de toplumca benimsenen bu ideal kurallar ve davranışlardan olur. Yazılı ve yazılı olmayan bu kurallar bütünü insanların toplum halinde yaşamalarını düzenler ve kültürün devamlılığını sağlar. Kurallar sayesinde insanlar kültür öğelerini oluşturur, kültürel birikim sağlanır ve nesillere aktarılır (Güney, 2013: 29).

12. Kültür bir soyutlamadır: Kültür kavramı hayatla ilgili soyut bir kavramdır. Özünde maddi ya da gözlenebilir bir kavram olmadığını bildiğimiz kültür, gerçeğin bir soyutlamasıdır. Güvenç'e göre kültür kavramı haritaya benzer. Harita nasıl bir bölgeni coğrafi özelliklerini gösteriyorsa kültür de belli bir toplumdaki kültürel öğeleri, kuram ve süreçleri ve bunların karşılıklı ilişkilerini temsil eder. Kültür kavramını oluşturan kurumlar ve ilişkiler, yapılar ve değişkenler, tıpkı coğrafya haritasındaki yerler ve isimler gibi gerçekten var olan şeylerin isimleri ya da soyutlamalarıdır (2011: 135).

13. Kültür grup üyelerince paylaşılan ortak anlamlar sistemine işaret eder:

Toplumdaki insanların paylaştıkları düşünceler, anlamlar ve değerler bütünü kültürü meydana getirir de her kültür, kendi içinde çok sayıda farklı alt kültürlerle sahiptir. Kent, köy, kasaba hatta mahalle ve etnik köken düzeyinde farklılıkların gözlenebileceği alt kültürler pek çok özellikleri ile birbirlerinden ayrılırlar. Nüfus hareketleri, kentleşme, endüstrileşme, tabakalaşma eğilimleri kültürel birikimlerin sınırlarını değiştirir, birleştirir, bazen de farklılaştırır. Ancak kültürler kendi içlerindeki tüm bu farklılıklara rağmen, başka kültürlerin özellikleriyle aralarındaki farklılıkları belirleyen ortak anlamlar sistemi kurma çabalarına devam ederler. Bir ulus kavramı tüm bu farklı alt kültürleri bir çatı altında toplar. Amerikan kültürü, Türk kültürü, İngiliz kültürü gibi (<http://udes.iku.edu.tr>, ty).

14. Kültür öğeleri arasında bir ahenk mevcuttur: Her kültür, kendi unsurlarıyla tutarlı ve dengeli bir bütünlük oluşturur. Toplumlarda aile, hukuk, sanat, ekonomik hayat, ahlaki değerler, örf ve adetler birbirini tamamlayan bir bütün halinde görülür. Kültürel değerler birbirini etkileyerek bir denge ve ahenk oluşturur (Güney, 2013: 29).

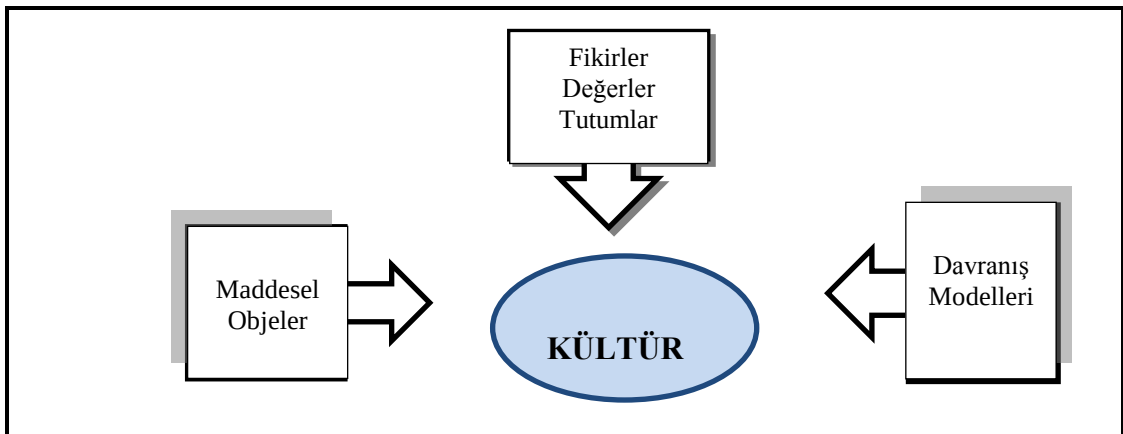
Haviland vd. ayrıca toplumun kültürel özelliklerini üç sınıfa ayırarak incelemektedirler. *Toplumsal yapı, alt yapı ve üst yapı.* *Toplumsal yapı*, toplumun üyelerini bir arada tutan, kurallarla yönetilen ilişkilerle ve bu üyelerin hakları ve yükümlülükleriyle ilgilidir. Ev halkı, aileler, kurumlar, güç ilişkileri ve politika; toplumsal yapının bir parçasıdır. Geçim yöntemleri, toplumun temel gereksinimlerini karşılamak için var olan kaynaklarını kullanılmasını da içerdiğinden kültürün bu boyutu *alt yapı* olarak da bilinir. Ekonomik temellerin yanı sıra, paylaşılan bir kimlik bilinci ve dünya görüşü de bir toplumu bir arada tutmaya yardımcı olur. Bir grup insanın dünyayı – şeklini, sorunlarını ve olanaklarını- ve bu dünyadaki kendi yerlerini anlamlandırmakta kullandığı bu görüşler, inançlar ve değerler bütünü, ideoloji ya da *üst yapı* olarak adlandırılır. Dini ve ulusal ideolojiyle birlikte üstyapı, bir toplumdaki insanların kendileri ve çevrelerindeki her şey hakkında sahip oldukları düşünceleri yapılandırır ve yaşamlarına anlam ve yön verir. Birbirlerini etkileyen ve pekiştiren bu üç bağımsız yapı, hep birlikte kültürel sistemin bir parçasını oluştururlar (Haviland vd., 2008: 116-117).

3.1.3. Kültürün   eleri

İrk, cinsiyet, yaş ayrımı olmaksızın her insan, bir canlı olarak insan olmanın benzer özelliklerini gösterir. Tüm yaşam döngüsü içinde geçirdiği biyolojik ve ruhsal gelişim birbirinin aynıdır. Bu süreçte onu diğerlerinden farklı kılan temel unsur, içinde doğup b y d  i toplumdur. Her toplumu, kendine özgü ama diğerlerinden farklı yapan da o toplumun kültürel yapısıdır.

İnsanın biyolojik ve sosyal pek çok ihtiya ı vardır. Bir grubun  yesi olarak birey ihtiyaçlarını bir topluluk içinde gidermek durumundadır. Farklı toplumların  yeleri olan bireylerin, ihtiyaçlarını gidermek üzere ortaya koydukları maddi ve manevi ürünler birbirinden farklı olabilir. Bununla beraber b y kl  i ne olursa olsun bir kültür oluşturmuş her sosyal toplulukta –dereceleri farklı olmakla birlikte- çeşitli ihtiyaçları karşılamak üzere oluşturulmuş benzer kültür öğelerine rastlanabilir. Bütün topluluklarda rastlayabilece imiz bu ortak kültür öğelerine kültür evrenselleri demek mümkündür (Susar, 2005:3).

Erdoğan (1991) ve Herskovits'in (1958) yaptıkları sınıflandırmalardan hareketle kültür evrenselleri; *maddi kültür öğeleri* (teknoloji, ekonomi vb.); *dil* (bir toplumun konuştuğu lisan), *inanç sistemleri ve gücün kontrolü*; *tutum, değer ve normlar*; *sosyal ve politik organizasyon*; *sanat* (estetik, müzik ve dans) ve *eğitim* olarak ortaya konabilir. Bütün k lt rl r (şekil 12); *maddesel objeler*; *fikirler, değerler ve tutumlar*; *kalıplaşmış davranış biçimlerini* içerir (Ferraro vd. 1994-18-19'dan aktaran Susar, 2005:3-4).



şekil 12: Kültürün   esi (Ferraro vd. 1994-18-19'dan aktaran Susar, 2005:3-4).

Ozankaya'nın toplumbilimi açısından değerlendirdiği kültür, insanların edindiği; gelenek, görenek, eğitim, öğretim, hukuk, siyasal kurumlar gibi türlü yollarla birbirlerine ve sonraki kuşaklara ilettikleri maddi nesneleri ve bilgi, sanat, hüner ve alışkanlıkları, inanç ve değerleri anlatır. Kültür, insanların toplumsal ve tarihsel gelişim içinde yarattıkları bütün (özdeksel) maddi ve (tinsel) manevi öğelerin toplamıdır(1994: 152).

Maddi ve manevi kültür öğelerine Kongar sanat, edebiyat ve düşün yapıtlarını da üçüncü bir grup olarak eklemektedir. Kongar'a göre sanat, edebiyat ve düşün yapıtları da kendine özgü niteliklerinden dolayı ne maddi ne de manevi kültürün kapsamına girer. Kongar kültürün bir bütün olduğunu, örneğin; Sinan'ın Süleymaniye'si ve Rodin'in Düşünen Adam'ının maddi kültür alanında algılanabileceği gibi, manevi kültür evrenindeki işlevlerinden dolayı manevi kültürün bir parçası olarak da düşünülebileceğini, kitabın bir madde, içindeki düşüncelerin mana olduğunu belirtmektedir (2008:19).

Maddi Kültür Öğeleri: Kültürün maddi öğeleri, toplumun belli bir gelişme aşamasındaki uygulamalı ilerlemesini, üretim ve uygulamadaki beceri ve hünelerlerini, insanların maddi ürünler yapmadaki deneyimlerini yansıttığı gibi insanın doğaya egemenliğinin ölçüsünü anlatır. Kültürün maddi öğeleri, insan emeğinin toplumsal gelişme süreci içinde yarattığı, meydana getirdiği bütün nesneleri anlatır. Örneğin, karasaban belli bir kültürel düzeyi anlatır (Ozankaya, 1994: 152). Maddi kültür öğeleri, bir toplumun sahip olduğu teknik, ekonomik ve fiziki değerlerin toplamıdır. Bu değerler doğal yollardan meydana gelmez, insan eliyle oluşturulurlar (Erdoğan, 1991:129).

Çoğunlukla elle tutulup gözle görülebilen maddi kültür kapsamına; imalatın şeklini ifade eden üretim teknikleri, yol ve bina inşaatları, dekorasyon, giyim-kuşam şekilleri, ulaşım araçları, fabrikalar, köprüler, barajlar gibi elemanlar girmektedir. Öte yandan insanların zihinsel inşa hareketleri olan doğa ve tıp bilimleri, mühendislik çalışmaları ve bilimsel bulgular maddi kültür unsurudur. Maddi unsurlar aynı zamanda toplumun teknolojik ve ekonomik seviyesinin de bir göstergesidir (Eroğlu, 2007:137).

Manevi Kültürel Öğeleri: Maddi öğeler belli bir gelişme gösterdikten sonra oluşan değerler, inançlar, bilgiler, davranış kuralları, gelenekler, görenekler vb'dir.

Toplumların ruhsal ve psiko-sosyal ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olan kısmına manevi kültür denmektedir. Belli bir topluma özel olan, örf ve adetleri, dini ve ahlaki normları, çeşitli değer yargıları, dil ve edebiyatı, müzik ve diğer estetik değerleri manevi kültür dahilinde saymak mümkündür. Ayrıca insanların psiko-sosyal ve ruhani ihtiyaçlarını tatmin eden, onların belli bir topluma ya da kimliğe ait olduklarını gösteren; ev ve bina tarzı, mabetler, kutsal ve milli mekanlar, kıyafet tipleri, yemek ve içecek eşitleri de manevi kültür unsurlarıdır (Eroğlu, 2007: 138).

Eroğlu'nun vurguladığı üzere, kültür unsurlarının işlevleri göz önüne alındığında maddi-manevi olarak teorisinin dışında ayırmak mümkün değildir, gerçek hayatta bir farklılaşma olamaz. Çünkü kültür unsurları aslında cisimlerin kendisidir. Bütün kültürel unsurlar zihinde başlar ya somut bir nesneye ya da soyut bir kurala dönüşür (2007: 138).

Maddi ve manevi kültürel öğeler sürekli bir etkileşim içindedir. Ozankaya, karasabanın yerine diğer maddi bir kültürel öğe olan traktörün geçmesi üzerine ortakçılık ilişkisinin kalkıp, kiracılık ve ücretli tarım işçiliğinin (manevi kültür öğesi) oluşması, traktörün yaygınlaşmasıyla atın (maddi kültür) ortadan çekilmesini, dolayısıyla düğünlerde cirit oyununun (manevi kültür) da artık görünmez olmasını bu olguya örnek vermektedir (1994: 154).

Maddi kültür ve manevi kültür bir toplumun değerlerini birlikte oluşturmanın yanı sıra bazı noktalarda farklı sonuçlar yaratabilmektedirler. Eroğlu, maddi kültürün uluslararası bir niteliğe sahip olup, hiçbir ulusun tekelinde olmadığını vurgulamakta ve insanların bir otomobil aracına sahip olmasının, insanlığın ortak çaba, bilgi ve tecrübesinin sonucu olduğunu örnek vermektedir. Manevi kültür öğelerinin ulusal olduğunu, belli bir topluma ait özel kurallar ve kurumlardan meydana geldiğini belirten yazar, insanları belli bir toplum yapan ve diğerlerinden ayıran unsurların da kültürün bu manevi yönü olduğunun altını çizmektedir (2007: 140).

Maddi kültürü manevi kültürden ayıran bir özelliği de objektif ve kesin değer ölçülerine yani faydalılık ve verimlilik ilkelerine sahip olmasıdır. Örneğin bir traktör kara sabana göre Fransızlar için de Türkler için de aynı fayda ve verimi sağlarken; objektif ve kesin ölçüleri olmayan manevi kültürde Türklerin önem verdiği bir gelenek veya inanç Japonlar için bir değer ifade etmeyebilir. Ancak her ne olursa olsun bir st sistem olarak birçok alt kültürden oluşan kültürün tüm unsurları

karşılıklı etkileşim içindedir. Genellemenin yapmak gerekirse, insanlar için araç olan her şey, kültürün maddi yönünü; insanlar için amaç olan her şey de manevi yönünü ortaya koymaktadır (Eroğlu, 2007: 141).

Kültürün unsurları genellikle sembollerin açılımlarını içermektedir diyen Ertürk bunlardan bazılarını şöyle sıralamaktadır: *Dil, din, gelenek ve görenekler ve sanat* (2010: 289-290). Eroğlu da kültürün unsurlarını; *teknolojik ve nesnel unsurlar, sosyolojik ve özel kültür unsurları, duygusal ve estetik unsurlar ve ideolojik kültür unsurları* (2007: 143) şeklinde dört kategoride toplamaktadır.

Doğanın ya da Tanrı'nın yarattıklarına karşılık, insanoğlunun yaparak, yaşayarak yarattığı, öğrendiği, aktardığı, geliştirdiği maddi-manevi her şeyi kültür olarak tanımlayan Güvenç, kültürel araştırmalarda yöntemsel güçlükleri yenmek ve sistematik bir kılavuz hazırlamak amacıyla 1940'larda ortaya konan bir rehber¹⁸ dayanarak ilk 8'li grup sınıflamaya giren kültürün unsurlarını şöyle aktarmaktadır (2013: 74):

- Töreler, kaynaklar	- Üretim-tüketim
- Aile, akrabalık ilişkileri	- Din, devlet, hukuk (yönetim)
- Bilgi (bilim, sanat, felsefe)	- İnsan, dil ve iletişim
- Yerleşmeler (köy, kent vd)	- Doğal çevre

Yukarıda belirtilen görüşlere dayanılarak genel olarak kültürün belli başlı unsurlarını aşağıdaki gibi sıralamak ve açıklamak mümkündür:

1. Maddi kültür öğeleri: İnsanın aklını ve becerisini kullanarak oluşturduğu tüm teknolojik, ekonomik, mimari, üretim faaliyetleri, bilimsel çalışmalar maddi kültür öğelerini oluşturmaktadır. İnsan eliyle oluşturulan tüm eserler, aletler bunları kullanma yetisi, onun maddi kültürünün göstergesidir. Her toplumun gelişmişlik düzeyine göre maddi kültürünün seviyesi ileri ya da geri olarak belirlenebilir.

2. Dil: Toplumsal iletişim sürecinin başlaması ve devamlılığı için en önemli unsurdur. Kültür unsurlarının başında gelen dil olmadan öteki unsurların meydana gelmesi mümkün değildir. Dil kültüre ait bütün değerleri bünyesinde barındıran bir

¹⁸ 1940'larda Yale Üniversitesi'ndeki Beşeri İlişkiler Dokümantasyon Merkezi'nde (HRAF) antropolog Murdock ve yardımcıları tarafından 8'li, 88'li, 888'li şeklinde sistematik bir sınıflama rehberi (Kültürel Muhteva Rehberi) hazırlanmıştır (Güvenç, 2011: 149).

kültür hazinesidir. Kültürü kuşaktan kuşağa aktaran dildir. Kültürün sürekliliğini ve gelişimini sağlar. Dil onu kullanan milletin kafa yapısını ve mantığını ortaya koyar (Ertürk, 2010: 289).

Dillerin her biri kendine özgü bir kültüre sahip toplumun üyeleri tarafından konuşulur. Konuşanın sınıfı, cinsiyeti ve statüsü gibi toplumsal değişkenler, insanların dili kullanımını etkileyebilir. Dili kullanım biçimimiz kültürü etkiler, aynı zamanda da kültürden etkilenir. Sözcük ve tümceleri bir anlam iletmek üzere seçeriz ancak bir topluluk ya da kültürde anlamlı olan bir şey, bir başkasında anlamlı olmayabilir (Haviland vd. 2008:210-240). Bu sebeptendir ki dil kültürlerarası farklılığın en önemli nedenleri arasındadır. Fonetik, ses, gramer yapısından öte anlam boyutu kültürlerarası iletişim çalışmalarında özenle üzerinde durulması gereken noktasıdır. Sadece konuşma dili değil aynı zamanda konuşurken kullanılan beden dili de o dile ve kültüre özgün kodlamalar içerir.

3. Din, inanç sistemleri ve gücün kontrolü: İnsanoğlu, tek tanrılı dinlerden önce kendisinde ve doğada gelişen tüm olayların sebebinin daha üstün güçlerden kaynaklandığına inanmış ve kendisine tanrılar kurgulamıştır. İnsan açıklamakta zorluk çektiği, üstesinden gelemediği sorunlar karşısında dinle bir anlam bulmaya çalışmıştır. Bir toplumun inanç sistemi tek tanrılı ya da mistik dinlerinin dışında tüm eski-yeni inanışları, batıl inançları, duaları, ayinleri, masalları, efsaneleri vb. kapsamaktadır.

Din, bir toplumun dünya görüşünü kapsayan kültürel sistemin üst yapısının bir kısmını oluşturur. Din, ruhani gerçeklik ya da doğa üstüyle ilgili görüşlerin yanı sıra birbirleriyle ilgili inançlar ve törensel geleneklerin örgütlü bir sistemidir (Haviland vd., 2008:642). Din daha önceki dönemlerde yüzlerce yıl kültürü şekillendirmiş, öteki kültür unsurlarını gölgede bırakmıştır (Ertürk, 2010: 289).

4. Tutum, değer ve normlar: Olaylar karşısında içinde yaşadığımız kültür, nasıl bir tutum takınacağımızı, bunu hangi normlar çerçevesinde düşünüp yorumlayacağımızı büyüme ve öğrenme süreci içinde biz insanlara kodlar.

Kültür öğeleri içinde; kültürün özelliğini veren, kültürlerarası farklılığı benzerliği doğuran veya iki önemli faktör, kural ve değerlerdir. Kültür çok defa bir toplumda bulunan normların ve değerlerin toplamı olarak düşünülmüştür. Değer kavramı özel davranışlara önder olanlardan ziyade, başlıca kuralların karmaşık bir bileşimidir.

Faydalı olan ve yarar sağlayan her şey değer olarak düşünülür. İstenen bir şey değil, kişi veya toplum için doğru olduğu varsayılanın istenmesidir. Normlar ise belirli rolleri olan kişilerin uymaları gereken kurallar, emirler ve ölçülerdir. Kültürel kurallar kültürel değerlere dayanır ve insan davranışlarında neyin doğru neyin yanlış olduğunu belirler (Erdoğan, 1997: 133). Güney, toplumsal değerlerin içeriklerinin toplumdan topluma, yere ve zamana göre değiştiğini, örneğin, özgürlük ve hürriyetin doğu ve batı toplumları için farklı anlam ifade ettiğini (2012: 33) belirtmektedir.

5. Örf ve Adetler, Gelenek ve Görenekler: Kurallar örf ve adetler diye ikiye ayrılır. Uyulması zorunlu olmayan, zorlayıcı vasıtaları belli olmayan kurallara adetler denir. Örf olan kurallar ise toplum için önemli davranışları belirler. Örfler toplumun üyelerinde kanuni ya da sosyal yaptırımlarla etkin bir şekilde uygulanır (Erdoğan, 1997: 134). Bunlar toplumun yazılı olmayan kanunlarıdır. Görenekler, geçmişten beri yapıla gelen ancak henüz adet haline gelmemiş ve insanların birbirleriyle karşılaştıkları zaman yaptıkları hareket biçimleridir. Görgü kuralları, ikram şekli, karşılama, vedalaşma gibi. Gelenekler ise, nesilden nesile devam eden daha köklü ve daha eski adetlere gelenek denir. Örneğin, misafirperverlik, güreş sporu bizim için önemli ve milli geleneklerimiz arasındadır (Güney, 2013: 36-37).

6. Sanat ve estetik: Sanat, bir toplumun güzeli yaratma ve bulma tarzıdır. Temel gereksinimlerini karşılayan insanoğlu sosyal ve gereksinimlerini gidermeye çalışırken de yeni güzellikler ortaya koymak ister, bunun sonucunda da sanat eseri ortaya çıkar (Ertürk, 2010: 289). Sanat sadece düş gücünü kullanarak güzelliklerin ortaya konulması değil, aynı zamanda toplumun gelenek ve değerlerinin yayılımı, korunması ve ruh halinin, inançlarının yansıtılmasıdır. Sanatı sadece sanatçılar üretmez. Günlük yaşantıda kullandığımız halılar, kilimler, tabaklar, örtüler de birer sanat eseri olup, onlara hayat veren dokumacı, çömlekçi de toplumunun kültürel motifleriyle bu işlevsel nesnelere sanatsal boyut katar. Görsel sanatlar, sözlü sanatlar, müzik, resim, seramik, heykel, tiyatro, dans, sinema gibi sanatın her dalı farklı biçimlerde toplumsal bağlar kurup, bir yöreyi, halkı temsil edip o toplumun kültürünün aynası görevini görür.

7. Sosyal ve politik organizasyonlar, kurumlar: Her toplumun kendine özgü bir sosyal yapısı vardır. Bazı toplumlarda sınıf kavramı çok kesin hatlara sahiptir, kiminde geniş ya da çekirdek aile modeli baskındır. Bu yapılar toplumun kültürel

özelliklerini var eder. Sosyal yapı içindeki yeme, içme, evlenme şekli gibi kurumlaşmış tavırlar kültürün ayırıcı özelliğini verir (Erdoğan, 1997: 135).

8. Eğitim: İnsan belli eğitimler sonunda toplumsallaşır. Eğitimle kültürünü sonraki kuşaklara geçirir. Değişen toplumsal, ekonomik, teknolojik yapıyla birlikte eğitim sistemi ve modelleri de değişir. Aynı şekilde bu yapıların devamlılığı ve gelişimi de eğitime bağlıdır. Ancak her ne şekilde olursa olsun kültürün devamlılığını sağlar, kültürü biçimlendirir. Eğitim modelleri, eğitimin toplum içindeki yaygınlığı, etkinliği, eğitim oranı, seviyesi toplumların gelişmişlik düzeylerinin önemli bir göstergesidir.

9. İdeolojik kültür unsurları: Kültür sistemi içindeki fertlerin ve çeşitli sosyal grupların, fikirleri, inançları, kanatları, felsefeleri, ilkeleri, zihniyet ve dünya görüşleri ile ilgili yönleri, çoğunlukla bu politik-ideolojik kültür elemanları kapsamında yer almaktadır. Toplumsal ve siyasi gücün dağılımı, toplumsal egemenliğin yapılanması, ülke kaynaklarının paylaşılması gibi konular ideolojik kültür unsurlarıdır. Bu manada devlet, iktidar, siyasi partiler, sendikalar ve çeşitli dernekler şeklindeki kurumlar, bu kültür unsurlarının kurumlaşmış organlarını oluştururlar (Eroğlu, 2007:144).

Kültürü oluşturan ve yukarıda sayılan öğeleri bir kültürün varlığı ve devamlılığı için tüm toplumlarda benzer başlıklar altında toplamak mümkündür. Ülkelerin coğrafyaları, iklimleri, etnik ve ırksal yapıları birbirinden farklı olsa da toplumları oluşturan insanoğlu yaratılış gereği çok sayıda ortak özelliğe sahiptir. Ozankaya, bütün kültürlerde ortak bulunan bu öğelerin “evrensel” olduğunu belirtmekte ve şöyle sıralamaktadır: Aile, akrabalık ilişkileri, ateş yakarak eğlenme, armağan verme, büyücülük, cezalandırma yolları, cinsel yaşamı düzenleyip sınırlama, çevre ve vücut temizliği, dans, dil, din, ebelik, eğitim, ergenlik adetleri, evlenme, gebeliğe ilişkin adetler, görgü kuralları, hukuk, imece, işbölümü, inanç tazeleme, hükümet, konuk ağırlama, kur yapma, düşünceler, ölüm törenleri, selamlaşma, süslenme sanatları, spor yapma, şakalaşma, takvim, yemek pişirme adetleri, yıldız bilimi, yas tutma, ziyafet verme, ziyaretleşme (1994: 155-156).

Tüm bu sayılan ve benzeri kültür öğeleri hemen her toplumda gözlemlenen toplumsal yaşayış unsurlarıdır. Ancak bu unsurlar evrensel ölçüde değerlendirilse de uygulandığı her toplumda mutlaka biçim ve form değişikliğine uğramaktadır.

3.1.4. Kültür  e itleri ve Kültürün Sınıflandırılması

Çeşitli kriterler baz alınarak kültür sınıflandırmaları yapılmaktadır. Her bir sınıflandırmada ele alınan kültürün boyutu, açısı, anlamı da değişmektedir. A a ıda (Tablo 14) Erdoğan (1997: 122-126)’ın belirttiği kültürel sınıflandırmalarda yer alan kültür  e itleri gösterilmektedir. Bu  alı ma gereği sadece birkaçı ele alınarak açıklanacaktır.

Kültürü Sınıflandırma Kriteri	Kültür �e�itleri
Yaygınlık derecesine göre	Genel kültür Alt kültür
Fonksiyonuna göre	Maddi kültür Manevi kültür
��renme zamanına göre	Postfigurative kültür Cofigurative kültür Pregurative kültür
Yerleşim yerlerine göre	Köy kültürü - �ehir kültürü
Refah seviyesine göre	Fakirlik kültürü - Zenginlik kültürü
Kapsamına göre	Ulusal kültür Evrensel kültür
Diğer sınıflandırmalar	Hayat kültürü - ölüm kültürü (Jules Henry) Evrensel kültür – Yerel Kültür Ulusal kültür – Alt kültür Yüksek kültür– Popüler kültür – Kitle kültürü

Tablo 14: Kültürün sınıflandırılması ve kültür  e itleri, (Erdoğan, 1997: 122-126)’dan tablola tırılmıştır.

Genel Kültür: Genel kültür, her toplumun sahip olduğu, sadece kendine has, tüm kültürünü ifade eder. Bir ulus adı verilerek onun kültüründen bahsediliyorsa genelleme yapılmış ve tüm toplumdan bahsediliyor demektir. Genel kültür, toplumun genelinde kabul görmüş, geçerli kabul edilen davranış biçimleri, değerler, inançlar, örf, adet, gelenek ve göreneklerden oluşmaktadır. Ortak bir bilinç, ortak bir ruh sonucu oluşan tüm toplumu çerçeveleyen genel kültür, toplumları birbirinden ayıran ana hatları çizer.

Ne kadar toplum varsa o kadar genel kültür vardır. Bu durumda ilkelinden karma ı ına, en az dinami inden en çok dinamiğine, kısmen gelişiminden tamamen gelişimine kadar bir seri kültürden söz edilebilir. Bir  lke veya ulusun kültüründen söz edildiği zaman genel kültür düşünülür yani o toplumun genel özellikleri hakkında bilgi edinmek istenildiğinde genel kültürün incelenmesi gerekir (Erdoğan, 1997:122).

Alt Kültür: Toplumlara atfedilen genel bir kültürün yanı sıra bu genel kültür çok sayıda da alt kültürlerden meydana gelmektedir. Bu alt kültürler geneli kapsayan kültürel yapıyla ortak paydada bulunduğu kadar farklı yönlerde de sahiptir.

Alt kültür, toplumun temel kültür unsurlarını paylaştığı gibi kendini diğer gruplardan ayıran değer, norm ve yaşam biçimleri olan grupları kapsamaktadır (Özkalp, 1990: 79). Alt kültür kümelerini başlıca; etnik, bölgesel ve mesleki olarak ayıran Ozankaya, zaman içinde bu kültürlerin sanayi, kentleşme, kitle iletişimi, bilim ve uygulamaları içinde başat kültürle kaynaştığını belirtmektedir. Amerika örneğini veren yazar, dünyanın farklı ülkelerinden gelerek Amerika coğrafyasına yerleşen pek çok alt kültür kümesinin farklı yaşama biçimlerinin zamanla azaldığını, Amerikan ulusu ve Amerikan kültürü yarattığını (1994: 163) belirtmektedir.

Genel kültür içerisinde oluşan kültürel farklılıklar ya da kültür adacıkları da denilen alt kültürler bazen farklılıklar, değişiklik arayışı ya da başkaldırı amaçlı oluşmaktadırlar. Çeşitli motosikletli çeteler, punklar, hippiler, çevreciler, rock grupları, rapçiler birer alt kültür temsilcileridir (Güngör, 2010: 245).

Evrensel Kültür: Kültür evrensel midir, ulusal mıdır sorusunun artık öneminin kalmadığını, kültürün insanlığa mal olduğu oranda evrensel olduğunun altını çizen Kongar, tüm insanlığın kültür öğelerinin uygarlığı oluşturduğunu belirtmektedir (2008:13). Özlem de insanın dünyaya geldiği ve yetiştiği ulusal kültür ortamının etkisinde olduğu kadar evrensel kültür ortamının da etkisinde kaldığını, insanoğlunun kendi kültüründen miras kalanlara yenilerini ekleyerek kültürünü zenginleştirdiğini söylemektedir (2000: 198).

Evrensel kültür tüm insanlığa mal olmuştur ve tüm toplumlar tarafından paylaşılır, çoğalır, aktarılır. Türk tarihinde evrensel kültür ile ulusal kültürün ayrımını ilk kez Ziya Gökalp yapmıştır. Ulusal olanı kültür (hars), evrensel olanı medeniyet olarak adlandıran Gökalp'a karşın Mustafa Kemal Atatürk, ulusal kültür ve evrensel kültürün temelde aynı kavramlar olduğuna inanarak Türkiye Cumhuriyeti'ni kurmuştur (Kongar, 2008: 16).

Kültür kavramının coğrafya haritalarına benzemeyen yanı onun sınırlarındaki belirsizliktir. Kültür kavramının sınırları ulusun siyasi sınırlarıyla çakışık değildir. Doğu kültürü, Batı kültürü gibi ayrımlar vardır ancak bu bölünmenin sınırları yoktur. Ortadoğu, Akdeniz ve İslam kültürleri iç içe geçmiş, sınırının nerede başlayıp bittiği

belli olmayan kültür alanlarıdır. Kültür kavramı birçok ülkeyi (Batı kültürü, tarım kültürleri vb) içine alabildiği gibi, bir ülkenin sınırlarının içinde sayısız alt kültür olabilir. Ayrıca bir ülke kullanılan sınıflama ölçütlerine göre, tarih, coğrafya, dil, din, töre, ekonomi ve siyaset bakımından farklı kültür çemberlerine dahil olabilir (Güvenç, 2011: 142).

Güvenç'in bu düşüncesini internet ve bilişim teknolojisi fazlasıyla desteklemektedir. İlerleyen teknolojinin eseri olan internet ve teknoloji, kültür, siyaset, ekonomi, tarih gibi her türlü bilgi, düşünce ve yeniliğe ulaşma imkânını vermekte, evrenseli yerele, yereli de evrensele taşımaktadır.

Ulusal Kültür: Manevi kültür unsurlarına ulusal (milli) kültür adı da verilebilir. Manevi ya da ulusal (milli) kültür unsurları, yarar ve çıkar sağlama bakımından öncelikle birlikte yaşanan başka insanlara daha sonra da kendilerine imkân ve fırsatlar sunacak bir niteliğe sahiptir. Bunun anlamı, manevi kültür unsurları “biz merkezli” yararlanma düzeneğine sahiptir. Manevi yani ulusal kültür, bir toplumu meydana getiren insanların birbirlerinden ne kadar çok farklılıkları olsa bile, birlikte yaşama iradelerini besleyen en temel ortak değerlerdir (Eroğlu, 2007: 138).

Ulusal kültürün varlığı ve sürekliliği; yazılı dil, gelişmiş felsefi önermeler, ileri bilim ve teknoloji, uzmanlaşmaya dayalı işbölümü, demokratik bir siyasi düzen ve hükümet biçimi gibi ögeler alanında gelişmekle olur. Bu gelişme doğal olarak ilgili ulusun kalıcı tarihsel değerlerinin, coğrafya ve iklim özelliklerinin çerçevesi içinde gerçekleşeceğinden, içeriği ile en ileri kültür düzeyinde olacak, üslubuyla, rengiyle, biçimiyle de ulusallığı koruyup sürdürmektedir (Ozankaya, 1994: 169).

Her medeniyetin sahip olduğu kültür unsurlarına yöne veren ortak algıları, değerleri, öncelikleri ve hatta temel kültür kodları birtakım farklılıklar gösterir. Sözgelimi, Batı medeniyetinin sürükleyici ve itici kültür unsurları, bilimsel ve teknolojik kökenli maddi kültür unsurlarıdır. Maddi kültürün denetimi altında şekillenen batı kültürü “ben merkezlidir”. Fakat Türkler'in tarihsel süreç içinde kültürünün temel kodlarını oluşturan medeniyet, manevi kültür yani ulusal kültür merkezlidir (Eroğlu, 2007: 140).

Türkdogan'a göre ulusal (milli) kültürün belirlenmesinde ulusal karakterler önem taşır. Antropologlar ulusal kültürün, kültürel bütünden ayrılan noktalarını belirlemiştir. Buna göre ulusal kültür ilk olarak; din, felsefe, edebiyat ve ilim

alanlarındaki ulusal başarıları veya kültürel ürünleri, ikinci olarak ulusal ölçüde faaliyette bulunan idari, iktisadi, dini vb. sosyal kurumları, üçüncü olarak da toplumun bütün mensuplarınca benimsenen ve fertlerin doğrudan gözlemleriyle kontrol edebildikleri ortak davranış kalıplarını kapsamaktadır. Türk kültürü ulusal kültüre, Karadeniz kültürü, Ege kültürü yerel kültüre örnektir (1996: 25).

Hofstede ulusal kültürü tanımlarken, buradaki ulusal kavramının insanların pasaportunda yazılı olan ülke, kültürün sınıflandırılmasında ise ülke kriterinin kullanılmasının geçerli olduğunu belirtmektedir. Her ne kadar kültür birçok anlamda evrensel boyutlar taşısa da kültürlerarası incelemelerde, ülkeleri ve kültürleri tanımada ülkeleri birbirinden ayıran ve ulusal kültür farklılıklarını oluşturan temel unsurlar kullanılmaktadır. Bunlar; dil, din, topografya ve yakın yerleşik düzeyi, kolonileşme, ekonomik sistemler, ekonomik gelişme, teknolojik gelişme, politik sınırlar ve sistemler, endüstriyel yapı, medya, eğitim sistemleri ve iklimdir (aktaran Soydaş, 2010: 50).

Günümüzde artık saf ulusal kültürlerden bahsetmek pek mümkün görünmemektedir. Küreselleşme eksenine giren ulusal kültürlere ve kimliklere, melez kültürler ve ulus ötesi medya şirketleri tarafından gedikler açılmış durumdadır (Held ve McGrew, 2008: 28). Küresel kültürün ortaya çıkmaya başladığını savunanlara karşı en fazla meydan okuyanlardan biri olan Anthony Smith ise ulusal kültürlerin bir yana atılmış olduğuna dair çok az kanıt olduğunu, ulusal kültürün kolektif kültürel kimliğin temeli olmaya devam ettiğini, ortak paylaşımların hala birçok toplulukta önemli yer tuttuğunu iddia etmektedir (Held ve McGrew, 2008: 285-286).

Halk Kültürü: Halk kültürü, kültür varlığının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Halk kültürü, toplumsal ve kültürel birlik oluşturan ortak ve kültürel özellikleri bulunan toplulukların ürünleridir. Toplumun sosyoekonomik dinamiklerini ortaya çıkarmakta, milletin kültür birliğini sağlamaktadır. Milletleri diğer milletlerden ayıran kültürel özelliklerin esası halk kültürüdür. Halk kültürü, özü gereği statik değil dinamiktir. Gelenek, zaman boyutunda bir başka geleneğe dönüşür. Belli bir kültür içinde oluşur ve canlılığını sürdürür. Geçmişten günümüze gelmiş bir kalıp değildir. Yaşayan bir kültür topluluğunun bugünkü gereksinimini karşılayan bir sosyal kurumdur (Artun, ty).

Halk kültürü ürünleri halk arasında mayalandığı için, halkın kültür yapısını ve dokusunu ortaya koyar. Halk kültürü toplumsal yaşamda birlikteliği pekiştirici, dayanışmayı arttırıcı özelliklerini sürdürerek bir işlev üslenir, halkın kendi kültürüyle yabancılaşmasını önler. Halk kültürü ürünlerinin halkın ortak duygu ve düşüncelerini dile getirmeleri bakımından o toplumun kültürünün korunmasında, yaşatılmasında önemli işlevleri vardır. Halk kültürü, uygarlıkların yaratıcısı olan insanların kimlik ve kişiliğinin temel belirleyicisidir (Günay, 1999:24'ten aktaran Artun, ty).

Yüksek Kültür, Kitle Kültürü ve Popüler Kültür: Tüm bunların hepsine birden “*beğeni kültürleri*” diyen Gans kültürü; bilgi, ilim, bilim ve maddi, manevi kültürün yanı sıra ağırlıklı olarak amacı eğitim, estetik, manevi, eğlence ya da vakit geçirmek olarak nitelendirilen “sanat” eylemleri, malları ve fikirleri (edebiyat, müzik, mimarlık, tasarım, medya vb) olarak değerlendirmektedir. Beğeni kültürleri kendi kitlelerinin sınıflarını ve özellikle de eğitim durumlarını yansıtmaktadır (Gans, 2005:21). Seçkin kültür olarak da adlandırılan yüksek kültür toplumun ayrıcalıklı kesimlerine aitken, popüler kültür toplumun sıradan kesimlerine ait olarak nitelendirilmiştir (Mutlu, 2005:298).

Kapitalizmin gelişimi ile ortaya çıkan kitle toplumu beraberinde kitle kültürünü doğurmuştur. Seçkinlerin sahip olduğu yüksek ve ciddi kültüre tehdit ve karşıt olarak konumlandırılan kitle kültürü, pazarda kitlesel olarak tüketilmek için kitlesel olarak üretilen kültürel ürünleri tanımlamak üzere kullanılmıştır. Halkın genel pratiklerinden ve ihtiyaçlarından doğan halk kültüründen farklı olduğu, halk yerine sanayiciler tarafından üretildiği yani yukarıdan empoze edilen, tekdüze standartlaşmış bir kültür olarak değerlendirildi. Popüler kültür ise kitle kültürünün bir parçası olarak kitle iletişim araçlarıyla popüler hale getirilen, kapitalizmin medya aracılığıyla yaydığı, standartlaşmış, mevcut sistemin çıkarlarına göre belirlenen, yapay bir ticari ve tüketim kültürü olarak adlandırıldı (Yaylagül, 2010:88-89).

Popüler kültür, geniş anlamda elit kültür haricinde her şeyi kapsayan ve dar anlamda da kitlesel medya tarafından yaratılan kültür olarak tanımlanabilir. Özellikleri ister ideolojik, ister sosyal, isterse maddi olsun geniş bir alana yayılmış ve önemli sayıda insan tarafından inanılan ve/veya tüketilen kültürdür (Harold, 2012: 358-360).

Popüler kültürle yüksek kültür arasındaki önemli bir fark, izleyicilerinin sayısı ve çeşitliliğidir. Yüksek kültür kimi zaman birkaç milyon kişiye ulaşırken popüler kültür bir televizyon programı ile on milyonlarca seyirci bulabilmektedir. Popüler kültür daha çok standardize edilmiş formülleri, stereotipik karakterleri ve konuları daha çok kullanır ama yüksek kültür de standardizasyonun tamamen dışında değildir. Popüler kültürde yaratıcı-izleyici arasında sınıf, eğitim farklılığı daha genişken, yüksek kültürde yaratıcı-izleyici uçurumu çok daha küçüktür çünkü izleyici sayısı daha azdır, daha homojendir, çoğunlukla yaratıcıyla aynı eğitsel ve sınıfsal geçmişten gelirler. Öte yandan popüler kültür geniş kitlelere daha çok üretim yapabilmek için yüksek kültürden pek çok şeyi ödünç almaktadır (Gans, 2005: 45-53).

Popüler kültür öğelerinin kitle iletişim araçları ile kültür endüstrilerinin sahibi olan egemen sınıflar tarafından kitlelere empoze edildiğinin altı çizilse de Özbek her kitle kültürü öğesinin yukarıdan empoze edilmediğini, çoğu kez halk arasında gelişen bu kültürün zamanla yukarıya taşındığını bunu da arabesk müziği örnek vererek ortaya koymaktadır. Özbek'in vurguladığı üzere, arabesk müzik yukarıdan aşağıya dayatılan bir kitle kültüründen farklı olarak; halka ait direnme ve kabullenmelerin, isyan ve boyun eğmelerin ideolojik ifadesini bulduğu bir popüler kültürdür, aşağıdan yukarıya gelen kültürel nitelikli bir harekettir (2010: 92).

Popüler kültürün halk kültüründen etkilendiğini, farklı olduğunu ancak yerini alamayacağını söyleyen Güngör, halk kültürünün halka ait olduğunu, halk tarafından üretildiğini, yerel, bölgesel, paylaşımsal, birleştirici ve toplumsal olduğunu, ticari olmadığını belirtir. Ancak yazar, popüler kültürün kuşatması altındaki dünyada bugün halk kültürü ya da halk kültürlerinin büyük tehdit altında olduğunun da altını çizmektedir (2010:233-244). Popüler kültür üzerine çalışanlar yaygın kitle iletişim araçları vasıtasıyla popüler kültürün en etkili ve geniş hegemonik aygıt olduğunu ileri sürmektedirler

Günümüz teknolojisi ve kitle iletişim araçlarıyla çok daha hızlı ve geniş bir yayılma alanı bulan popüler kültür ve ürünleri, küreselleşmeyle birlikte kimilerine göre kültürel yayılmacılığın kimilerine göre kültürel tanıtımın önemli bir aracıdır. Her ne şekilde olursa olsun bugün kısmen popüler kültür halini almış olan halk kültürü ulusal kültürün bir parçası haline gelmiştir. Popüler kültürle ulusal kültürün

birlikte düşünülmesine en iyi örnek ABD'nin uzun yıllar boyunca dünya genelinde uyguladığı kültür politikaları verilebilir. Özellikle Soğuk Savaş yıllarında Amerika yüksek kültür öğelerinden ziyade endüstriyel popüler kültür öğeleri ve içine kodlanmış mesajlarla gerek Demir Perde ülkelerinde gerekse diğer Avrupa ülkelerinde kendi kültürünü yaymayı ve yerleştirmeyi başarmıştır. Bugün tüm bu popüler kültür öğeleri (fast-food, Hollywood filmleri, Coca-Cola, kot pantolon, rock müzik vb) Amerikan kültürü olarak nitelendirilmektedir.

3.1.5. Endüstrileşen Kültür ve Kültür Ürünleri

20. yy'ın başlarında yaşanan 1. Dünya Savaşı, yükselen faşizm ve komünizm ideolojileri, öte yandan vahşi kapitalizm ve işçi sınıfının hareketlenmeleri kültürel ve toplumsal anlamda çeşitli değişimleri de beraberinde getirmiştir.

Kültür endüstrisi kavramı; kültür ürünlerinin üretilmesi, dağıtılması, tanıtımı ve tüketilmesi süreci ve bu süreçte teknoloji ve emeğin örgütlenmesine ilişkin bir kavramdır (Özbek, 2010: 87). Köyde kendi eğlencesini, yeme-içme, giyinme, sanat vb. ihtiyaçlarını kendi üreten ve gideren insanlar, endüstri merkezli modern kent toplumlarında bu kültür ürünlerini üretmek yerine satın almaya başlamıştır. Bunun karşısında kültür üreticileri de teknik olanakları kullanarak, seri üretim yaparak kitlelere olabildiğince ürün satmaya çalışırlar. Böylece endüstri kendi içerisinde kültürel üretim yapan bir sektör oluşturmuştur. (Güngör, 2011: 230).

Bu koşullar altında kültür, modernizm ve özellikle de kültürün endüstrileşmesi konusu üzerine yoğunlaşan Frankfurt Okulu karşımıza çıkmaktadır. Frankfurt Okulu'nun en önde gelen temsilcilerinden olan, 1940'lı yılların ortalarında "*kültür endüstrisi*" kavramını ortaya atan Adorno ve Horkheimer'a göre, kültür her şeye benzerlik bulaştırmaktadır. Kültür endüstrisinin tekniği, işi standartlaşmaya ve seri üretime varırmış, yapının mantığını toplumsal sistemin mantığından ayıran şeyi feda etmiştir. Bir sistem oluşturan filmler, dergiler, radyo gibi kültürel ürünler bir söz birliği içinde teknik mantığın aynısını yansıtırlar. Kültürün tüketicisi için her şey, üretimin şematizmi tarafından önceden sınıflandırılmış, düştürün yoksun, endüstrinin süzgecinden geçirilmiş, tek tip ürünler olarak sunulmaktadır. Kültür endüstrilerinin sunduğu kültür; izleyicinin düşünsel etkinliğine izin vermeyen, eleştiri gücünü

ortadan kaldıran, derinlikten yoksun yüzeysel, endüstri ile iç içe geçtiği için bozulmuş, kapitalizmin bir aracı haline geldiği için bir metaya dönüşmüş, taklit olanı mutlak diye sunan, eğlence ve zevk amaçlı hale gelmiştir (2010: 162-180).

Frankfurt Okulu'nun diğer önemli düşünürlerinden Walter Benjamin'e göre kapitalizm kültür ve sanatın zenginliğini, sanatçının kişisel yaratıcılığını ve özgünlüğünü yok etmiştir. Mekanik, yeniden üretimin egemen olduğu kapitalizmde teknoloji, kültür ve sanatın ruhunu yok etmiş, sıradan, standart, rutin hale getirmiş, kitlelerin bilincini ve belleğini zayıflatmıştır. Herbert Marcuse'a göre de kapitalist toplumlarda tüketim ve boş zaman etkinlikleri sermayenin denetimi ve kontrolü altındadır. Medya ve eğlence üreticileri üretim dağıtımını yaptıkları kültürel ürünlerle insanların dünya görüşlerini, düşüncelerini ve zihinlerini yönlendirmektedir (aktaran, Yaylagül, 2010: 98).

Avrupa'da yükselen faşist ideolojiler ve bunların kültür (bilinç) endüstrilerini kullanarak kitleleri yönlendirmeleri Frankfurt Okulu'nun kitle iletişim araçlarına ve kitle kültürüne kötümser yaklaşımına neden olmuştur. Frankfurt Okulu'na göre kitle iletişim araçları, kültürel yaşamı piyasada elde edilebilir asgari ortak noktaya indirgeyerek tek biçim ve sıradan bir kitle yaratmıştır (Tekinalp ve Uzun, 2006:157-158).

Kitle iletişim araçları endüstrisini, reklam ve araştırma endüstrileriyle birlikte "*bilinç endüstrisi*" olarak adlandıran Dallas Smythe'e göre de kitle iletişim araçları tekelci kapitalist sistemin bir buluşudur. Bu araçlar izleyicileri, kitle halinde üretirler ve reklamcılara satarlar. Bilinç endüstrisinin temel görevi tüketici mal ve hizmetlerini satın alan, bütçeyi destekleyen, vergi ödemeye dürtülenmiş halk üretmektir. Kitle iletişim araçlarının görevi de şekillendirilmiş izleyicilerin, kitlelerin üretilmesidir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 287-290).

Kültür endüstrilerinin asıl getirdiği yenilik kültürün uzlaşmaz iki ögesini, sanat ve eğlenceyi amaç kavramına, yani tek bir yanlış formüle, kültür endüstrisinin bütünselliğine tabi kılmasıdır. Bu formül yinelemekten ibarettir (Adorno ve Horkheimer, 2010: 180).

Ancak şu da önemli bir noktadır ki; modern öncesi dönemlerde halk kendi kültürünü kendi yaşam pratikleri içinde kendi üretirken, üst sınıf soyluların kültürel ve sosyal üretimi profesyonellerce üretilmekteydi. Modernleşme ve endüstrileşmeyle

birlikte burjuva sınıfı da kendine özgü, ortak kamusal gösterişli mekanlarda gerçekleşen kültür ve sanat ortamları oluşturmaya başladı. Böylece kent soylu sınıfına yönelik sanat galerileri, konser salonları, tiyatro binaları, moda evleri, restoranlar, barlar gibi bu sınıfa yönelik bir kültür sektörü doğdu. Bu durumda diyebiliriz ki, kültür endüstrisi yalnızca toplumun eğitim düzeyi düşük, sıradan kesimleriyle sınırlandırmak yanlış olur (Göngör, 2010: 230-231). Bu açıdan bakıldığında kültür endüstrisinin sadece halk kitlelerine yönelik içerikler oluşturmadığını aynı zamanda seçkin sınıf olarak nitelendirilen kesime hitap eden üst kültür ürünlerini de şekillendirip sunduğunu söylemek mümkündür.

Bu görüşlere göre, kültür ve bilinç endüstrilerinin amacı sürekli yinelenerek kimi zaman sanat adı altında içi boşaltılmış, eğlence odaklı ürünler sunmak, standart, sığ ürünlerle fazla düşünüp sorgulayamayan, uyuşmuş bireyler yaratmak, bu bireyleri sermayeyi ve kitle iletişim araçlarını ellerinde bulunduran egemen sınıflara birer tüketici olarak sunmaktır. Bu kültürel ürünler ve ürünlerin tüketicileri egemen sınıfların çıkarlarının korunması için kullanılır. Sürekli kapitalist sistemin endüstrisinde çalışan ve işleyişine hizmet eden birey, çalışmanın dışında kalan zamanlarında da kapitalizmin bir diğer aracı olan kültür endüstrileri aracılığıyla yönlendirilmekte, kazandığını televizyon, sinema, kafe, alışveriş merkezleri, futbol vb. ürünlere karşılık yine sisteme aktarmaktadır.

Özellikle de popüler kültür geç kapitalizmin yaygın halk kültürü olması nedeniyle günümüz dünyasında kültür endüstrilerinden bağımsız olarak düşünülemez. Günümüzde popüler kültür bir politika aracı olarak kullanılmaktadır. Örneğin Türkiye için düşündüğümüzde, resmi kültür denetçileri (TRT, RTÜK gibi) konumları gereği hep popüler kültür düşmanları gibi görünse de bunların, popüler kültürü işlevleri bakımından sevmemeleri için bir sebep yoktur. Çünkü popüler kültür örneğin Türkiye'nin milli ve manevi değerlerinin tanıtımını yapmak, bu değerleri olumlamak ve pekiştirilmesini sağlamaya çalışmak gibi bir takım iyi davranış, inanç ve değerlerin toplum zihnine zerk edilmesi için kullanılabilir (Mutlu, 2005: 296-297-317).

Kapitalist sistemin tüm alt katmanları genele hizmet etmek üzere sürekli bir devinim ve değişim içindedir. Ekonomi, teknoloji, siyasi yapılar gibi toplumu oluşturan değerler ve kültür de sistematik olarak bu değişim döngüsü içindedir. Bir

kaçışın mümkün olmadığı bu süreçte tüm toplumlar yaşamlarının devamlılığı için kendi çıkarları doğrultusunda bu endüstrileri kullanmayı öğrenmek zorundadırlar. Bu doğrultuda Türkiye de Mutlu'nun öne sürdüğü gibi topluma mal olmuş çeşitli unsurları, uluslararası platformda öne çıkmak, diğer toplumları etkilemek, onların kalplerini ve zihinlerini kazanmak için kullanabilir.

3.1.6. Küreselleşme ve Kültür

Küreselleşmenin toplumsal, kültürel yansımaları en yoğun ve sert eleştirilerin olduğu bir çalışma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Son yılların adeta moda kavramı haline gelen küreselleşme her yönü ile ayrı bir tartışma konusu yaratmaktadır. Uluslararası kültürlerin tanınması, kültürler arası etkileşim kurulması ve bunun bir uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi politikası haline dönüşmesi konusunda küreselleşmenin kültürel boyutlarını ve etkilerini incelemek gerekir.

Ekonomi, siyaset, ticaret, güvenlik, teknoloji küresel boyutlarda toplumları ve insanları etkilerken, medya ulusları aşan küresel yayınları ile tüm bu alanlardaki değişim süreçlerini her coğrafi noktaya taşımakla sorumludur. Medya, pazarlama ve kültür endüstrileri ile ortak çalışan bu sistem tüm dünya insanların yaşamlarını örneğin; tüketim alışkanlıklarını, ideal vücut ölçülerini, güzellik anlayışlarını, yemek alışkanlıklarını, kültür-sanat, spor zevklerini vs. etkilemektedir.

Genel olarak küreselleşme, önemli toplumsal ilişkilerin ve örgütlenmelerin bölgeler arası veya kıtalar arası ölçekteki mekansal erişiminde bir kayışı temsil eder. Küreselleşme karşıtlarına göre de kısmen küresel bir serbest piyasa yaratmak ve dünyanın belli başlı ekonomik bölgeleri dahilinde Anglo-Amerikan kapitalizmini pekiştirmek olan neo-liberal küresel projeyi meşrulaştırmaya ve haklı çıkarmaya yarayan bir mittir (Held ve McGrew, 2008: 10-12).

Robins'e göre küreselleşme, yeni küresel öğelerin var olan ve yerleşik, yerel ya da ulusal kültürel biçimlerle yan yana bulunmasıyla, kültürel olguların birikimi olarak görülebilir. Küreselleşmenin homojenleşme olarak düşünülemeyeceğini ancak sadece çeşit ve farklılık olarak da görülmemesi gerektiğini söyleyen Robins, küreselleşmenin kültürel kaynaşma ve kültürel farklılıklar arasındaki ilişkiyi

düşünmek için yeni bir zemin medyana getirdiğini söylemektedir. Küreselleşme süreci, iktisadi ve kültürel dinamiklerin yüzleşme, çekişme ve müzakereyi içinde barındıracak biçimde karmaşık şekillerde birbirlerini etkilemeleri olarak görülmelidir (2008: 289-294).

Kültürel anlamda küreselleşmeyi farklı boyutlarda ele almak gerekmektedir. Kültürün küreselleşmesini Robertson, dünyanın giderek küçülmesi, tek dünya haline gelmesi ve ulusal olarak kurulmuş toplumlarınsa daha fazla çokkültürlü şekle bürünmesi olarak değerlendirmektedir (1998: 99-100). Berger de küresel kültürün gerçekten var olduğunu ve küresel kültürün içerik ve köken açısından Amerikan ağırlıklı olduğunun inkâr edilemez olduğunu belirtmektedir (2003: 10). Ritzer ise, küreselleşmenin kültürel sonuçlarını; etkinlik, hesaplanabilirlik, tahmin edilebilirlik ve kontrol edilebilirlikten meydana gelen “McDonaldislaşma” kavramı ile ifade etmektedir (1993: 7).

Kongar’a göre de küreselleşmenin kültürel ayağı, birbirinden farklı hatta, biri ötekine zıt iki ayrı sonuca işaret eder. Küreselleşmenin kültürel ayağının birinci sonucu, "mikromilliyetçilik" biçiminde ortaya çıkarken, ikinci sonucu özellikle tüketici davranışını etkileyerek, dünya çapında kültürel birörnekliğin önünü açmış olmasıdır (http://www.kongar.org/makaleler/mak_kum.php, 2013).

1970’lerin başı itibariyle küreselleşme söylemlerinin yerleşmeye başladığı entelektüel dünyada ve bilim çevrelerinde kültür daha yoğun konuşulmaya başlamıştır. Kimileri kültürü küreselleşme süreciyle ilişkilendirerek yeni dünya düzeni bağlamında ele alırken, kimileri de ekonomi gibi kültürü de sömürgeciliğin tehlikeli bir aracı olarak görmektedir (Güngör, 2011: 225).

Kültür emperyalizmi tezi Oliver Boyd-Barret’in formülleştirdiği üzere teknoloji, kapitalizm ve içeriğin ihracatı olmak üzere üç düzeyde işlendiğini öne sürmektedir. Amerikan dizilerinin ve filmlerin popülarlığı gerek nicel olarak, gerekse izlenme miktarı bakımından hakimiyeti nedeniyle ulusal ve yerel kültürlerin giderek Amerikanlaştığını iddia eden kültür emperyalizmi tezinin geçerliliğine dayanak olarak gösterilmektedir (Mutlu, 2005: 153-154).

Çok sayıda ulus ötesi şirketin dünya çapında faaliyet göstermesi, iletişim ve medya teknolojilerinin gelişimi, seyahat ve ulaşım olanaklarının genişliği, sermayenin egemenliğinin az gelişmiş ülkeleri kapsayacak şekilde büyümesi,

özellikle kitle iletişim araçları aracılığıyla belli başlı kurumlardan tüm dünyaya bilgi, eğlence, haber akışının sağlanması egemen kültürlerin evrensel yayılımına zemin hazırladığı iddia edilmektedir.

Bauman'a göre kültür, kural olarak hegemonya üzerinde kendine özgü düzenlerinin dikildiği normların ve değerlerin tekeline amaçlamaktadır. Kùltürler hegemonyalarını kurdukları alanda tektipliliği hedefler ama aynı zamanda bu alanla insan dünyasının geri kalanını kesin çizgilerle ayırır. Bundan dolayı, kùltürler yapıları gereği hep yaptıkları gibi bir seçimi tüm diğerlerinin üzerine çıkararak hayat biçimlerinin eşitliğine karşı çıkar. Kùltür genelde ötekileri misyonerce kendi diline çevirme amaçlı bir etkinliktir. Birden fazla kùltürel düzenleme kùltürel çoğulculuk koşullarında yan yana olduklarında karşılıklı hoşgörü ihtiyaç duyulan ama kolayca ortaya çıkmayan bir tutumdur (Bauman, 2010: 178).

Kùltür emperyalizmi tezi Amerikan emperyalizmi eleştirisinin kùltürel anlamda dillendirilen şeklidir ve bu tez bugün küreselleşme eğilimlerine karşı mücadele sayesinde yeniden canlanan milliyetçilik söyleminin sıkı sıkıya sarıldığı bir ötekilik öyküsü üzerinden varlığını sürdürmektedir (Mutlu, 2005:289).

Haviland vd'egöre küreselleşme; bireylerin, şirketlerin ve siyasi kurumların kendi çıkarları doğrultusunda doğal kaynakları, ucuz işgücünü ve yeni ticari pazarları yeniden düzenleyerek kullandığı, devingen bir süreçtir. Küreselleşme yalnızca çok uluslu şirketlerin korkunç karlar elde ettiği bir güç sahası sağlamakla kalmaz, çoğu geleneksel kùltürde felaketler yaratır ve uzun süredir varlığını sürdüren toplumsal örgütleri yok eder. Bunu gerçekleştirebilmek de büyük bir güç sahibi olmayı gerektirir. Makro düzeydeki gücü yapısal güç olarak adlandıran yazarlar, toplumlar içinde ve arasında sistemsel etkileşimi örgütleyen, yöneten ve yürüten bu gücün sadece bölgesel politik örgütleri değil aynı zamanda küreselleşme sürecinde ortaya çıkan karmaşık yeni kùltürel oluşumları da içine aldığını belirtmektedirler (2008: 818-821).

Kùltürel emperyalizmin ürünlerinin dünya çapında benimsenişine ve geleneksel kùltürün yok olması için yapılan baskılara karşın, günümüz dünyasında

küreselleşmenin çeşitli boyutlarına karşı direnme eğilimi¹⁹ ve kültürel farklılıklar hala varlığını sürdürür (Haviland vd., 2008:799). Küreselleşmenin verdiği fırsatlar daha önce baskılanmış, sıkıştırılmış ya da daraltılmış farklı kültürlerin, toplumların kendilerini evrensel olarak ifade etmelerine de olanak sağlamaktadır.

Mutlu'ya göre küreselleşmeyi hala merkezi-çevre tarzında okuyacak olsak bile, bu ilişkinin en azından artık tek yönlü olmadığını düşünmemiz ve pek çok değişkeni göz ardı eden bir yaklaşımın kısırlığından kendimizi uzak tutmamız gerekir. Ulusal kültür korumacılarının savları karşısında iletişim teknolojilerindeki dönüşüm tam tersi imkanlar yaratmaktadır. Çevre kültürler merkeze taşınmaya hatta merkezin ana akım kültürüne dahil olmaya başlamıştır. Bu, küreselleşmenin çevre kültürlere sunduğu imkandır. Çevrenin korumacı içine kapalı politikaları ve bu imkanı gözardı etmesine ve korkulanın başa gelmesi için kolaylaştırıcı bir ortam yaratmak demektir. Bu durumda yapılması gereken, korumacılık veya içe kapanma değil tam tersi dışa açılma ve Tarkan, Galatasaray gibi popüler değerlerin küresel kültüre dahil etmenin yollarını aramaktır (Mutlu, 2005: 290).

Küresel kültür düşüncesinin gezegenler arası terimler haricinde pratik olarak imkansız olduğunu söyleyen olsa bile Smith, küresel kültürün hiçbir ihtiyaca, kimliğe cevap veremeyeceğini, insanlığı birleştirebilecek bir dünya hafızasına sahip olmadığını belirtmektedir. Küresel bir kültürün başarılı olabilmesi için var olan tüm ulusal kültürlerin toptan hafıza kaybına uğramaları gerekir (2008: 330-333).

Çeşitli kültürel öğeler medya, ticaret, teknoloji vb vasıtasıyla farklı toplumlarda benzer (örneğin kılık-kıyafet, yemek tarzı) yapılar görünse de bunu homojen bir küresel kültür olarak değerlendirmek güçtür.

3.1.7. Kültürlerarası İletişim

İletişim ve ulaşım teknolojileri, bilgisayar ağları, veri tabanları, gelişen ekonomi, iş ve siyaset ilişkileri insanların sürekli farklı ülkeler arasındaki döngüsünü ve hareketliliğini artırmaktadır. Öte yandan sosyal, siyasi, ekonomik ve teknolojik

¹⁹ Buna kanıt olarak, Cenova merkezli Dünya Ticaret Örgütü'nün politikalarına karşı yapılan halk protestoları, Greenpeace'in Fransa'nın Büyük Okyanus'taki deneylerine karşı yaptığı gösteriler, Fransız çiftçilerinin büyük tarım şirketlerine, genetiği değiştirilmiş ürünlere, endüstriyel tarıma tepkileri ve McDonald's restoranlarına saldırıları, Peru ve Kolombiya'daki devrimsel hareketler, Cezayir, Afganistan, Mısır gibi ülkelerdeki Müslüman köktendinci hareketler örnek verilebilir (Haviland vd, 2008: 799-800).

unsurların yanı sıra küreselleşmenin hızına artı ivme kazandıran, bu kavramı gündelik hayatın temel öğelerinden biri haline getiren klasik ve dijital medya, kültürel alışverişin gerçekleşmesinde ve karşılıklı tanınmasında etkin bir role sahiptir.

Kültürlerarası iletişim genellikle farklı kültürlere mensup bireyler ya da gruplar arasında gerçekleşen iletişim faaliyetleri olarak tanımlanır. Kültürlerarası iletişim makro düzeyde etnik gruplar, uluslar ve ülkeler arasındaki iletişim faaliyetleri inceler. Ekonomik ve siyasal nedenlere dayalı göçler, kitle turizmi ve ekonomik-siyasal birliklerin yaygınlaşması farklı kültürlerden insanların birbirleriyle karşılaşmaları olasılığını arttırmış ve bu karşılaşmaların sosyal sonuçları çağdaş toplumun problemleri olarak ortaya çıkmaya başlamıştır. Hem kültürel hem de iletişim yönü bulunan bu sorunların çözümünde temelde kültür bilimlerinin teorik birikiminden yararlanılmaktadır (Kartarı, 1999).

Kültürlerarası iletişimin diğer iletişim süreçlerinden tek farkı farklı kültürler arasında olmasıdır. Bunun sonucunda “kültürlerarası iletişim, farklı kültürlerden insanların ortak değerler ürettiği sembolik bir süreçtir” tanımı oluşmaktadır(Soydaş, 2010:12).

2. Dünya Savaşı sırasında Ruth Benedict’in ABD Savaş Enformasyon Dairesi için, Japonları anlamak ve Amerikan fikirlerinin onların anlayacağı biçimde aktarılmasını sağlamak amacıyla yürüttüğü antropolojik çalışmalar kültürlerarası iletişim disiplininin altyapısını oluşturmaktadır. Kavram olarak kültürlerarası iletişim ise ilk kez Edward T. Hall tarafından 1959 tarihli The Silent Language (Sessiz Dil) adlı eserinde kullanılmıştır. Hall gerçekleştirdiği karşılaştırmalı kültür çalışmaları ile iletişimdeki pratik etkileşimi ortaya çıkarmaya çalışarak kültür çalışmalarını iletişim alanına genişletmiş ve niteliksel araştırma yöntemlerinin iletişim alanında da kullanılmasını sağlamıştır (Kartarı, 2001: 30-31). Hall Sessiz Dil’le, dilin semboller ve seslerin ötesinde anlamlar taşıdığının altını çizmektedir.

Kültürler arası iletişimde en önemli unsurlardan birisi dildir. Bir dili anadili gibi ya da derdini anlatacak kadar bilmek karşılıklı diyalogun sağlanması için yeterli gelse de sağlıklı bir iletişim kurulabilmesi için kimi zaman yetersiz kalmaktadır. Her toplumun kendine özel değerleri, normları, davranış biçimleri, inançları, o toplumda geçerliliği olan düşünce, ifade kalıpları vardır ve bazen konuşma bu unsurlar

bağlamında bir anlam kazanmaktadır. Dil ancak bu unsurlar çerçevesinde öğrenildiğinde kendini ve konuşanı tamamlar. Çünkü bir dil sadece onu oluşturan harf ve seslerden ibaret değildir aynı zamanda kültürel anlamlar taşır. Bu nedenledir ki bir topluma oldukça anlamlı, dokunaklı, komik, acı ya da saçma gelen bir cümle farklı bir kültüre ait toplumda normal karşılanabilir. Gerek sözel gerekse bedensel dilin anlamsal ve özsel boyutunun tam bilinmemesinin kimi zaman ciddi iletişim kazalarına sebebiyet verdiği konusuna daha önceki bölümde de örneklerle yer verilmişti. Gerek uluslararası halkla ilişkiler, gerekse kamu diplomasisi farklı toplumların birbirleriyle ilişkilerini kapsadığı için bu farklı toplumların farklı dillerinin bilinmesi, mesajların bu dillerin anlam ve söylemleriyle kodlanması durumunda ancak doğru bir iletişim süreci kurulabilir.

Küreselleşme ve onun getirdiği bir dizi pratiklerin önüne geçmek, engellemek mümkün değildir. Aksine ortaya çıkan bu pratiklerin tanınması, içselleştirilmesi ve toplumların olumlu gelişimleri için kullanması daha etkili bir baş etme yöntemi olarak değerlendirilebilir. Küreselleşme çeşitli alanlarda bütünleşmeyi getirirken, aynı zamanda farklılıkları da ortaya koymaktadır. Farklı kültürler ve toplumlar arasında oluşacak her türlü sosyal, ekonomik, kültürel ilişki boyutunda sergilenen yaklaşım ve tutumlar önemlidir. Uluslararası düzeyde gerçekleşecek her türlü toplumsal, halkla ilişkiler ya da diplomatik süreçte günümüz gezegeninin çoksesli, çokkültürlü dünyasının sunduğu farklı bakış açılarını, söylemlerini, davranış ve eylemlerini göz ardı etmek, yok saymak bu sürecin sağlıklı işlememesine neden olacaktır.

Küresel düzende göç, seyahat, iletişim, bilgi-işgücü transferi gibi nedenlerle ortaya çıkan hareketlilik artık sıradanlaşmıştır. Günümüzde dünyayı hareket etmek zorunda kalmadan da görmek mümkündür. Bu bakış açısıyla küreselleşme, yaratıcı ve birleştirici bir melezleştirme süreci olarak değerlendirilebilirken, kültürlerin karşılaşması, karışması kültürel çatışmaları, yozlaşmaları güçlü olanın içinde erime riskini de beraberinde getirebilmektedir.

Kültürel açıdan yaklaşıldığında kültür ve iletişim kavramlarını birbirinden ayırmak mümkün değildir. Kültürün nesilden nesile aktarılabilmesi için sözel, yazılı, teknolojik iletişime ihtiyacı vardır. Ancak iletişimin nasıl gerçekleşeceği de o toplumun sahip olduğu maddi ve manevi kültürel öğeleri ile ilintilidir. Kültürümüzün

bize kazandırdığı algı, tutum ve davranışla iletişim kurarken, kullandığımız dil de o kültürel boyut içinde anlam kazanır. Kültürlerarası iletişim faaliyetlerinde de kültür ve iletişim arasındaki bu özsel bağ unutulmadan bir strateji oluşturulmalıdır. Kamu diplomasisi farklı kültürel yapıların uluslararası platformlara taşınması için önemli bir araçtır. Kültürel etkileşim, işbirliği, ortaklık amacı güden kamu diplomasisi faaliyetleri kültürlerarası iletişim sürecine stratejik yaklaşmak durumundadır.

3.2. Türk Kültür Yapısı

En eski Türk kavmi Çinlilerin Hiong-nu adını verdikleri kavimdir. Bu kavim M.Ö. 3. yüzyıl ile M.S. 2. yüzyıl arasında Çin seddinden Batı Türkistan'a kadar uzanan yerlere hâkim olmuştur (Sümer, ty:213). En eski ve devamlı topluluklardan biri olan Türkler yaklaşık dört bin yıllık mazileri boyunca Asya, Avrupa ve Afrika kıtalarına yayılmış büyük bir millettir. “Türk” kelimesini Türk devletinin resmi adı olarak ilk kullanan teşekkül Gök-Türk İmparatorluğu’dur (552-744). Millet ve devlet adı olarak “Türk” kelimesi ilk defa; Çin’de Chou sülalesi yıllığında (557-579), Batı’da Bizanslı tarihçi Agathias’ın eserinde, Arapça’da Cahiliye devri şairi Nâbigat’uz-Zubyâni’nin Divan’ında ve İslavca’da 12. asır ilk Rus kronikinde zikredilmiştir. Coğrafi olarak “Türkiye” tabirine ilk defa Bizans kaynaklarında rastlanmaktadır (Kafesoğlu, 2012:41-45).

İktisadi nedenler, kuraklık, kalabalık nüfusun ihtiyaçları, otlak darlığı, verimsiz bozkırlar, iklim koşulları gibi çeşitli nedenlerden dolayı yüzyıllar boyu yer değiştirmek zorunda kalan Türkler, bu süre zarfında kaldıkları toprakların kültüründen etkilendikleri gibi geçtikleri yerlere kendi kültürlerini de bırakmışlardır.

Yerleşik hayata geçiş faaliyetleri olan ziraat ve ticareti dönemlerinin çok ilerisine götüren Gök Türk’lerin ardından Türk aleminin en büyük ve kültürlü kavimlerinden olan Uygurlar, İslamiyet’in benimsenmesine önayak olan Karahanlılar ve Anadolu’yu yurt yapan Türkiye Türkleri’nin atası Oğuzlar; devlet teşkilatı, askeri düzen, içtimai hayat, iktisat, mimari, ilim, tasavvuf, edebiyat, müzik gibi alanlarda Türkler’in sahneye çıkışlarından bu yana sürdürdükleri ve İslamiyet’le harmanladıkları köklü bir kültür yaratmışlardır. Tüm bu kültürel yapı ve eserler 600

yıllık Osmanlı İmparatorluğu ile zenginleşerek geniş topraklar üzerinde yaşama şansı bulmuştur (Sümer, ty: 214-241).

Şu an içinde yaşadığımız Türk kültür yapısı binlerce yıl süresince; coğrafi koşulların sunduğu imkanlar, göçler, yerleşik yaşam, savaşlar, kazanılan-kaybedilen topraklar, devlet teşkilatlanması, askeri güç, ticari yapılanma, dinsel öğeler, farklı etnik yapılar, dil, tarihi yapılar, estetik (edebiyat, müzik, tasavvuf) gibi çok farklı öğelerin bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Yüzyıllar süren göçlerin ardından jeopolitik öneme sahip, Yunan, Sümer, Hitit, Urartu, Mezopotamya, Roma, Pers, Bizans gibi antik medeniyetlerin buluşma noktası olan Anadolu topraklarını kendine yurt edinen Türkler tüm bu medeniyetleri harmanlayarak, kaynaştırarak kendine köklü bir kültür yaratmıştır. Dünyanın ilk güçlü ve gelişmiş medeniyetlerinin yanı sıra farklı din ve inanışlar da Anadolu topraklarının ve insanının kültürünü, kimliğini şekillendirmiştir. Bugün medeniyetler beşiği olarak anılan, üç kıtayı birbirine bağlayan Türkiye, Doğu-Batı sentezinde kendine çok yönlü bir kimlik yaratmıştır.

Kültürün ve toplumun temel özelliklerinden olan “*değişim*” Türk kültürünü ve kimliğini de zamanın akışına bağlı olarak değişikliklere zorlamaktadır. Yetişgin’in dile getirdiği gibi son asırlarda Batı ile olan yakın ilişkileri ve batılılaşma hareketleri sonunda Türk kimliği daha yeni medeniyetlerin izlerini taşıyacak şekilde yeni etkilere maruz kalmıştır. Tüm bu etkileşimlerde ve gelişmelerde kendine yakışan özlüğünü ve ayrılığını da korumasını bilmiştir ki güçlü bir Türk kimliği giderek küreselleşen dünyada varlığını daha fazla hissettirmektedir. Özellikle Soğuk Savaş’ın sona ermesi ile modern Türk kimliği, hem Kafkaslar ve Orta Asya ve hem de Orta Doğu’da kendisi ile tarihi, etnik yapısı ve dinî bağları olan toplumların etkilenmesinde, bu yolla büyük bir Türk kültür ve medeniyet bölgesi yaratılmasında önemli bir potansiyele sahip görünmektedir (Yetişgin, 2007: 60-61).

3.2.1. Türk Kültürünün Özellikleri

Göçebe ve yerleşik düzenin özelliklerini taşıyan Türk kültürü, coğrafi konumu nedeniyle çok farklı kültürlerin etkisiyle harmanlanmış eski ve köklü bir yapıya sahiptir. Bugüne kadar hiçbir devletin esareti altında kalmadan bağımsız yaşayan Türkler, tarih boyunca 16 devlet kurmuşlardır. Bugün bu devletlerin birikimlerini

temel alan Türkiye Cumhuriyeti, geçmişte kurulan Türk devletlerini Cumhurbaşkanlığı forunda²⁰ bir güneş çevresinde 16 yıldız olarak konumlandırmıştır.

İngiliz kültürü İngiltere’de, Japon kültürü Japonya’da, Fransız kültürü ile de Fransa’da filizlenen ve gelişen bir kültür anlatılmaktadır. Oysa ki Türk kültürü belirli bir coğrafya ile sınırlandırılması mümkün olmayan, Türkler’in göçüp yerleştikleri ve devlet kurup egemen oldukları ülkelerin tümünü kapsamaktadır. Türkiye coğrafyasına sığmayan bu kültür ilk kavimlerin sahneye çıkışından günümüze kadar yerleştikleri, yaşadıkları bugün de yaşamakta oldukları yerlerde yarattıkları ve etkinliğini sürdüren bir kültürdür (Turan, 2010: 53).

Turan’ın aktardığı üzere, bir kültür bileşkesi olan Türk kültürünün geneli üç kaynaktan oluşmaktadır: Orta Asya, Komşu Ülkeler (Çin, Hindistan vb.) ve İslam (Arap, İran). Türk kültürü zamanla üçlü bir bileşke niteliğini kazanmasına karşın Türkiye kültürünün etkileşim kaynakları değişmiş ve dördüncü bir bileşkeyi bünyesine katmıştır. Orta Asya’dan getirilen öz, İslamiyet’le birlikte yeni bir görünüm kazanmış, göç edilen Anadolu’da karşılaşılan kültürler bu değişimi genişletmiştir. Sonrasında başlayan Haçlı Seferleri, İstanbul’un fethi, Rumeli’ye yerleşim Türkler’i Avrupalılar’la tanıştırmıştır. Zamanla Batı örnekli düzenlemeler, Batı kültürü etkisini artırmış ve yıllar içinde hızlanmıştır. Bugün Türkiye Cumhuriyet’inde varlığını sürdüren Türk kültürünü oluşturan dördümlü bileşkeyi Turan, Türkî kültürü (Orta Asya), İslam kültürü (Arap, İran), Anadolu yerli kültürü ve Batı kültürü şeklinde sıralamaktadır. (Turan, 2010: 54). Tek bir coğrafyadan oluşmayan Türk kültürü, bu bileşkenin tarihi, kültürel, coğrafi, sosyal dokuları ile yoğurularak meydana gelmiş köklü ve zengin bir kültürdür.

21. yy.’da tüm dünya önüne geçilmez bir hızla değişmektedir. Geçtiğimiz yüzyıllarda toplumsal davranışlar, görüşler, fikirler, yenilikler yüzyıllar, onyıllar sonra başka bir ülkeye ulaşırken, bugün değişim dünyanın büyük bir kısmında neredeyse eş zamanlı ya da gün, ay gibi kısa zaman dilimleri içinde gerçekleşmektedir. Kültür durağan değildir, dinamik öğeler aracılığıyla kendini

²⁰ Ayrıntı için bakınız; <http://www.tccb.gov.tr/sayfa/cumhurbaskanligi/fors/>

yeniler, geliştirir. Türkiye ve Türk kültürü de kültürün genel değişken yapısına paralel olarak bu etkileşim ve değişimden payını almaktadır.

Küreselleşmenin temel ayaklarından ve araçlarından biri olan iletişim teknolojisi ve onun bir sonucu olan medya, yeni kültürlerin tanınmasında, yaygınlaşmasında baskın bir role sahiptir. Kültürleşme süreçleri neredeyse gerek klasik, gerek dijital medya karşısında yaşanır hale gelmiştir. Küreselleşme ekseninde ticaret, uluslararası ilişkiler, siyaset, hukuk, toplumsal yaşam farklı ölçülerde, biçimlerde değişime zorlanmaktadır. Tüm bu değişimler diğer toplumsal olgular gibi kültürü oluşturan öğeleri de değişime itmektedir. Örneğin gelişen teknoloji sayesinde hemen her dile yeni kavramlar eklenmektedir. Zaman içinde Türk kültürünü belirleyen değerler, normlar, sosyal öğeler form değiştirmiştir ve değiştirmeye de devam etmektedir.

3.2.2. Türkiye'nin Kültür Politikaları ve Yönetimi

Kültür politikaları toplum kültürünün yerel ve küresel bağlamda nasıl yönlendirileceğine dair bir strateji belirlenmesi, planlanması, uygulaması ve denetimini içerir. Ülkelerin kültür politikalarına genelde iktidarı ve gücü elinde bulunduranlar karar verip yönlendirirler. Kimi zaman bu politikalar yurt içi ve yurt dışı toplumsal gelişimlere ivme kazandırırken kimi zaman da gelişimi durdurma gücüne sahip olabilir.

Kültür politikaları, günümüz ve geleceğin kültür yapısının belirlenmesinde, kültürel mirasın korunması ve tanıtılmasında etkin bir rol oynar. Kültür politikalarının ilkeleri bilimsel çalışmalarla akılcı ve gerçekçi olarak saptanır. Toplumun gerçeklerine maddi ve manevi değerlere uygun esaslara dayandırılır. Toplumun kültürel mirası sonucu oluşan yaşama biçimi inanç ve değerleri günlük kültür politikalarıyla yeniden yapılanamaz. Eğitim ve kültür politikaları millidir. Kültür politikaları evrensellikten kopmadan kültürel değişim ve gelişimle sağlıklı, ilkeli politikalarla sürer (Artun, t.y.2).

Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u almasıyla başlayan Batılılaşma hareketi, yabancı ülkelere gönderilen elçiler, matbaanın kurulmasıyla Batı eserlerinin çevrilip basılması, 1860'larda kurulan kumpanya ile yerli tiyatro hareketinin başlaması, Tanzimat ve Islahat Fermanları, I. ve II. Meşrutiyet, Genç Türkler, Yeni Osmanlılar hareketleri, Servet-i Fünun gibi düşünce ve edebiyat toplulukları gibi girişimler Türk

kültürüne bireysel haklar, anayasa, özgürlük kavramlarını, Batı fikirlerini, estetiğini, sanatını taşımıştır (Kongar, 2008: 46-47).

Cumhuriyet rejimini kültür temelli kuran Atatürk, Türk kültürünün ulusallaşarak, evrensel boyutlara ulaşmasının savaşını vermiştir. Cumhuriyetin ilk yıllarında eğitim ve kültür hükümet programlarında önemli bir yer tutar. Birçok alanda zayıflamış bir ülkeyi; yeni anayasa, giyim-kuşam, saat, takvim, alfabe, dil, güzel sanatlar, medeni kanun gibi çağdaş ulusal bir devlete yakışır devrimlerle tanıştırmıştır. Edebiyat, müzik, plastik sanatlar ve düşünce yaşamındaki gelişmeler, köy enstitüleri, Batı kültüründen çeviri eserler, gün ışığına çıkarılan Türk-İslam klasikleri, Atatürk zamanında başlayan dil kurultayları, tarih kurultayları, dil-tarih araştırmaları, eğitimin birleştirilmesi, halk eğitimi, yurtdışına öğrenci gönderilmesi, öğretmen okullarının yaygınlaştırılması, ilköğretimin zorunlu kılınması çabalarıyla Cumhuriyet Türk kültürünün şekillenmesine olanak sağlanmış, ulusal kültürün geliştirilmesi hedeflenmiştir (Kongar, 2008: 49-54).

Kültür ve uygarlığı birbirinden ayırmayan Atatürk kültürü, “bir toplumun devlet hayatında, düşün hayatında (bilimde, toplumbilimde ve güzel sanatlarda) ve ekonomik hayatta (tarımda, ticarete, kara-deniz-hava ulaşımında) yapabildiği şeylerin bileşkesidir” şeklinde tanımlamıştır. Ulusların, evrensel düzeyde ancak kendi öz kültürlerinin o düzeye ulaşmış olması ile yer alabileceklerine ve uluslararası ilişkilerde kültürün en etkili bağı oluşturabileceğine inanan Atatürk (Turan, 2010: 32-34), aslında temel ayaklarından biri kültür olan bugünkü kamu diplomasisine işaret etmektedir.

1924’te kurulan Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara’da Mûsiki Muallim Mektebi, Gazi Eğitim Enstitüsü, Orta Öğretmen Okulu açılmıştır. 1931 Türk tarih Kurumu, 1932 Türk Dil Kurumu, Türkçe’nin ulusal olduğu kadar kültür ve bilim dili haline gelmesi, kültür değerlerinin yerleşmesi ve yetenekli gençlerin yetişmesi için Halkevleri kurulmuştur. Hasan Âli Yücel bakanlığı döneminde Türk kültür hayatına kazandırılan çeviri, dünya klasikleri, Devlet Resim Heykel Müzesi, devlet tiyatroları, opera ve bale sahneleri, UNESCO kurucu üyeliği önemli gelişmelerdir (Turan, 2010:36).

