

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ,
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI

KARŞILAŞTIRMALI KAMU DİPLOMASİSİ ANALİZİ:
TÜRKİYE, ABD ve JAPONYA

Yasin YAYLAR

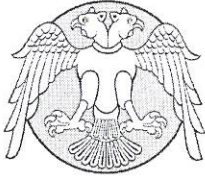
124129001009

DOKTORA TEZİ

Danışman

Dr. Öğr. Ü. Arif Behiç ÖZCAN

Konya 2020



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ



Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü
Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin

Adı Soyadı : Yasin YAYLAR

Numarası : 124129001009

Anabilim Dalı : Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı

Bilim Dalı : Uluslararası İlişkiler Bilim Dalı

Programı

☐ Tezli Yüksek Lisans

☒ Doktora

Tezin Adı : Karşılaştırmalı Kamu Diplomasisi Analizi: Türkiye, ABD ve Japonya

Bu tezin sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, Tezin içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Yasin YAYLAR

Not: Bu evrak imzalandıktan sonra taranarak tez projesinde giriş kısmının önüne konulması gerekmektedir. Etik sayfası olmayan projeler kabul edilmeyecektir.

ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR

Küresel ilişkilerde, insani ilişkilerin daha önemli hale geldiği günümüzde kamu diplomasinin Uluslararası İlişkiler disiplini açısından önem kazanması da kaçınılmaz olmuştur. İlişkiler artık sadece devlet düzeyinde değil, küreselleşme, demokratikleşme ve teknoloji sayesinde bireyler tarafından da izlenir olmuş, bu durum ise artık devletler arası ilişkilerde onların da göz önünde bulundurulması gerekliliğine ortaya çıkarmıştır. İş bu tez bu değişimi, seçilen üç ülke çerçevesinde karşılaştırmalı olarak ele alarak geleceğe ışık tutmayı amaçlamıştır.

Bu önemli konunun tez çalışması olarak ele alınmasını dolayısıyla tezin yazılmasını sağlayan danışmanım Dr. Öğr. Ü. Arif Behiç ÖZCAN'a, tez izleme komitesinde desteklerini esirgemeyen, Doç Dr. Erdem ÖZLÜK, Dr. Öğr. Ü. Mustafa Tahir DEMİRSEL, Dr. Öğr. Ü. Fazlı DOĞAN'a, düzeltmeler sırasında destek veren Dr. Öğr. Ü. Mürsel BAYRAM'a, tez yazım aşamasında çilemi çeken eşim ve çocuklarıma ve beni bugünlere getiren anne babama teşekkürü bir borç bilirim.



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin

Adı Soyadı	Yasin YAYLAR
Numarası	124129001009
Ana Bilim / Bilim Dalı	Uluslararası İlişkiler / Uluslararası İlişkiler
Programı	Tezli Yüksek Lisans ☐ Doktora ☒
Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Ü. Arif Behiç ÖZCAN
Tezin Adı	Karşılaştırmalı Kamu Diplomasisi Analizi: Türkiye, ABD ve Japonya

ÖZET

Bu çalışma, Soğuk Savaş sonrası dönemde yaygınlaşan kamu diplomasisinin devletler tarafından hangi amaç ve yöntemlerle uygulandığını analiz etmektedir. Kamu diplomasisinin anlaşılması için yumuşak gücün, yumuşak gücün anlaşılması içinse güç kavramının ele alınması gerekir.

Karşılaştırma için seçilen Türkiye, ABD ve Japonya'nın dış politikaları ilgili dönem dâhilinde incelenmiştir. Kimlik, hâkimiyet ve mütekabiliyet kavramları çerçevesinde, bu devletlerin genel dış politika yaklaşımlarının kamu diplomasisine nasıl yansıdığı araştırılmıştır. Ayrıca, karşılaştırılan devletlerin ilgili kurumlarınca yürütülen kamu diplomasisi uygulamalarının hangi bölgelerde ve ülkelerde yoğunlaştığı; özellikle mali ve teknik yardımlarda, değişim programlarında, kültürel harcamalarda ve uluslararası yayıncılık gibi konularda hangi bölge ve ülkelerin öne çıktığı sorgulanmıştır. Karşılaştırılan ülkelerin uluslararası sorunlara yönelik kamu diplomasisi uygulamaları çalışmanın ele aldığı bir diğer konudur.

Çalışmanın temel varsayımı, karşılaştırılan ülkelerin kamu diplomasisini dış politikalarıyla paralel yönettikleri yönündedir. Her üç ülke de bu uygulamalardan dönüt olarak siyasi ve ekonomik çıkar amaçlarken, Japonya'nın ekonomik amaca daha fazla önem atfettiği varsayılmaktadır. Süper güç olarak ABD tüm dünya ülkeleriyle ilgiliyken, Japonya ve Türkiye bölgesel güç pozisyonlarıyla bağlantılı olarak daha çok yakın çevrelerine odaklanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kamu Diplomasisi, Yumuşak Güç, Türkiye, ABD, Japonya



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin

Adı Soyadı	Yasin YAYLAR		
Numarası	124129001009		
Ana Bilim / Bilim Dalı	Uluslararası İlişkiler / Uluslararası İlişkiler		
Programı	Tezli Yüksek Lisans ☐	Doktora ☒	
Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Ü. Arif Behiç ÖZCAN		
Tezin İngilizce Adı	Comparative Analysis of Public Diplomacy: Turkey, USA and Japan		

SUMMARY

This thesis analyzes how Public Diplomacy, which has become widespread in the Post-Cold War period, is utilized with which aims and methods by the states. In order to understand public diplomacy, soft power must be understood and to understand soft power, the concept of power must be discussed.

The foreign policies of the countries Turkey, USA and Japan, which are chosen for comparing, have been examined for the term concerned. The changes in foreign policy of these countries and their reflection on their public diplomacy have been explained. The approach of these three countries to public diplomacy has been considered in view of identity, hegemony, and reciprocity. To prove this, in which regions and countries the public diplomacy practices of these states done via their institutions are concentrated have been searched. Which regions and countries are forefronts in financial and technical aids, exchanges, cultural spending, and international broadcasting and alike has been questioned. Another subject of the study is the wielding of public diplomacy in the international problems by these states compared.

The main assumption of the study is that compared countries manage public diplomacy in parallel with their foreign policies. While all three countries aim for political and economic interest from these practices, it is assumed that Japan attaches more importance to the economic purpose. While superpower, the US, relates to all world countries, Japan and Turkey are much more focused on the immediate environment in conjunction with regional power position.

Key Words: Public Diplomacy, Soft Power, Turkey, USA, Japan

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	iv
SUMMARY	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
KISALTMA	ix
TABLolar LİSTESİ	x
GRAFİKLER LİSTESİ	xi
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM: KAVRAMSAL ÇERÇEVE	7
1.1. Temel Kavramlar.....	7
1.1.1. Güç	7
1.1.2. Yumuşak Güç	10
1.1.3. Ulusal İtibar	16
1.1.4. Diploması Türleri	25
1.1.4.1. Kültürel Diploması	26
1.1.4.2. Dijital Diploması	28
1.1.4.3. Halk Diplomasısı	29
1.1.4.4. Diaspora Diplomasısı	31
1.1.4.5. Niş Diplomasısı	32
1.1.4.6. Çek Defteri (Checkbook) Diplomasısı	33
1.1.4.7. Gastrodiploması.....	34
1.1.4.8. Kamu Diplomasısı	34
1.1.5. Kamu Diplomasısı Kavramına İlişkin Görüşler	35
1.1.6. Kamu Diplomasısının Ortaya Çıkış Nedenleri	38
1.1.7. Kamu Diplomasısı ile Ulus Markalama Arasındaki Fark.....	42
1.1.8. Eski Kamu Diplomasısı-Yeni Kamu Diplomasısı Farkı	45
1.2. Propaganda	48
1.2.1. Kamu Diplomasısı ve Propaganda Arasındaki Farklar	49
1.2.2. Kamu Diplomasısı ve Propaganda Örnekleri	53
1.3. Kamu Diplomasısının Uygulanması.....	54
İKİNCİ BÖLÜM: TÜRKİYE’NİN KAMU DİPLOMASİSİ.....	66
2.1. Türkiye’de Kamu Diplomasısının Ortaya Çıkışı.....	66
2.2. Türkiye’nin Yumuşak Güç Unsurları	74
2.2.1. Turizm	77

2.2.2. Türk Dizileri	77
2.2.3. Sivil Toplum Kuruluşları.....	79
2.3. Dış Yardımlar	81
2.4. Kamu Diplomasisi Kurumları	86
2.4.1. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü (KDK)	86
2.4.2. Türkiye İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA).....	87
2.4.3. Yunus Emre Enstitüsü (YEE).....	90
2.4.4. Mevlâna Değişim Programı.....	91
2.4.5. Türk Kızılayı	93
2.4.6. Türkiye Radyo ve Televizyonu (TRT).....	94
2.5. Uluslararası Sorunlarda Kamu Diplomasisi Uygulaması	96
2.6. Değerlendirme	98
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: ABD’NİN KAMU DİPLOMASİSİ	103
3.1. ABD’de Kamu Diplomasisinin Ortaya Çıkışı	103
3.1.1. Kamu Diplomasisinde Soğuk Savaş ve Sonrası Ayrımı.....	104
3.1.2. George W. Bush Dönemi Kamu Diplomasisi	107
3.1.3. Barack Obama Dönemi Kamu Diplomasisi	112
3.1.4. Donald Trump Dönemi Kamu Diplomasisi.....	114
3.2. ABD’nin Yumuşak Güç Unsurları	116
3.2.1. Hollywood	119
3.2.2. Markalar	121
3.2.3. Sivil Toplum Kuruluşları.....	121
3.3. Kamu Diplomasisi Kurumları	123
3.3.1. Kamu Diplomasisi Müsteşarlığı (Undersecretary for Public Diplomacy).....	127
3.3.2. Değişim Programları	130
3.3.3. Uluslararası Yayıncılık.....	132
3.3.4. USAID.....	138
3.3.5. Peace Corps	141
3.4. Uluslararası Sorunlarda Kamu Diplomasisi Uygulaması.....	142
3.5. Değerlendirme	145
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: JAPONYA’NIN KAMU DİPLOMASİSİ	148
4.1. Japon Dış Politikası	148
4.1.1. Japonya’da Kamu Diplomasisinin Ortaya Çıkışı	152
4.2. Japonya’nın Yumuşak Güç Unsurları	154

4.2.1. Japon Markaları	156
4.2.2. Anime ve Manga	159
4.2.3. Dış Yardımlar	160
4.3. Kamu Diplomasisi Kurumları	162
4.3.1. Dışışleri Bakanlığı (MOFA).....	163
4.3.2. Japan Foundation.....	165
4.3.3. JICA.....	166
4.3.4. NHK	168
4.4. Uluslararası Sorunlarda Kamu Diplomasisi Uygulaması.....	170
4.5. Değerlendirme	172
SONUÇ	175
KAYNAKÇA.....	183