1938-1946 döneminde eğitim ve kültür politikalarında Batıcılık daha radikal ve baskın bir tarzda kendini hissettirmeye başlamıştır. Atatürk döneminde Batı kültürü

ve milli kültür birlikte esas alınırken, İnönü Dönemi'nde doğrudan Batı Kültürü esas alınmıştır (Güngör, 1996: 113). Bu dönemde Batı'ya karşı aşırı denebilecek bir özenti başlamıştır. İnönü Hükümeti'nin ilk döneminde bir önceki dönemle bağlantılı olarak milliyetçi bir kültür politikası gözlenirken; ikinci dönemde hümanistik bir kültür politikası izlenerek geleneksel kültürün taşıyıcıları köylü halk üzerinde farklı siyasal, politik baskılar hâkim olmuştur (Eren, 2008: 80).

Kongar'a göre 1950 yılı Türk kültüründe güdümlemeler açısından bir başka dönüm noktasıdır. Yönetimi devralan Demokrat Parti kültür konusunu din ile birlikte siyasal bir araç olarak kullanmış, dil ve din sorunu çerçevesinde ele almıştır. Menderes hükümeti o güne kadar izlenen eğitim politikalarının tutarsız ve plansız olduğu gerekçesiyle ulusal kültür doğrultusunda oluşan gelişmeleri durdurmuştur (2008: 50-55).

1935 yılına kadar Maarif Vekâletinin sürdürdüğü kültür faaliyetlerinin ayrı kültür bakanlığına bağlanması konusu 1990'lara kadar çeşitli başarısız denemelerle sonuçlanmıştır. 1965'te Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı kurulan Kültür Müsteşarlığı yeterli gelmeyince 1971'de Kültür Bakanlığı kurulmuştur. Ancak yıllar içinde Kültür Bakanlığı'nın iktidarların anlayışına göre sık sık açılıp kapatılması belirli bir kültür siyasası izlenmesine olanak bırakmamıştır (Turan, 2010: 38). 1971 Nihat Erim, 1973 Sadi Irmak hükümetlerinde siyasal iktidarın aracı haline gelen Kültür Bakanlığı 1977-78 Ecevit Hükümetince kaldırılmış yerine özerk bir Kültür Yüksek Kurulu oluşturulmuştur. Ancak bir süre bu kurul da özerkliğini yitirmeye başlamış Türk kültürü zenginleştirmek yerine farklı görevler edinmeye başlamıştır (Kongar, 2008: 65).

1960'lı yıllar Türkiye'de aynı zamanda beş yıllık kalkınma planlarının yapılmaya başladığı yıllar olmuştur. İlk beş yıllık plan 1963-1967 yılları arasını kapsarken, dokuzuncu ve sonuncusu 2007-2013 yılları arasını kapsamaktadır. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (BBYKP) kültür konusu ayrı bir başlık altında incelenmezken, İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (İBYKP) (1968-1972) içinde Kültürel Faaliyetler başlığı altında ele alınmıştır. İkinci planda öne çıkan konulardan biri yaygın eğitim ve kadınların eğitim oranının artırılmasının yanı sıra, kütüphanelerin sayısı, kültür eserlerinin sayısının artırılması, Türk kültürünün dış ülkelere tanıtılması, tiyatro, film, sergi, müzik gibi faaliyetlerin ülke geneline yayılması, halk eğitim

merkezlerinin artırılmasına yönelik kültür politikaları sıralanmaktadır (İBYKBP, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan2.pdf>, 187-191,2013). Ancak buna karşın Üçüncü Kalkınma Planı'nda (ÜBYKP) bu ilk dönemlerde planlanan birçok alanda hedeflendiği ölçüde başarıya ulaşılmadığına değinilmektedir (ÜBYKP, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan3.pdf>, 2013).

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (DBYKP) (1979-1983) 12 Eylül 1980 darbesiyle sekteye uğratılmış bir plan olmuştur. Kültürel gelişmeyi teknolojik, toplumsal, bilimsel gelişmelerle paralel alan planda, *“Anayasanın sağladığı, düşünce özgürlüklerinin zaman zaman askıya alınması sonucu düşünce özgürlüklerinin kısıtlanması toplumun yaratıcı gücünün baskı altında tutulması, kitap toplatılması ve yasaklaması kültürel gelişmeyi ve çağdaşlaşmayı sınırlayan bir ortam yaratmıştır”* (DBKP, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan4.pdf>, 2013) ifadesi kullanılmıştır. Diğer yandan, 1980'ler, askeri ihtilal, Turgut Özal hükümetleri, Türkiye'nin ekonomik, ticari, kültürel, toplumsal anlamda birçok değişimin yaşandığı yıllar olmuştur.

Kültürel örgütlenmenin defalarca başarısız sonuçlanmasının yanı sıra 1960'ların ikinci yarısı itibariyle kültür anlayışında yeni sentez arayışlarına yönelinmişti. Ziya Gökalp'in “Türkleşmek, İslamlaşmak, Muasırlaşmak” üçlemesinden İslamlaşmak hareketini çıkaran Atatürk'e karşın, 1960 sonrasında Aydınlar Kulübü olarak kurulan, 1970'te adı Aydınlar Ocağı olan dernek yalnız kültür alanında değil tüm devlet ve toplum yaşamında Türk-İslam sentezi programını önermiştir. Bu program 12 Eylül 1980 askeri darbe sonrasında çeşitli devlet kuruluşlarında uygulamaya konulmuştur. Öyle ki Aydınlar Ocağı'nın görüşleri 1983 Devlet Planlama Teşkilatınca oluşturan özel İhtisas Komisyonu Raporu'na alınmış, böylece Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın (BBYKP) (1985-1989) eklerinden biri olmuştur (Turan, 2010: 38-39).

Bu yapılanmanın bir sonucu olarak bu kalkınma planında diğerlerinden farklı olarak kültür politikaları “Mili Kültür” başlığı altında ayrıca ele alınmıştır. Eski eserlerin korunması, Türkçe'nin aşırı zorlamalara gidilmeksizin kendi tabii seyri içinde gelişmesi yolunda ilmî çalışmalar, mimari yapılar, müzelerin korunması, kütüphanelerin artırılması, milli kültür yayınlarının çevrilmesi, edebiyat, resim, tiyatro ve sinema sanat dallarının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması, Türk musikisinin gençlere tanıtılması ve sevdirmesi, Türk radyo ve televizyonunun millî

kültürü ve bütünlüğü güçlendiren bir nitelikte ve ülkenin her tarafında seyredilebilir ve dinlenebilir olması yer alırken, ayrıca ilk kez Türkiye dışında yaşayan vatandaş ve soydaşlarımıza erişebilecek şekilde ve onları her bakımdan aydınlatacak tarzda bir yayıncılık anlayışı benimseneceği, Ortadoğu İslâm ülkelerine yönelik Türkiye'yi tanıtıcı yayınlar geliştirileceği belirtilmektedir (BBYKP, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan5.pdf>, 147-148, 2013).

Bu arada 1952'de ilk deneme yayınları başlayan ve 1970'ler itibariyle hızla Türk toplum yaşantısına giren televizyonun kültürün dağılımı ve yayılımı için önemli bir araç olduğunu hatırlatmak gerekir.

İlk kez İkinci Kalkınma Planı'nda televizyon yayınına geçileceği söylenirken, 1972 yılından itibaren televizyon ile ilgili yatırımlar ilk kez Beşinci Kalkınma Planı'nda yer almıştır. Televizyonun bir eğitim aracı olarak ele alındığı planda, televizyon yayıncılığının büyük halk kitlelerine ulaştırılması hedeflenmiştir. Böylece, 1972 itibariyle televizyonun Türkiye'de gelişimi hızlanmış, aktif ve etkin bir kitle iletişim aracı olma durumuna gelmiştir. TRT'nin Birinci Kanalı olan TV1'in yayın amacı şöyle verilmekteydi: *“Çeşitli yaş, meslek, eğitim ve kültür seviyesindeki seyirci topluluğuna bilgi vermek, en yaygın şekliyle milli kültür bütünleşmesine, eğitime ve kalkınmaya yardımcı olmak, eğlendirmek ve seyircilerin müzik ihtiyaçlarını karşılamaktır.”* (Yengin, 1994:71). Görüldüğü üzere kültürün yayılımı ve ulusal kültür bilinci yaratılması konusunda TRT önemli misyonlar almıştır.

1990-1994 yılları arasını kapsayan Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (ABYKP) kültürle birlikte tanıtım da politikalar arasına dahil olmuştur. Türk müziği, film, kütüphane, müze, tiyatro, opera, bale orkestra, plastik sanatların dışında diğerlerinden farklı olarak; telif hakları, çizgi roman ve çizgi film yapımı, yazma ve nadir eserlerin yayını, karşılaştırmalı Türkçe Lehçeleri-Şiveleri Sözlüğü ve Grameri çalışması, İkili "kültürel değişim programları" çerçevesinde kültürümüzün yurt dışında daha iyi tanıtılması, Yurt dışındaki tarihi Türk eserlerinin envanter çalışmasına, rölovlerinin hazırlanmasına ve restorasyon projelerinin yapımı, eski eser kaçakçılığının önlenilmesi konularına vurgu yapılmaktadır (ABYKP, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan6.pdf>, 322-323, 2013).

Tanıtım bölümünde ise; Devletin uluslararası ilişkilerinde tanıtma boyutunu dikkate alacağı, tanıtıma katkılarını temin etmek üzere halkı bilinçlendirme

alışmaları, yurt dışına çıkan kamu görevlilerine Türkiye'nin tanıtılmasıyla ilgili konularda gerekli enformasyon hizmeti sağlanması, turistik hizmet ve diğer ürünlerin pazarlanması amacıyla etkinlikler düzenlenmesi, yurtdışı tanıtma faaliyetleri kapsamında Türkiye'nin dünya kamuoyunda doğru izlenimlerle algılanmasını sağlayacak bir yapıya kavuşturulması bu amaçla, Türkiye'nin dünyadaki imajı ülkeler bazında araştırılıp tespit edilmesi planlanmıştır (ABYKP, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan6.pdf>, 324,2013).

1996-2000 yılları arasında düzenlenen Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (YBYKP) demokratikleşme, hukukun üstünlüğü, insan hakları ve liberalizm gibi kavramların ortak değerler olarak önem kazandığı, bu doğrultuda Türkiye'nin de küreselleşmenin avantajlarından en st düzeyde yararlanarak ağı yakalamayı, gelişmiş dünya ülkeleri arasında yerini almasının hedeflendiği aktarılmaktadır. Ancak bu planda kültürel alanda izlenecek politikalar daha önceki yıllara nazaran Eğitim Reformu başlığı altında ve kısaca ele alınmıştır. Milli kültürün korunması, geliştirilmesi, uluslararası iletişim ve etkileşimin ivmesinin ülkemizin kültürel kalkınmasına katabilmesi, taşınır ve taşınmaz kültür varlıklarının korunması, başta Türk Cumhuriyetleriyle olmak üzere bütün ülkelerle sosyal ve kültürel ilişkilerin geliştirilmesi, yurtiçi ve yurtdışı tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde kamu kurum ve kuruluşları dışında özel girişimler, vakıflar ve derneklerin faaliyetlerinin desteklenmesi yer almıştır (YBYKP, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan7.pdf>30-31, 2013).

2001-2005 yılları arası için hazırlanan Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (SBYKP) dünyada köklü ekonomik ve sosyal değişimlerin yaşandığı bir dönemde hazırlanmıştır. Bu plan Avrupa Birliği yeliği, bir dünya devleti olma, 2010'da bölgesel, 2023'te küresel bir güce sahip olma hedefi ile uzun süreçli bir plan olarak hazırlanmıştır.

Daha stratejik bir yaklaşımın sergilendiği bu planda mevcut durum başlığı altında genel bir değerlendirme yapıldıktan sonra amaçlar, ilkeler ve politikalar başlığı altında da ağırlıklı olarak Türkçe'nin geliştirilmesi, güzel kullanımı, Türk dili araştırmalarına ağırlık verilmiş, Türk sinemasının, geleneksel sanatlarının geliştirilmesi, ocuk kitap ve çizgi filmlerinin üretilmesi gibi politikalar üzerinde durulmaktadır. Diğerlerinden farklı olarak bu planda kültür varlıklarının, eserlerinin

korunmasına, düzenlenmesine ilişkin daha fazla hukuki ve kurumsal düzenlemeler yapılması gerektiğinden bahsedilmektedir (SBYKP, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/viii/plan8.pdf>, 2013).

Dokuzuncu ve sonuncu Kalkınma Planı, AKP'nin ikinci kez iktidar partisi olarak yönetime geçtiği dönemde, 2005-2013 yılları arasına yönelik olarak hazırlanmıştır. Bu plan değişimin çok boyutlu ve hızlı bir şekilde yaşandığı, rekabetin yoğunlaştığı ve belirsizliklerin arttığı bir döneme rastlamaktadır. AB'ye üyelik sürecine katkı sağlayacak temel strateji dokümanı olarak tasarlanan Plan, AB mali takvimi dikkate alınarak 2007-2013 yıllarını kapsayacak şekilde 7 yıllık olarak belirlenmiştir. Ekonomik, sosyal ve kültürel alanlara bütüncül bir yaklaşımın esas alındığı, küreselleşmenin dinamiklerinin çok sıklıkla vurgulandığı planda ekonomik, ticari, sosyal, teknolojik, kültürel tüm alanların bu süreç dahilinde geliştirilmesi ve entegre edilmesine vurgu yapılmaktadır.

Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda "Kültürün Korunması ve Geliştirilmesi ve Toplumsal Diyalogun Güçlendirilmesi" başlığı altında vurgulandığı üzere, toplumsal değişim sürecinde kültürel zenginlik ve çeşitliliğimizin korunması, geliştirilmesi ve gelecek kuşaklara aktarılması 2007-2013 yılları arasındaki kültürel politikaların temelini oluşturmaktadır. "*Kültürümüzün özgün yapısını ve zenginliğini kaybetmeden gelişime açık olması ve evrensel kültür birikimine katkıda bulunması sağlanacaktır*" (DBYKP, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan9.pdf>, 2013) ibaresi Türk kültürünün küresel boyuta taşınması ve karşılıklı kültür alışverişine olanak sağlayan kamu diplomasisi için önemli politikalaradır.

Yukarıda aktarılan ve şu an içinde yaşadığımız yılların kültür politikalarının anlatıldığı dokuzuncu Kalkınma Planı, yaşadığımız toplumsal, teknolojik, ekonomik değişim ve gelişimler göz önüne alınarak, zamanın gerekliliğine uygun, ideal, gelişmiş, dünya platformunda sözü geçen, kalkınmış, demokratik bir ülke profili oluşturabilmek için oldukça önemli hedefler ve uygulamalar sunan bir plandır. Bu doğrultuda gidildiği taktirde 2009 yılında Başbakanlığa bağlı olarak kurulan Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün hedeflerine ulaşmakta zorlanmayacağını göstermektedir.

Ancak şu da bir gerçek ki kamu diplomasisi, uluslar arasında uygulanacak bir politika olarak düşünüldüğünde dış politikasıyla doğrudan ilişkilidir. Günümüzde

Türkiye de dahil herhangi bir ülkenin gerek içe gerek dışa yönelik tüm politikaları, kararları, söylemleri, tutumları tüm dünya ülkeleri tarafından yakından takip edilmekte ve bunlar doğrultusunda o ülkelere karşı çeşitli tutum ve politikalar sergilenmektedirler.

Geleneksel dışarıya yönelik kültürel aktivitelerin ötesinde daha geniş bir konsepti içeren kültürel ilişkilerde bugün; demokratik değerler, iyi yönetim, sivil toplum ve medyanın rolü gibi öne çıkan kavramlar önemli hale gelmiştir. Melissen'in Mette Lending'ten aktardığı üzere *“Toplumlar arası değiş-tokuş sadece sanat ve kültür arasında değildir aynı zamanda bir ülkenin düşünsel yapısı, araştırmaları, gazeteciliği, ulusal müzakereciliği içinde ve iletişim kapsamında gerçekleşmektedir.”* (Melissen, 2007: 21-22). Mette Lending bu görüşüyle kültürel diplomasinin dolayısıyla kamu diplomasisinin tek yönlü olamayacağının demokrasi, iyi yönetim ve iyi iç-dış politikayla paralel gittiğinin altını çizmektedir.

Türkiye'deki kültür politikaları doğrudan devletin elindedir ve bu politikalar iktidara sahip olan hükümetler tarafından yönlendirilip yönetilmektedir. Bu da kültür politikalarının siyasi bir boyut kazanmasına neden olmaktadır. Daha önce de ifade edildiği üzere Atatürk, ulusal kültürü Batı kültürü ile çağdaşlaştırma politikaları yaratırken, İnönü Batı'ya daha fazla dönük politikalar izlemiş, çok partili dönem sonrası başlayan ve 1980 sonrası artan şekilde de muhafazakâr, Türk-İslam sentezi yoğunluklu bir program izlenmeye başlanmıştır.

Kültür dünyasının önemli sivil toplum kuruluşları, bir araya gelerek Haziran 2013'te “Sivil Toplum Gözüyle Türkiye Kültür Politikası Raporu” hazırlamıştır. Cumhuriyet'ten günümüze Türkiye'nin kültür politikalarındaki değişikliğin anlatıldığı raporda 1920 -1950 arasında devlet eliyle 'milli kültür' inşa edildiği, 1950 ve 1980 arasında yaşanan darbelerin ve toplumdaki siyasal bölünme ile kutuplaşmaların kültür politikalarına yansıdığı, 1980 ile 2010 arasında ise küreselleşme nedeniyle kültür dünyasında özelleşmenin arttığı ve özel sermayenin kültür alanında yatırımlarını artırdığı ifade edilmektedir. Bu dönemde 'ulusal kültürün' neo-liberal politikalar doğrultusunda kamu, özel kesim işbirliğiyle yaygınlaştırıldığı, bunun da kültür politikasının ana eksenini oluşturduğunun altı çizilmektedir (Sabah Gazetesi, 6 Haziran 2013).

3.3.Bir Diplomasi Aracı Olarak Kültür ve Kültürel Diplomasi

Yönetimlerin sosyal, siyasi, ekonomik, dış politika, toplumsal hiçbir rolünü ve görevini birbirinden ayrı düşünmek mümkün olmadığı gibi, birbirinden farklı ülkeleri bile artık farklı eksenler çerçevesinde düşünmek mümkün değildir. Toplumların tüm davranış nedenlerini ve sonuçlarını onların kültürel yapılarını göz önüne alarak değerlendirilmesi gerektiğinden bahsetmiştik. Bugün değişik kültürler farklı ya da öteki olmaktan ziyade kültürel çeşitliliği ve zenginliği ortaya çıkarmaktadır. Yüzlerce kültür, yüzlerce toplum içinden sıvrılmak elbette ki ülkelerin coğrafi, tarihsel, ekonomik ve siyasi güçleri ile paraleldir. Ancak bunların tanıtılması, anlatılması da birer dış politika hedefidir. Hatırlanacağı gibi Szondi (2008), Nye (2005) gibi birçok uzman dış politikanın başarıya ulaşmasını başarılı kültür politikalarına ve kültür diplomasisine bağlamaktadır.

İnsan yaşantısı gibi kültür de devingen bir yapıya sahiptir. Toplumun dinamizmine paralel olarak değişen sosyal yapı, kültürel alışkanlıkların zaman içinde değişmesine, unutulmasına ya da farklı yorumlanmasına neden olmaktadır. Özellikle de teknoloji ve küreselleşmenin bir sonucu olarak kültür sadece ulusal boyutta değil, evrensel boyutta ele alınır hale gelmiştir. Kültürel ve sanatsal etkinlikler olarak değerlendirdiğimiz sinema, tiyatro, dans, edebiyat, resim, fotoğraf, plastik sanatlar, müzik sadece kendi ülke sınırlarında kalmamakta, farklı kültürel zeminlerde de yayılma ve beğeni alanı bulmaktadır. Her ne kadar bu durum küreselleşme taraftarı biliminsanları açısından dünyanın bütünleşmesi, sınırların kalkması olarak değerlendirilse de karşıt görüşü savunanlar kültürel hegemonya olarak değerlendirmektedirler. Kültürün ve öğelerinin bir ülke çıkarları için bilinçli ve programlı şekilde sunulması, tanıtılması, farklı toplumlarda olumlu algılar yaratılabilmesi için ikna aracı olarak kullanılması ise kültürel diplomasi kavramını karşımıza çıkarmaktadır.

Kültürel diplomasi, barış zamanlarında bir toplumun dış ilişkilerinde önemli rol teşkil etmektedir. Kültürel diplomasi yöntemleri ve üretimleri ile ülkeler, farklı toplumlar karşısında kendi toplumları adına avantajlar elde etme çabasındadırlar. Günümüz dış politikasında sert gücün yanı sıra Nye'nin (1990) literatüre kazandırdığı yumuşak güç (soft power) kavramı daha sık yer almaktadır. Askeri güç ve zorlama kullanmadan, kültürel çekicilik, diplomatik pratikler ve ikna gücüyle hedef kitleleri,

toplumları etkilemek anlamına gelen yumuşak güç Nye’ın (2005) da vurguladığı gibi kaynaklarını kültür ve kültürel ürünlerle beslemektedir. Buradan yola çıkarak kültürel diplomasinin yumuşak gücü hayata geçirmenin önemli bir aracı ve yöntemi olduğunu söylemek mümkündür.

Kültürel diplomasi bugün uluslararası ilişkilerde daha önce hiç olmadığı kadar önemli role sahiptir. Kültür insanların yaşantılarına da değer katmakla birlik diğer toplumları anlamının anahtarıdır. Kültürel diplomasi, bu dünyada barış içinde birlikte yaşamak için fırsat sunan bir yumuşak güç ögesidir (Bound vd., 2007:11-15).

Amerikan Dışişleri Bakanlığı’nın 1959’daki tanımına göre kültürel diplomasi, “daha iyi bir uluslararası güven iklimi yaratılabilmesi ve resmi ilişkilerin anlaşılabilirliğinin sağlanması amacıyla, farklı ulusların halkları arasında doğrudan ve sürekli bir ilişki kurulmasıdır” (Gienow-Hech ve Donfried, 2010:13). Bu tanımla kültürel diplomasi dolaylı da olsa geleneksel dış politikanın bir konusu haline gelmiştir. 1990’lara kadar da ABD’nin soğuk savaş politikalarıyla yakından ilişkilendirilmiştir.

1960’ta Frederick Barghoorn kültürel diplomasiyi, “kültürel materyallerin manipülasyonu ve propaganda aracıdır” şeklinde tanımlamaktadır (Barghoorn, 1976: 10). Modern anlamda kültürel diplomasinin geçmişinin Amerikan Dışişleri Bakanlığı’nın 1930’larda yabancı uluslarla ilişkileri yürütmek amacıyla kurduğu Kültürel İlişkiler Birimi’ne dayandırılması alışagelmiş bir durumdur. (Gienow-Hecht ve Donfried, 2010:14).

Çok sayıda yazar, örneğin Fransa’nın ülke imajını yurtdışında geliştirme amacıyla ilk resmi kültürel diplomasi organını kuran ülke olduğu konusunda hem fikirdir. The Alliance Française 1883’te Fransızca ve Fransız kültürünün yaygınlaştırılması için kurulmuştur. Benzer şekilde İtalya’da 1889’da İtalyan kültür ve dilinin tanıtılması için The Dante Alighieri Society kurulurken, 1934’te İngiltere de British Council’la birlikte bu kültürel diplomatlar halkasına katılmıştır.

1945’ten 1990’lara kadar kültürel ürünler ideolojik hedeflerin ve stratejilerin sunulmasında en güçlü araçlar haline gelmiştir. Son yıllardaki araştırmalar diğer Avrupa ve Asya ülkelerindeki kültürel diplomasiye ışık tutmakla birlikte, geçen yıllara dayalı olarak Amerika ve Sovyetler’in propaganda çalışmaları kültürel diplomasi kavramını propaganda ve ikna odaklı çalışma olduğu düşüncesine

götürmektedir. 2 Dünya Savaşı yılları ve soğuk savaş döneminde Amerikan Hükümeti'nin yanı sıra kiliseler, vakıflar, çeşitli kuruluşlar Amerikan değerlerinin, tüketim mallarının propagandasını yapmakla yükümlüydüler. Soğuk savaşta hem Sovyet hem de Amerikan politika yapıcılar Avrupa'da insanların zihinlerini kazanmanın yolunun kendi politik kimliklerinden çok kültürel kimliklerini uyarlanmasının daha etkin olacağını farkına varmışlardır. Bu sebeptendir ki tüm soğuk savaş süresince her iki taraf da karşı tarafı zayıflatabilmek için yoğun bir psikolojik savaş ve kültürel çalışma gerçekleştirmiştir. (Gienow-Hecht ve Donfried, 2010:15-16).

Gienow-Hecht ve Donfried editörlüğünü yaptıkları "Searching for a Cultural Diplomacy" adlı eserde 20.yy kültürel diplomasisi konusunda farklı ülkelerde araştırma yapan yazarların ortak kanısına göre, kültürel diplomasi dış politikanın ve propagandanın en önemli enstrümanlarından biridir. Özellikle resmi diplomasiinin azaldığı soğuk savaş yıllarında kültürel faaliyetler ayrıca önemli rol oynamıştır(2010).

Soğuk savaş sonrası ülkeler arası artan ticari, siyasi, toplumsal hareketlilik, iletişim, ulaşım, üretim teknolojilerinde yaşanan ataklar, eğitim seviyesinin ve imkanlarının çoğalması, bireylerin devletlerin, hükümetlerin kararlarında etkin hale gelmeleri, küreselleşme ile karşılıklı ivme kazanan yeni pazarlama anlayışı ve taktikleri, tüm üst ve alt sistemlerin farklı işlemesine neden olmuştur. Bu farklı işleyiş sürecinden nasibini alan kamu diplomasisi propaganda anlayışından sıyrılarak günümüz koşullarında daha yoğun kültürel, sosyal diyalog gerektiren, dinamik, karşılıklı olarak halkların birbirini tanımasını, anlamasını ve sempati duymasını öngören kültürel diplomasiyi gerekli kılmaktadır.

Zaman ve yer parametreleri değiştikçe kültürel diplomasi anlayışı ve kavramı da değişmektedir. Çok kutuplu dijital dünyada kültürel diplomasiinin doğası da farklılaşmaktadır. Resmi destekli kültürel etkinliklerin yanı sıra, işletmelerin yürüttüğü ya da bireysel, sivil kişi ve/veya kurumların faaliyetlerinin de dikkate alınması bir o kadar önemli hale gelmiştir. Kültürel diplomasi sanat veya eğitim projelerinin gerçekleştirilmesinin yanı sıra; fikirlerin, değerlerin, geleneklerin ve kültüre ait diğer öğelerin değiş-tokuşudur.

Birçok araştırmacı ve diplomat, kültür diplomasisinin uluslararası kamu diplomasisinin önemli bir parçası olduğu konusunda hemfikirdir. Kamu diplomasisinin değişen doğasıyla birlikte, farklı coğrafyalara ulaşmasının yolu kültürel diplomasiden geçmektedir. Kültürel diplomasi insanları etkileşimli, interaktif iletişim içine sokar, değer ve inançların paylaşımını sağlar. Özellikle sanat ve sanatçılar, insanları bir araya getirebilme ve bir köprü kurabilme gücüne sahiptirler (Grincheva, 2010: 171).

Kültürel diplomasi, uluslar arasında politik, sosyal ve ekonomik etkileşim kurulması doğrultusunda kültür ve kültürel etkinliklerin yönetilmesidir. Kültürel diplomasinin içine dahil olan sanat da uluslar arasında olumlu bir sosyal değişim için duygusal ve mantıksal bir zemin yaratan temel öğelerden birisidir (Roberta Lovitow'dan aktaran, Banks, 2011: 111).

Benzer şekilde Cull da kamu diplomasisi uygulama modelini ortaya koyarken; dinleme, savunma, kültürel diplomasi, değişim programları ve uluslararası yayıncılık olarak 5 temel sınıflandırma yapmıştır. Cull'a göre kültürel diplomasi, bir ülkenin kendi kültürünü dışarıya ihraç etmeye yönelik politikalar (2008: 32-35).

Signitzer ve Wamser'e göre de kamu diplomasisi programlarının devlet politikalarını açıklamak ve ulusal toplumu tanıtmak üzere iki temel amacı vardır. İlki daha çok siyasal bilgilendirme çabalarını kapsarken, ikincisi kültürel çabaları kapsamaktadır. Siyasal bilgilendirme dış işleri bakanlığının sorumluluğunda olurken, kültürel çalışmalar devlete bağlı kurumlar ya da bazı yarı özerk ve özerk kurumlar tarafından (Fulbright Komisyonu, British Council vb) yerine getirilmektedir (2009:385).

Enformasyon ve İlişkisel Modeli'nde Zaharna ilişkisel boyutu, halkların ortak ilgi alanlarını bulup, onları çeşitli kişilerarası iletişim yöntemleriyle bağlama şeklinde ifade etmektedir. Bu modeli oluştururken Zaharna çeşitli uygulamaları düzeylere ayırmakta, kültürel ve eğitimsel değişim programları, kalkınma yardım projeleri, kültür ve dil enstitüleri, politik olmayan ağ toplulukları gibi uzun süreli uygulamaların uluslararası ortamın yaratılması için bir ilişki inşa etme rolü olduğunu belirtmektedir (2009:91).

Mellisen'e göre de kültürel diplomasi, mesajların pazarlanmasından çok ortaklık kurulumu, politik kampanyalardan çok kalıcı ilişkiler inşası, kısa süreli hedefler

yerine uzun soluklu projeler yaratımı, kalplerin ve zihinlerin kazanımıyla güven oluşturma temeline dayanmaktadır. Modern kültürel ilişkiler konsepti diplomatların sorumluluklarının çok üstündedir. Yeni kamu diplomasisi sadece tanıtım kampanyalarının mesajlarını ya da devletin dış politika amaçlı temaslarını içermez, aynı zamanda sivil toplum aktörlerini, diğer devlet dışı yapılanmaları, örgütleri ve bunlar arasında bağ kurulumunu da sağlar (2007:23).

Signitzer ve Wamser (2009), Cull (2008), Zaharna (2009), Mellisen (2007) gibi birçok yazar kamu diplomasisini tanımlarken kültür ve kültür diplomasisine ayrıca vurgu yapmaktadırlar. Brown'a göre, kültür/sanat diplomasisi, hedef toplum üzerinde unutulmaz deneyimler ve etkiler bırakma gücüne sahiptir. Hayatı yaşanılır kılan anlar oluşturan sanat, yabancı halkları o topluma ya da ülkeye hayran bırakma konusunda birçok unsur barındırmaktadır (2009: 59).

Başka ülkelerin halkları üzerinde olumlu etki sahibi olunması konusunda yumuşak güç kaynaklarından olan siyasi değerler veya dış politika kaynaklarına oranla, kültürel kaynakların kullanılmasının daha uygun olduğuna vurgu yapan Ünal Erzen, özellikle ülke değerlerine ve yaşam standartlarına hayranlık uyandırılması amacı güdüldüğünde; *sanat* (müzik, sinema, tiyatro, dans, yemek vs), *spor* (futbol, basketbol, tenis, yüzme vs) ve *popüler kültür* (internet, sosyal paylaşım, bilgisayar oyunları vs.) çalışmaları aracılığıyla hedeflerin yakalanmasının mümkün olabileceğini belirtmektedir (2012:124). Ülkeler başarılı oldukları kültürel faaliyetlerle dünya kamuoyunda anılmakta, merak uyandırmakta ve olumlu algı yaratabilmektedir.

Bir dış politika unsuru olan kamu diplomasisinin en önemli aracı hükümetler, dış işleri bakanlıkları, büyükelçilikler ve bu birimlerin oluşturduğu çeşitli programlardır. Bu birimlerin temel amaçlarından biri de kültürlerinin farklı ülkelerde yayılmasını sağlamaktır. Bu konuda British Council, Alliance Française, Goethe Enstitute, American Culture gibi enstitüler, kültür merkezleri çeşitli ülkelerde kendi dil ve kültürlerinin yayılımı için faaliyet gösterirken, tüm dünya genelinde yayın yapan televizyon kanalları, radyo istasyonları, aynı anda vizyona giren sinemalar, hızla yaygınlaşan ve gelişen kitle iletişim araçları da kamu diplomasisinin kültürel etkileşim araçlarıdır (Mengü ve Yıldırım, 2012: 93).

Freeman M. Tovell farklı ulusların kültürel politikaları ve kurumları konusunda karşılaştırmalı bir araştırma yapmıştır. Araştırma sonucuna göre; sanatsal değişim konuları, görsel sanatlar, radyo-televizyon ve filmler, bireysel değişim programları, burslar, kültür merkezleri, sergiler, spor vb. etkinlikler hemen her ülkede ortak çalışma olarak gözlemlenirken, çok belirgin farklılıklar da ortaya koymaktadır. Örneğin; Fransız ve Almanlar sürekli olarak dile vurgu yaparken, İngilizler eğitime, Ruslar karşılıklı değişim programlarına, Kanadalılar kültürel gelişimlerini göstermeye odaklanmışlardır (Tovell, 1985: 69-82).

Görüldüğü gibi kültürel diplomasi, propaganda ve ikna faaliyetleri anlayışından bugüne uzun bir yol katetmiştir. Bir çok enstitü, kurum, sivil toplum kuruluşu kültürün işlevini propagandadan ziyade toplumlar arası köprü olmaya taşımak için uğraş vermektedir. Çok kültürlü, çok katmanlı dünyada her ulus kendi kültürel dokusunu anlatma, tanıtmaya çabası içindedir. Son dönem tüm toplum, siyaset, ekonomi ve kültür politikaları tüm dünyada sürdürülebilirlik, katılımcılık, ortaklık, işbirliği, karşılıklı anlayış, etkileşim gibi kavramlar çerçevesinde dile getirilmekte ve bu çerçevede şekillendirilmeye çalışılmaktadır.

3.3.1. Dünyada ve Türkiye’de Kültürel Diplomasi Uygulamaları

Savaş, askeri güç, ekonomik yaptırımlar uluslararası ilişkiler masasında hala en baş köşede duruyor olsa da bunların uygulanmasında ülkeler eskisi gibi bağımsız hareket etme şansına sahip değiller. Alternatif olarak uzlaş, işbirliği, diplomatik görüşmeler, kültürel ilişkiler ve kültürel paylaşımlar her geçen gün pastadaki payını artırmaktadır. Dünyada barışın devamlılığı için de bu payın genişlemesi önemlidir. Kültürler arası ilişkilerin güçlendirilmesi, toplumlar arası köprülerin kurulabilmesi için kültürel diplomasi ve araçları olansosyal yardımlaşma ve kalkınma projeleri, müzik, sinema, görsel sanatlar, spor, eğitim, medya, popüler kültür ürünlerine önemli görevler düşmektedir.

Örneğin, Amerika’nın yumuşak güç olarak Hollywood yıldızlarını ve filmlerini, Harvard Üniversitesi’ni, Microsoft yazılımlarını, CNN televizyonunu, Levis’ı, Coca-Cola ve McDonalds’ı kullanarak kamu diplomasisi konusunda geniş atılımlar yaptığını, yabancı kamuoylarının kendi lehine düşünmelerini sağladığını, uluslararası arenada ‘olumlu’ bir Amerikan imajı yarattığını söyleyen İnan, demokratik,

ekonomik ve askeri gücün ardından kültürün, Amerikan kamu diplomasisinin en önemli kaynağı olduğuna dikkat çekmektedir. İnan, Türkiye için de popüler kültür öğelerinin örneğin dizilerin, TRT'nin Ortadoğu ülkelerine yönelik olarak başlattığı Arapça televizyon yayınının önemli bir kamu diplomasisi aracı olduğunu belirtmektedir(2012:66).

Fikirlerin yerleşmesi, değerlerin kalıcı hale gelmesinde sinemanın, filmlerin ayrıca önemi vardır. Dünya film endüstrisini elinde bulunduran Hollywood, Amerika'nın yumuşak gücünün ortaya konmasında, Amerikan yaşam tarzının dünyaya anlatılmasında uzun yıllardır önemli bir rol üstlenmiştir.

Hollywood sineması elindeki büyük maddi güçle ve pazarlama teknikleriyle, tanıtım kampanyaları, büyük ilanlar, yeni yetişen seyirci kuşağı ve radyo ve televizyon tanıtım programlarıyla kültürel yayılımını gerçekleştirmiştir. Sadece yaşam tarzı değil kendi film, içerik, görsel tarzını, film pazarlama yöntemlerini de dünyaya kabul ettirmiştir. Hollywood'un etkileme başarısına ulaşamasa da Türkiye'de Eşkiya, Herşey Çok Güzel Olacak, Abuzer Kadayıf, Kahpe Bizans, Amerikalı, Ağır Roman, Ömerçip, Fransa'da Taksi 1-2-3 serisi, İngiltere'de, Trainspotting, Stock and Two Smoking Barrels gibi Hollywood tarzı filmler yayınlandığı dönemlerde önemli gişe başarıları elde etmişlerdir (Karakaya, 2004). Kamusal diplomasi açısından değerlendirdiğimizde, Amerika yumuşak gücünü kullanma ve diğer toplumları ve kurumları etkileme amacını sinema sektörüyle fazlasıyla yerine getirmiştir. Ancak önemli olan Türkiye gibi ülkelerin bu çalışmalardan ders çıkarıp kamu diplomasisine bunu nasıl yansıtacağına karar vermesidir.

Son yıllarda ses getiren Türk televizyonları ve dizileri dışında, özellikle Avrupa'da sinema alanında alınan ödüller, Nuri Bilge Ceylan, Ferzan Özpetek, Zeki Demirkubuz, Derviş Zaim gibi son dönemin ünlü yönetmenlerinin filmleri Türkiye'nin kültürel diplomasisine sinema açısından hizmet etmeye başlamıştır.

Ancak kültürel programların etkinliği, gücü ve diğer toplumlara ulaşılabilirliği konusunda çeşitli sorular sormanın mümkün olduğunu söyleyen Grincheva, bu tür programların başarısının ve etkinliğinin ölçülmesinin ayrı bir endişe içerdiğinin altını çizmektedir. Grincheva “Bir müzik, resim, dans vb aracılığıyla kaç tane insanın kalbini ve zihnini etkileyebiliriz?” diye sormaktadır (2010: 173). Tek başına müzik,

resim gibi sanatsal öğelerin toplumlar arası buzları çözmede, barış ortamını sağlamada başarılı olacağını söylemek ütöpik bir yaklaşım olur. Bu tür sanatsal faaliyetler sosyal, siyasal ve ekonomik anlamda altyapısı sağlam kurulmuş kamu diplomasisi çalışmalarının üzerine konuşlandırıldığında ancak duygusal bağları güçlendirme etkisine sahip olabilir. Yani başarılı bir kamu diplomasisi çalışması kurumlar arası başarılı bir senkronizasyon ile sağlanabilir.

Cynthia Cohen kültürel diplomasiye *etiksel riskler* ve *etiksel olasılıklar* şeklinde bir bakış açısıyla yaklaşmaktadır. Cohen'e göre, "olasılıklar insanların farklı uluslar ve kültürler hakkında öğrenmelerine ve dünyanın yaratıcı kaynaklarını bir araya getirmelerine dayanmaktadır. Kültür ve sanat ürünleriyle insanlar kendilerine ait olmayan bir kültürü tanıyıp o kültürün çalışanları ve sanatçıları tarafından etkilenebilirler. Etiksel risk ise, ulusal devletlerin gücünden kaynaklanmaktadır. Çünkü bunlar kendi değerlerini dünyaya benimsetmeyi tercih ederler ve bunda da sanatı bir araç olarak kullanırlar. Ulusal diplomatik çabalar karşılıklı anlayış ilkelerine dayanır. Diplomasi kontrol ve hakimiyet stratejisi olarak kullanılır ve kültürel kaynaklar da bu stratejinin bir parçası olarak kullanıldığında daha geniş bir gündem yaratma olanağı sunmaktadır. Sanatçıların sorumlulukları da burada başlamaktadır. Sanatçılar bu tür gündemlerin farkına varıp bu tarz kültürel diplomasi çalışmalarının bir parçası olup olmamak konusunda karar vermelidirler." (Cynthia Cohen' den aktaran Banks, 2011: 112).

Cohen'in bu yaklaşımında kültürel ve sanatsal çalışmaların hem halkların birbirlerini tanımalarına hem de egemen güçlerin diğer daha zayıf konumda olan ülkeleri etki alanlarına almalarına imkan sunduğuna vurgu yapmaktadır. Ancak kültür ve sanat genel olarak değerlendirildiğinde politik ya da apolitik, -yeri geldiğinde lisana bile gerek kalmadan- duygu ve duyularla etkileşim yaratan, sempati ve anlayış geliştiren bir güce sahiptir.

Isar, günümüzde ise ulaşılmak istenen amacın çok daha iddialı olduğunu, yani olumsuz imajların gönüllü olarak dönüşümü olduğunun altını çizmektedir. 2. Dünya Savaşı'nın ardından Batı Almanya, Nazi Almanyası'ndan farklı olduğunu anlatabilmek, yüksek kültürünü sergileyebilmek için Goethe Enstitüleri'ni kullanmıştır. Isar, buna benzer olarak AB'ye katılmak isteyen Türkiye'nin hakkındaki olumsuz imajı ve önyargıları gidermek için "2010 İstanbul Avrupa

Kültür Başkenti” gibi kültürel argümanları kullanmasına örnek vermektedir (Isar, 2012: 119).

Ülkeler uluslararası platformda toplumsal, kültürel varlıklarını ortaya koyabilmek, diğer uluslarla işbirliği kurabilmek için son yılların yükselen değerlerinden biri olan kamu diplomasisi kavramına ayrıca önem verir olmuşlardır. ABD, İngiltere, Almanya, Fransa, Japonya, Çin gibi bazı ülkeler kültürel diplomasi faaliyetlerine her yıl daha fazla bütçe ayırırken Türkiye de Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü’nü kurarak bu konuda daha bilinçli ve stratejik davranış sergilemesi gerektiğinin farkına vardığını göstermiştir.

Kapitalist ve komünist olarak iki farklı sistem arasında gerçekleşen Soğuk Savaş yıllarında, farklı değerler ve inançlar arasında iletişim kurabilmek için sanat en ‘güvenilir ve korunaklı’ yoldu. Bu yıllarda kültür sanat dünyasında yaşanan değiş-tokuş etkinliklerin olumlu bir hava oluşturduğu, karşılıklı anlayış ve sempati yarattığını tarihsel örnekler göstermektedir. Örneğin, Amerikan jazz ve rock, Rus Bolshoy and Kirov Bale gruplarının karşılıklı turları belirli bir sempatinin yaratılmasında etkili olmuştur. Amerikan rock müziğinin Sovyet kültürel yaşamında etkisi, elbette ki rejimin yıkılmasını sağlamamıştır ancak dinleyicilere özgürlük ve demokrasi fikirlerini tanıtmıştır (Grincheva, 2010: 175).

ABD’nin popüler çekiciliği, dış politika hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmuştur. 2. Dünya Savaşı’ndan sonra Avrupa’nın demokratik olarak yeniden yapılanması buna bir örnektir. Marshall planıyla yatırılan dolarlar kadar, Amerikan popüler kültürüyle iletilen fikirler de Avrupa’nın yeniden yapılanması sürecinde, Amerika’nın hedeflerine ulaşmasında önemli bir yere sahiptir Nye’a göre “çoğu zaman görüntüler, değerleri kelimelerden daha güçlü iletir, bu sebeple Hollywood dünyanın en büyük tanıtımcısı ve görsel simgeler ihracatçısıdır. Televizyon ve sinema, Berlin Duvarı’nı, 1989 yılından çok daha önce delip geçmişti. Duvarı yıkmadan önce ihlal eden Batının popüler kültürüne ait imgelerin uzun yıllar boyunca iletilmesine, çekiçler ve buldozerler hiçbir işe yaramazdı.” (Nye, 2005: 53-54).

Kamu diplomasisini uzun yıllardır kullanan ABD özellikle Soğuk Savaş yıllarında ciddi bir kültürel altyapı oluşumuna girişmiştir. Uzun yıllar boyunca Amerikan kamu diplomasisi tarihinde ayrıcalıklı bir yere sahip olan USIA (United

States Information Agency / Birleşik Devletler Enformasyon Ajansı) faaliyetlerinde ‘evrenselleşmiş Amerikan kültürünü’ etkin biçimde kullanmıştır. Akademik ve kültürel alışverişin sağlanması, enformasyon, radyo yayınları ile dinleyicilere ulaşma ve kamu diplomasisini geliştirme USIA’nın başlıca görevleri arasındaydı. USIA faaliyetleri çerçevesinde 175’ten fazla ülkede kamu diplomasisi temsilcisi görev alırken, 100’den fazla dilde kitap, dergi yayını yapmaktaydı. Ayrıca The Voice of America (VOA) her hafta 100 milyondan fazla insana sesleniyordu. Hollywood filmleri, uluslararası yayın yapan televizyonlar, dil eğitimi programları, araştırma ve eğitim programları Amerikan kültür ve değerlerinin farklı toplumlara aktarılmasında çok etkin araçlar olmuştur (Fitzpark, 2008:4). Ancak 1999 yılında çalışmalarına son verilen USIA’nın kapatılmasının 11 Eylül saldırısından sonra bir hata olduğu konusunda uzmanlar hemfikir olmuşlardır. Özellikle Irak’ta yaşanan hezimetin ardından Amerikan kamu diplomasisi ciddi zarar görmüştür.

2000’li yılların başında ABD kültürel ve sanatsal diplomasi yatırımlarını azalttığı gibi artan Amerikan karşıtı hislerle dünya genelinde ABD’nin imajı önemli şekilde gerilemiştir. ABD’nin kültür diplomasisi harcaması artık Fransa, İngiltere ve Japonya’dan daha azdır. Örneğin İngiltere 2003-2004 yıllarında 496 milyon sterlin yaklaşık 909 milyon dolar sanat programlarına ayırırken Amerika’nın sanattaki bütçesi 2003 yılında 116 milyon dolar idi. Soğuk savaş döneminde tepe noktasına ulaşan kültürel diplomasi harcamaları Sovyetler Birliği’nin yıkılmasının ardından özellikle son 20 yıldır bariz şekilde azalmış, dünyadaki birçok kütüphane, kültür merkezi kapatılmıştır. Ancak 11 Eylül 2001 saldırılarının ardından yeniden önem kazanmıştır ve hala da önemini korumaktadır. Son yıllarda artan Amerikan karşıtı tutumlar, Amerika’nın diğer ülke toplumlarıyla yanlış iletişim kurduğu ve yanlış anlaşma sorunu yaşandığını göstermektedir. Bu da kamu diplomasisine ve kültürel diplomasiye daha fazla dikkat çekmektedir (Grincheva, 2010: 172 -178).

ABD 2000’ler sonrası Ortadoğu ile ilişkilerine ayrıca önem vermiştir. Soğuk Savaş kamu diplomasisinin yeniden şekillendirilmiş biçimi ile Dışişleri Bakanlığı’nın desteğiyle 11 Eylül sonrası Amerikan yaşantısı hakkında mesajlar içeren Amerikan yazarların, sanatçıların sergileri ve yayınları genişletildi. Orta Doğu’da bazı ülkelerle gazeteci, öğretmen, politik liderlerin ağırlıkta olduğu ziyaretçi değişim programlarının sayısı artırıldı. Özellikle Müslüman toplumlara

yönelik medyada daha büyük ve daha pahalı kampanyalar başlatılmıştır (Kennedy ve Lucas, 2007: 318). ABD, 2002 yılında tüm kamu diplomasisi çalışmalarına 1 milyar dolar harcamıştır. Ancak buna karşın “Bizden nefret ediyorlar çünkü bizi anlamıyorlar” varsayımında yola çıkılarak ABD’yi, değerlerini, fikirlerini, kültürünü, eğitimini anlatmaya yönelik klasik pazarlama anlayışıyla yapılan kampanyalar hedefine ulaşamamıştı. Çünkü sorun Müslüman halkların ABD’yi tanımamaları değildi, asıl sorun onların ABD’nin dış politikalarına karşı olmalarıydı (Tiedeman, 2004: 24).

Bozulan Amerika imajını düzeltmek ve bu halkların “kalbini yeniden kazanmak” yeni Başkan Obama’nın dış politikasını da şekillendirmiş ve yumuşak güç unsurlarını ön planda tutan ve etkin bir kamu diplomasisi öngören bir politika izlemek zorunda bırakmıştır (Akçadağ, t.y2.:2).

Bugün ABD, 2012 yılında 16 trilyon dolar²¹ gayri safi milli hasılatlık ekonomisi, tüm dünyaya yayın yapan televizyon, radyo kanalları, sahip olduğu medyatik, teknolojik, politik, kültürel güçle kamu diplomasisi çalışmalarında oldukça geniş imkanlara sahiptir. Uluslararası marka değerlendirme kuruluşu Brand Finance²² tarafından hazırlanan “Dünyanın En Değerli 500 Markası” çalışması sonuçlarına göre ülkeler sıralamasında ABD 184 marka ile tüm ülkelerin önündedir. VOA dışında Marti Radio, Radio Asia, son ekonomik kısıtlamalarla birleştirilen Radio Free Europe ve Radio Liberty gibi radyolar tüm dünyaya Amerikan hükümetinin politika ve fikirlerini yaymaktadır.

Dünyadaki bütün internet sitelerinin %70’inin Amerika’da bulunması ve İngilizcenin hem eğlence hem de iş amaçlı iletişimde en çok kullanılan dil olması nedeniyle hızla yayılan küresel sohbet odaları büyük ölçüde Amerikan etkisine sahiptir(Yılmaz, 2012:207). Kültürün önemli bir ögesi olan dil, kültür transferinin hızla yapılmasında etkili bir araçtır. Gerek dünyadaki eğitim sistemlerinde gerekse teknolojiye İngilizce’nin ağırlıklı kullanımı, bu dilleri konuşan ülkelerin başta Amerika olmak üzere, dili kültürler arası iletişimde ve kültür yayılımında başarılı bir araç olarak kullandıklarını göstermektedir.

²¹ Bakınız: US Gross National Product:
http://ycharts.com/indicators/us_gross_national_product, Erişim tarihi: 10 Mart 2013.

²² Bakınız http://brandirectory.com/league_tables/table/global-500-2013, Erişim tarihi: 10 Mart 2013.

Amerikan kamu diplomasisinin en gelişmiş araçlarından bir diğeri eğitimidir. Örneğin Fulbright en yaygın eğitim bursudur. Ayrıca beyzbol, atletizm, basketbol gibi sporlardaki başarılar da Amerikan kültürünü dünyaya taşımaktadır.

Kültür araçları Soğuk Savaş sırasında Amerika tarafından Sovyetler'in anti-Amerikan propagandalarına ya da Avrupa'daki ve Güneydeki medya ve kültür emperyalizmi tezlerine karşılık vermek için kullanılmıştır. Ancak bir kamu politikası alanı olarak kültür diplomasisi Amerika'da sonradan dikkatleri çekmiştir. Bu kavram, özellikle fundamentalist İslam'ın yükselişi ve iki başarısız Irak savaşının ardından önemsenmeye başlamıştır. Hem teori hem de onu takip eden gerçek, ulusal kültürün olumlu imajını iletme ya da dünyanın geri kalanında bir kültürel modelin tanınmasını hızlandırmak gibi makul amaçlardan sapılmasına yardımcı olmuştur. Bu örneğin Fransa konusunda kilit motivasyonlardan biriydi, birçok açıdan sembolikti. Fransa 1883'te Alliance Française'i kurduğunda ülke Fransa-Prusya savaşının yenilgisini hazmetmeye çalışıyordu. 20. yy'daki Fransız Kültür Merkezleri de İngilizce'nin ve Amerika'nın küresel kültürel güç hegemonyasıyla savaşmak için kurulmuştur (Isar, 2012: 119).

Dünyada 136 ülkede 1040 Alliance Française merkezi bulunmaktadır. Merkez her yıl yaklaşık 450 bin kişiye ulaşmaktadır. Gelirlerinin çoğunu kurs ücretlerinden sağlayan merkezler kar amacı gütmeyen bağımsız kuruluşlardır. 160 farklı ulustan 13 bine yakın öğrenciye eğitim vermekte, 6 milyondan fazla kişi kültürel etkinliklere katılmaktadır (<http://www.alliancefr.org/en/who-are-we>, 2013). Fransa ayrıca devlet destekli yurtdışı dil ve kültür merkezleri olan "Instituts Français" ile Dışişleri Bakanlığı bünyesinde devlet tarafından belirlenen politika ve esaslar çerçevesinde kamu diplomasisini güçlendirmek, yabancı kültürlerle geliştirilen diyaloglar çerçevesinde dinleme ve ortaklık sayesinde Fransa'nın ulus ötesi itibarına katkıda bulunmak, yurtdışındaki Fransız kültür ağları ile yakından çalışarak Fransa'nın kültürel, sosyal çıkarlarına hizmet etmektedir (<http://www.institutfrancais.com/fr/faites-notre-connaissance>, 2013).

Fransa kültürel ağını sürekli genişletmektedir. Bakanlık temsilcileri, yayıncılar, kültür kuruluşları ile strateji toplantıları, çeşitli birliklerle ilişki ağı oluşturmaktadır. Bunun için de Güney Afrika, Orta Asya ve Orta Amerika gibi bölgelere doğru yayılmaktadır. Joseph Nye'nin 2004'te gerçekleştirdiği bir araştırmaya göre Fransa

uluslararası kültürel ilişkiler üzerinde dünyada en yüksek harcamayı yapan ülkedir. 2005 yılında Dışişleri Bakanlığı'nın bütçesi 4.4 milyar Euro olmuştur. Dünya üstündeki güçlü varlığı ile Fransa aynı zamanda Avrupa'da uluslararası kültürel değişim ve işbirliğinin en büyük teşvikçisidir. Örneğin, uluslararası yayınların desteklenmesi bir hükümet önceliğidir (Gouveia ve Plumridge, 2005:36). Fransa ayrıca moda markalarıyla, turizm merkezleriyle, France 24 ve Radio France Internationale yayınları ile her gün milyonlarca kişiye ulaşmaktadır.

Almanya da son yıllarda “diyalog” odaklı kamu diplomasisine ayrıca önem veren ülkeler arasındadır. Alman kamu diplomasisinin temel aktörleri Dışişleri Bakanlığı, uluslararası yayıncılık kuruluşları, kültür enstitüleri ve akademik değişim burs programlarıdır. Bunların birçoğu devlet tarafından finansa edilen ancak bağımsız olan kurumlardır (Zöllner, 2009: 263).

Alman kamu diplomasisi çok gelişmiş, yüksek profilli, iyi finanse edilen örgütlere sahiptir. Bunlardan en önemlisi 2. Dünya Savaşı sonrası Almanya'nın ilişkilerini tamir etmek, kültürünü ve dilini yaymak, geliştirmek amacıyla 1951'de kurulan ve bugün dünyada 149 enstitü ve 93 ülkede 10 irtibat ofisine sahip Goethe Institut'dür <http://www.goethe.de/ins/enindex.htm>, 2013).

Kültürel alandaki dış politika, klasik diplomasi ve ekonomi dış politikasının yanı sıra Alman dış politikasının üçüncü ayağıdır (<http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/tr/kueltuer.html>, 2013). Örneğin yabancı kültür politikası ve kültürel ilişkiler üzerine özel bir kütüphane yürüten ve Alman sanatçıların uluslararası turlarını düzenleyen the Institute for Foreign Relations/Dış İlişkiler Enstitüsü de kamu diplomasisi adına önemli faaliyetler gerçekleştirmektedir (Gouveia ve Plumridge, 2005:38).

Alman uluslararası yayıncılık kuruluşu Deutsche Welle (DE) işbirliğiyle Goethe Institut'un oluşturdukları çok dilli web sitesi Campus Germany (<http://www.campus-germany.de>, 2013) yabancı öğrencileri Alman üniversitelerine çekebilmeyi hedeflemektedir. Goethe Institut Yabancı Kültürel İlişkiler Enstitüsü ile de “www.qantara.de” “köprü” anlamına gelen web sitesinde Arapça, Türkçe, İngilizce, Almanca yayın yapmaktadırlar. 2003'ten beri ayrıca Müslüman dünyasıyla diyalogu hedef alan “Nafas” (Nefes) adlı bir dergi yayınlamaktadırlar (Zöllner, 2009: 265).

Ayrıca eğitim, öğrenci ve akademik değişim programları da Almanya’da çok etkindir. The German Academic Exchange Service/Alman Akademik Değişim Sistemi (DAAD) dünyada en büyük akademik programlar arasındadır. Öte yandan özellikle medya sansürünün yaygın olduğu ülkelerde Deutsche Welle (DW) güvenilir bir uluslararası yayın kuruluşu olarak kabul edilmektedir. DW dünya çapında, 30 dilde radyo, televizyon ve online yayın yapmaktadır.

Kamu diplomasisi harcamasıyla ABD’ye yaklaşan İngiltere geleneksel olarak, kamu diplomasisinde çok aktif davranmaktadır. İngiltere’nin temel kamu diplomasisi faaliyetleri İngiliz Dışişleri Bakanlığı, British Council ve BBC Dünya Servisi olmak üzere temelde üç kurum tarafından yürütülmektedir. Dışişleri Bakanlığı “diplomatik iletişimi”, British Council “kültürel iletişimi”, BBC Dünya Servisi ise “medya iletişimi”ni sağlamaktadır (Fisher, 2009: 254).

İngiltere’nin en önemli kamu diplomasisi kaynaklarından olan kültür ve eğitim ajansı British Council, 2004 yılında 110 ülkede İngiliz dili, eğitim, bilim, sanat ve iyi yönetim alanlarıyla 10 milyon kişiye ulaşmıştır. Dünyada en fazla kullanılan dil olan İngilizce başlı başına bir kamu diplomasisi başarısıdır. Son zamanlarda British Council, iknadan ziyade, kültürel ilişkileri kullanarak uluslararası diyalog ortamı yaratma çabaları gütmektedir (Gouveia ve Plumridge, 2005:54). İngiltere’nin bir diğer önemli kamu diplomasisi kaynağı ise dünyada en çok bilinen ve dinlenen uluslararası radyo yayını BBC World Service/ BBC Dünya Servisi’dir. 32 dilde radyo ve internet üzerinden yayın yapan BBC Dünya Servisi, yarısı Afrika ve Orta Doğu’da olmak üzere her gün 180 milyon dinleyiciye ulaşmaktadır (Gouveia ve Plumridge, 2005:55).

İngiltere, kültürel diplomasi uygulamalarında stratejik ve sistematik bir şekilde uygulayan en etkin ülke olarak öne çıkmaktadır. Kültürel diplomasi öğelerinin sadece diplomatlara bırakılmaması aksine sivil toplum örgütleri, diasporalar ve uluslararası kuruluşlar yoluyla gerçekleştirilmesi gerektiği savunulmaktadır. Kültürel varlık olarak British Museum, British Library, Natural History Museum ve Victoria Albert Museum; bilimsel enstitü olarak Royal Botanik Gardens (Kew) ve Natural History Museum; sahne sanatlarında da Royal Opera House; son olarak kültürel propaganda alanında Foreign and Commonwealth Office (FCO) adına kültürel

ilişkileri yürüten British Council en önemli organizasyonları olarak öne çıkmaktadır (Yücel, 2012).

Doğu Avrupa'ya baktığımızda Magyar Kulturalis Macaristan'ın, Instytut Poliski Polonya'nın, Eesti Instituut Estonya'nın ve Latvijas Instituts Litvanya'nın kültürel tanıtımları için kurulmuş önemli enstitülerdir. Bunların yanı sıra kültürel ilişkilerin inşasında büyük önem arz eden Doğu Avrupa eğitim değişim programları da özellikle Afrikalı ve Asyalı öğrenciler tarafından yoğunlukla tercih edilmektedir. 2000 yılında Avrupa Kültür Başkenti olarak seçilen Krakow ve Prag, şehirleri ve ülkeleri adına önemli kültürel faaliyetlerde bulunmuş, Avrupa genelinde olumlu etkiler bırakmışlardır. İtibar yönetimi için önemli etkinliklerden birisi olan Eurovision Şarkı Yarışması'nı 2001 yılında kazanan Estonya ve 2007'de kazanan Sırbistan bir sonraki yıl ülkelerinde düzenledikleri yarışma programını kamu diplomasisi aracı olarak kullanmayı başarmışlardır. Estonya eski Sovyet ülkesi olmadığını yeni bir Avrupa devleti olduğunu gösterirken, Sırbistan ülkesinin Avrupa değerlerini sergileme fırsatı bulmuştur (Szondi, 2009: 302-303).

Yavaş yavaş tüm ülkelerin önemini kavramaya başladığı kamu diplomasisi faaliyetleri ABD ve Avrupa'nın dışında da aktif olarak ele alınmaya başlanmıştır. Özellikle kültürel diplomasi konusunda Japonya, Çin gibi Uzak Doğu ülkeleri önemli girişimlerde bulunmaktadır.

Japonya çağdaş dünyada yumuşak gücü en etkili kullanan kültürlerden biridir. BBC Dünya Servisi'nin yaptığı bir araştırmaya göre Japonya tüm dünyada en pozitif algıya sahip ülkedir. Özellikle de Japon kültürü bu algılamanın gelişmesinde önemli bir role sahiptir. (Ogawa, 2009:280). Sanayi ve ekonomik gücüyle bilinen Japonya'nın dünya popüler kültürün gelişiminde de büyük katkısı vardır. Son zamanlarda sadece Asya bölgesi ülkeleri arasında değil küresel olarak birçok ülkeyle kültür alışverişiyle Japonya, popüler medya uyarlamalarını tüm dünyaya aktarmaktadır. Japon popüler kültür ürünleri, Zen-Budizm, televizyon, tiyatro, film, anime, manga, bilgisayar oyunları ve müzik gibi farklı formatlarla değişik ülkelere transfer edilmektedir. Küresel Japon medya ürünlerinin, Pan-Asya dünyasında popüler olduğu kadar Japonya dışında da popüler olması, yumuşak gücün katkılarını kanıtlamaktadır (Yasumoto, 2013:1-13).

Çok kutuplu dünyanın büyüyen yeni gücü olarak kabul edilen Çin bugün her türlü davranışı ile dünya dinamiklerinde etkin konuma gelmiştir. Sovyetler Birliği'nin dağılımıyla Rusya ve ABD bariz bir şekilde kamu diplomasisi bütçesini keserken Çin kamu diplomasisine ağırlık vermiş, uluslararası radyo yayınları (China Radio International 43 dilde yayın yapmaktadır), kültürel diplomasi, sergiler, tüm dünyada Çince dil okulları, öğrenci değişim programları, Konfüçyüs Enstitüsü ve Konfüçyüs Kolejlere ile kamu diplomasisi bütçesini genişletmiştir (Yang, Kluyeva ve Taylor, 2012).

2003 yılından bu yana Çin Halk Cumhuriyeti Başkanı olarak görev yapan Hu Jintao, 2012 yılı başında yaptığı bir konuşmada, Çin'in ideolojik ve kültürel alanlarının Batı kültürü tarafından kuşatıldığını söylemiştir. 2007 yılında Çin Komünist Partisinin 17. kongresinde Hu Jintao, Çin'in bundan sonraki süreçte yumuşak güç kaynaklarına daha fazla yatırım yapması gerektiğini ifade etmiştir. Yani Çin en üst mertebeden alınan destekle kültürel diplomasisini yürütmektedir. Çin büyükelçiliklerinin çoğu kültür ataşesi bulunduruyor ve bu ataşelikler Konfüçyüs Enstitüleri tarafından destekleniyor (Yücel, 2012).

Çin'in ülkesini pazarlarken kullandığı en büyük değerleri ekonomik başarısı ve tarihsel öğeleri ile kültürüdür. Çinli politikacılar da uluslararası ilişkiler ve turizmi desteklemek için politik olmayan Çin yemekleri, akupunktur gibi geleneksel kültür unsurlarına dayanarak Çin kültürünün popülaritesini dış dünyaya yayma konusunda çaba göstermektedirler. Bu çalışmalar dışında örneğin yeni nesil sanatçılar, yazarlar, film yapımcıları, aktörler, modern fikirlerle kombine edilmiş geleneksel sanatlar Çin kültürünü dünyaya taşımaktadır. Ayrıca Crouching Tiger, Hidden Dragon gibi filmler gişe hasılatı kıran filmler arasındadır. Bruce Lee, Jet Li, Gong Li, Zhang Ziyi gibi oyuncular, besteci Tan Dun ve piyanist Lang Lang, Edebiyat Nobel Ödülünü kazanan ilk Çinli yazar Gao Xinjian, dünyanın önde gelen müze ve galerilerinde sergiler açan ressamlar Fang Lijun ve Zhang Xiaogang tüm dünyada tanınmaktadır. Bunların dışında Çin mutfağı, Çin astrolojisi, geleneksel Çin tıbbı, akupunktur, Dragon Festivali Çin'in kültürel çekicilikleri arasındadır (d'Hooghe, 2007:94).

Uzak Asya ve Okyanusya ülkelerindeki kültürel diplomasi çalışmalarını ise Yücel (2012), kısaca şöyle derlemektedir: “Bollywood'u ile ünlü olan Hindistan'ın Kültürel İlişkiler Konseyi kültürel diplomasi uygulamalarında kültürel

zenginliklerinin yanı sıra “ekonomik güç, teknoloji devi” gibi imaj verici terimlere de yer vermektedir. Avustralya, Uluslararası Kültürel Konseyi imajına pozitiflik katan zengin ve eşsiz kültürüne ek olarak “modern, zengin, bilge ve ileri teknoloji” şeklinde ifadeler kullanmaktadır. Kültürel diplomasi aktivitelerine hükümetin bütçe azaltmasına rağmen Kanada, imaj olarak “çok kültürlü, modern, yaratıcı, yenilikçi, ileri teknoloji” ifadeleri yanı sıra ormanlarını, göllerini, geyiklerini ve atlı polislerini ön plana çıkarıyor. Yeni Zelanda’nın Kültür ve Miras Bakanlığı bünyesinde 2004’te kurulan Kültürel Diplomasi Uluslararası Programı kültürel diplomasi ile ulusal markalaşma arasında ilişki kuruyor. Yapılacak çalışmalarda “çevreci, temiz, yenilikçi, yaratıcı ve ileri teknoloji” koşuluna uygunluk aranmaktadır. Özellikle “clean and green New Zealand” imaj oluşturmaya çalışması daha kaliteli ve bilinçli turist çekmek amaçlı” (Yücel, 2012).

Kamu diplomasisi faaliyetleri aracılığıyla farklı toplumlarla etkileşim kurup, ortak anlayışlar geliştirme çabası sadece ülkeler için geçerli değildir. Uluslararası ya da uluslar üstü çeşitli yapılanmalar, örgütler de benzer amaçlarla benzer çalışmalar yürütmektedirler. Buna örnek olarak Isar’ın AB ve UNESCO değerlendirmesini aktarabiliriz.

AB ve UNESCO’yu da kültürel boyutta değerlendiren Isar’ın aktarımları şöyledir: “AB’nin kültürel diplomasisinin yeni avatarı *‘kültürel dış politika’*’dır. Bu projeye amaç Avrupa’nın dünyadaki olumsuz imajına cevap verebilmek ve kendisini cazip bir alternatif olarak konumlandırabilmektir. 2007 yılında Avrupa Komisyonu’nun “Küreselleşen Dünyada Kültür İçin Avrupa Ajandası” başlıklı yayınladığı bir tebliğde bu ajandanın üç amacı bulunmaktadır. Kültürel çeşitliliği ve kültürlerarası diyalogu geliştirmek, Lizbon stratejisi çerçevesinde kültürü yaratıcılığın bir katalizörü haline getirmek ve Birliğin uluslararası ilişkilerinde kültürün hayati bir öneme sahip bir faktör olduğunu kabul etmektir. Özellikle de üçüncü faktörde kamu diplomasisi boyutu ön plana çıkmaktadır. Kültür için siyasi diyalog geliştirmek, kültürel değişimleri teşvik etmek, gelişmekte olan ülkelerin kültürel mal ve hizmetlerinin pazara erişimini sağlamak, finansal ve teknik destek aracılığıyla kültürel çeşitliliği korumak ve desteklemek, tüm işbirliği programlarının ve projelerinin yerel kültür unsurlarından da beslenmesini sağlamak, insanların kültüre ve kültürel ifade araçlarına ulaşımının sağlanmasına katkıda bulunmak ve

kültürle ilgilenen uluslararası organizasyonların çalışmalarına AB'nin aktif katılımını sağlamak.” (Isar, 2012:119).

Tebliğ, kültür diplomasisi söyleminde bir farkındalık ortaya koymaktadır. “AB, sadece ekonomik ya da ticari bir güç değildir, alternatifsiz ve başarılı bir sosyal ve kültürel projedir. AB normlar ve değerler üzerinde temellenmiş bir yumuşak güç örneği olmalıdır, bunların desteklenmesi ve teşvik edilmesi ile yarının dünyasına esin kaynağı olmalıdır.” Bu amaçla 2006 yılında birçok ulusal kültür merkezi, enstitü bir araya gelerek Avrupa Birliği Ulusal Kültür Enstitüleri isimli kar amacı gütmeyen bir dernek kurmuşlar, Avrupa sanatçı birlikleri ve vakıfları da yekpare bir “kültürel Avrupa” imajı sunabilecek birleşmiş bir Avrupa platformuna ihtiyaç duyulduğuna değinmişlerdir (Isar, 2012: 120).

Avrupa Birliği'ne üye olma yolunda uzun yıllardır çalışmalar sürdüren Türkiye ise – son bir-iki yıldır yüzünü Doğu'ya ve İslam ülkelerine çevirmiş olsa da- bu yolda 2010 yılında Avrupa Kültür Başkenti'ni²³ İstanbul'a taşımıştır. İstanbul'un bir 'marka şehir' olmasına büyük katkıda bulunan bu proje, İstanbul'un kültürel ve tarihi zenginliklerinin dünyaya farklı bir süreç ve kimlik çerçevesinde aktarılmasını sağlamış, İstanbul'un ve Türkiye'nin tanıtımı çalışmaları perçinlemiştir.

Bir kültürel diplomasi başarısı olarak nitelendirilebilecek bu çalışma kapsamında yıl boyunca toplam 760 sergi açılmış, binlerce konser ve gösteri gerçekleştirilmiş, 10 bine yakın etkinlikle 10 milyon izleyiciye ulaşılmıştır. İstanbul'un sadece tarihi ve kültürel mekanlarının bulunduğu lokasyonlara sıkıştırılmayan etkinlikler Tuzla, Esenler, Küçükçekmece gibi birçok farklı ilçede gerçekleştirilen program ve performanslarla güçlendirilmiştir (Sanat Gündemi, 2011: 114).

Avrupa Kültür Başkentliğine İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Valilik ve 2010 Avrupa Kültür Başkenti Koordinasyon Kurulu'nun ortak projeleriyle hazırlanan İstanbul, dünyada ses getiren kongreler, fuarlar, kültürel, sanatsal ve sportif

²³Avrupa Kültür Başkenti kavramı ilk kez1980'li yıllarda, dönemin YunanistanKültür Bakanı Melina Mercouri'nin önerisiylegündeme gelmiş veAvrupa'nın ilk kültür başkenti1985 yılında Atina olmuştur.Avrupa kültürüne değeratan kentlere verilen bir unvanolarak tanımlanmıştır.2000 yılına dek, AvrupaBirliği'ne üye olan ülkelerin kentlerine bu unvan verilmiştir. 2005-2019 arasında ise yeni seçim sistemi belirlenmiştir. 2005'ten sonraki seçimlerde bu unvan birden fazla kente ve AB üyesi dışındaki kentlere de verilmesi kararlaştırılmıştır. 2010 yılındaki Avrupa Kültür Başkent'lerinden biri de İstanbul olarak seçilmiştir (http://www.ido.org.tr/lib_yayin/49.pdf)

aktivitelerle bir turizm şehrine dönüşmüş ve son birkaç yılda kongre turizminde dünyada 49. sıradan 17. sıraya yükselmiştir (<http://www.ibb.gov.tr>, 2012).

Öte yandan, müzik de dil, din, kültür ayrımı yapmadan tüm ulusları etkileyebilen bir güce sahiptir. Daha önce Soğuk Savaş döneminde rock ve jazzın ülkeler arasında gerginliklerin giderilmesinde etkin bir unsur olduğundan bahsetmiştik. 2003 yılında Letonya'nın başkenti Riga'da yapılan 48.Eurovision Şarkı Yarışması'nda Türkiye adına yarışan Sertab Erener ve ekibi, "Every Way That I Can" adlı parçasıyla birinci olmuş ve Türkiye ilk kez Eurovision Şarkı Yarışması'nda birinciliği elde etmişti. Böylece Avrupa'da bir anda tüm dikkatleri üzerinde toplamayı başaran Türkiye hakkında “Devlet olarak Avrupa Birliği’ne girmeden sanatı ve sporu ile Avrupa’ya girmiştir” şeklinde yorumlar da yapılmıştı. 2004 yılında TRT'nin ev sahipliğinde gerçekleşen 49. Eurovision Şarkı Yarışması “farklı medeniyetlerin, kültürlerin, dinlerin buluştuğu sular ülkesi Türkiye” konseptli gösterisiyle büyük beğeni kazanmıştı.

British Council, Goethe Institute'nin amaçları paralelinde Türkiye'nin son dönem en önemli kültürel diplomasi girişimlerinden birisi de “Yunus Emre Enstitüsü”dür. Yunus Emre Vakfına bağlı olarak kurulan Enstitü'nün temel amacı, Türk kültürünün, tarihinin, dilinin ve edebiyatının daha iyi tanıtılması ve öğretilmesi amacıyla araştırmalar yapmak, farklı kurumlarla işbirliği yaparak bilimsel çalışmaları desteklemek ve ortaya çıkan sonuçları çeşitli yayınlar vasıtasıyla kamuoyuna duyurmak amacına yönelik faaliyetler yürütmektedir.

Yunus Emre Vakfı; Türkiye'yi, Türk dilini, tarihini, kültürünü ve sanatını tanıtmak; bununla ilgili bilgi ve belgeleri dünyanın istifadesine sunmak; Türk dili, kültürü ve sanatı alanlarında eğitim almak isteyenlere yurt dışında hizmet vermek; Türkiye'nin diğer ülkeler ile kültürel alışverişini artırıp dostluğunu geliştirmek amacıyla 05.05.2007 tarihli ve 5653 sayılı Kanun'la kurulmuş bir kamu vakfidir (<http://yunusemreenstitusu.org>, 2012).

Yunus Emre Enstitüsü yurt dışında çeşitli ülkelerde açtığı/açacağı Yunus Emre Türk Kültür Merkezleri ile Türkiye'nin, Türk dilinin, kültürünün, sanatının ve tarihinin tanıtılması adına çalışmalar yapmayı hedeflemektedir. Yunus Emre Türk Kültür Merkezlerinde bilimsel projeler, kültürel etkinlikler ve kurslar aracılığıyla bir taraftan Türkiye'nin tanıtımına katkı sağlanırken, diğer taraftan Türkiye ile diğer

lkeler arasında dostluğun pekiştirilmesi ve kültürler arasındaki bağların arttırılması amaçlanmaktadır (<http://yunusemreenstitusu.org>, 2012).

Enstitü etkinlikleri kapsamında; Gürcistan’da seçmeli Türkçe dersi, Brüksel’de Sufi Gecesi, TRT Türkçe Yarışmaları, Paris’te Anadolu Festivali, Azerbaycan ile Türkoloji Projesi, Bosna Hersek’te Türkiye Kütüphaneleri, Brüksel’de Türk Tasavvuf Müziği Konseri, Belarus’ta Türk Kültür Festivali, Japonya’da Semâ Gösterisi, Fransa’da “Türk Günleri, Kosova’da Caz şöleni, Londra’da Evliya Çelebi-Seyahatname Sergisi gibi Türkiye ve Türk kültür, tarih ve dilini dünya ülkelerine tanıtıcı etkinlikler²⁴ yürütülmektedir.

Son yıllarda Türk kültür diplomasisi çalışmalarına dahil edilebilecek örneklerden biri de Türkçe Olimpiyatları²⁵’dır. TRKEDER (Uluslararası Türkçe ğretimi Derneği) tarafından Türk dilinin farklı ülkelerde konuşulan dillerden biri haline getirilmesi, Türkçenin yaygınlaştırılması ve Türkçeyi en iyi öğrenenleri ödüllendirmek amacıyla 2003 yılından bu yana düzenlenen çok büyük çaplı bir etkinliktir.

Dil, kültürlerin ve ulusların tanınmasında en önemli bağlayıcı unsurdur. İlişki kurulmak istenen ülkenin dilini kullanmak, anlamak, bilmek o ülkenin sosyal, kültürel, siyasi ve ticari dünyasına daha hızlı entegre olmak anlamına gelmektedir. Günümüz dünyası İngilizce, Fransızca gibi Avrupa dillerini özellikle ekonomi ve teknolojiye hakim kıldığı için tüm dünya insanları bu dilleri öğrenmek için bu ülkelerle dolaylı ya da dolaysız olarak iletişim halinde olmaya zorlamaktadır. Türkiye’nin de kendi kültürünü ve değerlerini dünyaya daha doğru ve hızlı biçimde aktarmasında ve dünya ülkeleriyle entegre olmasında Türkçe’nin farklı ülke insanları tarafından öğrenilmesi önem arz etmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın Türk kültür, sanat ve edebiyatının dışa açılması konusunda başlattığı bir diğer çalışma da TEDA (Türk Edebiyatının Dışa Açılımı)

24 Ayrıntılar için bakınız;

<http://yunusemreenstitusu.org/turkiye/index.php?lang=tr&page=28&newsPage=19>.

25 30 Mayıs – 14 Haziran 2012 tarihleri arasında 10.su gerçekleştirilen Uluslararası Türkçe Olimpiyatları’na 5 kıta, 135 ülkeden 1500 ğrenci Türkiye’ye geldi. Başta İstanbul ve Ankara olmak üzere toplam 41 il ve 65 sahnede ‘İnsanlık el ele, bayram o bayram olur’ sloganıyla yüzlerce performans sergilenmiştir. Ayrıntılar için bakınız; <http://www.turkeolimpiyatlari.org>.

Projesidir. Kültür ve Turizm Bakanı Ertuğrul G n y (2012) TEDA projesini, “Türk kültür, sanat ve edebiyatının yurtdışında tanıtılması amacıyla bakanlık bünyesinde başlatılan, 14 şubat 2005’te y r rl ēe giren yönergeyle hayata geçirilen,  eviri ve yayım destek projesi” olarak açıklamıştır. 2005 yılından bugüne kadar 50 ülkede 42 dilde yayın desteēi verilmiş, bunlardan 750 adet kitap yayınlanmıştır.

TEDA’nın resmi internet sitesinde yer alan bilgiler göre, Türkçe eserlerin en fazla  evrildiēi diller listesinde Almanca ve Bulgarca ilk sıralarda gelirken, ardından 43 çeviriyle Arapça ve 40 çeviriyle İngilizce gelmektedir. Yazarlar arasında eserlerine en fazla destek saēlanan isim 52 defa destek alan Nobel  d ll  yazar Orhan Pamuk’tur. Orhan Kemal’in eserleri 24, Aytül Akal’ın 23, Perihan Maēden’in 12 ve Elif şafak’ın eserleri 10 defa, yabancı dillere çevrilmesi ve o dilin konuřulduēu ülkelerde yayımlanması için destek almış.

TEDA, Türk kültür, sanat ve edebiyatı ile ilgili eserlerin Türkçe dışındaki dillerde yayımlanmasına destek projesidir. TEDA, Türk kültür, sanat ve edebiyatının klasik ve  aēdař eserlerinin ilgili ülkelerin tanınmış yayınevlerince Türkçe dışındaki dillere çevrilmesi, o dilin konuřulduēu ülke veya ülkelerde yayınlanması, tanıtılması ve pazarlanması esasına dayalı özünde bir “ eviri ve yayım” destek projesidir. Projenin esası; Kültür ve Turizm Bakanlıēının belirlenen yönerge ve başvuru formu çerçevesinde, yayınlanacak olan eserlere şarta baēlı  eviri veya baskı desteēi saēlanmasıdır. TEDA Projesinin hedefi; Türk kültür, sanat ve edebiyatını yurt dışında entelektüel hedef kitle ile buluşturarak Türk kültür, sanat ve edebiyatının kaynaklarına yönlendirmektir (<http://www.tedaproject.gov.tr>, 2012).

Türk dünyasının yaşamına hizmet eden bir kuruluş olarak T KA (Türk İřbirliēi ve Koordinasyon Ajansı Bařkanlıēı)’yı da kamu diplomasisinin bir hizmet aracı olarak aktarmak gerekir. Sovyetler Birliēi’nin daēılmasının ardından baēımsızlıēına kavuşan Türk Cumhuriyetleri ile daha yakın temaslarda bulunmak üzere 1992 yılında kurulan T KA’nın o yıllardaki amacı, Türk Cumhuriyetlerinin kendi sosyal yapısını üretmesi, kendi kimliēini saēlıklı bir şekilde inşa etmesi, kültürel ve siyasi hakların gelişmesi, teknik alt yapı konusunda eksiklerin giderilmesi olarak tanımlanmaktadır. Dış politikamıza aktif politika anlayışının yerleşmesi ile T KA ortak deēerlere sahip olduēumuz ülkeler başta olmak üzere birçok bölge ve ülkede Türk dış politikasını uygulayıcı bir aracı haline gelmiştir (<http://www.tika.gov.tr>, 2012).

Kültür ve kültürel diplomasi araç ve yöntemlerini kullanmak silah ve ekonomik güç karşısında uzun ve zor bir süreci kapsar. Sert gücün yıkıcı etkisine karşın, kültürel diplomasının emperyalist ve asimilasyon amacı olmadığı sürece daha yapıcı bir etkisi bulunmaktadır. Kamu diplomasisinde amaç çeşitli politika ve uygulamalarla diğer halkların kalplerinin ve zihinlerinin kazanılmasıysa, o halde nefreti, düşmanlığı körükleyen sert gücün karşısında, yumuşak gücün önemli bir ayağı olan kültürel diplomasiye daha fazla başvurulmasını gerektirir.

Aktarılan örneklerden görüldüğü üzere, diğer ülkeler gibi Türkiye de kendi dil, tarih ve kültür değerlerini daha bilinçli, bilimsel ve programlı bir şekilde dünyaya aktarmaya başlamıştır. Türk kültür ve sanat diplomasisi, dünyadaki örneklerinden yola çıkılarak ve daha da genişletilerek yapılacak çalışmalarla Türkiye'nin siyasi, teknolojik ve ekonomik gücünü perçinleyecek ve ulus imajını daha olumlu sıralara çekebilecek güçtedir. Bir sonraki bölümde Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü ve kamu diplomasisinin diğer aktörlerinin kültürel diplomasiyi Türkiye'de hangi faaliyetlerde, hangi oranda, nasıl kullandıkları daha ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE KAMU DİPLOMASİSİ KOORDİNATÖRLÜĞÜ ÖRNEĞİ ÇERÇEVESİNDE KÜLTÜREL DİPLOMASİ FAALİYETLERİNE YÖNELİK İÇERİK ANALİZİ ÇALIŞMASI

Bu bölümde araştırma konusu olan Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün kültürel diplomasi açısından içerik analiz yöntemi ile incelenmesine geçilmeden önce Türkiye'nin diplomasi ve kamu diplomasi yolunda bugüne kadar yaptığı çalışmalara değinilecektir.

İlk önce Osmanlı İmparatorluğu ve Türkiye Cumhuriyeti'nin diplomatik anlamda uluslararası faaliyetleri aktarıldıktan sonra 21. yy Türkiye'si'nin uluslararası duruşu ve bu kapsamda başlatılan kamu diplomasisi çalışmalarına yer verilecektir. Günümüzün gerekliliklerinden olan kamu diplomasisini daha iyi anlayabilmek için buna zemin hazırlayan gerek Osmanlı'nın gerekse Türkiye Cumhuriyeti'nin diplomasi dolayısıyla dış politika yaklaşımları kısaca aktarılacaktır. Sonraki başlıklar altında ise günümüzün dış kamuya yönelik politikalarına değinilecektir.

Başbakanlık bünyesinde kurulan Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün incelenmesi esnasında öncelikle her bir faaliyet içerik analizinde çözüm birimleri olarak yer alacağından faaliyetlerin kısaca açıklamasına yer verilecektir. Bu faaliyetler kamu diplomasisi ve dolayısıyla kültürel diplomasisi kapsamında ele alınacağı için daha önceki bölümlerde aktarılan kamu diplomasi modelleri kültürel açıdan ele alınarak ve sentez bir model oluşturulacaktır. Bu sentez model çerçevesinde Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün faaliyetleri içerik analiz yöntemi ile incelenecektir.