KISALTMA

IVLP	Uluslararası Misafir Liderlik Programı
JETRO	Japon Dış Ticaret Örgütü
JICA	Japonya Uluslararası İşbirliği Ajansı
KDK	Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğünün
MEXT	Japon Eğitim, Kültür, Spor, Bilim ve Teknoloji Bakanlığı
MOFA	Japon Dışişleri Bakanlığı
NHK	Japon Yayıncılık Şirketi
ODA	Resmi Kalkınma Yardımları
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
TİKA	Türkiye İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı
UCM	Uluslararası Ceza Mahkemesi
USAID	Birleşik Devletler Uluslararası Kalkınma Ajansı
USIA	Birleşik Devletler Enformasyon Ajansı
VOA	Amerika'nın Sesi
YEE	Yunus Emre Enstitüsü

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Nye’a Göre Güç Türleri (sayfa 11)

Tablo 2: İtibar Yönetimi Uzmanlık Alanları (sayfa 23)

Tablo 3: Kamu Diplomasisi ve Ulus Markalama Arasındaki Farklar (sayfa 44)

Tablo 4: Eski Kamu Diplomasisi ve Yeni Kamu Diplomasisi Arasındaki Farklar (sayfa 47)

Tablo 5: Kamu Diplomasisi ve Propaganda Arasındaki Farklar (sayfa 51)

Tablo 6: Cull’un Kamu Diplomasisi Uygulamalarını Sınıflandırması (sayfa 59)

Tablo 7: Uluslararası Sorunlarda Kamu Diplomasisi Uygulama Şekli (sayfa 64)

Tablo 8: Karşılaştırılan Ülkelerin Yumuşak Güç Sıralamaları (sayfa 75)

Tablo 9: Google Trends Arama Terimleri (sayfa 76)

Tablo 10: İnsani Yardım (sayfa 84)

Tablo 11: Türkiye’de Seçili Twitter Hesaplarında Etkinlik Durumu (sayfa 95)

Tablo 12: ABD Başkanlarına Duyulan Güven 2001-2018 (sayfa 112)

Tablo 13: ABD’de Seçili Twitter Hesaplarında Etkinlik Durumu (sayfa 137)

Tablo 14: Japonya’da Seçili Twitter Hesaplarında Etkinlik Durumu (sayfa 170)

Tablo 15: Karşılaştırılan Ülkelerin Genel Kamu Diplomasisi Kıyası (sayfa 176)

Tablo 16: Karşılaştırılan Ülkelerin Kamu Diplomasisi Kurumları (sayfa 179)

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Manheim Görünürlük Diyagramı (sayfa 17)

Grafik 2: Golan'ın Bütüncül Kamu Diplomasisi Modeli (sayfa 55)

Grafik 3: Ülkelerin Uyguladığı Kamu Diplomasisi Faaliyetleri Dağılımı (sayfa 61)

Grafik 4: Son On Yıl STK Yardımları (sayfa 80)

Grafik 5: Son On Yıl Milli Gelire Göre Resmi Yardım (sayfa 84)

Grafik 6: Türkiye'de ABD Popülerliği (sayfa 110)

Grafik 7: Japonya'da ABD Popülerliği (sayfa 110)

Grafik 8: Başlıca AB Ülkeleri Arasında ABD Başkanlarına Duyulan Güven (sayfa 113)

Grafik 9: ABD Kamu Diplomasisi Bütçesi (sayfa 129)

Grafik 10: USAID'in Yıllara Göre Bütçesi (sayfa 139)

Grafik 11: USAID Kapsamında Kullanılan Bütçenin Coğrafi Dağılımı (sayfa 139)

Grafik 12: ABD'de Japonya Kaynaklı Lobicilik Harcamaları (sayfa 157)

Grafik 13: JICA Son 10 Yıl Toplam Harcama (sayfa 166)

Grafik 14: 2018 JICA Harcamaları Dağılımı (sayfa 167)

GİRİŞ

Hükümetler üstünde kamuoyu denetiminin artması, uluslararası ilişkilerde kamuoyu faktörünün önemini artırmıştır. Ayrıca aktörler arasında iş birliği imkânlarının artması, sert gücü yegâne seçenek olmaktan çıkarmıştır. Küreselleşmeyle birlikte artık dünya küçük bir köy haline dönüşmüş, iletişim olanakları sayesinde uluslararası ilişkilere ve işleyişine dâhil olan birey/aktör sayısı artmıştır. Bu durum ise artık tüm bu birey/aktörlerin uluslararası ilişkilerde göz önünde bulundurulmasını gerektirir olmuştur. Aktörler artık sadece askeri ve ekonomik gücüyle (hard power) değil, uluslararası itibar, kültürel cazibe ve yumuşak güç (soft power) gibi faktörleri de hedeflerine ulaşmada kullanır hale gelmişlerdir. Çalışmanın konusu olan kamu diplomasisi kavramı ise yumuşak güç araçlarından en önemlisidir. Kamu diplomasisi, geleneksel diplomasinin daha ötesinde karşı kamuoyunun etkilenmesi ve kültürler arası etkileşimdir. Kavram her ne kadar yeni olsa da yıllardır devletler tarafından dış politika icrasında kullanılagelmiştir. Kamu diplomasisi kavramı, Uluslararası İlişkiler disiplininde her geçen gün daha çok yer bulmaktadır. Ekonomik gücü yeten yeryüzündeki her devlet kamu diplomasisi yapıyorken Türkiye, ABD ve Japonya'nın kıyaslamaya seçilmiş olması tezin sorunsalı olan “devletler niye kamu diplomasisi yapıyor?”a en iyi örnek teşkil etmesinden dolayıdır.

Tezin konusu “Karşılaştırmalı Kamu Diplomasisi Analizi: Türkiye, ABD ve Japonya” olarak belirlenmiştir. İncelenen kavram gibi, karşılaştırmalı çalışmalar da sosyal bilimlerde öne çıkmaya başlamıştır. Karşılaştırılan ülkelerin seçiminde farklı coğrafyaların ve kültürlerin temsili yanında kıyaslama açısından belirgin örnek olması göz önünde bulundurulmuştur. Ayrıca bu ülkelerin kamu diplomasisi uygulamalarında etkin olan yapılar açısından farklılıkları nedeniyle seçilmiştir. Türkiye kamu diplomasisinde etkili olan kurum devletken, ABD’de karma bir sistem görülmektedir. Japonya ise otonom bir işleyiş sergilemektedir. Bir diğer yönüyle Türkiye kendi ülkemiz olması sebebiyle, ABD süper güç olması ve kamu diplomasisini en etkin biçimde kullanması nedeniyle seçilirken, Japonya ise kamu diplomasisini kullanma amacındaki farklılığı nedenleriyle seçilmiştir. Bu tercih, seçilen örneklerden başka spesifik örnek bulunmadığı anlamına gelmemektedir. Bu bağlamda mevcut çalışmada temel olarak aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır:

1. Devletler hangi amaçla ve nasıl kamu diplomasisi uyguluyorlar?
2. İncelenen devletlerin kamu diplomasisi uygulamalarında/ yaklaşımlarında amaç ve yöntem bakımından benzerlik ve farklılıklar nelerdir?

Seçilen lkeler için sorulan benzer bazı sorular, devletler niye ve nasıl kamu diplomasisi yapmaktadır? Bunu yaparken ne tür yöntemler ve araçlar kullanmaktadırlar? Birbirlerinden ayrılan yönleri nelerdir? Bunun için karşılaştırlan ülkelerin kamu diplomasisi uygulayan kurumları ele alınmış, hangi araçlarla kamu diplomasisi uygulaması yaptıkları, bu uygulamaları hangi bölge ya da topluluklara yoğunlaştırdıkları araştırılmıştır. En basit örneğiyle Japonya en çok mali yardımı hangi ülkeye yapmaktadır ve niye? Veyahut, Türkiye niye ta Somali'ye el uzatmaktadır? Bundan ne çıkar ummaktadır? ABD neden hiç kimsenin duymadığı yabancı dillerde yayın yapmaktadır? Bu soruları karşılaştırmaya konu ülkelerin dış politika yaklaşımlarına, kamu diplomasisi kurumlarına, harcamalarına, odak noktalarına sorarak analiz için gereken cevaplar arandı. Diğer bir deyişle, yükselişte olan kamu diplomasisi kavramının farklı kültürel özelliklere sahip ülkelerin dış politikalarında uygulanış amacını, şeklini, araçlarını ve etkinliğini ortaya koymak amaçlandı. Çalışmada aşağıda yer alan hipotezler sorgulanacaktır:

- Demokrasinin yayılmasıyla birlikte ülkeler propaganda yerine kamu diplomasisi araçlarını tercih eder olmuşlardır.
- lkeler siyasi ve ekonomik çıkar, ulusal itibar ve uluslararası görünürlük amaçıyla kamu diplomasisi yaparlar.
- Türkiye ve Japonya bölgesel güçler olarak yakın çevrelerinde kamu diplomasisi uyguladılar.
- ABD küresel bir g olarak, küresel çapta kamu diplomasisi uyguladılar.

Her ne kadar kavrama ilgi artmış olsa da konuyla ilgili Türkçe yayın sayısı halen sınırlıdır. Türkiye perspektifinde konunun ele alınışı, literatüre ayrıca katkı sağlayacaktır. Diğer taraftan karşılaştırmalı çalışmalar dünya genelinde yeterli seviyede değildir. Özellikle devletlerin kamu diplomasisi uygulamaya yönelik amaçlarının karşılaştırlması ve karşılaştırmaya Türkiye'nin dâhil edilmesi literatürde önemli bir boşluğu dolduracaktır.

Konuyla ilgili yazılmış önceki eserlerin geneli Amerika Birleşik Devletleri kaynaklı ve doğal olarak kamu diplomasisinin Amerikan dış politikasındaki kullanımı ile alakalıdır: (Battles to Bridges, U.S. Strategic Communication and Public Diplomacy after 9-11, R. S. Zaharna; American Public Diplomacy, Bruce Gregory; US Public Diplomacy, Foad Izadi...vb). Diğer bir kısmı ise kamu diplomasisinin din ve kültür perspektifinde incelenmesi şeklinde (Culture and Propaganda The Progressive Origins of American Public Diplomacy 1936-1953, Sarah Ellen Graham; Religion and Public Diplomacy, Philip Seib... vb). Bunların

dışındaki pek çok çalışmaysa sosyal bilimlerin alt bilim dalları olan Halkla İlişkiler ya da İletişim gibi alanlara aittir (Yerlerin Markalaşması, Simon Anholt; Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler, Gaye Aslı Sancar... vb). Her ne kadar diğer disiplinler tarafından kavramın Uluslararası İlişkiler disiplinince sahiplenilmeye çalışıldığı iddia edilse de kavramlara getirilen yaklaşım farklılık arz etmektedir.

Ülkemizde konu ile ilgili yapılan çalışmalar ele alındığında kamu diplomasinin ne olduğu, nasıl yapıldığı ve dış politikaya etkileri gibi konular irdelenmiştir. Karadağ (2012) tezinde kamu diplomasisi uygulamalarının karar verme süreci üzerindeki etkisi ele alırken, Ekşi (2014) Türkiye’de kamu diplomasisinin ortaya çıkışı, kurumsal inşa süreci ve uygulanışı konularını, Sancak (2019) ise Padişah II. Abdülhamit dönemi kamu diplomasisi uygulamalarını incelemiştir. Bu çalışmada asıl dikkat çekilmek istenen husus kamu diplomasisi uygulamalarının ardında yatan saiklerdir. Pek çok ülke kamu diplomasisi uygulamakla birlikte, bu çalışmada bunu hangi amaçla yaptıkları, uygulama sırasında ağırlıklı olarak hangi araçları tercih ettikleri, hangi bölgeleri hedefledikleri ve nasıl bir sonuç elde etmeyi umdukları üzerinde durulacaktır. Karşılaştırmalı analiz yöntemi her ne kadar Sevin (2017) gibi araştırmacılar tarafından daha önceden kullanılmış olsa da bu çalışmadan kamu diplomasisinin uygulanış amacı açısından farklılık gösterir. Sevin, ülkelerin seçili kamu diplomasisi uygulamaları üzerinden bir karşılaştırmaya giderken, bu çalışmada karşılaştırılan amaçlar ve hedefler olmuştur.

Bunlardan başka konuyla ilgili Türkçe eserler arasında Uluslararası İlişkiler disiplini dâhilinde olanlar şunlardır: Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi, Mehmet Şahin- Senem Çevik ve Meltem Ünal Erzen’in Kamu Diplomasisi adlı eserleridir.

Çalışmada literatür olarak yer verilen kaynakların özgünlüğüne ve yazarların telif haklarına dikkat edilerek, çalışma yönteminde bilimsel ilkelere riayet edilmiştir. Konu başlığında da yer aldığı üzere karşılaştırma yöntemiyle karşılaştırılan ülkelerin kamu diplomasi uygulamaları, harcamaları, yöntemleri ve kazanımları kıyaslanacaktır. Vaka incelemesi yönteminde her ülke için seçilmiş spesifik olaylar üzerinden devletlerin kamu diplomasisi uygulaması irdelenecektir. Özellikle Coombs’un Jangyul R. Kim tarafından 2015 yılında uygulanan ve İşletme alanında kullanılan sorun yönetimi (issues management) metodunun, kamu diplomasisi alanında uygulanışına yer verilecektir (Kim, 2015: 111). Türkiye için Barış Pınarı Harekâtı, ABD için Ebu Gureyb Hapishanesi olayı, Japonya içinse Esir Hayat Kadınları-EHK (Comfort Women) karşılaştırmaya konu olacaktır. Üç ülkenin

uluslararası sorun olarak karşılırlına çıkan bu konularda nasıl bir tavır takındıkları, çözümü için nasıl bir kamu diplomasisi uyguladıkları ele alınacaktır.

Çalışmada sosyal medya araştırması yöntemine de yer verilmiştir. Burada uluslararası aktörler tarafından artık aktif bir şekilde kullanılan twitter'ın, kamu diplomasisinde kullanımı ve etkinliği ele alınacaktır. Özellikle kamu diplomasisi alanına konu olan ülke liderlerinin, Dışışleri Bakanlıklarının ve uluslararası yayıncılık kuruluşlarının sosyal medyadaki durumları karşılaştırılacaktır. Bunun için birer aylık dönemler içinde twitter hesaplarının hareketliliği, konu seçimi gibi kriterler incelenecektir.

Araştırmanın kapsamı başlıkta da dile getirildiği üzere Türkiye, ABD ve Japonya'dır. Üç ülkenin kamu diplomasisi uygulama süreçlerinde izledikleri politikalar ve bu politikalardan umdukları çıktılar karşılaştırılacaktır. Amaç sadece bu ülkelerin hangi araçları ya da yöntemleri kullandıklarını ortaya çıkarmak değil, kamu diplomasisi uygulamalarının altında yatan gerçek niyetleri ortaya koymak, bu uygulamalara yönelik hedef kitle seçimlerine dikkat çekmektir. Çalışma kapsamında önemine binaen sayılanların haricinde bazı devletlerin sıra dışı ve önemli kamu diplomasisi uygulamalarına da yer verilecektir. Ele alınan zaman dilimi 21. yüzyıl olarak sınırlanmıştır. Nitekim kamu diplomasiinin adı konularak en etkin kullanıldığı zaman da budur.

Çalışmanın en büyük sınırlılığı sosyal bilimlere has gözlem ve yoruma dair kısıtlardır. Özellikle kamu diplomasisi uygulamalarının verimliliğinin değerlendirilmesinde yaşanan sorunlar, nesnel veriler üzerinden kıyaslama yapılmasını zorlaştırmıştır. Bundan başka ele alınan ülkelerden Japonya ile ilgili kısım çalışmanın bir diğer kısıtlılığıdır. Japonya'da konuyla ilgili ele alınan araştırmaların Japonca olması dil sorununa neden olurken, Japon kültürüne ait devlete ait işleyişin yabancı halkalara açılmaması anlayışı, kamu diplomasisi kurumlarına yönelik şeffaf ve eleştirel yaklaşımın geliştirilememesine neden olmuştur. Bu nedenle konuyla ilgili kaynak taramaları büyük ölçüde yabancı yazarlar tarafından yazılan İngilizce kaynaklar üzerinden yapılmak durumunda kalmıştır. Çalışma için kapsamlı bir literatür taraması yapılarak konunun derinlemesine irdelenmesi sağlanmıştır. Bu verilerin yorumlanmasında ise tümevarım metodu kullanılacaktır. Yine verilerin eleştirilmesinde bilimsel kriterler ve özgünlük göz önünde bulundurulacaktır.

Çalışmanın varsayımı karşılaştırılan ülkelerin kamu diplomasisini dış politikalarıyla paralel yönettikleri yönündedir. Her üç ülke de bu uygulamalardan dönüt olarak siyasi ve ekonomik çıkar amaçlarken, Japonya'nın ekonomik amaca daha fazla önem atfettiği

varsayılmaktadır. Süper güç olarak ABD'nin tüm dünya ülkeleriyle ilgilenmesi, Japonya ve Türkiye'nin ise bölgesel güç konumları ile paralel olarak yakın çevrelerine odaklanmaları beklenir.

Çalışma, dört bölümden oluşmaktadır. Kavramsal ve teorik çerçevenin ele alındığı birinci bölümde yumuşak güç, ulusal çıkar, ulus markalama, algı yönetimi ve diplomasi ve diplomasi türleri gibi kavramlar ele alınacaktır. Teorilerin gücü ele alış şekli güç, etki ve kapasite farkı burada irdelenmiştir. Yine eski ve yeni kamu diplomasisi arasındaki farklar bu bölüm kapsamındadır. Ayrıca kamu diplomasisi ve propaganda tartışması bu bölümde yer almaktadır. Uluslararası İlişkiler teorilerinin kamu diplomasisine bakışı da bölümün kapsamındadır.

İkinci bölümde Türkiye ve kamu diplomasisi ele alınacaktır. Öncelikle Türk dış politikası ele alınarak tarihi seyrindeki değişimi gösterilecektir. Ardından Türkiye'de kamu diplomasisinin ortaya çıkışı tarihsel örneklerle verilecektir. Sonrasında turizm, Türk Dizileri, STK'lar gibi yumuşak güç unsurları incelenecektir. Türkiye'nin kamu diplomasisinden sorumlu olan Başbakanlığa bağlı Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü ve TİKA, TRT, YEE ve Kızılay gibi diğer kuruluşlar burada incelenecektir. Kurumların ne gibi çalışmalar yaptıkları, bütçeleri özellikle hangi bölge ve ülkelere yoğunlaştıkları araştırılacaktır. Vaka incelemesi kısmında Barış Pınarı Harekâtı ele alınarak Türkiye'nin soruna yaklaşımı kamu diplomasisi açısından ele alınacaktır. Her bölüm sonunda olacağı gibi o ülkede verilen kamu diplomasisi eğitimi, kamu diplomasisi uygulamalarının verimliliği diğer ülkeler için de bölüm sonlarında kıyaslanacaktır.

Üçüncü bölümde ABD ve kamu diplomasisi ele alınacaktır. ABD'de propaganda anlayışının dönüşümü ve kamu diplomasisinin ortaya çıkışı tarihsel olaylarıyla gösterilecektir. Amerikan dış politikası ve dönüm noktaları olan Soğuk Savaşın bitimi ve 11 Eylül olayları ve bunların kamu diplomasisine etkisi burada incelenecektir. Başkanlardan George Bush, Barack Obama ve Donald Trump dönemleri kamu diplomasisi yaklaşımları ve uygulamaları ayrı başlıklar halinde verilecektir. ABD yumuşak gücünü oluşturan müziği, markaları, Hollywood ve STK'ları ayrı başlıklar halinde ele alınacaktır. ABD'nin kamu diplomasisinden sorumlu olan USIA, onun yerine kurulan ve dışişlerine bağlı olan Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs, Amerikan kültürünü dünyaya yaymada önemli bir yer olan Peace Corps, Fulbright ve IVLP gibi değişim programları ile yayın organı Voice of America (VOA) incelenecektir. Vaka incelemesi kısmında Ebu Gureyb Hapishanesi olayı sorununa

ABD'nin yaklaşımı kamu diplomasisi açısından ele alınacaktır. ABD'de kamu diplomasisi araştırmalarına katkı sağlayan yayınlar, araştırma kuruluşları ve enstitüler yanında bu alanda eğitim veren üniversitelere değinilecektir.

Dördüncü bölümde Japonya ve kamu diplomasisi ele alınacaktır. Japonya'nın dünyaya açılması ve Batılı bir devlet olmasıyla başlayan bu serüven, büyük zorluklar yaşadığı İkinci Dünya Savaşı ve sonrasında gelişen olaylarla birlikte incelenecektir. Bu olayların Japon dış politikasına etkisi dolayısıyla Japon kamu diplomasisine etkisi bu bölümün kapsamındadır. Savaş sonrası Japonya'sının büyük bir endüstri gücüne dönüşmesi ve bunun sağladığı ekonomik kaldıraçlar sayesinde dış politikada çek defteri diplomasisini etkin bir şekilde kullanmaya başlaması gösterilecektir. Japon kamu diplomasisinde büyük bir değişime neden olan PKO Yasası ve 11 Eylül sonrası Japonya'nın dünya siyasetinde değişen konumu irdelenecektir. Japonya'nın yumuşak güç unsurlarını oluşturan markaları, anime ve mangalar, J-Pop ve dış yardımlar bölümün diğer konularıdır. Kamu diplomasisinin uygulayıcısı olan kurumlardan Japon Dışişleri Bakanlığı- MOFA, JICA, Japan Foundation ve NHK ayrı başlıklar halinde ele alınacaktır. Bu kurumların yaptıkları faaliyetler ve harcamalar bölgelere ve ülkelere göre gösterdiği yoğunluk açısından irdelenecektir. Vaka incelemesi kısmında Esir Hayat Kadınları olayı sorununa Japonya'nın yaklaşımı kamu diplomasisi açısından ele alınacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İnsanlar fikirlerini kelimeler üzerinden kurgular. Kelime hazinesi zengin insanların zeki olmak haricinde kendilerini sözlü ya da yazılı daha iyi ifade ettiği bilinmektedir. Bu çerçevede düşünüldüğünde bir kısım kavramların başlangıçta ele alınması, konunun daha iyi ifade edilmesini sağlayacaktır. Çalışma boyunca kullanılacak olan bu kavramların, farklı düşünürler tarafından ele alınış şekli, okuyucu tarafından bilinsin veya bilinmesin daha geniş bir açıyla konunun değerlendirilmesine imkân sunacaktır. Çalışmanın can damarı olan kamu diplomasisi terimini anlamak için yumuşak güce ele almak elzemdir. Yumuşak güç kavramını ise güç kavramını açıklamadan anlamak mümkün değildir. Terimdeki “diplomasi” kavramını hem diplomasi kavramını hem de çalışma dâhilinde kullanılacak olan diğer diplomasi türlerini belirten kavramları incelemekten geçmek mümkün değildir.