4. 1. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'ne Giden Yolda Osmanlı İmparatorluğu ve Türkiye Cumhuriyeti'nin Diplomasi Faaliyetleri

Bugüne kadar 16 devlet kuran Türkler'in en uzun yaşayan devleti Osmanlı İmparatorluğu olmuştur. Yaklaşık 600 yıllık bir geçmişle Osmanlı İmparatorluğu dünya tarih sahnesinde belli dönemlerde önemli bir aktör olarak yer almıştır. Son iki yüzyılında diplomasinin önemini anlayan Osmanlı İmparatorluğu ve Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk dönem diplomasi yaklaşımının kısaca üzerinden geçmek

bugünün dış politika anlayışına ışık tutacaktır. Bu başlık altında öncelikle Osmanlı İmparatorluğu'nun diplomasiye yaklaşımı ve diplomatik faaliyetleri ele alınacaktır. Günümüz dış politikası ve diplomasi anlayışı ile karşılaştırma yapılabilmesi için imparatorluk sonrası kurulan yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin, dolayısıyla Mustafa Kemal Atatürk'ün dış politikadaki tutum ve davranışlarının da kısaca aktarılması önemlidir.

4.1.1.Osmanlı İmparatorluğu'nun Diplomasi Anlayışı ve Faaliyetleri

Köklü bir geçmişe sahip Türk devlet anlayışı farklı bir diplomatik tarih yazmıştır. Tarihsel süreç içinde dönemin ve şartların gerektirdiği gibi şekillenen Türk diplomasisi kimi zaman zaferlerle taçlanırken, kimi zaman da uzun vadede ülkeye olumsuz yansımalarla geri dönen hareketler şeklinde olmuştur.

İnalcık Türk diplomasisi tarihini Lozan'dan önce ve Lozan'dan sonra olmak üzere iki büyük döneme ayırmaktadır. Lozan'dan önce Osmanlı Dönemi diplomasisi de 1793'ten önce ve sonra olmak üzere iki ayrı dönemde incelenmelidir. İlk ikamet elçiliklerinin kurulduğu 1793'ten itibaren 150 yıl içinde batılılaşma sürecinde Osmanlı diplomasisi derin bir değişikliğe uğramış ve bu yeni yönelim süreci I. Dünya Savaşı'nın patlak vermesi, bağımsızlık savaşı ve Lozan antlaşmasıyla noktalanmıştır (İnalcık, 2011:189).

Osmanlı İmparatorluğu yüzyıllar boyunca sert güçle ülkeleri fethederken, yumuşak güçle ülke insanlarının kalbini fethetmiştir. Adalet, hoşgörü ve tolerans Osmanlı'nın yumuşak gücünün temellerini oluşturmaktaydı (Demir, 2012:179).

Sander'e göre, 18. yy'ın sonlarına kadar Osmanlı İmparatorluğu'nun öteki devletlerle ilişkilerini "diplomasi" ya da "dış politika" kavramlarıyla açıklamaya çalışmak yanıltıcı olur. Osmanlılar 18. yy'a kadar öteki devletleri kendileriyle eşit değerlendirmedikleri için Avrupa'da oluşan hukuk kurallarıyla kendilerini bağlı saymamışlardır. Fakat Zıttorok Antlaşmasıyla (1606) Osmanlı ve Avrupa devletleri arasında yeni bir ilişki doğmuş, Osmanlı üstünlük iddiasından ilk kez vazgeçilerek, sultan ve kralın eşitliği kabul edilmiş ve Avrupa diplomasisine uyum gösterilmiştir (2010: 13-64-119).

Ancak Sander yine de Osmanlı'daki diplomasi köklerini 1479'da Osmanlı ve Venedik arasında imzalanan ve Osmanlı'nın diplomasi alışkanlığını yaratan ve

Avrupa devletlerine verilen hukuki, ekonomik ayrıcalıkların başlangıcı sayılan antlaşmaya dayandırmaktadır (2010: 64-74-87). Yani 18. yy'a kadar Osmanlı gücünün etkisiyle, ileride imparatorluğu nasıl bir yıkıma sürükleyeceğini bilmeden ayrıcalıklar vermeyi bir diplomatik araç olarak kullanmıştır.

Avrupa, özellikle II. Beyazıd döneminde “evrensel bir monarşi” olma iddiasındaki Osmanlı'nın artık Avrupa güç denge hesaplarında ittifak olması gerektiğini fark etmiştir. Meydanlarda kazanılan zaferlerin yanı sıra Osmanlı-Fransa ittifaklarıyla Osmanlı'yı, Avrupa uluslararası sisteminin vazgeçilmez bir parçası haline getiren Sultan Süleyman döneminde ise, gerçek ve bugünkü anlamıyla olmasa bile Osmanlı diplomasisinin başlangıç ışığı yakılır.

Avrupa devletlerinin birçoğu 15. ve 16. yy'larda sürekli diplomasiye geçerken Osmanlı 18.yy'ın sonlarına değin “ad hoc/ tek yanlı” diplomasi yöntemini uygulamıştır. Osmanlı bu tür diplomasi yöntemini üstünlüğünün bir belirtisi olarak saymış, kendinden güçsüz olan devletler nezdinde sürekli olarak temsil edilmeyi küçüklük olarak kabul etmiş, Batı'nın görüş ve düşüncelerini alma kaygısı taşımadığından da Avrupa devletlerinde sürekli diplomasi temsilcileri bulundurma gereği görmemiştir (Tuncer, 1995:44-45).

1789'da tahta çıkan III. Selim dönemine kadar Osmanlılar'ın diğer ülkelerle ilişkileri tek yönlü kalmıştır. Osmanlı Devleti yükseliş döneminde kendine yeterlilik ilkesini benimsemiş, bu sebeple başka ülkelerle ilişkileri önemsememiştir (İskit, 2007:146-165). Ayrıca İslam dininin temelleri üzerine oturtulan Osmanlı Devleti, dünyayı Dar'ül İslam, Dar'ül Harb diye ikiye ayırıyor, dolayısıyla diğer dinlerdeki toplumlarla barışçı yollarla ve eşit şartlarda ilişki kurmayı, özellikle de yükselme döneminde başka ülkelerle müzakere ve uzlaş ortamını reddediyordu. Aslında Papalığın temsil ettiği ve yönettiği o dönemki Hristiyan Avrupa'nın tutumu da dini açıdan Osmanlı'dan farklı değildi. Müslüman ve Türkler üzerine defalarca Haçlı Seferleri düzenleyen Avrupa da kendi sistemi içinde farklı bir dini barındırma karşıtıydı (İnalçık, 2011:190).

Öte yandan Versan'a göre, Osmanlı Devleti'nin güçlü olduğu ve isteklerini Avrupa devletlerine kuvvet yoluyla kabul ettirdiği sürece Avrupa diplomatik düzeninin dışında kalması, Osmanlı Devleti'ne zararlı olmamıştır. Ancak 18. yy'dan

itibaren eski gücünü kaybetmeye başlayan İmparatorluğun Avrupa düzeninin dışında kalması, parçalanmasını hızlandırmıştır (1999: 105).

Ad hoc diplomasi yönetimi ile Osmanlı yabancı ülkelere; ticari sözleşmeler imzalama, törenlere katılma, arabuluculuk yapma, buyrukları bildirme, devletin alacaklarını toplama, padişahın mektuplarını götürme, kazandığı zaferleri bildirme gibi nedenlerle geçici elçiler göndermiştir (Tuncer, 1995: 44-45).

Batı'ya giden bu elçiler; o dönem Avrupa ülkelerini, toplumlarını ve yaşam tarzlarını tanımayan Osmanlı Devleti açısından önemli birer kılavuz olmuşlardır. Elçiler gittikleri ülkeler hakkında gözlem ve deneyimlerini içeren raporlar hazırlamışlardır ki bunlara “Sefaretname” adı verilmektedir. Özellikle dönemin Paris elçisi Yirmi Sekiz Çelebi Mehmet Efendi'nin yazdığı Paris Sefaretnamesi (1720) en önemli raporlardan biri olarak kabul edilmektedir (İskit, 2007:154).

Osmanlı İmparatorluğu 16. yy'a kadar diplomasiyi ad hoc şeklinde uygulamış, koşullar değiştikçe sürekli elçi sistemine geçiş yapmıştır. Ancak Osmanlı dış ilişkilerinde 1699 Karlofça Antlaşması²⁶ndan sonra derin bir değişiklik ortaya çıkmıştır. Savaş ve yayılma politikasını tamamen bir tarafa bırakan Osmanlı, devlet varlığını birinci derecede diplomasiye bağlamış ve bu varlığı sürdürebilmek için de Avrupa denge politikasından yararlanma politikasına geçmiştir. Bu sebeple bu dönemde sadrazamların çoğunun kumandanlardan değil de diplomat bürokratlardan seçilmesi dikkat çekicidir (İnalçık, 2011:191).

Askeri gücünü yitirmesi sonucu toprak kaybetmeye başlayan Osmanlı, Avrupa'daki rolünün savunma olduğunu ve bunun için de müttefiklere ihtiyacı olduğunu fark etmiş, 18. yy'da Avrupa devletleriyle ilişkilerinde savaş yerine diplomasiyi kullanmayı tercih etmiştir. Uzun yıllar Osmanlı'yı izole eden karşılıksız diplomasi yerine artık devletin uluslararası çıkarlarını koruyacak, hem merkezi bir örgütü hem de sürekli elçileri gerekli kılmaktaydı (Sander, 2010:154).

Bu çerçevede III. Selim, yabancı ülkelere üçer yıl süre ile mukim (ikâmet) elçiler gönderme kararını vermiştir. İlk elçilik için Fransa'yı düşünen Padişah, Fransız

²⁶ Karlofça, klasik Osmanlı tarih anlatımında, devletin duraklama döneminin başlangıç noktası olarak kabul edilir. Osmanlı ilk kez bir savaşta kesin yenilmiş bir devlet olarak Kutsal İttifak devletleri (özellikle Venedik, Lehistan ve Rusya) ile barış imzalamış ve ilk kez batıda çok büyük bir toprak parçası kaybetmiştir. Bu antlaşma Osmanlı'nın askeri gücünün önemli ölçüde zayıfladığını ve Türk gücünün eskisi gibi olmadığını göstermiştir. (Sander, 2010:132-133).

Devrim nedeniyle Paris’e elçi göndermeyi sakıncalı bulmuş ve ilk ikâmet elçiliğinin Londra’da kurulması uygun görülmüştür. III. Selim’in Avrupa’da ikâmet elçilikleri kurması, Nizam-ı Cedid hareketinin bir uygulaması olarak ve özellikle imparatorluğun Batı’ya açılımı ve karşılıklılık ilkesinin kabulü açısından Türk diplomasi tarihinde bir dönüm noktası oluşturmaktadır (Kuran, 1999: 55). III. Selim’in tahttan indirilmesiyle daimi elçilikler kurma girişimi II. Mahmud 1834’te yeniden aynı uygulamayı başlatana kadar yaklaşık kırk yıllık bir kesintiye uğramıştır.

İlk kurulan büyükelçiliklerin çeşitli sorunları olduğu için başarıları da çok sınırlı idi. Örgütsel eksiklik, eğitilmiş personelin olmaması, bürokrasinin bilinmemesi, belli bir dış politika planlamasının olmaması, ilişkilerin tutarlı gitmemesi gibi sorunlar Osmanlı reformcuların yenmeleri gereken güçlüklerdi. 18. yy’ın sonlarında başlayan askeri reformlar, yenilikçi askeri bürokrasiyi, aynı dönemin diplomatik reformları ilerici sivil bürokrasiyi, Fransa’nın kendi çıkarları için yürüttüğü çabalar ise Fransızca’ya hakim aydın bir sınıf yaratmıştır. Bu üç etken, Osmanlı Devleti’nde gelecek reformların tam anlamıyla yürütücü motoru olmuştur (Sander, 2010 : 211-175).

Özellikle 19.yy yüzyıl Osmanlı diplomasisinde çok önemli gelişmelerin yaşandığı, farklı stratejilerin izlendiği bir dönem olmuştur. 19. yy Osmanlı dış politikasını Erdoğdu, üç döneme ayırmaktadır. Bu ayrımın aynı zamanda diplomasi uygulamalarının da farklı dönemlerini ifade ettiğini belirtebiliriz. “1. Dönem: 1699-1856, 2. Dönem: 1856-1878, 3. Dönem: 1878-1908”. 1. Dönemde 1699 Karlofça’yla Osmanlı karşılıklı bir antlaşma yapmış ve bu dönemde Osmanlı rakipsiz güç olmaktan çıkmıştır. Dış politikanın temel ilkesi “*toprakları kaybetmemek*”tir. 2. Dönemde 1856 Paris antlaşmasıyla ilk kez Osmanlı’nın toprak bütünlüğü ve bağımsızlığı garanti altına alınmış ve Avrupa sistemine dahil olmuştur. Bu dönem dış politika ilkesi, “*toprak bütünlüğünü ülke içindeki ayrılıkçı hareketlere karşı korumak*”tır. 3. Dönemde ise İngiltere Osmanlı Devleti’nin toprak bütünlüğünü desteklemekten vazgeçmiştir. Bu dönemin temel dış politika ilkesi ise “*devletin kendi haline kalması*”dır Erdoğdu (1999: 149).

Diplomasi uygulamalarında 1834’te II. Mahmud yeniden ikamet elçilikleri açınca bir dizi yeni gelişmeler yaşanmıştır. 1821’de Bâbıâli’de Reisülküttaplığa bağlı kurulan Tercüme Odası geliştirilmiş böylece Müslüman memurların sayısı

artırılmıştır. Dolayısıyla Rumlardan ziyade Müslüman Türkler'in çalıştırılmaya başlandığı Tercüme Odası²⁷ ile dış ilişkilerde yabancı dil sorunu çözülmüştür (Kuran, 1999:58). Bu önemli bir gelişmeydi. Çünkü ilk seçilen elçilerin kimi zaman yeterli tecrübeye sahip olmaması çoğu kez de yabancı dil bilmemeleri en büyük sorun olmuştur. Tercüme konusunda genelde Rum tercümanlara bağımlı kalınması kimi zaman ihanetle ya da yanlış bilgi aktarımıyla da sonuçlanmıştır. Bu gelişmeyle diğer devletlerle ilişkilerin daha güvenilir ellerde yürümesi sağlanmıştır.

1830'ların başında II. Mahmud'un sürekli (mukim) elçiliklerini yeniden açmaya başlamasından, Osmanlı Saltanatı'nın lağvedildiği 1922'ye kadar, devleti 135 adet büyükelçi, elçi ve daimi maslahatgüzar temsil etmiştir (Kuneralp, 1999:113).

Öte yandan II. Mahmud zamanında meydana gelen 1821-29 Yunanistan isyanı ve bağımsızlığı, 1830 Fransa'nın Cezayir'i işgali, 1821'de başlayan ve 1833 Hünkar İskelesi Antlaşması ile son bulan Mısır Valisi Mehmet Ali Paşa'nın isyanı gibi uluslararası sorunlar diplomasinin artık daha ciddi olarak devrede olmasını gerektirmiştir. Bu da ilk süreçte Londra, Paris ve Viyana'da daha sonraki yıllarda da diğer Avrupa ülkelerinde daimi elçiliklerin açılmasını zorunlu kılmıştır.

Özellikle Yunan ve Mehmet Ali Paşa isyanlarında devletlerarası ilişkilerde diplomasinin önemi bir defa daha öne çıkmıştır. Avrupa devletleri kendi aralarında anlaşarak Osmanlı Devleti'ni güç durumda bırakıyor, haklı iken haksız duruma düşürebiliyor, sonra da kurtarıcı rolünü oynayabiliyordu. Bu durum Osmanlı'nın da diplomatik davranmasını gerektirmiştir (Şahin, 2009: 829).

Bu gelişmelerle birlikte, II Mahmud tarafından, III. Selim zamanında önemi artarak dış ilişkiler konusunda uzmanlaşan Reisülküttaplığın yerine, günümüzdeki Dış İşleri Bakanlığı'nı oluşturacak -11 Mart 1836'da bir Hatt-ı Hümayun ile- Umûr-ı Hariciye Nezareti kurulmuştur (Soysal, 1999: 71). II. Mahmud zamanında 1837'de Hariciye Nazırı olan özellikle Mustafa Reşid Paşa 1839 Tanzimat Fermanı'nın ve Batılılaşma hareketinin öncüsü olarak Hariciye Bakanlığı'nın önemini daha fazla

²⁷ Bu tercüme bürolarında yetişen birçok genç, çevirileriyle, deneyimleriyle sadece diplomat olarak değil, batı uygarlığını Türk toplumuna tanıtan yazar, gazeteci olarak da tarihte önemli yer edinmişlerdir. Örneğin, ilk resmi gazete Takvim-i Vekayi ve yarı-resmi Ceride-i Havadis'in dış dünya ile ilgili yazıları bu kadrodan çıkmıştır (Koloğlu, 1999:133).

ortaya koymuştur. Tanzimat Fermanı Osmanlı'nın Avrupa diplomasisine ilk adımı olarak da değerlendirilmektedir.

Çöküş sürecine giren imparatorluk, uğradığı bozgunların etkisi altında Avrupa devletleriyle fiilen eşitliği kabul etmek zorunda kalmıştır. Fakat şimdi üstün duruma geçen Avrupa hiçbir zaman Osmanlı ile gerçek eşitliği kabul etmemiştir (İnalcık, 1999: XVI). Özellikle de Kanuni Sultan Süleyman döneminden itibaren elde ettikleri ticari ve hukuki ayrıcalıkları güvence altına almadan bu konuda adım atmaktan kaçınmışlardır. Tanzimat Fermanı, Islahat Fermanı ve Paris Konferansı ile Avrupa Uyumunun parçası olan Osmanlı uluslararası hukukun bir parçası haline geldi. Ancak bu gelişme Osmanlı Devleti'ni Avrupalı devletlerle eşit hale getirmekten çok bu devletin ekonomi ve hukuk alanında Avrupa devletlerine ve uyruklarına sağladığı ayrıcalıkların güvence altına alınması amacını taşımaktaydı (İskit, 2007: 165-166).

1839 Tanzimat Fermanı'yla yapılan reformlar ve özellikle Müslümanlarla gayri-Müslimlerin kanun önünde eşit kabul edilmeleri, Osmanlı İmparatorluğu'nun Avrupa sistemine alınmasını hızlandırmıştır. Hristiyan olmadığı halde Avrupa kamu hukukundan yararlanmaya ilk davet alan ülke Osmanlı olmuştur. Osmanlı 1856 Paris Konferansı'nda imzalanan anlaşmayla Avrupa Uyum / Avrupa Devletler Birliği'ne kabul edilmiştir. Böylece Osmanlı İmparatorluğu ilk defa uluslararası hukuk sisteminden yararlanmaya davet edilmişti (Altuğ, 1999:95).

Osmanlı devlet adamı ve diplomatlarının faaliyetlerine rehberlik eden ana ilke Osmanlı İmparatorluğu'nun korunması idi. Tanzimat Dönemi'nde geliştirilen diğer ilkeler ki bunlar; Osmanlı vatandaşlarının eşitliği, Avrupa devletler topluluğuna imparatorluğun dahil olması, ulusal isyanlara karşı hükümdarlık rejiminin yasallığının korunması, uluslararası kanunların desteklenmesi, anlaşmaların kutsallığına itibar edilmesi ve Osmanlı Devleti'nin iç işlerine müdahale edilmemesi idi (Davison, 1981:856). Bu ilkeler doğrultusunda Osmanlı diplomasisi hızla modernleşmekteydi. Osmanlı'nın en önemli diplomasi metodu, büyük güçlerin desteğini kazanmaktı.

III. Selim döneminde başlayan daimi ilişkiler suretiyle Osmanlı Devleti'nin batı diplomasi usullerini kabul etmeye başlaması bir taraftan devletler hukukunu sadece Avrupalı ve Hristiyan devletlere ait olma niteliğinden çıkarıp onu evrensel bir hale

getirirken, diğer taraftan da Osmanlı Devleti'nin batıya yönelmesinde önemli bir rol oynamıştır (Versan, 1999:107).

Davison'un belirttiği üzere, Avrupa diplomasisinden etkilenen Osmanlı diplomasisinde bir diğer metod ise özellikle basın yoluyla diğer ülkelerin kamuoyunu etkilemektir. Bu sebeple 1858 yılında Bab-ı Ali, tüm Osmanlı dış temsilciliklerine düzenli haber akışı sağlayacak ve gündemdeki soruları akıllıca yanıtlayacak Basın Yayın büroları açmıştı. Böylece diğer ülkelerdeki kamuoyunu etkilemeyi başarmıştır. Osmanlı diplomatları hükümetlerinin lehine uygun makaleler basılması için Avrupa gazete yöneticilerine nasıl ulaşılacağını, gazetelerin haber yerlerinin nasıl olacağını ve böylece basın hizmetlerinden nasıl faydalanacaklarını öğrenmişlerdi. Ancak daha sonraki dönemde bu bültenler azalmış ve yayınlanmaz olmuştur (Davison, 1981: 857-859)

Modern anlamda kamu diplomasisi olarak adlandırılan tekniklerinin kullanımına özen gösteren II. Abdülhamid zamanında özellikle dış basının takip edilmesine özen gösterilmiş, resmi olarak Osmanlı ve yabancı yazarlar mali açıdan desteklenmiş veya el altından para verilerek Avrupa kamuoyunda etki yaratacak yazılar yayımlanması sağlanmıştır. Ayrıca bu dönemde Osmanlı dış temsilcileri görev yaptıkları ülkelerde oynanan tiyatro oyunlarında İmparatorluğa hakaret niteliğindeki oyunların oynanmasına engel olmakla da yükümlüydüler (Demir, 2012: 203).

Osmanlı o dönemde kamuoyunun etkilenmesinin önemli olduğunu anlamış ve sadece devlet birimlerinin değil, yabancı halkın da gündeme katılımının sağlanmasını öngörmüştür. Bu doğru bir düşünce olarak bizi bugünkü kamu diplomasisi anlayışına taşımaktadır ancak ne yazık ki yukarıda Davison'un da belirttiği üzere bu tarz çalışmalar çok uzun sürmemiştir.

19. yy boyunca dış politikada bir “denge politikası” izleyen Osmanlı'nın bu dönemde imzaladığı antlaşmalar, uğraşmak zorunda kaldığı isyanlar toprak kaybına, itibar yitimine neden olduğu gibi Osmanlı'yı önüne geçilmez bir sona sürüklemiştir. Bu dönemde Avrupa'nın gözünde oldukça olumsuz bir algıya sahip olan Osmanlı'nın geleceği de diplomatik bir mesele olarak bir Avrupa sorunu haline gelmiştir. Avrupa'nın Osmanlı konusundaki uğraşlarının tümü sürekli bir takım çıkarlar ve faydalar edinme üzerine kuruluydu denilebilir.

Bu arada Osmanlı Padişahları ilk kez Avrupa ile savaş zamanları dışında birebir temaslarda bulunmaya başlamışlardır. Sultan Abdülaziz'in 1876'da Paris, Londra, Viyana ve Almanya'yı kapsayan seyahati Avrupa'da olumlu yankılar uyandırmıştı. Hatta Osmanlı'nın medeni ülkelerin bir parçası olduğunu göstermek ve İmparatorluğun itibarını zedeleyecek olumsuz durumlara anında müdahale edebilmek için 1855 Londra'daki Dünya Sergisi, 1888 Barcelona Fuarı, 1893 Chicago Sergisi, 1890 Paris Fuarı ve bir dizi başka fuar ve sergilere katılım sağlanmıştır (Demir, 2012: 204-205).

Anayasal gelişmelerin ilk adımı olan ancak çok uzun sürmeyen I. Meşrutiyet'ten sonra, Osmanlı aydınlarının özellikle İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin direnişiyle 1908'de II. Meşrutiyet'in ilanı da Osmanlı'yı çöküşten kurtaramamış ancak Türk ulusçuluğunu körüklemiştir diyebiliriz. II. Abdülhamid diğer ülkelerle ilişkileri bizzat kendisi yürüttüğü için içeride Dışişleri Bakanlığı, dışarıda büyükelçilerin etkinlikleri çok azalmıştır (Sander, 2007:278). Bu dönemde II. Abdülhamid İrlanda gibi yardıma muhtaç ülkelere, 1899'da sel, 1904'te yangı felaketi nedeniyle ABD'ye ayni ve maddi yardımlarda bulunarak Osmanlı'nın hala güçlü bir ülke olduğunu ispatlamaya çalışmıştır. Ayrıca Batı'ya karşı bilinçli olarak Osmanlı'nın itibarını ve ihtişamını gösteren faaliyetler (Cuma Selamlığı merasimleri, Biat Törenleri gibi) organize edilmiştir (Demir, 2012: 206-208).

I. Dünya Savaşı'na kadar "eski diplomasi"nin hüküm sürdüğünü belirten Tuncer (1995: 57-58) bu döneme ait uluslararası ilişkilerin belli başlı özelliklerini şöyle sıralamaktadır: Tüm devletlerin eşit ve egemen sayıldığı bu dönemde devletin çıkarlarından çok hükümdarın çıkarları ön plandaydı. Hükümdarın gücünü artıran merkantalist bir ekonomik sistem de bunu desteklemektedir. Üye devletlerin varlıklarını güvence altına alan güç dengesi önemli bir unsurdur. Avrupalı devletler arasındaki ilişki üzerine kurulan eski diplomasi döneminde savaş, olağan bir etkinlikti ve düzeni değiştirmek için değil, düzen adına yapılmakta ve genellikle hanedanların çıkarlarını korumak adına olmaktaydı. Eski diplomasi aynı zamanda "gizli diplomasi" idi. Halklarına güvenmeyen yöneticiler, dış politika oluşturulmasında kamuoyunu daima hiçe saymışlardır.

1700'lü yıllarda toprak kaybetmeye başlayan Osmanlı sonraki iki yıl boyunca diplomasi ile ayakta kalmayı başarmıştır. Dönemin hakim Avrupa sistemine

sonradan dahil olan Osmanlı her ne kadar Avrupa'yı artık kendisine eşit görüp, Avrupa'nın kurallarıyla oynamaya başlasa da toprak kayıplarının önüne geçememiş ve son darbeyi 1. Dünya Savaşı'nda almıştır.

4.1.2. Türkiye Cumhuriyeti ve Mustafa Kemal Atatürk'ün Diplomasi Yaklaşımı

Avrupa diplomasisi ve güç dengesi mücadelesinin ayrılmaz bir parçası olan Osmanlı İmparatorluğu, Yeni Türkiye Cumhuriyeti'ne büyük bir devlet geleneğini miras bırakmıştır. Her ne kadar son yıllarında bir enkaz görüntüsü sergilese de Kurtuluş Savaşı'nın ve Türkiye'nin ilk önderleri, bu geleneksel devlet kadrolarında yetişmişlerdi. Büyük bir mücadele ile yeni bir ulus-devlet kuran yeni Türkiye'nin - başta Mustafa Kemal Atatürk olmak üzere- yeni hükümet kadrosu, hemen her uluslararası görüşmeden de zaferle çıkmayı başarmıştı.

Sander'e göre de çöküş gösteren Osmanlı Devleti'nin Avrupa devletlerinin beklentilerinin aksine bir yüzyıl daha yaşaması, Türk ulusunun yeni statüsüne ve dünya politikasındaki rolüne uyum sağlamasını kolaylaştırmıştır. Sander, bu durumu Türk dış politikasındaki istikrarın temel nedenleri arasında saymaktadır. Osmanlı'nın çöküş anında bile kararlarını kendisinin veriyor olması, her türlü kararın sorumluluğunu taşıyor güçte olması Türkiye'nin de bu büyük sorumluluk gücünde olmasını gerektirmiştir (2010: 324).

Bu sorumluluk çerçevesinde, bağımsızlık sonrasında Avrupa dışında demokrasi rejimini eksik de olsa yürütmeyi başaran devletlerden olan, Batıyla daha anlamlı ve organik ilişkiler içine giren Türkiye'nin dış politikasının temel özelliğinin Batı'ya eğilimli olması anlaşılır bir davranıştır. Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunun temellerinde de Batı'dan yayılan 19. yy'ın pozitivist filozoflarının özgürlükçü, anayasalcı ve ulusalcı düşünce akımları yer almaktadır (Sander, 2004: 88-90).

Atatürk, 20 Mayıs 1931 yılında ulusa hitabında “Yurtta sulh, cihanda sulh” için çalışıyoruz diyerek, yeni Türkiye'nin barışçıl dış siyaset modeli ve ilkesini ortaya koymuştur. Akşin'in aktardığı üzere Atatürk, “zaruri ve hayati” olmadığı sürece gerek yurt içinde gerekse yurt dışında her türlü savaşa karşıtlığını sürekli dile getirmekten geri kalmamış hatta iktisadi, uygarlaşma ve kültürel çalışmalarla da barışın sağlanabileceğini savunmuştur (1999: 276).

Aslında bu durum bugün savunduğumuz kamusal diplomasi anlayışının temelini oluşturmaktadır demek mümkün. Dayanağını “yumuşak güç”ten alan kamusal diplomasinin işleyebilmesi için de güçlü bir medeniyet, kültürel ve ekonomik durum söz konusudur. Bir ulusun diğer ulus üzerinde yumuşak güç kullanarak daha etkin olabileceğini savunan kamusal diplomasinin gücünü Atatürk, Cumhuriyet’i kurarken ifade etmiştir.

Ankara Hükümeti, Milli Mücadele döneminde ilk uluslararası sınavlarını vermeye başlamıştır. Başarılı dış temaslar ve görüşmeler gerçekleştiren Dışişleri Teşkilatı da bunlardan birisidir. Girgin, Cumhuriyet Dönemi Dışişleri Teşkilatı’nın gelişimini ve faaliyetlerini üç döneme ayırmaktadır (1999:707):

1. Dönem: Milli Mücadele yılları, 1919-1923 ‘Bağımsızlık’ Diplomasisi.
2. Dönem: Cumhuriyet’in ilanı, Atatürk Dönemi ve 2. Dünya Savaşı’nın bitimine kadar olan dönem, 1923-1950.
3. Dönem: 1950’lerden günümüze kadar olan dönem.

İlk dönem yani Milli Mücadele yıllarında 3,5 yıl kadar Türkiye’nin iki Dışişleri Teşkilatı olmuştur. Birincisi Osmanlı Devleti’nin Hariciye Nezareti, ikincisi ise Ankara’da milliyetçi hükümetin Hariciye Vekaleti. 30 Ağustos 1922 Büyük Zafer sonrası Osmanlı Hariciyesi hukuken son bulmuş ve teşkilat dağılmıştır (Girgin, 1999:707).

“Misak-ı Milli” ismini alan Sivas Kongresi kararları doğacak Türkiye’nin dış politikasının temellerini oluşturmuştur (Tuncer, 2008: 16). Milli Mücadele yıllarında bu politikayla Hariciye Vekili çok önemli dışişleri faaliyetlerinde bulunmuştur. Örneğin; 9 Eylül 1919 tarihli Amerikan Senatosu Başkanı’na yazılan Sivas Kongresi’nin sonuçlarını ve Heyet-i Temsiliye’nin görüşlerini yansıtan siyasi mektup ve ardından Amerikalı General Harbord ve Mustafa Kemal arasında gerçekleşen yazışma ve görüşmeler. Sivas’taki siyasi görüşmeler Hariciye Vekili’nin ilk dış temaslarıdır. Ayrıca TBMM’nin açılışının hemen ardından Atatürk’ün Lenin’e yazdığı mektup, ilk önemli dış siyaset adımları olarak kabul edilmektedir (Girgin, 1999:708).

İlk bakanlık çok küçük çekirdek bir kadroyla başlamıştır. Milli Mücadelenin ilk bakanı Bekir Sami Bey’dir. Ankara Valiliği’nin Ulus’taki tarihi binasının her bir odası bir bakanlık olarak faaliyete geçer. Dış İşleri Bakanlığı genişledikçe zamanın

Düyun-u Umumiye binasına geçilir ve ilk Hariciye Vekaleti burada teşkilatlanır. Milli Mücadele Hükümeti ilk büyükelçisini Kasım 1929'da Moskova'ya göndermiştir. Ancak daha öncesinde Bakü, Roma ve Tiflis'te "TBMM Mümessili" sıfatıyla siyasi temsilciler bulundurmaya başlamıştır (Girgin, 1999: 708).

Ankara Hükümeti ve ordusu Samsun'da başlatılan Kurtuluş Savaşı'yla Amasya, Erzurum, Sivas Kongreleri ile ve arka arkaya kazandığı zaferlerle ve imzaladığı başarılı antlaşmalarla Cumhuriyet yolunda hızla ilerlemekteydi. Bu dönem yapılan diplomatik görüşmeler ve antlaşmaları şöyle sıralamak mümkündür. 1920 sonlarında Ermenilerle Gümrü Antlaşması, 1921 Şubat'ı Londra Konferansı, Mart 1921'de Afganistan ile İttifak Antlaşması, Ekim 1921'de Kafkasya Devletleri ile Kars Antlaşması yine Ekim ayında Fransa ile Ankara İtilafnamesi imzalanmıştır. Bunları 1922 başında Ukrayna ile dostluk ve işbirliği antlaşması, 1922 Ekim'inde Mudanya Mütarekesi, 1923 Lozan Müzakereleri ve Lozan Barış Antlaşması imzalanmıştır. Sayılan tüm bu antlaşmalar Ankara Hariciye Teşkilatı'nın ve dış temsilcilerin çalışmalarıyla Cumhuriyet'in ilanından önce gerçekleşmiştir.

Ustaca yürütülen diplomatik temaslar ve imzalanan antlaşmalar, Kurtuluş Savaşı yıllarında savaşların ve ülkenin kaderini değiştirmiştir. Bu yıllardaki diplomatik faaliyetler "ülkenin düşmandan kurtarılması ve milli sınırların korunması üzerine" kurgulanmıştı. Tüm dış temaslar "bağımsızlık" adına gerçekleşmekteydi. Osmanlı'nın gittikçe zedelenen imajı ve itibarı ancak bağımsız bir ulus ve devlet tarafından geri kazanılabilirdi. Kazanılan her savaş, Ankara Hükümeti'nin sonraki diplomatik ilişkilerde daha bir güçlü adım atmasını desteklemekteydi.

Örneğin, Sakarya Savaşı zaferiyle kaderi dönen Türkiye, bu zaferle uluslararası diplomaside daha rahat hareket etme şansı bulmuştur. Kars Antlaşması ve Ankara İtilafnamesi bu zaferin önemli sonuçlarındandır. Aynı şekilde Mudanya Mütarekesi de savaşın silahlı mücadele yönünün zaferle sonuçlandığının yazılı belgesidir (Turan, Safran v.d., 2010:162).

Bu dönem Türk dış politikasının en önemli ve tek amacı bağımsızlığın sağlanması ve tanıtılmasıydı. Bu amaca yönelik en önemli strateji ise, büyük devletlerle mümkün olduğunca az sürtüşmektir. Bu stratejide uygulanan taktik de Kurtuluş Savaşı'nı işgalci Yunan ordusuna karşı bir 'direniş hareketi' olarak göstermeye çalışmaktır. Öte yandan bu dönemki dış politikadaki bir diğer amaç da

revizyonizimdir²⁸. Nitekim dış politikadaki bu revizyonizm Lozan'dan sonra statükocu bir politikaya dönüşmüştür (İşyar, 2009: 541-542).

Ankara hükümetinin *ikinci diplomatik dönemi* ise Cumhuriyet'in ilanıyla başlamaktadır. Cumhuriyet'in ilanı ile Kurtuluş Savaşı hedefine ulaşmıştı. Gerek ülke içinde gerekse ülke dışındaki gelişmeler devrimlerle kökleşmeye başlamıştı.

1923-1932 yıllarını kapsayan süreçte Lozan'la taçlanan yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin dış politikasının esasını, Lozan'da halledilemeyen sorunların çözümü teşkil etmiştir. Lozan Antlaşması'yla ortaya konan esasların uygulanması, büyük devletlerle olan ilişkilerin normalleştirilmesi, komşularla dostluk ilişkilerine gidilmesi bu dönem dış politikasının en temel özellikleri olmuştur (Turan, Safran v.d., 2010:225). Türk dış politikasının amacı, Cumhuriyet'in Batı'ya rağmen ve Batı ile ilişkiler kurarak korunması olmuştur (İşyar, 2009: 561).

Bu dönemi meşgul eden temel dış politika konuları şöyle idi: İngiltere ile Musul²⁹ sorunu Fransa ile borçlar-Suriye sınırı, Yunanistan ile mübadele sorunu yaşanırken, İtalya, Sovyetler Birliği, Afganistan, İran gibi ülkelerle de dostluk antlaşmaları imzalanmış ve barış ortamı güçlendirilmeye çalışılmıştır.

Atatürk, Cumhuriyet'in ilk yıllarında yalnızca yabancı devlet temsilcileriyle diplomatik görüşmeleri yürütecek temsilci heyetlerini seçmek ve onlara bu görüşmelerin yürütülmesine ilişkin yönergeleri vermekle kalmamış, aynı zamanda diplomat görevini üstlenerek, diplomatik görüşmeleri de kendisi yürütmüştür (Tuncer, 2008: 21).

Atatürk, iç politikanın dış politikayı belirlediğini ve birbirleriyle sıkı bir ilişki olduğunu ifade etmiştir. Atatürk'ün uyguladığı dış politika, milli menfaate dayanan, millet yararına politika anlamına gelen milli siyasete dayanmaktadır. Türk milletinin ortak düşüncesini ifade eden Milli Siyaset, milletçe benimsenen, uygulanan, milli amaçlara uyan ve ona hizmet eden bir siyasettir. Osmanlı Devleti'nin universalist ve kozmopolit siyasetine bir tepkidir. İnkılapla kurulan devletin siyaseti önce millidir, kolektivitinin malıdır açık ve bellidir. Milli amaçlara yönelik istikrarlı bir siyasettir (Eroğlu, 1990:312).

²⁸ Türk dış politikasında revizyonizmin rasyonel zeminini Misak-ı Milli kararları oluşturmaktadır.

²⁹ Musul sorunu bu dönemin dış ilişkilerini belirleyen en önemli faktör oldu. O dönemin şartlarında İngiltere, dünyanın en büyük gücüydü. Dolayısıyla İngiltere ile diplomatik konularda başa çıkmak oldukça zordu (İşyar, 2004: 562).

Atatürk'ün dış politika ilkeleri, O'nun dünya görüşüyle tam bir uyumluluk göstermekteydi. Bu dünya görüşü de “tam bağımsızlık, ulus egemenliği ve kökten çağdaşlaşma”dır (Irmak, 1992: 1085).

Yeni Türkiye'nin ilk dönem verdiği mücadele, Kurtuluş Savaşı'nın sonuçlarını uluslararası düzeyde meşrulaştırmak, bağımsızlığını ispatlamak, yenik düşmüş bir devletin devamı olmadığını, yeni hür bir devlet olduğunu ispatlamak üzerinedir.

Eroğlu'nun Enver Ziya Karal'dan aktardığı üzere, “Atatürk, yeni Türk Devleti'nin kurulmasında hak ve kuvvet prensiplerine dayandığı gibi devletin bağımsızlığını yabancı devletlere tanıtmak yolunda da aynı çabayı sarfetmiştir.” (1990: 314-315). Dış politikada üzerinde durulan temel ilkeler; milli bağımsızlık, milli misak, ‘yurtta sulh, dünyada sulh’ ve milletlerarası hukuka saygıdır.

A.Akşin'in de belirttiği üzere, Atatürk'ün dış politikası; “Türkiye'nin siyasi bağımsızlığından taviz vermemek ve devletlerarası anlaşmazlıkları barışçı yollarla çözümlemek” şeklinde iki temel unsur üzerine oturmaktadır (1991: 23-45).

Atatürk'e göre dış siyasette amaç; “Devletler topluluğunda şerefli, haysiyetli, namuslu bir mevki sahibi olmak ve mutlaka istiklaline riayet ettirmektir, devlet için istiklal kelimesinin muadili hayattır. İstiklali olmayan bir devlet gerçek manada bir devlet değildir.” Bu açık düşünce yeni kurulan devletin dış politikasına da temel taşı olmuş ve Lozan barışı Türk bağımsızlığını tanıtan bir zafer belgesi olmuştur (Karal'dan aktaran Eroğlu, 1990: 315). Lozan Antlaşması, Türkiye için bir eşitlik belgesidir. Lozan gerçek bir müzakere sonucunda imzalandığı için başında Milletler Cemiyeti Misakı yer almamıştır ve ayrıca savaşı bitiren antlaşmalar içinde hala bir tek o uygulanmaktadır. Lozan aynı zamanda bir siyasal ve iktisadi bağımsızlık belgesidir (İşyar, 2009: 551).

Lozan Barış Antlaşması Ankara Hükümeti'nin en önemli diplomatik zaferidir (Turan, Safran vd., 2010:166). Lozan Antlaşması'nın zabıtları çok değerli diplomasi dersleri olarak kabul edilmektedir. Devletin itibarını yüksek tutma, müzakere taktikleri, baskılara direnme, temel hedeflere ulaşma açısından Lozan Konferansı diplomasi tarihine geçecek derslerle doludur (Sanyer, 2007:360). Lozan'da kendini ispatlayan ve sonraki yıllarda Lozan'dan kalan sorunları çözen Türkiye, 1930'lar itibarıyla uluslararası arenada daha aktif hale gelmiştir. Çevresinde barış ve güvenliğin oluşumu için çabalara girişmiştir.

Cumhuriyet dönemi diplomasisi Wilson'un 1. Dünya Savaşı sonrası ortaya attığı "açık diplomasi" ilkesini büyük ölçüde benimsemiş ve bu açıdan Osmanlı diplomasi uygulamasından farklılığını göstermiştir. Cumhuriyet diplomasisinin açıklığı Lozan Konferansı'nda belirgin bir biçimde ortaya çıkmıştı. İsmet Paşa tarafından tüm gelişmeler basın aracılığıyla dünya kamuoyuna aktarılmış ve bu yolla özellikle Avrupa kamuoyu olumlu şekilde etkilenmiş ve Türk'ün haklı mücadelesi için destek toplanmıştır (Tuncer, 2008: 183-184).

Ancak 1929 Dünya Ekonomik Krizi tüm dünya ile birlikte iki savaş arasındaki Türk Dış Politikası'nın da dönüm noktasını oluşturur. Ekonomik ve politik anlamda yeni politikalar geliştirme zorunluluğu doğmuştur. Devletçilik politikası buna bir örnektir (Barlas, 1999: 362).

Dünyada ekonomik krizin etkisiyle yeniden bir bloklaşma durumunun yaşandığı bu dönemde Türkiye, barışçı bir yol izlemeye devam etmiştir. *1932-1938 dönemi* Türk dış politikasının temel özelliği, Türkiye'nin daha önce elde ettiği haklarını korumayı öngören mevcut statükoyu barışçı yollarla devam ettirmeye çalışması ve dış politikada ağırlığını giderek arttırması olarak tarihe geçmiştir (Turan, Safran v.d., 2010: 233). İlkesel düzeyde Türk dış politikası, statükocu ve Batıcı olmuştur (İşyar, 2009: 511).

Savaştan zararlı çıkan ülkeler statükoyu değiştirmek isterken, savaştan kazançlı çıkan devletler de bu durumu sürdürmek için mücadele veriyordu. Türkiye ise büyük güçlüklerle elde ettiği bağımsızlık ve toprak bütünlüğünün uluslararası statüko içinde sürdürmeyi ve güvenliğini ön planda tutmak zorundaydı. Dolayısıyla barışın korunması için de ortak güvenlik örgütlerine girmek gerekmektedir. Statükocu politikanın ilk faaliyetlerinden biri de Türkiye'nin 1932'de Milletler Cemiyeti'ne girmesidir (Sander, 2004: 101-102).

Bu dönemin Türkiye için en önemli olaylarını şöyle sıralamak mümkündür: 1932-Türkiye'nin Milletler Cemiyeti'ne girişi, Balkan Ülkeleriyle ilişkiler ve 1934-Balkan Antantı³⁰, Türk-İngiliz³¹ yakınlaşması, Türkiye-İtalya ilişkileri³², Türk-

³⁰ Balkanlarda barışın korunması ve dostluğun güçlendirilmesi adına, Bulgaristan ve Arnavutluk'un sonradan katılmaktan vazgeçmelerine rağmen, Türkiye, Yunanistan, Romanya ve Yugoslavya arasında 9 Şubat 1934'te imzalanmıştır.

³¹ 1935 sonrası Türk-İngiliz yakınlaşması Akdeniz paktı, Montrö'de İngiliz desteği, Karabük Demir-Çelik fabrikasının kurulumuna İngilizler'in desteği, 1937-Nyon Konferansı'nda birlikte hareket, 1939

Sovyet ilişkileri³³, Türk-Fransız ilişkileri ve Hatay Meselesi³⁴, İslam ülkeleriyle ilişkiler ve Sadabad Paketi³⁵ ve Montrö Boğazlar Sözleşmesi³⁶ çevresinde bir barış ve işbirliği çemberi oluşturan Türkiye, Boğazlarda elde ettiği tam hakimiyet hakkıyla da uluslararası arenada daha saygın bir yere oturmuştur.

2. Dünya Savaşı öncesi Avrupa’da yaşanan gerilimlerin dışında kalmaya çalışan Türkiye, savaş yıllarında da savaşın dışında kalmak için aynı çabasını sürdürmüştür. Ekonomik, siyasi, askeri ve sosyal alanlarda zor yıllar geçiren Türkiye, jeopolitik konumu nedeniyle hem müttefikler hem de mihver devletler tarafımdan ağır baskılara maruz kalmış ancak sonuna kadar diplomatik hareketlerle durumu idare edebilmiştir (Turan, Safran vd., 2010: 289-291). Bu mücadeleyi Aydın, “Ulusal egemenlik ve toprak bütünlüğünden ödün vermemek ve savaştan en az zararla çıkabilmek için Türkiye, büyük devletlerin arasından, küçük devletlerin kendi politikalarını nasıl yürütebileceğine ilişkin tarihteki belki de en başarılı örneği el yordamıyla oluşturmak zorunda kalmıştır.”(2002: 399) şeklinde yorumlamaktadır.

1934-1936 yılları arasındaki dönem, 1930’lardaki Türk dış politikasında geçiş dönemini temsil etmektedir. Balkanlardaki bölgesel politikanın dışına çıkmak zorunda kalan Türkiye İngiltere, Fransa ile işbirliği yollarını aramıştır. Bölgesel sorunlardan daha çok uluslararası sorunlarla ilgilenmek zorunda kalan Türkiye’nin ilk amacı, olası bir savaşın yakın çevresine yayılmasını engellemektir ancak genç bir devlet olarak uluslararası sistemini belirleyen devletler karşısında çeşitli baskılara da maruz kalmaktaydı (Barlas, 1999:366-368).

Savaş öncesi ve savaş yılları Türkiye açısından tehlikeli iç ve dış bunalımların etkisi altında kalınan dönemdir. 1938-1945 dönemi, Türkiye’nin dış tehlikelere ve

Karşılıklı Yardım Antlaşması ile Türkiye yolunu çizmiş, uluslar arası sorunlarda barışı korumak için İngiltere, Fransa gibi büyük devletlerin yanında yer almıştır. (Turan, Safran ve diğerleri, 2010:237-238).

³² Türk-İtalyan ilişkileri bu dönemde iniş-çıkışlı bir seyir izlemiştir.

³³ Cumhuriyet’in ilk yıllarında sıkı bir dostluk geliştiren Türkiye ve Sovyetler Birliği arasındaki ilişkiler daha sonraki dönemlerde eski pozitif havasını kaybetmiştir.

³⁴ 1936’da komisyon kararıyla Milletler Cemiyet’i Hatay sancağına ayrı bir statü sağlamış, 1938’de Hatay Devleti kurulmuş, 1939’da da Hatay Meclisi oybirliği ile Türkiye’ye katılmıştır.

³⁵ Bölgesel işbirliğinin güçlendirilmesi adına Türkiye, İran, Irak ve Afganistan arasında 8 Temmuz 1937’de imzalanmıştır.

³⁶ Lozan’da imzalanan Boğazlar Sözleşmesi, Türkiye’nin tam bağımsızlık ilkesine ters düşmekteydi. Bu sorun da Türkiye’nin haklı gerekçeleri kabul edilerek 20 Temmuz 1936’da Türkiye, İngiltere, Fransa, Sovyetler Birliği, Japonya, Romanya, Bulgaristan, Yunanistan ve Yugoslavya’nın katıldığı Montrö Boğazlar Sözleşmesi ile çözülmüştür. Boğazlarda tam hakimiyet kuran Türkiye’nin uluslar arası ilişkilerdeki saygınlığı da artmıştır.

tehditlere karşı yalnız başına varlığını korumak için büyük mücadeleler verdiği dönemdir (Eroğlu, 1990: 346).

Savaş Türkiye'nin sadece dış ilişkilerini değil, aynı zamanda iç ilişkilerini de fazlasıyla etkilemiştir. Uluslararası ortamın kaosu Türkiye'nin iç yapısını da etkisi altına almış ve hatta şekillendirmiştir. Öyle ki savaş bittiğinde Türkiye bambaşka bir ülke olmuştu (İşyar, 2009: 596). Savaş süresinde ülke içinde alınan olağanüstü tedbirler üretimi ve toplumsal yaşamı sekteye uğratmış, ekonomik anlamda büyük sıkıntıya düşürmüştür. Hükümetin aldığı tedbirler pek işe yaramamış halk tepkisini farklı bir partiyi iktidara getirerek göstermiştir. Çok partili bir döneme geçişle 1950 yılından sonra iktidarı devralan Demokrat Parti yönetimiyle, Türkiye'de önemli bir siyasi dönemece girilmiştir.

Öte yandan merkez ve birimleriyle genişleyen dış işleri teşkilatının yurtdışında açılan temsilcilik, konsolosluk, başkonsoloslukların sayısı da artmış ve dışişleri birimleri tüm dünyaya yayılımını sürdürmüştür.

Yeni iktidar partisi yoğunlaşan soğuk savaşın baskısı, bir yan da dış ekonomik yardımlar ve ilişkilerin önem kazanması ile Türkiye'yi Batı Dünyası ile saf tutmak ve bu yöndeki uluslararası işbirliği kuruluşlarına girmek ve iktisadi teşkilatlar ve yardımlardan fazlasıyla yararlanmak prensiplerine dayalı bir dış politika hedeflemiştir (Girgin, 1999: 711-712).

4.2. 21. Yüzyıl Türkiye'sinin Uluslararası Bakış Açısı ve Kamu Diplomasisi

Doğu blokunun yıkılması ile Soğuk savaş yıllarının “İki Kutuplu Dünya” politikası devresi sona ererken, Körfez bunalımı ABD'nin hakim olacağı “Yeni Dünya Düzeni”nin kurulmakta olduğunu ortaya çıkardı. Küreselleşme olarak da adlandırılan bu yeni dönemde demokrasi, özgürlük, insan hakları ve hukukun üstünlüğü gibi evrensel değerler öne çıkan temalar olmuştur. ABD'nin temsil ettiği tek süper güce dayanan “Yeni Dünya Düzeni”ni oluşturma çabalarına rağmen, dünyada yeni güç merkezlerinin ortaya çıkmasına yol açan yeni bir süreç de gelişmeye başlamıştır (Sarıay, 2000).

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye de Soğuk Savaş ve 2000'ler sonrası hızlı bir değişim ve dönüşüm sürecine girmiştir. Devletler arası gerçekleşen ikili ilişkiler bugün çok kutuplu dünyada çoklu ilişki düzeyine ulaşmıştır. Türkiye de bu çok kutuplu dünyada yerini alabilmek için özellikle dış politikada ve dış ilişkilerinde farklı stratejiler geliştirmektedir. Dünyada yaşanan ekonomik ve siyasi çalkantılar ülkemizin izlediği politikalara sürekli bir devingenlik kazandırmaktadır.

Değişen zaman ve mekan tanımlarının Türkiye'nin kendine özgü kavramlar üretmesine ve yeni bir dil evreni inşa etmesine de imkân sağladığını belirten Kalın, Türk siyasetinin ve dış politikasının yeni kelimeleri ve kavramları, derindeki zihinsel dönüşümün kayda değer göstergeleri olarak not edilmesi gerektiğine vurgu yapmaktadır. Kalın, Ahmet Davutoğlu'nun "Stratejik Derinlik: Türkiye'nin Uluslararası Konumu" adlı çalışmasında ortaya koyduğu dünyaya Türkiye'den bakma gayretinin, giderek normal bir söylem haline gelmekte olduğunu ve yeni kavramsallaştırmaların önünü açtığını ifade etmektedir (Kalın, 2012: 146).

Bu doğrultuda Türk Dışışleri Bakanlığı'nın resmi web sitesinde Türkiye'nin dış politikası ve hedefleri şöyle ifade edilmektedir (www.mfa.gov.tr/dis-politika-genel.tr.mfa, 2013).

“Türkiye küresel değişimlerin en yoğun şekilde hissedildiği bölgesindeki gelişmeleri olumlu bir mecrada ilerletebilmek amacıyla dinamik ve vizyoner bir dış politika izlemektedir. Bu çerçevede çok boyutlu, sağduyulu, yapıcı, önalıcı, gerçekçi ve sorumlu bir dış siyaset uygulamak Türkiye'nin hem ulusal hem uluslararası alandaki hedeflerine ulaşmasını mümkün kılabilecek en önemli araçlardan birisidir” (www.mfa.gov.tr/dis-politika-genel.tr.mfa, 2013).

Türkiye'nin bir barış ve refah çemberi kurma, istikrar ve güvenlik üreten, refahın, beşeri ilerlemenin ve kalıcı istikrarın önünü açacak bir düzenin kurulması yolunda ciddi çabalar harcayan öncü bir ülke haline geldiği; bölgesinde kalıcı barış, güvenlik ve huzur ortamının yaratılmasına yönelik önemli girişimlerde bulunduğu resmi internet sitesinde yer alan bilgiler arasındadır.

Resmi sitede ayrıca birbirini tamamlayan çok sayıdaki siyasi, ekonomik, insani ve kültürel ögenin seferber edilmesiyle yürütülen Türk dış politikasının ilgi alanının küresel ölçekte olduğu; ABD, Avrupa, tarihi ve kültürel bağlarının bulunduğu

Balkanlar, Ortadoğu ve Kuzey Afrika, Güney Kafkasya, Güney Asya ve Orta Asya ülkeleri ve küreselleşmenin etkisiyle mesafelerin artık giderek önemsizleştiği günümüzde Sahraaltı Afrika, Latin Amerika ve Asya-Pasifik bölgelerinin her biriyle siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel ilişkiler aracılığıyla somut işbirlikleri geliştirildiği ifade edilmektedir.

“Hattı diplomasi yoktur, sathı diplomasi vardır, o satıh bütün dünyadır” sözleriyle Dışişleri Bakanı Ahmet Davutoğlu, küresel kalkınma diplomasisinde Türkiye’nin aktif bir rol üstlendiğine vurgu yapmaktadır.

Davutoğlu’nun “Stratejik derinlik” politikaları bir süre Türkiye’nin bölgesel liderlik rolüne hizmet etse de İsrail (“one minute”, “Mavi Marmara”, “alçak sandalye”), Mısır³⁷ ve Suriye³⁸ krizleri bu stratejiye zarar vermiştir. Değişen dünya dinamikleri içinde Türkiye’nin elbette ki kendini safdışı bırakması olası değildir. Son yıllarda Türk dış politikasının değişen niteliği, hem Türkiye’de hem de uluslararası alanda tartışılan bir konu olduğuna değinen Özdemir (2012) Türkiye’nin, geçmişe nazaran daha fazla risk alan, aktif ve çok-boyutlu diplomasisiyle kendisi için yeni bir rol tanımlamaya çalıştığını, iş dünyasıyla ve siyasetiyle daha fazla dışa açılmaya başlayan farklı bir Türkiye gözlemlendiğini belirtmektedir.

Ancak 2013 yılının ikinci yarısı itibariyle Türkiye, kamu diplomasisi açısından düşen bir grafik tablosu sergilemektedir. Son birkaç yıldır televizyon programları, dizileri, ev sahipliği yaptığı bilim, kültür-sanat, spor etkinlikleri vb ile genel olarak dünyada olumlu bir çizgi çizen Türkiye’nin itibarının, Gezi Parkı olayları ve

³⁷ Genel olarak Arap baharı olarak adlandırılan ve 2010’da işsizlik, gıda enflasyonu, siyasi yozlaşma, ifade özgürlüğü, usulsüzlükler ve kötü yaşam koşulları gibi pek çok sorun sonucunda önce Tunus’ta Muhammed Buazizi’nin kendini yakmasıyla başlayan, günümüzde de süren Arap halklarının hareketi domino etkisiyle neredeyse tüm Arap dünyasına yayılmıştır. Olaylar kısa zaman içinde Mısır, Yemen, Cezayir ve Ürdün’e sıçramıştır. Ayaklanmalar sonucunda Tunus’ta 23 yıldır yönetimde olan Zeynel Abidin Bin Ali ile 30 yıldır Mısır’ın Cumhurbaşkanlığını yürüten Hüsnü Mübarek gösteriler nedeniyle istifa etmişlerdir. Mısır’da olaylar 2010 yılında Yasemin Devrimi adıyla başlamış, 25 Ocak 2011’de mevcut yönetime karşı halk sokak gösterilerine ve protestolara başlamıştır. Mübarek sonrası göreve gelen Muhammed Mursi de 3 Temmuz 2013 tarihinde, Mısır Silahlı Kuvvetleri’nce darbe yoluyla görevden alınmıştır. Nisan 2014 itibariyle Mısır’daki belirsizlik ve karışıklık devam etmektedir.

³⁸ Benzer şekilde 26 Ocak 2011’de Suriye’de Hasan Ali Akleh, rejimi protesto etmek amacıyla kendisini yakarak intihar etmiş ve ardından Suriye’deki ayaklanmalar başlamıştır. 15 Mart 2011 “Gazap Günü” olarak adlandırılan ve halk protestolarının şiddetlendiği gün Suriye’deki olayların başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Nisan 2014’te hala devlet başkanı Beşar Esad güçleri ile muhalif güçler arasındaki iç savaş devam etmektedir.

Suriye'ye karşı tutumundan dolayı ciddi kan kaybı yaşadığı konusunda birçok uzman, gazeteci, bürokrat, uluslararası örgütler hemfikirdir.

Çok hassas olan uluslararası dengeler, çok kısa zaman içinde aniden değişimler gösterebilmektedir. Bir yıl öncesine kadar dünyanın bir çok ülkesinde Türkiye'nin yumuşak gücünün ön plana çıktığını, Arap baharının ertesinde diktatörlerini deviren halklara örnek gösterildiğini, Türk televizyon dizilerinin bunda rol oynayacağından bahsedildiğini belirten Mehmet Y. Yılmaz, Hürriyet Gazetesi'ndeki (22 Ağustos 2013) köşesinde, Arap dünyasında yaşanan sorunlar nedeniyle ne yazık ki Türkiye'nin yumuşak gücünün zayıfladığını vurgulamaktadır. Yılmaz, Mısır'daki durum ve Türkiye'nin "onurlu yalnızlık" politikasından sonra Arap pazarının, Türk dizilerine kapandığını, milyon dolarlık sözleşmelerin dondurulduğunu, hükümetin diplomasi yerine kavga etmeyi seçmesinin bedelini özellikle ekonomik ve kültürel olarak ödediğimizi yazmaktadır.

Türkiye'nin dış politikada attığı her yanlış adım; ekonomik, siyasi, kültürel ve elbette ki itibar kaybı olarak geri dönmektedir. Güngör Mengi, 22 Ağustos 2013 tarihinde yayımlanan yazısında, Türkiye'nin dostluk ilişkisi üstüne kurulu dış politikası sayesinde sağladığı siyasi ve ekonomik kazanımları kaybettirecek yanlışlara düştüğünü belirtmektedir. Benzer şekilde aynı gün Mustafa Mutlu da hükümetin ilk yılları ve son dönem dış politikalarını karşılaştırdığı yazısında "sıfır sorun politikası"nın aksine dünyadaki birçok ülkeyle sorun yaşadığımızı ve uluslararası arenada yalnız kaldığımızı ifade etmektedir (Vatan Gazetesi, 22 Ağustos, 2013). Ne yazık ki son dönem yaşanan sorunlar kamu diplomasisinin işini zorlaştırmaktadır. Çok önemli bir coğrafik konumda bulunan Türkiye, gerek iç gerek dış politikasında daha stratejik adımlar atarak çıkarlarını savunmak, korumak ve itibarını geri kazanmak için daha çok çaba sarfedecek gibi görünmektedir.

Avrupa Parlamentosu'nun AKP Hükümetin tutumunu eleştiren ve olayları çözmedeki faaliyetlerini olumsuz bulan "Gezi Parkı Kararı" Avrupa'da ve dünyada Türkiye'ye ilişkin olumsuz bir algı yaymıştır. Deutsche Welle'de yayınlanan habere göre AP kararları siyasi karaktere sahip ve karar Gezi Parkı olaylarının Avrupa toplumlarına nasıl yansıdığını göstermektedir (<http://www.dw.de>, 13 Haziran, 2013).

Bu tez çalışmasının başlangıcında hükümetin dış politikada gösterdiği ılımlı ve diplomasi ağırlıklı yaklaşımı, geçen iki yıl içinde ne yazık ki çeşitli dönüşler

yaşamaktadır. 2010 yılında kamu diplomasisi alanına ciddi bir adım atan hükümetin son dönemki politikaları ayrı bir eleştiri konusu olmuş hatta dış politikası gerek kamuoyunda gerek medyada neredeyse en çok tartışılan ve konuşulan konu haline gelmiştir.

Zaman Gazetesi'nin yazarlarından İhsan Dağı da bu değişimi köşesinde şöyle karşılaştırmaktadır:

“İki yıl öncesine kadar AK Parti'yi AB üyeliğini zorlayan, küreselleşmeye sıcak, bölgesiyle çatışma ve gerginlik değil işbirliği arayışında olan, bölgeyle ilişkilerinde askeri gücünü değil ‘yumuşak gücünü’ kullanmaya hevesli bir dış politika izlerken gördük. Ancak 2011 yılı itibarıyla AK Parti'nin dış politikasında farklı bir hava sezilmeye başlandı. Uzlaşmak yerine meydan okuyan, yumuşak güç unsurlarıyla örnek olmak yerine doğrudan müdahalelerle rejim değişikliğine heveslenen, gücünü abartarak hegemonya düşleri kuran, rasyonalite yerine ideolojiye meyleden bir dış politika.” (Dağı, 23 Eylül, 2013).

Kamu diplomasisi açısından 2010 yılına kadar olumlu esen rüzgarlar son yıllarda özellikle Ortadoğu Bölgesi'nde tersine dönmüş durumdadır. 4 Aralık 2013 tarihli Hürriyet Gazetesi'nde yayımlanan (Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı) TESEV tarafından Ortadoğu'daki 16 ülkede yaptırılan “Ortadoğu'da Türkiye Algısı” konulu bir araştırmanın sonuçları bölgedeki Türkiye algısına yönelik dikkat çeken sonuçlar ortaya koymaktadır. Araştırmada öne çıkan başlıklar şöyle sıralanmaktadır: Bölge genelinde en sevilen ülke olarak artık Türkiye değil, Birleşik Arap Emirlikleri gösterilmektedir. Birleşik Arap Emirlikleri yüzde 67 ile hakkında en olumlu düşünülen ülke olurken, Suudi Arabistan yüzde 60 ile ikinci, Türkiye yüzde 59 ile üçüncü sırada yer almaktadır. Oysa ki 2011-12 yıllarında Türkiye en sevilen ülkeler arasında ilk sırada yer almıştı. Özellikle Mısır ve Suriye'deki Türkiye karşıtı algının hızlı şekilde yükseldiği, yüzde 89 oranında Türkiye hakkında iyi olan algının, yüzde 22'ye kadar gerilediği belirtilmektedir.

Gerek ülkemiz gerekse dünya dinamikleri sürekli değişmektedir. Bu hızlı değişim içinde Türkiye hem içerde hem dışarıda varlığını sürdürebilmek için çeşitli ekonomik, siyasi, toplumsal hamleler yapmak durumundadır. TESEV'in araştırmasında görüldüğü gibi 2 yıl önce çok yüksek olan olumlu algı düşüşe

geçmiştir ancak bu durumun, kalıcı olacağı anlamı çıkartılmamalıdır. Gelecekte yaşanacak olayların hem ülkemize hem dünyaya neler getirebileceğini kesin olarak söylemek mümkün değildir. Barış zamanlarında ne olursa olsun uluslararası anlamda bazı politikalardan vazgeçilmesi mümkün değildir. Bunların başında elbette ki ülke itibarlarının, ilişkilerinin, imajının korunması gelmektedir. Her ne kadar bir ülkenin itibarı onun ulusal ve uluslararası politika ve davranışlarıyla doğru orantılı olsa da bu doğrultuda hizmet veren kamu ve/veya özel kurum ve kuruluşlara da büyük sorumluluk düşmektedir. Bu kurumların en önemli kilit noktalarından biri de Başbakanlığa bağlı Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'dür.

4.2.1. T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü

Uluslararası toplumu etkilemenin ve yönlendirmenin bir aracı olarak resmi diplomasinin yanı sıra günümüzün yükselen değerlerinden olan "Kamu Diplomasisi" tek bir kurum tarafından yerine getirilemeyecek kadar büyük bir etkinlik alanını kapsamaktadır. Yeni dünya düzeninde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle uluslararası alanda ortaya çıkan fırsat ve tehditler diplomasi kurumları arasında daha yakın işbirliği ve hızlı karar alma süreçlerini mecbur kılmaktadır.

Bu itibarla, 30 Ocak 2010 tarihli 27478 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 2010/3 sayılı Başbakanlık Genelgesi ile bir "Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü" oluşturulmuştur. Genelgede kamu diplomasisi alanında yürütülecek çalışmalar ile stratejik iletişim ve tanıtım faaliyetleri konusunda kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum örgütleri arasında işbirliği ve koordinasyonu sağlamak amacıyla, Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün (KDK) oluşturulmasını uygun görüldüğü ifade edilmektedir.

Sözkonusu genelgede, özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile uluslararası alanda ortaya çıkan fırsatlar ve tehditlerin, kamu diplomasisi konusunda görevli kurumlar arasında daha etkin bir koordinasyonu, yakın işbirliğini ve hızlı karar alma süreçlerini zorunlu hale getirdiği belirtilmiştir.

Resmi web sitesinde; Türkiye'nin milli çıkarlarının, bölgesel etkinliğinin ve küresel sorumluluklarının vazgeçilmez bir unsuru olarak stratejik iletişim ve kamu diplomasisi alanlarında etkin ve başarılı olmasında, ülkemizin izlediği politikaların

hem meşruiyeti hem de etkinlik alanı açısından önem arz ettiği vurgulanarak; koordinatörlüğün amacının “gerek ülkemizin güçlü mirasını ve çağdaş tecrübesini gerekse son yıllarda bölgesel ve küresel siyasette artan etkisinden yola çıkarak, Türkiye’nin yeni hikayesini etkin bir şekilde anlatmak, farklı kesimlerle diyaloga geçmek ve çok-taraflı bir iletişim ekseninde faaliyet yürütmek” olduğuna dikkat çekilmektedir (<http://kdk.gov.tr/kurumsal/kurulus/>, 2013).

Türk dış politikasının ve yumuşak güç kapasitesinin en önemli araçlarından biri olarak Türkiye’nin uluslararası kamuoyunda görünürlüğünü ve etkinliğini arttırma hedefiyle başlatılan kamu diplomasisi faaliyetleri çerçevesinde KDK, Türkiye’nin doğru ve etkin bir şekilde tanınması ve bilinmesi için kamu kurumları ile sivil örgütlenmeler arasında koordinasyonu sağlamakla görevlidir.

Orta ve uzun vadeli sistematik çalışmalar eşliğinde, dünyanın farklı kesimleri nezdinde Türkiye’nin doğru bir şekilde tanıtımını yapmak; algı yönetiminde merkezi bir öneme sahip olan diplomasi, dış yardımlar, bilim ve teknoloji, ekonomi, yüksek öğretim, turizm, kültür, sanat ve medya gibi geniş bir alana yayılan kamu diplomasisi faaliyetleri ile Türkiye’nin yeni potansiyellerinin dünya kamuoyunda tanınmasını yürütmek, bu farklı faaliyet kalemlerinin koordinasyonunu sağlayarak Türkiye’nin stratejik iletişimine ve etkin tanıtımına katkıda bulunmak KDK’nın misyonunu oluşturmaktadır (<http://kdk.gov.tr/kurumsal/vizyon-misyon>, 2013).

Küreselleşmenin ve çok kutupluluğun etkisiyle karmaşıklaşan ve bir o kadar da zorlaşan uluslararası ilişkilerin ve yönetiminin kontrolü, farklı toplumlar nezdinde ülkemizin haklılığının kanıtlanması, bilgilendirilmesi, politikalarının anlatılması için kamu diplomasisi ve temelini oluşturan yumuşak güç, silahsız savaşta stratejik öneme sahiptir.

Bu gelişmelere istinaden Başbakan Recep Tayyip Erdoğan imzasıyla yayınlanan genelge ile çalışmalarına başlayan KDK’nın faaliyetlerini tüm kamu kurum ve kuruluşlarının, sahip oldukları personel, mali kaynaklar, yurt dışı teşkilatları ve teknik ve bilimsel kapasiteleriyle yardım verecekleri, ülkemizin kamu diplomasisi faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için hazırlanacak yıllık faaliyet planları çerçevesinde ilgili kurum bütçelerine ödenek konulacağı hükümetin bu konudaki kararlığının bir göstergesi olarak ifade edilebilir.

Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün resmi web sitesinden Türkiye'nin kamu diplomasisi konseptini ve pratiğini temellendiren ve farklı biçimlerde şekillendiren unsurları ve bu doğrultudaki Türk dış politikasının hedeflerini şöyle aktarmak mümkündür (<http://kdk.gov.tr/kurumsal/hedefler/9>, 2013) :

“Hikayenizi karşı tarafa doğru bir şekilde anlatabilmek” ilkesinden yola çıkan KDK'nın temel amacı; “Türkiye'nin uluslararası toplumda tanıtımını yapmak ve saygınlığını artırmak hedefi doğrultusunda kamu kurum ve kuruluşları ile bütün zenginlikleri ve tecrübeleriyle sivil toplum kuruluşları arasında koordinasyon ve işbirliğini sağlamaktır.”

“Küreselleşen dünyada zaman ve mekânı stratejik bir değer haline getirmeye çalışan Türkiye ve dış politikadan ekonomiye Türkiye'nin yeni aktörleri, kendilerini tarihin bir seyircisi değil aktörü olarak konumlandırmakta, küresel merkez/çevre ilişkilerinin değişmesini ve daha demokratik ve adil bir yapıya kavuşturulmasını talep etmektedir. Türkiye'de olduğu kadar bölgede ve küresel sistemde meydana gelen büyük kırılmaların da tetiklemesiyle Türkiye toplumunda ve dış politikasında yaşanan bu değişim sonucunda ülkemiz küresel sistemin önemli aktörlerinden biri haline gelmiştir. Türkiye'nin iç dinamiklerinden kaynaklanan bu değişim ve bunun dış politikaya yansımaları, Avrupa'dan Amerika'ya, Ortadoğu'dan Asya'ya kadar geniş bir coğrafyada ve uluslararası ilişkilerden siyaset bilimine ve kültür çalışmalarına kadar farklı zeminlerde yeni bir Türkiye tartışmasının doğmasına da neden olmaktadır. Türk modernleşmesinin bu son evresinde ortaya çıkan yeni dinamikler, Türkiye'nin Avrupa ve Amerika'yla olan geleneksel ilişkilerine de yeni boyutlar eklemektedir.”³⁹

Balkanlarda başlayıp Orta Asya'nın içlerine kadar uzanan Türkiye'nin ince güç potansiyeli, askeri yahut teknolojik üstünlükten ziyade, sahip olduğu tarih ve kültür derinliğinden kaynaklandığından Türkiye'nin sahip olduğu ince güç, hem biçimi hem de kapsamı itibarıyla diğer ülkelerden farklılıklar arz etmektedir. Türk demokrasisi ve Türk sivil toplum sektörünün canlı yapısı, yaşadığı coğrafyada temsil ettiği

³⁹ Ayrıntı için bakınız, <http://kdk.gov.tr/kurumsal/hedefler/9>,

değerler, tarihi birikim ve kültürel derinlikle bir tarafta bölge dinamiklerini harekete geçirmekte, öbür tarafta yeni etkileşim alanlarının doğmasına imkân sağlamaktadır.⁴⁰

Kamu diplomasisinin en önemli araçlarından birisi olan ‘ince güç’ün yanı sıra bir diğer önemli unsur da ulusal ve küresel politikaların belirlenmesinde giderek daha merkezi bir rol üstlenen kamuoyudur. İzlenen politikaların rasyonel, ikna edici ve savunulabilir olması gerektiğinin yanı sıra kamuoyunun desteğinin alınması günümüzün değişen toplumsal, siyasal yapısında büyük önem arz etmektedir. Öte yandan hem küreselleşen hem de yerelleşen dünyamızda benzerliklerin ve farklılıkların aynı anda tecrübe ediliyor olması, uluslararası ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyetlerini doğrudan etkilemektedir. Bu manada Türk kamu diplomasisi, hem küresel verileri hem de kendi hikâyesinin öngördüğü hususi özellikleri dikkate almak durumundadır. Türk kamu diplomasisi, Türkiye’nin yeni ‘hikâyesi’nin etkin ve kapsamlı bir şekilde dünya kamuoyuna anlatılması faaliyetidir. Bu faaliyetlerin muhtevasını belirleyen, Türkiye’nin tarihinden ve coğrafyasından tevarüs ettiği birikimdir. Türk dış politikasının derinlik kazanması, bu birikimi stratejik bir değer haline getirmesiyle doğrudan orantılıdır. Türkiye’nin tarihi birikimine dayanarak etkin bir dış politika izlemesi, yeni Türkiye tasavvurunun temel unsurlarından biridir.⁴¹

Yukarıda ifade edilen hususlar, Türkiye’nin kamu diplomasisi konseptini ve pratiğini temellendiren ve farklı biçimlerde şekillendiren unsurlardır. Türk dış politikasının ve kamu diplomasisinin başarısı, bu unsurları tutarlı ve etkin bir şekilde kullanabilmesine ve yeniden üretebilmesine bağlıdır. Bu programın hayata geçirilebilmesi için Türkiye’nin elinde devlet kurumlarından STK’lara, iş çevrelerinden sanatçılara, medya mensuplarından bilim adamlarına, aydınlardan akademisyenlere, insani yardım kuruluşlarından insan hakları örgütlerine kadar geniş bir aktörler manzumesi bulunmaktadır. Türkiye’nin yükselen bir güç olması, bütün bu aktörlerin bu tarihi sürece yapıcı katkı vermelerine bağlı olacaktır.⁴²

Türkiye yaşadığı coğrafya, binlerce yıllık köklü tarihi ve kültürü gereği güçlü kamu diplomasisi kaynaklarına sahiptir. Çoklu modernitenin yaşandığı dünyada

⁴⁰ Ayrıntı için bakınız, <http://kdk.gov.tr/kurumsal/hedefler/9>.

⁴¹ Ayrıntı için bakınız, <http://kdk.gov.tr/kurumsal/hedefler/9>.

⁴² Ayrıntı için bakınız, <http://kdk.gov.tr/kurumsal/hedefler/9>.

önemli aktörlerden biri haline gelmek isteyen Türkiye, var olan siyasi, ekonomik, kültürel potansiyelini gösterebilmek için diğer ülkelerin uluslararası davranışlarına paralel hareket etmesine imkan sağlayacak girişimlerde bulunmak zorundadır. Değişen dış politika kavramıyla Türkiye uluslararası platformda kendini iyi bir pozisyonda konumlandırmak mecburiyetindedir.

Yukarıda görüldüğü gibi değişen dünya dinamiklerine ayak uydurabilmek için Türkiye de yeni oluşumların ve yapılanmaların farkına varmış durumdadır. Ancak önemli olan bu oluşum ve yapılanmaların hayata geçirilmesi ve pratiğe indirgenmesidir. Türkiye'nin kamu diplomasisi konusunda koordinasyonun sağlanması, plan ve projelerin gerçekleştirilmesinde Cemalletin Haşimi koordinatörlüğünde KDK;medya çalışmaları birimi, siyasal iletişim birimi, kültürel çalışmalar birimi, kurumsal çalışmalar birimi, proje geliştirme birimi ve koordinatörlük dışında çeşitli kurum ve kuruluş işbirlikleri ile farklı uluslara Türkiye'nin tanıtımı faaliyetlerini yürütmektedir.

Resmi web sitesi dışında KDK'nın faaliyetlerini Türkçe, İngilizce, Arapça, Fransızca twitter hesaplarından, Youtube'tan ve Facebook'tan takip etmek mümkün. Ancak web sitesinden sadece Türkçe yayın yapılıyor olması uluslararası olması gereken bir kurum için önemli bir eksiklik olarak değerlendirilebilir.

4.2.2. Kamu Diplomasi Koordinatörlüğü'nün Türkiye'nin Tanıtımı Konusunda İşbirliği İçinde Olduğu Kurum ve Kuruluşlar

Resmi internet sitesinde yer alan KDK'nın gerçekleştirdiği faaliyetler dışında, Başbakanlığa bağlı bir kurum olarak Koordinatörlük, konuyla ilgili çalışmalar yürüten diğer kurum ve kuruluşlar arasında koordinasyonu sağlamakla yükümlüdür.

Farklı aktörlerin ortak çabaları ve çalışmalarıyla meydana gelen kamu diplomasisi faaliyetlerinde Türkiye Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü ile işbirliği halinde olan çeşitli devlet ve özel/sivil kurum ve kuruluşlar bulunmaktadır. KDK'nın sitesinde bir link veya bilgilendirme olmasa da gerçekleştirilen etkinliklere bakıldığında Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık, Dışişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, TRT, AA, Yunus Emre Enstitüsü, Türk Kültür ve Sanatları Ortak Yönetimi (TÜRKSOY) gibi kurumların yanı sıra Türk İşbirliği ve

Kalkınma İdaresi Başkanlığı (TİKA), Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA), Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi (TASAM) gibi kurum ve sivil toplum yapılanmalarıyla ortak çalışmalar yürüttüğü gözlenmektedir. KDK ile işbirliği içinde olan ve olması gereken bu kurum/kuruluşlar hakkında ve kamu diplomasisine yönelik çalışmalarına ilişkin çeşitli örneklerle kısaca aşağıdaki gibi bilgi aktarımında bulunulabilir:

T.C. Cumhurbaşkanlığı: Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı'nın siyasi ve idari sorumlulukları dışında kamu diplomasisi özellikle kültürel diplomasi kapsamında değerlendirilebilecek çeşitli projeler ve faaliyetler yer almaktadır. Örneğin; Anadolu Selçuklu Uygarlığı Albüm Projesi, Selçuklu Bölgesi Kültürel Temalı Gelişme ve Eylem Planı, Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası'nın korunmasına yönelik projelendirme ve uygulama çalışmaları, Cumhurbaşkanlığı Kültür ve Sanat Büyük Ödülleri Cumhurbaşkanlığı himayesinde yürütülmektedir. Ayrıca Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu, Cumhurbaşkanlığı Uluslararası Yelken Yarışları gibi spor etkinliklerinin yanı sıra "Uluslararası İpek Yolu Kongresi ve 10. Adam Konferansı: Ticaret, İşbirliği ve Barış Havzası'nı Yeniden Düşünmek Kongresi", "Boğaziçi Bölgesel Ortaklık Zirvesi", "Mimar Sinan'ı Anma Faaliyetleri" projesi, "Uluslararası İstanbul Opera Festivali", "Türk Dünyası Çocuk Şöleni", "Uluslararası Türk Dünyası Kültür Kongresi" gibi çalışmalar Cumhurbaşkanlığı himayesinde yürütülen diğer uluslararası kamu diplomasisi faaliyetlerine örnek olarak verilebilir. (<http://www.tccb.gov.tr/sayfa/faaliyetler>, 15 Eylül, 2013).

T.C. Başbakanlık: Bütün tanıtım faaliyetlerinin maliyetinin karşılanabilmesi amacıyla 1985 yılında kabul edilen bir kanunla Başbakanlık bünyesinde Tanıtma Fonu Kurulu oluşturulmuştur. Kurul'un başkanı, Başbakan tarafından görevlendirilen bir Başbakan Yardımcısı olup üyeleri ise; Dışişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM) ve Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) Genel Müdürlüğü'dür (<http://www.mfa.gov.tr/basbakanlik-tanitma-fonu-projeleri.tr.mfa>, 18 Eylül, 2013). Başbakanlık bünyesinde yer alan Tanıtma Fonu'nun amacı; ülkemizi yurtiçi ve yurtdışında çeşitli yönleriyle tanıtmakla görevli kuruluşların kaynaklarını artırmak, Türk kültür varlığının yayılmasını sağlamak, devlet arşiv hizmetlerini müessir hale getirmek, milletlerarası kamuoyunu memleketimizin menfaatleri istikametinde

yönlendirmeye çalışmaktır (<http://www.basbakanlik.gov.tr>, 15 Eylül, 2013). Bu fon etkili kullanıldığı takdirde Türk kamu diplomasisine oldukça destek olacak bir çalışmadır.

Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü: 1920 'de kurulan ve 231 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile görevleri düzenlenen Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün (BYEGM) temel amacı; uluslararası medyayı yakından izleyerek, karar alma süreçlerini zamanında ve doğru bilgilerle beslemek, basının gelişmesine, ülkemizin tanıtımına katkıda bulunmak ve bunlara ilişkin iletişim stratejilerini oluşturmaktır. BYEGM aynı zamanda Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün sekretarya hizmetlerini de yerine getirmektedir. BYEGM ve Dışişleri Bakanlığı Stratejik Araştırmalar Merkezi işbirliği ile 21-22 Aralık 2010 tarihlerinde Ankara'da gerçekleşen "Türk Dili Konuşan Ülkeler Medya Forumu" ile "Türk Dili Konuşan Ülkeler Medya Birliği"nin ve Türk Dili Konuşan Ülkeler ve Topluluklar Medya Platformu (Türk Medya Platformu)'nun kurulmasının kararlaştırılması Türkçe konuşan ülkeler arasında tarihi, kültürel, sosyal bağların güçlendirilmesi için önemli çalışmalardır. Bunların dışında 14 Nisan 2013 Pazar günü Paris'te Türk medyasının bir araya geldiği III. Avrupa Medya Buluşması, 09-10 Mayıs 2012 tarihlerinde Ankara'da gerçekleşen Türkiye-Afrika Medya Forumu, 30 Kasım-1 Aralık 2011 Türk-Arap Medya Forumu, 2010 Balkan Ülkeleri Medya Forumu gibi forumlar medya mensupları arasında sağlam ve karşılıklı olarak verimli ortaklıkların temelini oluşturmak adına önemli kamu diplomasisi çalışmalarıdır. Öte yandan BYEGM tarafından Türkiye'nin tarihi, siyasi, sosyal, ekonomik ve hukuki durumu, dış politikadaki temel ilkeleri ile çeşitli kurumları ve doğal güzelliklerinin ayrıntılarıyla yer aldığı, "Türkiye" tanıtım kitabı hazırlanmaktadır. Ülkemizin tanıtılması için başvuru niteliğinde olan "Türkiye" kitabı, 2001 yılında Almanya'da "Avrupa ülkeleri tanıtım kitapları arasında en mükemmeli" seçilmiştir. (<http://www.byegm.gov.tr>, 15 Eylül, 2013).

Dışişleri Bakanlığı: Değişen dünya koşullarına cevap verebilmek, değişen konu ve sorunları yönetebilmek için çok yönlü politikalar izlenmesi günümüz dış işleri bakanlıklarının sorumluluk alanını da genişletmektedir. Buna paralel olarak Türk Dışişleri Bakanlığı da sadece devlet yöneticileri boyutunda diplomasi değil kamu

diplomasi alanında da önemli çalışmalar yürütmektedir. Resmi internet sitesinde yer alan etkinlik ve çalışmalardan bir kısmı kısaca aşağıdaki gibidir (<http://www.mfa.gov.tr/sub.tr.mfa>, 18 Eylül, 2013)

“Tanıtım, özellikle kültürel tanıtım, dış politikanın ayrılmaz bir parçasıdır ve dış politikanın önceliklerini izlemesi gerekir” ilkesinden hareketle Dışişleri Bakanlığı, ülkemizin tanıtımının güncel gereksinimlerini daha iyi karşılayabilmek için, Türkiye’de tanıtma faaliyetinde bulunan başta Kültür ve Turizm Bakanlığı olmak üzere, tüm kurum ve kuruluşlar, sivil toplum örgütleri, özel sektör ve akademik çevrelerle işbirliği içinde çalışmaktadır.