1.1. Temel Kavramlar

1.1.1. Güç

Gilpin’in (1999: 13) ifadesiyle gücün tanımı Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi açısından hâlâ en sorunlu konulardan birisidir. En temel anlamıyla güç “fizik, düşünce ahlak yönünden bir etki yapabilme veya bir etkiye direnebilme yeteneği” (TDK, C. I, 1988: 579), Uluslararası İlişkiler disiplini terminolojisi çerçevesinde ele alındığında ise “bir aktörün, bir başka aktörün davranışlarını değiştirebilme yeteneği” (Holsti, 2004: 82) anlamına gelmektedir. Uluslararası ilişkiler teorilerinin her biri gücü farklı bir perspektifte ele almıştır. En başta ise güç kavramını teorisinin merkezine oturtan realizmden bahsedilmelidir. Uluslararası İlişkiler disiplinin realist kuramcıları Makyavelli’yi sıklıkla referans gösterirler. Her ne kadar eserinde erdemden bahsetse de Makyavelli için esas olan yöneticinin egemenliğini korumasıdır. Bunun için de iyi bir prens olmak adına, saydığı erdemler bazen askıya alınabilir. Erdem (virtue) gibi Hristiyanlığa ait dini terimler kullanması onun dini referans aldığını göstermez. Nitekim dini ya da ahlaki bağlardan arî, salt gücün elde edilmesini amaçlar. Diğer bir ifadeyle egemen olmak için her şey mubahtır. Tam da realist kuramcıların vurguladığı gibi, egemenliği sağlamanın temel dinamiği güçtür (Makyavelli, 2004: 118, 132).

İnsanı rasyonel kabul eden Hobbes, güvenli ve müreffeh bir ortamda yaşamak için insanların karşılıklı olarak bir sözleşme yaptıklarını ve kendilerinden büyük bir yapıya kendilerini yönetme hakkını verdiklerini belirtir. İnsanlar için korkulacak ortak güç olarak ise

egemen devleti gösterir. Bunu da başyapıtına isim olarak verdiği *Leviathan* olarak adlandırır (Hobbes, 1996: 84).

Çağdaş dönem realist düşünürlerden Morgenthau meşhur eseri *Politics Among Nations*'da güç kavramını detaylı olarak ele almıştır. Gücün merkezde yer aldığı bu prensiplere göre realizmin altı temel ilkesinden çıkarılabilecekler: Uluslararası politika denen geniş alanda siyasal realizme yolunu bulmakta yardım eden en önemli şey “güç” terimi ile ifade edilen çıkar tanımıdır. Uluslararası politikayı kavrayıp anlamaya çalışan akıl ile anlaşılması gereken gerçekler arasındaki bağlantıyı bu kavram sağlamaktadır. Realizm en temel kavramı olan güç şeklinde tanımlanan çıkar kavramını hiç değişmeyen ve sabit bir anlam içinde hapsedme niyetinde değildir. Çıkar fikri gerçekten de politikanın özüdür ve zaman ve yere bağlı değildir; onlardan etkilenmez. Evrensel ahlak kuralları muğlâk kaldığı için göz önünde bulundurulmaz. Şartlar ve zaman daha önemlidir. Devletin bekası, her ahlak kuralından üstündür. Bu yüzden iyilik, eylemlerin amaçlarına göre değil, sonuçlarına göre değerlendirilir. Evrensel ahlak değerleri müstakil milletlerin ahlak değerlerinden farklıdır (Morgenthau, 1956: 7-13).

1970’li yıllarda teori tartışmalara çeşitlenmiş dolayısıyla güç kavramına yüklenen anlam da değişime uğramıştır. Bu dönem, idealizm ve realizmin türevlerinin dönemin koşullarında yeniden yorumlandığı bir tartışma ortamı yaratmıştır (Özlük, 2009: 252). Diğer yaklaşımlar da analizlerinde güce merkezi bir yer vermekte, ancak tanımlarında kaba kuvvet yerine fikirlere ve kültürel ya da kurumsal bağlamlara yaptıkları vurgu nedeniyle realizmden farklılaşmaktadır (Özdemir, 2008: 114). Mesela realizmin karşısında yer alan idealizme (liberalizm) göre uluslararası ilişkiler sadece güç ve rekabet konularından ibaret değildir. Birinci Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan yaklaşıma göre güç kullanımı, savaşımlara neden olmaktadır. Böylesine büyük yıkımlara engel olmanın yolu ise diplomasi kanallarının açık tutulmasına, uluslararası hukuka riayet edilmesine ve uluslararası örgütlerin işlerliğine bağlıdır (Eralp, 2009: 60). Diğer bir ifadeyle gücün dizginlenmesine bağlıdır. Öte yandan idealizm her ne kadar güç kavramını merkeze almasa da varlığını da inkâr etmez. Ona göre güç salt kaba (askeri) güce değil aynı zamanda ekonomik güce de dayanır. Davranış değişikliğinin tek yolu tehditten değil, aynı zamanda iş birliğinden geçer. Bu açıdan bakıldığında uluslararası örgütler önemli yer tutar.

Neorealizm ya da Yapısal Realizm, uluslararası ilişkileri belirleyen en önemli etkenin uluslararası sistemin yapısı olduğu kabulünden hareketle devletlerin dış politikasını ve

birbiriyle ilişkilerini inceler (Ersoy, 2014: 172). Bu çerçevede düşünüldüğünde devletlerin elinde bulundurduğu güçten ziyade, bu gücü kullanmadaki serbestisini temel alır. Bir diğer ifadeyle asıl güç, kullanılabilen güçtür. Neoliberaler de benzer bir yaklaşımla gücü sistemde bulunan diğer aktörler de göz önünde bulundurarak değerlendirme yoluna gitmişlerdir. Keohane ve Nye'in (2012: 7) ortaya attığı karşılıklı bağımlılık kavramına göre sistemdeki tüm aktörler birbirleriyle etkileşim içindedir. Buna göre, karşılıklı bağımlılık hususunda daha az kırılgan olan, aynı zamanda sistemde daha güçlü olan aktördür (Keohane ve Nye:192). Bir diğer ifadeyle neoliberal yaklaşımda güç, başkalarının izlediği politikaların yarattığı maliyetlerden değişen davranışlar yoluyla kurtularak kendi istediklerini yapabilmektir. Politika değişikliği yoluyla kendine dayatılan durumlardan sıyrılabilen aktörlerin bu anlamda güçlü oldukları söylenebilir (Özdemir, 2008: 133). Diğer yandan neoliberalizmde güç, salt olarak askeri güç anlamına gelmemektedir. Çünkü neoliberalizmde ekonomi, sosyal ve kültürel zenginlikler, eğitim ve teknoloji de güç kavramına dâhildirler (Serdar, 2015: 21). Bu çalışmanın temellerini oluşturan yumuşak güç kavramını bu ifade tanımlamaktadır.

Konstrüktivist (inşacı) yaklaşıma göre güç, sosyal yapı içinde anlam kazanmaktadır. Ünlü makalesi "Anarchy is What States Make of it" isimli makalesinde Alexander Wendt (1992: 397), ABD'nin askeri gücünün komşuları Kanada için başka Küba için başka anlama geldiğini belirtmesi buna en iyi örnektir. Gücün aktör tarafından algılanış şekli ona verilen anlama doğrudan etki etmektedir. Konstrüktivist düşünürler uluslararası sistemi sosyal bir alan olarak ele almışlar ve aktörler arası ilişkileri buna göre değerlendirmişlerdir. Kısacası konstrüktivizmde güç kavramı norm, fikir, kimlik, kültür, ideoloji, sosyal inşa ve öznel arası etkileşim olarak kavramsallaştırılmıştır (Ekşi, 2014: 33).

Feministlere göre güç, kaba kuvvetin devreye sokulmasından başka cinsel ve milli kimliklerimizi şekillendiren yaratıcı toplumsal etkenlerden müteşekkil karmaşık bir olgudur. Tickner, Morgenthau'nun güç siyasetinin altı ilkesini inceleyerek realist güç kavramının eril normlara dayandığını göstermektedir. Bu güç tanımı insan ilişkilerini ve karşılıklı sevgi bağlarını görünmez kılan, özellikle belli bir cinsiyete has aktörlük nosyonuna dayanmaktadır (Enloe'dan aktaran True, 2014: 335).

İngiliz Okulu temsilcileri ise gücün elde edilmesinde ziyade kullanılması konusunu tartışmışlardır. Headley Bull, uluslararası hukuksal yapının yarattığı normlar, kurallar ve kurumlar aracılığıyla gücün kullanımının sınırlanabileceğini ve uluslararası ilişkilerin bu

normlar, kurallar ve kurumlar aracılığıyla idare edilebileceğini iddia eder (Palabıyık, 2014: 242). Zira en nihayetinde amaçlanan uluslararası toplumun barışıdır.

Gücün tanımından başka ölçülmesi ve kıyaslanması bir diğer sorundur. Güçlü devlet ve zayıf devlet neye göre belirlenir? Gücsüz devlet kavramı hangi kriterlerdeki devletleri kapsar?

Özetle gücün tanımı da aktörün tanımı da değişmiştir. Güç deyince artık sadece askeri güç anlaşılmadığı gibi aktör deyince de sadece ulus devletler akla gelmemektedir. Dahası gücün tekil ve bütüncül bir kavram olarak mı yoksa ayrı ayrı bileşen kabiliyetleri dâhilinde mi ele alınması gerektiğine dair, düşünürler arasında neredeyse hiç mutabakat yoktur. Belki de en doğrusu askeri ve ekonomik kapasiteyi ifade eden “sert güç” ve ilerleyen sayfalarda detaylandırılacağı üzere “yumuşak güç” kavramı şeklinde sınıflandırmaktır (Viotti-Kauppi, 2013: 211).

1.1.2. Yumuşak Güç

Kamu diplomasisi ele alınacaksa, yumuşak güçten bahsetmek kaçınılmazdır. Hayden (2012: 287), kamu diplomasisi çalışmalarını bir anlamda yumuşak güç çalışması olarak görür. Kavramın isim babası olan Joseph Nye, yumuşak gücü “istediğini dolaylı yoldan yaptırmanın bir diğer adı, gücün diğer yüzü” olarak tanımlamıştır. Yumuşak güç kavramını ilk ortaya atan kişi olan Nye’a göre bir ülkenin yumuşak gücü, üç temel kaynağa dayanır: kültürü (diğer ülkelere göre çekici olması), politik değerleri (yurt içinde ve dışında bu değerlere göre yaşayıp yaşamadığı) ve dış politikasıdır (meşru ve ahlaki politikalar izleyip izlemediği) (Nye, 2004: 11). Bazen bir ülke, dünya siyasetinde istediklerini diğer ülkelerin kendine imrenmesi, kendini örnek alması ve kendi refah seviyesini hedeflemesi nedeniyle kolayca yaptırır. Bu yönüyle askeri güç veya ekonomik yaptırım uygulayarak değişim sağlamak yerine, cezp etme ve gündem yaratma gibi yönetmeler kullanılarak onlarla iş birliği yoluna gider ve isteklerini kabul ettirir (Nye, 2004: 5). Keohane ile birlikte Uluslararası İlişkiler disiplinde neoliberalizmin kurucusu olan Nye’in bu kavramını Christopher Layne “Yumuşak Gücün Dayanılmaz Hafifliği” makalesinde eleştirir. Layne, bunu liberal uluslararası politikacıların cafcıflı bir tabiri olarak nitelendirerek liberalizm, idealizm ve Wilsonculuk ile bağdaştırmıştır (Layne, 2010: 73). Yazarın bu eleştirisine Nye yine aynı kitapta ilerleyen sayfalarda yanıt vermiştir. Burada Nye, Layne’in iddialarının aksine yumuşak gücü bir teori veya liberalizme ya da kurumsal teoriye dayanak olarak göstermediğini belirtir. Dahası geliştirdiği bu kavramın hem realist hem liberal hem de inşacı perspektiflere uyduğunu ileri sürer. Nye’a göre ancak uç noktadaki realistler bu kavramı göz ardı eder, geleneksel realistler değil (Nye,

2010: 219). Nye’in bu iddiasını destekleyecek bir dipnot vermek gerekirse Morgenthau yıllar öncesinde güç kavramı içinde aslında sert güce ait olmayan kimi değerleri de adını koymadan dile getirmiştir. Morgenthau “Bir ulusun gücü sadece diplomatik yetkinliğine ve silahlı güçlerine değil aynı zamanda siyasi duruşu, siyasi kurumları ve politikaları ile diğer uluslar üzerinde sağladığı cazibeye dayanır” demektedir (Morgenthau, 1956: 136). Hatta Makyavelli dâhi beş yüz yıl öncesinde dolaylı yoldan benzer şeyleri ifade etmiştir. Güce en büyük önemi veren düşünürlerden olan Makyavelli, bir prensten korkulmasının onun sevilmesinden evla olduğunu ama nefret ediliyorsa çok büyük tehdit altında olduğunu belirtmiştir (Makyavelli, 2004: 86). Bir ülke sevilme zorunda ya da diğer ülkeler tarafından çekici görülmek zorunda olmasa da nefret edilen durumda olması onun uluslararası arenadaki manevra alanını daraltacaktır. Buna en güzel delil Çin’in yumuşak güç politikasıdır. Nitekim Çin bununla yumuşak gücün en temel kullanım alanlarından olan ‘görünürlüğü’ amaçlamamaktadır. Çin’in asıl amacı yükselen ekonomisi, artan askeri gücü ve dev bir nüfusu ile komşularını tedirgin etmemek için özellikle yumuşak güç politikaları uygulayarak sert gücünü komşularına daha az tehditkâr göstermektir (Nye, 2013: 434).

Bir diğer önde gelen realist düşünür Carr, gücü üçe ayırmıştır: askeri, ekonomik ve fikri (Carr, 2010: 153). Yine bu ayırmda materyal olan askeri ve ekonomik güçten başka değerlere ve ideaya ait olan fikre vurgu yapılmıştır. Pek çok önde gelen realist düşünürün dile getirilen bu görüşleri göz önünde bulundurulduğunda yumuşak güç kavramının liberalizme ait olduğu veyahut realizme zıt olduğu tartışması sona erecektir. Rasyonel bir düşünceyle irdelendiğinde; güç eğer hedefe ulaşmada bir kaldıraçsa, bu kaldıraç demirden mi yoksa tahtadan mı olduğu anlamsız hale gelir. Diğer yandan, Nye gücü üçe ayırır: askeri, ekonomik ve yumuşak güç.

Tablo 1: Nye’a Göre Güç Türleri

Güç türü	Davranış biçimi	Araçlar	Hükümet politikaları
Askeri	icbar, caydırma, koruma	tehdit, güç	zorlayıcı diplomasi, savaş, ittifak
Ekonomik	teşvik, icbar	ödemeler, yaptırımlar	yardım, rüşvet, yaptırım
Yumuşak	cazibe, gündem, belirleme	değerler, kültür politikaları, kurumlar	kamu diplomasisi, iki ve çok taraflı diplomasi

Kaynak: Nye, 2004: 31.

Copeland (2009: 164), “Gerilla Diplomasisi” adlı ünlü kitabında yumuşak ve sert gücü, tanımları, hedefleri, kullandığı teknikleri, karakteristiği ve yapısı itibariyle karşılaştırır. Buna göre sert güç rakibini tehdit ya da güç yoluyla isteklerini yaptırmakken, yumuşak güç muhatabı diyalog ve iş birliği ile hedeflerine ortak etmektir. Sert gücün amacı öldürmek, yenmek ve teslim almakken, yumuşak gücün amacı ortak değerler ve anlayış yoluyla muhatabı etkilemektir. Teknik olarak sert güç yaptırımları ve silahı kullanırken, yumuşak güç iş birliği ve ikna sanatını tercih eder. Sert güç maço, kaba ve sıfır toplamı iken, yumuşak güç uysal ve kazan-kazancıdır. Yapısı itibariyle sert güç korku, acı ve şüphe uyandırırken, yumuşak güç karşılıklı güven ve saygı ortamında vücut bulur. Daha öz ifade etmek gerekirse eğer istediğim şeyi istemeni sağlayabilirsem, o zaman istediğim şeyi yapman için seni zorlamama gerek olmaz (Çağlar’dan aktaran Pustu, 2014: 327).

Nye, *Soft Power Superpowers* adlı kitaba yazdığı önsözde yumuşak güç hakkında şunlardan bahsetmiştir:

“1989’da kavramı ilk olarak ortaya attığımda o zaman meşhur olan ‘Amerikan gücünün düşüşü’ tezini çürütmekle ilgili bir kitap yazıyordum. ABD askeri ve ekonomik gücünü inceledikten sonra hâlâ bir şeylerin eksik olduğunu fark ettim: ABD’nin diğer ülkeleri etkileme ve istediklerini yaptırma gücü. Bu akademik kavramın, gazete manşetlerinde ve Çin ve Avrupa’nın liderleri tarafından kullanıldığını görmek çok enteresan. Fakat bu yaygın kullanım, kavramın yanlış bir şekilde askeri güç haricindeki her şeyle eş anlamda kullanılmasına neden oldu.” (Yasushi, McConnell vd., 2008: ix)

Yumuşak güç kavramının ortaya çıktığı bu tarih tesadüf değildir. Soğuk Savaş sona ermiş ve bu mücadeleden ABD muzaffer olarak çıkmıştır. Sert gücün ön plana çıktığı bir dönem sona ermiştir. Fakat bundan sonraki dönemde sert gücün tek başına işe yaramayacağı anlaşılmıştır. 21. yüzyılda yumuşak gücün öne çıkmasında, gücün kaynaklarının değişmesi ve çeşitlenmesiyle birlikte sert gücün dolayısıyla da savaşların artık nihai belirleyici olmaktan çıkmış, özellikle sınır aşan sorunlar, salgın hastalıklar, küresel ekonomik krizler ve ticari anlaşmazlıklar gibi konularda silahın artık işlevsiz hale gelmesi neden olmuştur (Nye, 2013: 431). Her ne kadar imparatorluk kurmada askeri (sert) güç elzemse de meşruiyetin, güvenilirliğin, kültürel üstünlüğün sağladığı yumuşak güç olmadan imparatorluğu sürdürmek imkânsızdır. Diğer bir ifadeyle bir ülkeyi sert güçle ele geçirmek mümkündür ama orayı uzun yıllar elinde tutmak için yumuşak güç gerekmektedir. İngiliz ve Sovyet İmparatorluklarının düşüşe geçmelerinde bu neden gizliydi. İngiliz İmparatorluğunda artık ‘beyazların üstünlüğü’

kabul görmüyordu. Öte yandan Gorbaçov kaç tane tanka sahip olursa olsun artık Orta Avrupa'nın uydularıyla başa çıkamayacağını fark etmişti (van Ham, 2005: 48). Ya da Sovyet Rusya, Macaristan ve Çekoslovakya'yı işgal ettiğinde ekonomik ve askeri olarak büyümeye devam ediyordu ama buralardaki yumuşak gücünü büyük oranda kaybetmişti (Nye, 2002: 10).

Nye (2004: 11), yumuşak güç kaynaklarını üçe ayırır: kültürü (diğer ülkelere göre çekici olması), politik değerleri (yurt içinde ve dışında bu değerlere göre yaşayıp yaşamadığı) ve dış politikasıdır (meşru ve ahlaki politikalar izleyip izlemediği). Kültür çok girift bir kavram olmakla beraber en genel mantığıyla uluslararası normlara ters olmayan tüm değerlerin yumuşak güce katkı yapacağı söylenebilir. Arap ülkelerinde küçük erkek çocuklarına küçük yaşta ok atma ve ata binmeyi öğretme kültürel bir değer olarak yumuşak güce katkı yaparken, küçük yaşta kızların evlendirilmesi tam tersi etkide bulunacaktır. Politik değerler ele alındığında ABD'nin ileri demokrasiyen, dış politikada diktatörlükleri desteklemesi gibi. Dış politikanın meşru ve ahlaki olma durumu yukarıda değinilen Sovyet Rusya'nın Macaristan ve Çekoslovakya'yı işgal etmesi örneğinde daha iyi anlaşılabilir. Günümüzde ise Rusya'nın Kırım'ı ilhakı, yine aynı şekilde Rusya'nın yumuşak gücüne zarar vermektedir. Yakın zamanda Kanada'nın Suudi Arabistan'a silah satışı da benzer şekilde normalde barış gücü ve arabuluculuk faaliyetleriyle adını duyuran Kanada'nın itibarına gölge düşürmüştür. Suudi Arabistan bu silahlarla Yemen'de Husi'leri vurmak isterken pek çok sivil hatta okul servisini vurmuştur. İnsan hakları örgütleri, Kanada Başbakanı Justin Trudeau'ya silah satışını durdurması konusunda baskı yapmaktadır (DW, 04.08.2017).