Kültür ve sanatın evrensel dilinden yararlanılması ve gerçekleştirilen etkinliklerin akıllarda iz bırakması anlayışıyla hareket eden Bakanlık, çeşitli ülkelerde geniş kitlelere hitap eden, siyasi ve kültürel alanlarda çok sayıda tanıtım faaliyetinin gerçekleştirilmesinde işbirliği yapmaktadır. Bunlar arasında, ülkemizin tanıtımına yönelik olarak sergiler, Türkiye haftaları, Türkiye Yılı, festivaller düzenlenmesine katkıda bulunmak, mevcut festivallere/kültürel etkinliklere katılmak, yurtdışında Türk dış politikası ile ilgili konferanslar gerçekleştirmek, ülkemizi tanıtıcı belgesel filmler ile yayınlar hazırlamak gibi faaliyetler yer almaktadır.

Dışişleri Bakanlığı aracılığıyla ülkemiz yurtdışında çeşitli etkinliklerde temsil edilmektedir. Bunlardan bazıları merkezi Paris’te bulunan Uluslararası Sergiler Bürosu (Bureau International des Expositions-BIE) tarafından düzenlenen Dünya Sergileri, Uluslararası Sergiler ve Botanik Sergileri (EXPO)’dir. Ülkemiz, 5 Ekim 2004’de BIE’ye üye olmakla birlikte, 1851’den bu yana düzenlenen 63 Dünya Sergisi’nden, Osmanlı İmparatorluğu döneminde 17’sine, Cumhuriyet döneminde ise 16’sına katılmıştır.

Ülkeler arasındaki dostane ilişkileri geliştirmek, kültürel değişimi teşvik etmek ve karşılıklı anlayışı ilerletmek amacıyla 2012 yılı Türkiye’de “Çin Kültür Yılı” ve 2013 yılı Çin’de “Türk Kültür Yılı” olarak ilan edilmiştir. Türkiye-Hollanda diplomatik ilişkilerinin tesisinin 400. Yıldönümü sebebiyle 2012 yılı boyunca her iki ülkede çeşitli alanlarda çok sayıda etkinlik düzenlenmiştir. Türk ve Japon Dışişleri Bakanları’nın almış oldukları karar çerçevesinde, 2003 yılı "Japonya'da Türkiye Yılı" olarak ilan edilmiştir. Türkiye ile Fransa arasında imzalanan Niyet Mektubu ile 2009 yılı, Fransa'da "Türkiye Mevsimi" ilan edilmiştir. 1 Temmuz 2009-31 Mart 2010

tarahleri arasında gerçekleştirilen "Fransa'da Türkiye Mevsimi (Saison de la Turquie en France)" erevesinde, 600 civarında kültürel, sosyal, siyasi, ekonomik ve bilimsel etkinlik düzenlenmiştir. 2007 yılı Türkiye'de "Rus Kültür Yılı", 2008 yılı da Rusya'da "Türk Kültür Yılı" olarak ilan edilmiştir. Tüm bu kültür yılları kapsamında karşılıklı olarak yüzlerce sergi, konser, gösteri, festival, şenlik vb kültür-sanat etkinliği gerçekleştirilmiştir.

Bakanlık tarafından yurtdişındaki tanınmış niversitelerde Türkiye kürsülerinin kurulmasına ayrıca önem verilmektedir. Bu kapsamda, London School of Economics (LSE) Avrupa Enstitüsü bünyesinde kurulan "Chair in Contemporary Turkish Studies (ağdaş Türk alışmaları Kürsüsü)" nemli bir çalışmadır.

Türkiye ile mensup olduğu devlet arasında dostça ilişkilerin geliştirilmesini ve milletlerin birbirlerine yakınlaşmalarını sağlayan, ülkelerin devlet başkanlarına, başbakanlarına, bakanlarına ve dış temsilciliklerine, Türkiye'nin uluslararası alanda tanıtılması ve yüceltilmesini sağlayan yabancı kişilere verilmesi ngrlen Dışışleri Bakanlığı stn Hizmet dl ile Devlet Nişan ve Madalyaları da kamu diplomasisi köprüsü kurulmasında prestijli çalışmalardır.

Ayrıca 2009 yılında 8 ülke ile Kültürel Değişim Programı, Kültür işbirliği Anlaşması ve Bilimsel işbirliği Anlaşması imzalanmıştır. Bakanlığa bağlı olarak Almanya (Berlin, Frankfurt), İran (Tahran), Irak (Bağdat), İsrail (Kudüs), Kuveyt (başkent Kuveyt), Suriye (şam, Halep), Türkmenistan (Aşkabat), Ürdün (Amman), Türk Kültür Merkezleri faaliyet göstermektedir.

Verilen Hükümet Bursları da yabancı ğrencilere Türkiye'de eğitim imkanı sunmaktadır. Hükümet tarafından 2011-2012 eğitim-ğretim yılı için 125 ülke ve bazı uluslararası kuruluşlar emrine; Lisans 824, Yüksek Lisans 271, Doktora 190, Araştırma 102 ve Türk Dili Yaz Kursu 542 adet olmak üzere toplam 1929 burs öngörülmüştür

Yurtdişında düzenlenen "Türkiye: 7000 Yıllık Tarih", "İstanbul: şehir ve Sultan", "Bizans'tan İstanbul'a: İki Kıtanın Limanı", "Babil'in tesi: M.Ö. İkinci Binyılda Sanat ve Diplomasi" gibi çok sayıdatarihi eser sergilerinin yanı sıra, "Turkey Now" Türk Kültür ve Sanat Festivali, Frankfurt Kitap Fuarı'nda Konuk lke Türkiye Projesi, Jenadriye Festivali, Memphis Festivali, Festival Culturescapes, Extra Europa Festivali, 23. Uluslararası Cenevre Kitap ve Basın Fuarı, Duisburg Aksanı Festivali,

53. Venedik Bienali Türkiye Pavyonu, “La Merc ” Festivali gibi birçok kültür-sanat etkinliklerine katılım sağlanarak Türkiye’nin tanıtımı ve kamu diplomasisi köprüsü kurulması konusunda önemli adımlar atılmıştır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı: K t phanecilikten sinemaya, m zecilikten tiyatro, opera gibi sanat kurumlarına, kültür varlıklarımızın korunmasından iadeleri ve tanıtımına, yurt dışı tanıtımdan turizm planlamasına, yurt içinde ve yurt dışında yeni hizmet birimlerinin kurulmasına, ülkemizin yurt dışında tanıtımını etkili bir şekilde sağlayan sinema projelerine, festival ve diğer kültürel etkinliklere destekler sağlanmasına kadar geniş bir yelpazede faaliyet göstermektedir. Bakanlık desteğiyle katılım sağlanan turizm fuarları, film haftaları ve uluslararası kitap fuarları, opera ve bale festivalleri ülkemiz kültür hayatının yurt dışında tanıtımına önemli katkılar sağlamaktadır. Kültür Bakanlığı’nın kültürel diplomasiye ivme kazandıran çalışmalarından bazıları aşağıdaki gibidir (<http://www.kultur.gov.tr>, 18 Eylül 2013):

UNESCO dünya mirası listesi ve somut olmayan miras listesine alınan değerlerimiz, ( stanbul’un Tarihi Alanları, Xanthos-Letoon, Pamukkale-Hierapolis, Truva Antik Kenti, Nemrut Dağı gibi) uluslararası düzeyde tanıtıma önemli katkı sağlamaktadır.

Bakanlık kapsamında ve/veya desteğinde yurtdışında “Gifts of the Sultan: The Art of Giving at the Islamic Courts” Katar’da, “Türkiye’nin Uygarlıkları” Güney Kore’de, “Troya, Homeros ve Türkiye” Hollanda’da, “Turkey Meets Finland” Finlandiya’da, “Roma Türk Film Festivali” İtalya’da “9. Paris Türk Filmleri Festivali” Fransa’da, “Uluslararası Seyahat ve Turizm Fuarı (MITT)”, “S. Petersburg CIS Uluslararası Seyahat ve Turizm Fuarı” Rusya’da, “Boston Türk Film ve Müzik Festivali” ABD, “7. Bişkek Uluslararası Caz Festivali” Kırgızistan’da olmak üzere yüzlerce sergi, fuar, konser, kültür günleri vs. desteklenmiş, düzenlenmiş veya etkinliklere katılım sağlanmıştış.

Türk kültür, sanat ve edebiyatının klasik ve  ağdaş eserlerinin ilgili ülkelerin tanınmış yayınevlerince Türkçe dışındaki dillere çevrilmesi, o dilin konuşulduğu ülke veya ülkelerde yayınlanması, tanıtılması ve pazarlanması esasına dayalı özünde bir “ eviri ve yayım” destek projesi olan TEDA ile Türkçe kitapların yurtdışında başka dillerle yayınlanması ile Türk kültür, sanat ve edebiyatının dışa açılımı sağlanmaktadır. Buna paralel olarak 2012 yılında Abu Dhabi, Paris, Bologna,

Londra, Tahran, Pekin, Liber, Moskova ve Frankfurt kitap fuarlarına katılım sağlanmıştır.

Sinema Genel Müdürlüğü 2005 yılından bu yana 261 uzun metraj filme 59.281.000.-TL. destek vermiştir. Ulusal sinemamızı yurt dışı temsilciliklerimiz aracılığı ile tanıtmak, ortak çalışmalar için bir ilham kaynağı oluşturmak, yurt içi ve yurt dışından gelen konuklarımıza bir “Türk Film Seçkisi” armağan etmek düşüncesiyle; Türk Sinemasının akıllarda yer eden, eski ve yeni 10 filminden oluşan “DVD Seti” hazırlanmıştır.

Bakanlık olarak Kentsel Ölçekte Markalaşma stratejisi doğrultusunda zengin kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin markalaştırılarak, turistler için bir çekim noktası haline getirilmesi kararı kapsamında kültür turizmi potansiyeli yüksek olan Adıyaman, Amasya, Bursa, Edirne, Gaziantep, Hatay, Konya, Kütahya, Manisa, Nevşehir, Kars, Mardin, Sivas, Şanlıurfa ve Trabzon illerinin “Kültür Turizmi Marka Kentleri” olarak geliştirilmesi konusunda çalışmalar yürütülmektedir.

Bakanlık ayrıca “5. Fethiye Uluslararası Çocuk Festivali”, “XIII. Uluslararası Bodrum Dans Festivali”, “Orient Klasik Otomobil Rallisi”, “Türkiye Kazakistan Kültür İlişkileri: Geçmişten Geleceğe”, “Dünya Sanat Olimpiyatları-Uluslararası İzmir Konferansı gibi birçok uluslararası etkinliğe destek vermektedir. Bakanlık bunların yanı sıra Türkiye’nin tanıtımı konusunda birçok ülkenin yazılı basın, görsel basın, açık hava, internet gibi mecralarında yayınlanmak üzere tanıtım filmi ve reklamlar hazırlatmaktadır. Kamu ve özellikle kültürel diplomasi faaliyetleri çerçevesinde ele alabileceğimiz AB-Türkiye Kültürlerarası Diyalog Projesi de önemli bir çalışmadır.

Yunus Emre Enstitüsü: Kültürel diplomasi konusunda anahtar denebilecek faaliyetler yürüten Enstitü, Yunus Emre Vakfına bağlı olarak, kanunun amaçlarını gerçekleştirmek üzere eğitim ve öğretim faaliyetleri ile bilimsel araştırma ve uygulamaları yürütmektedir. Enstitü, Türk kültürünün, tarihinin, dilinin ve edebiyatının daha iyi tanıtılması ve öğretilmesi amacıyla araştırmalar yapmak, farklı kurumlarla işbirliği yaparak bilimsel çalışmaları desteklemek ve ortaya çıkan sonuçları çeşitli yayınlar vasıtasıyla kamuoyuna duyurmak amacına yönelik faaliyetler yürütmektedir.

Yunus Emre Enstitüsü yurt dışında çeşitli ülkelerde açtığı Yunus Emre Türk Kültür Merkezleri ile Türkiye'nin, Türk dilinin, kültürünün, sanatının ve tarihinin tanıtılması adına çalışmalar yapmaktadır. Yunus Emre Türk Kültür Merkezlerinde bilimsel projeler, kültürel etkinlikler ve kurslar aracılığıyla bir taraftan Türkiye'nin tanıtımına katkı sağlanırken, diğer taraftan Türkiye ile diğer ülkeler arasında dostlukların pekiştirilmesi ve kültürler arası ilişkilerin arttırılması amaçlanmaktadır (<http://yee.org.tr/turkiye/tr/anasayfa>, 18 Eylül, 2013).

Enstitü'nün etkinlikleri arasında Türkçe eğitim programlarının yanı sıra gerçekleştirdiği Evliya Çelebi Yılı etkinlikleri, Osmanlı Arşivleri Sergisi, Balkanlar'da Kültürel Mirasın Yeniden İnşası Projesi, Balkanlar'da Geleneksel Türk El Sanatlarının İhyası Projesi, Dünyanın farklı ülkelerinde, özellikle üniversitelerinde Türkoloji Bölümleri olan, Yunus Emre Türk Kültür Merkezleri veya Türkiye Araştırmaları Merkezlerinin bulunduğu yerlere “Türkiye Kütüphaneleri” adı altında kütüphaneler kurulması gibi, tiyatro oyunları, konserler, fuarlara katılım, forum, sempozyum, panel gibi faaliyetler de gerçekleştirilmek ve katılım sağlanmaktadır. Arnavutluk, Belçika, Bosna-Hersek, Gürcistan, İngiltere, İran, Japonya, Kazakistan, KKTC, Kosova, Lübnan, Macaristan, Polonya, Romanya, Makedonya, Mısır, Ürdün gibi ülkelerde toplam 52 Kültür Merkezi'ne sahip Enstitü Türkiye'nin dil ve kültür elçisi olarak kültürel diplomasi görevini yerine getirmektedir.

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT): TRT bugün 15 televizyon kanalı, 15 radyo kanalı, trt.net.tr ve trt.world.com üzerinden 35 dil ve lehçede yayın, teleteks yayını ve “Vizyon”, “TRT Çocuk” ve “TRT Haber DD” dergileriyle Türkiye'ye ve dünyaya yayın yapmaktadır. 1990'da yayına başlayan TRT-INT Avrupa, Kuzey Afrika ve Avustralya'da yaşayan vatandaşlarımıza seslenirken, TRT-AVRASYA'da Kafkasya ve Orta Asya'ya yönelik programlar yer aldığı almaktadır. 2009'da Balkanlar'dan Orta Asya'ya, Ortadoğu'dan Kafkaslara 27 ülke ve 13 muhtar cumhuriyette hitap eden olan TRT Avaz kanalı ile de TRT uluslararası yayınlarını artırmıştır. (<http://www.trt.net.tr/Kurumsal/Tarihce.aspx>, 18 Eylül, 2013).

2009'da yayına başlayan TRT Belgesel Kanalı Türkiye'yi; İngilizce, Almanca, Fransızca, Rusça ve Türkçe ile beş farklı dilde dünyaya tanıtmaktadır. TRT, Avrupa ve dünyanın önde gelen haber kanallarından Euronews ile işbirliğine imza atarak Euronews'in büyük ortakları arasına girdi ve Euronews haber kanalı Ocak 2010'da 9.

dil olarak Türkçe yayına başladı. 2010’da, Arapça yayın yapan TRT – “ETTÜRKİYYE” Kanalı, Arap ülkelerinde en çok seyredilen kanal olmayı hedefleyerek Nisan 2010 tarihinde yayına başladı. TRT yurt dışı yayınlarıyla Devletin her alanda tanıtılmasına, yurt dışında bulunan Türk vatandaşlarının Türkiye ile ilişkilerinin sürdürülmesine yardımcı olma amacındadır.

Türkiye’nin Sesi Radyosu adıyla ayrıca hergün Almanca, Arapça, Arnavutça, Azerbaycan Türkçesi, Boşnakça, Bulgarca, Çince, Farsça, Fransızca, İngilizce, Macarca, Makedonca, Romence, Rusça, Sırpça, Hırvatça, Urduca, Yunanca, Gürcüce, Tatarca, Kazakça, Kırgızca, Özbekçe ve Türkmençe olmak üzere günde 36,5 saat yayın yapılmaktadır.

TRT Kurumunun gerçekleştirdiği uluslararası en önemli tanıtım faaliyetlerinden biri ilki 23 Nisan 1979’da başlatılan ve hiç ara vermeden her yıl düzenlenen “TRT Uluslararası 23 Nisan Çocuk Şenliği” dir. TRT tarafından Eylül 2013’te dördüncüsü düzenlenen “Uluslararası Türkçe Sözlü Müzik Festivali (Türkçevizyon)” ile de Türkçe konuşan ülkelerin kaynaştırılması hedeflenmektedir. Medyanın uluslararası yayıncılık boyutu gerek haber, gerekse diğer programlar aracılığıyla ülkelerin birbirlerini tanımaları, algılarının değişimi konusunda önemli rol oynamaktadır.

Anadolu Ajansı (AA): AA son dönem politikalarıyla yurt içini aşp haberlerini artık uluslararası boyuta taşımaya karar vermiştir. Bugün AA Türkiye, Ortadoğu, Balkanlar, Kuzey Afrika, Orta Asya ve dünyanın diğer bölgelerindeki 30’dan fazla ülkede 5 farklı dilde yayın yapan, dünyanın en büyük 10. uluslararası haber Ajansı arasına girmiştir (<http://www.aa.com.tr/tr>, 19 Eylül, 2013). Yabancı dillerde farklı coğrafyalardan yayınların yapılması, yabancı medya mensuplarının karşılıklı görüşmeler gerçekleştirmesi kamu diplomasisinin doğru işlemesine, ülkeler hakkında daha doğru haberler yapılmasına yardımcı olmaktadır.

Türk Kültür ve Sanatları Ortak Yönetimi (TÜRKSOY): Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan ve Türkiye Kültür Bakanları tarafından 1993’te imzalanan bir anlaşmayla kurulan TÜRKSOY’un amacı Türk kökenli ve Türk Dili konuşan Türk devletleri ve halklarının birbirlerini daha iyi anlamalarını sağlamak ve Türk Dili konuşan devlet ve halklarının kültür ve sanatının korunması, yeniden canlandırılması ve gelişmesi yönünde faaliyette bulunmaktır (<http://www.turksoy.org.tr>, 19 Eylül 2013).

Türk dili konuşan ülkeler arasında kültür açısından dayanışmayı geliştirmek ve bu kültür zenginliklerini dünyaya duyurmak görevini üstlenen TÜRKSOY'un kültürel diplomasi faaliyetleri arasında TÜRKSOY Nevruz Festivalleri, Ressamlar Buluşması, Fotoğrafçılar Buluşması, Türk Dünyası Kültür Başkenti, Opera Günleri, Bilimsel toplantılar, forumlar, paneller bulunmaktadır.

Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı (TİKA): Türkiye'nin önemli dış politika aracı kurumlarından birisi de TİKA'dır. Kurulduğu 1990'lardaki amacı SSCB'den ayrılan Türk Cumhuriyetlerinin kendi sosyal yapısını üretmesi, kendi kimliğini sağlıklı bir şekilde inşa etmesi, kültürel ve siyasi hakların gelişmesi, teknik alt yapı konusunda eksiklerin giderilmesi konusunda destek sağlamak olan TİKA bugün, eğitim, sağlık, su ve su hijyeni, altyapıların iyileştirilmesi, sosyal, kültürel, ekonomik, turizm, ormancılık, teknoloji, kalkınma vb konularında hizmet verip, işbirlikleri kurarak faaliyet göstermektedir. TİKA, 30 işbirliği ortağı ülkede 33 program koordinasyon ofisi ile çalışmalarını devam ettirmekte; yaklaşık 100 ülkede proje ve faaliyetler gerçekleştirmektedir. (<http://www.tika.gov.tr>, 19 Eylül, 2013).

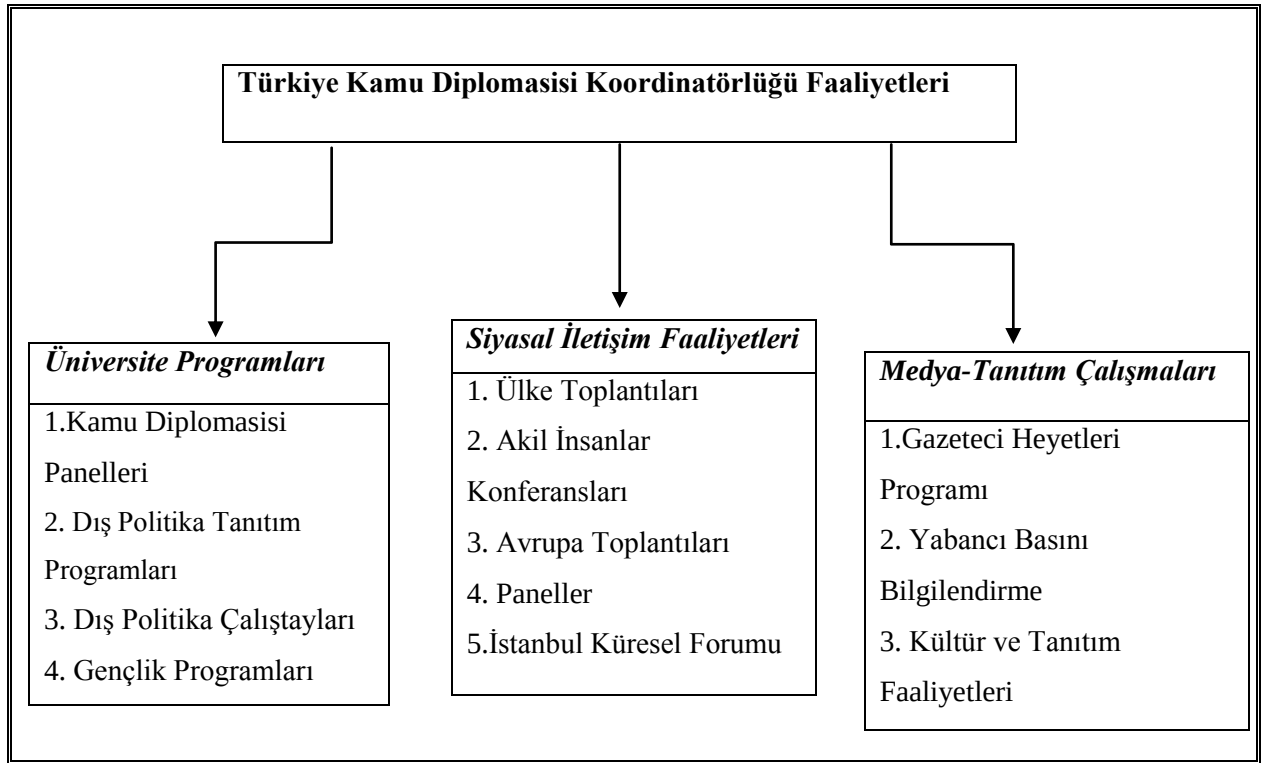
1995 yılından sonra faaliyetlerini yoğunlaştıran TİKA, özellikle kültürel ve eğitim işbirliği kapsamında Orta Asya ve Kafkaslar'da okullar ve kültür merkezleri açmıştır. 1999'da Türk dili eğitiminin yaygınlaştırılması amacıyla Türkoloji projesi başlatılmış, 18 ülkedeki 30 üniversitede Türk dili ve kültürü merkezi açılmasını sağlamıştır. Ayrıca yurtdışında bulunan kültür miraslarımızın korunması, Türk dilinin yaygınlaştırılması ve Türk kültürünün tanıtılması amacıyla yılda 3500 öğrenciye eğitim verilmektedir. TİKA, BM ve OECD gibi önemli uluslararası kuruluşlar ile işbirliği de yapmaktadır. Bu bağlamda BM Kalkınma Programı (UNDP), BM Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) ve BM Sınai Kalkınma Teşkilatı (UNIDO) ile ortak projeler sürdürmektedir (<http://www.bilgesam.org/tr>, 19 Eylül 2013). Kamu diplomasisi anlamında TİKA'nın tüm projeleri Türkiye'nin dünyaya açılması, tanınması, olumlu bir imaj kazanması ve Türk lobisi oluşturulması açısından önemlidir.

Yukarıda sayılan bu kurum ve kuruluşlar Türkiye'nin kamu diplomasisinde etkin olan belli başlı resmi yapılar olarak ele alınmıştır. Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık, Dışişleri Bakanlığı, Kültür Bakanlığı kamu diplomasisinin devlet ayağındaki karar ve uygulama mercilerini oluştururken, TRT, AA, BYGEM medya desteğini, Yunus

Emre Enstitüsü ve TÜRKSOY kültürel, sosyal altyapısını, TİKA yardım ve kalkınma tarafını oluşturmaktadır. Kamu diplomasisi gerek devlet gerekse sivil yapılar tarafından ortaklaşa yürütülmesi gereken karmaşık ve çok katmanlı bir süreçtir. Bu alandaki başarı bu yapıların belli politikalar çerçevesinde birbirini destekler nitelikte işler yapmasına bağlıdır.

4.2.3. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü’nün Faaliyetleri

Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü’nün faaliyetleri (Şekil 13) “Üniversite Programları”, “Siyasal İletişim Faaliyetleri” ve “Medya Tanıtım Çalışmaları” olmak üzere üç ana başlık altında toplanmaktadır. Bu faaliyetlerin hepsi kültürel diplomasi bağlamında analiz çalışması yapılmadan önce aşağıdaki gibi kısaca açıklanacaktır (<http://kdk.gov.tr/faaliyetler/25>, 24 Temmuz, 2013):



Şekil 13: T.C. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü faaliyetleri ana başlıkları

4.2.3.1. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Faaliyetleri Kapsamında Üniversite Programları

KDK’nın resmi web sitesinde yer alan faaliyetlerden ilkinin Üniversite Programları oluşturmaktadır. Üniversite Programları başlığı altında ise; Kamu Diplomasisi Panelleri, Dış Politika Tanıtım Programları, Dış Politika Çalıştayları ve

Gençlik Programları şeklinde dört alt başlık bulunmaktadır. Üniversite Programlarını oluşturan alt başlıklar kısaca aşağıdaki gibi açıklanmaktadır (<http://www.kdk.gov.tr/faaliyetler/25>, 30 Temmuz 2013):

Kamu Diplomasisi Panelleri:"Kamu Diplomasisi Panelleri" geniş kitlelerin, özellikle de üniversite öğrencileri ve akademisyenlerin kamu diplomasisi ve Türk dış politikası hakkında bilgilendirilmesi, katkı ve görüşlerinin alınması amacıyla hayata geçirilen bir programdır. Her ay Türkiye'nin farklı bir şehrinde, bir üniversite ile işbirliği içinde, uzman ve üst düzey bürokratların katılımıyla bir günlük paneller düzenlenmektedir. İlki, 27 Ekim 2011 tarihinde Gaziantep'te olmak üzere bugüne kadar Kayseri, Kırıkkale, Çankırı, Bursa ve Kahramanmaraş'ta illerinde gerçekleştirilmiştir. Bu panellerin gerçekleştiği üniversiteler ve konu başlıkları aşağıdaki gibi (Tablo 15) tablolastırılmıştır:

Kamu Diplomasisi Panelleri	Faaliyetin Adı	Faaliyetin Ana Konusu
	Gaziantep Paneli	Türk Dış Politikasının Yeni İmkanları ve Kamu Diplomasisi
	Kayseri Paneli	Türk Dış Politikası ve Bölgesel Gelişmeler
	Kırıkkale Paneli	Türkiye'nin Yeni Uluslararası Konumu ve Kamu Diplomasisinin Önemi
	Çankırı Paneli	Türkiye'nin Gelecek Vizyonu ve Kamu Diplomasisi
	Bursa Paneli	Bölgesel gelişmeler ışığında Türk dış politikası ve kamu diplomasisi
	Kahramanmaraş Paneli	Bölgesel gelişmeler ışığında Türk dış politikası ve kamu diplomasisi
	Bursa Uludağ Üniversitesi Paneli	Arap Uyanışı çerçevesinde Orta Doğu'da yaşanan son gelişmeler

Tablo 15: Kamu Diplomasisi Panelleri ve konu başlıkları

Dış Politika Tanıtım Programları: Dış Politika Tanıtım Programları, dış politika ve ilgili alanlarda eğitim gören lisans, yüksek lisans, doktora düzeyinde öğrenciler ile akademisyen ve uzmanları, dış politikamıza yön veren kurum ve karar alıcıları bir araya getirmeyi; farklı kesimler arasında bir ilişki ağı kurmayı ve bir diyalog zemini inşa etmeyi amaçlamaktadır.

İlgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği içinde düzenlenen paneller ve tanıtım programları sayesinde; kısa ve orta vadede Türk dış politikasının gündemine ve kurumsal işleyişine vakıf, gelişmeleri doğru değerlendirebilecek uzmanların yetişmesine katkı sağlanması öngörülmektedir. Bugüne kadar Kahramanmaraş

Üniversitesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Giresun Üniversitesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Van 100. Yıl Üniversitesi öğrencileri konuk oldukları Ankara’da, dış politikaya katkı sağlayan kurumları ve düşünce kuruluşlarını ziyaret ederek faaliyetleri hakkında bilgi almışlardır.

Dış Politika Çalıştayları: Dış Politika Çalıştayları’nda Türk dış politikasının dayandığı ilkeler, mekanizmalar, bölgesel ve küresel ölçekte inisiyatifler; akademik yayınlarda, müzakere masalarında ve medyada değişik yönleriyle tartışılmaktadır. Dış Politika Çalıştayını doktora öğrencilerini, dış politikanın farklı alanlarında çalışan akademisyenler ve dış politika yapıcılarıyla bir araya getirmeyi amaçlamaktadır. Doktora öğrencileriyle Türk dış politikasının masaya yatırıldığı Dış Politika Çalıştayını serisinin ilki 23-24 Aralık 2011 tarihlerinde Konya’da, ikincisi ise 7-10 Haziran 2012 tarihinde Mardin’de düzenlenmiştir.

Gençlik Programları: Gençlik Programları ile öncelikle; 18-30 yaş arası, eğitilmiş ve gelecek vadeden yabancı öğrencilerin, Türkiye ile kendi ülkeleri arasındaki ilişkiler hakkında görüş sahibi olmaları amaçlanmaktadır. Her programda farklı bir ülkeden davet edilen toplam 35 kişilik heyetler, bir hafta boyunca İstanbul’da ve Ankara’da misafir edilmektedir. Katılımcılarda çeşitlilik sağlanmasına dikkat edilmekte; farklı meslek ve gruplardan, siyasî eğilimlerden ve din mensuplarından konuklar davet edilmektedir. Program ile, Türkiye’nin dünyada ve bölgesinde oynadığı etkin role ilişkin farkındalığın tesis edilmesi, dünyanın farklı bölgelerindeki gelişmelerin tartışılmasına vesile olunması ve ortak bir sosyal-kültürel- siyasî gündemin oluşturulması hedeflenmektedir. Program çerçevesinde genç konukların, ülkemizin farklı kurumlarını ziyaret ederek faaliyetleri hakkında doğrudan bilgi almaları, tarihî ve turistik mekanları görerek ülkemiz hakkında derinlikli bilgiye sahip olmaları öngörülmektedir. Şu ana kadar Tunuslu, Libyalı, Mısırlı, Filistinli, Batı Afrikalı ve Yemenli gençler İstanbul ve Ankara’da uzman, akademisyen, bürokrat ve siyasetçilerle görüşerek, çeşitli kurumları ziyaret ederek görüş alışverişinde bulunmuşlardır.

Koordinatörlük ve Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı (YTB) ve İlmi Etüdler Merkezi (İLEM) ile 24-31 Ağustos 2013 tarihleri arasında İstanbul’da ortaklaşa düzenlenen “21. Yüzyılda İslam Dünyasının Dönüşümü” isimli uluslararası

yaz okulu programına ise 24 ülkeden 45 öğrenci, alanında uzman akademisyenler ve bürokratlar katılmışlardır. Bangladeş, Endonezya, Etiyopya, Filipinler, Filistin, Gürcistan, Hindistan, İran, Jamaika, Kamerun, Kazakistan, Malezya, Mısır, Pakistan, Sri Lanka, Tacikistan, Yemen, Yunanistan, Avusturalya, Macaristan, Fransa, Almanya, Amerika Birleşik Devletleri ve Türkiye’den katılan yüksek lisans ve doktora öğrencileri bir hafta boyunca İslam dünyasının karşılaştığı değişim sürecini tartışmışlardır. Gerçekleşen sunumlarda değişim olgusu, bunun İslam dünyasında meydana getirdiği etki ele alınmış ve son zamanlarda İslam ülkelerinde meydana gelen yapısal değişimlerin hangi yöne evrileceğine dair değerlendirmelerde bulunulmuştur.

4.2.3.2. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Faaliyetleri Kapsamında Siyasal İletişim Faaliyetleri

KDK’nın ikinci ana faaliyet başlığı Siyasal İletişim Faaliyetleri altında gerçekleşmektedir. Bu çerçevede düzenlenen faaliyetler; Ülke Toplantıları, Akil İnsanlar Konferansları, Avrupa Toplantıları, Paneller ve İstanbul Küresel Forumuşeklinde beş alt başlık altında toplanmaktadır. Bu faaliyetlere ilişkin açıklamalar aşağıdaki gibidir (<http://www.kdk.gov.tr/faaliyetler/25>, 30 Temmuz 2013):

Ülke Toplantıları: Ülke Toplantıları, son yıllarda sayıları ve etkinlikleri artmaya başlayan araştırmacılar ve uzmanlar ile bunların birlikte çalıştıkları düşünce kuruluşlarıyla iletişim kurulmasını hedefleyen bir programdır. Programın amacı, yurtdışında Türkiye konusunda çalışan araştırmacılar ve uzmanları, Türkiye’den araştırmacı ve uzmanlarla bir araya getirmektir. Ülke Programlarında toplantılar, yurtdışında gerçekleştirilmekte ve ziyaret edilen ülkenin önde gelen düşünce kuruluşlarıyla birlikte organize edilmektedir. Program çerçevesinde ülkeler arasındaki ilişkiler, araştırmacıların ve uzmanların gözüyle, bölgesel ve küresel düzeyde masaya yatırılmakta ve farklı kesimlerin görüş alışverişiyle ilişkilerin daha ileri bir düzeye getirilmesinin yolları aranmaktadır. Düzenli aralıklarla gerçekleştirilen Ülke Programları ayrıca, araştırmacıların, akademisyenlerin, gazetecilerin ve siyasisilerin ilgili ülkedeki farklı kesimlerle temaslarının sağlanması

açısından da bir zemin oluşturmaktadır. Bugüne kadar Ülke Toplantılarının gerçekleştirildiği ülkeler ve konu başlıkları Tablo 16’da görüldüğü gibidir.

Ülke Toplantıları	Faaliyetin Adı	Faaliyetin Ana Konusu
	İngiltere Programı -1	İlişkiler Dünyasında Türkiye’nin Rolü
	Yunanistan Programı	Türk-Yunan İlişkileri: Bugünkü Durum ve Gelecek Perspektifi
	Japonya Programı	Türk Dış Politikasının Yeni Dinamikleri
	Amerika Programı -1	ABD-İslam Dünyası Forumu
	Amerika Programı-2	İkinci Türkiye Konferansı
	Mısır Programı -1	Türkiye’de son yıllarda yaşanan siyasi gelişmelerin ve demokratik dönüşümü
	Ürdün Programı -1	Türkiye’nin Arap Dünyasına ilişkin Dış Politikası ve Palmer Raporu
	Mısır Programı-2	Güncel Demokratik ve Siyasi Dönüşümler Üzerine Türk-Mısır Çalıştayı"
	Mısır Programı-3	Demokratikleşme ve Türkiye ile Mısır’daki Hukuki-Anayasal Değişiklikler: Karşılaştırmalar ve Dersler
	Malezya Programı	İslam Dünyasında Liderlik ve Sosyal Değişim: Beklentiler ve Zorluklar
	Bosna-Hersek Programı	1990 Yılından Sonra Balkanlar’daki Değişim
	İngiltere Programı-2	Türkiye AB, Türkiye-İngiltere ilişkileri ve Ortadoğu, Türkiye'nin çok yönlü dış politikaları
	Ürdün Programı-2	‘Geçmişten Geleceğe Türk-Arap İlişkileri Çalıştayı’,
	Fransa Programı -1	Türkiye'nin ekonomik, politik, siyasi gelişimi ve AB üyeliği
	Yemen Programı	Türkiye-Yemen: Demokratik Geçiş ve Ekonomik Deneyim
	Almanya Programı	Türkiye'nin dinlere bakış açısı, Türkiye'nin 2023 vizyonu ve AB ile ilişkiler
	Kuveyt Programı	Arap ülkeleri ve Türkiye/ Kuveyt ve Türkiye ilişkileri, işbirliği çalışmaları/ Türkiye'nin ve Kuveyt'in gelişimleri
	Fransa Programı-2	TRT ve AA'nın uluslararası çalışmaları/ Türkiye AB ve Türkiye-Fransa ilişkileri
	Mısır Programı-4	Türkiye-Mısır:Demokratikleşme ve Kalkınma Tecrübeleri ve İlişkileri
	Moritanya Programı	Türkiye'nin çoklu dış politikası, yeni vizyonu, Türkiye ve Moritanya ilişkileri
	Tunus Programı	Daha İyi Bir Gelecek, Tunus-Türkiye Perspektifleri”
	Fas Programı	‘Akdeniz’in İki Ucu Arasında Köprü: Türkiye-Fas İlişkileri’
	Nijer Programı	Türkiye-Nijer ilişkileri ile ‘Yeni Türkiye, Yeni Afrika’ vizyonu

Tablo 16: Ülke Toplantıları ve konu başlıkları

Akil İnsanlar Konferansları: Akil İnsanlar Konferans Serisi, dünyada yaşanan gelişmelerin, ortaya çıkan sorunların ve çözüm yollarının, uluslararası kamuoyunu meşgul eden meselelerin yetkili ve uzman kişiler tarafından masaya yatırılmasını hedefleyen bir programdır. Programın amacı, dünyanın karşı karşıya bulunduğu sorunlara, uluslararası alanda tartışılan meselelere, küresel ve bölgesel düzeyde

yaşanan gelişmelere, Türkiye perspektifini de katarak, nasıl bir yaklaşım geliştirilebileceği konusunda bir zemin arayışı sağlanmasıdır. Sahasında yetkin, uluslararası kamuoyunda saygınlığı bulunan, bilgi ve tecrübesiyle tebarüz etmiş uluslararası şahsiyetlerin, devlet ve siyaset adamlarının, entelektüellerin, gazetecilerin ve uzmanların ülkemizde ağırlanmasını hedefleyen program, bölgesel ve küresel sorunlara siyasi, kültürel ve ekonomik açılardan yaklaşmakta ve gerek üniversitelerimiz gerekse düşünce kuruluşlarımız ile işbirliği çerçevesinde yürütülmektedir. Akil İnsanlar Konferans Serisi'nde katılan konuklar ve konuları aşağıdaki (Tablo 17) gibi tablolastırılmıştır:

Akil İnsanlar Konferansları	Faaliyetin Konuğu	Faaliyetin Ana Konusu
	Seyyid Hüseyin Nasr & Harvey Cox	Din, Modernite ve Gelecek
	George Friedman	Türkiye ve Amerikan Dış Politikası'nda denge sorunu
	Şevket Aziz	21. Yüzyılda Jeopolitik Yapı; Küresel Problemler ve Fırsatlar
	Roger Cohen	Batı Basınında Ortadoğu Algısı
	Hans Blix	Nükleer Silahsızlanma ve Nükleer Güç: Olasılıklar, Beklentiler
	Jeremy Greenstock	Ortadoğu Politikaları: Barışın Dinamikleri ve Gelecek Vizyonu
	David Burrell	İslam-Batı İlişkileri ve İslamofobia
	Fehmi Hüveydi	Türk Dış Politikasının Arap Dünyasındaki Algısı
	Martti Ahtisaari	Medeniyet Konsepti ve Uluslararası Siyaset
	Seyyid Hüseyin Nasr	Bilgi, Medeniyet ve Üniversite
	Jack Straw&Joschka Fischer	21.Yüzyılda Küresel Düzeni Yeniden Düşünmek
	Arap Baharı Çalıştayı	Diktatörlükten Demokrasiye Geçiş
	Günter Verheugen	Arap Baharı Ertesi Türk Dış Politikası ve AB
	Abdülbari Atvan	Köklü Değişimin Eşiğindeki Ortadoğu
	Fawaz Gerges	Türkiye, İran ve Arap Dünyası Çerçevesinde Obama ve Yeni Ortadoğu
	Wadah Khanfar	Medya, Arap Uyanışı ve Orta Doğu Politikaları
	Todd Lewis	Dinler Tarihi Çalışmalarında Batılı Ön Yargıları Aşmak - Budizm Örneği
	Wadah Khanfar	Küresel Siyasette Filistinli Olmak
	Tevekkül Karman	Sosyal Dönüşümde Kadının Rolü
	Ali Mazrui	Küresel Siyasette Adalet Arayışı ve Türkiye-Afrika İşbirliği

Tablo 17: Akil İnsanlar Konferanslarına katılan konuklar ve konu başlıkları

Avrupa Toplantıları: Avrupa Toplantıları ile Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü “Avrupa nedir?” sorusuna; Avrupa’nın “kıyısı”nda olmayan, bizzat Avrupa’da olan, ama Avrupa’dan da fazla şeyler vaat eden bir yerden, İstanbul’dan bir cevap aramayı amaçlamaktadır. Ayda iki kez gerçekleştirilmesi planlanan "Bir Fikir Olarak Avrupa"

başlıklı toplantılarda, Avrupa ile ilgili çalışmalar yürüten düşünür ve akademisyenler konuk edilmektedir. Bu programla, çok merkezli bir dünyada "Avrupa fikri" felsefi, kültürel, sanatsal ve etnik anlamlarıyla masaya yatırılmakta ve "Avrupa kendini dünyaya göre nasıl konumlandırıyor?", "Avrupalı kimliği nedir, böyle bir kimlik var mıdır, tanımlanabilir mi?", "Avrupa'nın 21. yüzyıl vizyonu nedir?" gibi sorulara yanıt aranmaktadır. Bugüne kadar Avrupa Toplantılarında aşağıdaki (Tablo 18) konuk ve konulara yer verilmiştir.

Avrupa Toplantıları	Faaliyetin Konuğu	Faaliyetin Ana Konusu
	Gil Anidjar	Avrupa Meselesi Üzerine
	Susan-Buck Morss	Demokrasi: Tamamlanmamış Bir Proje
	Ian Almond	Avrupa'yı Yapıbozumu Yöntemiyle Çözümlemenin Beş Yolu
	Nilüfer Göle	Decentring Europe, Recentring Islam
	Abdolvahab El-Efendi	Sekülerizm, Bilim ve Demokrasi
	Maha Azzam	İslamofobi, Zenofobi ve Avrupa Kimliği

Tablo 18: Avrupa Toplantıları konuk ve konuları

Paneller: Dış politika gündeminin seyrine ve önceliklerine göre; alanında uzman akademisyenler, gazeteciler ve kanaat önderlerinin katılımıyla gerçekleştirilen toplantılardır. Panel konuları dünyadaki ve bölgemizdeki farklı gelişmelere göre belirlenmekte; Türkiye'nin bu gelişmelerdeki yeri ve etkisi; uluslararası çatışma ve anlaşmazlıklar, işbirliği zeminleri; ekonomi, çevre, enerji, sağlık, kültür-sanat, vb. konuların küresel siyasete etkisi gibi çok çeşitli konular ele alınmaktadır. Paneller, konuşmacı ve panel konusuna göre farklı üniversitelerde veya düşünce kuruluşlarında düzenlenmektedir.

Bu panellerde Waleed Hazbun, ABD'nin Orta Doğu'ya bakışını değerlendirirken, TOBB-ETÜ Üniversitesi, ev sahipliğinde "Türkiye-Afrika İlişkileri: Ortak Kader, Ortak Gelecek" başlıklı konferansında Türkiye Afrika ilişkileri siyasi, ekonomik ve kültürel boyutlarıyla masaya yatırıldı. Ayrıca TEPAV, Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü ve Basın-Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü" ev sahipliğinde düzenlenen "Bosna-Hersek ve Suriye Örneklerinde Uluslararası Toplumun Duruşunu Anlamak" başlıklı toplantıya konuşmacı olarak Suriye, Bosna-Hersek ve Slovenya'da yaşananların tanığı gazeteciler katılarak görüşlerini aktarmışlardır.

İstanbul Küresel Forumu: Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü ile Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA) işbirliğinde 13-14 Ekim 2012 tarihlerinde düzenlenen İstanbul Küresel Forumu; dünyanın dört bir yanından gelen siyasi liderleri, akademisyenleri, iş dünyasından yöneticileri, kanaat önderlerini, STK liderlerini, sanatçıları, yazarları ve medya mensuplarını bir araya getirmektedir. Forumda 200’e yakın konuşmacı, 24 ayrı oturumda “Adalet” kavramını tüm boyutlarıyla sunmuşlardır.

Bölgesel ve küresel meseleleri tartışmak üzere dünyanın her bölgesinden siyasi liderler, iş dünyası yöneticileri, akademisyenler, entelektüeller, STK liderleri, yöneticileri ve medya temsilcilerini bir araya getiren İstanbul Küresel Forumu (IWF), 5-6 Ekim 2013 tarihleri arasında ise “Mısır” özel gündemiyle İstanbul’da toplanmıştır.

4.2.3.3. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Faaliyetleri Kapsamında Medya-Tanıtım Çalışmaları

KDK’nın resmi web sitesinde yer alan faaliyetler çerçevesinde üçüncü ana başlık ise Medya-Tanıtım Çalışmalarıdır. Bu ana başlık altındaki diğer alt başlıklar ise Gazeteci Heyetleri Programı, Yabancı Basını Bilgilendirme ve Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri’nden oluşmaktadır (<http://www.kdk.gov.tr/faaliyetler/25>, 30 Temmuz 2013):

Gazeteci Heyetleri Programı: Gazeteci Heyetleri Programı, ülkemize duyulan ilgi ve merakı karşılamak üzere, yabancı basın mensuplarının ülkemize davet edilmesi için hazırlanan bir programdır. Programın amacı, ülke kamuoylarının Türkiye hakkında doğrudan bilgi edinmesini sağlamaktır. Program çerçevesinde, ülkelerinde kamuoyu nezdinde ağırlığı olan basın kuruluşlarından Türkiye’ye ilgi duyan yayın yönetmenleri, dış haberler editörleri ya da köşe yazarlarından bir grup gazeteci, ülkemize davet edilmektedir. Yaklaşık bir haftalık bu davetlerde, Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık ve Dışişleri Bakanlığından yetkili isimlerle buluşmaları sağlanmakta ve ülkemizin uluslararası alandaki pozisyonu ve vizyonu ilk elden kendilerine sunulmaktadır. Ayrıca ülkemizin önde gelen düşünce kuruluşları, basın kuruluşları ve gazetecileri ile toplantılar düzenlenmekte ve böylece ülkemizdeki gündem hakkında bilgilenmeleri sağlamaktadır. Türkiye’nin farklı

konulardaki politikalarının anlatımını, güncel gelişmelerin değerlendirilmesini ve soru-cevap faslını içeren toplantılar, ayda bir defa olmak üzere İstanbul'da yapılmaktadır. Bugüne kadar programda Suriyeli, İranlı, Lübnanlı, İspanyol, Amerikalı, Türkmen ve Arap gazeteciler ağırlanmıştır.

Yabancı Basını Bilgilendirme: Bu program (Tablo 19) Türkiye'de mukim bulunan yabancı basın temsilcileri ile karar alma mekanizmalarında bulunan ve Türkiye'yi farklı şekillerde temsil eden isimlerin düzenli aralıklarla bir araya getirilmesini kapsamaktadır. Türkiye'nin farklı konulardaki politikalarının anlatımını, güncel gelişmelerin değerlendirilmesini ve soru-cevap faslını içeren toplantılar, ayda bir defa olmak üzere İstanbul'da yapılmaktadır. Bu program tamamen yabancı basına yönelik olup, Türkiye ile ilgili gelişmelerde hem yurtiçinde hem de yurtdışında Türkiye'yi takip eden yabancı basın mensuplarının bilgilendirilmesini kapsamaktadır. Bu programa katılan bakanlar ve konu başlıkları aşağıdaki gibi (Tablo 19) tablolastırılmıştır:

Yabancı Basını Bilgilendirme	Faaliyete Katılan Bakan	Faaliyetin Ana Konusu
	Ali Babacan	Ekonomi Gündemi
	Bülent Arınç	Kamu Diplomasisi ve Türkiye
	Sadullah Ergin	Anayasa ve Referandum Tartışmaları
	Ömer Çelik	Referandum Sonrası Türkiye'de Siyasi Gelişmeler
	Taner Yıldız	Enerji Politikaları
	Egemen Bağış	AB 13. İlerleme Raporu
	Faruk Çelik	Demokratikleşme Politikaları
	Bülent Arınç	Türkiye'de Basın Özgürlüğü
	Ali Babacan	Seçim Kampanyaları ve Güncel Gelişmeler
	Nabi Avcı	12 Haziran Seçim Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Tablo 19: Yabancı Basını Bilgilendirme toplantılarına katılan bakanlar ve konu başlıkları

Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri: Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün sitesinde yer alan bilgiye göre bu faaliyetlerin düzenli olarak değil, bir defaya mahsus gerçekleştirildiği veya destek verildiği faaliyetler olduğu belirtilmektedir. Bu projeler medya, sanat, kültür, siyaset, eğitim gibi çok çeşitli alanlarda gerçekleştirilmektedir. Şu ana kadar gerçekleştirilen kültür-sanat faaliyeti olarak I-List Turkey Programı, Kardeş Eli Belgeseli, Türkiye'nin Dostları Belgeseli ve Suriye Halkına Destek Konseri yer almaktadır.

I-List Turkey Programı'nda; CNN'in dünya genelinde en çok izlenen programlarından "i-List", 2010 Aralık ayındaki yayını Türkiye'ye ayırmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve KDK destekleriyle gerçekleştirilen program, CNN INTERNATIONAL ve CNN US'de aynı anda yayınlanmıştır.. Türkiye'nin ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda ilgi çekici yönlerinin anlatıldığı "i-List Turkey" bir ay boyunca milyonlarca izleyiciye ulaşarak Türkiye'nin tanıtımına büyük katkı yapmıştır.

Kardeş Eli Belgeseli ise; TRT Haber'de 13 bölüm olarak yayınlanan 'Orhun'dan Üsküp'e Kardeş Eli' Belgeseli iki sezon boyunca Beyrut'tan Bosna'ya, Üsküp'ten Taşkent'e, onlarca ülkede Türkiye'nin desteğiyle ortak mirasın farklı projeler üzerinden nasıl canlandığını anlatılmaktadır.

Türkiye'nin Dostları Belgeseli Türkiye'de eğitim gören yabancı uyruklu öğrencileri ekrana taşımaktadır. Ülkemizde eğitim-öğretim gören binlerce yabancı uyruklu öğrenciyi kapsayan veçekimleri üç kıtadan 13 ülkede yapılan ve 13 bölümden oluşan program TRT Belgesel kanalında yayınlanmaktadır. KDK desteğiyle Balkanlar, Avrupa, Ortadoğu, Orta Asya, Uzakdoğu ve Afrika ülkelerinde çekimleri gerçekleştirilen programda birbirinden ilginç hayat hikâyeleri film tadında ekranlara geliyor. Resmi kayıtlara göre 26012 yabancı uyruklu öğrenci Türkiye'de okumayı tercih etti. Bunlardan 12335 öğrenci Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinden olup, kalan 13677 öğrenci diğer ülkelerin (İran, Yunanistan, Bulgaristan, Arnavutluk, Irak, Suriye, Afganistan) öğrencileridir.

Suriye Halkına Destek Konseri programında; Bosna'da yaşanan dehşeti dünya kamuoyuna duyuran Saraybosnalı müzisyenler bu kez de İstanbul'da Suriye halkı için Cemal Reşit Rey İstanbul Senfoni Orkestrası ile birlikte konser verdi. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın himayesinde, KDK destekleriyle düzenlenen konserin tüm sponsorluk gelirleri, Suriyeli mültecilere bağışlanmıştır.

Somali'de TİKA'nın gerçekleştirdiği kalkınma ve yardım projelerini anlatan Belgesel internet üzerinden yayın yaparken, bir diğer belgesel de yine TİKA tarafından Karadağ'daki Nizam Camii'nin onarımını ve hizmete açılığını konu almaktadır.

4.3. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Faaliyetlerinin Değerlendirmeye Alınacağı Kuramsal Çerçeve ve Araştırmanın Paradigması

Kamu diplomasisi kavramı yeni olmamakla birlikte birçok ülkenin önemini kısa zaman önce çözdüğü bir kavramdır. Esasını “yumuşak güç”ten alan kamu diplomasisi, devletten-devlete olan uluslararası ilişki boyutunu devletten-halka, halktan-halka boyutuna taşıyarak, toplumlar arası ortak bir anlayış, fikir alışverişi, bilgi paylaşımı, karşılıklı diyalog, müzakere ve işbirliği ortamı yaratılarak uzun soluklu ilişkilerin kurulması, karşılıklı olarak zihinlerin ve kalplerin kazanılması amacıyla gerçekleştirilen tüm faaliyet ve çalışmaları kapsamaktadır. Hedef grupların (ulusların) algılarını etkileyerek onların zihinlerinde hizmet edilen ülke, kurum, yer, kişi vb. hakkında olumlu bir izlenim bırakma, ikna etme, saygınlığını yönetme, tanıtıma amacı güden halkla ilişkilerle kamu diplomasisi arasında birçok ortak nokta olduğu aşîkardır.

‘Yumuşak güç’ kavramından ilk kez 1990’da yayınlanan “Bound to Lead” kitabında bahseden Joseph Nye’a göre kamu diplomasisinin temeli olan yumuşak güç üç ana kaynağa dayanmaktadır: *siyasi değerler, dış politika ve kültür*. Nye gibi birçok araştırmacı ve uzman, farklı ülke toplumlarının gerçek anlamda duygu ve zihinlerinin etkilenmesinde kültürel kaynakların kullanılmasının daha etkin olduğu görüşündedirler.

Bu çalışmada kamu diplomasisi kavramı açıklanırken ve diğer alanlarla ilişkilendirilirken siyasi değerler, dış politika, diplomatik ilişkiler açıklanmış, inceleme alanı olan kültür ayrıca ele alınmıştır. Kültür ve kültür ürünlerinden oluşan kültürel diplomasi; fikir alışverişi, bilgi, sanat ve kültürün diğer öğeleriyle uluslar ve halklar arasında karşılıklı anlayışı teşvik etmek amacıyla yapılan tüm girişimlerdir. Bir ülkenin insan, kültür ve politikalarına ilişkin olumlu bir görünüm sergilemek, uluslar arasındaki işbirliğini artırmak, hedef ulusun politik değişimlerine yardımcı olmak kültürel diplomasiinin amaçları arasındadır. Kültürel diplomasiyi destekleyen kültürel ilişkiler kısmen devlet destekli olsa da çoğu kez hükümet müdahalesi olmadan karşılıklı ticaret ve turist ziyaretleri, öğrenci akışı, iletişim, kitap çevirileri, göçler, medya erişimi, farklı uluslardan evlilikler gibi doğal yollarla gelişme imkanı bulmaktadır. Kültürel diplomasi bir ülkenin kültürünün her yönüyle kullanılmasıyla

hedefine ulaşabilir. Kültürel diplomasi; film, dans, müzik, resim, heykel, vb dahil olmak üzere tüm sanat ürünleri, sergiler, fuarlar, üniversite ve dil eğitim programları, bilimsel-sanatsal- eğitim değişim programları, yurt dışında kurulacak kütüphaneler, popüler ve ulusal edebi eserlerin çevirileri, haber ve kültürel program yayınları, kalkınma yardım projeleri, fikirlere saygı, dinler arası diyalog, fikir ve sosyal politikaların tanıtım gibi çok sayıda faaliyeti içermektedir.

İkinci Bölümde ayrıntılı olarak işlendiği üzere Deibel ve Roberts (1976) katı ve esnek kamu diplomasi yaklaşımlarında, katı yaklaşımı ikna ve propaganda kullanarak dış kamuların davranışlarını etkilemek olarak ifade ederlerken, esnek yaklaşımı uzun dönemli dış politika amaçlarına ulaşmak üzere uygulanan bilgi ve kültürel programlar olarak ifade ederek, kültür ve kültürel iletişimi kamu diplomasisinin önemli iki kolundan biri olduğunun altını çizmektedirler.

Deibel ve Roberts (1976) gibi kamu diplomasisini iki yönden ele alan Signitzer ve Coombs (1992)'a göre de, dış işleri bakanlıkları ve büyükelçiliklerin yürüttüğü faaliyetler siyasal enformasyon kolunu oluştururken, kültürel iletişim kamu diplomasisinin diğer kolunu oluşturmaktadır. Signitzer ve Coombs, kamu diplomasisi ve halkla ilişkilerin bütünleşmesine özellikle kültürel iletişim bağlamında yaklaşmaktadırlar

Mitchell (1986) ise, Deibel ve Roberts'ın (1976) kültürel iletişim altındaki kültürel diplomasi ve kültürel ilişkilerinin amaçları ve fonksiyonlarını ayrı değerlendirmektedir. Kültürel diplomasiyi devletlerin kontrolünde olup, genelde devlete bağlı kurum ya da kuruluşların gerçekleştirdiğini, kültürel ilişkilerde amacın tek taraflı bir amaç sağlamak yerine, ortak çıkarlar doğrultusunda uluslar, toplumlar arası anlayış ve işbirliği sağlamaya yönelik çalışmalar yürütmek olduğunu belirtmektedir.

Mitchell, Signitzer ve Coombs, Deibel ve Roberts'in kültürel diplomasi ve kültürel ilişkiler, kültürel iletişim olarak bahsettikleri kamu diplomasisinin ikinci kolu bu tez kapsamında genel olarak kültürel diplomasi faaliyetleri adı altında değerlendirilecektir.

Cull (2008), kamu diplomasisi uygulama modellerini; dinleme, savunma, kültürel diplomasi, değişim programları ve uluslararası yayıncılık şeklinde 5 temel başlık altında toplarken; Peisert (1978)'in kültürel iletişim çalışmalarından yola

çıkarak oluşturduğu hedefler matrisine göre birinci hedef kültürün yurtdışına tek yönlü transferidir, ikinci hedef kendini tanımlama, diğerleri ise değiş-tokuş, işbirliği ve enformasyon (imaj reklamı)dur.

Zaharna (2009) gerek enformasyon ve ilişkisel kamu diplomasisi modelinde gerekse uluslararası halkla ilişkilerdeki “farkındalık” yaklaşımında kültürün kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler çalışmalarındaki fonksiyonlarını ortaya koymaktadır. Zaharna, farkındalığı kültürlerarası ilişkilere uyarlarken; bireysel kültür, bütün kültürleri kapsayan genel kültür/etkileşim ve kültürlerarası etkileşim kuramları çatısı altında irdelemektedir. Zaharna ilişkisel kamu diplomasisi modelinde kültürel ve eğitimsel değişim programları, kalkınma yardım projeleri, lider ziyaretleri, kültür ve dil enstitüleri, politik olmayan ağ toplulukları, kardeş şehir/ülke projelerinin yanı sıra; enformasyon modelinde ikna, denetleme, ulus markalama, medya ilişkileri, uluslararası yayıncılık ve bilgilendirme kampanyalarını önermektedir.

Diebels ve Roberts’in (1976) katı (enformasyonel)ve esnek (kültürel iletişim) yaklaşımları Signitzer ve Coombs’da (1992) siyasal enformasyon ve kültürel iletişim, Zaharna’da (2009) enformasyonel ve ilişkisel yaklaşımlar şeklinde kendini göstermektedir. Bu yazarlar ve daha önceki bir çok yazar kültürel iletişim ve kültürel diplomasiyi farklı uluslar arasında ortak paydaların yaratılabilmesi ve kamu diplomasisinin sürekliliği için temel unsur olarak ele almaktadır. Görüldüğü üzere birçok yazar tarafından kültür, günümüz dünyasında farklı uluslara, farklı ulus ve ülkelerin tanıtılması, onların zihinlerinde saygın ve olumlu bir algı yaratılması, kalplerin kazanılması için etkin ve etkili bir unsur olarak kabul edilmektedir.

Signitzer ve Coombs (1992)’un uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisini kültürel iletişimde bütünleştirmesi, bu tezde ayrıntılı olarak incelenen her iki konunun ortak bir paydada buluşmasına neden olmaktadır. Bu sebeptendir ki uluslararası halkla ilişkiler perspektifinden ele alınan kamu diplomasisi ve kamu diplomasisinin temel ayaklarından birisi olan *kültürel diplomasi* bu çalışmanın *ana paradigmasını* oluşturmaktadır.

Yukarıda ifade edilen modellerden yola çıkarak başta Deibel ve Roberts (1976), Zaharna(2009), Signitzer ve Coombs (1992)ve Cull (2008)’ın yaklaşımları temel alınarak karma bir model ortaya konarak ve bu karma model doğrultusunda

“nasıl çok yönlü bir kültürel diplomasi uygulaması yapılabilir?” sorusunun cevabı aranacaktır.

Kamu Diplomasi Koordinatörlüğü’nün faaliyetleri, değerlendirme aşamasında *siyasal enformasyon ve kültürel iletişim* olarak iki yaklaşım çerçevesinde ele alınacaktır. Bu çalışmada daha önce Deibel ve Roberts’ta (1976), Signitzer ve Coombs’ta (1992) ve Zaharna’da (2008) “kültürel ilişkiler”, “kültürel iletişim”, “ilişkisel yaklaşım” başlıkları altında değerlendirilen kamu diplomasisinin kültür ayağı bu çalışmada “*kültürel diplomasi*” adı altında toplanarak, bu kavram çerçevesinde ele alınıp değerlendirilecektir.

Araştırmanın çözümleme kategorileri oluşturulurken de bu karma modelden ve uygulama alanlarından yola çıkılacaktır. Siyasal enformasyon ve kültürel diplomasi şeklinde iki sınıflandırma dahilinde değerlendirebileceğimiz tüm faaliyetleri yukarıda belirtilen modellerden yararlanarak aşağıdaki gibi toplamak mümkündür:

Kamu Diplomasisi Faaliyetleri	
<i>Siyasal Enformasyon</i>	<i>Kültürel Diplomasi</i>
▪ İkna programları ▪ Propaganda faaliyetleri ▪ Ulus markalama ▪ Tanıtım toplantıları ▪ Bilgilendirme programları ▪ Hükümet faaliyetleri bilgilendirmesi ▪ Dışişleri bakanlıkları faaliyetleri ▪ Büyükelçilik faaliyetleri ▪ Fikir ve sosyal politikaların tanıtımı ▪ Uluslararası yayıncılık ▪ Medya ilişkileri ve faaliyetleri ▪ Lider ziyaretleri	▪ Eğitim değişim programları ▪ Bilimsel değişim programları ▪ Sanatsal değişim programları ▪ Kültürel değişim programları ▪ Sosyo-kültürel ziyaretler/davetler ▪ Kültür enstitüleri ▪ Dil enstitüleri ▪ Dil eğitim programları ▪ Kardeş şehir/ülke anlaşmaları ▪ Kalkınma ve yardım programları ▪ Kültürel işbirlikleri ▪ Kültürel anlaşmalar ▪ Uluslararası akademik/bilimsel projeler ▪ Politika dışı ağ toplulukları oluşturma ▪ İmaj reklamları ▪ Tanıtım reklamları ▪ Sanat etkinlikleri ve ürünleri (müzik, resim, dans, sergiler vb.) ▪ Edebiyat (kitap çevirileri)

	▪ Fuarlar ▪ Yurtdışında kütüphaneler ▪ Dinler arası diyalog ▪ Medya-Uluslararası yayıncılık ▪ Spor ▪ Turizm

Tablo 20: Kamu Diplomasisi Faaliyetleri: Deibel ve Roberts, Signitzer ve Coombs, Cull, Zaharna ve Peisert’in modellerinden derlenmiştir.

Yukarıdaki (Tablo 20) tabloda sınıflandırılarak sunulan kamu diplomasisi faaliyetlerinin gerek kamu diplomasisi, gerek uluslararası halkla ilişkiler modellerine temel teşkil edip, kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler uygulamalarını temsil ettiği düşünüldüğünde tüm bu çalışmaların hizmet edilen ülke veya kurum adına doğru ve etkin kullanılıp değerlendirilmesi büyük önem taşımaktadır.

4.4. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışma 1990’lar sonrası hızla değişen dünya düzeninde boyutu genişleyen, kapsamı farklılaşan, uluslararası ve toplumlararası ilişkiler evreninden hareket etmektedir. Devlet ve devlete ait çeşitli organların kısmen tekelinden çıkan uluslararası ilişkiler, sivil toplumun, sivil örgütlerin ve çoklu aktörlerin rol aldığı geniş ve karmaşık bir platform haline dönüşmüştür. Bu gelişmeler uluslararası halkla ilişkiler, kamu diplomasisi ve kamu diplomasisinin önemli üç ayağından biri olan kültürel diplomasiyi farklı uluslar arasında bir yakınlaşma, kaynaştırma köprüsü olarak kullanmayı zorunlu kılmaktadır.

Bu görüşler doğrultusunda bu çalışmanın amacı uluslararası halkla ilişkiler perspektifinden kamu diplomasisini değerlendirerek, Türkiye Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü’nün çalışmalarını kültürel diplomasi bağlamında ele almaktır. Bu çalışma ile Koordinatörlüğün Türkiye’nin tanıtımında kullandığı araç ve yöntemlerin irdelenmesi, bunlar arasında kültürel diplomasi boyutunun, sıklığının ölçülmesi hedeflenmektedir.

Çalışmada bu temel amacı gerçekleştirebilmek için şu sorulara yanıt aranmaktadır:

1. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü (KDK) kültürel kodları kamu diplomasi faaliyetlerinde ne kadar kullanıyor?

2. Kültürel diplomasi faaliyetlerinin kamu diplomasisi faaliyetlerinin toplamına yansımaları nedir?
3. KDK kültürel diplomasiyi etkin dış politika yaratmak ve farklı toplumları etkileyerek, Türkiye’yi tanıtmakta ne ölçüde kullanmaktadır?
4. Türkiye kamu diplomasisi vizyonu ile kültürü nasıl ve ne kadar bağdaştırmaktadır?

Kültürel kodlar toplumların ekonomik, siyasi, toplumsal davranışlarını da şekillendirir. Günümüz dünyasında barış zamanlarında uluslararası alanda söz sahibi, güçlü bir ülke konumunda olmak sadece askeri ve ekonomik anlamda güçlü olmak anlamına gelmemektedir. Farklı toplumların etkilenmesi ve cezbedilmesi aynı zamanda kültürel öğelerin bu toplumlara doğru şekilde aktarılması ve benimsenmesi ile mümkün olabilmektedir. Farklı toplumlar arasında bir bağ oluşturulması, işbirliği yaratılması ve kalıcı dostluklar kurulmasında kültürün etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Buradan yola çıkarak bu araştırma kapsamında kamu diplomasisi faaliyeti olarak değerlendirebileceğimiz faaliyetlerin kültürel boyutunun ne olduğu, bu alana ne kadar yer verildiği, ne ölçüde kullanıldığı, hangi kültürel kodların kullanıldığı çözümlenerek bu faaliyetlerin analizi yapılacaktır. Bu analiz sonuçlarına göre Türk kamu diplomasisi faaliyetlerinin eksik yönleri ortaya konularak, Türkiye’nin olumlu algısı ve imajı konusunda artı hangi çalışmalara ağırlık verilmesinin tespit edilmesi önem arz etmektedir.

4.4.1. Araştırmanın Hipotezleri

- Kamu diplomasisi faaliyetleri ağırlıklı olarak siyasal enformasyon odaklı yürütülmektedir.
- Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü faaliyetleri çerçevesinde kültürel diplomasisine gereken önem verilmemektedir.
- Etkin kamu diplomasi için siyasal enformasyon ve kültürel diplomasiğin entegrasyonu gereklidir.

4.4.2. Araştırmanın Sınırlılığı

Araştırmanın sınırlılığı Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü’nün kurulduğu tarih olan Ocak 2010 ila Aralık 2013 tarihleri arasında gerçekleşen faaliyetlerin değerlendirilmesi olarak belirlenmiştir.

4.5. Araştırmanın Metodolojisi

Bu çalışma genel olarak bir durum analizi olup, niteliksel ve niceliksel içerik analizi ile KDK'nın faaliyetleri incelenmektedir.

4.5.1. Araştırmanın Örneklemi

Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetleri konusunda söz sahibi olan kurum Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'dür. Ocak 2010 tarihli ve 27478 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 2010/3 sayılı Başbakanlık Genelgesi ile oluşturulan Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, kamu diplomasisi alanında yürütülecek çalışmalar ile stratejik iletişim ve tanıtım faaliyetleri konusunda kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum örgütleri arasında işbirliği ve koordinasyonu sağlamadan sorumludur. Koordinatörlük ayrıca Türkiye'nin uluslararası kamuoyunda görünürlüğünü ve etkinliğini arttırması, doğru ve etkin bir şekilde tanınması ve bilinmesi için kamu kurumları ile sivil örgütlenmeler arasında koordinasyonu kurarak, kamu diplomasisi faaliyetleri aracılığıyla Türkiye'nin yeni potansiyellerinin dünya kamuoyunda tanınmasını sağlama görevini üstlenmiştir.

Bu çalışmanın evrenini Türkiye Cumhuriyeti hükümetinin uluslararası tanıtım faaliyetlerinin tamamı oluşturmaktadır. Tüm bu çalışmaların içinden ve özellikle kamu diplomasisine hizmet etmesi amacıyla kurulan Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü ve Faaliyetleri inceleme kapsamında örneklem olarak seçilmiştir. Araştırma objesi KDK'nın seçiminde kamu diplomasisi konusunda Türkiye'de en yetkin birim olması belirleyici olmuştur.

Çalışmada KDK'nın resmi sitesinde bulunan "Faaliyetler" başlıklı sekmesinde yer alan, Kasım 2010- Aralık 2013 tarihleri arasında gerçekleştirilen ve web ortamında kamuya aktarılan 104 adet faaliyet analiz edilecektir. Bu faaliyetler bir önceki başlık altında ayrıntılı olarak tanımlanmıştır.

4.5.2. Araştırmanın Yöntemi ve İçerik Analizi Süreci

Bu araştırmanın amacı Koordinatörlük yönetiminde gerçekleşen faaliyetlerde kamu diplomasi çalışmalarının türünü ve sunum şeklini analiz etmektir. Bu araştırma, bir durum analizidir, teknik olarak içerik analizi kullanılmıştır. Araştırma kapsamında tüm KDK faaliyetlerinin türü, içeriği ve niceliksel özellikleri tespit edilmeye çalışılarak, kültürel diplomasi modelleriyle ne ölçüde örtüştüğü

incelenmektedir. Kamu diplomasisi çalışmaları kapsamında kültürel diplomasinin ağırlığının ölçülmesi ve faaliyetlerin içeriklerinin irdelenmesi açısından önemli bir çalışmadır.

Bu çalışmada KDK'nın faaliyetleri içindeki kültürel diplomasi unsurlarını analiz edebilme amacıyla içerik analizi yönteminden yararlanılacaktır. Fröh'e göre içerik analizi, "beyanların içeriksel ve biçimsel özelliklerini sistematik ve nesnel olarak tasvir eden ampirik bir yöntemdir" (Fröh, 2001:25'ten aktaran Gökçe, 2006: 7). Sosyal bilimlerde çok önemli bir araştırma yöntemi olan içerik analizinde araştırmacı, verilere sadece fiziksel boyutlarıyla bakmaz aynı zamanda görünen, okunan metinlerin, görsellerin anlamları üzerine zihnini yorar. 1980'lerde psikolojik ve sosyal bilimlerden sonra gazetecilik ve iletişim araştırmalarında da sıklıkla kullanılan içerik analizi bugün, pazar araştırmalarında, politik eğilimlerin ölçülmesinde, fikirlerin ortaya çıkarılmasında kamuoyu araştırmalarına alternatif olarak etkili bir araştırma tekniği olarak görülmektedir (Krippendorff, 2004: XIV).

Berelson'un 1952'deki orijinal tanımına göre de içerik analizi; "iletişimin açık içeriğinin nesnel, sistematik ve sayısal olarak tanımlanması için kullanılan bir araştırma tekniğidir" Berelson'un tanımına göre içerik analizi öncelikle nesnel, sistematik ve sayısal olmalıdır (aktaran, Krippendorff, 2004:19). Nesnellik, bir araştırmacının analiz yolunu izleyen başka araştırmacıların da aynı sonuçlara ulaşmasıdır. Sistematik, içerik analizinde uygulanan prosedür ve kodlama kategorilerini ifade etmektedir. Nicelik ise, iletişimin içeriğinin niceliklere/sayılarla indirgenmesidir (Broom ve Dozier, 1990:54). Merten'e göre de içerik analizi bir metnin açık içeriksel karakterlerinden yararlanarak, açık olmayan karakteristiklerinin ve bağlamının araştırılıp, sosyal gerçekliğin ortaya çıkmasını amaçlayan bir yöntemdir (aktaran Alver, 2003:241).

İçerik analizi yöntemiyle; bir şirketin hissedarlarına gönderilen mektupları, basın bültenleri, haberler toplantı notları, yıllık raporlar, konuşma metinleri, broşürler, filmler, odak grup kayıtlarının, kitle iletişimin toplum üzerindeki kültürel etkisinin araştırılması, politik propagandanın çözümlemesi, serbest mülakat tarzı görüşmelerin analizi, şarkı sözlerinin çözümlemesi gibi neredeyse tüm iletişim biçimlerinin içerikleri bir şekilde ölçülüp takip altına alınabilir (Yayınoğlu, 2005:163), (Bilgin, 2006: 9-10).

İncelenen KDK faaliyetleri *ikincil veriler* niteliğindedir. Haywood (1990:292)'un ifadesiyle ikincil veriler, araştırmacı tarafından toplanmamış, başka kişi veya kuruluşlar tarafından üretilen ve yayınlanan verilerdir. Bu veriler kurumların kendi bünyesinde, kütüphanede, sektörel kuruluşlarda, internette vb birçok yerde saklanıp kullanıma sunulmaktadır. Yayınoglu, araştırmacıların ikincil bilgileri değerlendirirken bunların uygun, güvenilir-geçerli, güncel ve tarafsız olmasına dikkat etmesi gerektiğini belirtmektedir (2005:66).

Kitle iletişimi açısından içerik analizinde mesajlar nitelik ve nicelik yönünden ayrı ayrı çözümlenmektedir. Böylece mesajların özellikleri belirlenmeye çalışılmaktadır (Demirci ve Köseli, 2009:358). Niteliksel verilerin ortaya koymaya çalıştığı nokta araştırmaya konu olan sorunun doğasıdır. Niceliksel veriler ise sorunun büyüklüğünü, kapsamını ve boyutlarını sayılarla, miktarlarla ortaya koyar (Yayınoglu, 2005: 67). Bu araştırma yapılırken hem *niceliksel* hem de *niteliksel* yaklaşımlardan yararlanılmaktadır. Bu çalışma bir *durum saptama* çalışmasıdır. Çalışmada kullanılan içerik analizinin süreçleri aşağıdaki basamaklardan oluşmaktadır:

1. Çözümleme Birimi: Bu araştırmada KDK'nın "her bir faaliyeti" *çözümleme birimi* olarak ele alınmıştır. KDK'nın resmi web sitesinde "Faaliyetler" sekmesi altında yer alan faaliyet başlıkları (Tablo 21) aşağıdaki gibidir.

Çözümleme Birimleri
<i>I. Üniversite Programları</i>
1. Kamu Diplomasisi Panelleri 2. Dış Politika Tanıtım Programları 3. Dış Politika Çalıştayları 4. Gençlik Programları
<i>II. Siyasal İletişim Faaliyetleri</i>
5. Ülke Toplantıları 6. Akil İnsanlar Konferansları 7. Avrupa Toplantıları 8. Paneller 9. İstanbul Küresel Forumu
<i>III. Medya Tanıtım Çalışmaları</i>
10. Gazeteci Heyetleri Programı 11. Yabancı Basını Bilgilendirme 12. Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri

Tablo 21: Araştırmanın çözümleme birimleri: KDK Faaliyetleri

2.Çözümleme Kategorileri: Bir içerik çözümlemesinin, kullanılan kategorilerin uygunluğu ve geçerliliği oranında geçerli olduğu kabul edilir. Ancak her araştırmaya uygun, geliştirilmiş ya da standardize edilmiş kategoriler listesi söz konusu değildir. Bununla beraber içerik çözümleme araştırmalarında sık sık kullanılan bazı kategorilerden söz edilebilir. Berelson (1952) bunları aşağıdaki gibi sıralamakta ve açıklamaktadır (Holsti, 1968'den aktaran, Öğülmüş, t.y: 221):

- “Söylenen Şey” ile ilgili kategoriler: Konusu, yönü, standartlar, değerler, yöntemler, özellikler, aktör, otorite, kaynak, hedef, yer, çatışma, sonuç, zaman.
 - Konusu: İletişim ne hakkındadır?
 - Yönü: Konuya nasıl yaklaşılmıştır? (taraf, karşıt, güçlü, zayıf)
 - Standartlar: yönü belirlemenin standardı nedir?
 - Değerler: Hangi değerler, amaç ya da istekler açığa vurulmaktadır?
 - Yöntemler: Hedefe ulaşmada kullanılan araçlar nelerdir?
 - Özellikler: İnsanları/olayları betimlemede kullanılan nitelikler (öne çıkan özellikler/ betimlemeler/kavramlar)
 - Aktör: Eylemleri yapan kişi/kişiler
 - Otorite: Demeçler kim adına verilmektedir?
 - Kaynak: İletişimin kaynağı neresidir?
 - Hedef: İletişim hangi kişi ya da gruplara yöneliktir?
 - Yer: Eylem nerede ortaya çıkmaktadır?
 - Çatışma: Çatışma/sorun nedenleri ve düzeyleri nedir?
 - Zaman: Eylem ne zaman gerçekleşmektedir?
 - Sonuç: Çatışmalar/sorunlar mutlu mu, hüzünlü mü bitiyor yoksa belirsiz mi?
- “Nasıl Söylendiği” ile ilgili kategoriler: İletişimin tipi ya da biçimi, ifade biçimi, kullanılan araçlar.
 - İletişimin tipi/biçimi: İletişim aracı (gazete, TV, radyo, demeç, toplantı vb)
 - İfade biçimi: Gramatik kurallara uygunluk

○ Araç: Kullanılan propaganda ya da hitap yöntemi

Kültürel diplomasının hayata geçmesi ve sürdürülebilirliği için Nye (2005), Peisert (1978), Deibel ve Roberts (1976), Cull (2008) ve Zaharna (2009)'nın önerdiği modellerin, uygulamaların hepsi Berelson'un yukarıdaki kategorilendirme başlıkları altında birleştirilerek bu araştırmada çözümleme kategorileri olarak ele alınmaktadır. Her çözümleme biriminin bir kategoriye girebilmesi önemlidir. Berelson'dan yola çıkarak bu çalışmaya uyarlanan çözümleme kategorileri Kodlama Yönergesinde "*faaliyetin türü, yılı, otoritesi, aktörleri, katılımcıların ülkeleri ve statüleri, nereye yönelik olduğu, gerçekleştiği yer, yönü, hedef kitlesi, biçimi, konusu, siyasal enformasyon ve kültürel enformasyon bağlamında öne çıkan söylemler*" şeklinde oluşturulacaktır.

Kodlama Yönergesinde⁴³ "Siyasal Enformasyon" (Tablo 22) bağlamında öne çıkan değerler/söylemler "Bilgilendirme" ve "İkna" ana kategorileri altında, "hükümetin iç ve dış faaliyetlerine yönelik yaptığı bilgilendirmeler, açıklamalar, sunumlar, tanıtım toplantıları/ziyaretleri, toplantılar, lider ziyaretleri, uluslararası medya ilişkileri ve faaliyetleri" dahilinde değerlendirilecektir. Dışişleri Bakanlığı'nın, diğer bakanlıkların, dışişleri ile ilgili birimlerin ve büyükelçilerin faaliyetleri de doğal olarak hükümet faaliyetlerinin altında ele alınmıştır. İleri de görüleceği gibi Dış Politika Tanıtım Programları, Gençlik Programları ve Gazeteci Heyetleri Programı bu siyasal enformasyon kategorilerine oldukça uymaktadır. "İkna"ya yönelik değerler/söylemler incelenirken de Türkiye'nin kendisini tanımladığı "lider, model, güçlü, örnek, demokratik, istikrarlı, değer üreten, yükselen güç, dost, kardeş, ortak geçmişler, destekçi, arabulucu" kavramları "Demokrasi, Ekonomi, Siyaset, Yapısal Değişim, Dış ilişkilerde Tutum ve Davranış" çerçevesinde ele alınmıştır.

Kültürel Diplomasi de (Tablo 22) ana ayrım başlıklarını "Diyalog, Projeler ve Uluslararası Medya ve Yayınlar" oluşturmuştur. "Diyalog" olarak sınıflandırılan "eğitim, bilimsel, sanatsal, kültürel değişim programları" "Exchange Programları" altında değerlendirilirken; "kültürel anlaşmalar, işbirlikleri" "Akademik ve Kültürel İşbirlikleri" altında değerlendirilecektir. "Kültür-Sanat Etkinlikleri ve

⁴³ Bakınız EKLER

Ürünleri” başlığı altında “sergi, müzik, edebiyat, fuar, kütüphane, gösteri ve plastik sanatlar”;“Kültür-dil Enstitüleri” altında “kültür ve dil enstitüleri, dil eğitimleri” el alınırken, “Dinlerarası diyalog” ise ayrı bir alt başlık altında incelenecektir. “Projeler” başlığı altında da “Kalkınma projeleri, insani yardım projeleri ve akademik-bilimsel projeler” incelenecektir. “Uluslararası Medya ve Yayınlar” kapsamında da “Türkiye’den ve/veya Türkiye hakkında yapılan uluslararası yayınlar, Türk dizileri, belgeseller, tanıtım filmleri” değerlendirmeye alınacaktır.

Kamu Diplomasisi Faaliyetleri	
<i>Siyasal Enformasyon</i>	<i>Kültürel Diplomasi</i>
Bilgilendirme programları - Tanıtım toplantıları, ziyaretleri - Bilgilendirme programları - Hükümet faaliyetleri bilgilendirmesi - Dışişleri bakanlıkları faaliyetleri - Dışişleri ile ilgili birimlerin faaliyeti - Fikir ve sosyal politikaların tanıtımı - Uluslararası yayıncılık - Medya ilişkileri ve faaliyetleri - Lider ziyaretleri İkna Programları - Demokrasi - Ekonomi - Siyaset - Yapısal değişim - Dış ilişkilerde tutum ve davranış Diğer	Diyalog <i>Exchange Programları</i> - Eğitim değişim programları - Bilimsel değişim programları - Sanatsal değişim programları - Kültürel değişim programları <i>Akademik ve Kültürel İşbirlikleri</i> - Kültürel işbirlikleri - Kültürel anlaşmalar <i>Kültür-Sanat Etkinlikleri ve Ürünleri</i> - Sanat etkinlikleri ve ürünleri (müzik, resim, dans, sergiler vb.) - Edebiyat (kitap çevirileri) - Fuarlar - Yurtdışında kütüphaneler <i>Kültür-Dil Enstitüleri</i> - Kültür enstitüleri - Dil enstitüleri - Dil eğitim programları <i>Dinlerarası Diyalog</i> Projeler - Kalkınma projeleri - İnsani yardım projeleri - Akademik/bilimsel projeler Uluslararası Medya ve Yayınlar - Uluslararası yayınlar - Filmler - Belgeseller - Tanıtım filmleri/reklamaları Diğer

Tablo 22: Kodlama Yönergesinde ele alınan kategori başlıklarının alt açılımları

Varsayımların sınanması bir kategori sistemin oluşturulması ile mümkündür. Kategori şeması, araştırmacının amacı ile uyumlu olmalı, araştırılan soruları kapsamalı ve sınırları iyi çizilmelidir. Kategoriler birbirinden bağımsız olmalı ve bütünsel bir sınıflandırma prensibine dayanarak tek anlamlı tanımlanmalıdır (Alver, 2003:242). İçerik analizinin temel taşı olarak da anılan kategoriler, analizin en önemli kısmını teşkil etmekte ve çalışmanın kalitesini belirlemektedir. Önemli olan söz konusu boyutlara ve araştırmaya temel oluşturan, bütün metinlere uygulanabilecek bir kategori sistemi oluşturmaktır. Kategoriler sayesinde metinlerden bilgiler taranarak yoğunluk derecesi ve varsayımlar ölçülebilmektedir (Tavşancıl ve Aslan, 2001).