Vuving (2009: 8, 9) ise “Yumuşak Güç Nasıl Çalışır?” adlı makalesinde cazibeye neden olan değerleri yumuşak güç kaynakları olarak niteler. Bunlar: merhamet, güzellik ve ihtişamdır. Merhamet kapsamına uluslararası yardımlar, arama-kurtarma faaliyetleri, sağlık ve eğitim yardımları sayılabilir. Güzellik kapsamına ülkenin sahip olduğu doğa güzelliklerden öte, sahip olduğu değerlerin güzel olması ya da güzel gösterilmesi yatar. Arzu uyandıran yaşam tarzı, sanatı, kurumları, markaları ve değerleri gibi tüm öğeler bu kapsamda ele alınabilir. Özellikle ihtişam konusunda devletlerin yaklaşımı “Yumuşak güç büyük oranda sahip olunan sert güce bağlıdır” mantığı çerçevesinde şekillenmiştir. Süper güçler çekicidir çünkü çok büyük askeri güçleri, ekonomik güçleri ve teknolojik altyapıları vardır (Gilboa, 2008: 62). Bu yönüyle düşünüldüğünde askeri ve ekonomik gücün yumuşak gücün tamamen dışında olduğunu düşünmek yanlış olur. En basit şekliyle hiç kimse fakara ya da kendini korumaktan aciz bir ülkeye imrenmez. Diğer yandan oturmuş bir devlet yapısına sahip, askeri ve ekonomik imkânları olan ülkeler çoğu zaman katıldıkları uluslararası örgütler çerçevesinde

ya da münferit olarak icra ettikleri arama-kurtarma, eğit-donat gibi faaliyetlerle yumuşak güçlerine katkı sağlayabilmektedir. Bir adım daha ileri gidersek silah kullanımı dışında bir ülke askeri gücünün barışı sağlama görevleri dâhi yumuşak güç kapsamında ele alınabilir. Ekşi, konuyla ilgili olarak Türkiye'nin Afganistan'daki askeri varlığının ülke içinde büyük bir saygınlığa sahip olması ve Afgan grupları tarafından Türk bayrağı asılı araçlara saldırılmaması nedeniyle ABD askerlerinin askeri konvoylarına Türk bayrağı asmalarından bahseder (Ekşi, 2014: 41). Dünya gençlerinin ABD Hava Kuvvetleri pilotlarının montlarını giymesi ya da kollarına çavuş rütbeleri takmalarında da yine sert güçten türeyen yumuşak güç söz konusudur. Benzer şekilde Nye, donamanın savaş kazanmaya da (sert güç), gönülleri kazanmaya da (yumuşak güç) yarayabileceğini belirtmektedir. Örneğin ABD Donanmasının 2004 yılında yaşanan Hint Okyanusundaki sonrası Endonezya'ya yaptığı yardım bu çerçevede değerlendirilebilir. Nitekim 2007 Donanma Strateji belgesinde ABD Donanmasının sadece savaş görevine değil, aynı zamanda uluslar arasında güven tesis etmede görevlendirileceği belirtilmiştir (Nye, 2013: 434).

Ülkeler, yumuşak gücü elde etmede en kolay yol olan kültüre başvurmaktadır. Oysa tek başına kültür, bunu sağlamada yeterli olmayacaktır. Nye'in ve Vuving'in sıraladığı gibi uluslararası politikalar, kurumlar, meşruiyet gibi daha pek çok faktör yumuşak güce katkı sağlamaktadır. Kamu diplomasisi çalışmalarıyla tanınan Nancy Snow (2009: 4), küresel normlarla uyumlu kültür ve fikirlere sahip olan, uluslararası medyaya farklı kanallarla erişimi olan ve bu şekilde küresel haber medyasına etki edebilen, ulusal ve uluslararası arenada davranışlarıyla itibar sahibi ülkelerin yumuşak güç üretmede başarılı olacaklarını iddia etmektedir.

Yumuşak güç varlığı açısından ülkeler çeşitlilik arz eder. Kimi ülkeler askeri güç ve nüfus bakımından dünya devletleri arasında üst sıralarda yer almasa da uluslararası arenada büyük etkinlik gösterebilmektedirler. Bunun nedeni gücün sadece sert güçten ibaret olmamasından dolayıdır. Örneğin, İsviçre ve Kanada uzun yıllardır hazırlana gelen Soft Power Index sıralamalarında her zaman ilk onda yer alırlar (Soft Power30, 2018). Burada, sahip oldukları sert güç unsurlarından ziyade gelişmişlik düzeyleri, bilime, sanata ve uluslararası barışa katkıları, refah seviyeleri ve uluslararası politikalarda sahip oldukları meşruiyetleri yatmaktadır.

Kimi ülkeler ise yumuşak güç bakımından en başından şanslıdırlar. Buna en güzel örnek Birleşik Krallıktır. Birleşik Krallık küresel ticaret için en uygun zaman diliminde

bulunmaktadır. Ayrıca İngilizce bir dünya dilidir (Singh ve McDonald, 2017: 7). Bu özellikler ülkenin küresel ağıla kolaylıkla entegre olmasını sağlamaktadır.

Yumuşak güç kavramının tanımlanmasının ve sınırlanmasında bazı görüş ayrılıklarının olduğunu belirtmek gerekir. Yukarıda Nye'nin dediği gibi askeri olmayan her güç, yumuşak güç müdür? Ya da yine pek çok yazar tarafından kabul gördüğü üzere sonuca bakarak mı karar verilmelidir? Buna göre yumuşak güç ürünlerinden olan cezbetme, ilgi uyandırma, kendine çekme, imrenme, iş birliği yapmaya istekli olma gibi davranışlara sebep olan her güç, yumuşak güç olarak değerlendirilecektir. British Council ve Edinburgh Üniversitesi iş birliği ile yapılan 2017 yılı yumuşak güç araştırmasında da ortaya konulduğu üzere yumuşak gücü en temel ölçülebilir çıktıları politik, ekonomik ve kültürel olarak ayırmıştır. Bunlar bir ülkenin çektiği turist ve uluslararası öğrenci sayısı, doğrudan yabancı yatırım ve BM oylamalarında destek bulma olarak belirlenmiştir (Singh ve McDonald, 2017: 26).

Ronfeldt ve Arquilla'nın (2008: 360) irdelediği, “Gücü, askeri olan ve olmayan olarak mı ele almak gerekir? Ticaret ve yatırım gibi ekonomik yönleriyle ele aldığımızda bunları yumuşak güç kapsamında mı değerlendirmek gerekir? Eğer realistlerin tanımladığı üzere materyal güç sınıflandırması üzerinden gidilirse, bunları yumuşak güç kapsamına alamayız, zira bunlar fikir ya da imaj ürünü değil” şeklindedir. Ne var ki ileride değinileceği üzere yapılan araştırmaların da gösterdiği gibi ekonomik güç olmaksızın hiçbir yumuşak güç aracının faaliyete geçirilemeyeceği açıktır. Örneğin 1990'larda ortaya atılan ekonomik gelişme için Washington Konsensüsü'nün bir süre sonra ortaya çıkan Çin'in Pekin Konsensüsü tarafından sınanır hale gelmesi, hatta pek çok ülke tarafından kendi sistemlerine ve tarihi arka planlarına daha uygun buldukları için kabullenmeleri, Çin'in bu ülkelerde daha fazla yumuşak güç elde etmesine neden olmuştur (Hocking, 2005: 34).

Yumuşak güç kavramına getirilen eleştirilere değinilecek olursa kimi düşünürler yumuşak gücün materyal gücün aksine ölçülemez olduğunu, bu nedenle de güvenilmez olduğunu ileri sürer. Gallarotti (2011: 27) ise yumuşak güce güvenmenin mantığını malını ve canını korumak için sigorta yaptırmaktansa dara düştüğünde kendisine yardım edeceği hüsnü zannıyla akrabalarına ve arkadaşlarına güvenmeye benzetmektedir. Ne var ki çoğu zaman sert güç, yumuşak gücün kaynağı olabildiği gibi, salt yumuşak gücün bir ulusun tüm hedeflerine ulaşmada yeterli olacağı da iddia edilememektedir. İsviçre ve Kanada gibi ülkelerin askeri olmasa da ekonomik açıdan önemli güçler olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Yine de yumuşak güç her ne kadar önem arz etse de arkasında bunu destekleyen ve sürdürülebilmesini sağlayan

bir sert güç mutlaka olmalıdır. Aksi takdirde bu yumuşak güç kullanışsız hale gelebilir. Dünyada sahip olduğu kültürü, barışçıl olması ve meşruiyeti ile Tibet'in yumuşak güç sahibi olduğu söylenebilir. Budizm özellikle gelişmiş Batı dünyasında çok büyük itibar sahibi olabilir. Ne var ki tüm bunlar uluslararası arenada hiçbir sorunu lehine çözmede fayda göstermemektedir. Çin-Tibet anlaşmazlığı bu duruma örnek olarak gösterilebilir.

Öte yandan Ronfeldt ve Arquilla (2008: 361), yumuşak gücün olumlanmasına eleştiride bulunurlar. Yumuşak güç her ne kadar etik olma iddiasındaysa ve diplomasi için sopa ve havuçtan başka üçüncü bir strateji sunuyor olsa da uluslararası politikada güzellikle işini halletmek değildir. Bazen çok karanlık yöntemler kullandığı olmaktadır. Dahası yumuşak gücü sadece etiğe bağlı kişilerin kullana gelmediğini de not etmek gerekir. Nitekim Hitler ve Bin Ladin dâhi yumuşak güç kullanmıştır. Hatta ABD kamu diplomasisinin en büyük sorunu gençlerin işte bu cazibeye kapılması sorunudur.

Özetle yumuşak güç, davranış değişikliğini icbar değil, ikna ile gerçekleştirmektir. Diğer ifadesiyle istenilen davranış değişikliğini ister askeri ister ekonomik (hatta şarta bağlanmış ekonomik yardım), isterse politik yaptırım olsun, bu sert güç kapsamındadır. Öte yandan davranış değişikliği iş birliği ve karşı tarafın rızası ile gerçekleşiyorsa askeri bir birliğin afet yardımı veya eğitim faaliyetleri bile yumuşak güç kapsamında ele alınabilir. Çalışmada yumuşak güç kavramı bu zaviyeden ele alınacak, askeri ya da ekonomik olmasından ziyade, gücün ikna ya da icbar aracı olarak kullanılmasına bakılacaktır. Yumuşak gücün, materyal olan gücün aksine somut olmaması ve ölçülebilirliğinin zorluğu kabul edilmekle beraber, ölçülemez olduğu da iddia edilmeyecektir. Bunun yerine yumuşak gücü, itibarı ve kamu diplomasisi çalışmalarını kendi bilimsel kriterlerine göre değerlendiren ve bu şekilde kendi bünyesinde tutarlı olan veriler üzerinden yapılmış çalışmalara başvurulacaktır.

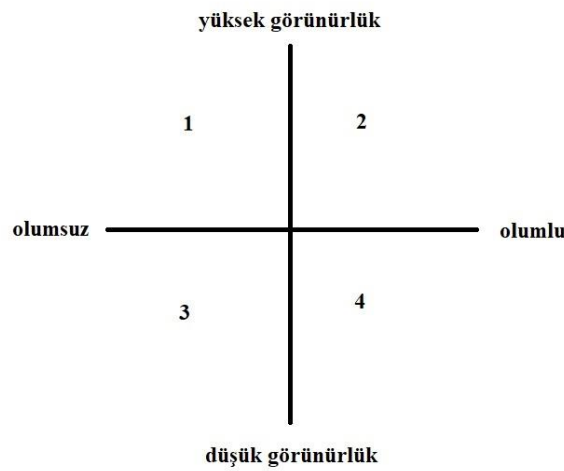
1.1.3. Ulusal İtibar

Ulusal itibar kavramının çalışma açısından önemi, kavramın yumuşak güç kavramıyla sıkça karıştırılmasından ileri gelmektedir. Kavram ulusal çıkarların siyasi yönünden çok ekonomik yönüne hitap etmektedir. Kamu diplomasisi uygulamalarında önemli bir yeri olmakla birlikte, kamu diplomasisi ve yumuşak güçten ayrı olarak durduğu yerin bilinmesinde fayda vardır.

“Görünürlük ve itibar bir ulus için politik ve etik olduğu kadar ekonomik nedenlerle de önemlidir” (Regjeringen.no, 2003). Bu cümle sırasıyla Kültür ve Enerji bakanlığı yapmış olan Thorhil Widvey'in, Norveç'in görünürlüğünü artırmak için yaptığı konuşmadan alınmıştır.

Peki, görünür olmak ve itibar sahibi olmak bir ülke için neden önemlidir? Sorunun cevabını yine Norveçli bakan veriyor: Etkili olmak için görünür olmak zorundayız. Ne var ki görünür olmak tek başına yeterli değil. Reklamcılıkta geçerli olan reklamın kötüsü olmaz düsturu uluslararası arenada geçerli değil. Ulusal itibarın gerçekten var olup olmadığını merak eden ve yaptığı araştırmayı bir kitap olarak yayınlayan Manheim'a göre görünürlük önemlidir ama olumlu yönde ise. Yaptığı basit bir diyagramda Manheim görünürlük durumunu şöyle betimler:

Grafik 1: Manheim Görünürlük Diyagramı



Kaynak: Manheim, 1994: 132.

Buna göre 1. bölgede kalan ülkelere örnek olarak Kuzey Kore ve Irak verilebilir. Sürekli gündemde olmalarına rağmen hemen her zaman olumsuz olaylar nedeniyledir. 2. bölge için ise Yemen ve Kongo örnek gösterilebilir. Yemen iç savaşı ve Kongo sürekli patlak veren ebola ve konzo salgınları nedeniyle çok da gündem olmamaktadır. 3. bölgede yer alan ülkeler olumlu yönleriyle sıkça gündem olan ülkelerdir. İsveç ve Kanada bunun en belirgin örneğidir. Çok nadiren haklarında olumsuz haberlere yer verilmektedir. Bunun temelinde bu ülkelerde çoğu zaman iyi şeylerin meydana gelmesi etkili olduğu kadar gündem yaratma ve algı yönetimindeki başarıları yatmaktadır. Olumlu yönde olsa da çok fazla görünürlüğü olmayan ülkelere ise İrlanda ve Yeni Zelanda örnek gösterilebilir. Manheim, durduk yere kendini 1. bölgeye sokan ülke olarak Filipinler'i örnek verir. Filipinler düşük ve nispeten olumsuz seyreden görünürlüğü onarmak için Başkan Ferdinand Marcos'un 1982 yılındaki ABD ziyaretini fırsata çevirmeyi kararlaştırır. Fakat işler istediği gibi gitmez. Marcos, ABD'ye verdiği önemi göstermek için yeni bir Büyükelçi atar. Ama kayınbiraderini ataması ABD'de

hoş karşılanmaz. Amerikalı bürokratlara pahalı hediyeler verir ve Marcos'un ziyaretinden önce başlamak üzere Büyükelçilikte müzikli yemekli eğlenceler düzenler. Marcos'u karşılamak için çok uzak mesafelerden Filipin kökenli Amerikalılar organize edilir ve otobüslerle Washington'a taşınır. Bu olay Filipin yerel saatine göre ayarlanır ve orada da canlı yayınlanır. Marcos'un kendisini takip eden gazetecilere verdiği pahalı hediyeler de tepki çeker. Tüm bunlar için 5 milyon dolar harcanır. Filipinler kendini anlatmaya çalışırken, kendini anlatma çabası olay olur (Manheim, 1994: 139-141).

Filipinler örneğinde görüldüğü gibi genel itibariyle insanlar diğer ülkelere dair basit şablonlara sahiptir. Bu şablonlar büyük olaylar sonrasında yerleşmiş kolayca değişmeyecek şekildedir. Anholt'un ifadesiyle toplumlar uzmanlık gerektirecek detaylı dış politikalarıyla ülkeleri değerlendirmezler (Anholt, 2011: 106). Pek çok Uzak Doğunun Türkiye'de çöllük alanlar bulunduğunu ve develerle gezildiğini sanması bu anlayışa örnektir.

1919 yılında bağımsızlığını kazanan Litvanya başta ABD olmak üzere uluslararası kamuoyunda görünürlük kazanmak amacıyla halka ilişkilerin babası kabul edilen Edward Bernays'a başvurmuştur. Amerikalı politikacılar o dönemlerde Litvanya'yı ve hedeflerini umursamamaktadır. Bernays kampanyasında etnologlara Litvanya'nın etnik kökenlerini, dilcilere Litvanca'nın Sanskritçeden evirildiğini, sporseverlere atletizm yarışmalarını, kadınlara kıyafetlerini ve müzik severlere müziğini tanıtarak adını duyurmaya çalışmıştır (Szondi, 2008: 3, 4). Bernays'ın bu kampanyası başarılı olmuş ve ABD, Litvanya'yı tanımıştır. Devamında, yıllar boyu sürecek müttefik ilişkileri başlamıştır.

Ulusal itibarı elde etmenin yolu sanılanın aksine ulus markalamadan geçmez. Ulus markalamada amaç ulusun imajının yönetilmesidir. Bir hükümetin kendi başına ya da tuttuğu bir şirket aracılığıyla ülkesinin imajına olan tutumu ve algıyı pozitif yönde değiştirme çabasıdır (Szondi, 2008: 5). Ulus markalama kavramını ilk ortaya atan isim olan Simon Anholt (2015: 190, 191), kavramın yanlış kullanıldığını ifade etmektedir. Kendi ürettiği kavramın pazarlama alanı için geçerli olduğunu ifade eder. Söz konusu olan bir şey satmaksabı bir tatil veya ürün yatırım fırsatı olabilir- ulus markalamadan bahsedilebilir. Ama ulusal itibarda beğeniye sunulan bir ürün değil, ülkenin politikalarıdır. Yani "şu ürünü al" yerine "ülkem hakkındaki fikrini değiştir" söz konusudur. Anholt ulusal itibara doğrudan etki eden dört faktörden söz eder: ahlak, estetik, güç ve ilgi. Bir ülkenin liderlerinin, halkının, kurumlarının ve ticaretinin beğenilmesi ahlak kavramı içinde yer alır. Norveç, İsviçre ve Hollanda gibi ülkelerin bu yönleriyle beğenilmesi onları uluslararası politikada boyutlarından

çok daha fazla etkili hale getirmektedir. Estetik ile ifade ettiği, bir ülkenin doğasını, ürünlerinin ve kültürünün güzelliğidir. Sony marka bir ürün veya Porsche marka bir araba insanların Japonya ve Almanya hakkında nasıl düşünmesine neden oluyor? Güç kavramı yukarıda detaylı olarak betimlenmiş olmakla beraber, Anholt sert ve yumuşak güce fazladan medya gücünü de ekler. Bir ülkenin medyası yoluyla kendisini nasıl tanımladığı ve nasıl savunduğu ulusal itibarına doğrudan etki eder. İlgi ile kastedilen insanların bir ülkeye karşı gösterdikleri ya da göstermedikleri tavidir. Bir Meksikalı, ABD ile ilgili gelişmelere ve ürünlere dikkat kesilirken, Endonezya'ya karşı ilgisiz olabilir. İlgi çekilmediğinde ise imaj oluşturma işlemi hiç başlamamıştır bile. Öte yandan ilgisiz olma temiz bir sayfa etkisi yaratması açısından ise bir avantajdır. Daha önce bahsedildiği üzere insanların ülkeler hakkında oluşturdukları şablonları değiştirmek zordur. Bu yönüyle hakkında ilk defa bilgi edinilen bir ülke için o bilgi, doğru bilgi olarak kabul edilecektir. Meksikalının ABD ile ilgili olan fikri kolay kolay değişmeyecekken, Endonezya hakkında her duyduğu şeye kolayca inanma eğiliminde olacaktır (Anholt, 1999-2001).

Süper güç olmak veya itibara ihtiyaç duymamak gibi bir durum söz konusu değildir. ABD süper güç konumunda bulunmasına rağmen, itibarını korumak için eyleme geçirmeden önce uluslararası politikalarına meşruiyet sağlamak yoluna gitmektedir. Bunu yaparken en çok başvurduğu yöntem uluslararası kamuoyunu medya vasıtasıyla yönlendirmek ya da diğer ülkelerle iş birliğine gitmektir. İşbirliğine gitme yönteminde en çok başvurduğu ülke ise Kanada'dır. Kanadalı politikacı Michael Ignatieff'in ifadesiyle "çok büyük bir askeri gücümüz yok ama bizde ihtiyaçları olan bir şey var: meşruiyet" (Nye, 2004: 10). Kosova ve Afganistan savaşlarında ABD'nin yanında yer alırken, Vietnam ve Irak savaşlarında yer almaması Kanada'nın hem meşruiyetine hem de pazarlık gücüne katkı sağlamıştır. Henrikson (2005: 75), "Kanada ve Norveç öncülüğünde başlatılan herhangi bir girişime ABD'nin ya da başka bir büyük gücün karşı çıkması mümkün değil. Çünkü bunun sebebini kendi halklarına anlatamazlar" iddiasında bulunmaktadır. Bahse konu diğer ülke olan Norveç'in bu ulusal itibarına dünyanın en prestijli ödülü olan Nobel barış ödülünü veren ülke olması şüphesiz etkilidir. Diğer yandan barış görüşmelere için yaptığı arabuluculuk çalışmaları hatta bunun için Dışişleri Bakanlığı bünyesinde kurduğu Barış ve Uzlaşma Birimi onu uluslararası çatışmaların çözümünde önemli bir konuma getirmiştir. OECD verilerine göre milli gelirine oranla en büyük uluslararası yardım dağıtan ülke olması da itibarına katkı sağlayan artı nedendir. Türkiye ulusal itibarına kuruluşundan itibaren büyük önem vermiştir. Yüzü her zaman Batıya dönük olan ülke, uluslararası anlaşmalara ve örgütlere kayıtsız kalmamış, hatta

bu anlaşmaların hükümlerini kendi anayasası üzerinde tutmuştur. Yine ulusal itibarına gölge düşürebilecek Ermeni Meselesi gibi konularda ciddi hassasiyet sergilemiştir. Japonya açısından bakıldığında, hâlihazırda bireysel itibarın yüksek bir önemi haiz olduğu bir ülkede ulusal itibarın es geçilmesi düşünülemez. Hakkında rüşvet soruşturması açılan milletvekillerinin intihar yolunu seçmesi ya da vatanını koruyamadığını düşünen askerin harakiri yapması en bilinen olgulardır. Japonya bölümünde de işleneceği üzere, ulusal itibara zarar vermek şöyle dursun, ulusal konuların eleştirel boyutta dâhi yabancı halklara açılması kabul edilemez bir durumdur. Bu haliyle her ne kadar bilim ve teknoloji alanında bugün yüksek bir itibar sahibi olsa da İkinci Dünya Savaşı sorunlarıyla ilgili çok hassas bir yaklaşım içindedir.