3. İçeriğin Kodlanması: Bir çözümleme biriminin bir içerik kategorisine sokulmasına kodlama denir. Bu doğrultuda her bir çözümleme birimi yani KDK faaliyeti Berelson'un (1952) yukarıda belirtilen kategorilendirme sistemi göz önüne alınarak kültürel diplomasi ve/veya siyasal enformasyon kategorilerinde ne ölçüde yer aldığı kodlama yapılarak ortaya konmaya çalışılacaktır. Her çözümleme (KDK faaliyeti) birimini ölçmek için Berelson'un kategori kriterleri baz alınarak, bu araştırmanın konusuna göre uyarlanarak birer kodlama çizelgesi oluşturulacaktır. Araştırma kapsamında KDK faaliyetlerinin *niceliksel/biçimsel* ve *niteliksel/içeriksel* karakteristiklerinin ortaya konulmasını amaçlayan kodlama çizelgeleri oluşturulacaktır. *Niceliksel* çizelgede KDK faaliyetlerinin yılları, sayıları, ülkelere göre dağılımı, gruplandırılması gibibiçimsel özellikleri çözümlenmeye çalışılırken, *niteliksel* çizelge faaliyet türlerinde yer alan mesajların içeriği, konusu, aktörleri, yönü, biçimi ve kültürel diplomasi'nin temsil oranlarının belirlenmesi amaçlanmaktadır.

4. Verilerin Ölçümlenmesi: Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün gerçekleştirdiği faaliyetlere ilişkin nicel ve nitel ölçümleme yapılacaktır. KDK faaliyetleri hakkında nicel olarak; ülkelere, yıllara, kıtalara, hedef kitlesine, yerel/uluslararası olmasına, konu başlıklarına, faaliyetlerin türüne göre bir inceleme yapılacaktır. Nitel olarak ise mesaj stratejileri, kaynağı, otoritesi, hedef kitlesi, kültürel unsurlar ve kültürel diplomasi araçları açısından bir değerlendirme yapılacaktır. Tüm faaliyetlerde kültürel unsurların siyasal bilgilendirme ve kültürel diplomasi içinde yerini ve aralarındaki ilişki belirlenmeye çalışılacaktır. Bu

niceliksel ve niteliksel verilere ulaşmak için de *yüzdesel (oransal)* analizden yararlanılacaktır.

4.6. Araştırma Verilerinin Çözümlemesi ve Elde Edilen Bulgular

4.6.1. KDK Faaliyetlerinin Niceliksel Bulguları

Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün resmi sitesinde "Faaliyetler" sekmesinde altında yer alan ve 3 ana başlık altında toplanan 104 adet faaliyete ilişkin veri tabloları ve çözümlemeleri aşağıdaki gibidir:

KDK Faaliyet Türü	Faaliyet Sayısı	Oran (%)
Üniversite Programları	24	23%
Siyasal İletişim Faaliyetleri	56	54%
Medya-Tanıtım Çalışmaları	24	23%
Toplam	104	100%

Tablo 23: Ana başlıklarıyla KDK faaliyetleri

KDK'nın faaliyetleri 3 ana başlık altında toplanmaktadır. Tablo 23'te görüldüğü üzere Koordinatörlüğün gerçekleştirdiği faaliyetlerin büyük bir kısmını Siyasal İletişim Faaliyetleri oluşturmaktadır. Siyasal İletişim Faaliyetleri toplam faaliyetlerin %54'lük dilimini oluştururken, Üniversite Programları ve Medya-Tanıtım Çalışmalarının sayısının oranının (%23) aynı olduğu görülmektedir.

Alt Konu Başlıklarına Göre Tüm KDK Faaliyetler	Faaliyet Sayısı	Oran (%)
Üniversite Programları		
Kamu Diplomasisi Panelleri	7	7%
Dış Politika Tanıtım Programları	8	8%
Dış Politika Çalıştayları	2	2%
Gençlik Programları	7	7%
Siyasal İletişim Faaliyetleri		
Ülke Toplantıları	23	22%
Akil İnsanlar Konferans Serisi	20	19%
Avrupa Toplantıları	6	6%
Paneller	5	5%
İstanbul Küresel Forumu	2	2%
Medya-Tanıtım Çalışmaları		

Gazeteci Heyetleri Programı	8	8%
Yabancı Basını Bilgilendirme	10	10%
Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri	6	6%
Toplam	104	100%

Tablo 24: Alt konu başlıklarına göre KDK faaliyetleri

3 ana başlık altında toplanan KDK faaliyetlerinin alt başlıklarının açılımı yapıldığında(Tablo 24) Üniversite Programlarının tüm faaliyetler içindeki dağılımları şöyledir: Dış Politika Tanıtım Programları %8 Kamu Diplomasisi Panelleri %7, Gençlik Programları %7, Dış Politika Çalıştayları %2.Siyasal İletişim Faaliyetleri kapsamında Ülke Toplantıları %22, Akil İnsanlar Konferans Serisi %19 ile genel faaliyetlerin içinde en yüksek oranlara sahiptirler. Avrupa Toplantıları %6, Paneller %5, İstanbul Küresel Forumu ise %2’lik dilime dahildir. Medya-Tanıtım Çalışmalarına bakıldığında ise özellikle dış basına yönelik faaliyetlerin ağırlık kazandığı izlenmektedir. Bakanlar düzeyinde gerçekleşen Yabancı Basını Bilgilendirme faaliyetleri %10’luk oranla genel faaliyetler içinde en fazla düzenlenen faaliyetler sıralamasında üçüncü olarak yer almaktadır. Gazeteci heyetleri Programı %8 iken, Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri ise %6’lık oranla küçük bir dilimi ifade etmektedir.

Üniversite Programları	Faaliyet Sayısı	Oran (%)
Kamu Diplomasisi Panelleri	7	29%
Dış Politika Tanıtım Programları	8	33%
Dış Politika Çalıştayları	2	8%
Gençlik Programları	7	29%
Toplam	24	100%

Tablo 25: KDK faaliyetleri kapsamında üniversite programları

KDK faaliyetlerinin üç temel ayağından ilki olan üniversite programları (Tablo 25) kapsamında, 2013 yılı sonuna kadar 7 (%29) farklı üniversitede gerçekleşen Kamu Diplomasisi Panelleri aracılığıyla üniversite öğrencilerinin ve akademisyenlerinin, kamu diplomasisi ve Türk dış politikası hakkında bilgilendirildiği görülmektedir. %33’lük kısmı oluşturan Dış Politika Tanıtım Programları’nda ise 8 üniversiten lisans, yüksek lisans, doktora düzeyinde öğrenciler

ile akademisyen ve uzmanları Ankara’da KDK ve Türk dış politikasında etkin olan çeşitli kurum ve kuruluşları ziyaret ederek yine bilgi almaları sağlanmıştır. En az çalışmanın ise doktora öğrencilerinin katıldığı Dış Politika Çalıştayları (%8) alanında gerçekleştiği görülmektedir. %29 oranla en çok gerçekleştirilen bir diğer üniversite programı ise Gençlik Programlarıdır. Bu kapsamda Tunuslu, Libyalı, Mısırlı, Filistinli, Batı Afrikalı ve Yemenli gençler İstanbul ve Ankara’da uzman, akademisyen, bürokrat ve siyasetçilerle görüştüğü, çeşitli kurumları ziyaret ederek görüş alışverişinde bulunmaktadır. Veyine bu program başlığı altında 1 kez 24 ülkeden 45 öğrenci ile alanında uzman akademisyenler ve bürokratların katıldığı “21. Yüzyılda İslam Dünyasının Dönüşümü” isimli bir de Uluslararası Yaz Okulu programı düzenlendiği belirlenmiştir.

Siyasal İletişim Faaliyetleri	Faaliyet Sayısı	Oran (%)
Ülke Toplantıları	23	41%
Akil İnsanlar Konferans Serisi	20	36%
Avrupa Toplantıları	6	11%
Paneller	5	9%
İstanbul Küresel Forumu	2	4%
Toplam	56	100%

Tablo 26: KDK faaliyetleri kapsamında siyasal iletişim faaliyetleri

KDK faaliyetlerinin büyük bir çoğunluğunu kapsayan Siyasal İletişim Faaliyetleri (Tablo 26) çerçevesinde ağırlıklı olarak Ülke Toplantılarının yapıldığı görülmektedir. 16 farklı ülkede bazılarında birden fazla olmak kaydıyla toplam 23 toplantı ile bu bölüm faaliyetlerinin %41’ini oluşturmaktadır. Dünyanın karşı karşıya bulunduğu sorunlara, uluslararası alanda tartışılan meselelere, küresel ve bölgesel düzeyde yaşanan gelişmelere, Türkiye perspektifini de katarak, nasıl bir yaklaşım geliştirilebileceği konusunda bir zemin arayışı sağlanması amacıyla düzenlenen Akil İnsanlar Konferans Serisine (%36) bugüne kadar 20 toplantıda 22 yabancı uzman, düşünür, araştırmacı konuk olmuştur. “Avrupa nedir?” sorusuna cevap arandığı Avrupa Toplantıları Siyasal İletişim Faaliyetlerinin %11’ini oluştururken, bölgesel ve küresel meselelerin tartışıldığı Paneller (%9) ve İstanbul Küresel Forumu’nun (%4) ise diğer çalışmalara oranla daha az düzenlendiği belirlenmiştir.

Medya-Tanıtım Çalışmaları	Faaliyet Sayısı	Oran (%)
Gazeteci Heyetleri Programı	8	33%
Yabancı Basını Bilgilendirme	10	42%
Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri	6	25%
Toplam	24	100%

Tablo 27: KDK faaliyetleri kapsamında medya-tanıtım çalışmaları

KDK'nın "Faaliyetler" sekmesi altında sıraladığı diğer ana başlık ise Medya-Tanıtım Çalışmalarıdır (Tablo 27) Türkiye'ye ilgi duyan yayın yönetmenleri, dış haberler editörleri ya da köşe yazarlarından bir grup gazetecinin ülkemize davet edilerek Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık ve Dışişleri Bakanlığından yetkili isimlerle ve önde gelen düşünce kuruluşları, basın kuruluşları ve gazetecileri ile toplantılar düzenlenerek ve bu ülke kamuoylarının Türkiye'nin uluslararası alandaki pozisyonu ve vizyonu hakkında doğrudan bilgilendirilmesi şeklinde düzenlenen Gazeteci Heyetleri Programı bu çalışmaların yaklaşık üçte birini (%33) oluşturmaktadır. Faaliyetlerin %42 gibi yarıya yakın kısmını ise Bakanların katıldığı, Türkiye'nin farklı konulardaki politikalarının anlatımı ve güncel gelişmelerin değerlendirilmesi şeklinde geçen Yabancı Basını Bilgilendirme programları oluşturmaktadır. Gerek genel dağılımda gerekse Medya-Tanıtım Çalışmaları başlığı altında en az etkinliğe sahip kısım ise (%25) oranla Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri olarak görülmektedir. Gerçekleştirilen sadece 6 faaliyetle kültür faaliyetlerinin düzenli ve periodik olmadığı, diğer faaliyetlere oranla sayıca az olduğu görülmektedir.

Faaliyetlerin Gerçekleştiği Yıl	Faaliyet Sayısı	Oran (%)
2010	18	17%
2011	26	25%
2012	25	24%
2013	35	34%
Toplam	104	100%

Tablo 28: Faaliyetlerin gerçekleştirildiği yıllar ve sayıları

Tablo 28'de görüldüğü üzere; Ocak 2010 itibariyle kurulan KDK ilk yılını, ilerleyen yıllara oranla daha az faaliyetle geçirmiştir. 2010 yılında 18 (%17) faaliyet gerçekleştiren KDK, 2011'de faaliyetlerinin %25'ini, 2012'de %24'ünü, 2013 yılı sonuna kadar da %34'ünü gerçekleştirmiştir. Yıllar içinde faaliyetlerin sayılarında

bir artış olduğu izlenmektedir. Henüz 4 yıllık bir geçmişi olan KDK için böyle bir artış grafiğine sahip olması doğal olarak değerlendirilebilir. Önemli olan gelecek yıllar içinde faaliyetlerin sayı, içerik, boyut, çeşitlilik anlamında artış göstermesidir.

KDK Faaliyet Türü	2010	2011	2012	2013	Toplam
Üniversite Programları	0	4	9	11	24
Siyasal İletişim Faaliyetleri	9	12	16	19	56
Medya-Tanıtım Çalışmaları	9	10	0	5	24
Toplam	18	26	25	35	104

Tablo 29: Yıllara göre KDK faaliyet türü

Tablo 29’da izlendiği gibi KDK faaliyetlerinin yıllar içinde çalışmalarının ağırlık noktasını Siyasal İletişim Faaliyetleri oluşturmaktadır. Üniversite Programları 2010 yılında hiç yapılmazken, 2011’de 4 üniversitede, 2012’de 9 üniversitede ve 2013 yılında yine 11 farklı üniversitede toplantılar düzenlenmiştir. Siyasal İletişim çalışmaları da yıllar içinde artış göstererek devam etmektedir. 2010’da 9, 2011’de 12, 2012’de 16, 2013’te 19 Siyasal İletişim Faaliyeti düzenlendiği tespit edilmiştir. Faaliyetler içinde Medya-Tanım Çalışmalarının diğer faaliyetler gibi istikrarlı bir artış göstermediği izlenmektedir. İlk yıl 9, ikinci yıl 10 faaliyet gerçekleşirken bu anlamda 2012 yılında herhangi bir faaliyet kaydedilmemiştir. 2013 yılı sonuna kadar da5 faaliyetin gerçekleştiği görülmektedir.

Faaliyetin Türü	Faaliyetin Adı	2010		2011		2012		2013		Genel Toplam	
		Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran
Üniversite Programları	Kamu Diplomasisi Panelleri	0	0%	3	12%	4	16%	0	0%	7	7%
	Dış Politika Tanıtım Programları	0	0%	0	0%	1	4%	7	20%	8	8%
	Dış Politika Çalıştayları	0	0%	1	4%	1	4%	0	0%	2	2%
	Gençlik Programları	0	0%	0	0%	3	12%	4	11%	7	7%
Siyasal İletişim Faaliyetleri	Ülke Toplantıları	2	11%	6	23%	5	20%	10	29%	23	22%
	Akil İnsanlar Konferans Serisi	7	39%	6	23%	4	16%	3	9%	20	19%
	Avrupa Toplantıları	0	0%	0	0%	5	20%	1	3%	6	6%
	Paneller	0	0%	0	0%	1	4%	4	11%	5	5%
	İstanbul Küresel Forumu	0	0%	0	0%	1	4%	1	3%	2	2%
Medya	Gazeteci Heyetleri Programı	2	11%	4	15%	0	0%	2	6%	8	8%

Tanıtım	Yabancı Basını Bilgilendirme	6	33%	4	15%	0	0%	0	0%	10	10%
Çalışmaları	Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri	1	6%	2	8%	0	0%	3	9%	6	6%
	Toplam	18	100%	26	100%	25	100%	35	100%	104	100%

Tablo 30: KDK Faaliyetlerinin analiz edildikleri yıllara göre sayı ve oranları

Tablo 30'daki gibi tüm KDK faaliyetlerinin alt ana başlıkları itibariyle değerlendirmek gerektiğinde, 2010 yılında en çok %39 oranında Akil İnsanlar Konferansı gerçekleştirilirken, %33 oranda Yabancı Basını Bilgilendirme çalışmaları yapılmıştır. Ülke Toplantıları (%11) ve Gazeteci Heyetleri Programı (%11) ise ikişer kez yapılmıştır. 2010 yılında Kültür-Tanıtım Faaliyetleri kapsamında 1 faaliyetin (%6) yapıldığı görülmektedir. 2011 yılına bakıldığında ise %23'lük dilimlerle en çok Ülke Toplantıları ve Akil İnsanlar Konferans Serisi'nin gerçekleştiği, ardından %15'lik dilimlerle de Gazeteci Heyetleri Programı ve Yabancı Basını Bilgilendirme'nin yapıldığı izlenmiştir. Kültür-Tanıtım Faaliyetleri ise 2 faaliyetle %8 oranında kalmıştır. 2012 yılında ise faaliyetlerin büyük bir oranını Ülke Toplantıları (%20) ve Avrupa Toplantıları (%20) oluşturmaktadır. Akil İnsanlar Konferansı ve Kamu Diplomasisi Panelleri %16 oranıyla en çok düzenlenen faaliyetler arasında yer almaktadırlar. Diğer faaliyetlerin dağılım oranları ise şöyledir; %12 Gençlik Programları, %4 Dış Politika Tanıtım Programları, %4 Dış Politika Çalıştayları, %4 Paneller ve %4 İstanbul Küresel Forumu.

2013 yılına gelindiğinde ise %29 oranla Ülke Toplantılarının en fazla dağılıma sahip olduğu görülmektedir. 2013 yılında Dış Politika Tanıtım Programları 7 faaliyetle (%20) hız kazanmıştır. Gençlik Programları %11 ve Paneller %11, Akil İnsanlar Konferans Serisi %9, Kültür ve Tanıtım Programları %9, Gazeteci Heyetleri Programı %6, Avrupa Toplantıları %3 ve İstanbul Küresel Forumu %3 şeklinde dağılım göstermektedir.

4.6.2. KDK Faaliyetlerinin Niteliksel Bulguları

KDK faaliyetlerini niteliksel incelemek amacıyla oluşturulan ana başlıklar şöyledir: Faaliyetin Adı, Konusu, Faaliyette Öne Çıkan Özellikler/ Betimlemeler/Kavramlar/ içeriği, Aktörler, Gerçekleştirilen Yer, Zaman, Otorite,

Kaynak, Hedef, Faaliyetin Yönü, İletişim Yöntem ve Araçları. Buna göre bulgular aşağıdaki başlıklar altında analiz edilmiştir.

4.6.2.1 KDK Faaliyetlerinin Gerçekleştiği Ülke ve Bölgelere Göre Değerlendirilmesi

KDK faaliyetlerini gerçekleştirdiği yere göre incelediğimizde aşağıda ana başlıklar altında sıralanmış tablolara bakmak gerekir.

Faaliyetlerin Gerçekleştiği Ülke	Faaliyet Sayısı	Oran (%)
Türkiye	80	77%
İngiltere	2	2%
Yunanistan	1	1%
Japonya	1	1%
Amerika	3	3%
Mısır	4	4%
Ürdün	2	2%
Malezya	1	1%
Bosna-Hersek	1	1%
Fransa	2	2%
Yemen	1	1%
Almanya	1	1%
Kuveyt	1	1%
Moritanya	1	1%
Fas	1	1%
Nijer	1	1%
Tunus	1	1%
Toplam	104	100%

Tablo 31: Faaliyetlerin gerçekleştirildiği ülkelere göre dağılımı

Yukarıdaki Tablo 31’den izlendiği üzere faaliyetlerin %77 gibi büyük bir kısmı Türkiye’de gerçekleştirilmiştir. Yurtdışında sadece Ülke Toplantıları programlarının düzenlendiği görülmektedir. Mısır’da 4 (%4), Amerika’da 3 (%3) kez yapılan toplantılar İngiltere, Ürdün ve Fransa’da 2 kez (%2), geri kalan diğer ülkelerde yani Yunanistan, Japonya, Malezya, Bosna-Hersek, Yemen, Almanya, Kuveyt, Moritanya, Tunus, Fas ve Nijer’de ise birer (%1) kez yapılmıştır.

Bunları dünya üzerinde bölgelere ayırırsak da aşağıdaki gibi bir tablo (Tablo 32) ile karşılaşılacaktır.

Faaliyetlerin Gerçekleştiği Bölge	Faaliyet Sayısı	Oran (%)
Balkanlar	1	1%
Avrupa	6	6%
ABD	3	3%
Ortadoğu ve Arap Ülkeleri	9	9%
Afrika Ülkeleri	3	3%
Kafkaslar ve Türki Cumhuriyetler	0	0%
Asya ve Uzak Doğu	2	2%
Türkiye	80	77%
Toplam	104	100%

Tablo 32: Faaliyetlerin gerçekleştirildiği bölgeler bazında değerlendirilmesi

Genel bölgesel olarak değerlendirildiğinde (Tablo 32) ise Türkiye’den (%77) sonra en fazla Ortadoğu ve Arap ülkelerinde (%9), sonrasında Avrupa (%6), ABD (%3), Afrika ülkelerinde (%3) Asya ve Uzak Doğu ülkelerinde (%2), Balkanlar’da %1 oranında kamu diplomasisi faaliyetleri adına toplantılar düzenlendiği görülmektedir. Kafkaslar ve Türki Cumhuriyetleri’nde ise hiç toplantı yapılmadığı görülmektedir.

KDK faaliyetlerinin gerçekleştiği ülke ve birlikte çalışılan ve/veya katkı yapan kişi/kişiler/kurumların ülkesi ise her bir etkinlik başlığı için aşağıda ayrıntılı olarak incelenmiştir. KDK faaliyetlerinin lokasyon ve birlikte çalışılan ülkeye/katılımcıya göre ayrımları aşağıdaki tablolastırılmıştır.

Faaliyetin Adı	Etkinliğin Gerçekleştiği Ülke/ Yer	Etkinlikte Birlikte Çalışılan Ülke ve/veya Katılımcıların Ülkesi
I.ÜNİVERSİTE PROGRAMLARI		
<u>1.1. Kamu Diplomasisi Panelleri</u>		
Gaziantep Paneli	Gaziantep	Türkiye
Kayseri Paneli	Kayseri	Türkiye
Kırıkkale Paneli	Kırıkkale	Türkiye
Çankırı Paneli	Çankırı	Türkiye
Bursa Paneli	Bursa	Türkiye
Kahramanmaraş Paneli	Kahramanmaraş	Türkiye
Bursa Uludağ Üniversitesi Paneli	Bursa	Türkiye

Tablo 33: Kamu Diplomasisi Panellerinin gerçekleştiği ülke ve birlikte çalışılan ve/veya katkı yapan kişi/kişiler/kurumların ülkesi

KDK faaliyetlerinin gerçekleştiği ülke ve birlikte çalışılan ve/veya katkı yapan kişi/kişiler/kurumların ülkeleri açısından (Tablo 33) incelendiğinde; niversite öğrencileri ve akademisyenlerin kamu diplomasisi ve Türk dış politikası hakkında bilgilendirilmesi, katkı ve görüşlerinin alınması amacıyla düzenlenen niversite Programları kapsamında Kamu Diplomasisi Panellerinin hepsi Türkiye’deki çeşitli üniversitelerde gerçekleştirilmiştir. Hedef kitle ise bu üniversitelerde eğitim gören niversite öğrencilerdir.

Faaliyetin Adı	Etkinliğin Gerçekleştiği lke /Yer	Etkinlikte Birlikte çalışılan ülke ve/veya Katılımcıların lkesi
<u>1.2. Dış Politika Tanıtım Programları</u>		
Kahramanmaraş Üniversitesi	Ankara	Türkiye
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi	Ankara	Türkiye
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	Ankara	Türkiye
Giresun Üniversitesi	Ankara	Türkiye
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	Ankara	Türkiye
Van 100. Yıl Üniversitesi	Ankara	Türkiye
İstanbul şehir niversitesi	Ankara	Türkiye
İstanbul Aydın Üniversitesi	Ankara	Türkiye

Tablo 34: Dış Politika Tanıtım Programlarının gerçekleştiği ülke ve birlikte çalışılan ve/veya katkı yapan kişi/kişiler/kurumların lkesi

Dış Politika Tanıtım Toplantıları (Tablo 34) ile çeşitli üniversitelerden ğrenciler, Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü ve dış politikada etkin olan çeşitli kurumları ziyaret ederek, sunumlar, konferanslar, paneller aracılığıyla yetkililerden bilgi almaktadırlar. Bu program Türk niversite ve öğrencilerini kapsamaktadır.

Faaliyetin Adı	Etkinliğin Gerçekleştiği lke/Yer	Etkinlikte Birlikte çalışılan ülke ve/veya Katılımcıların lkesi
<u>1.3. Dış Politika alıştayları</u>		
Konya alıştayı	Konya	Türkiye
Mardin alıştayı	Mardin	Türkiye

Tablo 35: Dış Politika alıştayları gerçekleştiği ülke ve etkinlikte yer alan ülke ve/veya katılımcıların lkesi

Konya ve Mardin’deki üniversitelerde gerçekleştirilen Dış Politika alıştaylarında (Tablo 35) doktora öğrencileri, dış politikanın farklı alanlarında

alışan akademisyenler ve dış politika yapıcılarını bir araya gelerek Türk dış politikasındaki çeşitli sorunlar üzerine çalışmalar yürütmektedirler.

Faaliyetin Adı	Etkinliğin Gerçekleştiği Yer	Etkinlikte Birlikte çalışılan ülke ve/veya Katılımcıların lkesi
1.4. Gençlik Programları		
Tunuslu Gençler	Ankara-İstanbul	Tunus
Libyalı Gençler	Ankara-İstanbul	Libya
Mısırlı Gençler	Ankara-İstanbul	Mısır
Filistinli Gençler	Ankara-İstanbul	Filistin
Yemenli Gençler	Ankara-İstanbul	Yemen
Batı Afrikalı Gençler	Ankara-İstanbul	Gabon, Nijer, Senegal
Uluslararası Yaz Okulu	İstanbul	Bangladeş, Endonezya, Etiyopya, Filipinler, Filistin, Gürcistan, Hindistan, İran, Jamaika, Kamerun, Kazakistan, Malezya, Mısır, Pakistan, Sri Lanka, Tacikistan, Yemen, Yunanistan, Avustralya, Macaristan, Fransa, Almanya, ABD ve Türkiye’

Tablo 36: Gençlik Programlarının gerçekleştiği ülke ve etkinlikte yer alan ülke ve/veya katılımcıların lkesi

Gençlik Programları (Tablo 36) dahilinde Tunus, Libya, Mısır, Filistin, Yemen, Gabon, Nijer ve Senegal’den ğrenciler, KDK ve Türk dış politikasında rol oynayan çeşitli kurum ve kuruluşları ziyaret ederek, Türk dış politikası hakkında bilgilendirme toplantılarına katılmış ardından Ankara ve İstanbul’da çeşitli turlara katılmışlardır. İstanbul’da yapılan “21. Yüzyılda İslam Dünyasının Dönüşümü” isimli Uluslararası Yaz Okulunda, 24 ülkeden 45 yüksek lisans ve doktora ğrencisi, çeşitli akademisyen ve uzmanların verdiği konferanslara katılmışlar ve İslam dünyasının karşılaştığı değişim sürecini tartışmışlardır.

Faaliyetin Adı	Etkinliğin Gerçekleştiği lke	Etkinlikte Birlikte çalışılan ülke ve/veya Katılımcıların lkesi
II. SİYASAL İLETİşİM FAALİYETLERİ		
2.1. lke Toplantıları		
İngiltere Programı -1	İngiltere	İngiltere
Yunanistan Programı	Yunanistan	Yunanistan
Japonya Programı	Japonya	Japonya
Amerika Programı -1	Amerika	Amerika

Amerika Programı-2	Amerika	Amerika
Mısır Programı -1	Mısır	Mısır
Ürdün Programı -1	Ürdün	Ürdün
Mısır Programı-2	Mısır	Mısır
Mısır Programı-3	Mısır	Mısır
Malezya Programı	Malezya	Malezya
Bosna-Hersek Programı	Bosna-Hersek	Bosna-Hersek
İngiltere Programı-2	İngiltere	İngiltere
Ürdün Programı-2	Ürdün	Ürdün
Fransa Programı -1	Fransa	Fransa
Yemen Programı	Yemen	Yemen
Almanya Programı	Almanya	Almanya
Kuveyt Programı	Kuveyt	Kuveyt
Fransa Programı-2	Fransa	Fransa
Mısır Programı-4	Mısır	Mısır
Moritanya Programı	Moritanya	Moritanya
Tunus Programı	Tunus	Tunus
Fas Programı	Fas	Fas
Nijer Programı	Nijer	Nijer

Tablo 37: Ülke Toplantılarının gerçekleştiği ülke ve etkinlikte yer alan ülke ve/veya katılımcıların ülkesi

Ülke Toplantılarının (Tablo 37) hepsi tabloda belirtilen ülkelerde gerçekleştirilmiştir. Bu ülkelerde dış politikayla ilgili kamu ve özel kurum/ kuruluşlar ve STK'lar aracılığıyla toplantılar gerçekleştirilmiştir.

İngiltere’de İngiliz Parlamentosu ve Royal United Services Institute’da (RUSI) ve European Council on Foreign Relations’da (ECFR) seminer ve toplantılar yapılırken, Yunanistan’da seçkin düşünce kuruluşlarından “The Hellenic Foundation for European and Foreign Policy” (ELIAMEP)’de toplantı gerçekleştirilmiştir. Japonya’da Sasakawa Barış Vakfı’nda bir konferansa katılım sağlanırken, Amerika’da Washington’da ilkin ABD-İslam Dünyası Forumu’na sonra The Middle East Institute’de konuşmacı olunmuştur. Mısır’daki, programlar Doğu Bölgesel ve Stratejik Çalışmalar Merkezi Al Sharq Center, Kahire Türk Araştırmaları Merkezi (KATAM), Kahire Amerikan Üniversitesi, Kahire’deki Al-Ahram Center ve Al Youm El Sabea Stratejik Araştırmalar Merkezi’nde gerçekleşmiştir. Malezya’da Uluslararası İslam Üniversitesi’nde, Bosna Hersek’te Uluslararası Saraybosna Üniversitesi (IUS)’nde ortak konferans, panel ve çalıştaylar düzenlenmiştir.

Ürdün’de Arap Düşünce Forumu ve Kudüs Siyasi Çalışmalar Merkezi’nde yapılmıştır. Fransa’daki konuşma da Paris Fransız Uluslararası İlişkiler Enstitüsü’nde (IFRI) olmuştur. Tunus’ta Arab Association for Prospection kuruluşunun işbirliği ile bir çalıştay düzenlenirken, Moritanya’da ise Moritanya Ecole Nationale d’Administration (ENA)’da bir çalıştay gerçekleştirilmiştir. Fas’ta Marakeş Üniversitesi’nin ortaklığıyla bir çalıştay düzenlenirken, Nijer’de Nijer-Türkiye Gençlik Platformu aracılığıyla bir konferans tertip edilmiştir.

Faaliyetin Adı	Etkinliğin Gerçekleştiği Ülke/Yer	Etkinlikte Birlikte Çalışılan Ülke ve/veya Katılımcıların Ülkesi
2.2. Akil İnsanlar Konferans Serisi		
Seyyid Hüseyin Nasr & Harvey Cox	İstanbul	İran / Amerika
George Friedman	İstanbul	Amerika
Şevket Aziz	İstanbul	Pakistan
Roger Cohen	Ankara-İstanbul	Amerika
Hans Blix	Ankara-İstanbul	İsveç (Birleşmiş Milletler)
Jeremy Greenstock	Ankara-İstanbul	İngiltere
David Burrell	İstanbul	Amerika
Fehmi Hüveydi	Ankara-İstanbul	Mısır
Martti Ahtisaari	Ankara-İstanbul	Finlandiya
Seyyid Hüseyin Nasr	İstanbul	İran
Jack Straw&Joschka Fischer	Ankara	Almanya/İngiltere
Arap Baharı Çalıştay	İstanbul	Türkiye/Mısır/Gazze/İtalya/ABD/İngiltere/İsviçre/Tunus/Dan imarka/ Almanya/Katar/Ürdün/ Çin
Günter Verheugen	Ankara-İstanbul	Almanya (Avrupa Birliği)
Abdülbari Atvan	Ankara-İstanbul	Filistin
Fawaz Gerges	Ankara-İstanbul	İngiltere
Wadah Khanfar	Ankara-İstanbul	Filistin
Todd Lewis	Ankara-İstanbul	Amerika
Wadah Khanfar	Ankara-İstanbul	Filistin
Tevekkül Karman	Ankara-İstanbul	Yemen
Ali Mazrui	Ankara-İstanbul	Kenya (Amerika)

Tablo 38: Akil İnsanlar Konferansları’nın gerçekleştiği ülke ve etkinlikteki katılımcıların ülkesi

Her biri alanında uzman kişilerin konuşmacı olarak katıldığı Akil İnsanlar Konferansları’nın (Tablo 38) tamamı İstanbul ve Ankara’daki çeşitli üniversite ve

kurumlarda (CRR, SETA, İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Bilgi Üniversitesi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi gibi) gerçekleştirilmiştir.

Faaliyetin Adı	Etkinliğin Gerçekleştiği Ülke/Yer	Etkinlikte Birlikte Çalışılan Ülke ve/veya Katılımcıların Ülkesi
2.3. Avrupa Toplantıları		
Gil Anidjar	İstanbul	Kolombiya
Susan-Buck Morss	İstanbul	Amerika
Ian Almond	İstanbul	Amerika
Nilüfer Göle	İstanbul	Türkiye (Paris-Ecole des Hautes Etudes et en Sciences Sociale)
Abdulahab El-Efendi	İstanbul	Sudan
Maha Azzam	İstanbul	İngiltere

Tablo 39: Avrupa Toplantıları'nın gerçekleştiği ülke ve etkinlikteki katılımcıların ülkesi

“Avrupa nedir?” sorusuna; İstanbul'dan bir cevap arayan, tamamı İstanbul Şehir Üniversitesi'nde düzenlenen Avrupa Toplantıları'nda (Tablo 39) Avrupa ile ilgili çalışmalar yürüten düşünür ve akademisyenler konuk edilmektedir. Avrupa'yı tartışan konukların Avrupa'dan ziyade farklı ülkelerden ve farklı uyruklardan geldikleri görülmektedir.

Faaliyetin Adı	Etkinliğin Gerçekleştiği Ülke/Yer	Etkinlikte Birlikte Çalışılan Ülke ve/veya Katılımcıların Ülkesi
2.4. Paneller		
Waleed Hazbun	İstanbul	Lübnan
Türkiye-Afrika İlişkileri: Ortak Kader, Ortak Gelecek Paneli	Ankara	Güney Afrika/Somali/Cezayir
“Bosna-Hersek ve Suriye'ye Örneklerinde Uluslararası Toplumun Duruşunu Anlamak”	Ankara	Suriye/Bosna-Hersek/ Slovenya
Uluslararası Asya Sempozyumu	İstanbul	Japonya ve Malezya
7. Apisa Kongresi	Ankara	Asya ülkeleri

Tablo 40: Paneller programının gerçekleştiği ülke ve katılımcıların ülkesi

Dış politika gündeminin seyrine ve önceliklerine göre; alanında uzman akademisyenler, gazeteciler ve kanaat önderlerinin katılımıyla Ankara ve İstanbul'da çeşitli üniversite ve merkezlerde gerçekleştirilen toplantılar “Paneller” (Tablo 40)

başlığı altında KDK faaliyetleri içinde yer almaktadır. Bu panellerde ağırlıklı olarak Ortadoğu, Asya, Afrika ülkeleri ile ilişkiler ve bu bölgelerdeki sorunlar masaya yatırılmıştır. Dolayısıyla katılımcılar da bu bölgelerden gelen uzmanlar, gazeteciler, akademisyenler ve bürokratlardan oluşmuştur.

Faaliyetin Adı	Etkinliğin Gerçekleştiği Ülke/Yer	Etkinlikte Birlikte Çalışılan Ülke ve/veya Katılımcıların Ülkesi
2.5. İstanbul Küresel Forumu		
“Adalet” Temalı Toplantı	İstanbul	Türkiye ve diğer ülkeler (Filistin, Mısır, Libya, İran, Bosna-Hersek, Pakistan, Tunus, Suriye, İslam İşbirliği Teşkilatı, Papalık Dinler Arası Diyalog Konseyi (Vatikan), BM Filistin Özel Raportörü, Alman Uluslararası İşbirliği Topluluğu, Endonezya, Sırbistan, Hindistan
“Mısır” Özel Gündemi	İstanbul	Türkiye ve diğer ülkeler

Tablo 41: İstanbul Küresel Forumu’nun gerçekleştiği ülke ve katılımcıların ülkesi

Davos Zirvesi’ne rakip olarak değerlendirilen “Adalet” temalı İstanbul Küresel Forumu’nda (Tablo 41) çok farklı ülkelerden en üst düzey yöneticiler, siyasi liderler, gazeteciler, sanatçılar, akademisyenler İstanbul’da buluşmuşlardır. Mısır özel gündemi de yine dünyadan çeşitli ülkelerden gelen siyasetçi, akademisyen, gazeteci, diplomat, düşünce kuruluşları ve uzmanların katılımıyla İstanbul’da gerçekleştirilmiştir.

Faaliyetin Adı	Etkinliğin Gerçekleştiği Ülke/Yer	Etkinlikte Birlikte Çalışılan Ülke ve/veya Katılımcıların Ülkesi
III.MEDYA-TANITIM ÇALIŞMALARI		
3.1. Gazeteci Heyetleri Programı		
Suriyeli Gazeteci Heyeti	Ankara-İstanbul	Suriye
İranlı Gazeteci Heyeti	Ankara-İstanbul	İran
Lübnanlı Gazeteci Heyeti	Ankara-İstanbul	Lübnan
İspanyol Gazeteci Heyeti	Ankara-İstanbul	İspanya
Amerikalı Gazeteci Heyeti	Ankara-İstanbul	ABD
Türkmen ve Arap Gazeteci Heyeti	Ankara-İstanbul	Irak/Suudi Arabistan/Almanya/Birleşik Arap Emirlikleri/Katar/Lübnan/Mısır

Afrikalı Gazeteci Heyeti	Ankara-İstanbul	Nijer/Gabon/Senegal/Kenya
Çinli Gazeteci Heyeti	Ankara-İstanbul	Çin

Tablo 42: Gazeteci Heyetleri Programına katılan katılımcıların ülkeleri

Ankara ve İstanbul'da gerçekleşen Gazeteci Heyetleri toplantı ve ziyaretlerinde (Tablo 42) gazeteciler, KDK dışında Türkiye'nin dış politikasıyla ve ilişkileri ile ilgili çeşitli kurum ve kuruluşları (TİKA, TRT, AA, SETA, Diyanet İşleri Başkanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye İş Adamları ve Sanayiciler Konfederasyonunu-TUSKON, BYEGM, AKP Dış İlişkiler Başkanlığı, Yunus Emre Enstitüsü ve çeşitli üniversiteler) ziyaret ederek çalışmalarını hakkında bilgi almışlardır.

Faaliyetin Adı	Etkinliğin Gerçekleştiği Ülke	Etkinlikte Birlikte Çalışılan Ülke ve/veya Katılımcıların Ülkesi
3.2. Yabancı Basını Bilgilendirme		
Ali Babacan	Türkiye	Agence France Press (Fransa) Economist Intelligence Unit (İngiltere) Financial Times (İngiltere) Reuters (İngiltere), Al Jazeera(Katar) English, Süddeutsche Zeitung (Almanya), Business Week (Amerika), Oxford Business Group (İngiltere), Press TV (İran), ARD TV(Almanya), CNN International (Amerika), International Herald Tribune (Amerika) ve Official Russian Daily (Rusya)
Bülent Arınç	Türkiye	Bilgi yok
Sadullah Ergin	Türkiye	Ria Novosti (Rusya), Associated Press (Amerika), The New York Times (Amerika), Today's Zaman (Türkiye), AD Nieuwsmedia (Hollanda), Nikkei (Japonya), La Vanguardia (İspanya), Le Soir (Belçika), Hurriyet Daily News, Wochenzeitung (Almanya), Wallstreet Journal (Amerika), Reuters (İngiltere), Al Jazeera (Katar)ve Anadolu Ajansı (Türkiye)
Ömer Çelik	Türkiye	Associated Press (Amerika), Reuters (İngiltere),Today's Zaman (Türkiye),Xinhua News Agency (Çin), Hurriyet Daily News, ABC Newspaper (İspanya), Die Welt (Almanya), Politis (Güney Kıbrıs Rum Kesimi)
Taner Yıldız	Türkiye	Bloomberg (ABD),Reuters (İngiltere), Politis (Güney Kıbrıs Rum Kesimi), RIA Novosti (Rusya) ve diğer
Egemen Bağış	Türkiye	Al Wahda Gazetesi, ANP News Agency, Baas Gazetesi, Der Tagesspiegel, Deutschlandfunk, Deutsche Welle Radyosu, El İktisadi Dergisi, El-Pais, Finnish Broadcasting Company, France 24, Hürriyet Daily News, The Guardian, Le Figaro, Le Monde, Nikkei, Platts, Suriye Televizyonu, Anadolu Ajansı, La Vanguardia, Helsinyin Sanomat, DHA, Der Spiegel, HDN, Aujourd'hui La Turquie ve Al Jazeera
Faruk Çelik	Türkiye	Bilgi yok

Bülent Arınç	Türkiye	Toplantıya New York Times (ABD), Economist (İngiltere), El Cezire (Katar), Reuters (İngiltere), Le Monde (Fransa), BBC (İngiltere) ve NIKKEI (Japonya) muhabirleri katıldı.
Ali Babacan	Türkiye	ERT Greece (Yunanistan) The Economist (İngiltere), El Periodica De Catalunya, Politis Newspaper, Associated Press (ABD), ABC Daily Newspaper, Reuters (İngiltere), VRT Belçika Devlet Televizyonu, Trouw Gazetesi, Al Jazeera, Radio France Internationale (Fransa), Xinhua News Agency, The Middle East Magazine, Die Tageszeitung, Bloomberg L.P., Apcom Press Agency, Maghreb Arabe Presse (MAP), Agence France Presse (AFP), Kyodo News, Today's Zaman, Nihon Keizai Shimbun (NIKKEI), Deutsche Verkehrs - Zeitung (DVZ- Almanya), Der Tagesspiegel, Cornucopia Magazine, Le Soir, Berliner Zeitung, Press Tv, Bh Radio 1, Business Week, Hurriyet Daily News, Executive Magazine, İctimai Televizyon ve Radyo Kurumu (İTV), Rossiyskaya Gazeta, Kerkük Gazetesi (Irak), ARD Televizyonu, KKTC Akdeniz Radyo-Tv ve Anadolu Ajansı (Türkiye) temsilcileri katıldı.
Nabi Avcı	Türkiye	Toplantıya BBC, ERT Greece, The Economist, Politis Newspaper, Press Tv, Cnn International, Deutsche Presse Agentur (DPA), Kerkük Gazetesi, Associated Press (AP), ABC Daily Newspaper, Woz – Die Wochenzeitung, VRT – Belçika Devlet Televizyonu, Akdeniz Radyo – TV, Press Tv, Wall Street Journal Europe, Bloomberg L.P., Apcom Press Agency, Die Zeit, Ard Televizyonu, Bulgarian News Agency (BTA), Al Jazeera, Executive Magazine, Reuters, Nihon Keizai Shimbun (NIKKEI), International Herald Tribune, Rossiyskaya Gazeta ve Anadolu Ajansı temsilcileri katıldı.

Tablo 43: Yabancı Basını Bilgilendirme Programı'nda konuşan Bakanlar ve katılan uluslararası medya organları

Yabancı Basını Bilgilendirme faaliyetlerinin (Tablo 43) hepsi bir Bakan aracılığıyla İstanbul ve Ankara'da çeşitli merkezlerde gerçekleştirilmiştir. Türkiye'nin çeşitli politikalarının bakanlar aracılığıyla aktarıldığı bilgilendirme toplantılarına Türkiye'de faaliyet gösteren yukarıdaki tabloda adları geçen çeşitli ülkelerin medya organları davet edilmiştir.

Faaliyetin Adı	Etkinliğin Gerçekleştiği Ülke	Etkinlikte Birlikte Çalışılan Ülke ve/veya Katılımcıların Ülkesi
3.3. Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri		
I-List Turkey Programı	ABD ve diğer ülkeler (CNN Int ve CNNUS)	ABD ve diğer ülkeler (CNN int ve CNNUS)
Kardeş Eli Belgeseli	Türkiye (TRT Haber)	Kırım, Lübnan, Gürcistan, Arnavutluk, Kazakistan, Makedonya, Kosova, Kırgızistan, Bosna-Hersek, Azerbaycan, Karadağ, Sırbistan, Moğolistan, Nahçıvan, Filistin, Somali, Sudan, Etiyopya, Afganistan, Tacikistan, Türkmenistan, Bulgaristan, Batı Trakya, Romanya, Macaristan

Türkiye'nin Dostları Belgeseli	Türkiye (TRT Belgesel)	Türkiye'de Eğitim Gören Yabancı Öğrencilerin ülkeleri
Suriye Halkına Destek Konseri	Türkiye	Türkiye, Bosna-Hersek
Somali Belgeseli	Türkiye	Türkiye
Nizam Camii Belgeseli	Türkiye	Türkiye

Tablo 44: Kültür ve Tanıtım Faaliyetlerinin gerçekleştiği yer ve katılımcıları

Tablo 44'te Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri başlığı altında yer alan faaliyetlerden beşi de belgesel niteliğinde çalışmalardır. CNN Int ve CNN US'nin gerçekleştirdiği program tüm dünya çapında yayınlanırken, TRT aracılığıyla yapılan diğer iki belgesel Kardeş Eli Belgeseli ve Türkiye'nin Dostları Belgeseli TRT Haber Kanalı'nda izleyicisiyle buluşmuştur. Suriye'de yaşanan zulmü müzik diliyle anlatmak ve dünya kamuoyuna seslenmek amacıyla İstanbul'da Bosna Hersekli sanatçılar ve İstanbul Devlet Senfoni Orkestrası işbirliği ile bir konser gerçekleştirilmiştir. TİKA'nın Somali'de ve Karadağ Nizam Camii'nin restorasyonu için yaptıklarını anlatan iki ayrı kısa belgesel ise Youtube üzerinden yayınlanmaktadır.

4.6.2.2 KDK Faaliyetlerinin Aktörlerine Göre Değerlendirilmesi

Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinde Yer Alan Aktörler	Sayı	Oran (%)
Başbakanlık	56	7%
Bakanlıklar	98	12%
KDK	130	15%
Başbakanlığa Bağlı Kuruluşlar	95	11%
Milletvekilleri	26	3%
Akademisyenler/Üniversiteler	196	23%
Mülki Amirler, Yerel Yönetimler (Valilik, Belediye vb)	34	4%
Uzman Gazeteciler / Medya	105	12%
Büyükkelçiler	9	1%
STK'lar, Düşünce Kuruluşları	65	8%
Diyanet İşleri Başkanlığı / Dini Temsilciler	16	2%
Diğer	16	2%
Toplam	846	100%

Tablo 45: KDK Faaliyetlerinde yer alan Türk katılımcıların genel dağılımı

Kamu diplomasisi mesajlarının hedef kitlelere aktarılması amacıyla etkin olan aktörler tespit edilmiştir. Bu tablo (Tablo 45) oluşturulurken faaliyetlerin hepsinde katılımcıların tam listesi olanlar ve sadece faaliyetlerde adı belirtilen katılımcılar/aktörler dikkate alınmıştır. Katılımcılar faaliyetlerde genelde konuşmacı ya da işbirliği yapılan kurum olarak yer almışlardır. Bazı faaliyetlerde konferansların, toplantıların dışında çeşitli kurum ve kuruluşlara ziyaretlerde bulunmuş ve buradaki yetkililer çeşitli sunumlarla bilgi aktarma şeklinde bu faaliyette rol almışlardır. Yukarıdaki tablodan (Tablo 45) izlendiği üzere faaliyetlerin büyük bir kısmı siyasal enformasyon araçları olan toplantı, panel, çalıştay vb bilimsel bilgilendirme çalışmaları şeklinde gerçekleştiği için kamu diplomasisi ve dış politikanın tartışılması büyük oranda Akademisyenler (%23) aracılığıyla gerçekleşmiştir.

Çok sayıda faaliyet Başbakanlığa bağlı çeşitli kurumlarla (TİKA, SAM, YTB vb) işbirliği çerçevesinde yürütülmüştür. Bu kurumların %11 oranında etkili olduğu görülmektedir. Etkinliğin birlikte düzenlenmesinin dışında bu kurum ve kuruluşlar çeşitli ülkelerden gelen öğrenci ve akademisyen, gazeteci ya da siyasetçilerin ziyaret ettikleri, temaslarda bulundukları merkezlerdir. Başbakanlık, bakanlıklar dışında dış politikayla ilgili ortak çalışmalar yürütülen ana aktörler şöyledir: Dışişleri Bakanlığı Stratejik Araştırmalar Merkezi (SAM), Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYGEM), Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB), Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA), Yunus Emre Enstitüsü (YEE), Uluslararası Stratejik Araştırmalar Merkezi (USAK), Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı (TURKSOY), Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA), TRT, AA.

Faaliyetlerin takibinde ya da konuşmacı olarak katılan Gazetecilerin oranı %12 olarak tespit edilirken, çalışmalara çeşitli Bakanların ve Bakanlıklara Bağlı Alt Kurumların katılımı ve işbirliği de %12 oranında gerçekleşmiştir. Başbakan veya Başbakan danışmanlarının, sözcülerinin katılım oranının ise %7 olduğu gözlenmektedir. En başta Stratejik Düşünce Enstitüsü (SDE) olmak üzere Düşünce Kuruluşları ve STK'lar da çok sayıda etkinlikte (%8) rol almışlardır. Aynı anda KDK ile birlikte bir ya da birden fazla düşünce kuruluşunun ortaklığını ya da katılımını görmek mümkün olmuştur.

Faaliyetlerde adı geçen Milletvekillerinin oranı %3 olurken, Büyükelçilerin oranı %1 olarak görülmektedir. Daha fazla sayıda etkinlikte büyükelçilerin rol aldığı tahmin edilmektedir ancak adları metinlerde yer almadığı için burada sayı olarak verilememektedir. Diyanet İşleri Başkanlığına (%2) da Türkiye'ye gelen yabancı konukların ziyaret programında yer verildiği gibi bazı toplantılarda konuşmacı olarak da katılım sağlandığı görülmüştür. %2 oranında da sanatçılar, uzmanlar, işdünyası vb'den oluşan diğer katılımcılar kamu diplomasisinin yurt içi ve yurt dışında işleminde etkili olmuşlardır.

4.6.2.3 KDK Faaliyetlerinde Yer Alan Aktörlerin Faaliyetlerin Türüne Göre Dağılımı

Faaliyetin Türü	Faaliyetin Adı	Başbakanlık	Oran (%)	Bakanlıklar	Oran (%)	KDK	Oran (%)	Başbakanlığa Bağlı Kuruluşlar	Oran (%)	Milletvekilleri	Oran (%)	Akademisyenler/Üniversiteler	Oran (%)	Mülki Amirler, Yerel Yönetimler (Valilik, İl, İlçe)	Oran (%)	Uzman Gazeteciler/Me	Oran (%)	Büyükelçiler	Oran (%)	STKlar, Düşünce Kuruluşları	Oran (%)	Diyanet İşleri Başkan./Dini Temsilciler	Oran (%)	Diğer	Oran (%)
Üniversite Programları	Kamu Diplomasisi Panelleri	1	2%	3	3%	13	10%	6	6%	1	4%	55	28%	8	24%	4	4%	0	0%	5	8%	0	0%	0	0%
	Dış Politika Tanıtım Programları	5	9%	28	29%	10	8%	24	25%	1	4%	0	0%	1	3%	3	3%	0	0%	6	9%	2	13%	1	6%
	Dış Politika Çalıştayları	2	4%	2	2%	2	2%	4	4%	4	15%	22	11%	2	6%	1	1%	0	0%	4	6%	0	0%	0	0%
	Gençlik Programları	17	30%	13	13%	8	6%	18	19%	0	0%	14	7%	8	24%	10	10%	0	0%	10	15%	5	31%	1	6%
Siyasal İletişim Faaliyetleri	Ülke Toplantıları	7	13%	7	7%	29	22%	20	21%	7	27%	37	19%	4	12%	6	6%	7	78%	14	22%	0	0%	0	0%
	Akil İnsanlar Konferans Serisi	5	9%	7	7%	16	12%	1	1%	3	12%	21	11%	4	12%	41	39%	0	0%	10	15%	3	19%	2	13%
	Avrupa Toplantıları	0	0%	0	0%	9	7%	0	0%	0	0%	26	13%	0	0%	11	10%	0	0%	1	2%	0	0%	2	13%
	Paneller	1	2%	2	2%	5	4%	2	2%	0	0%	13	7%	0	0%	1	1%	0	0%	3	5%	0	0%	1	6%
Medya Tanıtım Çalışmaları	İstanbul Küresel Forumu	6	11%	6	6%	3	2%	2	2%	2	8%	5	3%	2	6%	5	5%	0	0%	4	6%	3	19%	5	31%
	Gazeteci Heyetleri Programı	9	16%	15	15%	17	13%	15	16%	8	31%	3	2%	4	12%	19	18%	2	22%	6	9%	3	19%	2	13%
	Yabancı Basını Bilgilendirme	0	0%	10	10%	12	9%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Çalışmaları	Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri	3	5%	5	5%	6	5%	3	3%	0	0%	0	0%	1	3%	4	4%	0	0%	2	3%	0	0%	2	13%
	Toplam	56	100%	98	100%	130	100%	95	100%	26	100%	196	100%	34	100%	105	100%	9	100%	65	100%	16	100%	16	100%

Tablo 46: KDK Faaliyetlerine göre Türk katılımcıların genel dağılımı

Tablo 46'ya göre de Başbakan ve Başbakanlık birimleri ve yetkililerinin; %16 Gazeteci Heyetleri Programında, %13 Ülke Toplantılarında %30 Gençlik Programlarında, %9 Akil İnsanlar Konferans Serisinde, %11 İstanbul Küresel Forumunda, %4 Dış Politika Çalıştaylarında ve %9Dış Politika Tanıtım Programlarında, %5 Kültür ve Tanıtım Faaliyetlerinde, %2 Kamu Diplomasisi Panellerinde ve %2 Panellerde rol aldıkları görülmektedir.

Bakanlıkların ise; %29 Dış Politika Tanıtım Programlarında, %15 Gazeteci Heyetleri Programlarında, %13 Gençlik Programlarında %10 Yabancı Basını Bilgilendirmede, %6İstanbul Küresel Forumunda, %7 Ülke Toplantılarında, %7 Akil

İnsanlar Konferans Serisinde, %5 Kültür ve Tanıtım Faaliyetlerinde, %3 Kamu Diplomasisi Panellerinde, %2 Panellerde ve %2 Dış Politika  alıştaylarında oldukları görülmektedir.

Başbakanlığa Bağlı Kurumların en fazla görüldüğü etkinlik; % 25 ile Dış Politika Tanıtım Programları ve %21 ile de  lke Toplantıları olmuş, ardından %19 Gençlik Programları, %16 Gazeteci Heyetleri Programı, %6 Kamu Diplomasisi Panelleri, %4 Dış Politika  alıştayları, %1 Akil İnsanlar Konferans Serisi, %2 Paneller, %2 İstanbul Küresel Forumu ve %3 bulunma sıklığıyla Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri olmuştur.

Milletvekillerinin etkinliklerde görülme sıklığı şöyle izlenmektedir: Gazeteci Heyetleri Programı %31,  lke Toplantıları %27, Dış Politika  alıştayları %15, Akil İnsanlar Konferans Serisi %12, İstanbul Küresel Forumu %8, Dış Politika Tanıtım Programları %4 ve Kamu Diplomasisi Panelleri %4.

KDK yetkilileri her faaliyette yer aldıkları gibi bazı faaliyetlerde birden fazla uzman ve yetkili ile bulunmuşlardır.

Akademisyenler ve üniversitelerin etkinliklerde görülme sıklıkları diğer aktörlere göre daha fazla gerçekleşmiştir. Akademisyenler ve  niversiteler en fazla %28 ile Kamu Diplomasisi Panellerinde, %19 ile de  lke Toplantılarında görülmektedir. Diğer faaliyetlerde akademisyen ve üniversitelerin dağılım oranı ise şöyledir: Akil İnsanlar Konferans Serisi %11, Avrupa Toplantıları %13, Dış Politika  alıştayları %11, Gençlik Programları %7, Paneller %7, İstanbul Küresel Forumu %3, Gazeteci Heyetleri Programı %2.

Mülki amirler ve yerel yönetimlerin (Valilik, Belediye vb) dağılımı oranları; Gençlik Programları %24, Kamu Diplomasisi Panelleri %24, Gazeteci Heyetleri Programı %12, Akil İnsanlar Konferans Serisi %12,  lke Toplantıları %12, İstanbul Küresel Forumu %6, Dış Politika  alıştayları %6, Dış Politika Tanıtım Programları %3, Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri %3 olarak tespit edilmiştir.

Uzman Türk Gazetecilerin en fazla yer aldıkları etkinlik olarak karşımıza %39 oranla Akil İnsanlar Konferans Serisi çıkmaktadır. 20 farklı toplantı olarak gerçekleşen bu programda gazeteciler toplantılara ya dinleyici olarak katılmış ya da konuklarla röportaj ve görüşme gerçekleştirmişlerdir. Bazı faaliyetlerde de Türkiye'yi ziyaret eden çeşitli akademisyen,  ğrenci ve gazeteci grupları özellikle

Başbakanlığa bağlı medya kurumlarını ve bazı diğer ulusal medya kurumlarını ziyaret etmiş, bu kurumların faaliyetleri hakkında bilgi edinmişlerdir. Basın görünürlüğü burada ele alınmamıştır. Bu grup aktörlerin görülme sıklığı; Gazeteci Heyetleri Programı %18, Gençlik Programları %10, Ülke Toplantıları %6, Avrupa Toplantıları %10, İstanbul Küresel Forumu %5, Kamu Diplomasisi Panelleri %4, Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri %4, Dış Politika Tanıtım Programları %3 ve Paneller %1 olarak tespit edilmiştir.

Büyükelçiler ise; %78 Ülke Toplantılarında, %22 Gazeteci Heyetleri Programında yer almaktadır. Büyükelçilerin farklı faaliyetlerde de bulunma ihtimalleri yüksek olsa da sadece etkinlik içinde adı geçenler oransal hesaplamalara dahil edilmiştir.

STK'lar ve Düşünce Kuruluşlarının faaliyetlerdeki dağılımı ise şöyledir: Ülke Toplantıları %22, Akil İnsanlar Konferans Serisi %15, Gençlik Programları %15, Gazeteci Heyetleri Programı %9, Dış Politika Tanıtım Programları %9, Kamu Diplomasisi Panelleri %8, İstanbul Küresel Forumu %6, Dış Politika Çalıştayları %6, Paneller %5, Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri %3 ve Avrupa Toplantıları %2.

Diyanet İşleri Başkanlığı/Dini Temsilcileri en fazla Gençlik Programlarında görülmektedir. Bu program dahilinde katılan yabancı gençlerin ziyaret programında olduğu için tekrarlanma sıklığı %31 olarak gerçekleşmiştir. Aynı şekilde Gazeteci Heyetleri Programının (%19) ve Dış Politika Tanıtım Programları (%13) ziyaret programında Diyanet İşleri Başkanlığı yer almaktadır. Bunun dışında din temsilcileri çeşitli faaliyetlerde konuşmacı olarak yer almışlardır, buna göre din temsilcileri İstanbul Küresel Forumu %19, Akil İnsanlar Konferans Serisinde %19 görülme sıklığına sahiptir.

“Diğer” başlığı altındaki aktörlerin faaliyetlere dağılımına bakıldığında; farklı kesimlerden çok sayıda katılımcı olması nedeniyle bu katılımcıların dağılımı; İstanbul Küresel Forum'da %31, Gazeteci Heyetleri Programında %13, Avrupa Toplantılarında %13, Akil İnsanlar Konferans Serisinde %13, Gençlik Programlarında %6, Dış Politika Çalıştaylarında %6, Kültür ve Tanıtım Faaliyetlerinde %13 oranında olduğu tespit edilmiştir.

4.6.2.4 KDK Faaliyetlerinin Türüne Göre Aktörlerin Dağılımı

Faaliyetin Türü	Faaliyetin Adı	Başbakanlık	Bakanlıklar	KDK	Başbakanlığa Bağlı Kuruluşlar	Milletvekilleri	Akademisyenler/Üniversiteler	Mülki Amirler, Yerel Yönetimler (Valilik, Belediye vb)	Uzman Gazeteciler/Medya	Büyükşehirler	STK'lar, Düşünce Kuruluşları	Diyanet İşleri Başkan./Dini Temsilciler	Diğer	Toplam
Üniversite Programları	Kamu Diplomasisi Panelleri	1	3	13	6	1	55	8	4	0	5	0	0	96
	Oran	1%	3%	14%	6%	1%	57%	8%	4%	0%	5%	0%	0%	100%
	Dış Politika Tanıtım Programları	5	28	10	24	1	0	1	3	0	6	2	1	81
	Oran	6%	35%	12%	30%	1%	0%	1%	4%	0%	7%	2%	1%	100%
	Dış Politika Çalıştayları	2	2	2	4	4	22	2	1	0	4	0	0	43
	Oran	5%	5%	5%	9%	9%	51%	5%	2%	0%	9%	0%	0%	100%
	Gençlik Programları	17	13	8	18	0	14	8	10	0	10	5	1	104
Siyasal İletişim Faaliyetleri	Oran	16%	13%	8%	17%	0%	13%	8%	10%	0%	10%	5%	1%	100%
	Ülke Toplantıları	7	7	29	20	7	37	4	6	7	14	0	0	138
	Oran	5%	5%	21%	14%	5%	27%	3%	4%	5%	10%	0%	0%	100%
	Akil İnsanlar Konferans Serisi	5	7	16	1	3	21	4	41	0	10	3	2	113
	Oran	4%	6%	14%	1%	3%	19%	4%	36%	0%	9%	3%	2%	100%
	Avrupa Toplantıları	0	0	9	0	0	26	0	11	0	1	0	2	49
	Oran	0%	0%	18%	0%	0%	53%	0%	22%	0%	2%	0%	4%	100%
	Paneller	1	2	5	2	0	13	0	1	0	3	0	1	28
	Oran	4%	7%	18%	7%	0%	46%	0%	4%	0%	11%	0%	4%	100%
	İstanbul Küresel Forumu	6	6	3	2	2	5	2	5	0	4	3	5	43
Medya Tanıtım Çalışmaları	Oran	14%	14%	7%	5%	5%	12%	5%	12%	0%	9%	7%	12%	100%
	Gazeteci Heyetleri Programı	9	15	17	15	8	3	4	19	2	6	3	2	103
	Oran	9%	15%	17%	15%	8%	3%	4%	18%	2%	6%	3%	2%	100%
	Yabancı Basını Bilgilendirme	0	10	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22
	Oran	0%	45%	55%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
	Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri	3	5	6	3	0	0	1	4	0	2	0	2	26
	Oran	12%	19%	23%	12%	0%	0%	4%	15%	0%	8%	0%	8%	100%
Toplam		56	98	130	95	26	196	34	105	9	65	16	16	846

Tablo 47: KDK faaliyetlerinin türüne göre aktörlerin dağılımı

Tablo 47'ye göre Kamu Diplomasisi Panellerinin tamamı 7 farklı üniversitede gerçekleştirilmiştir. Bu üniversitelerde Hükümet ve KDK'nın kamu diplomasisi ve dışişleri politikaları ağırlıklı akademisyenler (%57) tarafından aktarılmıştır. Her faaliyette yer alan KDK yetkililerinin sayıca oranı da %14 olarak belirlenmiştir. Sırasıyla bu toplantılara katılım; %8 mülki amirlikler, %5 STK/düşünce kuruluşları, %6 Başbakanlığa bağlı kurumular, %4 gazeteciler/medya, %3 Bakanlıklar ve %1 Başbakanlık şeklinde olmuştur.

Dış Politika Tanıtım programları kapsamında Ankara'ya davet edilen 8 Üniversite en çok Bakanlıklar (%35), ardından Başbakanlığa bağlı kurumları (%30) ziyaret ederek dış politika hakkında bilgilendirilmişlerdir. Sonrasında KDK (%12), başta SDE olmak üzere STK/düşünce kuruluşları (%7), Başbakanlık (%6), TRT ve

AA ağırlıklı Medya organları/gazeteciler (%4), Diyanet İşleri Başkanlığı (%2), milletvekilleri (%1) ve mülki amirlikler (%1) oranında bu program dahilinde olmuşlardır.

KDK öncülüğünde YTB, SETA Vakfı gibi kurumların işbirliğiyle gerçekleştirilen, akademisyenler, doktora öğrencileri, dış politikayla ilgili kurumlar, bakanlar tarafından Dış Politika Çalıştaylarında masaya yatırılan Türk dış politikası Konya ve Mardin'de tartışılmıştır. Konya ile ilgili çok açık bilgi yer almazken buradaki veriler ağırlıklı olarak Mardin Çalıştayına dayandırılmıştır. Burada da %51 ile akademisyenlerin çoğunluğu göze çarpmaktadır. Başbakanlığa bağlı kurumlar %9, STK/düşünce kuruluşları %9, milletvekilleri %9, Başbakanlık %5, Bakanlıklar %5, mülki amirlikler %2 oranında bulunmuştur.

Gençlik Programlarında ise çeşitli ülkelerden gelen 18-30 yaş arası gençler, İstanbul ve Ankara'da dış politikayla ve Türkiye ile kendi ülke ilişkileri konulu çeşitli seminerlere katılmış, Türk dış politikasıyla ilgili kurumları ve STK'ları ziyaret ederek yetkililerin bilgilendirme toplantılarına katılmışlardır. Gençlik programlarında da farklı ülkelerden gelen gençler Türk dış politikaları hakkında öncelikle Başbakanlığa bağlı kurumları (%17), Başbakanlığı (%16), Bakanlıkları (%13) ziyaret etmiş, sunumları dinlemiş ve bilgi almışlardır. Aynı zamanda akademisyenlerin (%13) verdikleri dış politika seminer vb katılmışlar, %10 medya, %10 STK/düşünce kuruluşları, %8 mülki amirlikler, %5 Diyanet İşleri Başkanlığı kurumlarını ziyaret ettikleri ve bilgilendirme sunumlarına katıldıkları görülmektedir.

Ülke Toplantılarının hepsi 24 farklı ülkede gerçekleştirilmiştir. Ülke Toplantılarında KDK'nın dışında ağırlıklı olarak SDE, YTB ve SAM'ın işbirliği ile dışişleri yetkilileri, Başbakanlığa bağlı kuruluşların yetkilileri ve akademisyenler Türkiye'nin iç ve dış politikalarını anlatmışlardır. Ziyaret edilen ülkelerin de devlet başkanları, parlamenterleri, düşünce kuruluşları, devlet bakanları, büyükelçileri, siyasi parti temsilcileri, milletvekilleri, akademisyenleri, dış politika uzmanları ve gazetecileri katılmışlardır. Ülke Toplantılarında %27 akademisyenler, %14 Başbakanlığa bağlı kurumlar, %10 STK/düşünce örgütleri, %5 Başbakanlık, %5 Bakanlıklar, %5 milletvekilleri, %5 büyükelçiler, %4 gazeteciler, %3 mülki amirlik yetkililerinin rol aldıkları görülmüştür.

Akil İnsanlar Konferans Serisinde bulunan aktörlerin dağılımı ise şöyledir: %36 gazeteciler, %19 akademisyenler, %9 STK/düşünce kuruluşları, %6 Bakanlıklar, %4 Başbakanlık, %4 mülki amirlikler, %3 milletvekilleri, %1 Başbakanlığa bağlı kuruluşlar. Akil İnsanlar Konferansı serisi konularında uzman kişilerin verdiği konferanslardan oluşmaktadır. Tüm konuklar KDK'nın yönetiminde SETA, USAK, SDE, İBB ve Medeniyetler İttifakı Enstitüsü, çeşitli üniversitelerin işbirliği ile Türkiye'de bulunmuşlardır. Konuşmacıların büyük bir çoğunluğu uluslararası ilişkilerin dışında din, felsefe, teoloji alanında uzman kişilerden oluşması dikkat çekicidir. Adı geçen konukların yanı sıra diğer konuşmacılar ve katılımcılar ağırlıklı olarak akademisyenlerden, hükümet kanadından ve düşünce kuruluşlarından oluşmaktadır. Basının çok büyük bir oranda yer alması bu toplantılarda moderatör, dinleyici olarak ya da röportaj amacıyla bulunmasından kaynaklanmaktadır.

Avrupa Toplantılarının baş aktörleri %53 oranında akademisyenler olurken, %22 oranında gazeteciler, %18 oranında KDK yetkililerinin olduğu görülmektedir. Avrupa'nın sorgulandığı toplantılarda Gil Anidjar (dinler tarihi-gazeteci), Susan Buck Morss (siyaset felsefesi), Ian Almond (dinler tarihi, edebiyat), Nilüfer Göle (Sosyoloji), Abdulvahab El-efendi (siyaset bilimi, İslami araştırmalar) katılmışlar Avrupa ve değerlerini tartışmışlardır. Hemen hepsi İstanbul Şehir Üniversitesi'nde yapılan toplantılara akademisyenler, gazeteciler ve öğrenciler katılmışlardır. Akademisyenler genel olarak moderatör olarak bulunsalar da paralel konularda konuşma yapmışlardır.

Panellerde de %46 ile akademisyenler, %18 KDK, %11 STK/düşünce kuruluşları, %7 Bakanlıklar, %4 Başbakanlık, %4 gazeteciler, %4 diğer kişi ve kuruluşların rol aldıkları tespit edilmiştir. Belli bir tema üzerine olmayan Panellerin ilkinde Amerika'nın durumu Doç.Dr. Waleed Hazbun, ikincisinde Türkiye-Afrika ilişkileri Afrikalı gazeteci, devlet adamı ve akademisyenler, üçüncüsünde Bosna Hersek ve Suriye'de yaşananlar Suriyeli araştırmacı gazeteci Mahmut Osman, Sloven Gazetesi Dnevnik'ten Ervin Hladnik Milharčič ve Dnevni Avaz Gazetesinden (Bosna-Hersek) Sead Numanović tarafından yapılan konuşmalarla değerlendirilmiştir. Paneller başlığı altındaki 7. Apisa Kongresi ve Uluslararası Asya Sempozyumu'nda da çeşitli Asya ülkelerinin dünyadaki konumu ve Türkiye ile ilişkileri masaya yatırılmıştır.

İstanbul Küresel Forumu hemen her kesimden uzmanın katıldığı bir faaliyet olmuştur. Buradaki aktörlerin dağılımı ise şu şekilde tespit edilmiştir: %14 Bakanlıklar, %14 Başbakanlık, %12 akademisyenler, %7 KDK, %9 STK/düşünce kuruluşları, %12 gazeteciler, %12 diğer, %7 Diyanet İşleri Başkanlığı/dini temsilciler, %5 Başbakanlığa bağlı kuruluşlar, %5 milletvekilleri, %5 mülki amirlik yetkilileri. Türkiye tarafından çoğunlukla “Davos” a alternatif bir zirve olarak değerlendirilen İstanbul Küresel Forumu'nun “Adalet” temalı ilk forumu devletin ve hükümetin en üst düzey yetkililerinin katılımıyla gerçekleşmiştir. Konuşmacılar ağırlıklı olarak başbakan, bakanlar ve dünya liderleri düzeyinde olmakla birlikte 24 ayrı oturumdan gerçekleşen forumda 200'e yakın her alandan (iş dünyası, sanatçı, din görevlisi, aktivist, bürokrat, akademisyen, gazeteci vs) konuşmacı olarak yer almıştır. Dünyadan da devlet başkanları, STK liderleri, yazarlar, akademisyenler, sanatçılar, din adamları, siyasetçiler ve medya mensupları katılmıştır. Katılımcıların ülkeleri: Türkiye ve diğer ülkeler (Filistin, Mısır, Libya, Bosna-Hersek, Pakistan, Tunus, Suriye, İslam İşbirliği Teşkilatı, Papalık Dinler Arası Diyalog Konseyi (Vatikan), BM Filistin Özel Raportörü, Alman Uluslararası İşbirliği Topluluğu, Endonezya, Sırbistan, Hindistan, İran, Arap Ligi Genel Sekreterliği, Kudüs Müftülüğü şeklindedir. “Mısır” özel gündemine de dünyanın her bölgesinden çok sayıda siyasi liderler, iş dünyası yöneticileri, akademisyenler, entelektüeller, STK liderleri, yöneticileri ve medya temsilcilerini bir araya gelmiştir. Mısır gündemli foruma ilişkin fazla ayrıntı bulunmadığı için sayısal değerlendirme yapılamamaktadır.

Gazeteci Heyetleri Programında değişik ülkelerden gazeteci grupları ülkemize gelerek dış politikayı şekillendiren kurum ve kuruluşlara ziyaretlerde bulunarak bilgilendirme toplantılarına katılmışlardır. Bu faaliyette yer alan aktörlerin dağılımı ise şöyledir: %15 Başbakanlığa bağlı kuruluşlar, %15 Bakanlıklar, %17 KDK, %9 Başbakanlık, %3 akademisyenler, %6 STK/düşünce kuruluşları, %18 medya/gazeteciler, %3 Diyanet İşleri Başkanlığı/dini temsilciler, %8 milletvekilleri, %4 mülki amirlik yetkilileri ve %2 diğer kişi ve kurumlar. Türkiye'nin uluslararası pozisyonu, vizyonu ve politikaları hakkında en yetkili kişiler aracılığıyla bilgilendirme yapıldığı bu programa çeşitli ülkelerin gazetecileri katılmakta; kendilerine cumhurbaşkanlığı, başbakanlık ve dışişleri bakanlığından ve ilgili kurumlardan yetkili kişilerle buluşma olanağı sunulmaktadır. Bugüne kadar Suriyeli,

İranlı, Lübnanlı, Türkmen, Arap, İspanyol, ABD'li ve Çinli gazeteciler ağırlanmıştır. Bilgi alma niteliğinde olan bu programda ziyaret edilen kurum ve birimler genel olarak şöyledir: Çeşitli Bakanlıklar, Başbakanlığa bağlı bazı birimler, Diyanet İşleri Başkanlığı TİKA, BYEGM, TRT Arapça Kanalı, AA, YEE, SDE, TUSKON, MÜSİAD, USAK, İTO, TUSİAD, Zaman, Yeni Şafak, Star Gazetesi, Kanal 24, CHA.

Yabancı Basını Bilgilendirme toplantılarının tamamı Bakanların (%45) birebir katılımı ile gerçekleşmiş, geri kalan yetkililerin hepsini de KDK (%55) yetkilileri oluşturmuştur. Türkiye’de mukim bulunan yabancı basın temsilcileri ile karar alıcı mekanizmalarda bulunan ve Türkiye’yi farklı şekillerde temsil eden bakanların bir araya geldiği bilgilendirme toplantılarıdır. Bugüne kadar Devlet Bakanı Bülent Arınç, Adalet Bakanı Sadullah Ergin, Ekonomiden Sorumlu Devlet Bakanı Ali Babacan, Avrupa Birliği ile ilişkilerden sorumlu Devlet Bakanı Egemen Bağış, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Taner Yıldız, Devlet Bakanı Faruk Çelik, Ak Parti Genel Başkan Yardımcısı ve Dış İlişkiler Başkanı Ömer Çelik, Eskişehir Milletvekili Nabi Avcı’nın Katılımıyla çeşitli konularda toplantılar düzenlenmiştir. Bülent Arınç ve Ali Babacan ikişer kez toplantılara katılmışlar. Bu toplantılara 112 yabancı, 12 Türk medya organı katılmıştır.

Kültür ve Tanıtım Faaliyetlerinin gerçekleşmesinde rol oynayan aktörlere bakılırsa; %19 Bakanlıklar %12 Başbakanlığa bağlı kuruluşlar, %12 Başbakanlık, %15 medya, %8 STK/düşünce kuruluşları, %4 mülki amirlik birimleri, %8 diğer kurum ve birimleri görmek mümkündür. Kültür ve Tanıtım Faaliyeti olarak; KDK ve Kültür Ve Turizm Bakanlığı’nın işbirliği ile CNN Int ve CNN US’da I-List Programı’nın Aralık 2011’deki konusu Türkiye’nin kültürel, sosyal, ekonomik, siyasi tanıtımının yapıldığı bir belgesel yayınlanmıştır. TİKA ve çeşitli STK’ların yurtdışındaki çeşitli çalışmaları belgesel olarak hazırlanmıştır. TRT Türkiye’de eğitimlerini tamamlamış kişileri belgeselleştirmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın desteğiyle CRR Senfoni Orkestrası ve Saraybosnalı müzisyenler Suriye için bir konser düzenlemiştir. Ayrıca TİKA’nın Somali’de gerçekleştirdiği kalkınma çalışmaları ve Karadağ’da yeniden inşa ettiği Nizam Cami’nin de birer belgeseli çekilmiştir.

4.6.2.5 KDK Faaliyetlerinin Ülke Dışı Katılımcılarının Geldikleri Ülkelere Göre Değerlendirilmesi

Yabancı Katılımcıların Geldikleri Bölgeye Göre Değerlendirilmesi	Sayı	Oran (%)
Balkanlar	12	7%
Avrupa	27	15%
ABD	14	8%
Ortadoğu ve Arap Ülkeleri	69	38%
Afrika Ülkeleri	19	10%
Kafkaslar ve Türki Cumhuriyetler	10	5%
Asya ve Uzak Doğu	18	10%
Diğer	13	7%
Toplam	182	100%

Tablo 48: Faaliyetlerde adı geçen yabancı katılımcıların geldikleri bölgeye göre değerlendirilmesi

Gerçekleştirilen etkinliklerde ülkemize konuşmacı/dinleyici/ziyaretçi olarak gelen ya da yurtdışı toplantılarında bulunan yabancı katılımcıların geldikleri bölgelere (Tablo 48) bakarsak Ortadoğu ve Arap Ülkelerinin ağırlığını görmekteyiz. Faaliyet metinleri içinde sadece adları ve ülkeleri belli olan katılımcıların bölgeleri bu tabloya dahil edilmiştir. Aynı ülkeden birden fazla katılımcı yer aldığı durumlarda da sadece ülkeleri dikkate alınmıştır. Gerek yurtiçi gerekse yurtdışında gerçekleşen etkinliklerde Ortadoğu ve Arap Ülkeleri'nin oranının % 38 ile diğer bölgelerden daha fazla görülme sıklığına sahip olduğu tespit edilmiştir. Bazı faaliyetlerde katılımcıların bilgileri ya bulunmamakta ya da kısmen yer almaktadır. Diğer katılımcıların geldikleri bölgelere göre dağılımlarının Avrupa (%15), Afrika ülkeleri (%10), Asya ve Uzak Doğu (%10), ABD (%8), Balkanlar (%7), Kafkaslar ve Türki Cumhuriyetler (%5), diğer ülkeler (%7) olduğu tespit edilmiştir.

Yabancı Basını Bilgilendirme Toplantılarına Davet Edilen Medya Organlarının Ülkelerine Göre Değerlendirilmesi	Sayı	Oran (%)
Balkanlar	2	2%
Avrupa	62	50%
ABD	18	15%
Ortadoğu ve Arap Ülkeleri	17	14%
Afrika Ülkeleri	0	0%

Kafkaslar ve Türki Cumhuriyetler	1	1%
Asya ve Uzak Doğu	7	6%
Rusya	5	4%
Yabancı Dilde Yayın Yapan Türk Medyası	12	10%
Toplam	124	100%

Tablo 49: Yabancı Basını Bilgilendirme Toplantılarına Davet Edilen Medya Organlarının Ülkelerine Göre Değerlendirilmesi

Bakanların konuşmacı olarak yer aldığı “Yabancı Basını Bilgilendirme” toplantılarına çok sayıda uluslararası medya katılmış ancak bu toplantılara katılan medya organlarının ülkelerine yabancı katılımcıların sınıflandırıldığı bu tabloda yer verilmemiştir. Bakanların bilgilendirme yaptıkları bu toplantılara çağırılan medya organlarının orijinal ülkeleri daha önce Tablo 43’te gösterilmiştir. Bu toplantılara (Tablo 49) ağırlıklı olarak uluslararası medyayı elinde bulunduran Avrupalı (%50) ve Amerikan (%15) basının davet edildiği tespit edilmiştir. Diğer ülke basınının görülme sıklığına bakılırsa; Ortadoğu ve Arap Ülkeleri (%14), Asya ve Uzakdoğu (%6), Rusya (%4), Balkan Basını (%2) ve Türki Cumhuriyetler Basını (%2) olarak tespit edilmiştir.

Agence France Press, Economist Intelligence Unit, Financial Times, Reuters, Al Jazeera English, Süddeutsche Zeitung, Der Tagesspiegel, Deutschlandfunk, Deutsche Welle Radyosu, El İktisadi Dergisi, The Guardian, Le Figaro, Le Monde, Nikkei, The Economist, El Periodica De Catalunya, Politis Newspaper gibi yabancı basını toplantılarda görürken, Hurriyet Daily News, Today’s Zaman (%10) gibi yabancı dilde yayın yapan Türk medyası da görülmektedir.

4.6.2.6 KDK Faaliyetlerinin Ülke Dışı Katılımcıların Statülerine Göre Değerlendirilmesi

Gerek yurt içinde gerekse yurtdışında yapılan faaliyetlere çok sayıda farklı meslek gruplarından katılımcılar olmuştur. Katılımcıları belli başlı statüler doğrultusunda değerlendirmek gerekirse karşımıza aşağıdaki gibi bir tablo (Tablo 50) çıkmaktadır. Burada da yine metinlerde somut olarak adı ve sayısı geçen katılımcılar dikkate alınmıştır.

Yabancı Katılımcıların Statüleri	Sayı	Oran (%)
Devlet Başkanı/ Devlet Başkanı Temsilcisi	14	2%
Bakan	27	4%
Parlamente/ Siyasetçi	36	5%
Büyükelçi/Diplomat	6	1%
Akademisyen/Üniversite	115	16%
Öğrenci	275	38%
Gazeteci/Medya Kuruluşu	168	23%
STK/Düşünce Kuruluşu	35	5%
Dini Lider/Dini Kuruluş	11	2%
Diğer	46	6%
Toplam	733	100%

Tablo 50: Yabancı katılımcıların statülerinin dağılımı

Tablo 50’de yer alan katılımcıların büyük bir çoğunluğunu Gençlik Programları kapsamında ülkemize gruplar halinde gelen gençler oluşturmaktadır. Faaliyetlerdeki yabancı katılımcıların arasında öğrenci gruplarının genele oranı %38 olmuştur. Gazeteci/medya kuruluşlarının görülme sıklığı da %23 olmuştur. Özellikle Gazeteci Heyetleri Programı ile çok sayıda Suriyeli, İranlı, Lübnanlı, İspanyol, Amerikalı, Afrikalı, Çinli, Türkmen ve Arap gazeteciler Ankara ve İstanbul’da dış politika ile ilgili kurum ve birimleri ziyaret etmiş, bir dizi bilgilendirme toplantılarına katılmışlardır.

Başta Akil İnsanlar Konferans Serisi, Ülke Toplantıları ve Avrupa Toplantıları olmak üzere bu grup faaliyetlere çok sayıda akademisyen konuşmacı olarak katılmış ya da çeşitli üniversitelerin işbirliği ile bu toplantılar gerçekleştirilmiştir. Akademisyen/üniversitelerin oranı %16 olarak tespit edilmiştir. Diğer katılımcıların dağılımları şu şekilde sıralanmaktadır: Parlamento/ Siyasetçiler %5, STK/Düşünce Kuruluşları %5, Bakanlar %4, Devlet Başkanı/ Devlet Başkanı Temsilcileri %2, Dini Lider/Dini Kuruluşlar %2, Büyükelçi/Diplomatlar %1 Diğer grupların 6% olarak Türk kamu diplomasisi faaliyetlerinde katılımları izlenmektedir.

Ülke Toplantılarının hemen hemen hepsi bu ülkelerde dış politikayla ilgili kamu ve özel kurum/kuruluşlar, üniversiteler (%16) ve STK’lar/Düşünce Kuruluşları (%5) aracılığıyla toplantılar gerçekleştirilmiştir. Yurtdışında ortaklaşa toplantılar gerçekleştirilen kurum ve kuruluşlar ise şöyledir: Royal United Services Institute’da (İngiltere), The Hellenic Foundation for European and Foreign Policy (ELIAMEP)

(Yunanistan), Sasakawa Barış Vakfı (Japonya), Katar hükümeti, Project on U.S. Relations with the Islamic World ve Brookings Enstitüsünün (ABD), The Middle East Institute (ABD-2), Kahire Türk Araştırmaları Merkezi (KATAM), Kahire Amerikan Üniversitesi (Mısır), Kudüs Siyasi Çalışmalar Merkezi (Ürdün), Al Youm El Sabea Stratejik Araştırmalar Merkezi Al-Ahram Politik ve Stratejik Araştırmalar Merkezi (Mısır), Malezya Uluslararası İslam Üniversitesi (Malezya), Uluslararası Saraybosna Üniversitesi (Bosna-Hersek), Arap Düşünce Forumu (ATF) (Ürdün), Fransız Uluslararası İlişkiler Enstitüsü'nde (IFRI) (Fransa), Yemen Demokratik Uyanış Hareketi (TAWQ), Konrad Adenauer Vakfı ve Humboldt Üniversitesi, Uluslararası ve Kültürlerarası Diyalog Enstitüsü (Almanya), Kuveyt Üniversitesi Arap Körfezi ve Arap Yarımadası Merkezi (Kuveyt), Fransa İslam Konseyi (Fransa), Moritanya Ecole Nationale d'Administration (ENA) (Moritanya), Arab Association for Prospection (AAFP) (Tunus).

Akil Adamlar Konferans serisinde Amerika, İngiltere, Finlandiya, Almanya'dan gelen katılımcıların dışındakilerin neredeyse tamamı Ortadoğu ve Müslüman Afrika ülkelerinden gelmişlerdir. Katılımcıların ülkeleri uzmanlık alanları ise aşağıdaki gibidir. Ortadoğu ve Arap ülkeleri dışında Avrupa ve ABD'den gelen konuşmacıların da büyük bir çoğunluğunun din, felsefe, Ortadoğu siyaseti gibi alanlarda uzman olduğu görülmüştür:

- Prof. Dr. Seyyid Hüseyin Nasr: İslam düşünürü/ Prof. Dr. Harvey Cox: Hristiyanlıktaki teolojik gelişmeler yazarı.
- George Friedman: Amerikan araştırma kuruluşu Stratfor'un başkanı, uluslararası ilişkiler uzmanı ve stratejist.
- Şevket Aziz: Eski Pakistan Başbakanı
- Roger Cohen: New York Times gazetesi köşe yazarı
- Hans Blix: Uluslararası Atom Enerjisi Kurumu Eski Başkanı, İsveçli siyasetçi ve diplomat.
- Sir Jeremy Greenstock: Emekli İngiliz Diplomat İngiltere'nin eski Irak Özel Temsilcisi
- David Burrell: Felsefe ve Teoloji Profesörü
- Fehmi Hüveydi: Mısırlı gazeteci-yazar

- Martti Ahtisaari: 2008 Nobel Barış Ödülü sahibi, eski Finlandiya Cumhurbaşkanı ve Bağımsız Türkiye Komisyonu Başkanı.
- Joschka Fischer: Eski Almanya Dışişleri Bakanı / Jack Straw: Eski İngiltere Dışişleri Bakanı.
- Arap Baharı Çalıştayı'nda ise; Türkiye, Mısır, Gazze, İtalya, ABD, İngiltere, İsviçre, Tunus, Danimarka, Almanya, Katar, Ürdün ve Çin'den 62 akademisyen, dış ilişkiler uzamanı, diplomat, gazeteci düzeyinde katılımcı olarak yer almış ve görüş sunmuştur.
- Günter Verheugen: Avrupa Komisyonu Eski Başkan Yardımcısı.
- Abdülbari Atvan: Filistin asıllı gazeteci-yazar
- Fawaz A.Gerges: London School of Economics'in Orta Doğu Programı Direktörü, yazar ve gazeteci.
- Wadah Khanfar: Katar merkezli El Cezire televizyonunun eski Genel Müdürü, Şark Forum adlı bağımsız düşünce kuruluşunun başkanı.
- Todd Lewis: Holy Cross Üniversitesi Öğretim Üyesi, dinler tarihi uzmanı.
- Tevekkül Karman: Nobel Barış Ödülü sahibi Yemenli gazeteci.
- Prof. Dr. Ali Mazrui: "Yaşayan En Başarılı 100 Halk Entelektüeli" arasında gösterilen Kenyalı profesör.

"Avrupa'nın ve değerlerinin tartışıldığı, eleştirel olarak ele alındığı Avrupa Toplantıları'nda Avrupa ile ilgili çalışmalar yürüten düşünür ve akademisyenleri konuk edilmektedir. Konuşmacıların uzmanlık alanları aşağıdaki gibidir.

- Gil Anidjar: Columbia Üniversitesi Öğretim Görevlisi ve Yazar. Columbia Üniversitesi Dinler Tarihi ile Orta Doğu, Güney Asya ve Afrika Çalışmaları (MESAAS) bölümlerinde politik-teolojik çözümlemeli dersler vermektedir.
- Prof. Dr. Susan Buck-Morss: Cornell Üniversitesi Siyaset Felsefesi Profesörü. Modernite, Batı Siyasi felsefesi ve İslamiyet konularında uzman. Siyasal görüşler, siyaset ve din, İslamcılık vb. konular üzerine dersler vermektedir.
- Prof. Dr. Ian Almond: Georgia State Üniversitesinde karşılaştırmalı edebiyat, dinler ve tarih konusunda çalışmalar yapmaktadır. Uzmanlık

alanları Güney Asya edebiyatı, sömürgecilik sonrası edebiyat teorisi, din ve edebiyat ile İslami simgelemelerdir.

- Prof.Dr.Nilüfer Göle: Paris'teki Ecole des Hautes Etudes et en Sciences Sociale'de öğretim üyesidir.
- Abdulvahab El Efendi: Müslüman dünyasının önde gelen düşünürlerinden, Sudanlı siyasetbilimci, yazar.
- Maha Azam: Chatham House'da, Orta Doğu ve Kuzey Afrika Programında Siyasal İslam uzmanı. İslam ve küreselleşme, Orta Doğu siyaseti, Orta Doğu'daki İslamcı gruplar ve El Kaide ideolojisi üzerine çalışmalar yapıyor.

Avrupa Toplantıları'na Kolombiya, Amerika, Fransa, İngiltere ve Sudan'dan katılan konuşmacıların çoğunluğunun ortak çalışma alanlarının siyaset, din, tarih ve sosyoloji olduğu gözlemlenmektedir.

“Paneller” başlığı altında yer alan toplantılarda görüş ve bilgilerini aktaran uzmanların bilgisi ise şöyledir:

- Doç. Dr. Waleed Hazbun: Beyrut Amerikan Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü Öğretim Üyesi ve Center for Arab and Middle East Studies (CAMES) Direktörü.
- “Türkiye-Afrika İlişkileri: Ortak Kader, Ortak Gelecek Paneli”nde;
 - Abdul Nur: Cezayirli sosyolog.
 - Abdi Aynte: Al Jazeera Somali Editörü.
 - Abdirashid Hashi: Somali devletinin "akıl hocası" olarak tanınan gazeteci ve akademisyen.
 - Ebubekir Efendi'nin torunu olan Stellenbosch Üniversitesi Öğretim Üyesi Dr. Muhammed Rasheed Begg konuşmacı olarak katılmışlardır.
- “Bosna-Hersek ve Suriye'ye Örneklerinde Uluslararası Toplumun Duruşunu Anlamak” adlı toplantıya konuşmacı olarak Suriye, Bosna-Hersek ve Slovenya'dan yaşananların tanığı gazeteciler katılmıştır. Katılan gazeteciler şunlardır:
 - Mahmut Osman: Suriyeli araştırmacı gazeteci

- Ervin Hladnik Milharčič: Sloven Gazetesi Dnevnik yazarı
- Sead Numanović: Dnevni Avaz Gazetesi yazarı- Bosna-Hersek.

Dünya çapında siyasi liderler, akademisyenler, iş dünyasından yöneticiler, kanaat önderleri, STK liderleri, sanatçılar, yazarlar ve medya mensuplarının biraraya geldiği “Adalet” temalı İstanbul Küresel Forumu’nda bir çok ülkeden onlarca katılımcı bulunmuştur. Türkiye’den katılan siyasi liderler, iş adamları, dini liderler, STK liderleri, sanatçılar, akademisyenler dışında diğer katılımcıların genel olarak Pakistan, Tunus, Suriye, Mısır, Filistin, Libya, Bosna-Hersek gibi ülkelerin yöneticileri, dini, toplumsal, siyasi örgütlerinin liderlerinin olmasının yanı sıra; İslam İşbirliği Teşkilatı Genel Sekreteri, Arap Ligi Genel Sekreteri, Vatikan’da bulunan Papalık Dinler Arası Diyalog Konseyi Genel Sekreteri, BM Filistin Özel Raportörü, Kudüs Başmüftüsü, Alman Uluslararası İşbirliği Topluluğu Başkanı, Uluslararası Kriz Grubu Türkiye ve Kıbrıs Proje Direktörü, Endonezya Muhammediye hareketi lideri gibi örgütler de bu foruma katılmışlardır. Bu toplantıda göze çarpan, katılımcı ülkelerin ve örgütlerin tamamına yakınının Ortadoğu ve diğer İslam ülkelerinden olmasıdır.

İstanbul Küresel Forumu “Mısır” özel programına da farklı ülkelere siyasi liderler, iş adamları, dini liderler, STK liderleri, sanatçılar, akademisyenler katılmıştır.

Bakanlar aracılığıyla yürütülen Yabancı Basını Bilgilendirme Toplantılarına ağırlıklı olarak dünyanın önemli, büyük yayın organları davet edilmiştir. 12’si uluslararası Türk yayın organları olmak üzere toplam 124 basın mensubu katılmıştır.

4.6.2.7 KDK Faaliyetlerinin Otoritesine ve Kaynağına Göre Değerlendirilmesi

Başbakanlığa bağlı bir kurum olan KDK’nın resmi web sitesinde yer alan faaliyetlerin %100’nün bağlı olduğu yürütme organının iradesi dahilinde gerçekleştirildiğinin altı çizilebilir. KDK, doğrudan Başbakanlık ve Dış Politika birimlerinin dahil olduğu faaliyetler gerçekleştirirken diğer yandan, Başbakanlığa bağlı dış ilişkiler birimi ya da Bakanlıkların otoritesi ile yürütülen faaliyetlerin eşgüdümünü de sağlamaktadır. Tüm bu faaliyetler aracılığıyla, hükümetin iç ve dış politikasını ya da Koordinatörlüğün deyimiyle “Yeni Türkiye’nin hikayesini” yurt içi

ve yurt dışında anlatılmaktadırlar. Yani tüm mesajların kaynağının Başbakanlık, Bakanlıklar, KDK ve dış politikayla ilgili diğer kurumlar olduğu görülmektedir.

4.6.2.8 KDK Faaliyetlerinin Biçimi Yönünden Değerlendirilmesi

KDK faaliyetleri biçimsel olarak değerlendirilirse aşağıdaki tablodan (Tablo 51) Siyasal Enformasyona yönelik çalışmaların ağırlık kazandığı görülmektedir. Kültürel diplomasiye dönük çalışmaların ise siyasal enformasyon yaratımı ve dağıtımı karşısında daha az yer teşkil ettiği görülmektedir.

	Faaliyetin Biçimi	Sayı	Oran (%)
Siyasal Enformasyona Yönelik	Çalıştay	12	7%
	Seminer	8	4%
	Konferans	40	22%
	Panel	22	12%
	Sempozyum	1	1%
	Kongre /Forum	5	3%
	Bilgilendirme Toplantısı	14	8%
	Dış ilişkiler aktörlerine yönelik bilgilendirme ziyareti	26	15%
	Sunum	15	8%
	Resmi Temas	9	5%
Kültürel Diplomasiye Yönelik	Eğitim Fuarı	1	1%
	Konser	1	1%
	Kalkınma ve Yardım Programları	3	2%
	Kültürel-Turistik Gezi	15	8%
	Belgesel	6	3%
	Toplam	178	100%

Tablo 51: KDK faaliyetlerinin biçimi yönünden değerlendirilmesi

Tablo 51’de görüldüğü üzere faaliyetlerin %22’si konferans, %12’si panel şeklinde yapılmıştır. Türk gençlerine yönelik kamu diplomasisi ve Türk dış politikası ve ilgili kurumlar anlatılırken paneller ağırlık kazanmıştır. Konferansların bir kısmı Ülke Toplantıları Programı dahilinde karşılıklı verilirken, büyük bir kısmı da ülkemize gelen Akil Adamlar Konferans Serisinde düzenlenmiştir. Dış ilişkiler aktörlerine yönelik bilgilendirme ziyaretlerinin %15 olduğu görülmektedir. Ağırlıklı olarak Dış Politika Tanıtım Programlarında öğrenciler, Gazeteci Heyetleri Programında da gazeteciler dış politikayı şekillendiren ve destekleyen kurumları

ziyaret etmişler, buralarda çeşitli sunum, konferans ve panellere katılmışlardır. Bu programların içindeki dış politika ve hükümet faaliyetlerine ilişkin sunumların dağılım oranı da %8'dir. Hedef kitlelere ulaşmada kullanılan diğer faaliyet biçimi ve iletişim yöntemlerini şöyle sıralamak mümkündür; Bilgilendirme toplantısı %8, Çalıştaylar %7, Resmi temaslar %5, Seminer %4, Belgeseller %3, Sempozyum %1, Kültürel-Turistik Gezi %8, Kalkınma ve Yardım Programları %3, Konser %1 oranında bu faaliyetlerde kullanılmıştır.

4.6.2.9 KDK Faaliyetlerinin Konusu Doğrultusunda Değerlendirilmesi

Tüm faaliyet metinleri incelendiğinde genel olarak Türk hükümetinin “yeni” dış politikalarını tanıtmaya gayesi içinde olduğu görülmektedir. Kamu diplomasisinin üç temel ayaklarından biri olan “dış politika”nın ve bu dış politika tanıtımının Türkiye Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü aracılığıyla yoğun olarak işlendiği görülmektedir.

Faaliyetlerin Konusu	Sayı	Oran (%)
Türkiye'nin Kamu Diplomasisi	35	9%
Hükümetin genel (ekonomik, siyasi, sosyal vb) politikaları ve değişimi	70	19%
Türkiye'nin yeni aktif dış politikası ve dünyadaki rolü	74	20%
Arap Baharı ve Türkiye'nin Ortadoğu Politikaları	51	14%
Türkiye'nin çeşitli Arap ülkeleriyle ilişkileri ve politikaları	25	7%
Türkiye'nin çeşitli Avrupa ülkeleri ve AB ile ilişkileri	16	4%
Türkiye'nin çeşitli Afrika ülkeleriyle ilişkileri	9	2%
Türkiye-ABD ilişkileri	3	1%
Türkiye-Kafkaslar/Türki Cumhuriyetler ilişkileri	2	1%
Türkiye-Balkan ülkeleri ilişkileri	2	1%
Türkiye-Asya ve Uzak Doğu ülkeleri ilişkileri	6	2%
İslam Dini ve İslam Dünyası/ Dini Değerler	26	7%
Türkiye'nin sosyal ve kültürel tanıtımı	4	1%
Kültürlerarası diyalog/Kültürel işbirliği	15	4%
Diğer	33	9%
Toplam	371	100%

Tablo 52: KDK faaliyetlerinin konusu açısından değerlendirilmesi

Konusu ve yönelimi açısından incelendiğinde faaliyetlerin (Tablo 52) ağırlık noktasının Türkiye'nin yeni aktif dış politikasının ve dünyadaki rolünün (%20) oluşturduğunu söylemek mümkündür. Kamu diplomasisi faaliyetleriyle “Yeni Türkiye'nin yeni hikayesi”nin anlatıldığı ifade edilirken, Türkiye'nin AKP hükümetiyle 10 yıl içinde çoklu ve aktif bir dış politikaya geçiş yaptığına vurgu yapılmakta ve bu durum faaliyetlerin büyük bir kısmında tekrarlanmaktadır. Dış politikanın yanı sıra hükümetin politikaları çerçevesinde 10 yılda Türkiye'nin demokratik, siyasi, ekonomik ve sosyal gelişimine 70 (%19) faaliyette değinilmiştir. Hükümet faaliyet ve politikaları işlenirken; “güçlenen büyüyen Türk ekonomisi, ekonomik-siyasi istikrar, demokratik açılım, aktif dış politika ve sıfır sorun, güven ortamı, küresel barışın temsilciliği, köklü yapısal reformların” altı çizilmektedir.

2010 yılında Arap Baharı'nın başlangıç zamanlarında kurulan KDK'nın faaliyetlerinde en sık işlenen konulardan biri de doğal olarak Arap Baharı ve Ortadoğu politikaları (%14) olarak gelişmiştir. Bu paralelde Türkiye ve çeşitli Arap ülkelerinin ilişkilerinin, Türkiye'nin bu bölgedeki politikalarının irdelendiği faaliyetlerin oranının (%7) ile diğer ülke ve bölgelerden daha fazla olduğu görülmektedir. Türkiye'nin son dönem iktidar partisinin politikaları ve Arap dünyasında yaşananların etkisiyle de faaliyetlerin konu başlıklarında İslam Dinine, İslam Dünyasına, dini değerlere, din olgusuna (%7) sıkça rastlanılmaktadır.

Türkiye'nin kamu diplomasisi çalışmaları (%9) ve bu çalışmaları yürüten kurumların tanıtılmasına özen gösterilmiş ve özellikle Üniversite Programlarında ve Gazeteci Heyetleri Programlarında daha sık bu tür çalışmalara rastlanmıştır. Diğer (%9) konu başlığı altında özellikle Akil İnsanlar Konferanslar Serisi, Avrupa Toplantıları ve Paneller Programı'nda küreselleşme, yeni dünya düzeni, dünyadaki gelişmeler Ortadoğu'da yaşananlar, Avrupa ve ABD'nin politikaları, Avrupa kimliği, İslamafobi, çeşitli ülke ilişkileri, adalet, demokrasi gibi konular yer almaktadır.

Türkiye'nin çeşitli Avrupa ülkeleri ve AB politikaları ise %4 oranında yer almaktadır. Benzer biçimde kültürlerarası diyalogun işlendiği, kültürel işbirliğinin gösterildiği ve hayata geçirilen kültürel faaliyetlerin oranının da yine %4 olduğu görülmektedir. Bu faaliyetler kapsamında da Ortadoğu ve Afrika ülkelerine yönelik yapılan kültürel çalışmalar yoğunluk kazanmaktadır.

%2 Afrika ülkeleri, %2 Asya ve Uzak Doğu ülkeleri ile ilişkiler konu alınmıştır. Türkiye-ABD ilişkileri %1, Türkiye- Kafkaslar/Türki Cumhuriyetler ilişkileri %1, Türkiye-Balkan ülkeleri ilişkileri %1 oranında konu edilmiştir. Türkiye'nin siyasetin dışında kültürel ve sosyal tanıtımı ise % 1 oranında tüm konular içinde yerini almaktadır.

4.6.2.10 KDK Faaliyetlerinin Siyasal Enformasyon ve Kültürel Diplomasi Bağlamında Değerlendirilmesi

KDK'nın resmi internet sitesinde "Faaliyetler" ana başlığı altında yer alan tüm faaliyetler Diebel ve Roberts'in (1976) katı (enformasyonel) ve esnek (kültürel iletişim) yaklaşımlarından yola çıkarak "Siyasal Enformasyon" ve "Kültürel Diplomasi" ana başlıkları altında incelenmiştir.

Daha önceki sayfalarda da açıklandığı üzere faaliyetlerde öne çıkan değerler ve söylemler "Siyasal Enformasyon" ve "Kültürel Diplomasi" kriterlerinde değerlendirilirken çeşitli alt başlıklar çerçevesinde konuya yaklaşmıştır.

Siyasal Enformasyon kapsamında

- "Bilgilendirme"
- "İkna"
- "Dünyada Son Dönem Yaşanan Gelişmelere Yönelik İfadeler"

Kültürel Diplomasi kapsamında ise

- "Diyalog"
- "Projeler"
- "Uluslararası Medya ve Yayınlar"

alt başlıkları altında faaliyetlerde öne çıkan değerler/söylemler hakkında aşağıdaki verilere ulaşılmıştır.

Siyasal Enformasyon	Bilgilendirme	Türkiye'nin Politikalarıyla İlgili Bilgilendirme Söylemleri	Sayı	Oran (%)
		Türkiye yeni çok yönlü/geniş/aktif bir dış politikaya sahiptir	222	32%
		Türkiye yeni iç politikalara sahiptir	105	15%
		Türkiye'nin son 10 yıllık değişim süreci/reformları	135	20%
		Türk dış politikasının yeni aktörlere sahiptir	204	29%
		Yeni Türkiye'nin yeni bir hikayesi var	26	4%
		Toplam	692	100%

Tablo 53: Siyasal Enformasyon kapsamında Türkiye'nin politikalarıyla ilgili bilgilendirme söylemlerinin değerlendirilmesi

Türkiye'nin dış politika ve dışışleri ile ilintili dış ve iç politikaları hakkında bilgilendirme söylemlerine (Tablo 53) bakıldığında kamu diplomasisinin bir dış politika hareketi olduğunu dikkate alırsak, söylemler içinde dış politikanın en fazla yer alıyor olması olağan karşılanabilir. Bu kapsamda yeni Türk dış politikasının tek yönlü olmayan, farklı bölge ve ülkeleri de kapsayan özellikle çok yönlü, geniş ve aktif dış politika olarak tanımlanıyor olması dikkat çekmektedir. %32 oranla çoklu/aktif dış politikaya vurgu yapılırken, % 29 ile Türk dış politikasının yeni aktörleri tanıtılmakta, anlatılmaktadır. Dış Politika Tanıtım Toplantıları, Gazeteci Heyetleri Programları ve Gençlik Programları kapsamında bu etkin ve yeni aktörleri tanıtmaya ziyaretleri gerçekleştirirken, diğer birçok çalışmanın da bu birimler aracılığıyla ve/veya ortaklığıyla gerçekleştirildiği görülmektedir. Örneğin Yunanistan Programı'nda Ak Parti Milletvekili Ömer Çelik (7 Ekim 2010) *"10 yıl öncesine göre dış politikamız daha da güçlenmiştir. Bugün çok boyutlu bir dış politika izliyoruz. Dış politikada en devrimci adımları atmış hükümetiz"* şeklinde bu politikayı dile getirmektedir.

Özellikle AKP hükümetinin iktidara geldiği 2003 yılından bu yana son 10 yıllık süreç içinde Türkiye'nin iç ve dış politikada yeni reformlar yaptığı, bu reformlar ve yeniliklerle Türkiye'yi dış politika platformunda ve iç siyasi ve toplumsal değerlerde olmadığı kadar ileriye götürdüğüne %20 sıklıkla vurgu yapılmaktadır. Yeni iç politikalar da %15 oranında vurgulanmaktadır. Devlet Bakanı Faruk Çelik (13 Ocak 2011)Yabancı Basını Bilgilendirme Toplantılarında *"Köklü yapısal reformlara imza attık. Sosyal güvenlik reformunun hayata geçirilmesi, Genel Sağlık Sigortası'nın uygulamaya konması, Anayasa değişikliği, 1 Mayısın tatil ilan edilmesi, idamın ve DGM'lerin kaldırılması gibi birçok reforma imza atarak; sosyal devlet anlayışının geliştirilmesi ve demokrasimizin çitasının yükseltilmesi hususunda önemli mesafeler katettik. Komşularla sıfır problem politikasını hayata geçirerek, ülkemizi hem bölgesel düzeyde hem de küresel düzeyde güvenli bir liman haline getirdik."* şeklinde AKP hükümetinin yaptığı çalışma ve iç politika kararlarından örnek vermektedir.

Türkiye'nin yeni bir hikayesi ise öne çıkan söylemler arasında %4 oranında yer almaktadır. Mardin Dış Politika Çalıştayında ilk KDK Koordinatörü Doç. Dr. İbrahim Kalın (7 Haziran 2012) Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü kurulurken,

‘Türkiye’nin dünyaya anlatacağı yeni bir hikayesi var’ düşüncesiyle yola çıktıklarını vurgulamıştır.

Son dönemde Yeni Türkiye’ye vurgu yapılırken, geriye dönüp Osmanlı ve ilk dönem Türkiye Cumhuriyeti dış politikasıyla da bir karşılaştırma yapmak gerekirse; Demir’e göre Osmanlı İmparatorluğu yüzyıllar boyunca sert güçle ülkeleri fethederken, yumuşak güçle ülke insanlarının kalbini fethetmiştir. Adalet, hoşgörü ve tolerans Osmanlı’nın yumuşak gücünün temellerini oluşturmaktaydı (2012: 179). Ancak Sander’e göre de 18. yy’ın sonlarına kadar Osmanlı İmparatorluğu’nun öteki devletlerle ilişkilerini “diplomasi” ya da “dış politika” kavramlarıyla açıklamaya çalışmak yanıltıcı olur (2010: 13-64-119).

Osmanlı 18.yy’ın sonlarına değin kendini Avrupa ülkelerinden üstün gördüğü, kendinden güçsüz olan devletler nezdinde sürekli olarak temsil edilmeyi küçüklük olarak kabul ettiği için“ad hoc/tek yanlı” diplomasi yöntemini uygulamıştır. Yükseliş döneminde *“kendine yeterlilik”* ilkesini benimsemiş, bu sebeple başka ülkelerle ilişkileri önemsememiştir. 1699 sonrası savaş ve yayılma politikasından tamamen vazgeçen Osmanlı, devlet varlığının devamlılığını birinci derecede diplomasiye bağlamış ve bu varlığı sürdürebilmek için de Avrupa denge politikasından yararlanma politikasına, Batı’daki yenilikleri alma yoluna geçmiştir. 18.yy sonrası artan dış ilişkiler, diplomasi ve diplomatik ilişkiler ağırlıklı olarak İmparatorluğun devamlılığı üzerine kurulmuştu. Daha önce de belirtildiği üzere Erdoğan (1999) Osmanlı’nın diplomasi hareketini ve dış politikanın temel ilkelerini; *“1699-1856, toprakları kaybetmemek”, “1856-1878, toprak bütünlüğünü ülke içindeki ayrılıkçı hareketlere karşı korumak” ve “1878-1908, devletin kendi haline kalması”* şeklinde üç döneme ayırmaktaydı.

Osmanlı İmparatorluğu’nun yıkılmasının ardından kurulan Türkiye Cumhuriyeti devleti siyasi, ekonomik, hukuki, sosyal olarak çağdaşlık seviyesine hızlı şekilde ulaşabilmek için yüzünü gelişmiş Batı’ya çevirmiş ve reformlarını Batılı yöntemlerle yapmaya çalışmıştır. Dış politika ilkesi olarak da Atatürk *“Yurtta sulh, cihanda sulh”* diyerek yeni Türkiye’nin barışçıl dış siyaset modeli ve ilkesini ortaya koymuştur. Milli Mücadele yıllarında *“bağımsızlık diplomasisi”* uygulayan yeni hükümet diplomatik faaliyetlerini *“ülkenin düşmandan kurtarılması ve milli sınırların korunması üzerine”* kurgulamıştı. Cumhuriyet’in ilanı sonrasında Lozan

Antlaşması’yla ortaya konan esasların uygulanması, büyük devletlerle olan ilişkilerin normalleştirilmesi, komşularla dostluk ilişkilerine gidilmesi bu dönem dış politikasının en temel özellikleri olmuştur. Atatürk’ün uyguladığı dış politika, milli menfaate dayanan, millet yararına politika anlamına gelen milli siyasete dayanmaktadır. Sonraki dönemlerde de Türk dış politikası, Batıcı, barışçıl ve büyük güçlüklerle elde ettiği bağımsızlık ve toprak bütünlüğünü korumak amacıyla statükocu olmuştur. Osmanlı’nın son dönemine damgasını vuran savunmacı, tedbirli, içe kapanık diplomasi anlayışı Cumhuriyet sonrası da uzun yıllar devam etmiştir.

1920’li yıllarda kendini dünya kamuoyunda “Yeni Türk Devleti” olarak ispatlamaya çalışan Türkiye Cumhuriyeti, 2000’ler sonrasında da yürütmeyi elinde bulunduran iktidar partisi tarafından yine “Yeni Türkiye” kavramı ile karşımıza çıkmakta, daha önce uygulanan dış politikalarından farklı olarak aktif, çok yönlü özellikle Arap ve Afrika ülkeleriyle daha yakın ilişkiler kurulduğunun, 90 yıldır unutulan ortak geçmiş ve tarihi canlandırarak bu ülkelere ağırlık verildiğinin, komşularla “sıfır sorun” odaklı bir dış politikanın altı çizilmektedir.

Siyasal Enformasyon	Bilgilendirme	Türkiye'nin İlişkileriyle İlgili Bilgilendirme Söylemleri	Sayı	Oran (%)
		Türkiye Ortadoğu’da destekleyici/barışçıl/çözüm odaklı role sahiptir	260	53%
		Türkiye’nin AB üyeliği sürecinin devamlılığı	90	18%
		Türkiye - Avrupa ülkeleri arasında işbirliği ve diyalog	49	10%
		Türkiye- ABD işbirliği	30	6%
		Balkanlar, Asya ve diğer ülkelerle ilişkilerinde ve dünyadaki olaylara karşı duyarlıdır	66	13%
		Toplam	495	100%

Tablo 54: Siyasal Enformasyon kapsamında Türkiye’nin ilişkileriyle ilgili bilgilendirme söylemlerinin değerlendirilmesi

2010-2013 yıllarını kapsayan kamu diplomasisi faaliyetlerinde Türkiye’nin çeşitli bölge ve ülkelere ilişkin politikalarının ifade edildiği Tablo 54’te %53 oranında ağırlıklı olarak Ortadoğu’ya ilişkin politikaları ve yaklaşımının dile getirildiği izlenmiştir. 2010 yılında Ortadoğu’da Arap ülkelerinde başlayan gelişmeler ve Arap Baharı olarak adlandırılan olaylar doğal olarak bu bölgeye çok yakın coğrafyada bulunan Türkiye’nin dış politikasını da çok yakından etkilemiştir. Türkiye’nin bu bölgede yaşanan devrim hareketlerini desteklediği, ülkeler, halklar ve hükümetler arasında arabulucu bir rol üstlendiği, özellikle halkların haklarına yönelik çözüm

odaklı tutum sergilediği ve olayların barışçıl çözümlenmesi için çaba gösterdiği sıkça tekrarlanmıştır.

Amerika Programı-1’de İbrahim Kalın (12 Nisan 2011) “*Libya’daki gösterilerin başlamasından kısa süre sonra Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın Kaddafi ve oğlu ile birkaç kez telefon görüşmesi yaptığını ve Kaddafi’ye, demokratik sürece doğru barışçıl geçişe izin vermesi yönünde çağrıda bulunduğunu*” belirtmiştir. Kalın, “*Filistin sorununa kalıcı ve barışçıl çözüm bulmadan, Arap Baharı hiç beklenmedik veya aksi yönde sonuçlar yaratabilir*” demiş ve “*Türkiye’nin bu konuda barışçıl çözüm bulma gayretlerine olan bağlılığını sürdürmeye devam edeceğini*” kaydetmiştir. Kahramanmaraş Dış Politika Tanıtım Toplantılarında AK Parti Kahramanmaraş Milletvekili Mahir Ünal (20 Nisan 2012) “*Bizim Suriye ile kurduğumuz dostluğun altında yatan temel sebeplerden bir tanesi sıfır sorun politikamızdır. Sıfır sorun politikadan kast ettiğimiz şey çözüm odaklı bir dış politikadır*” şeklinde konuşmuştur. Tunuslu gençleri ağırlayan Başbakan Yardımcısı Beşir Atalay (21 Haziran 2012) konuşmasında, “*Özgürlükleri talep eden insanlardan yana olduk. Taraf tuttuk ve Arap Baharı’nı alkışladık. Demokrasi için daha fazla özgürlük için siz orada mücadele ederken biz de burada sizleri alkışladık ve buradan destek olduk. Bugün de öyle, Arap Baharı’nın tarafıyız biz*” demiştir.

Türkiye’nin AB üyeliği sürecinin devamlılığı konusu ise %18 oranında dile getirilirken, Balkanlar, Asya ve diğer ülkelerle ilişkileri konusu %13 oranında dile getirilmiştir. Türkiye’nin çeşitli Avrupa ülkeleriyle siyasi, ekonomik işbirliği ve diyaloguna % 10 oranının değinilirken, Türkiye-ABD ilişkilerine %6 oranında değinilmiştir.

Siyasal Enformasyon	İkna	Türkiye'nin Yapısıyla İlgili Öne Çıkan İkna Söylemleri	Sayı	Oran (%)
		Ekonomisi güçlü ülke Türkiye	155	27%
		Demokrasisi güçlü ülke Türkiye	157	27%
		Türkiye güçlü siyasi istikrara sahiptir	68	12%
		Model ülke Türkiye/Türkiye tecrübesi / Örnek ülke Türkiye	135	23%
		Yükselen güç Türkiye/ değer üreten ülke	40	7%
		Tarihiyle, coğrafyasıyla barışan ülke Türkiye	27	5%
		Toplam	582	100%

Tablo 55: Siyasal Enformasyon kapsamında Türkiye’nin yeni yapısıyla ilgili öne çıkan ikna söylemlerinin değerlendirilmesi

Tablo 55’te Türkiye’nin yeni dış ve iç politikaları çeşitli toplantılarda dile getirilirken gerek Türk gerekse bazı yabancı yetkililerin bu politikaları destekleyen çeşitli söylemleri öne çıkmaktadır. Türkiye’nin son 10 yılda demokratikleşme adına ciddi atılımlar yaptığı ve bölgede en güçlü demokrasiye sahip ülke olduğuna vurgu yapılmaktadır. Güçlü demokrasi, demokratikleşme tecrübesi %27 ile en sık tekrarlanan söylem olarak tespit edilmiştir. 17 Mart 2013’te Filistinli gençlere konuşan KDK Koordinatörü Cemalettin Haşimi *"Son on yıllık dönüşümün ana dinamosu demokratikleşmedir"* derken, 7-8 Kasım 2012’de Uludağ Üniversitesi’nde gerçekleşen Arap Uyanışı Konferansları’nda *"Arap ülkelerinin Türkiye’ye büyük ilgi gösterdiğini ancak bu ilginin darbelerin, istikrarsızlıkların, ekonomik krizlerin yaşandığı Türkiye’sine değil, güçlü ekonominin, demokratik açılımların ülkesi olan Yeni Türkiye’ye"* olduğunu belirtmektedir.

Gençlik Programları dahilinde 3 Nisan 2013’de Yemenli gençlere konuşan SDE Başkanı Prof. Dr. Yasin Aktay ise Türkiye’de 10 yıl önce *"Türk baharı"* başladığına dikkati çekerek, *"Arap Baharı gelmeden önce bir ‘Türk baharı’ vardı. 10 yıldan bu yana Türkiye’de halk demokrasi alanında gelişme gösterdi. AK Parti halk tarafından gelmiştir. Bunların bir parçası olarak demokrasi ortaya çıktı. Bütün kesimler arasında bir barış söz konusu."* şeklinde Türkiye’nin daha güçlü bir demokrasiye sahip olduğunu iddia etmektedir.

Türkiye’nin %27 oranla güçlü ekonomiye ve %12 oranla da siyasi istikrara sahip olduğu en çok üzerinde durulan söylemler arasındadır. Ülke Toplantılarında Avrupa Birliği Bakanı Egemen Bağış (9 Kasım 2010) *"2012, Türkiye’nin etkileyici ekonomik kalkınması ve siyasi istikrarı sayesinde küresel ölçekte iz bıraktığı ve hem AB’de hem de bölgemizde birçok önemli gelişmelerin yaşandığı bir yıl olmuştur. Türkiye ekonomisi Avrupa’nın en hızlı büyüyen ekonomisi haline gelmiştir. Bugün Türkiye, Avrupa’nın altıncı, dünyanın ise en büyük on yedinci ekonomisidir"* şeklinde konuşmuştur.

Ortadoğu’da yaşananlar sonrası bu bölgedeki ülkelerin kendilerine siyasi, ekonomik, sosyal olarak Türkiye’yi örnek (%23) aldığı bir diğer vurgulanan konudur. Gerek Arap gerek Batı ülkeleri tarafından model ülke olarak tanımlanırken, Türk yetkililer *"Türkiye tecrübesi"* demeyi yeğlemektedirler. SAM Başkanı Bülent Aras (14 Nisan 2013), *"Türkiye’nin gelişen ekonomisi, istikrarlı siyaseti ve etkin dış*

politikası ile bir çekim merkezi haline geldiğini” belirtmektedir. Kayseri Paneli’nde Türkiye’ye duyulan ilginin 3 ana noktasının bulunduğunu, bunların da demokratikleşme tecrübesi, ekonomik kalkınma ve aktif dış politika olduğunu kaydeden İbrahim Kalın (9 Aralık 2011), *"3 nokta da Türkiye’nin çok yakından bir model olarak, bir ilham kaynağı olarak incelendiğini görüyoruz."* diyerek ekonomi, siyasi istikrar ve demokratikleşme kavramlarına dikkat çekmekte ve bu unsurlar nedeniyle Türkiye’nin örnek alındığını vurgulamaktadır.

ENA Rektörü Sidi Mahmoud (8 Ekim 2013) Türkiye’nin göstermiş olduğu siyasi ekonomik ve demokratik istikrara bağlı başarı hikâyesinin Moritanya için bir model teşkil ettiğini ifade ederken, Günter Verheugen (14 Kasım 2011) *"Arap ulusları şimdi bir kılavuz arıyorlar. Bir yol gösterici arıyorlar ve Türkiye burada bir rol model olarak görülüyor."* şeklinde görüşlerini belirtmektedir.

Yükselen güç Türkiye/ değer üreten ülke tabiri %7 oranında geçerken, Arap ve Afrika ülkelerine yönelik yeni politikalar geliştiren hükümetin Türkiye’yi tarihiyle, coğrafyasıyla barıştırdığını, artık Ortadoğu ve Afrika’da daha etkin olduğunu dile getirmesi ise % 5 olarak tekrarlanmaktadır. İbrahim Kalın (9 Aralık 2011), Kayseri Paneli’nde özellikle son 90 yılda tarih ve coğrafyamızla kavgalı olduğumuzu, ilerlememizin önünde engel olarak gördüğümüzü ancak tarihimizi, coğrafyamızı yeniden öğrendiğimizi, tarihin ekseninin yeniden doğuya kaydığını ifade etmektedir.

Siyasal Enformasyon	İkna	Türkiye'nin Dış Politikasıyla İlgili Öne Çıkan İkna Söylemleri	Sayı	Oran (%)
		Arap ülkeleriyle ortak geçmişe sahip dost ülke Türkiye	147	37%
		Afrika'ya önem veren Afrika ülkeleriyle dost ülke Türkiye	126	32%
		Avrupa ülkeleriyle stratejik ortaklığa sahip ülke Türkiye	59	15%
		ABD ile model ortaklık önemlidir	19	5%
		Türkiye'ye Afrika, Arap Dünyasından ve Asya ülkelerinden bakış açısı olumludur	45	11%
		Toplam	396	100%

Tablo 56: Siyasal Enformasyon kapsamında Türkiye’nin dış politikasıyla ilgili öne çıkan ikna söylemlerinin değerlendirilmesi

Siyasal enformasyon kapsamında Türkiye’nin dış politikasıyla ilgili öne çıkan söylemlerin incelendiği Tablo 56’dan görüleceği üzere Arap ülkeleri ve Ortadoğu’da yaşanan halk hareketleri sonrasında bu konuya ilişkin çok sayıda konferans, panel, çalıştay vb düzenlendiği gibi diğer farklı konulu faaliyetlerde de bu gelişmelerle ilgili

görüşlere rastlanmaktadır. Dolayısıyla uluslararası ilişkiler platformunda Türkiye'nin Ortadoğu ve Arap ülkeleriyle ilişkilerini son dönemde yoğunlaştırdığını, çoklu ve aktif dış politika gereği Afrika, Asya bölgelerinde de etkin olmaya çalıştığı gözlenmektedir. Ortadoğu'da daha etkin ve belirleyici rol oynamaya çalışan Türkiye'nin konuyla ilgili gerçekleştirilen toplantılarda Arap ülkeleriyle geçmişten gelen dini, tarihi, kültürel ortak bir geçmişe sahip olduğu, bunun da ileriye dönük daha kuvvetli ilişkiler kurulmasında ve Türkiye tecrübesinden yararlanılmasında etkili olacağı düşüncesi hakimdir. Arap ülkeleriyle dostluğun vurgulandığı ifadeler %37 iken, Afrika'ya önem verildiğini, Afrika'nın gelişimi, kalkınması için çaba gösterildiğini, Afrika ülkeleri ile de ortak bir geçmişe sahip olduğunu belirten ifadelerin oranı %32'dir.

“Türkiye'nin emperyal amaçlarla Afrika'da olduğuna inanmadığını” söyleyen Ali Mazrui (15 Nisan 2013),*“ Türkiye Osmanlı mirasını devam ettiriyor.”* derken, Devlet Bakanı Bekir Bozdağ 27 Mart 2013'te Afrikalı Gazetecilere yönelik *“İnsani nedenlerle, vicdani nedenlerle biz oradayız. Afrika'nın gelişmesine yönelik çalışmaları artırdık.”* şeklinde konuşmaktadır. Batı Afrikalı gençlerin Türkiye ziyaretlerinde Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Taner Yıldız (16 Nisan 2013) da Türkiye'nin, insani sorumluluklarını yerine getirme açısından Afrika'yı merkeze oturttüğünü vurgulamakta, altyapıya katkıda bulunurken ülkelerin ekonomilerine de destek verdiklerini söylemektedir.

Gençlik Programları kapsamında 19 Nisan 2012'de Tunuslu gençlere hitap eden Başbakan Yardımcısı Bülent Arınç, Tunus ve Türkiye'nin 300 yıldan fazla bir zamandır ortak tarihi paylaştığını ve dostluk temellerinin o dönemde atıldığını, bundan sonra daha güçlü beraberlik kuracağımıza, birbirimizle daha çok yardımlaşma içinde olacağımıza inandığını belirtmektedir.

Avrupa'da yapılan toplantıların sayısı çok fazla olmamakla birlikte genele bakıldığında çeşitli Avrupa ülkeleriyle ilişkiler ve AB süreci ile ilgili açıklamaların daha kısıtlı kaldığı tespit edilmiştir. Özellikle Ülke Toplantıları kapsamında çeşitli Avrupa ülkelerinde yapılan toplantılarda, ziyaretlerde bu bölgedeki ilişkiler ağırlık kazanmaktadır. Buna göre de Avrupa ile uzun yıllardır devam eden ilişkilerde ortak misyon ve vizyonları olduğu, stratejik ortaklığın önemli olduğu vurgusu %15 olarak

tespit edilirken, ABD ile stratejik/model ortaklık kurulması ve devamlılığının sağlanması ifadeleri %5 olarak tespit edilmiştir.

Öte yandan Afrika, Arap ve bazı Asya ülkelerinin Türkiye'nin son 10 yılda yaşadığı değişimleri hayranlıkla takip ettiği, buralarda yaşayan halkın Türkiye'ye karşı olumlu bir algı sergilediği yabancı katılımcılar tarafından %11 oranında tekrarlanmıştır. Moritanya Nouakchott Üniversitesi Rektör Yardımcısı Mohammed Al Amine (8 Ekim 2013), Moritanyalıların gözünde Türkiye'nin imajının her zaman üst bir konumda olduğunu belirterek, özellikle Türk dizilerinin, okullarının ve derneklerinin Moritanyalılarda güçlü bir Türkiye algısı oluşturduğunu söylerken, London School of Economics'in Orta Doğu Programı Direktörü, yazar ve gazeteci Fawaz A.Gerges (15 Mart 2012), Türkiye'nin yaşadığı değişimle birlikte Arap Dünyasındaki itibarının arttığını ve Türkiye algısının iyileştiğini vurgulamaktadır.

Siyasal Enformasyon	İkna	Son Dönem Uluslararası Olaylar Sürecine Yönelik Söylemler	Sayı	Oran (%)
		Arap baharı ve Ortadoğu'daki gelişmelere duyarlı Türkiye	308	37%
		Arap ülkeleri ve halkların hareketinin destekçisi Türkiye	185	22%
		Ortadoğu'da ABD'nin ve politikalarının güç kaybı	28	3%
		Batı merkezci politikaların geçersizliği	102	12%
		İslam dünyasının değişim süreci ve İslami değerlerin güçlenmesi	131	16%
		Batının İslamafobisi/ İslam karşıtlığı	73	9%
		Toplam	827	100%

Tablo 57: Siyasal Enformasyon kapsamında son dönem olaylar sürecine yönelik ikna söylemlerinin değerlendirilmesi

Oldukça stratejik ve jeopolitik bir konuma sahip olan Türkiye'nin son yıllarda yakın bölgesinde yaşanan gelişmelere duyarsız kalması beklenemez. Daha önce de belirtildiği üzere Ortadoğu ülkelerinde yaşanan hareketlerin KDK'nın kurulduğu yıllara denk gelmesiyle faaliyetlerin (Tablo 57) genelinde bu konunun ağırlık kazandığı görülmektedir. Bu sebeple Arap Baharı ve Ortadoğu'daki gelişmelere ilişkin söylemlerin görülme sıklığı %37, buradaki halk hareketlerine destek verildiğini ifade eden söylemler ise %22 oranında tespit edilmiştir.

Başbakanlık Dış İlişkiler Başkanı İlker Astarıcı, Yemenli gençlerin 1 Nisan 2013'teki ziyaretinde Yemen ve Türkiye'nin ortak geçmişe, manevi değerlere sahip olduğunu, Türkiye'nin, Yemen'in bütünlüğü ve istikrarını istediğini, halkını desteklediğini belirtmektedir. Amerika Programında da İbrahim Kalın (12 Nisan

2011), Türkiye'nin Ortadoğu'da ortaya çıkan yeni siyasi düzenden kaybedecek bir şeyi olmayacağını, reform ve değişim sürecini desteklemeye devam edeceklerini dile getirmektedir.

Bölgede ABD'nin politikalarında değişikliğe gitmesi gerektiği, burada güç kaybına uğradığı %3, Batı fikrinin artık geçersiz oluşu, Batı merkezli politikaların işlemeyeceği de %12 oranında işlenmektedir. Gaziantep Panelinde İbrahim Kalın (27 Ekim 2011), Batı modernleşmesinin küresel enerjisini yitirmeye başladığı, tek kutuplu, tek merkezli Avrupa merkezli bir dünya tasavvurunun artık mümkün olmadığını ifade ederken, Uluslararası Yaz Okulu'nda 24 Nisan 2013'te Başbakanlık Başmüşaviri Savaş Barkçın İslam dünyasının son 200 yılda içinde bulunduğu durumu ve Avrupa merkezli Ortadoğu ve İslam dünyası okumalarının günümüzde değişime ihtiyaç duyduğunu belirtmektedir.

Batının yarattığı İslamafobinin İslam dinine zarar verdiği %9 oranında yer alırken, İslam dünyasının değişim sürecinden geçtiği, İslami değerlerin güçlenmeye başladığı %16 sıklıkla işlenmektedir. ABD-İslam Dünyası Forumu'nda Başbakanlık Başdanışmanı İbrahim Kalın (12 Nisan 2011), İslam dünyasının 19. yüzyılda modernizmin Avrupa sömürgeciliğiyle birlikte gelmesiyle, “kozmopolit İslam ruhu”nun yitirildiğini belirterek, *“Artık, İslam dünyasının kaybettiği kozmopolit İslam ruhunu geri kazanmaya ihtiyacı var”* şeklinde konuşmuştur.

Modernizmin en derin anlamda iflas ettiğini söyleyen George Washington Üniversitesi'nde İslam Araştırmaları Öğretim Üyesi olan Prof. Seyyid Hüseyin Nasr (22 Mayıs 2010), *“Batı'nın gücü kademeli olarak azalıyor. Özellikle Hindistan, Çin gibi ülkeler ve İslam dünyasından pek çok ülkenin yükselişiyle beraber Batı'nın gücü azalmaktadır.”* ifadesini kullanmaktadır. Harvard Üniversitesi öğretim üyesi Harvey Cox (22 Mayıs 2010) da günümüzde dinin yükselen değer olduğuna dikkat çekerek, 19'uncu yüzyılın modernist düşünürleri ve 20'inci yüzyılın sekülerist sosyal bilimcilerinin, dinlerin geleceği hakkında çok yanıldıklarının altını çizmektedir.

Kültürel Diplomasi	Diyalog	Diyaloga İlişkin Öne Çıkan Söylemler	Sayı	Oran (%)
		Exchange (Değişim) programları düzenlenmesi	36	17%
		Akademik işbirliklerinin kurulması	17	8%
		Kültür-Sanat Etkinlikleri ve ürünleri	22	10%
		Kültürlerarası diyalog ve kültürel işbirliklerin kurulması	102	47%
		Dünyada dinler arası diyalog	22	10%
		Kültür-dil enstitüleri	17	8%
		Diğer kültürel diplomasi çalışmaları	2	1%
		Toplam	218	100%

Tablo 58: Kültürel diplomasi kapsamında diyaloga ilişkin öne çıkan söylemlerin değerlendirilmesi

Çeşitli toplantılarda Türk kültürünün zenginliği, yapısı, diğer ülke ve bölgeler üzerinde bıraktığı etkiler dile getirilmiştir. “Kültür” kavramının toplumsal yapıları, gelişmeleri anlatırken çoğunlukla genel bir kavram olarak kullanıldığı görülmektedir. Türk kültürünün gücüne, zenginliğine konuşmalar arasında sıkça vurgu yapılmaktadır. Filistinli Gençlerin ziyaretinde Cemalletin Haşimi (17 Mart 2013), *"Son on yıllık dönüşümün ana dinamosu demokratikleşmedir. Türkiye kendi tarihi, coğrafyası ve kültürüyle barışarak buradan bir sinerji üretiyor. Türkiye aynı anda birden fazla kültür ve coğrafyayla temas kurabilen bir ülke. Biz buna 'çoğulculuk' diyoruz."* şeklinde Türk kültür yapısına değinmektedir.

Kültürlerarası diyalog ve kültürel işbirliklerin kurulması (Tablo 58) durumu kültürel diplomasi söylemleri içinde %47 oranıyla en fazla yeri almaktadır. Faaliyetlerin geneli değerlendirildiğinde çoğunlukla Arap ülkeleri ve Afrika ülkeleri ile ortak geçmişten yola çıkarak kültürel diyalog ve işbirliğinin artırılması düşüncesi karşımıza çıkmaktadır. Asya ülkeleri, Avrupa ve Amerika ile kültürel ilişkilerin güçlendirilmesi, artırılması düşüncesinin ise Arap ve Afrika ülkelerine oranla daha az dile getirildiği görülmektedir. Kültürel işbirlikleri ve kültürlerarası diyalog konusunda somut örnekler yerine çeşitli ülkeler arasında kültürel yakınlıklar kurulması, kültürel ilişkilerin geliştirilmesi dilekleri sıkça tekrarlanırken, ortak kültüre sahip olunduğu belirtilen çeşitli ülkelerle bu bağların güçlendirilmesi, avantaj olarak kullanılması gerektiği üzerine vurgu yapılmaktadır. Bu başlığa dahil edebileceğimiz somut çalışma olarak 7 kez düzenlenen Gençlik Programlarını ve 8 kez düzenlenen Gazeteci Heyetleri Programlarını göstermek mümkündür.

Faaliyetler arasında Türkiye'ye yapılan ziyaretlerle dış politikada etkin olan birimlerden bilgi alındığı Gençlik Programlarını ve Gazeteci Heyetleri Programlarını “siyasal bilgilendirme” faaliyetleri kapsamında değerlendirebileceğimiz gibi bu ziyaretleri “kültürel diplomasi” dahilinde de değerlendirmek mümkündür. Kültürel diyalog kurulması ve güçlendirilmesi için önemli adım olarak değerlendirilebilecek bu programlar aracılığıyla Türkiye'ye gelen gençler ve gazeteciler Türk dış politikasının yanı sıra Türk kültürünü, şehirlerini, insanlarını tanıma, fikir elde etme şansı bulmaktadırlar. Bu da kamu diplomasisinin ana unsurlarından olan ülke tanıtımı için önemli bir çalışmadır. Örneğin Filistinli öğrencilerden Muhammed Münir Said (19 Nisan 2013) Türkiye ziyaretleri hakkında İstanbul'da yeni bir kültürü tanıdığını, İslam kültürüne yüz yıllardır ev sahipliği yapan yerleri görmenin mutluluğunu yaşadığını, bunun inanılmaz bir tecrübe olduğunu dile getirirken, diğer bir öğrenci Hala Kenan (19 Nisan 2013) da Türk dış politikasındaki atılımları gözlemlemek için geldiklerini belirterek, *“Bir hafta içinde Türkiye siyaseti, dini, kültürü ve sporuyla ilgili konular hakkında bakış açısı kazandık”* diyerek edindikleri izlenimleri dile getirmektedirler. Bu ve benzeri görüşler elde etmek ve halklar arasında köprü inşa etmek ve sağlam bir kamu diplomasisi oluşturmak adına bu tarz çalışmalar büyük önem arz etmektedir.

Türkiye ve Ürdün ilişkileri konusunda kültürel diyalogun önemini Ürdün Eski Kültür Bakanı Nadia Hashim Alloul (29 Aralık 2012) şöyle dile getirmektedir: *“Kültürel ilişkiler tüm diğer ilişki biçimlerine göre daha temel bir unsura sahiptir. İktisadi ve siyasi ilişkiler değişiklikler gösterebilir fakat kültürel ilişkiler sağlıklı bir şekilde inşa edildiği takdirde diğer ilişkilerin hepsi de çok daha güçlü olacaktır. Türkiye ve Ürdün kültürel ilişkileri kuvvetlendirme noktasında tarihi birliktelik, coğrafi yakınlık, ortak değerler gibi ikili ilişkilerin kuvvetlendirilmesinde önemli imkanlara sahiptir. Ortak tarihimizi ve medeniyetimizi unutmuş değiliz. Osmanlı geçmişi ve birikimi hala zihinlerimizde. Niçin özellikle sosyal ve sanatsal faaliyetleri kapsayan kültürel ilişkilerde ortak işler meydana getirmeyelim? Son yıllarda Türk dizilerinin Arap ülkelerinde ve Ürdün'de Türkiye'ye yönelik büyük bir teveccüh oluşturduğu ortadadır. Ayrıca birçok Ürdünlü öğrenci Türkiye'de okumakta ve hatta bazıları oradan evlenmektedir. Tüm bunlar kültürel ilişkilerin gelişmesi için büyük adımlardır.”*

Kültürel diyalog ve işbirliğinin güçlendirilmesine ilişkin örneğin Kahire'nin Türkiye Büyükelçisi Hüseyin Avni Botsalı (11 Ekim 2011) da *“Türkiye Mısır ile bütün alanlarda iş birliği yapmak istiyor. İki ülke arasında çatışma yok, tam tersine uzun vadeli ve kültürel ilişkiler var.”* demiştir. Türk-Amerikan ilişkilerinin geliştirilmesinde önemli fırsatlar bulunduğunu söyleyen Amerikan Büyükelçi Alexander Vershbow (23 Haziran 2011) *“İlişkimizin güçlü savunma ve güvenlik temelinin korunmasını arzulamakla birlikte ekonomik, ticari, kültürel bağlarımızın güçlendirilmesini ve eğitim değişim programlarının genişletilmesini istiyoruz”* şeklinde kültürel ve akademik işbirliğinin önemine vurgu yapmaktadır.

Çok sayıda toplantıda da Türkiye ve çeşitli ülkelerin sahip olduğu ortak kültüre, kültür benzerliğine vurgu yapılmıştır. Arap Düşünce Forumu Genel Sekreteri Dr. El-Sadık El-Fakih (29 Aralık 2012), *“Tarih boyunca Araplarla Türklerin çok ortak yönleri, yararları, kültürleri olmuştur ve halen vardır. Hem Türkiye'nin kültürünün, sanatının, edebiyatının Arap dünyasında, Arap dünyasının da yine sanatı, edebiyatı ve kültürünün Türk dünyasında nasıl bir yumuşak güç olarak etkide bulunduğunu ve bu etkiyle ilişkileri ayırmaz bir bütüne dönüştürüyor olduğunu biliyor buna şahit oluyoruz. ”* diyerek iki toplum arasındaki ortak kültüre değinmektedir. Nijer Başbakanı Brigi Rafini (2 Aralık 2013) de *“Nijer'in her yerinde Türklerin izlerine rastlayabilirsiniz. Tüm bu kültürel ve tarihsel yakınlığı işbirliğine dönüştürmeliyiz. Türkiye'nin birikimden faydalanmak istiyoruz. Özellikle kültür alanında. Türkiye'ye gönüllerimiz de sonuna kadar açık”* diyerek kültürel yakınlığa ve işbirliği isteğine vurgu yapmaktadır.

Kültürel öğeler arasında en belirleyici unsurlardan olan din ve eğitimin burada kültürel diplomasi kapsamındaen sık bahsi geçen konuların arasında geldiği görülmektedir. Dinler arası diyalogun vurgulandığı ifadelerin oranı %10 olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin Almanya Programı'nda Başbakan Yardımcısı Bülent Arınç (5 Mart 2013) dinlerarası diyalog konusunda, *“Bizlerin kökten dinciliğe değil, kökten diyaloga ihtiyacımız vardır. Bu sebeple, hem anti-semitizme hem İslamofobiye, hem de bundan sonra Hristiyanlıkla ilgili ortaya çıkabilecek bir karşıtlığa karşı, ortak hareket edilmesi ve tavır alınması kültürlerarası ve dinler arası diyalogun olmazsa olmazıdır.”* şeklinde görüş bildirmektedir.

Kültürün önemli unsurlarından olan eğitim konusu da uluslararası öğrenci, akademisyen hareketliliğini sağlayan exchange (değişim) programları ve akademik işbirlikleri ile karşımıza çıkmaktadır. Exchange (değişim) programları ile ilgili açıklamalar %17 görülme sıklığına sahiptir. Birçok çalışmada olduğu gibi çeşitli ülkeler arasında akademik değişim programlarının artırılması ile kültürel, sosyal ilişkilerin güç kazanacağı ifade edilmektedir. Benzer şekilde akademik işbirliklerin kurulması ve artırılması konusunda da çeşitli toplantılarda geleceğe dair hedefler belirtilmektedir. Akademik işbirliğinin ifade edildiği durumlar ise %8 olarak izlenmiştir. Somut olarak çok fazla bir akademik işbirliği örneğinden bahsedilmemektedir. Ürdünlü Prof. Dr. Muhammed El Masalha (29 Aralık 2012)'ın aktardığı bu örneklerden birisi; 2010 yılında Gazi Üniversitesi ile Ürdün Üniversitesi arasında işbirliği anlaşması imzalandığı, bu çerçevede Amman'da ortak bir sempozyum düzenlendiği, bu durumun taraflar arasında akademik işbirliğinin gerçekleştirilmesi için oldukça teşvik edici bir örnek olduğu şeklinde ifade edilmiştir.

Faaliyetlere ait metinlerde hangi ülke ile ne kadar akademik değişim yapılmakta olduğundan ziyade, ağırlıklı olarak konuyla ilgili yapılabilecek çalışmalar hakkında ya bilgi aktarılmış, imkanlar tanıtılmış ya da öğrenci değişim programları konusunda fikir alışverişinde bulunarak, geleceğe dönük daha sık ortak çalışma yapılması konusunda temennilerde bulunulduğu görülmektedir.

Nijer Yükseköğretim Bakanı Osman Abdou ile Ortaöğretim Bakanı Betty Aichatou Oumani de makamında ziyaret edilmiş, görüşmelerde öğrenci değişim programları konusunda fikir alışverişinde bulunulurken, Ürdün ve Türkiye ilişkilerinde ilişkilerin geliştirilmesinde öğrenci değişimi, öğretim üyesi değişimi ve akademik projelerin büyük katkısı olacağı aktarılmıştır. Aynı şekilde akademisyenlerin değişimi ve akademik projelerin benzer işlevi göreceği, kültürel ilişkilerde daha ileriye gidebilmek için bu üç alanda efor sarfetmek ve bu alanlara yönelik finansal destek sağlamak ve özel fonlar ayırmak gerektiği üzerinde durulmuştur. Moritanya Programı'nda da ülkeler arasındaki ilişkilerin daha da güçlenebilmesi için üniversiteler arasında güçlü bağlar kurulması gerektiğine vurgu yapan YTB Başkan Yardımcısı Mehmet Köse (8 Ekim 2013), Müslüman ülkeler arasındaki öğrenci değişiminin çok az olduğu söyleyerek, Mevlana değişim programı ve Türkiye bursları gibi faaliyetlerle bu öğrencilerin sayısını arttırmayı

hedeflediklerini ifade etmektedir. 7 Şubat 2013'te gerçekleştirilen “Türkiye-Afrika İlişkileri: Ortak Kader, Ortak Gelecek” başlıklı konferansta YÖK adına toplantıya katılan Uluslararası İlişkiler Ofisi yetkilisi Muharrem Kaplan, YÖK’ün Afrika’nın değişik bölgelerinden bir çok öğrencinin Türkiye’de eğitim alması için farklı açılımları olduğunu belirterek ve gelecek dönemde hem öğrenci hem de öğretim üyesi değişim programlarının daha geniş bir zeminde destekleneceğini ifade etmektedir.

Prof. Dr. Mustafa Acar (9 Kasım 2013) “*Türkiye ve Mısır arasında akademik, turistik, kültürel düzeylerde ilişkiler ile STK’lar arasında ilişkilerin gelişmesi genel ekonomik ilişkilerin gelişmesini de sağlayacaktır*” derken, Mısırlı Dr. Ahmed Samy (12 Haziran 2013) “*Türkiye ve Mısır arasındaki ilişkilerin gelişmesi hususunda kültürel etkileşimin olması ve akademik ortaklıklar kurulması son derece önemlidir*” şeklinde konuşmaktadır. Aynı şekilde İstanbul Teknik Üniversitesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Mehmet Ali Doğan (8 Ekim 2013) da Türkiye-Moritanya ilişkilerinde özellikle akademik alanda işbirliklerinin geliştirilmesinin karşılıklı çıkarlarına katkı yapacağını söylemektedir. Prof. Dr. Muhittin Ataman (10 Ekim 2013), Türkiye-Tunus arasındaki kültür ve akademinin geleceği için iki ülke arasındaki akademik işbirliğinin geliştirilmesi adına öğrenci değişim programlarının hayata geçirilmesini teklif etmiştir. Filistinli gençlerin ziyaretinde Devlet Bakanı Nabi Avcı (21 Mart 2013), Türkiye’nin, Erasmus benzeri yöntemler dışında hükümetten hükümete burs programını uyguladığını vurgulayarak, “*Hemen hemen tüm Arap ülkeleriyle karşılıklı burs programlarımız var. Bunlar içinde de en büyük payı Filistinli kardeşlerimize ayırıyoruz*” demiştir.

KDK’nın sitesinde Türkiye Bursları kapsamında Türkiye’ye gelen öğrenciler (YTB) hakkında aşağıdaki bilgi yer almaktadır (<http://kdk.gov.tr>, 1 Ağustos 2013):

- 1993-2012 arasında Filistinli 645 öğrenci Türkiye Bursları’ndan faydalanmıştır. Bu öğrencilerden 139’u mezun olmuştur.
- Bu öğrencilerden 139’u mezun olmuş, 72 öğrencinin bursu kesilmiştir. Geriye kalan öğrenciler öğrenime devam etmektedir.
- Türkiye Bursları’ndan ilk olarak 93-94 öğretim yılında 7 Filistinli öğrenci faydalanmıştır. 2012-2013 öğretim yılı için 1489 aday Türkiye Bursları’na

başvuru yapmış, 264 aday mülakata davet edilmiştir. Toplamda 122 öğrenci burslandırılmıştır.

- 2011-2012 Akademik Yılında ÖSYM'nin verilerine göre, 338 Filistin uyruklu uluslararası öğrenci (burslu ve kendi imkânlarıyla) ülkemizde öğrenim görmektedir.
- Türkiye Cumhuriyeti Milli Eğitim Bakanlığı ile Filistin Yüksek Öğretim Bakanlığı Arasında İmzalanan 1998 - 2000 Yıllarına Ait İşbirliği Anlaşması'nın 2. Maddesine göre, Türkiye'nin her yıl bir miktar Filistin adayına üniversite ve üniversite mezuniyeti sonrası bursu vermesi öngörülmektedir.
- Filistinli öğrenciler ağırlıklı olarak, Uluslararası İlişkiler, Tıp-Eczacılık-Sağlık Bilimleri, İşletme, İlahiyat, Elektrik Elektronik Mühendisliği ve İnşaat Mühendisliği bölümlerine yerleşmektedir.

KDK web sitesinde yer alan resmi kayıtlara göre 26012 yabancı uyruklu öğrenci Türkiye'de okumayı tercih etti. Bunlardan 12335 öğrenci Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinden olup, kalan 13677 öğrenci diğer ülkelerin öğrencileridir.

(Orta Asya Türk Cumhuriyetleri dışında) en çok öğrencisi olan ülkeler:

- İran 2250
- Yunanistan 1629
- Bulgaristan 1041
- Arnavutluk 677
- Irak 482
- Suriye 428
- Afganistan 421
- Türkiye'de 1 öğrencisi olan ülkeler: Adıgey, Belize, Buryat, Cibuti, Çek Cumhuriyeti, Çekoslovakya, Ekvator Ginesi, Gine Bissau, Güney Afrika, Güney Kıbrıs, Jamalpur, Katar, Küba, Lüksemburg, Malta, Meksika, Mauritius, Norveç, Orta Afrika Cumhuriyeti, Papua Yeni Gine, Portekiz, Singapur, Trinad ve Tobago Cumhuriyeti, Venezuela.

Kültürel diplomasi içinde diyalog çerçevesinde değerlendirilen Kültür-sanat etkinlikleri ve ürünlerinin oranı ise %10 olarak tespit edilmiştir. Bunlara örnek olarak

Dışışleri Bakanlığı Kültürel Diplomasi Genel Müdürü Altay Cengizer tarafından her iki yılda bir düzenlenen ve bir ülkenin kültür mirasının tanıtıldığı en büyük uluslararası sanat festivallerinden biri olarak kabul edilen Europalia'nın 2015 yılı için Türkiye'yi seçtiği belirtilmiştir. Türk-Çin Sanayici ve İşadamları Derneği (TÜÇSİAD) Başkan Yardımcısı Ayhan Bermek, "6-8 Ekim 2013 tarihleri arasında Şanghay'da Turkuaz Türk Kültürü Festivali düzenlendiğini söylemiştir. Yemen Programı'nda Türkiye'den 36 üniversitenin katıldığı bir Eğitim Fuarı gerçekleştirilmiştir. Bunların dışında KDK'nın web sitesinde yer alan Kültür-Sanat faaliyetleri altında da 4 belgesel, 1 konser ve 1 tanım filmi yer almaktadır.

Bunların dışında özellikle Mısır gibi Arap ülkelerinde Türkçe'nin, Türkiye'de Arapça'nın yaygınlaştırılabilmesi için karşılıklı olarak tercüme kitapların sayısının artırılması dilekleri de toplantılarda tekrarlanmaktadır. Mısırlı akademisyen Dr. Ahmed Samy (12 Haziran 2013) *"Tercüme faaliyetine hız verilmeli ve karşılıklı olarak eserler Türkçe ya da Arapçaya tercüme edilerek tecrübe paylaşımı artırılmalıdır. En önemli kültürel ilişkilerden biri de tercüme hareketleridir. 60'lı yıllara kadar Arapça'dan Türkçe'ye tercüme faaliyetleri genelde dini çalışmalar üzerineydi ve ferdi çabalar idi. 60'lardan sonra dini kitaplar başta olmak üzere farklı alanlarda da (siyaset, düşünce, el-Benna kitapları, Kutub kitapları) önemli tercümeler oldu. Son 10 yıllık dönemde tercüme çalışmaları çok daha artmış durumdadır. Henüz tercüme çalışmaları istenen düzeyde değil ancak gelişmekte olduğunu göz önünde bulundurmak gerekir."* diyerek iki ülke arasındaki tercüme çalışmalarını anlatmaktadır.

Kültür ve dil enstitülerinin faaliyetlerde yer alması %8 oranında görülmektedir. Bazı programlar çerçevesinde Yunus Emre Enstitüsü'ne ziyaretler yapıldığı ya da toplantılarda faaliyetleri hakkında bilgi aktarıldığını belirtmiştik. Yunus Emre Enstitüsü kültürel diplomasının kilit noktasıdır. KDK'nın sayfalarında yer alan çalışmalardan çok daha fazlasını yaptığı malumdur. Ancak KDK faaliyetleri sınırları çerçevesinde değerlendirildiği için daha fazla veriye yer verilememiştir.

Diğer kültürel diplomasi ürünlerinin %1 oranında olduğu görülmektedir. Diğer kültürel diplomasi içinde turizm, spor vb etkinlikler değerlendirilmiştir. Mısırlı Gazeteci-yazar Fehmi Hüveyd 4 Ocak 2011'deki toplantısında Türkiye için turizmin önemli bir diplomasi aracı olduğunu hatta *"Arap ülkelerinde 'tatile gidecekseniz*

Türkiye’ye gidin’ sözü çok duyulur” diyerek turizmin Türkiye için önemli bir yumuşak güç olduğunu vurgularken; Gençlik ve Spor Bakanı Yardımcısı Yusuf Tekin 22 Mayıs 2013’te Osmangazi Üniversitesi öğrencilerine yönelik yaptığı konuşmasında, *“Aslında bugün farkına varmadığımız en önemli yumuşak güç unsuru spor diplomasisidir”* diyerek diğer kültürel diplomasi alanların önemine dikkat çekmektedirler.

Kültürel Diplomasi	Projeler	Projelere İlişkin Öne Çıkan Söylemler	Sayı	Oran (%)
		Kalkınma Projeleri	23	31%
		İnsani yardım projeleri	44	59%
		Akademik ve Bilimsel Projeler	8	11%
		Toplam	75	100%

Tablo 59: Kültürel Diplomasi kapsamında projelere ilişkin öne çıkan söylemler

Tablo 59’den görüldüğü üzere faaliyetler içinde kültürel diplomasi kapsamında projelere ilişkin öne çıkan söylemlerde; kalkınma projeleri %31, insani yardım projeleri %59, akademik ve bilimsel projeler %11 sıklıkta yer almaktadır. Kalkınma ve insani yardım projeleri ağırlıklı Afrika ülkeleri olmak üzere az gelişmiş ülkelerde kimi STK’lar ve Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı TİKA tarafından yürütülmektedir. TİKA Türkiye’nin yurtdışında 100’den fazla ülkede şubesi bulunan yardım, işbirliği ve kalkınma kuruluşudur. TİKA Örneğin Somali, Gabon, Suriye, Filistin, Nijer gibi ülkelerde eğitim, sağlık, tarım vb alanlardan kalkınma projeleri ve yardım faaliyetleri yürütmektedir. Cemalletin Haşimi (1 Aralık 2013) *“Nijer ve diğer Afrika ülkeleriyle olan ilişkimiz sadece ekonomik değil, ilişkilerimizin temelinde insani diplomasi yer alıyor”* demektedir. 7-10 Haziran 2012 tarihlerinde düzenlenen Mardin Dış Politika Çalıştayında Başbakan Yardımcısı Bekir Bozdağ, Türkiye’nin 2011’de yaptığı dış kalkınma yardımının 1 milyar 38 milyon dolara ulaştığını açıklamaktadır.

Dış yardım ve kalkınmada en etkili kurum olan TİKA’nın çalışmaları aşağıdaki gibi sıralanabilir (www.kdk.gov.tr):

- Batı Şeria’da TİKA tarafından 2010-2012 yılları arasında; sağlık, tarım, eğitim, emniyet vb. birçok alanda ilgili kurumlara ekipman desteği sağlamış, tarihi kültürel eserlerin ve eğitim, sağlık kurumlarının tadilat ve

restorasyonunu gerçekleştirmiş, hastane, klinik, okul inşaatlarını tamamlamıştır. 2010-2012 yılları arasında Batı Şeria’da toplamda 53 proje hayata geçirilmiştir. Projelerden bazıları; Nablus’ta bulunan ve 1900 yılında Sultan 2. Abdülhamid tarafından hediye edilen saat kulesinin restorasyonu, Tubas şehrinde toplam 8300 metrekarelik alana 30 yataklı hastanenin inşası, El Halil Ader köyüne 35 adet zeytin hasat makinesinin temini, Ramallah’ta 14 derslikli El Bireh Türk Okulu’nun inşası, Cenin Türk Okulu’nun inşası ve ekipman temini, El Halil’de 2 katlı klinik inşası ve ekipman temini.

- Gazze’de TİKA tarafından 2010-2012 yılları arasında; su ve elektrik şebekelerinin tadilatı, yeni su kuyularının açılması ve atık su şebekeleri kurulması işlemleri tamamlanmış, üniversitelerin kütüphane, laboratuvar vb. birimlerine teknik ekipman ve malzeme desteği sağlanmış, hastanelere ilaç ve ekipman temini sağlanmıştır. 2010-2012 yılları arasında Gazze’de 35 proje tamamlanmıştır. Projelerden bazıları; 150 yataklı Türk Filistin Dostluk Hastanesi inşası, 300 adet yüksek döl verimli küçükbaş hayvanın ihtiyaç sahibi ailelere hibe edilmesi, hastanelere 46 ton ilacın temini, Refah’ta yağmur suyu toplama ağının inşası, 11 hastane arasında koordinasyonu sağlayacak acil çağrı sisteminin kurulması.
- 2013 yılında TİKA tarafından Gazze ve Batı Şeria’da 38 proje daha uygulanması planlanmaktadır. Ayrıca 16 proje hala devam etmektedir. Yapılması planlanan projelerden bazıları; El Halil Erkek İlköğretim Okulu inşası, Mescidi Aksa Arşivleri elektronik arşivleme ve Osmanlıca eğitim programının kurulması, Hz. İbrahim Tekkesi yenileme ve genişletme, Nablus Kız İlköğretim Okulu inşası ve teşrifatının sağlanması.

TİKA Başkanı Musa Kulaklıkaya (8-11 Kasım 2010), TİKA’nın Suriye’ye dönük olarak yaptığı faaliyetleri şöyle sıralamıştır:

- Kadınların meslek edinmeleri kapsamında bir grup Suriyeli kadının Türkiye’ye getirilerek hemcinsleriyle ortak kurslara katılmaları.
- Güneydoğu Bölgesi Kalkınma Projesi kapsamında bir grup Suriyelinin bölgeye getirilerek GAP’ı yerinde görmelerinin sağlanması ve deneyim paylaşımı ve olası işbirliği imkanlarının görüşülmesi.

- Elektronik devlet uygulaması kapsamında Suriye ile eğitim programı gerçekleştirilmesi.
- Suriyeli bürokratların deneyim kazanması için Suriye’den INA ile yapılan ortak program.
- Tarihi dokümanların korunması ve dijital ortama aktarılması konusunda işbirliği
- Süleymaniye Külliyesi’nin onarılması.

Karadağ’da Nizam Camii ile şehitlik, 2012’da yine TİKA tarafından aslına uygun olarak restore edilip ve tekrar kullanıma açılmıştır.

Cemalettin Haşimi (1 Aralık 2013) “*Barişın ve insani yardımın sürdürülmesinde ülkemiz aktif durumdadır. Türkiye, daha önce Somali ve Afrika kıtasının pek çok ülkesinde yaptığı gibi, kendisinden yardım isteyen ülkelere koşulsuz bir şekilde ve dayanışma içinde yardımını götürerek, insana dayalı diplomasi kurmaya kararlı.*” diyerek Türkiye’nin insani yardım çalışmalarının altını çizmektedir.

Kültürel Diplomasi	Uluslararası Medya ve Yayınlar	Uluslararası Medya ve Yayınlarla İlişkin Öne Çıkan Söylemler	Sayı	Oran (%)
		Uluslararası yayınlarla haber (TRT, AA)	38	57%
		Türk dizileri/filmlerin yayını	22	33%
		Belgeseller hazırlanması	6	9%
		Tanıtım filmleri/reklamı	1	1%
		Toplam	67	100%

Tablo 60: Kültürel Diplomasi kapsamında uluslararası medya ve yayınlara ilişkin öne çıkan söylemlerin değerlendirilmesi

Medyanın çok güçlü olduğu bir dünyada uluslararası yayın yapan kuruluşlar, burada yayınlanan haber, film, belgesel vb programlar o ülkenin tanıtımı ve doğru algılanması için oldukça kritik bir değere sahiptir. Tablo 60’da Türkiye’nin uluslararası medya ve yayınlarına ilişkin dile getirilen ifadeler değerlendirilmiştir. Geçtiğimiz yıla kadar başta Arap ülkeleri olmak üzere çok sayıda ülkede Türk televizyon dizilerinin oldukça yoğun ilgi gördüğü çok sayıda kaynak ve uzman tarafından dile getirilmiştir. TRT ve AA’nın faaliyetleri %57, Türk dizileri %33 sıklıkla dile getirilmiştir. Toplantılarda kültürel ilişkilerden bahsederken TRT’nin

farklı dillerdeki yayınlarının ve yurtdışına pazarlanan dizilerin Türk halkının, Türkiye'nin tanınmasında, olumlu algı yaratılmasında önemli rol oynadığı belirtilmiştir. Ürdün Programı'nda Eski Senatör Dr. Nabil Sharifhem Türk dizilerinin ve TRT'nin faaliyetlerinin Arap ülkelerindeki etkisine şöyle değinmektedir: *“TRT'nin Arapça bir kanal açması bölge ile Türkiye arasında bir kapı açılmasında önemli rol oynadı. Anadolu Ajansı'nın, Yunus Emre Kültür Merkezi'nin açılması Türk kültürünün Arap coğrafyasında tanınması için büyük rol oynamaktadır. Benzer şekilde Türk dizilerinin Arap toplumlarında büyük bir etki bıraktığı açıktır. Özellikle yeni Türkiye'nin tanınması ve Türk kültürünün bölgede yaygınlaşmasında diziler önemli bir işlevi yerine getirmektedir.”* (29 Aralık 2012).

Gençlik Programları ve Gazeteci Heyetleri Programı'nda gençler ve gazetecilerin ziyaret noktalarından biri de TRT ve AA olmuş, bu kuruluşların hizmet ve faaliyetlerine ilişkin ziyaretçilere bilgi aktarılmıştır.

AA ve TRT'nin yeni yöneticilerinin, kurumlarını yurt dışında rekabet edebilir önemli bir seviyeye çıkarttıklarını belirten Bülent Arınç (13-16 Nisan 2013): *“TRT şu anda 15 kanal ile yayın yapıyor. Dünyanın dört bir yanında izlenebiliyor. AA ise son dönemde, Boşnakça yayına başladı, bunu Arapça izledi ve önümüzdeki dönemlerde de farklı dillerde yayın yapacak.”* şeklinde AA ve TRT hakkında bilgi vermiştir. Afrikalı gazeteciler AA'yı ziyaretlerinde *“Batılı ajansların Afrika'da sahip olduğu kötü ünün tersine Türkiye'nin Osmanlı sayesinde kıtada itibar sahibi olduğu”* yorumunu yapmışlardır.

Türk dizilerinin etkisi hakkında Ürdün Eski Kültür Bakanı Nadia Hashim Alloul (29 Aralık 2012), *“Son yıllarda Türk dizilerinin Arap ülkelerinde ve Ürdün'de Türkiye'ye yönelik büyük bir teveccüh oluşturduğu ortadadır”* diye konuşurken; Nouakchott Üniversitesi Rektör Yardımcısı Mohammed Al Amine (8 Ekim 2013), Moritanyalıların gözünde Türkiye'nin imajının her zaman üst bir konumda olduğunu belirterek, özellikle Türk dizilerinin Moritanyalılarda güçlü bir Türkiye algısı oluşturduğuna dikkat çekmektedir.

Bu çalışmalar kapsamında belgesellerin oranı %9 olurken, tanıtım filmi %1 olarak tespit edilmiştir. Bunlardan birisi Bahçeşehir Üniversitesi Medeniyet Araştırmaları Merkezi TRT'nin işbirliğiyle hazırlanan ‘Batı’ya Doğru Akan Nehir’ belgeselidir. Diğerleri Afrikalı gazetecilerin ziyaretleri sırasında Türkiye hakkında

yaptıkları belgesel çekimi; KDK'nın destekleri ile Beyrut'tan Bosna'ya, Üsküp'ten Taşkent'e, onlarca ülkede Türkiye'nin desteğiyle ortak mirasın farklı projeler üzerinden nasıl canlandığını anlatan “Orhun'dan Üsküp'e Kardeş Eli Belgeseli”; ülkemizde eğitim-öğretim gören binlerce yabancı uyruklu öğrenciyi anlatan “Türkiye'nin Dostları Belgeseli”; TİKA aracılığıyla restore edilen Nizam Camii'nin hikayesi ve onarımını anlatan “Nizam Camii Belgeseli”; TİKA'nın Somali'de gerçekleştirdiği kalkınma ve insani yardımları anlatan “Somali Belgeseli”dir. Ayrıca CNN'nin Türkiye'nin kültüründen ekonomisine, dizilerinden sosyal, siyasal yapısına kadar tanıtımın yapıldığı “I-List Turkey” programı da tanıtım filmi kapsamında ele alınmıştır.

Kültürel Diplomasi	Diyaloga İlişkin Öne Çıkan Söylemler	Sayı	Oran (%)
	Exchange (Değişim) programları düzenlenmesi	36	10%
	Akademik işbirliklerinin kurulması	17	5%
	Kültür-Sanat Etkinlikleri ve ürünleri	22	6%
	Kültürlerarası diyalog ve kültürel işbirliklerin kurulması	102	28%
	Dünyada dinler arası diyalog	22	6%
	Kültür-dil enstitüleri	17	5%
	Diğer kültürel diplomasi çalışmaları	2	1%
	Projelere İlişkin Öne Çıkan Söylemler		
	Kalkınma Projeleri	23	6%
	İnsani yardım projeleri	44	12%
	Akademik ve Bilimsel Projeler	8	2%
	Uluslararası Medya ve Yayınlarla İlişkin Öne Çıkan Söylemler		
	Uluslararası yayınlarla haber (TRT, AA)	38	11%
	Türk dizileri/filmlerin yayını	22	6%
	Belgeseller hazırlanması	6	2%
	Tanıtım filmleri/reklamları	1	0,5%
	Toplam	360	100%

Tablo 61: Kültürel diplomasiye ilişkin faaliyetlerde öne çıkan tüm söylemlerin değerlendirilmesi

Tablo 61’de kültürel diplomasi kapsamında ele alınan tüm faaliyetler ve bunlara ilişkin öne çıkan değerler ve söylemler incelendiğinde en çok %28 ile kültürlerarası diyalog ve kültürel işbirliklerin kurulmasına ilişkin dileklerin, hedeflerin ortaya konduğu görülmektedir. Ülkeler arasında karşılıklı diyalog oluşturulmasında özellikle akademik, sanatsal değişim programlarının etkisi oldukça önemlidir. Exchange (değişim) programlarının oranı %10 olarak tespit edilmiştir. Türkiye de

konunun önemini kavradığını ve çalışmalarına hız kazandırdığını göstermektedir. Mevlana değişim programı ve Türkiye Bursları ile çok sayıda yabancı öğrenciye eğitim olanağı sunmaktadır. Son yıllarda Afrika ve Arap ülkelerine yönelik yatırım ve yardımlarını artıran Türkiye'nin İnsani yardım projelerine verdiği önem %12 sıklıkta dile getirilmiştir. TRT'nin ve AA'nın çalışmaları %11 sıklıkla görülürken, Akademik işbirliklerinin kurulması %5, Kültür-Sanat Etkinlikleri ve ürünleri %6, dünyada dinler arası diyalog %6, Kültür-dil enstitüleri %5, Kalkınma projeleri %6, Türk dizileri/filmlerin yayını %6, Belgeseller hazırlanması %2, Tanıtım filmleri/reklamları %0.5, Diğer kültürel diplomasi çalışmaları %1 olarak bulunmuştur.

Siyasal Enformasyon	Bilgilendirme	Türkiye'nin Politikalarıyla İlgili Bilgilendirme Söylemleri	Sayı	Oran (%)
		Türkiye yeni çok yönlü/geniş/aktif bir dış politikaya sahiptir	222	19%
		Türkiye yeni iç politikalara sahiptir	105	9%
		Türkiye'nin son 10 yıllık değişim süreci/reformları	135	11%
		Türk dış politikasının yeni aktörlere sahiptir	204	17%
		Yeni Türkiye'nin yeni bir hikayesi var	26	2%
		Türkiye'nin İlişkileriyle İlgili Bilgilendirme Söylemleri		
		Türkiye'nin Ortadoğu'da destekleyici/barışçıl/çözüm odaklı role sahiptir	260	22%
		Türkiye'nin AB üyeliği sürecinin devamlılığı	90	8%
		Türkiye - Avrupa ülkeleri arasında işbirliği ve diyalog	49	4%
		Türkiye- ABD işbirliği	30	3%
		Balkanlar, Asya ve diğer ülkelerle ilişkilerinde ve dünyadaki olaylara karşı duyarlıdır	66	6%
		Toplam	1187	100%

Tablo 62:Siyasal enformasyon kapsamında bilgilendirmeye ilişkin öne çıkan değer ve söylemlerin değerlendirilmesi

Siyasal enformasyon iki alt başlık altında toplanıp değerlendirilme yapılmıştır. Tablo 62'de bilgilendirmeye yönelik tüm değerlerin incelemesine bakıldığında Türkiye'nin yeni çok yönlü/geniş/aktif bir dış politikaya sahip olduğu %19, bu bağlamda Ortadoğu'da destekleyici/barışçıl/çözüm odaklı rol oynadığı %22, Türkiye'nin yeni aktif dış politikasında ortaya çıkan yeni aktörleri %17, son 10 yılda hükümetin değişik alanlarda yaptığı reformlar %11, Türkiye'nin yeni iç politikalara sahip olduğu %9, yeni Türkiye'nin yeni bir hikayesinin olduğu %2, AB üyeliği sürecinin devamlılığı %8, Avrupa ülkeleri arasında işbirliği ve diyalog %4, Türkiye-

ABD ilişkileri ve işbirliği %3, Balkanlar, Asya ve diğer ülkelerle ilişkilerinde ve dünyadaki olaylara karşı duyarlılığı %6 olarak bu süreçte yer almaktadır.

Siyasal Enformasyon	İkna	Türkiye'nin Yapısıyla İlgili Öne Çıkan İkna Söylemleri	Sayı	Oran (%)
		Ekonomisi güçlü ülke Türkiye	155	9%
		Demokrasisi güçlü ülke Türkiye	157	9%
		Türkiye güçlü siyasi istikrara sahiptir	68	4%
		Model ülke Türkiye/Türkiye tecrübesi / Örnek ülke Türkiye	135	7%
		Yükselen güç Türkiye/ değer üreten ülke	40	2%
		Tarihiyle, coğrafyasıyla barışan ülke Türkiye	27	1%
		Türkiye'nin Dış Politikasıyla İlgili Öne Çıkan İkna Söylemleri		
		Arap ülkeleriyle ortak geçmişe sahip dost ülke Türkiye	147	8%
		Afrika'ya önem veren Afrika ülkeleriyle dost ülke Türkiye	126	7%
		Avrupa ülkeleriyle stratejik ortaklığa sahip ülke Türkiye	59	3%
		ABD ile model ortaklık önemlidir	19	1%
		Türkiye'ye Afrika, Arap Dünyasından ve Asya ülkelerinden bakış açısı olumludur	45	2%
		Son Dönem Uluslararası Olaylar Sürecine Yönelik Söylemler		
		Arap baharı ve Ortadoğu'daki gelişmelere duyarlı Türkiye	308	17%
		Arap ülkeleri ve halkların hareketinin destekçisi Türkiye	185	10%
		Ortadoğu'da ABD'nin ve politikalarının güç kaybı	28	2%
		Batı merkezci politikaların geçersizliği	102	6%
		İslam dünyasının değişim süreci ve İslami değerlerin güçlenmesi	131	7%
		Batının İslamafobisi/ İslam karşıtlığı	73	4%
		Toplam	1805	100%

Tablo 63: Siyasal enformasyon kapsamında iknaya yönelik öne çıkan değer ve söylemlerin değerlendirilmesi

Tablo 63'te iknaya yönelik alt başlıklar toparlanıp bir tabloda gösterildiğinde dünya gündemini meşgul eden konuların Türkiye gündemini ve kamu diplomasisi çalışmalarını doğrudan etkilediği gözlemlenmektedir. Dolayısıyla tüm çalışmaların içinde Arap baharı ve Ortadoğu'daki gelişmelere ilişkin duyarlılık %17, Arap ülkeleri ve halkların hareketine destek verilmesi %10, Arap ülkeleriyle ortak geçmişe sahiplik ve dostluk %8 olarak yer almaktadır. İknaya yönelik diğer değer ve söylemlerin değerlendirilmesi ise şöyledir: Ekonomisi güçlü ülke Türkiye %9, Demokrasisi güçlü ülke Türkiye %9, Model ülke Türkiye/Türkiye tecrübesi / Örnek ülke Türkiye %7, Afrika'ya önem veren Afrika ülkeleriyle dost ülke Türkiye %7, İslam dünyasının değişim süreci ve İslami değerlerin güçlenmesi %7, Batı merkezci

politikaların ve modernizmin geçersizliği %6, Batının İslamafobisi/İslam karşıtlığı %4, Türkiye güçlü siyasi istikrara sahiptir %4, Yükselen güç Türkiye/değer üreten ülke %2, Avrupa ülkeleriyle stratejik ortaklığa sahiplik %3, Türkiye'ye Afrika, Arap Dünyasından ve Asya ülkelerinden bakış açısı olumludur %2, Ortadoğu'da ABD'nin ve politikalarının güç kaybına uğramaktadır %2, Tarihiyle, coğrafyasıyla barışan ülke Türkiye %1, ABD ile model ortaklık önemlidir %1.

Siyasal Enformasyon	Bilgilendirme	Türkiye'nin Politikalarıyla İlgili Bilgilendirme Söylemleri	Sayı	Oran (%)
		Türkiye yeni çok yönlü/geniş/aktif bir dış politikaya sahiptir	222	7%
		Türkiye yeni iç politikalara sahiptir	105	4%
		Türkiye'nin son 10 yıllık değişim süreci/reformları	135	5%
		Türk dış politikasının yeni aktörlere sahiptir	204	7%
		Yeni Türkiye'nin yeni bir hikayesi var	26	1%
		Türkiye'nin İlişkileriyle İlgili Bilgilendirme Söylemleri		
		Türkiye'nin Ortadoğu'da destekleyici/barışçıl/çözüm odaklı role sahiptir	260	9%
		Türkiye'nin AB üyeliği sürecinin devamlılığı	90	3%
		Türkiye - Avrupa ülkeleri arasında işbirliği ve diyalog	49	2%
		Türkiye- ABD işbirliği	30	1%
		Balkanlar, Asya ve diğer ülkelerle ilişkilerinde ve dünyadaki olaylara karşı duyarlıdır	66	2%
	İkna	Türkiye'nin Yapısıyla İlgili Öne Çıkan İkna Söylemleri		
		Ekonomisi güçlü ülke Türkiye	155	5%
		Demokrasisi güçlü ülke Türkiye	157	5%
		Türkiye güçlü siyasi istikrara sahiptir	68	2%
		Model ülke Türkiye/Türkiye tecrübesi / Örnek ülke Türkiye	135	5%
		Yükselen güç Türkiye/ değer üreten ülke	40	1%
		Tarihiyle, coğrafyasıyla barışan ülke Türkiye	27	1%
		Türkiye'nin Dış Politikasıyla İlgili Öne Çıkan İkna Söylemleri		
		Arap ülkeleriyle ortak geçmişe sahip dost ülke Türkiye	147	5%
		Afrika'ya önem veren Afrika ülkeleriyle dost ülke Türkiye	126	4%
		Avrupa ülkeleriyle stratejik ortaklığa sahip ülke Türkiye	59	2%
		ABD ile model ortaklık önemlidir	19	1%
		Türkiye'ye Afrika, Arap Dünyasından ve Asya ülkelerinden bakış açısı olumludur	45	2%
		Son Dönem Uluslararası Olaylar Sürecine Yönelik Söylemler		
		Arap baharı ve Ortadoğu'daki gelişmeler	308	10%
		Arap ülkeleri ve halkların hareketinin destekçisi	185	6%
		Ortadoğu'da ABD'nin ve politikalarının güç kaybı	28	1%

	Batı merkezci politikaların geçersizliği	102	3%
	İslam dünyasının değişim süreci ve İslami değerlerin güçlenmesi	131	4%
	Batının İslamafobisi/ İslam karşıtlığı	73	2%
	Toplam	2992	100%

Tablo 64:Türk kamu diplomasisinin siyasal enformasyon kapsamında değerlendirilmesi

Tablo 64’te Türk kamu diplomasisi tüm siyasal enformasyon çalışmaları kapsamında ele alınmıştır. Bu genel değerlendirmeye göre de Arap baharı ve Ortadoğu'daki gelişmelere ilişkin enformasyon çalışmalarının oranı %10 ile en fazla değinilen konu olmuştur. Doğal olarak Türkiye’nin Ortadoğu’da destekleyici/barışçıl/çözüm odaklı rolü %9, Arap ülkeleri ve halkların hareketinin destekçisi olduğu %6, Arap ülkeleriyle ortak geçmişe sahip dost ülke olduğu da %5 oranında vurgulanmıştır. Türkiye’nin uluslararası ilişkileri, politikaları ve gelişmeler karşısındaki tutum ve davranışları hükümetin yeni dış politikası, ekonomik gelişmeler, siyasi anlayışı, demokrasi tecrübesi ve son 10 yıllık reformları çerçevesinde değerlendirildiği görülmüş ve KDK’nın dile getirdiği gibi “yeni Türkiye’nin yeni hikayesinin anlatıldığı” ortamlar yaratılmıştır. Kamu diplomasisi faaliyetlerini genel siyasal enformasyon çerçevesinde değerlendirdiğimizde öne çıkan kavramlar ve değerleri şu şeklide sıralamak mümkündür: Türkiye’nin yeni çok yönlü/geniş/aktif bir dış politikaya sahipliği %7, Türk dış politikasının yeni aktörleri %7, Türkiye’nin son 10 yıllık değişim süreci/reformları %5, ekonomisinin gücü %5, demokrasisinin gücü %5, Ortadoğu’da örnek/model ülke gösterilmesi %5, Türkiye yeni iç politikalara sahiptir %4, Türkiye’nin güçlü siyasi istikrara sahipliği %2, Afrika’ya verdiği önem %4, İslam dünyasının değişim süreci ve İslami değerlerin güçlenmesi %4, Türkiye’nin AB üyeliği sürecinin devamlılığı %3, Batı merkezci politikaların geçersizliği %3, Türkiye - Avrupa ülkeleri arasında işbirliği ve diyalog %2, Türkiye- ABD işbirliği %1, Balkanlar, Asya ve diğer ülkelerle ilişkilerinde ve dünyadaki olaylara karşı duyarlıdır %2, Avrupa ülkeleriyle stratejik ortaklığa sahip ülke Türkiye %2, Türkiye’ye Afrika, Arap Dünyasından ve Asya ülkelerinden bakış açısı olumludur %2, Batının İslamafobisi/ İslam karşıtlığı %2, Yükselen güç Türkiye/ değer üreten ülke %1, Tarihiyle, coğrafyasıyla barışan ülke Türkiye %1, Ortadoğu’da ABD’nin ve politikalarının güç kaybı %1, ABD ile model ortaklık önemlidir %1.

Siyasal Enformasyon Faaliyetlerinin Oranı	Sayı	Oran (%)
Bilgilendirme Faaliyetleri Çerçevesinde Siyasal Enformasyon	1187	40%
İkna Çerçevesinde Siyasal Enformasyon	1805	60%
Toplam	2992	100%

Tablo 65: Bilgilendirme ve ikna çerçevesinde siyasal enformasyon faaliyetlerinin değerlendirilmesi

Siyasal enformasyon faaliyetleri, bilgilendirme faaliyetleri ve ikna faaliyetlerinin sayısal oranı bakımından değerlendirildiğinde (Tablo 65); iknaya yönelik söylemlerin ve faaliyetlerin %60, bilgilendirme odaklı söylemlerin %40 olduğu görülmektedir. Bu çerçevede KDK'nın çalışmalarının; Türkiye'nin ekonomik anlamda güçlü, demokraside ilerleyen, siyasi istikrara sahip, barışçıl ve müzakereci aktif bir dış politikaya sahip, demokrasi ve özgürlük arayışı içindeki ezilen, hakkını arayan halkların yanında, az gelişmiş ülkelerin kalkınmasında yardımcı olan, tarihine, coğrafyasına sahip çıkan bir ülke olduğu yönünde uluslararası platformda etkin kılmaya yönelik olduğu izlenmektedir.

Siyasal Enformasyon	Bilgilendirme	Türkiye'nin Politikalarıyla İlgili Bilgilendirme Söylemleri	Sayı	Oran (%)
		Türkiye yeni çok yönlü/geniş/aktif bir dış politikaya sahiptir	222	7%
		Türkiye yeni iç politikalara sahiptir	105	3%
		Türkiye'nin son 10 yıllık değişim süreci/reformları	135	4%
		Türk dış politikasının yeni aktörlere sahiptir	204	6%
		Yeni Türkiye'nin yeni bir hikayesi var	26	1%
		Türkiye'nin İlişkileriyle İlgili Bilgilendirme Söylemleri		
		Türkiye'nin Ortadoğu'da destekleyici/barışçıl/çözüm odaklı role sahiptir	260	8%
		Türkiye'nin AB üyeliği sürecinin devamlılığı	90	3%
		Türkiye - Avrupa ülkeleri arasında işbirliği ve diyalog	49	1%
		Türkiye- ABD işbirliği	30	1%
		Balkanlar, Asya ve diğer ülkelerle ilişkilerinde ve dünyadaki olaylara karşı duyarlıdır	66	2%
	İkna	Türkiye'nin Yapısıyla İlgili Öne Çıkan İkna Söylemleri		
		Ekonomisi güçlü ülke Türkiye	155	5%
		Demokrasisi güçlü ülke Türkiye	157	5%
		Türkiye güçlü siyasi istikrara sahiptir	68	2%
		Model ülke Türkiye/Türkiye tecrübesi / Örnek ülke Türkiye	135	4%
		Yükselen güç Türkiye/ değer üreten ülke	40	1%

Kültürel Diplomasi		Tarihiyle, coğrafyasıyla barışan ülke Türkiye	27	1%
		Türkiye'nin Dış Politikasıyla İlgili Öne Çıkan İkna Söylemleri		
		Arap ülkeleriyle ortak geçmişe sahip dost ülke Türkiye	147	4%
		Afrika'ya önem veren Afrika ülkeleriyle dost ülke Türkiye	126	4%
		Avrupa ülkeleriyle stratejik ortaklığa sahip ülke Türkiye	59	2%
		ABD ile model ortaklık önemlidir	19	1%
		Türkiye'ye Afrika, Arap Dünyasından ve Asya ülkelerinden bakış açısı olumludur	45	1%
		Son Dönem Uluslararası Olaylar Sürecine Yönelik Söylemler		
		Arap baharı ve Ortadoğu'daki gelişmeler	308	9%
		Arap ülkeleri ve halkların hareketinin destekçisi	185	6%
		Ortadoğu'da ABD'nin ve politikalarının güç kaybı	28	1%
		Batı merkezci politikaların geçersizliği	102	3%
		İslam dünyasının değişim süreci ve İslami değerlerin güçlenmesi	131	4%
		Batının İslamafobisi/ İslam karşıtlığı	73	2%
	Diyalog	Diyaloga İlişkin Öne Çıkan Söylemler		
		Exchange (Değişim) programları düzenlenmesi	36	1%
		Akademik işbirliklerinin kurulması	17	1%
		Kültür-Sanat Etkinlikleri ve ürünleri	22	0,66%
		Kültürlerarası diyalog ve kültürel işbirliklerin kurulması	102	3,04%
		Dünyada dinler arası diyalog	22	1%
		Kültür-dil enstitüleri	17	0,51%
		Diğer kültürel diplomasi çalışmaları	2	0,06%
	Projeler	Projelere İlişkin Öne Çıkan Söylemler		
		Kalkınma Projeleri	23	0,69%
		İnsani yardım projeleri	44	1%
		Akademik ve Bilimsel Projeler	8	0,24%
	Uluslararası Medya ve Yayınlar	Uluslararası Medya ve Yayınlarla İlişkin Öne Çıkan Söylemler		
		Uluslararası yayınlarla haber (TRT, AA)	38	1,13%
		Türk dizileri/filmlerin yayını	22	0,66%
		Belgeseller hazırlanması	6	0,18%
		Tanıtım filmleri/reklamları	1	0,03%
		Toplam	3352	100%

Tablo 66: Türk KDK'nın faaliyetlerinin siyasal enformasyon ve kültürel diplomasi çerçevesinde değerlendirilmesi

Tablo 66'da KDK'nın resmi web sitesinde "Faaliyetler" sekmesinde yer alan 104 adet faaliyetin içerik analizi yöntemi ile incelenmesi sonucunda elde edilen tüm değerler birlikte ele alınmıştır. Daha önceki tablolarda siyasal enformasyon ve kültürel diplomasiye ilişkin öne çıkan söylem ve değerler kendi içinde teker teker

değerlendirilmiştir. Bu tabloda genel bir değerlendirme yapılmaktadır. Daha önceki tablolarda ve Tablo 66'da görüldüğü üzere KDK faaliyetlerinin ağırlık noktasını siyasal enformasyon çalışmaları oluşturmaktadır. Siyasal enformasyon çalışmalarının yoğunluk noktasını da “Yeni Türkiye”nin dış politikası, ekonomisi, siyasi yapısı, reformları doğrultusunda dünyada yaşanan son gelişmeler karşısındaki duruş ve politikaları oluşturmaktadır. Kültürel diplomasi faaliyetlerinin genele oranının ise çoğunlukla %1 ve %1'in altında değerlerden oluştuğu izlenmektedir. Sadece kültürel işbirliklerinin kurulması, kültürel diyalogun artırılması %3 oranındadır ki bu işbirliği ve diyalogların artırılıp güçlendirilmesi büyük oranda Türkiye ile Arap ve Afrika ülkeleri arasındaki ilişkilerin sözkonusu olduğu faaliyetlerde geçmektedir.

Yukarıdaki tablo incelendiğinde 2010-2013 yılları arasındaki kamu diplomasisi çalışmalarında ilk sırada Ortadoğu ve Arap ülkelerine, ikinci sırada Afrika ülkelerine yönelik faaliyetlerin ve söylemlerin ağırlık kazandığı görülmektedir. Bu doğrultuda tüm sayısal rakamlar şöyle sıralanmaktadır: Arap baharı ve Ortadoğu'daki gelişmeler %9, Türkiye'nin Ortadoğu'da destekleyici/barışçıl/çözüm odaklı role sahiptir %8, Türkiye yeni çok yönlü/geniş/aktif bir dış politikaya sahiptir %7, Arap ülkeleri ve halkların hareketinin destekçisi %6, Ekonomisi güçlü ülke Türkiye %5, Demokrasisi güçlü ülke Türkiye %5, Arap ülkeleriyle ortak geçmişe sahip dost ülke Türkiye %4, Model ülke Türkiye/Türkiye tecrübesi / Örnek ülke Türkiye %4, Afrika'ya önem veren Afrika ülkeleriyle dost ülke Türkiye %4, İslam dünyasının değişim süreci ve İslami değerlerin güçlenmesi %4, Türkiye yeni iç politikalara sahiptir %3, Türkiye'nin son 10 yıllık değişim süreci/reformları %4, Türk dış politikasının yeni aktörlere sahiptir %6, Türkiye'nin AB üyeliği sürecinin devamlılığı %3, Batı merkezci politikaların geçersizliği %3, Kültürlerarası diyalog ve kültürel işbirliklerin kurulması %3, Batının İslamafobisi/ İslam karşıtlığı %2, Yeni Türkiye'nin yeni bir hikayesi var %1, Türkiye güçlü siyasi istikrara sahiptir %2, Balkanlar, Asya ve diğer ülkelerle ilişkilerinde ve dünyadaki olaylara karşı duyarlıdır %2, Avrupa ülkeleriyle stratejik ortaklığa sahip ülke Türkiye %2, Yükselen güç Türkiye/ değer üreten ülke %1, Tarihiyle, coğrafyasıyla barışan ülke Türkiye %1, Türkiye'ye Afrika, Arap Dünyasından ve Asya ülkelerinden bakış açısı olumludur %1, Türkiye - Avrupa ülkeleri arasında işbirliği ve diyalog %1, Ortadoğu'da ABD'nin ve politikalarının güç kaybı %1, Türkiye-ABD işbirliği %1, ABD ile model

ortaklık önemlidir %1, Exchange (Değişim) programları düzenlenmesi %1, Akademik işbirliklerinin kurulması %1, Dünyada dinler arası diyalog %1, İnsani yardım projeleri %1, Uluslararası yayınlarla haber (TRT, AA) %1,13, Türk dizileri/filmlerin yayını %1,13, Kalkınma Projeleri %0,69, Kültür-Sanat Etkinlikleri ve ürünleri %0,66, Kültür-dil enstitüleri %0,51, Akademik ve Bilimsel Projeler %0,24, Belgeseller hazırlanması %0,18, Diğer kültürel diplomasi çalışmaları %0,06, Tanıtım filmleri/reklamları %0,03.

Türkiye Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Faaliyetlerinin Genel Oranı	Sayı	Oran (%)
Siyasal Enformasyona Yönelik Öne Çıkan Söylemler	2992	89%
Kültürel Diplomasiye Yönelik Öne Çıkan Söylemler	360	11%
Toplam	3352	100%

Tablo 67: Türkiye KDK'nın Faaliyetlerinin Genel Oranının Değerlendirilmesi

Tüm faaliyetlerde öne çıkan kavramlar, değerler ve bunlara ilişkin söylemler incelendiğinde Tablo 67 açıkça göstermektedir ki Türkiye'nin kamu diplomasisi çalışmalarının oldukça büyük bir bölümünü siyasal enformasyona yönelik faaliyetler ve söylemler oluşturmaktadır. Siyasal enformasyon %89 gibi büyük bir alanı kaplarken, kültürel diplomasiye yönelik çalışma ve söylemlerin %11'lik yer bulduğu belirlenmiştir. Kamu diplomasisinin iki ayağı dış politika ve siyasi değerler siyasal enformasyon ile kendine %89 oranında büyük bir yer bulurken, üçüncü ayak kültürel diplomasi faaliyetleri tüm faaliyetler içinde kıyaslanamayacak kadar az bir oranla varlığını göstermektedir.

4.7. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Türkiye Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü KDK'nın faaliyetlerinin ve metinlerinin analiz edilmesiyle elde edilen bulgular, analiz öncesinde oluşturulan hipotezleri doğrular niteliktedir. Aynı zamanda çalışmaya başlamadan önce cevapları aranan soruların hepsinin yanıtının bulunduğu görülmektedir.

Varsayımların sınanması amacıyla yapılan içerik analizi araştırmasından elde edilen bulgulara göre KDK'nın faaliyetlerinin %89 gibi çok büyük bir oranının

siyasal enformasyon odaklı yürütüldüğü, kültürel diplomasi faaliyetlerinin kamu diplomasisi faaliyetlerinin toplamının %11 gibi az bir oranını oluşturduğu belirlenmiştir.

Bu bulgular “Kamu diplomasisi faaliyetleri ağırlıklı olarak siyasal enformasyon odaklı yürütülmektedir, kültürel diplomasisine gereken önem verilmemektedir” varsayımlarını doğrulamaktadır. Bu sonuç aynı zamanda “KDK kültürel kodları kamu diplomasi faaliyetlerinde ne kadar kullanıyor? Kültürel diplomasi faaliyetlerinin kamu diplomasisi faaliyetlerinin toplamına yansımaları nedir?” sorularının da cevabını vermektedir.

Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü faaliyetleri çerçevesinde KDK’nın web sitesinden incelenen 104 adet faaliyete ilişkin genel bir değerlendirme yapılması gerekirse; faaliyetlerin %27’sinin Üniversite Programları, % 53’nün Siyasal İletişim Faaliyetleri, %27’sinin Medya-Tanıtım Çalışmaları olarak yapıldığı görülmektedir.

Faaliyetler alt başlıklarına göre değerlendirildiğinde kamu diplomasisinin anlatıldığı Paneller, Türk dış politikasının tanıtıldığı Tanıtım Programları, Gençlik Programları, Türk iç ve dış politikasının anlatıldığı Ülke Toplantıları, Gazeteci Heyetleri Programları, Yabancı Basını Bilgilendirme Programlarının hepsinin siyasal enformasyon amaçlı olduğu görülmüştür. Akil İnsanlar Konferansları, Küresel Forum ve Avrupa Toplantılarının ise Türkiye ve dünya siyasi ve sosyal gündemini oluşturan konuların tartışıldığı, görüş bildirildiği toplantılar olduğu belirlenmiştir.

Araştırmadaki ilk soru olan “Kamu diplomasisinde kültürel kodlar ne kadar kullanılıyor?” sorusunun cevabını, nicel araştırma sonuçlarına göre 104 faaliyet içinde “Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri” başlığı altında 6 adet (%6) faaliyet olarak görmekteyiz. Niteliksel araştırmada faaliyetler daha derinlemesine incelendiğinde siyasal enformasyona yönelik çalışmalar dahilinde kültürel diplomasi olarak değerlendirebileceğimiz faaliyet ve söylemler tespit edilmiş bu sebeple genel bulgulara kültürel diplomasinin oranı %11 olarak yansımıştır. Bu bulgu da kültürel diplomasiye az önem verilmektedir varsayımını desteklemektedir.

Yıllar içinde yapılan faaliyetlerin sayısının arttığı görülse de içerik ve kapsam olarak farklılaştığı gözlenmemiştir. Örneğin; Üniversite Programlarının özellikle de Siyasal İletişim Faaliyetlerinin sayısında istikrarlı bir artış gözlemlenirken, Kültür ve

Tanıtım faaliyetlerinin içinde yer aldığı Medya-Tanıtım Çalışmalarının toplamında artış olmadığı gibi tersine düşüş olduğu görülmüştür.

Siyasal Enformasyon çalışmalarının içeriksel boyutu değerlendirildiğinde; faaliyetlerin %77 gibi büyük bir çoğunluğu Türkiye’de, sadece Ülke Toplantıları farklı ülkelerde gerçekleştirilmiştir. Bu toplantıların genel içeriğini Türkiye’nin iç ve dış politikalarının yanı sıra, dünya gündemini oluşturan özellikle Ortadoğu konusu oluşturmıştır. Kamu diplomasisi farklı toplumların kalplerinin ve zihinlerinin kazanılması ise daha fazla faaliyetin ülke dışına taşınması gerektiği söylenebilir. Kamu diplomasisi için önemli bir öge olan aktörlere baktığımızda ana mesajların akademisyenler, gazeteciler, KDK üyeleri, Başbakanlık ve Bakanlıklar tarafından verildiği görülmektedir. Kamu diplomasisinde etkin olması beklenen STK ve diğer sivil girişimlerin ise yetersiz olduğu göze çarpmaktadır. Genel fikirlerin, algıların oluşturulmasında akademisyenler ve gazeteciler kanaat önderleri olarak etkili olabilir ancak kamu diplomasisi daha fazla sivil inisiyatifi gerektirmektedir.

Bir ülkenin kamu diplomasisi stratejisinin çizilmesinde devlet ve devlet organlarının baş aktör olduğu, siyasal enformasyon üretimi ve dağıtımının yine bu aktörler tarafından koordine edildiği bir gerçektir. Buradan yola çıkarak toplantılarda rol alan medya ve medya mensuplarının (AA, TRT, Yeni Şafak, Star, Kanal 24, Zaman vb), STK’ların (SETA vb), akademisyen ve üniversitelerin hükümetin politikalarına yakın kişilerden seçilmiş olması olağan karşılanabilir. Yabancı katılımcılara bakıldığında ise; çoğunluğunun Ortadoğu ve diğer Müslüman Afrika ülkelerinden gelen konuk ve konuşmacılardan oluştuğu, Batı ve Asya ülkelerinden gelenlerin ise uzmanlık alanlarının ve konularının genelde Ortadoğu siyaseti, din, felsefe ve dış politika olduğu görülmüştür.

Kamu diplomasisi faaliyetleri Siyasal Enformasyon ve Kültürel Diplomasi kategorileri çerçevesinde incelenmiştir. Siyasal Enformasyon; “Bilgilendirme” ve “İkna” olarak iki ana başlık altında incelenmiştir. Bilgilendirme; 1)Türkiye’nin Politikalarıyla İlgili Bilgilendirme Söylemleri 2) Türkiye’nin İlişkileriyle İlgili Bilgilendirme Söylemleri şeklinde iki alt başlık altında değerlendirme yapılmıştır. İkna ise; 1) Türkiye’nin Yapısıyla İlgili Öne Çıkan İkna Söylemleri 2) Türkiye’nin Dış Politikasıyla İlgili Öne Çıkan İkna Söylemleri 3) Son Dönem Uluslararası Olaylar Sürecine Yönelik Söylemler diye üç alt kategoride incelenmiştir.

Bilgilendirme söylemlerinde Türkiye'nin yeni dış politikası, dış politikanın yeni aktörleri, son on yıllık değişim süreci, en sık tekrarlanan söylemlerdir. Türkiye'nin ilişkileriyle ilgili olarak da en fazla Ortadoğu'daki destekleyici rolü hakkındaki görüşler tekrarlanmıştır.

İkna odaklı söylemlerde ise; ekonomisi, demokrasisi güçlü Türkiye, Ortadoğu'da örnek ülke Türkiye söylemleri ağırlık kazanırken, Arap ve Müslüman Afrika ülkeleriyle ortak geçmişe sahip olduğu, bu ülkelerle unutulan bağların yeniden kurulacağı, Arap halkına destek olunacağı sıklıkla dile getirilmiştir.

Kültürel Diplomasi 3 alt kategoride incelenmiştir. “Diyalog”, “Projeler” ve “Uluslararası Medya ve Yayınlar”. “Diyalog” kapsamında uluslar arasında diyalog ortamı yaratabilecek değişim (exchange) programları, akademik işbirlikleri, kültürel-sanatsal işbirlikleri, kültür-dil enstitüleri gibi faaliyetler incelenmiştir. Faaliyetlerin metinlerinde bunlara ilişkin genelde daha çok kültürler arası diyalog ve işbirliği, daha fazla akademik değişim programlarının oluşturulmasına yönelik temenniler, istekler olduğu görülmüştür. Konuyla ilgili hayata geçen çalışmalara ise başka kaynaklardan ulaşılmıştır. “Projeler”e bakıldığında insani yardım ve kalkınma projelerinin oranlarının bir hayli yüksek olduğu görülmüştür. Bu konuda yapılan diğer araştırmalar Türkiye'nin bu konuda karne notunun iyi olduğunu göstermektedir. Türkiye 2011'de 1 milyar 38 milyon dolarlık kalkınma yardımı yapmıştır. Özellikle TİKA'nın kalkınma ve yardım projeleri kamu diplomasisine iyi hizmet etmektedir. “Uluslararası medya ve yayınlarda TRT ve AA'nın uluslararası gelişimi sık sık dile getirilirken, Türk dizilerinin yabancı toplumlarda yarattığı olumlu algı değişikliğinin altı çizilmektedir. Bu kapsamda ayrıca hazırlanan belgesellerden bahsedilmektedir.

Kısaca özetlersek, KDK faaliyetlerinde Türkiye'nin yeni iç ve dış politikasına ilişkin yoğun bir ikna ve bilgilendirmeye yönelik söylem ve faaliyetler %89 oranla öne çıkarken, kültürel diplomasiye dönük olarak tespit edilen faaliyet ve söylemlerin oranı %11 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar araştırmanın başlangıcındaki “Kamu diplomasisi faaliyetlerinde kültürel öğelerin oranı, yansıması, bu öğelere ne kadar önem verildiği” sorularının cevabını vermektedir.

Yukarıdaki tablolarda yer alan sayısal ve yüzdesel değerler de göstermektedir ki KDK, genel ve Türk kültürel yapısının unsurlarını, öğelerini dış politika ve siyasal

değerler oranında kullanmamaktadır. Çok derin, geniş ve zengin bir yapıya, köke sahip Türk kültürünün kamu diplomasisi faaliyetleri çerçevesinde hak ettiği oranda yer bulamadığı görülmüştür.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Devingen bir dünyada küreselleşmenin değiştirdiği, ortaya çıkardığı dinamikler tüm ortamlarda kendini hissettirmektedir. Bu döngü içinde çoklu disiplinden meydana gelen halkla ilişkilerin de uygulama alanlarının, hedef kitesinin, stratejilerinin değişmesi engellenemez bir durumdur. Devletlerin, kurumların, yapıların büyüüp genişlemesine paralel şekilde halkla ilişkiler uygulayıcılarının da iletişim alanlarını uluslararası kamu düzeyine çıkarmak zorunluluğu doğmaktadır. Halkla ilişkilerin temel fonksiyonlarını global ve uluslararası boyuta taşıdığımızda uluslararası halkla ilişkilerle buluşan bir başka kavramla, “kamu diplomasisi” ile karşılaşmaktayız.

Uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisinin benzer perspektiften yaklaşımları her iki kavramın teorik ve uygulama alanlarının böyle bir tez çalışmasında irdelenmesine vesile olmuştur. Bugüne kadar çok fazla tez çalışması olarak ele alınmayan uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi kavramlarının ikna, kamuoyu yaratımı, imaj yönetimi, itibar yönetimi, yönetişim, marka yönetimi, tanıtım, pazarlama iletişimi, iletişim stratejisi gibi birçok ortak paydada birleşiyor olmaları bu doktora tezinin iskeletini kurmuştur.

Ortak anlayış, hedef kitlelerin rızasının alınması, ortak çıkarlarda buluşmak, karşılıklı diyalog sürecini yürütmek, müzakere ve uzlaşma ortamları oluşturmak kamu diplomasisinin fonksiyonları arasında sayılırken; 21. yy’ın halkla ilişkiler modeli olan iki yönlü simetrik halkla ilişkiler de uzlaş, karşılıklı anlayış, katılımcılık, çift yönlü iletişim özellikleriyle kamu diplomasisi ile benzer fonksiyonları taşımaktadır.

Tezin birinci bölümünde ifade edildiği gibi Simetrik Halkla İlişkiler ve Mükemmel Halkla İlişkiler kamu diplomasisinin özelliklerine daha yakın olmakla birlikte, uygulamaya bakıldığında Asimetrik Halkla İlişkiler, Basın Ajansı/Tanıtım ve Kamuyu Bilgilendirme Modellerinin de kamu diplomasi faaliyetlerinin hayata geçirilmesinde fazlasıyla kendine yer bulduğunu söylemek mümkündür.

Halkla ilişkiler modelleri ve kamu diplomasisi modelleri arasındaki uyum ve benzerlik karşılaştırmalı olarak ilk bölümde ortaya konmuştur. Buna göre; Anlaşma Oryantasyonlu Halkla İlişkiler Modelinde halkla ilişkilerin “karşılıklı güven,

samimiyet ve yasallık çerçevesinde karşılıklı bir anlaşma sağlaması”; Ko-oryantasyon Modelindeki “ortak fikir birliğine varılması, çelişkilerin giderilmesi”; Modern Toplumların ‘Kamusal ilişkilerinin’ teorisindeki “halkların kamusal iletişiminin sağlanması, kamu güveninin cesaretlendirilmesi”; Konstruktivist Yaklaşımda “kamuda imajların oluşturulması ve sağlanması” görevleri ve fonksiyonlarıyla, Cowan ve Arsenault’un Monolog-Diyalog-İşbirliği; Kelley’in işbirliği, şeffaf iletişim, güven yaratma temelli Savunma ve Danışma Modeli; Zaharna’nın enformasyon tasarlanması yoluyla imaj geliştirilmesine dayalı Enformasyon ve İlişkisel İletişim Modelleri arasında önemli paralellikler gözlenmektedir. Benzer şekilde Peisert’in Kültürel İletişim Modeli, Freitag’ın Propaganda-Enformasyon-Diyalog Modeli, Deibel ve Roberts’in Katı ve Esnek Yaklaşımının Simetrik Halkla İlişkiler Modelinin yanı sıra Basın Ajansı, Kamuyu Bilgilendirme ve Asimetrik Halkla İlişkiler Modelleriyle birçok noktada örtüştüğü görülmektedir.

Signitzer ve Coombs, Zöllner gibi teorisyenler Peisert’in kültürel iletişim modeli ile Grunig ve Hunt’ın dört halkla ilişkiler modeli arasında ilişki kurarken; Siyasal Bilgilendirmeyi, Kamuyu Bilgilendirme ve Asimetrik Model ile ilişkilendirirken, Kültürel İletişim/Diplomasiyi tüm (Basın Ajansı/Tanıtım, Kamuyu Bilgilendirme, Asimetrik, Simetrik) halkla ilişkiler modelleri ile ilişkilendirmektedirler.

Bu tezde siyasal enformasyon ve kültürel diplomasi bağlamında ele alınan araştırmanın sonuçları da bu ilişkilendirmeyi doğrular niteliktedir. Hatta siyasal enformasyon çalışmalarına Kamuyu Bilgilendirme ve Asimetrik Modelin yanında Basın Ajansı/Tanıtım Modelini de ekleyerek değerlendirmek mümkündür.

Niteliksel ve niceliksel içerik araştırması sonucunda siyasal enformasyon faaliyetlerinde, KDK aracılığıyla en fazla hükümetin iç ve dış politikalarının tanıtımının yapılması; hükümetin genel (ekonomik, siyasi, sosyal, demokrasi vb) politikaları ve reformlarının anlatılması; yabancı öğrenci, gazeteci, siyasetçi gibi grupların bu politikalar hakkında bilgilendirilmesi ve politik söylemlerle ikna edilmesi çalışmalarının ağırlıklı olarak yer aldığı belirlenmiştir. Sayıca daha az ele alınan kültürel diplomasi faaliyetlerinin değerlendirilmesinde ise örneğin; diyalog kurmaya yönelik kalkınma ve insani yardım projelerini, akademik değişim

programlarını ve akademik projeleri simetrik halkla ilişkiler modeli; belgeselleri, uluslararası yayınları ise kamuyu bilgilendirme ve tanıtım modelleri çerçevesinde ele alabiliriz.

“Public Diplomacy” ve “Public Relations” kavramları temelleri ve sözcüksel yapıları gereği halk/kamu/hedef kitle unsurunu tüm çalışmalarının ve stratejilerinin odağına yerleştirmek durumundadır. Halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi departmanları temsil ettikleri organizasyonlar ve hedef kitleleri arasında bir köprü görevi görür, kültürler arasındaki bağları kuvvetlendirir. Halkla ilişkilerin uluslar arasındaki uygulama alanı ve stratejisi, farklı kültürler, toplumlar ya da işletmeler arasında ilişkilerin inşa edilip sürdürülmesi üzerine kurulurken, günümüzde yükselen değerlerden kabul edilen kamu diplomasisi de devlet ve sivil kişi ve grupların ortak girişimleriyle farklı ülke kamuoylarında kendi ülkeleri hakkında olumlu algı yaratma, onların kalplerini ve rızalarını kazanma çabasıdır.

Çağımızı şekillendiren küreselleşme, dış politika ve diplomasiye de farklı anlamlar yüklemiş durumdadır. Değişen ekonomik, teknolojik, güvenlik, toplumsal ve devletsel sistemler küreselleşmeyi yarattığı gibi küreselleşme de bu sistemlere hız kazandırmaktadır. Tüm yapıların ve araçların karşılıklı olarak birbirlerini değiştirmeleri doğal olarak Ad-hoc diplomasiden kamu diplomasisine varan süreçte diplomasinin de alanını, görev ve sorumluluklarını genişletmiş, yenilemiştir.

Diplomasi artık devletlerin güçlerini artırmak, diğer ülkelere karşı üstünlük kurmak görevinden ziyade; daha fazla uzlaş, müzakere, ortak çıkarlarda buluşma, karşılıklılık, sürdürülebilirlik, stratejik iletişim süreçlerinin devamlılığı gibi yeni misyonlar edinmiştir. Bu yeni misyon ve vizyon günümüzde kamu diplomasisi ve kültürel diplomasiye çıkan bir yolu çizmektedir.

Çok kutupluluktan, çoklu kültürlerden, kültürlerarasılıktan sıkça bahsettiğimiz bir dünyada halkların, sivil seslerin yükselişini, sivil inisiyatifin güçlenmesini görmekteyiz. Bu durum birçok sistem gibi dış politikanın ve diplomasinin işleyişini de etkilemektedir. Kamu diplomasisi klasik diplomasi anlayışından farklı olarak devlet ve devlet örgütlerinin yanı sıra medya, üniversite, sanatçı, dernek, vakıf, sporcu, iş dünyası, bürokrat, bilim insanı, yerel yönetimler gibi birey ve grupların düşüncelerinin, eylemlerinin entegrasyonu ile güç kazanmaktadır.

Kamu diplomasisi çalışmalarında sivil platformlarla devlet kurumları arasındaki mesafenin daraltılarak, sivil inisiyatif için daha geniş hareket alanlarının sunulması esastır. Kamu diplomasisinin sürdürülebilirliği ve yenilenebilirliği için bu kuruluşların devlet kurumlarıyla ve birbirleriyle entegrasyonu ve işbirliği ise kurumlar arasındaki ilişkilerin etkin ve dinamik tutulmasına bağlıdır. Bu noktada eşgüdümü sağlayacak olan da KDK gibi bir kurumdur. Bu durumda KDK'ya büyük sorumluluklar düşmektedir. Bir ülkenin kamu diplomasisi ortak hedef ve çıkarlar doğrultusunda devlet-sivil tüm kuruluşların ortak çalışmasını gerektirir.

Günümüzde kamu diplomasisi dış politikanın oluşmasında etkin olabilecek aktörlere ihtiyaç duyar. 90'lı yıllar sonrası dünyada yaşanan hızlı değişimler, yeni kurulan Türki Cumhuriyetlerle artan ilişkiler, AB sürecindeki gelişmeler, ulaşım, eğitim ve teknolojik imkanların artmasıyla yeni ülkeler, kültürler tanıyan, farklı ülke deneyimleri yaşamaya başlayan Türk halkı doğal olarak dış politikada da katılımcı olmaya başlamıştır. Dışişleri Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Diyanet İşleri Başkanlığı, YÖK, TRT, AA, TİKA gibi dış politikada etkin olabilecek devlet kurum ve kuruluşlarının yanı sıra sivil inisiyatifin ağır bastığı medya kuruluşları, üniversiteler, STK'lar, düşünce kuruluşları, vakıflar, yardım kuruluşları, sanatçılar, bilim insanları görüşleriyle Türk dış politikasının yeni aktörleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Türk idareciler yeni dış politikanın gerekliliği olan aktörlerin öneminin farkına varmıştır ki KDK faaliyetleri dahilindeki gençlik ve basın ziyaretlerinde bu aktörlerle tanışma, görüşme, bilgi edinme ortamları yaratılmış ve her fırsatta yurtiçi ve yurtdışına yönelik çalışmalarda bu kurumlar mümkün olduğunca anlatılmaya çalışılmış hatta ortak faaliyetler düzenlenmiştir.

KDK Başbakanlığa bağlı bir koordinatörlük olarak kurulması nedeniyle dış politikanın bu yeni aktörlerini hükümete yakın kurum, birim ve kuruluşlar oluşturmaktadır. Oysa ki gerçekçi bir kamu diplomasisi yaratılıp uygulanabilmesi için aktörlerin, devlet politikalarına uygun ancak hükümet odaklı olmayan bir yapıya kavuşturulması gerekir.

Türk kamu diplomasisi çalışmalarını, Osmanlı'nın yumuşak gücü - her ne kadar bu yumuşak güç bir süre sonra tersine dönerek imparatorluğun sarsılmasında ve yıkılmasında etkin olsa da- sayesinde yüzyıllarca farklı dil, din ve kültürlerdeki toplumlara hükmetme şekline kadar götürebiliriz. Son iki yüzyılda diplomasiyi

varlığını sürdürebilmek, yıkımın önüne geçebilmek için bir araç olarak kullanan Osmanlı ve sonrasında kurulan Türkiye Cumhuriyeti, ilk yıllarında bağımsızlık, kendini kabul ettirme politikaları güderken sonraki yıllarda dış politikada çoğunlukla barışçıl, sürtüşmeden uzak, statükocu, kapalı bir dış politika izlemeye devam etmiştir. 1980’ler sonrası liberal ekonomiye geçen Türkiye dönemin iktidarı Turgut Özal ile dışarıya açılan, farklı uluslarla ilişkilerini artırmaya çalışan bir ülke olmaya başlamıştır. Doğu Bloku’nun yıkıldığı 1990’lar sonrası ve 2000’li yıllar tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de hareketli politikaların başlamasına neden olmuş 2003’te iktidarı ele alan AKP hükümeti ile “aktif” dış politika hareketleri başlamıştır. KDK’nın kurulması da hükümetin aktif dış politikaya ve dış politikada yeni aktörlere verdiği önemi göstermektedir.

Başbakanlığa bağlı olarak kurulan KDK, Türkiye’nin uluslararası kamuoyunda görünürliğini ve etkinliğini artırmayı hedeflediğini belirtmektedir. Kamu kurumları ile sivil örgütler arasında koordinasyonu sağlamakla görevli KDK, Türkiye’nin yeni potansiyellerinin dünya kamuoyunda tanınmasını amaçlamaktadır. Siyasal tanıtımın, bilgilendirmenin ağırlıklı olarak görüldüğü KDK, farklı aktörlerle “yeni Türkiye’nin yeni hikayesi”ni anlattığını ifade etmektedir.

“Yumuşak güç” kamu diplomasisinin özünü oluşturmaktadır. Askeri ve siyasi gücün ötesinde o ülkenin ticari, turistik, toplumsal, kültürel, eğitimsel, sanatsal, sportif, medyatik faaliyetleri yumuşak gücünü oluşturmaktadır. Kültürüyle, tarihi geçmişiyle, siyasi ve ekonomik gücüyle bünyesinde çok büyük bir yumuşak güç barındıran, bugün yükselen ülkeler sınıfına dahil edilen Türkiye, geç de olsa son dönem gelişmelerine istinaden oluşturduğu kamu diplomasi anlayışını uygulayabilirse dünyada itibar katsayılarını tırmanan bir ülke olma şansına sahip olabilir.

Diplomasi, silahsız savaş şeklinde barışın mimarisini inşa eden, uluslar arasında diyalog, müzakere ve ortak çözüm arayan bir dış politika aracı olarak, bir toplumun geçmişten geleceğe taşıdığı maddi, manevi tüm değerlerini ifade eden kültürle birleşince yumuşak gücün en sağlam kalesi haline gelmektedir. Kültür ve diplomasi kavramları içeriklerinde taşıdıkları “olumlu” anlamla, “kültürel diplomasi”yi oluşturarak, uluslar arasında uzun vadeli ilişki yaratılmasının teminatını sağlamaktadır. Kültür ve kültürel diplomasi ulusların arasında kalıcı barışın inşa

edilmesi, sorunların çözülmesi, savaşların bitirilmesinde elbette ki tek başına yeterli bir araç değildir. Ancak siyasetle, ekonomik gelişmelerle içiçe gittiği taktirde, uluslar arasındaki ekonomik, siyasi, askeri ilişkilerin, işbirliklerinin kırılğan olan yapılarının daha esnek, barışa ve uzlaşmaya daha yakın hale getirme konusunda önemli rol üstelenecektir. Önemli olan siyasi enformasyon çalışmalarıyla kültürel diplomasiinin birbiriyle entegrasyonunun sağlanması ve birbirleriyle koordineli gitmesi için çaba gösterilmesidir. Nihai hedef bir ülkenin yabancı kamuoyları gözünde itibarı, imajı, doğru ve iyi algılanmasıdır.

Bu tez çalışmasında kültürel diplomasi ve siyasi enformasyon bağlamında ele alınan Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerinde; oldukça zengin bir kültüre sahip olmasına rağmen kültürünü yeterince kullanmadığı, öne çıkarmakta eksik kaldığı buna karşın siyasi enformasyona daha ağırlık verildiği görülmektedir. Yapılan niceliksel ve niteliksel içerik analizi de bu durumu desteklemektedir.

KDK'nın ana web sayfasında "Faaliyetler" sekmesinde yer alan faaliyetler Üniversite Programları, Siyasi İletişim Faaliyetleri ve Medya-Tanıtım Çalışmaları şeklinde üç ana başlık altında toplanmaktadır. Tüm faaliyetler içinde Siyasi İletişim çalışmaları en fazla oranı tutmaktadır. Üniversite Programları; Kamu Diplomasisi Panelleri, Dış Politika Tanıtım Programları, Dış Politika Çalıştayları, Gençlik Programlarından oluşurken; Siyasi İletişim Faaliyetleri; Ülke Toplantıları, Akil İnsanlar Konferans Serisi, Avrupa Toplantıları, Paneller ve İstanbul Küresel Forumu etkinliklerinden meydana gelmektedir. Bu iki alt başlığın ana konusunu; Türkiye'nin yeni dış politikası, yeni Türkiye'nin yapısı, iç ve dış politikalarındaki değişim, Ortadoğu'da yaşanan halk hareketleri, Arap ülkelerinin geleceği, Türkiye'nin bu bölgedeki politikaları, çeşitli ülkelerle olan diyalogları ve işbirlikleri oluşturmaktadır. Ülke Toplantıları dışında diğer tüm faaliyetler Türkiye'de gerçekleştirilmiştir.

Üçüncü alt başlık olan Medya-Tanıtım Çalışmaları ise; Gazeteci Heyetleri Programı, Yabancı Basını Bilgilendirme ve Kültür ve Tanıtım Faaliyetlerini kapsamaktadır. Davet edilen Gazeteci Heyetlerine Türk iç ve dış politikası toplantılar aracılığıyla anlatılmış ve dış politikanın yeni aktörlerine ziyaretler gerçekleştirilerek işleyişleri hakkında bilgi verilmiştir. Türkiye'de faaliyet gösteren çeşitli ülke medya organlarına yönelik düzenlenen Yabancı Basını Bilgilendirme toplantılarında

bakanlar aracılığıyla yine Türkiye'nin iç ve dış politikaları konusunda bilgiler aktarılmıştır.

Dış Politika Tanıtım Programlarında ve Gazeteci Heyetleri Programında ziyaretçiler KDK dışında Türkiye'nin dış politikası ve dış ilişkileriyle ilgili Dışişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Diyanet İşleri Başkanlığı, SAM, TİKA, TRT, AA, SETA, YTB, BYEGM, USAK, TURKSOY gibi çeşitli kurum ve kuruluşlara ziyaret gerçekleştirmişlerdir. Kamu diplomasisi tek elden ancak çok kollu, belli bir koordinasyon doğrultusunda yürümesi, yürütülmesi gereken bir çalışmadır. Bu sebeple bu aktörler büyük önem taşımaktadır.

Şu ana kadar ifade edilen ve dördüncü bölümde ayrıntılı olarak irdelenen bu faaliyetlerin kamu diplomasisinin ve halkla ilişkilerin bilgilendirme, tanıtma ve ikna fonksiyonları çerçevesinde gerçekleştiği görülmektedir.

2010 yılında kurulan KDK'nın öncelikle kendisini, görev ve fonksiyonlarını tanıtip, anlatması, kamu diplomasisine dikkat çekmesi ve bu konunun daha bir konuşulup, yazılır olmasını sağlaması; öte yandan yeni Türk dış politikasının öncelikle iç kamuoyuna aktarılacak benimsenilmesi için tanıtım ve bilgilendirme çalışmalarına büyük önem verildiği görülmektedir. Ancak büyük çoğunluğu Türkiye'de Türk kamuoyuna yönelik yapılan bu çabaların bundan sonraki yıllarda farklı şekillerde dış kamuoyunda daha fazla ses getirmesini sağlamak olmalıdır.

KDK'nın kurulduğu yıllarla Ortadoğu'da yaşanan olayların aynı zamanlara denk gelmesi, Türkiye dışında en fazla Ortadoğu ve Arap ülkelerinde toplantılar gerçekleştirilmesine, faaliyetlerin genelinde konu olarak Arap Baharı'nın mutlaka işlenmesine neden olduğu görülmektedir.

Faaliyetlerin büyük bir kısmı siyasal enformasyonun araç ve yöntemleri olarak sayılabilecek seminer, konferans, sempozyum, toplantı, panel, çalıştay vb. bilgilendirme çalışmaları şeklinde yapıldığı için kamu diplomasisi ve dış politikanın tartışılması büyük oranda akademisyenler, ardından dış politika uzmanları/siyasetçiler, başbakanlığa bağlı kuruluşlar, gazeteciler, sivil düşünce kuruluşları gibi aktörler tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu farklı aktörler KDK'nın kamu diplomasisinin gerekli kıldığı çoklu aktörleri kullandığını göstermektedir. Bu aynı zamanda Katz ve Lazarsfeld'in İki Aşamalı Akış Modelindeki kanaat

önderlerinin enformasyon ve etki oluşumundaki rolünün de kullanıldığını göstermektedir.

Benzer şekilde yurtdışından ülkemize de dış politikanın yeni aktörleri gelmiş ya da farklı ülkelerde gerçekleştirilen Ülke Toplantılarında yine bu aktörlerle toplantılar gerçekleştirilmiştir. Gelenlerin büyük bir kısmını gençlik programlarına gruplar şeklinde katılan öğrenciler oluşturmaktadır. Diğer etkinliklerde konuşmacı olarak da akademisyen ve gazetecilerin, düşünce kuruluşlarının çoğunlukta olduğu belirlenmiştir. Faaliyetlerin konusunun büyük bir kısmını Arap Baharı ve Ortadoğu'nun oluşturmaya paralel olarak yurtiçinde-yurtdışında yapılan toplantıların katılımcılarının büyük bir oranının da bu bölgeden geldiği belirlenmiştir. Sonrasını Avrupa ve Afrika ülkelerinden gelen uzmanlar takip etmektedir. Özellikle Akil Adamlar Konferans serisinde Amerika, İngiltere, Finlandiya ve Almanya'dan gelen katılımcıların dışındakilerin neredeyse tamamı Ortadoğu Arap ve Müslüman Afrika ülkelerinden geldikleri görülmüştür. Ortadoğu ve Arap ülkeleri dışında Avrupa ve ABD'den gelen konuşmacıların da büyük bir çoğunluğunun din, felsefe, Ortadoğu siyaseti gibi alanlarda uzman olduğu belirlenmiştir. Genel olarak bu gelişmeler hükümetin, dolayısıyla KDK'nın faaliyetlerinin Ortadoğu, Arap ülkeleri ve özellikle Müslüman Afrika ülkelerine doğru yoğunluk kazandığını göstermektedir.

Bu “aktif” politikanın ve yeni bölgelere yapılan “açılımlar”ın altı çok sayıdaki toplantıda da çizilmiştir. Türkiye'nin daha önce bağlantılarını kestiği Arap ve Afrika ülkeleriyle yeni, aktif ve çoklu dış politika gereği geçmişten gelen ortak tarihi ve kültürel bağları iyileştirerek, yeni işbirlikleri ve ortaklıklar kurduğu, Türkiye'nin tarihi ve coğrafyasıyla yeniden barıştığı sıkça dile getirilmiştir. Avrupa ülkeleri ile ilişkiler ve AB sürecinin ele alındığı toplantıların sayısı Ortadoğu'ya nispeten daha az olurken, ABD ve Türki Cumhuriyetlerle ilişkilerin konu edildiği toplantıların Afrika ülkeleriyle olan toplantılardan daha az olduğu görülmüştür. Bu toplantıların sayısı, konuları ve konukları KDK'nın faaliyetlerinin yönünü oldukça net göstermektedir.

Faaliyetlerin kültürel diplomasi ve siyasal enformasyon yönünü ortaya koyabilmek için faaliyetlerde bunlara ilişkin öne çıkan değerler ve söylemler belirlenmiş ve bu doğrultuda bir analiz yapılmıştır. Siyasal Enformasyon

kapsamında; Bilgilendirmeye, İknaya ve Dünyada Son Dönem Yaşanan Gelişmelere Yönelik politikaları dile getiren söylemler değerlendirilirken; Kültürel Diplomasi kapsamında ise faaliyetler Diyalog, Projeler ve Uluslararası Medya ve Yayınlar alt başlıkları ile ele alınmıştır.

Türkiye'nin AKP hükümeti ile artık çoklu ve geniş bir politikaya sahip olduğu, Türkiye'nin son 10 yılda büyük reformlar gerçekleştirerek ekonomi, siyaset, demokrasi, dış politika alanlarında çevresindeki ülkelere ilham kaynağı olacak duruma geldiği, Yeni Türkiye'nin anlatacak yeni bir hikayesi olduğu tüm faaliyetlerde tekrarlanan bilgilendirme söylemlerinin başında gelmektedir. Dünyanın en büyük ekonomisine sahip onyedinci ülke olduğu, demokratikleşme konusunda çok büyük atılımlar yapıldığı, Türk halkının şu anki siyasi istikrarı istediği, Türkiye'nin son 10 yılda dünyada etkin ülkeler arasına girdiğine ilişkin ikna söylemleri de sık sık vurgulanmaktadır.

Faaliyetlere ve faaliyetlerdeki konu ve söylemlere bakıldığında aslında hükümetin kendi iç ve dış politikalarını anlattığı, bu politikalar aracılığıyla daha ileri, gelişmiş bir Türkiye yarattığına dair ikna etmeye çalıştığı görülmektedir. Bu durum kamu diplomasisinden ziyade hükümet politikalarının propagandası olarak tanımlanabilir. Kamu diplomasisi bir hükümetin politikası ya da politikalarını anlatma aracı değil, devlet politikası olup özellikle dış kamulara yönelik faaliyetleri içermelidir.

Türkiye'nin İlişkileriyle İlgili olarak da Türkiye'nin Ortadoğu'da yaşanan gelişmeleri ve Arap halklarını desteklediği, barışçıl politikalarla burada çözüm odaklı bir role sahip olduğu Türk yetkililer tarafından vurgulanırken, bu bölgeden gelen dış politika aktörleri Türkiye'yi son 10 yıldır yaşadığı reformlar nedeniyle örnek, hatta model ülke olarak gördüklerini dile getirmektedirler. Türk yetkililer buna "Türkiye tecrübesi" demeyi tercih ettiklerini ve demokrasi, insan hakları için savaştan bu ülkelere kılavuzluk, yol göstericilik yapmak istediklerini belirtmektedirler. Öte yandan Avrupa ülkeleriyle yapılan toplantılarda AB üyeliği sürecinden vazgeçilmediği, Avrupa ülkeleriyle stratejik ortaklığın önemi vurgulanmaktadır. ABD ile model ortaklığı önemseyen Türkiye'nin, Balkanlar, Asya ve diğer ülkelerde olan gelişmelere karşı da duyarlı olduğu ifade edilmektedir.

2010 yılından 2013 yılı sonuna kadar irdelenen faaliyetler ve hükümetin diğer politikaları incelendiğinde Türkiye'nin yönünü Doğu, Ortadoğu ve Afrika'ya çevirdiği görülmektedir. Ancak 2013 yılı itibariyle Ortadoğu'da yaşanan gelişmeler, Suriye'den, Mısır'dan, İran'dan yükselen olumsuz tepkiler, hatta 10 Haziran 2014'te IŞID (Irak ve Şam İslam Devleti) örgütünün 49 Türk'ü Musul konsoloslüğundan kaçırıp rehin alması hükümetin bu bölgede gerek dış politikasının, gerekse kamu diplomasisi adına yürüttüğü faaliyetlerin olumlu olarak geri dönmediğini, başarısızlıkla sonuçlandığını göstermektedir.

Çeşitli konferans ve sempozyumlarda modernizmin çöktüğü, Batı merkezli politikaların eskidiği ve işlemediği, buna karşın dini unsurların güçlenmeye başladığı, Batının İslam'a karşıt fikirler ve düşünceler geliştirmesine rağmen İslam'ın güçlendiği, daha da güçlendirilmesi gerektiği, Batı dışı yeni politikalar geliştirilmesinin gerekliliği, Müslüman ülkelerin birleşmesi de öne çıkan söylemler arasındadır.

Görüldüğü üzere tanıtım, bilgilendirme ve ikna odaklı siyasal enformasyon farklı biçimlerde ama kendini tekrarlar şeklinde birçok faaliyette ortaya çıkmaktadır. Zihinlerin ikna edilmesi için pazarlama ve reklam çalışmalarından tecrübe edildiği üzere, tekrar sıklığı bu faaliyetlerde de görülmektedir.

Faaliyetlerde öne çıkan kültürel diplomasi öğelerine bakıldığında; özellikle kültürel diyalogların artırılması ve işbirliklerin oluşturulması arzusu sıkça dile getirilmiştir. Kültürel işbirliklerinin önemi ortak geçmiş ve kültürün vurgulandığı özellikle Arap ve Afrika ülkeleriyle ilişkilerin iyileştirilmesi ve artırılmasında daha çok öne çıkarılmaktadır. Benzer şekilde öğrenci-akademisyen değişim programlarının uygulanması, var olanların genişletilmesi üzerine istekler de kültürel diplomaside diyalog ortamının yaratılmasını sağlayacağı için önemlidir. Diğer yoğun arzu ve istekler de dinler arası diyalogun artırılması, kültür ve dil enstitülerinin sayısının artırılması üzerinedir. Kısaca kültürel diplomasi adına, uygulamadan daha çok temennilerle karşılaşmıştır.

Türkiye'de aslında kültürel diplomasi olarak sayabileceğimiz gerek devlet gerek sivil toplum örgütleri, gerekse özel kurum ve kuruluşlar aracılığıyla birbirinden bağımsız çok sayıda önemli çalışmalar yürütülmektedir. Katılım gerçekleştirilen fuarlar, festivaller, açılan sergiler, düzenlenen Türk Günleri taktir edilecek

alışmalarıdır ancak bunların birbirlerinden kopuk, farklı temalarda olmasının, bir ülke adına belli bir politika ve uyum içinde olması gereken kamu diplomasi/ kültürel diplomasi çalışmalarını yeterince desteklemediği düşünülmektedir.

Öte yandan simetrik halkla ilişkiler ve kamu diplomasisinin stratejik iletişim boyutunu iyi şekilde temsil eden kalkınma ve insani yardım projelerinin, hedefteki halkların gönüllerinin kazanılması, zihinlerinde olumlu algıya sahip olunması konusunda Türkiye'nin en önemli kamu diplomasisi araçlarından olduğunu belirtmek gerekir. Son yıllarda Afrika'ya, afet geçirmiş ülkelere gerek devlet gerekse sivil toplum örgütleri aracılığıyla büyük yardımlar yapılmaktadır.

KDK'nın web sitesinde yer alan resmi bilgilerde Türkiye'nin, son 10 yılda dış yardım miktarı ve yürüttüğü kalkınma faaliyetleriyle insani diplomasi çalışmalarını 30 kat artırdığı belirtilmektedir. 5 kıtada 100' aşkın ülkede yardım faaliyetleri yürüten Türkiye'nin 2012 yılı toplam dış yardımının 3,4 milyar doları aştığının altı çizilmektedir. Acil insani yardım listesinde 4'nc sırada yer alan Türkiye'nin, ülkeler arası bağların güçlendirilmesi konusunda en başarılı çalışmaların başında sayılabilecek insani ve kalkınma yardımlarını en büyük "yumuşak güç" olarak kullandığını belirtebiliriz. Faaliyet metinlerinde analiz edilirken yardımların rakamsal değerlerini ve miktarını değerlendirmek mümkün olamamıştır. Ancak 2004-2012 yılları arasında toplamda 7 milyar 481 milyon dolar dış yardımda bulunan Türkiye'nin bu gücü ve çabası taktire değer bir kültürel ve insani diplomasi çalışmasıdır. Yardımların yapıldığı bölgelere bakıldığında ise en büyük payın 5 milyar 859 milyon dolar ile Orta Doğu ve Asya ülkelerine yönelik olduğu görülüyor. İkinci sırada yer alan Balkanlar ve Avrupa yardımları ise 858 milyon dolardır. Türkiye'nin Resmi Kalkınma Yardımlarında Afrika lkeleri ise 727 milyon dolar yardımla üçüncü sıradadır. 1992 yılında Türki Cumhuriyetlerin yeniden yapılanmasına destek amacıyla kurulan TİKA'nın ise, 20 yılda 13 bin 688 proje ve faaliyet yaptığı resmi web sitesinde yer alan bilgiler arasındadır. Son yıllarda Türk Dış Politikası anlayışındaki değişime paralel olarak, ihtiyaç duyulan yerlere kalkınma ve işbirliği yardımı ulaştıran TİKA'nın bugün faaliyet alanı 110 ülkeyi kapsamaktadır. Türkiye'nin uluslararası yardımda önemli bir diğer kurumu olan Türk Kızılayı'nın da 2013'te dünyanın 8 farklı bölgesine yardım taşıdığı belirtilmektedir.

Birçok çalışma yapan TİKA, genelde bina vb yapılar inşa etmesi konusunda eleştirilebilir. Sadece bina, kuyu, okul, hastane yapmak kamu diplomasisi olarak yeterli olmayan çalışmalardır. Önemli olan bu binaların içini Türk eğitim, sağlık sistemleri ile doldurup, buradaki insanlara benimsetmektir. Çünkü bir süre sonra o yapıların kimler tarafından yapıldığı unutulacaktır. Oysa ki Türkiye’ye ait duygu ve düşüncelerin yerleşmesi, oraya taşınacak sistem ve yöntemlere bu insanların dahil edilmesiyle daha çok mümkündür.

Bunların yanı sıra uluslararası yayıncılık konusunda büyük ataklar gerçekleştiren TRT ve AA, Türkiye’nin yurtdışındaki temsili için önemli araçlardır. Görsel ve teknolojik araçların en yaygın ikna ve etkileme araçları olduğunu düşünürsek TRT ve AA’nın faaliyet alanlarının daha da genişletilmesi gerektiği görülmektedir. Uluslararası yayınlar konusunda haber ve bilgi programlarından ziyade öne çıkan ve Türkiye algısında çok önemli roller üstlenen dizilerin yarattığı etkinin, özellikle yabancı aktörler tarafından dile getirilmesi, araştırmaların da bunu doğrulması dikkate değer bir gelişmedir. Bu durum da dizilerin daha da özenle işlenmesi, kamu diplomasisi görevini bilinçli olarak yerine getirmesi hususunda ayrı bir çalışma yapılmasını gerektirmektedir. Ayrıca CNN gibi dünyanın çok sayıda ülkesine yayın yapan bir kuruluşun I-List Turkey gibi bir program yayınlaması Türkiye’nin ticari, kültürel, siyasi, sosyal tanınırlığı için önemli çalışmalardır. Bu tür çalışmaların devamlılığı sağlanmalıdır.

Türkiye’nin dünyadaki gelişmeleri iyi okuyarak diğer ülkelere nazaran daha geç de olsa kamu diplomasisi yolunda KDK gibi bir kurumu hayata geçirmesi kayda değer öneme sahiptir. Ancak şu da bir gerçek ki kamu diplomasisinin sadece bir kurum ya da devlet eliyle yapılamayacağı daha önce de vurgulandığı gibi, KDK ve dış politikada etkin olan diğer resmi ve sivil örgütlerin sıkı ve senkronize çalışmasını zorunlu kılmaktadır. Çünkü kamu diplomasisi büyük, küçük ya da orta ölçekli fark etmez bir işletmenin dış kamulara açılımı, onlara tanıtımı ve benimsetilmesi değildir. Açıkçası bir ülke, bir halk meselesidir. Nasıl birbirinden farklı organlar aynı vücudun hayatını sağlıklı devam ettirebilmek için sektirmeden, birbiriyle bağlantılı olarak sürekli çalışıyorsa; söz konusu büyük, çoklu sisteme sahip bir ülke, bir ulus olduğu zaman tüm alt sistemlerin bu büyük vücudun işleyişi için tıpkı organlar gibi

bağlantılı ve sürekli çalışıyor olması gerekir. Burada KDK'ya beyin benzeri önemli bir koordinasyon görevi düşmektedir.

Kamu diplomasisi bir devlet politikası olarak sabitleştirilerek, hükümetlerin değişmesinden bağımsız şekilde sürdürülebilmedir. Konuyla ilgili üst düzey devlet yöneticileri ve kamu diplomasisi aktörleri arasında belli aralıklarla yapılacak toplantılarla, ülkenin kamu diplomasisi için eşgüdümlü olarak neler yapılacağı konusunda ortak amaçlı görüşler ve faaliyetler ortaya konarak, birbirlerini destekler nitelikte, uyum frekansı yüksek çalışmalar yürütülmesi üzerine kararlar alınmalıdır.

Türkiye'nin uyguladığı kamu diplomasisinin ağırlık noktasını dış politika oluşturmaktadır. Bunun diğer kamu diplomasisi alanlarına göre dağıtılıp, genişletilmesi gelecek dönemler için önemlidir. Türkiye yurtdışı ağlarını güçlendirerek "Türkiye mükemmel bir ülkedir" şeklindeki söylemler yerine bunu ispatlayabilecek faaliyetler geliştirilmelidir. Kamu diplomasisinin önemini farkedemeyen Türkiye, bu konudaki yol haritasını tam netleştirmemiş gibidir. Elbette ki zaman ve iç ve dış politikalar bu yola şekil verecektir. Kamu diplomasisi taktiklerinin ve stratejilerinin gelişmesi için üniversitelerin KDK'ya araştırmalarla, araştırma merkezleri, yayın ve projelerle daha fazla destek vermesi gereklidir. Hatta bazı fakültelerde kamu diplomasisinin ders kapsamına alınması bilinç artırmaya destek olacaktır.

Tüm yönetim, iletişim ve halkla ilişkiler süreçleri araştırma ile başlar. Farklı ülkeler/bölgeler için farklı stratejiler, taktikler geliştirilip farklı kamu diplomasisi çalışmaları yürütülmelidir. Açlık ve susuzluk çeken bir Afrika ülkesi için hiçbir sanat etkinliğinin anlamı olmayacaktır. Gerek kamu diplomasisi aracı gerekse algı konusunda mutlaka ön araştırmalar yapılmalıdır. Bilinmeyen bir algının değiştirilmesi, yönlendirilip yönetilmesi mümkün değildir. Kamu diplomasisinin bir gereği olarak hedef halkların "dinlenmesi", var olan algıların bir araştırma süzgecinden geçirilmesi stratejik iletişim sürecinin bir sonraki öğelerini şekillendirecektir. Bugün TESEV, SETA yurtdışında algı araştırmaları gerçekleştirmektedirler. Edinilen araştırma sonuçlarına göre hedef kitleye yönelik mesajların doğru kodlanması, doğru kanallar kullanılarak gönderilmesi gerekir. Geri bildirim, süreci tamamlarken, alınan yeni bildirimler belki farklı araç ve mesajları gerektirecektir. İletişim yönetim sürecinin doğru kurgulanması elzem bir durumdur.

Bu sebeple kamu diplomasisi kadrolarında mutlaka iletişim, halkla ilişkiler konusunda uzman akademisyenler ve uygulayıcılar bulunmalıdır.

Uluslararası ilişkilerin düzeyi ve içeriği ülkelerin çıkarları doğrultusunda değişmektedir. Son dönem dünyada ve Ortadoğu’da yaşanan gelişmelerde Türkiye de çıkarları doğrultusunda doğru adım atmak zorundadır. Bir ülkeyle ortak geçmişe sahip olmak, kültürel ilişkiler ve işbirliklerinin orada daha hızlı kabulüne ve rızasına olanak sağlayacaktır. Faaliyetlerde örneğin sıkça dile getirilen Türkiye ile Arap ve bazı Afrika ülkeleri arasında yakın kültürlerin, ortak tarihi geçmişin doğru kullanılarak kültürel işbirliklerin, akademik projelerin artırılması sağlanabilir. Özellikle gıda, sağlık, barınma bu bölgelerde ciddi sorun olduğu için insani yardımlar öncelikli olsa da uzun vadeli ilişkiler için kültürel ve toplumsal işbirlikleri ayrıca önem arz etmektedir. Yeni gelişen, siyasette, ekonomide sıçrama yapmaya çalışan bu bölgelerde Türkiye olarak aktif ve erken rol almak, ileriye dönük ilişkilerde önemli olacaktır. Ancak tüm bunlar gerçekleştirilirken geri dönüşü zor olan yanlış politikalarla de ülkemizin geleceği tehlikeye atılmamalıdır.

TİKA gibi Türki Cumhuriyetlerle ilişkilerin güçlendirilmesi adına 1992 yılında kurulan TÜRKSOY tıpkı bir UNESCO gibi çalışarak Türkiye ve Türki Cumhuriyetler adına uluslararası platformda ciddi ve başarılı kültürel çalışmalara imza atmaktadır. Faaliyet alanını genişleten TÜRKSOY ve YTB sadece soydaş değil, akraba topluluklar kısmına Arap ve Afrika ülkelerini de ekleyerek önemli bir kültürel diplomasi aracı olmaya devam etmektedir. Ancak KDK faaliyetler kısmında daha çok ziyaretlerde adı geçmekle birlikte, bu kurumların ortak çalışmalarına pek sık rastlanamamıştır. TÜRKSOY’un çalışmalarında KDK seyirci değil, katılımcı olmalıdır.

Kültürün ve kültürel diplomasinin temel kodlarından biri olan dil, ülkelerin kültürlerini anlatmada, tanıtmada başat unsurlardandır. Türkçe’nin öğretilmesinde önemli adımlar atan, 2007’de kurulan Yunus Emre Vakfına bağlı Yunus Emre Enstitüsü’nün Türkoloji Projesi kapsamında 36 farklı ülkede bulunan 53 üniversite ile Türkoloji Bölümü kurulması konusunda İşbirliği Protokolü imzalanmıştır. Yunus Emre Enstitüsü bünyesinde, çeşitli ülkelerde açılmış 36 dil ve kültür merkezi mevcuttur. Dünyada birçok ülkede kursların açılması, Türkoloji kürsülerinin kurulması, Türkçe’nin seçmeli dersler arasına girmesi önemli fakat hala yetersiz

alıřmалardır. Günümüzde Çin dünya ülkelerinin gözündeki imajını düzeltmek için kültürel diplomasiyi en etkin kullanan ülkelerin başında gelmektedir. 2004'te Çince eğitimi ve Çin kültürünün tanıtımı için Konfüçyus Enstitüsü'n kuran ve bugüne kadar dünyada 400'e yakın bu Enstitülerden aan Çin, 2020 yılına kadar bu sayısı 1000'e çıkarmayı hedeflemektedir. Türkiye'nin dolayısıyla Yunus Emre Enstitüsü'nün hedeflerinin Çin gibi geniş olmasında bir engel yoktur. Ayrıca bu merkez ve kürsülerde eğitim görenlerin, sivil bir girişim olarak değerlendirilebilecek bir grubun yurtdışında açtığı Türk okullarında eğitim gören öğrencilerin buluştuğu, kültürel diplomasinin güzel bir rneği olarak nitelendirilen Türkçe Olimpiyatları gibi büyük, görkemli bir buluşma ortamında Türkiye ile kaynaştırılmaları da dşnlmelidir.

Yine Türk dilinin yaygınlaştırılması, edebiyatının tanıtımı için Türk edebiyat eserlerinin farklı dillere çevrilmesi konusunda Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Türk Edebiyatının Dışa Açılımı (TEDA) Programı kapsamında, 2005 yılında 39 esere mali destek sağlanırken, 2013'te bu sayı 235'e ulaşmış ve geçen yıl 46 farklı ülkede bu eserlerin yayını yapılmıştır. Bu konuda Mili Eğitim ve niversiteler de Kültür ve Turizm Bakanlığı ile ortak çalışma yaparak, eviri eserlerin içerik ve sayı olarak zenginleştirilmesinde katkı sağlayabilirler.

Kültürel diyalogun sağlanmasında eğitim değişim programları, gençlere yeni kültürler, toplumlar tanıma fırsatı sunar. Eğitim programları, etki alanlarını genişletmek isteyen ülkeler için değerli imkanlar tanır. Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı tarafından hayata geçirilen "Türkiye Bursları" programından 2013 yılında yaklaşık 4 bin kişi Türkiye Burslusu olmaya hak kazanırken, Farabi ve Mevlana Değişim Programları son yıllarda atılan oldukça önemli adımlar olarak kabul edilebilir. Çeşitli ülkelerde eğitim gören gençler, sonraki yıllarda aktif olarak siyaset, ekonomi, teknoloji, hukuk vb sistemlerde karar verme mekanizmalarında yer alacaklardır. Türkiye'de yabancı ğrenci statüsünde ya da değişim programları kapsamında eğitim gören yabancı öğrencilere yönelik olarak mesleki, akademik eğitimin yanı sıra mutlaka Türk kültür ve sosyal yaşamını anlatan programlar, dersler ve faaliyetler de eklenmelidir. Bu kapsamdaki bir eğitim, yabancı öğrencilere yaşadıkları günlük yaşantının yanı sıra, Türk kültürünün temel maddi ve manevi öğelerinin birebir tanıtılması için önemli fırsatlar sunacaktır.

Fulbright gibi başka ülke bursları ya da Erasmus gibi değişim programları aracılığıyla yurtdışına çıkacak olan öğrencilere, “kendilerinin birer vatandaş diplomat oldukları” konusunda üniversiteleri tarafından mutlaka bilgi verilmeli ve bu misyonu doğru taşımalarının önemli olduğu hatırlatılmalıdır.

Eğitim konusunda ayrıca Milli Eğitim Bakanlığı, diğer ülkelerin eğitim yetkilileri ile tarih kitaplarındaki “işgalci Türkler”, “düşman Türkler”, “cani Türkler” gibi olumsuz ifadelerin çıkarılması için anlaşmalar yapılmalıdır.

Kültürel diplomasi eğitimi konusunda en etkin organizasyonlardan birisi 1999 yılında ABD’de kurulmuş olan Kültürel Diplomasi Enstitüsü’dür. Merkezi Berlin’de olan kuruluşun Washington, Slovenya, Bulgaristan, Romanya ve Ekvador’da birer şubesi bulunmaktadır. Enstitü, kültürel alanda öne çıkan özel sektörler, hükümetler ve şahıslarla işbirliği yaparak uluslararası konferanslar, paneller ve tartışma toplantıları gerçekleştirmektedir. Böyle bir enstitü ile üniversitelerimiz, KDK ve diğer ilgili enstitüler arasında ortak çalışmalar yürütülebilir.

Bound vd. (2007)’nin İngiltere’nin kültürel diplomasisini anlattıkları “Cultural Diplomacy” adlı yayınlarında kültürel diplomasinin, İngiliz kamu diplomasisinin kilit noktası olduğu belirtilmektedir. Köklü tarihi geçmişleri, dünya ölçütlerindeki eserleri ve kurumları, dünyaca ünlü sanatçılara sahip olmaları, köklü kültürel ve tarihi mirasları, turizm merkezleri, iş dünyası için çekici merkez olmaları, diğer ülkelerle olan sağlam ilişkileri, 2012’deki Londra Olimpiyatları kültürel diplomasislerinin avantajları olarak sıralanmaktadır. Hatta British Museum, British Library, Natural History Museum ve Victoria Albert Museum; Royal Botanik Gardens (Kew) ve Natural History Museum; Royal Opera House ve kültürel ilişkileri yürüten British Council’ı önemli kültürel diplomasi araçları olarak kabul etmekte ve bu organizasyonların güçlerinden faydalandığı ifade edilmektedir.

Cultural Diplomacy’de ayrıca günümüzün yükselen güçleri olarak gösterilen Çin ve Hindistan’ın uluslararası ilişkilerinde özellikle kültürün rolünü kullanma yolunu seçtikleri belirtilmektedir. İnsan hakları, demokrasi, çevre konularında fazla eleştiri alan Çin, kültürü bunlara alternatif olarak görmekte ve yeni dış ilişkilerini kültür üzerine inşa etme kararı almaktadır. Çin’de hükümete bağlı The Palace Museum kendini “Çin’in kültürel kartviziti” olarak tanımlamaktadır (Bound vd, 2007:88).

Bütün bunlara dayanarak “binlerce yıllık geçmişı olan Türkler, zengin tarihi ve kültürel mirasa sahip Türkiye neden kültürel diplomaside daha etkin olmasın?” sorusunu akla getirmektedir.

Türkiye’nin kültürel zenginliğini oluşturan dili, tarihi, coğrafi konumu, eğitimi, yemekleri, eğlencesi, müziği, sanatı oldukça özeldir. Örneğin binlerce tattan oluşan mutfağı kültürel öge olarak kullanılmamaktadır. Dünyada bir Çin mutfağı, Fransız mutfağı ya da İtalyan mutfağı varken bunlardan daha zengin olan Türk mutfağının bu derece tanınmaması üzücü bir durumdur. Yemek günümüzde önemli bir kültürel ihraç ürünüdür. McDonalds’ın Amerikan kültürünü, pizzanın İtalyan kültürünü simgelediğı bilinen bir gerçektir.

Tayland, kültür ve turizmini tanıtabilmek için restoranları kullanmıştır. 2003’te hükümet Tayland hakkında bilinirliğı artırabilmek, turizmi güçlendirebilmek için “Küresel Thai” kampanyasıyla tüm dünyada yüzlerce Thai restoranı açma kararı almıştır (Bound vd, 2007:29). Geleneksel Türk yemeklerinin tanıtılması ve marka yapılması konusunda Kültür ve Turizm Bakanlığı kararı ile böyle bir uygulamanın gerçekleştirilmesi, yurtdışında bu konuda girişimcilerin desteklenmesi düşünülebilir. Ancak bu kültürün sağlıklı tanıtımı, Bakanlığın denetimi doğrultusunda belli standardizasyonlar çerçevesinde gerçekleştirilmelidir. Orada bu hizmeti verecek olan işletmelerin her birinin bir kültürel diplomat gibi çalışması gerektiğı de unutulmamalıdır.

Bunların dışında yurtdışı yayınlarının takip edilmesi de bir diğ er önemli konudur. Türkiye’de bu görevi BYEGM yapmaktadır. KDK’nın oluşumu ile taranan basın sayısında artış olsa da önemli olan bu yayınların, haberlerin, programların yorumlanması ve yabancı medyanın analizinin doğru yapılmasıdır. Yapılan çevirilerin doğru değerlendirilmesi için konuyla ilgili dış politika ve iletişim uzmanları bu noktalarda görev alabilir. Akademisyen-öğrenci değişim programları gibi gazeteci değişim programları düzenlenebilir.

Yayınlar konusunda Türkiye, özellikle son yıllarda ihracını artırdığı diziler aracılığıyla farklı bir ivme kazanmıştır. Ortadoğı, Arap ülkeleri, Kuzey Afrika, Balkanlar ve Türki Cumhuriyetlerden yoğun ilgi gören diziler Türkiye’nin tanıtılmasında, Türkiye’ye hayranlık ve merak uyandırma konusunda oldukça başarılı olmuş ve turizme, ekonomiye artı değer kazandırmıştır. Bu diziler farkında

olmadan Türk kamu diplomasisine büyük katkı sağlamıştır. Bunun devamlılığı için KDK'nın, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın desteği önemlidir.

Geleneksel medya olarak TRT ve AA farklı ülkelere yaptıkları açılımlarla milyonlarca kişiye ulaşmaktadır. Ancak bugün dijital diplomasi dikkate değer bir diğer araçtır. Başta Cumhurbaşkanı, Başbakan olmak üzere bir çok devlet yöneticisinin Twitter, Facebook, Linked-in gibi değişik sosyal medya hesapları ve milyonlarca takipçileri mevcuttur. Genelde Türk politikacılar sosyal medyayı, kurumlarını veya kendilerini ifade etmek için kullanıyor, Türk kamuoyunu bilgilendirmeye ve ikna etmeye yönelik mesajlar yayınlıyorlar. Ancak dijital diplomasi bununla sınırlı değildir. Dijital diplomasinin kullanımına güzel bir örnek olarak Digital Diplomacy Coalition (DDC)'nin başlattığı “A Vine-A-Thon” adlı programla dünya çapında insanlara hazırladıkları Vine'lar aracılığıyla kendi kültürlerini, filmlerini, müziklerini, yemeklerini, tarihi miraslarını anlatma fırsatı sunuyor. Hashtag *#DiploVine* aracılığıyla paylaşılan 6 saniyelik videolarla herkese kendi kültürlerini paylaşmaları isteniyor. Türkiye'nin de dijital diplomasi konusunda bu örnekte olduğu gibi daha interaktif davranması, daha farklı boyutlarda ele alması gerekir. Dijitalleşen bir dünyada Türkiye'nin dış politika hedefleriyle örtüşen bir dijital diplomasi stratejisi oluşturması gerekir.

Bir ülkenin tanınırlığında, şehirlerin ayrı bir önemi vardır. Marka yerler yaratılması bir ülkenin imajı ve itibarına katkı yapmakla birlikte o ülkenin yumuşak gücünü de destekler. KDK faaliyetleri kapsamında buna ilişkin herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Sadece Türkiye'ye gelen gazeteci ve öğrenci grupları İstanbul ve Ankara'da tarihi ve turistik yerlere götürülmüş, gezdirilmiştir. İstanbul bir anlamda “bir marka şehirdir” denebilir ancak binlerce yıllık geçmişi olan Türkiye'den bu misyonun sadece İstanbul'a verilmesi pek de adil değildir. Diğer yandan İstanbul maalesef çarpık kentleşme sonucu bozulan silüeti, artan alt yapı, trafik sorunu ile hak ettiği değeri yitirme riskiyle karşı karşıyadır.

İstanbul'un dışında Ankara, İzmir, Bursa, Antalya, Konya, Mardin, Hatay, Urfa, Karadeniz gibi marka olabilme potansiyeline sahip çok şehir ve bölge mevcuttur. Ancak bu şehirlerin marka olabilmeleri için kentsel kimliklerinin, özlerinin korunması, bu kimliği bozan yapılardan temizlenmesi, mimari ve kültürel yapısını muhafaza etmesi gerekir. Ne yazık ki çirkin yapılaşma genel olarak tüm

ülkemizi sarmış durumdadır. Avrupa’da birçok şehir, eşsiz mimarisini görmeye giden milyonlarca yabancıyı ağırlarken; Mezopotamya, Hitit, Helen, Yunan, Pers, Roma, Selçuklu, Osmanlı medeniyet ve kültürlerine vatanlık eden bir ülkenin bu değerlerini kullanamayışı üzücüdür. Anadolu’nun bu eserlerinin, bu bölgedeki şehirlerinin yeniden düzenlenmesi yapılmalıdır. Bugün British Museum İngiliz kültürel diplomasisinin önemli bir ayağını oluştururken daha büyük eserlere sahip Türkiye neden böyle bir değer yaratamamaktadır?

Eşsiz bir kültürel, tarihsel mirasa sahip Türkiye bunları yok etmek yerine, yumuşak gücüne güç katmak için kullanılmalıdır. Uluslararası halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi stratejileri doğrultusunda yerel kültür ve evrensel kültür öğelerini birlikte kullanarak, Türk kültürünü, Türkiye kültürünü dünyaya doğru tanıtmak tüm vatandaşların görevidir.

Türkiye maalesef üzerinden atamadığı bir dizi olumsuz algıya sahiptir. Kürt meselesi, insan hakları ihlali, Ermeni meselesi, Kıbrıs sorunu, son yıllarda gerçekleşen Hrant Dink cinayeti, Gezi olayları, töre cinayetleri, kadın şiddeti, futboldaki şike soruşturması, yolsuzluk olayları sonrasında yaşanan toplumsal, hukuksal, siyasi ve ekonomik kaos Türkiye’yi aşması zor dönemlere soktuğu gibi uluslararası kamuoyunda Türkiye algısını olumsuz düzeye çekmektedir. 2012 yılı öncesine kadar Türkiye için olumlu esen rüzgarlar, 2013 yılında tersine dönmüş durumdadır. TESEV’in 4 Aralık 2013 tarihli Hürriyet Gazetesi’nde yayımlanan algı araştırması sonuçlarına göre, Türkiye’ye karşı olumlu algının en yüksek olduğu Ortadoğu’da bile bir gerileme yaşanmaktadır.

Ancak dünya ve Türkiye’nin dinamikleri çok hızlı şekilde değişmektedir. Sonraki dönemlerde bu algı seviyesinin de değişmeyeceği anlamına gelmez. Bu döngü içinde yarınların ne getireceği her zaman öngörülemezdir. Fakat öngörülmesi gereken tek şey ulusların sonsuza dek yaşayacaklarıdır. Ülkenin içinde bulunduğu şartlara göre stratejileri, araç ve yöntemleri, farklılaşan kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler hem iç barışın hem de dış barışın teminatıdır.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- Adorno, Theodor W.
Horkheimer, Max: **Aydınlanmanın Diyalektiği**, İstanbul, Kabalcı Yayınevi, 2010.
- Akalın, Cüneyt: **Soğuk Savaş ABD ve Türkiye-1**, 1. Baskı, İstanbul, Kaynak Yayınları, 2003.
- Akar, Erkan: **Sosyal Medya Pazarlaması**, Ankara, Elif Yayınevi, 2010.
- Akşin, Aptülahat: **Atatürk'ün Dış Politika İlkeleri ve Diplomasisi**, Atatürk Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları, Ankara, TTK Basımevi, 1991.
- Alver, Fusun: **Basında Yabancı Tasarımı ve Yabancı Düşmanlığı**, İstanbul, Der Yayınları, 2003.
- Anholt, Simon: **Engagement Public Diplomacy in a Globalised World**, London, CW Print Group, 2008.
- Arı, Tayyar: **Uluslararası İlişkiler ve Dış Politika**, Bursa, MKM Yayıncılık, 2011.
- Armaoğlu, Fahir: **20. Yüzyıl Siyasi Tarihi: 1914-1980**, İstanbul, Türkiye İş Bankası Yayınları, 1983.
- Aslanel, Nazan: **“Kamuoyu ve Kamuoyunun Oluşmasında Kitle İletişim Araçlarının Rolü”**. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Konya, 1993.
- Aziz, Aysel: **Siyasal iletişim**, 2. Basım, İstanbul, Nobel Yayın Dağıtım, 2007
- Aziz, Aysel: **İletişime Giriş**, İstanbul, Aksu Kitabevi, 2008.
- Barhhoorn, Frederick Charles: **The Soviet Cultural Offensive: The Role of Cultural Diplomacy in Soviet Foreign Policy**, Westport, CT, Greenwood Press, 1976.
- Bauman, Zygmunt: **Sosyolojik Düşünmek**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2010.

- Bektaş, Arsev: **Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi**, 3. Basım, İstanbul, Bağlam Yayıncılık, 2007.
- Bilgin, Nuri: **Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi**, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2006.
- Bound, Kirsten
Briggs, Rachel
Holden, John
Samuel Jones: **Cultural Diplomacy**, Demos, London, 2007.
- Brezewski, Zbigniew: **Büyük Satranç Tahtası, Amerika'nın Önceliği ve Bunun**
Jeostratejik Gerekleri, (Çev. Ertuğrul DİKBAŞ, Ergün KOCABIYIK), İstanbul, Sabah Kitapları, 1998.
- Brom, Glen M.
Dozier, David M.: **Using Research in Public Relations**, New Jersey, Prentice Hall, 1990.
- Canöz, Kadir: **Halkla İlişkiler Yönetimi Olarak Lobcilik**, İstanbul, NKM, 2007.
- Chomsky; Noam: **Savaş Sonrası Yılların Entelektüel Tarihi- Soğuk Savaş ve Üniversite**, Musa Ceylan (Çev.), İstanbul, Kızılelma Yayıncılık, 1998.
- Çamdereli, Mete: **Yönetişim ve Reklam İletişimi**, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2004.
- Çaplı, Bülent: **Medya ve Etik**, Ankara, İmge Kitabevi, 2002.
- Çarkoğlu, Ali
Toprak, Binnaz: **Değişen Türkiye'de Din, Toplum ve Siyaset**, İstanbul, TESEV Yayınları, Aralık 2006.
- Çeken, Hüseyin: **Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi**, İstanbul, Değişim Yayınları, 2003.
- De Gouveia, Philip Fiske
Plumridge, Hester: **European Infopolitik: Developing EU Public Diplomacy Strategy**, London, The Foreign Policy Centre, November 2005.
- Daver, Bülent: **Siyaset Bilimine Giriş**, Ankara, Kalite Matbaacılık, 1977.
- DeFleur ML.

- Ball-Rokeach S., Mckay 1977. **Theories of Mass Communication**, New York, David
- Demir, Vedat: **Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç**, İstanbul, Beta Yayınları, 2012.
- Dinçer, Müjde Ker: **Lobicilik**, İzmir, Alfa Basım Yayım Dağıtım, 1998.
- Doğan, İlyas: **Özgürlükçü ve Totaliter Düşünce Geleneğinde Sivil Toplum**, İstanbul, Alfa Yayınları, 2002.
- Erdoğan, İrfan Alemdar, Korkmaz: **Öteki Kuram**, Ankara, Erk Yayınları, 2005.
- Erdoğan, İlhan: **İşletmelerde Davranış**, İstanbul, İşletme Fakültesi Yayını, No:242, 1991.
- Erdoğan, İlhan: **İşletmelerde Davranış**, İstanbul, İşletme Fakültesi Yayını, No:272, 1997.
- Eroğlu, Feyzullah: **Davranış Bilimleri**, İstanbul, Beta Yayınları, 2007.
- Eroğlu, Hamza: **Türk İnkılap Tarihi**, Ankara: Savaş Kitap ve Yayınevi, 1990.
- Ertekin, Yücel: **Halkla İlişkiler**, Ankara, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları, 1986.
- Ertürk, Yıldız Dilek: **Davranış Bilimleri**, İstanbul, Kutup Yıldızı, 2010.
- Etrürk, Özkan: **Küreselleşme Ekseninde Halkla İlişkiler**, Ankara, Birleşik Yayınevi, 2010.
- Esercan, Kemal: **Soğuk Savaş Sonrası Yeni Diplomasi Anlayışı**, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, 2006.
- Freeman, M. Tovell: “A Comparison of Canadian, French, British, and German International Cultural Policies,” **Canadian Culture: International Dimensions** (Ed. Andrew Fenton Cooper) Centre on Foreign Policy and Federalism, 1985.
- Freitag, Alan Stokes, Ashli Quesinberry: **Global Public Relations: Spanning Borders, Spanning Cultures**, Oxon, Routledge, 2009.

- Fitzpatrick, Kathy: **“The Collapse of American Public Diplomacy”**, School of Communications Quinnipiac University Press, USA, 2008.
- Fukuyama, Francis: **The End Of History and The Last Man**, NewYork, Simon and Schuster, 1992.
- Gans, Herbert J.: **Popüler Kültür ve Yüksek Kültür**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2005.
- Gienow-Hecht Jessica C. E.
Mark C. Donfried: **Searching For a Cultural Diplomacy**, Newyork, Berghahn Books, 2010.
- Giddens, Anthony: **Sociology**, 4th Ed. Cambridge: Polity Press, 2001.
- Giddens, Anthony: **Modernliğin Sonuçları**, 4. Basım, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2010.
- Gökçe, Orhan: **İçerik Analizi - Kuramsal ve Pratik Bilgiler**, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2006.
- Gömeç, Sadettin: **Türk Kültürünün Ana Hatları**, Ankara, Berikan Yayınevi, 2012.
- Grunig, James: **Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik**, İstanbul, Rota Yayın Yapım, 2005.
- Grunig, James
White, John: **“Halkla İlişkiler Kuram ve Uygulamasında Dünya Görüşlerinin Etkisi”**, **Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik**, İstanbul, Rota Yayınları, 2005.
- Güçdemir, Yeşim: **Sanal Ortamda İletişim**, İstanbul Derin Yayınları, 2012.
- Günay, Ertuğrul: **“Turizm Alanında Gelişmeler” İstanbul Aydın Üniversitesi 2012-2013 Akademik Yılı Açılış Töreni Konuşması ve Sunumu**, 10 Ekim 2012.
- Güney, Salih: **Davranış Bilimleri**, Ankara, Nobel Yayıncılık, 2013.
- Güngör, Nazife: **İletişim, Kuramlar, Yaklaşımlar**, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2011.
- Güvenç, Bozkurt: **Kültürün abc’si**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2013.

- Güvenç, Bozkurt: **İnsan ve Kültür**, İstanbul, Boyut Yayıncılık, 2011.
- Güvenç, Bozkurt: **Türk Kimliği**, Ankara, Kültür Bakanlığı Yayınları, 1993.
- Hamilton, Keith
Langhome, Richard: **The Practice of Diplomacy: It's Evolution, Theory and Administration**, London and New York, Routledge, 1995.
- Haviland, William A.
Prins, Herald E.
Walrath, Dana,
McRide, Bunny: **Kültürel Antropoloji**, İstanbul, Kaknüs Yayınları, 2008.
- Harrison, Shirley: **Public Relations An Introduction**, London, Thomson Learning, 2. Edition, 2000.
- Haywood, Roger: **All About Public Relations**, United Kingdom, McGraw-Hill, 1990.
- Held, David
McGrew, Anthony: **Küresel Dönüşümler**, Ankara, Phoenix Yayınevi, 2008.
- Herman, Edward S.
Chomsky, Noam: **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir?**, İstanbul, Minerva, 1999.
- Hirst, Paul
Thompson, Grahame: **Küreselleşme Sorgulanıyor**, Ankara, Dost Kitabevi, 1996.
- Hirst, Paul
Thompson Grahame, **Küreselleşme Sorgulanıyor**, (Çev: Çağla Erdem), Ankara, Dost Kitabevi, 2007.
- Holmström, Susanne: **An Intersubjective and Social Systemic Public Relations Paradigm**, University of Roskilde, Denmark, 1996.
- Huntington, Samuel P.: **Medeniyetler Çatışması ve Dünya Düzeninin Yeniden Kurulması**, (Çev: Cem Soydemir/ Doç. Dr. Mehmet Turhan), İstanbul, Okuyan Us Yayınları, 2005.
- İnalcık, Halil: **Kuruluş ve İmparatorluk Sürecinde Osmanlı**, İstanbul: Timaş Yayınları, 2011.

- İskit, Temel: **Diplomasi: Tarihi, Teorisi, Kurumları ve Uygulaması**, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2007.
- İşyar, Ömer Göksel: **Karşılaştırmalı Dış Politikalar**, Bursa, Dora Yayınları, 2009.
- Jowett, Garth S.
O'Donnell, Victoria: **Propaganda and Persuasion**, London, Sage Publications, 1999.
- Kafesoğlu, İbrahim: **Türk Milli Kültürü**, İstanbul, Ötüken Neşriyat, 2012.
- Kapani, Münici: **Kamu Hürriyetleri**, Ankara: A.Ü. Hukuk Fakültesi Yayını, 1981.
- Karacan, Ali: **Lozan**, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 3. Baskı, 2011.
- Kartarı, Asker: **Farklılıklarla Yaşamak: Kültürlerarası İletişim**, Ankara, Ürün Yayınları, 2001.
- Keyman, E. Fuat: "Globalleşme Söylemleri ve Kimlik Talepleri: Türban Sorununu Anlamak", **Global Yerel Eksende Türkiye**, E. Fuat Keyman ve A. Yaşar Sarıbay (drl), İstanbul, Alfa Basım-Yayım, 2000.
- Kınlı, Onur: **Osmanlı'da Modernleşme ve Diplomasi**, Ankara: İmge Kitabevi, 2006.
- Kongar, Emre: **Kültür Üzerine**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1989.
- Köktürk, Milay: **Kültürün Dünyası**, Ankara, Hece Yayınları, 2006.
- Krippendorff, Klaus: **Content Analysis**, California, Sage Publications, 2004.
- Langlois, Georges: **20. Yüzyıl Tarihi**, İstanbul, Nehir Yayıncılık, 2000.
- L'Etang, Jacquie
Pieczka, Magda: **Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar**, Ankara, Vadi Yayınları, 2002.
- Machiavelli,
Niccolo di Bernardo: **Prens**, İstanbul: Doruk Yayıncılık, 2010.

- Mills, Wright: **İktidar Seçkinleri**, (Çev. Ünsal Oskay) Ankara, Bilgi Yayınevi, 1974.
- Mutlu, Erol: **İletişim Sözlüğü**, Ankara: Ark Yayınevi, 1994.
- Mutlu, Erol: **Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya**, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2005.
- Neumann, Elisabeth Noelle: **Kamuoyu – Suskunluk Sarmalının Keşfi**. (Çev. Murat Özkök). Ankara, Dost Kitabevi, 1998.
- Nye, Joseph S.: **Yumuşak Güç**, Ankara, Elips Kitap, 2005.
- Okay, Ayla
Okay, Aydemir: **Halkla İlişkiler: Kavram, Strateji ve Uygulamaları**, İstanbul, Der Yayınları, 2005.
- Oran, Baskın: “Batı Bloku Ekseninde Türkiye-1: 1945-1960 / Dönemin Bilançosu”, **Türk Dış Politikası**, (Ed: Baskın Oran), Cilt I, İstanbul, İletişim Yayınları, 2002a.
- Oran, Baskın: “Küreselleşme Ekseninde Türkiye”, **Türk Dış Politikası**, (Ed: Baskın Oran), Cilt II, İstanbul, İletişim Yayınları, 2002b.
- Ozankaya, Özer: **Toplumbilim**, İstanbul, Cem Yayınevi, 1994.
- Öymen, Onur: **Silahsız Savaş, Bir Mücadele Sanatı Olarak Diplomasi**. 2.Basım, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2011.
- Özbek, Meral: **Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2010.
- Özkalp, Enver: **Sosyolojiye Giriş**, Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı Yayını, 1990.
- Özlem, Doğan: **Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi**, İstanbul, İnkılâp Yayınları, 2000.
- Öztekin, Mermet Korkut: **Manga: Bir Kültürel Direniş Aracı**, İstanbul, İletişim Yayınevi, 2011.
- Pease, Allan: **Beden Dili**, İstanbul, Rota Yayınları, 2003.
- Peltekoğlu, Filiz Balta: **Halkla İlişkiler Nedir?** İstanbul, Beta Basım, 2007.
- Peltekoğlu, Filiz Balta: **Halkla İlişkiler Nedir?** İstanbul, Beta Basım, 2009.

- Putnam, Robert D.: **Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community**, New York, Simon&Schuster, 2000.
- Rasmussen, Ivan Willis: **“Towards a Theory of Public Diplomacy”**, The Fletcher School -Tufts University, 20 October 2009.
- Raupp, Juliana: **“Public Sphere as Central Concept of Public Relations” Public Relations and Communication Management in Europe**, (Ed. Betteke Van Ruler and Dejan Vercic), Berlin, Mouton de Gruyter, 2004.
- Ritzer, George: **McDonaldization of Society**, London, Sage Publication, 1996.
- Robertson, Roland: **Küreselleşme:Toplum Kuramı ve Küresel Kültür**, (Çev. Ümit Hüsrev Yolsal), Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 1998.
- Sancar, Aslı Gaye: **Uluslararası Halkla İlişkiler ve Kamu Diplomasisi**, İstanbul, Beta Yayınları, 2012.
- Sander, Oral: **Siyasi Tarih:1918-1994**, Ankara, İmge Kitabevi, 2004.
- Sander, Oral: **Anka’nın Yükselişi ve Düşüşü**, İstanbul: İmge Kitabevi, 2010.
- Sanyer, Zehra Güngör: **Diplomaside İletişim Yönetiminin Uygulanması**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, 2007.
- Seymen, Oya Aytemiz
Bolat, Tamer: **“Küreselleşme Olgusuna Kavramsal Bir Bakış”, Küreselleşme ve Çokuluslu İşletmecilik**, Tamer Bolat, Oya Aytemiz Seymen (drl), İstanbul, Nobel Yayın Dağıtım, 2005.
- Sezer, Duygu: **Kamuoyu ve Dış Politika**, Ankara, Sevinç Matbaası, 1972.
- Soydaş, Ayda Uzunçarşılı: **Kültürlerarası İletişim**, İstanbul, Parşömen Yayıncılık, 2010.
- Sönmezoğlu, Faruk
Güneş, Hakan

- Keleşoğlu, Erhan: **Uluslararası İlişkilere Giriş**, İstanbul: Der Yayınları, 2011.
- Sönmezoğlu, Faruk: **Uluslararası İlişkilere Giriş**, 1. Basım. İstanbul: Der Yayınları, 2002.
- Sriramesh, Krishnamurthy
Vercic, Dejan: **The Global Public Relations Handbook**, New York, Taylor & Francis, 2008.
- Susar, Filiz: “Çok Kültürlü Ortamlarda Karşılaşılan İletişim ve Kültür Engelleri”, **Çok Kültürlü Ortamlarda Halkla İlişkiler, Kurumsal İletişim ve Yönetim**, Ed. Pınar Eraslan Yayınoglu, İstanbul, İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları, 2005.
- Şahin, Muhammet: **Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi**, Ankara, Okutman Yayıncılık, 2010.
- Szondi, György: “Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences” **Discussion Papers in Diplomacy**, Netherlands Institute of International Relations, Clingendael, 2008.
- Tavşancıl, Ezel
Aslan, Ayşe Esra: **İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri**, İstanbul, Epsilon Yayınları, 2001.
- Taylor, Philip M. **Global Communications, International Affairs and The Media Since 1945**, London, Routledge, 1997.
- Tekinalp, Şermin
Uzun, Ruhdan:
Basım, 2006.
Tezcan, Mahmut: **İletişim Araştırma ve Kuramları**, İstanbul, Beta
- Tufan, İsmail: “Ampirik Araştırma Yöntemleri: Teori ve Pratik” **http://www.itgevakif.com**, Antalya, 2005.
- Tuncer, Hüner: **Atatürkçü Dış Politika**, İstanbul, Kaynak Yayınları, 2008.
- Tuncer, Hüner: **Eski ve Yeni Diplomasi**, Ankara: Ümit Yayıncılık, 1995.
- Turan, İlter: “Türkiye’de Demokrasi Kültürü”, **Demokrasi Kültürü**, İstanbul, Aybay Yayınları, 1996.

Turan, Refik
Safran Mustafa,
Hayta, Necdet, vd.:

Türk Kültür Tarihi, Türk Kültüründen Türkiye Kültürüne ve Evrenselliğe, İstanbul, Bilgi Yayınları, 1990.

Türkdoğan, Orhan:

Değişme, Kültür ve Sosyal Çözülme, İstanbul, Birleşik Yayınevi, 1996.

Türkoğlu, Nurçay:

İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim: Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar, İstanbul: Kalemus Yayınları, 2007.

Viotti, Paul R.
Kauppi Mark V.:

International Relations Theory : Realism, Pluralism, Globalism, New York : Macmillan, 1993.

Wyne, Ali S.

“Public Opinion and Power”, **Routledge Handbook of Public Diplomacy**, Newyork, Taylor&Francis, 2009.

Yayinoğlu, Pınar Ersalan:
Yayınevi, 2005.

Halkla İlişkilerde Araştırma, İstanbul, Birsen

Yaylagül, Levent:

Kitle İletişim Kuramları, Ankara, Dipnot, 2010.

Yengin, Hülya:

Ekranın Büyüsü, İstanbul, Der Yayınları, 1994.

MAKALELER

Ağır, Bülent Sarper:

“Bush Doktrini: Küresel Bir Hegemonik İstikrar Arayışı mı?”, **Uluslararası İlişkiler Dergisi**, Cilt 3, Sayı 12, Kış 2006-2007,ss. 71-100.

Akçadağ, Emine :

“Yükselen Güç Çin’in Kamu Diplomasisi”, **Kamu Diplomasisi**, Ed. Abdullah Özkan ve Tuğçe Ersoy Öztürk, İstanbul, Tasam Yayınları, 2012, ss.177-188.

Akçadağ, Emine:

“Dünyada ve Türkiye’de Kamu Diplomasisi”,<http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/emineakcadag.pdf>, t.y1., Erişim tarihi: 17 Haziran 2012.

Akçadağ, Emine:

“ABD’nin Kamu Diplomasisi Stratejisi: Akıllı Güç...”
<http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/abdkdstratejisi.pdf>, t.y2., Erişim tarihi: 09 Mart 2013.

- Akgün, Seçil: “Ermeni Sorunu” **Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç**, Ankara, Türk Tarih Kurumu, 1999, ss.203-214.
- Akşin, Sina: “Atatürk’ün Dış Siyaset Modeli”, **Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç**, Ankara, Türk Tarih Kurumu, 1999, ss.275-280.
- Aktan, Coşkun Can
Vural İstiklal Y.: “Globalleşme Sürecinde Çokuluslu Şirketler”, <http://www.canaktan.org/ekonomi/cok-uluslu/aktan-makale.pdf>, t.y. Erişim tarihi: 18 Mart, 2013.
- Anık, Cengiz: “Siyasi Rejimler ve Kamuoyu”. **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Cilt:1, Sayı:1, 1999, ss.78–83.
- Arı, Tayyar: “ABD’de Lobiciliğin Dış Politikaya Etkisi ve Türk Lobisi”, **Avrasya Dosyası**, Cilt11, Sayı 2, 2005, s.21.
- Artun, Erman: “Küreselleşme Olgusu Karşısında Halk Kültürü”, Çukurova Üniversitesi Türkoloji Araştırmaları Merkezi, t.y1., <http://turkoloji.cu.edu.tr/Halkbilim/10.php>, Erişim tarihi: 11 Mayıs, 2013.
- Artun, Erman: “Halk Kültürü ve Folklorun Türk Kültüründeki Yerine Kültürel Değişim ve Gelişim Açısından Bakış” , **Çukurova Üniversitesi Türkoloji Araştırmaları Merkezi**, t.y2., <http://turkoloji.cu.edu.tr/Halkbilim/10.php>, Erişim tarihi: 21 Mayıs, 2013.
- Artun, Erman: “Popüler Türk Kültürünün Dünya Kültürlerine Etkisi ve Katkısı” Çukurova Üniversitesi Türkoloji Araştırmaları Merkezi, t.y3., <http://turkoloji.cu.edu.tr/Halkbilim/10.php>, Erişim tarihi: 10 Nisan, 2013.
- Atabek, Nejdet: “Kamuoyu, Medya ve Demokrasi”. **Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi**, Sayı: 19, 2002.

- Atabek, Nejdet: Propaganda ve Toplumsal Kontrol, www.iletisim.selcuk.edu.tr/dergi/gs/2003_cilt2s4.pdf, 2003. Ocak 2003, ss. 4-12.
- Altuğ, Yılmaz: “1856’dan Önce Osmanlı Devleti’nde Modern Devletler Hukuku Uygulaması” **Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç**, Ankara, Türk Tarih Kurumu, 1999, ss.95-104.
- Aydın, Mustafa: “İkinci Dünya Savaşı ve Türkiye: 1939-1945”, **Türk Dış Politikası**, Ed:Baskın Oran, Cilt I: 1919-1980, İstanbul, İletişim Yayınları, 2002.
- Azua, Maria: “The Social Factor- Innovate, Ignite and Win through Mass Collaboration and Social Networking”, **Research Technology Management**, Vol. 54 No:1, January, 2011, pp.66-67.
- Bacık, Gökhan: “Westfalyan Sistemin Direnişi: 11 Eylül ve Uluslararası Politika” **Uluslararası İlişkiler Dergisi**, Cilt 3, Sayı 10, Yaz 2006, ss. 53-84.
- Bal, İdris,
Sütçü, Güliz
Silinir, Murat: “Uluslararası Siyasetin Aktörleri”, **Değişen Dünyada Uluslararası İlişkiler** (Ed. İdris Bal), Ankara, Lalezar Kitabevi, 2008, ss.21-54.
- Barlas, Dilek: “Türkiye’nin 1930’lardaki Balkan Politikası”, **Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç**, Ankara, Türk Tarih Kurumu, 1999, ss.361-372.
- Banks, Daniel: “The Questions of Cultural Diplomacy: Acting Ethically”, Theatre Topics, <http://muse.jhu.edu/journals/tt/summary/v021/21.2.banks.html>, Volume 21, Number 2, September 2011, pp. 109-123.
- Başlar, Kemal: “Uluslararası Hükümet Dışı Kuruluşların Rol ve Etkinlikleri”, **Değişen Dünyada Uluslararası İlişkiler**, Ed. İdris Bal, Ankara, Lalezar Kitabevi, 2008, ss.411-452.
- Berger, Peter L.: “Küreselleşmenin Kültürel Dinamikleri”, **Bir Küre Bin Bir Küreselleşme**, (Ed. Peter L. Berger ve Samuel Huntington), İstanbul, Kitap Yayınevi, 2003.

- Biber, Ayhan: “Bir Meşrulaştırım Yöntemi Olarak Halkla İlişkilerin Meşruiyeti”, **Amme İdaresi Dergisi**, Cilt 36, Sayı: 4, 2003, ss.43-53.
- Casey,Shawna
Ritchey,James: “Toward a Concept and Theory of Organization-Public Relationships” **Journal of Public Relations Research**, Volume 9, Issues 2, 1997, pp.83-98.
- Brown, John: “Public Diplomacy and Propaganda: Their Differences” **www.americandiplomacy.org** ,16 September 2008, Erişim tarihi: 05 Eylül 2012.
- Brown, John: “Arts Diplomacy: The Neglected Aspect of Cultural Diplomacy”, **Routledge Handbook of Public Diplomacy**, Newyork, Taylor&Francis, 2009, pp.57-59.
- Burkart, Roland: “On Jurgen Habermas and Public Relations” **Public Relations Review**, Vol: 33, 2007, pp.249–254.
- Burkart, Roland: “Consensus-oriented Public Relations (COPR): A Concept for Planning and Evaluation of Public Relations”, **Public Relations and Communication Management in Europe**, ed. Betteke van Ruler and Dejan Vercic, Berlin, Mouton de Gruyter, 2004, pp.459-467,
- Campbell, Brian: “Diplomacy in the Roman World (c.500 BC-AD 235)”, **Diplomacy & Statecraft**, Vol. 12, March, No.1, March 2001, London: Routledge, 2001, pp.1-22.
- Castells, Manuel: “The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks and Global Governance”, **The Annals of American Academy of Political and Social Science**, Vol. 616, No.10, 2008, pp.78-93.
- Cebeci, Suat: “Milli Kimlik Bağlamında Din – Kültür İlişkisi”, **Akademik İncelemeler**, Cilt:3, Sayı:2, Yıl:2008, ss.1-11.
- Çoban, Barış: “Louis Althusser”, **Kadife Karanlık 2: Ayna Şövalyeleri**, İstanbul, Su Yayınları, 2006, ss.89-116.
- Cohen, Raymond: “The Great Tradition: “The Spread of Diplomacy in the Ancient World” **Diplomacy & Statecraft**, Vol. 12, No.1, March 2001, London: Routledge , 2001. pp.23-38.

- Cowan, Geoffrey
Arsenault, Amelia: “Moving From Monologue to Dialogue to Collaboration: The Three Layers of Public Diplomacy”, **The Annals of American Academy of Political and Social Science**, Vol. 616, No.10, 2008, pp.10-30.
- Crichlow, James: “Public Diplomacy during the Cold War: The Record and Its Implications” **Journal of Cold War Studies**, Volume 6, Number 1, Winter 2004, pp.75-89.
- Cull, Nicholas J.: “Public Diplomacy: Taxonomies and Histories”, **The Annals of American Academy of Political and Social Science**, Vol. 616, No.10, 2008, pp.31-54.
- Curtin, Jeremy: “US Public Diplomacy 2.0” **Public Diplomacy Magazine**, Sayı 2, Yaz 2009.
- Çınarlı, İnci: “Küresel Halkla İlişkiler Şirketleri ve Propagandanın Yeni Görünümü”, 20.01.2010, <http://alternatifiletisim.blogspot.com/search?update-min=2010-01->, Erişim tarihi: 14 Nisan 2013.
- Çolakoğlu, Selçuk: “Şanghay İşbirliği Örgütü’nün Geleceği ve Çin”, **Uluslararası İlişkiler Dergisi**, Cilt:1, Sayı:1, Bahar, 2004, ss.173-197.
- Davison, Roderic: “Mondros’tan Lozan’a Kadar Türk Siyaseti” Çev: Mine Erol, A.Ü. Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Tarih Bölümü, **Tarih Araştırmaları Dergisi**, Cilt:14, 1981, s. 25.
- Dedehayır, Handan: “Sürdürülebilir Kültür Turizmi” <http://www.cekulvakfi.org.tr/makale/surdurulebilir-kultur-turizmi>, 15. Kasım 2012.
- Demirci, Süleyman
Köseli, Mutlu: “İkincil Veri ve İçerik Analizi”, **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, (Ed. Kaan Böke), İstanbul, Alfa Yayınları, 2009, ss.321-364.
- d’Hooghe, Ingrid: “Public Diplomacy in the People’s Republic of China”, (ed.) Jan Melissen, **The New Public Diplomacy**, Newyork, Palgrave Macmillan, 2007, pp.88-105.
- Edelman, Richard: “Public Engagement”,

- http://www.edelman.com/speak_up_l,
October 30, 2008, Erişim tarihi: 01.02.2012.
- Erhan, Çağrı: “Spor ve Kamu Diplomasisi” <http://www.usak.org.tr>,
09.07.2010, Erişim tarihi: 16 Ekim 2012.
- Erdoğdu, Teyfur: “1856 Paris Kongresi-1878 Berlin Kongresi Arasında Osmanlı Dış Politikası” **Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç**, Ankara: Türk Tarih Kurumu, 1999, ss.149-172.
- Fisher, Ali: “Four Seasons in One Day: The Crowded House of Public Diplomacy in the UK”, Nancy Snow ve Philip M. Taylor (ed.) **Routledge Handbook of Public Diplomacy**, Newyork, Taylor&Francis, 2009, pp.251-261.
- Fombrun, Charles J. Riel, Cees Van: “The Reputational Landscape”, **Corporate Reputation Review**, www.reputationinstitute.com. Volume 1, Number:1-2, 1997.
- Gass, Robert H. Seiter, John S.: “Credibility and Public Diplomacy”, **Routledge Handbook of Public Diplomacy**, Newyork, Taylor&Francis, 2009, pp.154-165.
- Gilboa, Eytan: “Searching for a Theory of Public Diplomacy” **The Annals of The American Academy of Political and Social Science**, Volume 616, March 2008, pp.55-77.
- Gilboa, Eytan: “Public Diplomacy: The Missing Component in Israel’s Foreign Policy”, **Israel Affairs**, Vol.12, No.4, October 2006, pp.715-747.
- Girgin, Kemal: “Cumhuriyet Döneminde Dışışleri Örgütü’nün Gelişmesi” **Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç**, Ankara, Türk Tarih Kurumu, 1999, ss.707-717.
- Gregory, Bruce: “Public Diplomacy: Sunrise of an Academic Field”, **The Annals of The American Academy of Political and Social Science**, Volume 616, March 2008, pp.274-291.
- Grincheva, Natalia: “U.S. Arts and Cultural Diplomacy: Post-Cold War Decline and the Twenty-First Century Debate” **The**

Journal of Arts Management Law and Society, Vol.40, Washington DC, Routledge, 2010, pp.169-183.

- Gower, Karla K.: “Halkla İlişkiler Araştırmaları Yol Ayrımında”, **Halkla İlişkiler Üzerine**, der. Fatih Keskin ve Pınar Özdemir, Ankara, Dipnot Yayınları, 2009, ss.31-52.
- Gürbüz, Vedat: “Bir İdeal, Bir Amerikan Başkanı ve Onun Başarısızlığı: Başkan Wilson ve Milletler Cemiyeti” **“Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi”**, Sayı: 29-30 Mayıs-Kasım 2002, ss 87-99.
- Habermas, Jürgen: “Kamusal Alan”, **Kamusal Alan**, Ed. Meral Özbek, İstanbul, Hil Yayınları, 2010, ss.95–103.
- Harold, E. Hinds: “Popülarite: Popüler Kültürün Olmazsa Olmazları”, (Çev. Dilek Tüfekçi Can), **Millî Folklor**, Yıl 24, Sayı 95, 2012. pp. 356-366.
- Henrikson, Alan K.: “Niche Diplomacy in the World Public Arena: The Global ‘Corners’ of Canada and Norway, **The New Public Diplomacy**, (Ed. Jan Melissen), NewYork, Palgrave Macmillan, 2007, pp.67-87.
- Hodges, Caroline: “PRP Culture: A Framework for Exploring Public Relations Practioners As Cultural Intermediaries”, **Journal of Communication Management**, Vol.10, Issue.1, 2006, pp.80-93.
- Hung, Chun-ju Flora: Toward a Normative Theory of Relationship Management” <http://www.instituteforpr.org/topics/normative-theory-relationship-management>, 2001, Erişim tarihi: 17 Şubat, 2013.
- Ihator, Augustine: “Understanding the Cultural Patterns of the World – An Imperative in Implementing Strategic International Public Relations Programs”, **Public Relations Quarterly**, Winter, 2000, pp.38-44.
- Irmak, Sadi: “Atatürk’ün Dış Politika İlkeleri”, **Atatürkçü Düşünce**, Atatürk Araştırma Merkezi, Ankara, ss.1085, 1992.
- Isar, Yudhishtir Raj: “Kültür Diplomasisi: Şişirilmiş Bir İtiraf Peşinde mi?”, **Kamu Diplomasisi**, Çev. Tuğçe Ersoy Öztürk, Ed.

- Abdullah Özkan ve Tuğçe Ersoy Öztürk, İstanbul, Tasam Yayınları, 2012, ss.111-126.
- İnalcık, Halil: “Türk Diplomasi Tarihinin Sorunları” **Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç**, Ankara: Türk Tarih Kurumu, 1999.
- Kalın, İbrahim: “Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi” <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler/makaleler/100-tuerk-d-politikas-ve-kamu-diplomasisi.html>, Erişim: 26 Ocak 2011.
- Karadeniz, Mustafa: “Pazarlama Yönetiminde Halkla İlişkilerde Kullanılan Kavram ve Tanımlamalar”, **Deniz Harp Okulu Deniz Bilimleri ve Mühendisliği Dergisi**, Cilt:5, Sayı:1, 2009, ss.1-16.
- Karakaya, Serdar: “Küreselleşme, Kültürel Yayılmacılık ve Ulusal Sinemalar”, **Muğla Üniversitesi, SBE Dergisi**, Sayı 12, Bahar 2004, ss.63-70.
- Kartarı, Asker: “Kültürlerarası İletişim ve Bir Araştırma Projesi”, **Folklor / Edebiyat**, 1999/1, S.17, ss.19-26, **Çukurova Üniversitesi Türkoloji Araştırmaları Merkezi**, <http://turkoloji.cu.edu.tr/Halkbilim10.php>, Erişim tarihi: 4 Nisan, 2013.
- Keleman Michael: “Twitter Diplomasi ve Dışişleri 2.0”, 3 Mart 2012, <http://www.yenidiplomasi.com/2012/03/yenitwitter-diplomasi-ve-dsisleri-20.html> Çev. Gökhan Yücel, Erişim tarihi:8 Ekim 2012.
- Kelley, John Robert: “Between Take-offs and Crash Landings: Situational Aspects of Public Diplomacy”, **Routledge Handbook of Public Diplomacy**, Newyork, Taylor&Francis, 2009, pp.72-85.
- Kenar, Nesrin Örnek, Serdar: “Uluslararası İlişkiler ve Devletlerin Dış Politika Tercihleri”, **Değişen Dünyada Uluslararası İlişkiler**, Ed. İdris Bal, Ankara, Lalezar Kitabevi, 2008, ss.153-208.
- Kennedy, Liam Lucas, Scott: “Enduring Freedom: Public Diplomacy and U.S. Foreign Policy”, **American Quarterly**, Volume 57, Number 2, June 2005, pp. 309-333.
- Kent, Michael L.

- Taylor, Maureen: “Beyond Excellence: Extending the Generic Approach to International Public Relations The Case of Bosnia”, **Public Relations Review**, Volume 33, 2007, pp. 10-20.
- Keyman, Fuat: “Yumuşak Güç ve AKP’nin İkilemi” , **NPQ Türkiye**, Cilt.7, Sayı:1, 2005, ss.28-35.
- Kirova, Isabelle: “New Developments in Public Diplomacy”, **Public Diplomacy Magazine**, Sayı 1, Kış 2009.
- Koçak, Abdullah: “Siyasal Davranış ve Kamuoyu”. **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Cilt:2, Sayı:3, 2002, ss. 96-103.
- Koçer, Gökhan: “Küreselleşme ve Uluslararası İlişkilerin Geleceği”, **Uluslararası İlişkiler Dergisi** , Cilt 1, Sayı 3, Güz, 2004, ss.101-122,
- Koloğlu, Orhan: “Osmanlı Diplomasisinde Rumların Rolü ve Tanzimat’la Birlikte Fransızca’nın Yaygınlaşması” **Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç**, Ankara: Türk Tarih Kurumu, 1999, ss.127-135.
- Kongar, Emre: “Küreselleşme, Mikro Milliyetçilik, Çok kültürlülük, Anayasal Vatandaşlık”,http://www.kongar.org/makaleler/mak_kum.php, Erişim tarihi: 11 Mayıs, 2013.
- Kruckerberg, Dean: “Public Relations: Toward a Global Professionalizm”, **Public Relations as Relationship Management** (Ed. John A. Ledingam and Stephen D. Bruning), New York, Taylor&Francis, 2009, pp.153-166.
- Kruckeberg, Dean
Vujnovic, Marina: “Public Relations, Not Propaganda for US Public Diplomacy in a Post-9/11 World:Challenges and Opportunities”, **Journal of Communication Management**, Vol.9, N.4 Emerald Publishing Limited, May 2005, pp.296-304.
- Kuran, Ercüment: “1793-1811 Döneminde İlk Osmanlı Mukim Elçilerinin Diplomatik Faaliyetleri” **Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç**, Ankara: Türk Tarih Kurumu, 1999, ss.55-60.

- Kuneralp, Sinan: “Tanzimat Sonrası Osmanlı Sefirleri”**Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç**, Ankara: Türk Tarih Kurumu, 1999, ss.113-126.
- Kunczik, Michael: “Transnational Public Relations by Foreign Governments” **The Global Public Relations Handbook**, (Ed. Krishnamurthy Sriramesh ve Dejan Vercic), New York, Taylor & Francis, 2008, pp.399-424.
- Kunczik, Michael: “Globalization: News Media, Images of Nations and The Flow of International Capital with Special Reference to the Role of Rating Agencies”, In Paper presented at **The International Association for Media and Communication Research - IAMCR Conference** Singapore, July 17–20, 2000, 2001.
- Kurtuluş, Kemal
Bozbay, Zehra: “Ülke İmajı: Japonya ve Çin’in Ülke İmajları Açısından Karşılaştırılması”, **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, Cilt:40, Sayı:2, 2011, ss: 267-277.
- Lafont, Bertrand: “International Relations in the Ancient Near East: The Birth of a Complete Diplomatic System” **Diplomacy & Statecraft**, London, Routledge, Vol.12, No.1, March, 2001, pp.39-60.
- Lawniczak, Ryszard: “Public relations Role in a Global Competition ‘to sell’ Alternative Political and Socio-Economic Model of Market Economy”, **Public Relations Review**, Vol:33, Issue:4, 2007, pp.377-386.
- Lee, Suman: “The Emergence of Global Public and International Public Relations”, **Public Relations Quarterly**, July, 2005, pp.14-16
- Levack, Jonathan
Perçinoğlu, Gökçe: “Türkiye ve Ortadoğu: Alt Bölgeler Üzerinden Bir Değerlendirme” , Haziran 2012, <http://www.tesev.org.tr/tr>, Erişim tarihi: 13 Ekim 2012.
- Lieber, Paul S.
Higgins, Colin: “Communicating with Global Publics: Building a Theoretical Framework for International Public

- Relations”, **International Media Communication in a Global Age**, (Ed.) Guy J. Golan, Thomas J. Johnson and Wayne Wanta New York, Routledge Taylor and Francis, 2010, pp. 366-375.
- Lim, Joon Soo: “Global Integration or Local Responsiveness?: Multinational Corporations’ Public Relations Strategies and Cases”, **International Media Communication in a Global Age**, (Ed.) Guy J. Golan, Thomas J. Johnson and Wayne Wanta New York, Routledge Taylor and Francis, 2010, pp. 299-318.
- McNair, Brian: “Politikada Temsil ve Temsilin Politikası: Halkla İlişkiler, Kamusal Alan ve Demokrasi”. (Drl. J. L’Etang ve M. Pieczka). (Çev. S. Yıldırım Becerikli). **Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar**, Ankara Vadi Yayınları, 2002, ss.79–109.
- Melissen, Jan: “The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice”, **The New Public Diplomacy**, New York, Palgrave Macmillan, 2007, pp.3-27.
- Mengü, Seda Çakar
Yıldırım, Gonca: “Halkla İlişkilerin Kamu Diplomasisinde Etkin Kullanımı”, **Kamu Diplomasisi**, Ed. Abdullah Özkan ve Tuğçe Ersoy Öztürk, İstanbul, Tasam Yayınları, 2012, ss.71-110.
- Merten, Klaus: “A Constructivistic Approach to Public Relations”, **Public Relations and Communication Management in Europe**, ed. Betteke van Ruler and Dejan Vercic, Berlin, Mouton de Gruyter, 2004, pp.45-55.
- Minkel, Sarah: “A Historical Glance at Public Relations”, **Platform Magazine**, 16 Şubat 2009,
<http://www.platformmagazine.com/index.cfm/2009/2/16/A-Historical-Glance-at-Public-Relations>, Erişim Tarihi: 30 Eylül 2012.
- Molleda, Juan-Carlos
Laskin, Alexander: “Coordination and Control of Global Public Relations to Manage Cross-National Conflict Shifts: A Multidisciplinary Theoretical Perspective for Research and Practice”, **International Media Communication in a Global Age**, (Ed.) Guy J. Golan, Thomas J. Johnson and Wayne Wanta New York, Routledge Taylor and Francis, 2010, pp. 319- 344.
- Molleda, Juan-Carlos: “Global Public Relations”,

<http://www.instituteforpr.org/topic/global-pr/page/2/> University of Florida, March 19, 2009.

- Nakamura, Toshiya: “Soft Power and Public Diplomacy: How Cool Japan Will Be” **The International Studies Association – Asia Pacific Regional Section Inaugural Conference 2011**, Brisbane, September 29-30, 2011, pp.1-32.
- Nye, Joseph S.: “Public Diplomacy and Soft Power”, **The Annals of The American Academy of Political and Social Science**, Volume 616, March 2008, pp.94-109.
- Nye, Joseph S.: “Get Smart: Combining Hard and Soft Power,” **Foreign Affairs**, Vol 88, No 4, July-August 2009. pp.1-3.
- Qualter, TH: “Propaganda Teorisi ve Propagandanın Gelişimi”, **Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, Sayı.35, 1980, ss. 255-308.
- Ogawa, Tadashi: “Origin and Development of Japan’s Public Diplomacy”, Nancy Snow ve Philip M. Taylor (ed.) **Routledge Handbook of Public Diplomacy**, Newyork,Taylor&Francis, 2009, pp.270-281.
- Oğuz, Esin Sultan: “Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı”, **Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**, Cilt 28, Sayı 2, Aralık 2011, ss.123-139.
- Olins, Wally: “Making a National Brand”, **The New Public Diplomacy**, Newyork, Palgrave Macmillan, 2007, pp.169-179.
- Oran, Baskın: “Lozan’ın Öncülü Bir Onur Anıtı: Müttefiklerin Sevr Antlaşması Tasarısına Osmanlı Hariciyesinin Yanıtı”, **Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç**, Ankara, Türk Tarih Kurumu, 1999, ss.257-274.
- Öğülmüş, Selahaddin: “İçerik Çözümlemesi”, <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/40/506/6144.pdf>,t.y. Erişim tarihi: 20 Ekim 2013, ss.213-228.
- Özdemir, Haluk: “Uluslararası İlişkilerde Güç: Çok Boyutlu Bir Değerlendirme”, **Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, S.63, 2008, ss.3.

- Özdemir, Haluk: “Türk Dış Politikasında Yeni Rol Arayışı”
<http://www.ankarastrateji.org/yazar/doc-dr-haluk-ozdemir/turk-dis-politikasinda-yeni-rol-arayisi/>, 28 Eylül Cuma, 2012.
- Özkan, Abdullah: “Türkiye İçin Bir Model Önerisi: Stratejik İletişim Yönetimi Başkanlığı”,
<http://www.siyasaliletisim.org/index.php/dr-abdullah-ozkan-kose-yazilari/607-tuerkiye-cin-bir-model-oenerisi-stratejik-letiim-yoenetimi-bakanl.html>, Erişim tarihi: 30 Aralık 2012.
- Öztürk, Tuğçe Ersoy: “Dış Politikadaki Etkin Unsur: Kamu Diplomasisi ve Türkiye’nin Kamu Diplomasisi Etkinliği”,
www.kamudiplomasisi.org, Erişim tarihi: 20 Ocak 2011.
- Öztürk, Tuğçe Ersoy: “ABD’nin “Yumuşak Güç” Kullanımı: Barack Obama İmajı Üzerinden Amerikan Dış Politikasının Yeniden İnşası”,
<http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/abdninyumusa kguckullanimi.pdf>, Erişim tarihi: 09 Mart 2013.
- Parlak, Demet: “Türk Siyasal Kültürü: Halksız Siyaset” 21 Temmuz 2008,
<http://www.birikimdergisi.com/birikim/makale.aspx?mid=443>, Erişim tarihi: 16 Haziran 2013.
- Payne, Neil: “Public Relations Across Cultures Building international communication bridges,
<http://aboutpublicrelations.net/ucpayne.htm>, Erişim tarihi: 20 Mart 2013.
- Philips, R.: “Public Engagement and a new Civic Responsibility”, February 9, 2009,
<http://www.citizenrenaissance.com/wp-content/uploads/public-engagement-and-a-new-civic-responsibility.pdf>, Erişim tarihi: 13 Mart 2013.
- Pieczka, Magda: “Paradigmalar, Sistemler Teorisi ve Halkla İlişkiler”, (Drl. J. L’Etang ve M. Pieczka). (Çev. S. Yıldırım Becerikli). **Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar**, Ankara Vadi Yayınları, 2002. ss.215-260.

- Potter, Evan: "Canada and the New Public Diplomacy", **International Journal**, Canadian International Council, Vol. 58, No.1, Winter 2002/2003, pp.43-64.
- Price, Monroe
Haas, Susan
Margolin, Drew: "New Technologies and International Broadcasting: Reflections on Adaptations and Transformations" **The Annals of American Academy of Political and Social Science**, Vol. 616, No.10, 2008, pp.150-172.
- Rhee, Yuna: "Global Public Relations: A Cross-Cultural Study of the Excellence Theory in South Korea", **Journal of Public Relations Research**, Vol.14, No. 3, 2002, pp.159-184.
- Roberts, Walter R.: "What Is Public Diplomacy? Past Practices, Present Conduct, Possible Future", **Mediterranean Quarterly**, Published by Duke University Press, Volume 18, Number 4, Fall 2007, pp. 36-52.
- Robins, Kevin: "Küreselleşmeyi Karşılama", **Küresel Dönüşümler**, Ankara, Phoenix Yayınevi, 2008, ss.287-294.
- Ryniejska-Kiełdanowicz
Marta: "Cultural Diplomacy as a Form of International Communication" Cultural Diplomacy as a Form of International Communication, www.instituteforpr.org, t.y.
- Sarıay, Yusuf: "Atatürk'ten Günümüze Türk Dış Politikası Hakkında Genel Bir Değerlendirme", **Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi**, Sayı 48, Cilt: 16, Kasım 2000.
- Scott-Smith, Giles: "Mapping the Undefinable: Some Thoughts on the Relevance of Exchange Programs within International Relations Theory", **The Annals of American Academy of Political and Social Science**, Vol. 616, No.10, 2008, pp. 173-197.
- Scott-Smith, Giles: "Exchange Programs and Public Diplomacy", **Routledge Handbook of Public Diplomacy**, New York, Taylor&Francis, 2009, pp.50-56.
- Sezer, Duygu Bazoğlu: "Soğuk Savaş Dönemi ve Türkiye'nin İttifaklar Politikası", **Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç**, Ankara: Türk Tarih Kurumu, 1999, ss.441-464.

- Signitzer, Benno H.
Coombs, Timothy: “Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Covergences”, **Public Relations Review**, Vol.18, No.2, 1992, pp.137-147.
- Signitzer, Benno H.
Wamser, Carola: “Public Diplomacy: A Specific Governmental Public Relations Function” **Public Relations Theory II**, (Ed. Carl Botan ve Vincent Hazelton), New York, Taylor & Francis, 2009, pp.382-411.
- Smith, Anthony D.: “Küresel Bir Kültüre Doğru mu?”, **Küresel Dönüşümler**, Ankara, Phoenix Yayınevi, 2008, pp.330-339.
- Snow, Nancy: “Rethinking Public Diplomacy”, **Routledge Handbook of Public Diplomacy**, Newyork, Taylor&Francis, 2009, pp.3-11.
- Snow, Nancy: “International Exchanges and the U.S Image”, **The Annals of American Academy of Political and Social Science**, Vol. 616, No.10, 2008, pp.198-222.
- Soysal, İsmail: “Umûr-ı Hariciye Nezâreti’nin Kurulması” **Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç**, Ankara: Türk Tarih Kurumu, 1999, pp.71-78.
- Sriramesh, Krishnamurthy
Vercic, Dejan: “The Impact of Globalization on Public Relations”, **Public Relations Review**, Vol.33, Issue 4, 2007, pp.355-359.
- Sriramesh, Krishnamurthy
Vercic, Dejan: "International Public Relations: A Framework for Future Research", **Journal of Communication Management**, Vol. 6, Issue: 2, 2001, pp.103-117.
- Sriramesh, Krishnamurthy
Kim, Yungwook
Takasaki, Mioko: “Public Relations in Three Asian Cultures: An Analysis” **Journal of Public Relations Research**, Vol.11, Issue 4, 1999, pp. 271-292.
- Sümer, Faruk: “Türkiye Kültür Tarihine Umumi Bir Bakış”, <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/26/1015/12318.pdf>, Erişim tarihi: 20 Mart 2013.
- Szondi, György: “Central and Eastern European Public Diplomacy: A Transinational Perspective on National Reputation

Management” **Routledge Handbook of Public Diplomacy**, Newyork, Taylor&Francis, 2009, pp. 292-313.

- Şahin, Muhammet: “Osmanlı Diplomasisinde Değişim ve Osmanlı Devleti’nin Avrupa Devletler Sistemine Girişi”, **Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt:29, No: 4, 2009.
- Tiedeman, Anna: “U.S. Public Diplomacy in Middle East”, **Seminar on Geography, Foreign Policy and the World Order**, 4 Mayıs 2004, pp.1-37.
- Ünver, Can: “Kamu Diplomasisi”, <http://ha-ber.net/index>, 3 Şubat 2009, Erişim Tarihi: 14.06.2012.
- Vanslyke Turk, Judy: “A Global Examination of Today’s Best Practices in Public Relations” **International Public Relations Association**, İstanbul, March 30- April 2, 2000.
- Versan, Vakur: “Osmanlı Devleti’nde Tanzimat’tan Sonra Batı Devletler Hukukunun Benimsenmesi” **Çağdaş Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç**, Ankara: Türk Tarih Kurumu, 1999, ss.105-112.
- Vasquez, Gabriel M.
Taylor, Maureen: “Public Relations: An Emerging Social Science Enters the New Millenium”, **Communication Yearbook 24** (Ed. William B. Gudykunst), New York, Routledge, 2012, pp.319-337.
- Vercic, Dejan,: “Public Relations of Movers and Shakers: Transnational Corporations”, **The Global Public Relations Handbook**, New York, Taylor & Francis, 2008.
- Vercic, Dejan
Vercic, Ana Tkalac: “A Use of Second-order Co-orientation Model in International Public Relations”, **Public Relations Review**, Vol. 33, pp.407–414, 2007.
- Vercic, Dejan,
Van Ruler, Betteke
Butschi, Gerhard
Flodin, Bertil: “On the definition of public relations: a European view”, **Public Relations Review**, Volume 27, Issue 4, Winter 2001, pp. 373-387.

- Wakefield, Robert I.: “Theory of International Public Relations, the Internet, and Activism: A Personal”, **Journal of Public Relations Research**, Vol. 20, 2008, pp.138–157.
- Wang, Jian: ‘Managing National Reputation and International Relations in the Global Era: Public Diplomacy Revisited’, **Public Relations Review**, vol. 32, no. 2, 2006, pp. 91-96.
- Wilson, Ernest J.: “Hard Power, Soft Power, Smart Power”, **The Annals of The American Academy of Political and Social Science**, Volume 616, March 2008, pp.110-125.
- Yang, Aimei
Kluyeva, Anna
Taylor, Maureen: “Beyond a Dyadic Approach to Public Diplomacy: Understanding Relationships in Multipolar World”, **Public Relations Review**, Vol:38, Issue:5, 2012, pp. 652–664.
- Yasumoto, Seiko: “Impact on Soft Power of Cultural Mobility: Japan to East Asia”, **Ucla’s Journal of Cinema and Media Studies**, Winter 2013, pp.1-13
- Yetişgin, Memet: “Tarih, Coğrafya ve Sosyo-Kültürel Ortamın Türk Kimliğinin Gelişmesine Etkileri”, **Akademik İncelemeler**, Cilt:2, Sayı:1, 2007, ss.37-68.
- Yıldırım, Gonca
Karafes, Evrim: “Halkla İlişkilerin Dönüşümü; Public Relations’tan Public Engagement’a Geçiş”, **İstanbul Aydın Üniversitesi ABMYO Dergisi**, Sayı:24, Ekim 2011, ss. 17-26.
- Yıldırım, Murat: “Sivil Toplum ve Devlet”. **Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 27, Sayı: 2, 2003, ss.226–242.
- Yıldız, Süleyman: “Kültürün Küreselleşmesi ve Toplumsal Boyutta Medya Etkinliğine Yansımaları”, **Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**, Cilt : 23, Sayı: 2, 2006, ss.33-44.
- Yılmaz, Sait: “Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği’nde Kamu Diplomasisi ve Güç Projeksiyonu”, **Kamu**

- Diplomasisi**, Ed. Abdullah Özkan ve Tuğçe Ersoy
Öztürk, İstanbul, Tasam Yayınları, 2012, ss.189-228.
- Yılmaz, Tülay: “Türkiye’nin Kullanamadığı Stratejik Güç; Lobicilik”,
**www.siyasaliletisim.org/pdf/Turkiyeninkullanamadi
giguclobicilik.pdf**, 5 Temmuz 2009, Erişim tarihi: 04
Nisan 2012.
- Yücel, Gökhan: Cultural Diplomacy Education: Practices and New
Approaches”, Kültürel Diplomasi Eğitimi,
Uygulamaları ve Yeni Yaklaşımlar
|[http://www.yenidiplomasi.com/2012/06/kulturel-
diplomasi-egitimi-uygulamalar.html](http://www.yenidiplomasi.com/2012/06/kulturel-diplomasi-egitimi-uygulamalar.html) 30 Haziran 2012,
Erişim tarihi: 05 Eylül 2013.
- Yurdusev, Nuri
Yurdusev, Esin: “Osmanlı İmparatorluğu’nun Avrupa Devletler
Sistemine Girişi ve 1856 Paris Konferansı” **Çağdaş
Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç**, Ankara: Türk
Tarih Kurumu, 1999, ss.137-148.
- Yurdusev, Esin: “1945-1989 Döneminde Türkiye ve Balkanlar” **Çağdaş
Türk Diplomasisi: 200 Yıllık Süreç**, Ankara, Türk
Tarih Kurumu, 1999, ss.373-386.
- Zaharna, Rhonda.S.: “Toward an In-Awareness Approach to International
Public Relations”, **Public Relations Review**,
Volume:27, Issue:2, 2001, pp. 135-148.
- Zaharna, Rhonda.S.: “The Network Paradigm of Strategic Public
Diplomacy,” **Foreign Policy In Focus**, Nisan 2005,
pp.1-4.
- Zaharna, Rohanda S.: “Mapping Out a Spectrum of Public Diplomacy
Initiatives. Information and Relational Communication
Frameworks” **Routledge Handbook of Public
Diplomacy**, Newyork, Taylor&Francis, 2009, pp.86-
100.
- Zöllner, Oliver: “German Public Diplomacy: The Dialog of Cultures”,
Routledge Handbook of Public Diplomacy,
Newyork, Taylor&Francis, 2009, pp.262-269.

SÜRELİ YAYINLAR

- Aras, Osman Nuri: “Tarihin Sonu”, <http://www.sorgunmedya.com/haber/379-arastirma-yazilari-tarihin-sonu.html>, Erişim tarihi: 30.05.2012.
- Dağı, İhsan: “Ne oldu da AK Parti dış politikası değişti?”, **Zaman Gazetesi**, 23 Eylül 2013.
- Davutoğlu, Ahmet: “Türkiye ile Amerika’nın Suriye Konusunda Ortak Pozisyonu Var”, **Aydın Dergisi**, İstanbul Aydın Üniversitesi Yayını, Sayı: 11, Mart-Nisan 2012, s.24,
- Erandaç, Bülent: “Sporu 'kamu diplomasisi' yaparak bir kabuğu daha kırdık”, **Takvim Gazetesi**, 26 Temmuz 2011, <http://www.takvim.com.tr/>, , Erişim tarihi: 16 Ekim 2012.
- İzgi, İbrahim: “2012: Dijital Diplomasinin Kayıp Yılı”, **Yeni Şafak Gazetesi**, 28 Aralık 2012.
- Mengi, Güngör: “Değişim Zamanı”, **Vatan Gazetesi**, 22 Ağustos, 2013.
- Mutlu, Mustafa: “Güçlü Ülke”, **Vatan Gazetesi**, 22 Ağustos, 2013.
- Olins, Wally: “Tüm Dünyanın Gözü Türkiye’nin Üzerinde”, <http://thebrandage.com>, Ocak 2012, Erişim tarihi: 03.09.2012.
- Özdemir Cengiz: “Kültürel diplomasi”, www.aksam.com.tr, 15 Eylül 2013 Pazar.
- Özkan, Abdullah: “Medyanın Kamu Diplomasisi Rolü”, <http://www.milligazete.com.tr/makale/>, 30 Aralık 2010, Erişim tarihi: 18 Ekim 2012.
- Petras, James: “Emperyal Çöküş”, **Aydın Dergisi**, İstanbul Aydın Üniversitesi Yayını, Sayı:7, 1 Ekim - 1 Kasım 2011, s.1-3,
- Scherle, Alexandra: “Köleler Efendi mi Olacak? Çin’in Avrupa Ekonomisi Üzerindeki Nüfuzu Giderek Artıyor”, **Aydın Dergisi**, İstanbul Aydın Üniversitesi Yayını, Sayı: 07, 1 Ekim - 1 Kasım 2011, s.22.

Tok, Evren
Sevin, Efe:

“Türkiye'nin Markalaşması: Turkeyfe.org”,
<http://yenisafak.com.tr/>, 28.01.2012, Erişim tarihi:
10.09.2012.

Toy, İhsan:

“Spor, Kamu Diplomasisi ve Türkiye”,
<http://www.haber7.com/haber>, 14.09. 2010, Erişim
tarihi: 10 Ekim 2012.

Yılmaz, Mehmet Y.:
Ağustos, 2013.

“Yumuşak Güce Veda”, **Hürriyet Gazetesi**, 22

“ABD'nin sanal elçiliğine İran engeli!” <http://www.cnnturk.com/>, 7 Ekim 2012.

“Bütçeler yarışıyor”, **Sabah Gazetesi**, 24 Şubat 2013,

“Erdoğan: 10 yılda 76 olan üniversite sayısı 170'e çıktı”, **Zaman Gazetesi**, 3 Mart
2013.

“Türk filmlerinin büyük gişe başarısı”, **Milliyet Gazetesi**, 27 Aralık 2012.

“Ulus değil insan odaklı kültür politikaları”, **Sabah Gazetesi**, 21 Temmuz 2011,
Erişim tarihi: 6 Haziran 2013.

INTERNET SİTELERİ

“ABD Dışişleri Bakanlığı'nda Ocak Ayının Ana Gündemi: 21. Yüzyıl Devlet
Modeli” ,

[http://yenidiplomasi.wordpress.com/2012/01/15/abd-
disisleri-bakanliginda-ocak-ayinin-ana-gundemi-21-
yuzyil-devlet-modeli-siz-dijital-diplomasi-diyiverin](http://yenidiplomasi.wordpress.com/2012/01/15/abd-disisleri-bakanliginda-ocak-ayinin-ana-gundemi-21-yuzyil-devlet-modeli-siz-dijital-diplomasi-diyiverin),
Erişim tarihi: 10 Mart 2013.

“About Fulbright”, <http://eca.state.gov/fulbright/about-fulbright>, Erişim tarihi: 10
Mart 2013.

“About RFI”, <http://www.english.rfi.fr/node>, Erişim tarihi: 26 Ekim, 2012.

“Acil insani yardımlar sıralamasında dünyada 4. sıraya çıkan Türkiye, 100'den fazla
ülkeye yardım eli uzatıyor”,

[http://www.kdk.gov.tr/sayilarla/turkiyenin-dis-
yardimlari/35](http://www.kdk.gov.tr/sayilarla/turkiyenin-dis-yardimlari/35), Erişim tarihi: 10 Şubat 2013.

“American "Smart Power": Diplomacy and Development Are the Vanguard”,
Bureau of Public Affairs,

<http://www.state.gov/r/pa/scp/fs/2009/122579.htm>,
May 4 2009, Erişim tarihi: 10 Mart 2013.

“AP’nin Gezi Parkı kararı Ankara’yı kızdırdı”, **<http://www.dw.de/apnin-gezi-park>,**
Erişim Tarihi: 9 Ekim 2013.

“Avrupa Birliği Hayat Boyu Öğrenme Programı”
<http://www.ua.gov.tr/index.cfm?action=detay&bid>,
Erişim tarihi: 09 Mayıs 2012.

“Avrupa Kùltür Başkenti: İstanbul” Sanat Gündemi,
http://www.ido.org.tr/lib_yayin/49.pdf, Ocak-Şubat
2011. Erişim tarihi: 14 Nisan 2012.

“Binlerce uluslararası öğrenci ‘Türkiye Bursları’ projesiyle Türkiye’de”
[http://www.kdk.gov.tr/sayilarla/turkiye-burslari-](http://www.kdk.gov.tr/sayilarla/turkiye-burslari-projesi/7)
[projesi/7](http://www.kdk.gov.tr/sayilarla/turkiye-burslari-projesi/7), Erişim tarihi: 10 Şubat 2013

“Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı Türkiye Demokratik Yönetişim Programı,
[http://www.undp.org.tr/Gozlem3.aspx?WebSayfaNo](http://www.undp.org.tr/Gozlem3.aspx?WebSayfaNo=318)
=318, Erişim tarihi: 28 Aralık 2012.

“Biz Kimiz”, **<http://www.amerikaninsesi.com>,** Erişim tarihi: 26 Nisan 2012.

“Digital Strategy” UK The Foreign and Commonwealth Office,
[https://www.gov.uk/government/uploads/system/upl](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/39629/AB_12-11-14_Digital_strategy.pdf)
[oads/attachment_data/file/39629/AB_12-11-](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/39629/AB_12-11-14_Digital_strategy.pdf)
[14_Digital_strategy.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/39629/AB_12-11-14_Digital_strategy.pdf), Erişim tarihi: 20 Şubat 2013.

“Drone Strikes Widely Opposed Global Opinion of Obama Slips, International
Policies Faulted”,
[http://www.pewglobal.org/2012/06/13/global-](http://www.pewglobal.org/2012/06/13/global-opinion-of-obama-slips-international-policies-faulted/)
[opinion-of-obama-slips-international-policies-](http://www.pewglobal.org/2012/06/13/global-opinion-of-obama-slips-international-policies-faulted/)
[faulted/](http://www.pewglobal.org/2012/06/13/global-opinion-of-obama-slips-international-policies-faulted/), Erişim tarihi: 10 Mart 2013.

“Etkinlikler”,
[http://www.byegm.gov.tr/basinduyurulari.aspx?ahi](http://www.byegm.gov.tr/basinduyurulari.aspx?ahid=278&ac=5#3)
[d=278&ac=5#3](http://www.byegm.gov.tr/basinduyurulari.aspx?ahid=278&ac=5#3), Erişim tarihi: 15 Eylül 2013.

“Faaliyetler”, **<http://www.tccb.gov.tr/sayfa/faaliyetler/>,** Erişim Tarihi: 15 Eylül
2013.

“Farabi Değişim Programı”, **<http://www.yok.gov.tr/content/view/641>,** Erişim tarihi:
10 Mayıs 2012.

“France 24, International News 24/7”, **[http://www.france24.com/en/about-france-](http://www.france24.com/en/about-france-24)**
[24](http://www.france24.com/en/about-france-24), Erişim tarihi: 23 Şubat 2013.

“Fransız Anadolu Araştırmaları Enstitüsü”, http://www.ifea-istanbul.net/index.php?option=com_k2&view=item&id=38:lifa&Itemid=274&lang=tr, Erişim tarihi: 24 Şubat 2013).

“Fulbright Değişim Programı”, <http://www.fulbright.org.tr/tr/fulbright-programi>, Erişim tarihi: 10 Mayıs 2012.

“Geleneksel Etkinlikler”, <http://www.turksoy.org.tr/> Erişim Tarihi: 19 Eylül 2013.

“German Information Centres: Public Relations With a Regional Flavour”
http://www.auswaertiges-amt.de/EN/AAmt/Auslandsvertretungen/GIC-D-Zentren_node.html, Erişim tarihi: 23 Şubat 2013.

Global 500 - 2013, http://brandirectory.com/league_tables/table/global-500-2013, Erişim tarihi: 10 Mart 2013.

“Hakkımızda”,
<http://yunusemreenstitusu.org/turkiye/index.php?lang=tr&page=home>, Erişim Tarihi: 16 Haziran 2013.

Hintereder, Peter
Orth, Martin:
“Küresel Ekonomide Daha Güçlü Bir Konum”
<http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/tr/ekonomi/main-content-06/kueresel-ekonomide-daha-gueclue-bir-konum.html>, Erişim tarihi: 23 Şubat 2013.

“2010 Yılında Avrupa’nın Kültür Başkenti İstanbul” , <http://www.ibb.gov.tr>, Erişim tarihi: 14 Nisan 2012.

“2005 – 2011 Dönemi Etkinlikleri”
http://www.tusiad.org/_rsc/shared/file/YDIKomisyonuTumFaaliyetler2012.pdf, Erişim tarihi: 26 Mayıs 2012.

“2012 Yılı İdare Faaliyet Raporu”,
<http://sgb.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/6044,2012-idare-faaliyet-raporu-internet.pdf>, Erişim Tarihi: 18 Eylül 2013

“International Leadership Visitors Program”, <http://eca.state.gov/ivlp>, Erişim tarihi: 10 Mart 2013.

- IPRA's Golden World Awards Winners 2010-2011,
<http://www.ipra.org/gwa/winners-list/winners-2012>,
Erişim tarihi: 29 Mart 2013.
- "İyi Yönetişim Programı", <http://www.tesev.org.tr/tr/program/iyi-yonetisim-programi>, Erişim tarihi: 28 Aralık 2012.
- "Kalkınma Planları (1-9) "Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı,
<http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan.asp>, Erişim tarihi:
2 Haziran, 2013.
- "KDK Kuruluş", <http://kdk.gov.tr/kurumsal/hedefler/9>, Erişim tarihi: 24 Temmuz
2013.
- "KDK Vizyon ve Misyon", <http://kdk.gov.tr/kurumsal/vizyon-misyon>, Erişim
tarihi: 24 Temmuz 2013.
- "KDK Hedefler", <http://kdk.gov.tr/kurumsal/hedefler/9>, Erişim tarihi: 24 Temmuz
2013.
- "KDK Faaliyetler", <http://kdk.gov.tr/faaliyetler/25>; Erişim tarihi: 30 Temmuz
2013.
- "Kurumsal", <http://yee.org.tr/turkiye/tr/anasayfa>, Erişim Tarihi: 18 Eylül 2013.
- "Kültürde Dış Politika", <http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/tr/kueltuer.html>, Erişim tarihi: 23
şubat 2013.
- "Manchester United is World's Richest Club Says Forbes". BBC News. 21 Nisan
2010.
<http://news.bbc.co.uk/1/hi/business/8635865.stm>.
Erişim tarihi: 26 Nisan 2012.
- "Mevlana Değişim Programı", <http://www.yok.gov.tr/web/guest/anasayfa>, Erişim
Tarihi: 16 Haziran 2013.
- "Network", <http://www.goethe.de/ins/enindex.htm>, Erişim tarihi: 23 şubat 2013.
- "Public Engagement", Essentials,
http://www.publicagenda.org/files/pdf/public_engagement_primer.pdf, January 2008, Erişim tarihi:
01.02.2012.
- "Public Diplomacy and the UK: Public Diplomacy and 'Soft Power'
<http://www.publications.parliament.uk/pa/cm20101>

1/cmselect/cmfaff/581/58106.htm, Erişim tarihi: 12 Aralık 2012.

“Putting 21st Century Statecraft Into Action”, Dipnot, September 26, 2012.
http://blogs.state.gov/index.php/site/entry/21st_century_statecraft_public_diplomacy, Erişim tarihi: 6 Ekim 2012.

“Siyasal Kültür”, **http://www.siyasaliletisim.org/index.php/sie-modul/128-sie-modul/306-siyasal-kultur.html**, Erişim Tarihi: 16 Haziran 2013.

“Tanıtma Fonu Kurulu Sekreterliği”
http://www.basbakanlik.gov.tr/Forms/pOrganizationDetail., Erişim Tarihi: 15 Eylül 2013.

“Tarihçe”, **http://www.trt.net.tr/Kurumsal/Tarihce.aspx**, Erişim Tarihi: 18 Eylül 2013.

“Tasam Faaliyet Raporu”, **http://www.tasam.org/Files/pdf/TASAM_tr-TR.pdf**, Erişim Tarihi: 19 Eylül 2013.

“TEDA Projesi”, **http://www.tedaproject.gov.tr**, Erişim tarihi: 15 Nisan 2012.

“T KA Hakkında”, **http://www.tika.gov.tr/faaliyet-alanlari/2**, Erişim Tarihi: 19 Eylül 2013.

“T KA: Türkiye’nin Küresel Dış Politika Enstrümanı”, **http://www.bilgesam.org/tr**, Erişim Tarihi: 19 Eylül 2013.

“The History of NAFSA: Association of International Educators”,
http://www.nafsa.org, Erişim tarihi: 13 Mayıs, 2012.

“The World in 2011: ICT Facts and Figures”,
http://www.itu.int/ITUUD/ict/facts/2011/material/ICTFactsFigures, 2010.pdf, Erişim Tarihi: 6 Ekim 2012.

“Türk-Alman Güvenlik Diyalogu: Uluslararası Güvenlikte Yeni Sorunlar - NATO’nun Değişen Güvenlik Konsepti  alıştayı”, Konrad-Adenauer-Stiftung Yayınları, 18 Nisan 2011,
http://www.kas.de/wf/doc/kas_29285-1522-12-30.pdf, Erişim tarihi: 21.02.2013.

“Türk Dizileri Algıyı Değiştirdi”, **http://www.aksam.com.tr/turk-dizileri-algiyi-degistirdi--143543h.html**, 09-10-2012, Erişim tarihi: 13 Nisan 2012.

- “Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı”, <http://www.tika.gov.tr/tika-hakkinda>, Erişim tarihi: 26 Temmuz 2012.
- “Türk Milli Eğitim Sistemi”, http://www.meb.gov.tr/takvim/egitim_sistemi.html, Erişim tarihi: 16 Haziran 2013.
- “Türkiye Bursları” <http://kdk.gov.tr>, Erişim tarihi: 1 Ağustos 2013.
- “Uluslararası Kültürel Değişim Programları Burs Vakfı”, <http://www.icep.org.tr/turkish/internship-in-turkey.asp>, Erişim tarihi: 09 Mayıs 2012.
- “Uluslararası yayınlar”, <http://www.aa.com.tr/tr>, Erişim Tarihi: 19 Eylül 2013.
- “Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs” , <http://www.state.gov/r/index.htm>, Erişim tarihi: 10 Mart 2013.
- “Un Nouvel Acteur Pour Metre en Oeuvre La Diplomatie Culturelle de La France” <http://www.institutfrancais.com/fr/faites-notre-connaissance>, Erişim tarihi: 23 Şubat 2013
- “US Gross National Product”, http://ycharts.com/indicators/us_gross_national_product, Erişim tarihi: 10 Mart 2013.
- “Yunus Emre Enstitüsü”, <http://yunusemreenstitusu.org>, Erişim tarihi: 14 Nisan 2012.
- “Yurtdışı Tanıtım ve Kültür İşleri”, <http://www.mfa.gov.tr/sub.tr.mfa>, Erişim Tarihi: 18 Eylül 2013.
- “What is Public Diplomacy?”, The Fletcher School, Tufts University, The Edward R. Morrow Center of Public Diplomacy, www.fletcher.tufts.edu/murrow/public-diplomacy.html Erişim tarihi: 01.07.2012).
- “Who Are We?”, <http://www.alliancefr.org/en/who-are-we>, Erişim tarihi: 23 Şubat 2013.
- “Who We Are”, <http://www.bbcworldwide.com/about-us.aspx>, Erişim tarihi: 26 Nisan 2012.

EKLER

KODLAMA YÖNERGESİ (NİTELİKSEL)

1. Otorite	Hükümet = 1 KDK = 2
2. Türk Aktörler	Başbakanlık = 1 Bakanlıklar = 2 KDK = 3 Başbakanlığa Bağlı Kurumlar = 4 Milletvekilleri = 5 Akademisyenler ve Üniversiteler = 6 Mülki Amirler ve Yerel Yönetimler = 7 Gazeteciler, Medya = 8 Büyükelçiler = 9 STK'lar, Düşünce Kuruluşları = 10 Diyanet İşleri Başkanlığı = 11 Diğer = 12
3. Yabancı Katılımcıların Ülkeleri	Balkanlar = 1 Avrupa = 2 ABD = 3 Ortadoğu ve Arap Ülkeleri = 4 Afrika Ülkeleri = 5 Kafkaslar ve Türki Cumhuriyetler = 6 Asya ve Uzak Doğu = 7 Diğer = 8
4. Yabancı Katılımcıların statüleri	Devlet Başkanı = 1 Bakan = 2 Parlamentar = 3 Büyükelçi = 4 Akademisyen = 5 Öğrenci = 6 Gazeteci/ Medya = 7 STK/ Düşünce Kuruluşu = 8 Dini Lider / kuruluş = 9 Diğer = 10
5. Nereye Yönelik	Balkanlar = 1 Avrupa = 2 ABD = 3 Ortadoğu ve Arap Ülkeleri = 4 Afrika Ülkeleri = 5 Kafkaslar ve Türki Cumhuriyetler = 6 Asya ve Uzak Doğu = 7

	Türkiye = 8 Diğer = 9
6. Faaliyetlerin Gerçekleştiği Yerler	Balkanlar = 1 Avrupa = 2 ABD = 3 Ortadoğu ve Arap Ülkeleri = 4 Afrika Ülkeleri = 5 Kafkaslar ve Türki Cumhuriyetler = 6 Asya ve Uzak Doğu = 7 Türkiye = 8 Diğer = 9
7.Faaliyetin Yönü	Taraftar = 1 Karşıt = 2 Güçlü = 3 Zayıf = 4
8. Hedef Kitle	Devlet Başkanı = 1 Bakan = 2 Parlamenter = 3 Büyükelçi = 4 Akademisyen = 5 Öğrenci = 6 Gazeteci/ Medya = 7 STK/ Düşünce Kuruluşu = 8 Dini Lider / kuruluş = 9 Genel kamuoyu = 10 Diğer = 11
9. Faaliyetin Biçimi	Siyasal Enformasyona dönük = 1 Tanıtım toplantıları = 1.1 Hükümet faaliyetleri hakkında bilgilendirme=1.2 Kültürel Diplomasiye dönük = 2 Exchange programları = 2.1 Kültür ve dil enstitüleri ve eğitimleri = 2.2 Sanat Etkinlikleri = 2.3 Tanıtıcı Reklamlar = 2.4 Kalkınma ve Yardım Programları = 2.5 Uluslar arası yayınlar = 2.6 Spor etkinlikleri = 2.7 Turizm amaçlı faaliyetler = 2.8 Diğer = 3
10. Faaliyetin Konusu	Kamu Diplomasisinin tanıtımı = 1 Hükümetin genel faaliyetleri ve değişimleri = 2 Türkiye'nin yeni dış politikası ve dünyadaki rolü = 3

Arap Baharı ve Türkiye'nin Ortadoğu politikaları = 4
Türkiye'nin Çeşitli Arap ülkeleriyle ilişkileri = 5
Türkiye'nin Afrika ülkeleriyle ilişkileri = 6
Türkiye –ABD ilişkileri = 7
Türkiye ve Avrupa ülkeleri ilişkileri = 7
Türkiye –Türki Cumhuriyetler ilişkileri = 8
İslam Dini ve İslam Dünyası = 9
Sosyal ve kültürel ziyaretler/davetler = 10
Türkiye'nin kültürel tanıtımı = 11
Medya çalışmaları = 12

Faaliyetlerde Öne Çıkan Kavramlar/ Söylemlerin Siyasal Enformasyon ve Kültürel Diplomasi Bağlamında incelenmesi

11. Siyasal Enformasyon bağlamında öne çıkan kavramlar

11.a.Bilgilendirme

- 11.a.1 Türkiye yeni çoklu bir dış politikaya sahiptir
- 11.a.2 Türkiye yeni iç politikalara sahiptir
- 11.a.3 Türkiye'nin son 10 yıllık gelişimi
- 11.a.4 Türk dış politikasının yeni aktörleri
- 11.a.5 Türkiye'nin Ortadoğu'daki rolü
- 11.a.6 Türkiye'nin AB üyeliği

11.b. İkna

- 11.b.1 Ekonomisi güçlü ülke Türkiye
- 11.b.2 Demokрасisi güçlü ülke Türkiye
- 11.b.3 Model ülke Türkiye
- 11.b.4 Yükselen güç Türkiye
- 11.b.5 Tarihiyle, coğrafyasıyla barışan ülke Türkiye
- 11.b.6 Araplarla orak geçmişe sahip dost ülke Türkiye
- 11.b.7 Afrikalılarla dost ülke Türkiye

11.c. Dünyada son dönem yaşananlara yönelik

- 11.c.1 Arap baharı, Arap ülkelerinin durumu ve halkların hareketi
- 11.c.2 Ortadoğu'daki yeni düzen
- 11.c.3 ABD'nin yanlış politikaları
- 11.c.4 Avrupa merkezçiliğinin/modernizminin terkedilmesi
- 11.c.5 İslam dünyasının dönüşümü ve değerlerinin güçlenmesi
- 11.c.6 Yaratılan İslamafobi

11.d. Diğer

12. Kültürel diplomasi bağlamında öne çıkan söylemler

12.a. Diyalog

- 12.a.1 Exchange programları düzenler
- 12.a.2 Kültürel işbirlikleri kurar
- 12.a.3 Sanat Etkinlikleri düzenler
- 12.a.4 Dünyada dinler arası diyalog kurulması

12.b. Projeler

- 12.b.1 Kalkınma Projeleri gerçekleştirir

- 12.b.2 İnsani yardım projeleri gerçekleştirir
- 12.c. Uluslararası medya ve yayınlar
 - 12.c.1 Uluslar arası yayınlarla halkların birbirini tanımasını sağlar
 - 12.c.2 Türk dizileri Arap dünyasında etkisi olmuştur
 - 12.c.3 Dünya TVlerinde Türkiye'yi tanıtır
 - 12.c.4 Türk TVlerinde yurtdışı kültürel faaliyetlerini anlatır
- 13. Sonuç
 - Olumlu = 1
 - Olumsuz = 2
 - Mutlu = 3
 - Hüsrân = 4
 - Umutlu = 5
 - Umutsuz = 6

KODLAMA YÖNERGESİ (NİCELİKSEL)

1. KDK faaliyetinin türü
 - Üniversite programları = 1
 - Siyasal iletişim faaliyetleri = 2
 - Medya-tanıtım çalışmaları = 3
2. Alt konu başlıklarına göre KDK faaliyetleri
 - Kamu Diplomasisi Panelleri = 1
 - Dış Politika Tanıtım Programları = 2
 - Dış Politika Çalıştayları = 3
 - Gençlik Programları = 4
 - Ülke Toplantıları = 5
 - Akil İnsanlar Konferans Serisi = 6
 - Avrupa Toplantıları = 7
 - Paneller = 8
 - İstanbul Küresel Forumu = 9
 - Gazeteci Heyetleri Programı = 10
 - Yabancı Basını Bilgilendirme = 11
 - Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri = 12
3. KDK faaliyetleri kapsamında üniversite programları
 - Kamu Diplomasisi Panelleri = 1
 - Dış Politika Tanıtım Programları = 2
 - Dış Politika Çalıştayları = 3
 - Gençlik Programları = 4
4. KDK faaliyetleri kapsamında siyasal iletişim faaliyetleri
 - Ülke Toplantıları = 1
 - Akil İnsanlar Konferans Serisi = 2
 - Avrupa Toplantıları = 3
 - Paneller = 4
 - İstanbul Küresel Forumu = 5

5. KDK faaliyetleri kapsamında medya-tanıtım çalışmaları

Gazeteci Heyetleri Programı = 1
Yabancı Basını Bilgilendirme = 2
Kültür ve Tanıtım Faaliyetleri = 3

6. Faaliyetlerin yılı

2010 = 1
2011 = 2
2012 = 3
2013 = 4

7. Yıllara göre faaliyetlerin dağılımı

7.1. 2010 yılı

Üniversite programları = 1
Siyasal iletişim faaliyetleri = 2
Medya-tanıtım çalışmaları = 3

7.2. 2011 yılı

Üniversite programları = 4
Siyasal iletişim faaliyetleri = 5
Medya-tanıtım çalışmaları = 6

7.3.2012 yılı

Üniversite programları = 7
Siyasal iletişim faaliyetleri = 8
Medya-tanıtım çalışmaları = 9

7.4. 2013 yılı

Üniversite programları = 10
Siyasal iletişim faaliyetleri = 11
Medya-tanıtım çalışmaları = 12

ÖZGEÇMİŞ

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı'ndan 1994'te mezun oldu. Kadir Has Üniversitesi İletişim Bilimleri ABD'de Yüksek Lisansını tamamladı. 10 yıl süresince Günaydın Gazetesi, Cosmetic International Magazine, Temple Health Foods, A&B Halkla İlişkiler, Son Reklam, Marmara Kaplama gibi kurumlarda çalıştı. 2005 yılından beri İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı'nda Program Başkanı ve öğretim görevlisi olarak çalışmaktadır.