Bir diğer örnek Çin ele alındığında 1989 Tiananmen Olayları sırasında elinde pazar çantası ile tankın önüne dikilen Çinlinin fotoğrafı World Press Photo tarafından yılın fotoğrafı seçilmiş ve tüm dünyada yankı bulmuştu. Çin yönetimi ayaklanmayı bastırmakla meşgulken, uluslararası kamuoyunun tepkisini göz ardı etmişti. Fakat daha sonra ticaret ve yatırımlarını etkileyen Çin'in dünyadaki itibarını düzeltmek için ünlü halkla ilişkiler firması Hill&Knowlton'u tutmuştu (d'Hooghe, 2005: 92). İlerleyen yıllarda Çin'in imajı ile karşılaştığı problem bu sefer ihraç ettiği ürünler nedeniyle ortaya çıkmıştı. “Ucuz Çin malı” ürünler algısı bir süre sonra yerini “çürük Çin malı” ürünlere bırakmıştı. Pek çok üründe özellikle oyuncaklarda kullanılan kurşun içeren boyalar gibi insan sağlığını tehdit eden kimyasalların kullanılması, alınan ürünlerin çok kısa zamanda arızalanması, CE sertifikalarının sahte olduğunun ortaya çıkması gibi nedenler, Çin'in ihracatına zarar vermeye başlamıştır. İlk ve en basit çözüm yolu olan “Made in China” yerine “Made in PRC” yazmak soruna kısa vadede çözüm getirirse de tüketiciyi yanıltması nedeniyle durumu daha beter hale getirmiştir. Daha sağlam bir çözüm bulmak üzere Çin hükümeti harekete geçmiştir. 2009 yılında CNN ve BBC'de yayınlanmaya başlayan reklamlarda “Made with China” (Çin ile yapıldı) sloganı yer almaya başladı (Hung, 2015: 213). Apple'ın iPhone gibi ürünleri yanında Audi A4 gibi teknoloji harikalarının Çin'de üretilmesine vurgu yapılarak imaj tamirine çalışılmıştır. 2009 yılındaki ihracat 1,2 trilyon dolardan, 1,5 trilyona çıkartılarak başarılı olmuştur (WITS, 2018). İnsanlar artık çok kalitesiz şeyler yanında çok kaliteli markaların da Çin malı olabileceğini kanıksamışlardır.

Ulusal itibar konusunda sıkça karşılaşılan ve karıştırılan iki tabir ise imaj ve algıdır. İlk olarak her iki kavramın ulusal itibar kavramından ayrılması gerekmektedir. Ulusal itibar, muhatabın gözünde ülkemizin nasıl görüldüğü iken, imaj bizim muhatabın gözünde nasıl

görünmek istediğimizdir. Algılama ve imaj arasındaki fark ise algılama duyuların örgütlenme süreci iken, imaj algılama sonucunda insan zihninde oluşan resimdir (Pustu, 2014: 313). Algi yönetimi ise bu imajın manipule edilerek istenilen şekilde algılanmasının sağlanmasıdır. Önceki sayfalarda yer aldığı gibi algı kısa vadeli, manipule edilebilir ve değişkenken, imaj daha yerleşik ve değiştirilmesi zordur. Bir ülke hakkındaki algıyı reklamcılık hizmetleri ve halkla ilişkiler şirketleri vasıtasıyla kısa vade içinde değiştirebilirsiniz, ama bir ülke imajı oluşturmak için bu algıyı sürdürmeniz gerekir. Misal olarak Arnavutluk'un imaj mücadelesi verilebilir. 2005 yılında Arnavutluk hükümeti uluslararası bir danışmanlık şirketiyle ülkenin yolsuzluklarla anılan imajını değiştirmek ve sermaye dostu bir ülke imajı çizmek için anlaşır. Reklamlar her ne kadar başarılı olsa da yatırımcılar ülkeye ayak bastığında karşılaştıkları günlük elektrik kesintileri ve yetersiz altyapı, bir anda her şeyi tersine çevirir. Kampanya bu haliyle bir algı yönetiminin ötesine geçemez (Szondi, 2008: 309). Tam tersi durumlar da söz konusudur. 2006 yılında yayınlanan Ulus Marka Dizininde İran konuk ülke olarak katılmıştır. Tüm kriterlerde en düşük puanları alan ülke sadece kültürel ve tarihi miras ölçütlerine birkaç ülkeyi geçebilmiştir. Bu duruma şaşırtıcı bulan Anholt, "Dünyanın en eski ve en önemli medeniyetlerinden biri olan, 6000 yıllık bir kültürü temsil eden bir ülkenin, tarihi birkaç yüzyıllık ülkelerin altında yer alması düşündürücüdür. Politik ve ideolojik ihtilafın binlerce yıllık değerleri insanların aklından siliverebilmesi ürkütücü bir güçtür" demektedir (Anholt, 2011: 37). İran demokrasi karnesi ve izlediği uluslararası politikaları özellikle Batılı Ülkelerin katıldığı bu araştırmaya olumsuz etki etmiştir. Benzer şekilde aynı araştırmada 2005 yılına oranla insanların ABD'nin doğasını daha az güzel bulmaya başladığını göstermiştir. ABD'nin doğasında bu tarihten sonra dramatik bir değişim olmamasına rağmen, Irak savaşı ve oğul Bush'un izlediği tasvip edilmeyen politikalar, ABD'yi daha itici hale getirmiştir. ABD'nin imajı (burada doğa güzelliği) aynıyken, bunun algılanması kısa vadede değişime uğramıştır. Mevcut örnekler gösteriyor ki her ne kadar imaj daha değerli gibi gözükse de bunun algılanmasında yaşanan bir sorun, imajın da zarar görmesine neden olabiliyor. Hem ülke imajının hem de ülke algısının birbirini tamamladığını akılda tutmak gerekiyor. Ne var ki politikacılar kısa vadede sonuç vermesi nedeniyle algı yönetimi çalışmalarına daha çok yatırım yapabilmektedirler.

Diğer yandan ülkelerin sahip olduğu markalar ülke imajına etki ederken, ülkeler de bu markaların imajına etki edebilmektedir. Almanya denildiğinde akla kaliteli arabaların gelmesi, aslında çok kaliteli olmayan bir Alman markasının da bu olumlu imajdan nasiplenmesine neden olabiliyor. Ya da tam tersi Viewsonic gibi çok iyi bir marka olmasına rağmen Tayvan

malı olması, tüketiciyi tereddütte bırakabiliyor. Almanya örneğine dönülecek olursa, dünya motor endüstrisinin devi olduğu görülecektir. Bu durum Almanya'daki tüm otomotiv firmalarına ve makine üreticilerine avantaj sağlasa da diğer sektörlerde markalara ket vurabilmektedir. Kozmetik bir ürün almak isteyen biri Alman Nivea yerine, kozmetikte adını duyurmuş Fransız bir markayı tercih etmektedir. Bu durum nedeniyle SAP, Hugo Boss ve Allianz gibi markalar, Alman kökenlerine vurgu yapmaktan kaçınırlar. Hugo Boss, Avrupa stili olmakla övünürken, SAP gönülsüz bir şekilde Amerikan gözükmeye çalışır (Olins, 2005: 173). İnsanların ülkeler hakkındaki algısını mizahi bir şekilde dile getiren fıkrada, “Cennet, aşçıların Fransız, mühendislerin Alman, sevgililerin İtalyan, komedyenlerin İngiliz olduğu ve her şeyi İsviçrelilerin organize ettiği bir yerdir. Cehennem ise aşçıların İngiliz, mühendislerin Fransız, komedyenlerin Alman, sevgililerin İsviçreli olduğu ve her şeyin İtalyanların organize ettiği bir yerdir” (Copeland, 2009: 171) denir.

Slovenya, bir Balkan ülkesi olmadığını kanıtlamak için düşük bütçesine rağmen Balkan ülkelerine maddi yardımda bulunma yoluna gitmektedir (Anholt, 2015: 204). Benzer şekilde Franco yönetimi altında bir “Avrupalı” devlet olarak dâhi kabul edilmeyen İspanya, artık değiştiğini ve modern bir ülke olduğunu vurgulamak için eşcinsel ilişkilere saygılı olduğu vurgusunu sürekli gündemde tutmaya çalışmaktadır (Olins, 2005: 176, 177). Bu örnekler incelendiğinde yumuşak gücün inşacılık çerçevesinde değerlendirilen kimlik kavramı öne çıkmaktadır. Devletler yumuşak güçlerini, kimliklerini oluşturmada veya duyurmada bir araç olarak kullanmaktadır. İçinde bulunmak istedikleri kliklerde yer edinmek ya da içinde bulundukları klikleri göstermek için yumuşak güç araçlarından faydalanmaktadırlar. Slovenya'nın amacı hegemonik olmadığı gibi karşı taraftan herhangi bir maddi karşılık beklemediği için mütekabiliyet yaklaşımı açısından da değerlendirilemez. Keza İspanya bu kimlik vurgusuyla ne hâkimiyet ne de mütekabiliyet kaygısı taşımaktadır.

Peki, ülkeler niye itibara önem vermektedir? Dış dünya tarafından olumlu yöne algılanmaları neden önemlidir? Norveç ve Kanada örneklerinde de görüldüğü üzere, itibar uluslararası arenada ülkelere meşruiyet, dolayısıyla da manevra kolaylığı sağlamaktadır. İşbirliklerinde aranılan ortak haline getirmekte, uluslararası ticaret ve antlaşmalarda güven sağlamaktadır. Wang'ın ifadesiyle ulusal itibar devletin gücünü gösteren en önemli göstergelerden biridir. Bir ülkenin uluslararası arenada duruşunu simgeler. Mesela koalisyon kurmada ve müttefik bulmada elini kolaylaştırabilir ve böylece uluslararası siyasi emellerine ulaşmasını sağlar. Ürünlerinin satışını kolaylaştırır. Doğrudan yabancı yatırım ve turist çeker (Wang, 2006: 93). Aslında Wang'ın dile getirmiş olduğu bu maddeler, önceki sayfalarda

geçen British Council ve Edinburgh Üniversitesi iş birliği ile yapılan 2017 yılı yumuşak güç araştırmasında yer alan yumuşak gücün en temel ölçülebilir politik, ekonomik ve kültürel çıktıları ile örtüşmektedir. Dahası aynı araştırmada bir ülkenin olumlu algılanmasında meydana gelen %1’lik bir artışın, olumlu algının gerçekleştiği ülkeye yaptığı ihracatı %0,8 oranında artırdığı tespit edilmiştir (Singh ve McDonald, 2017: 8). Bu durumda olumlu algının neredeyse ihracata birebir etkisi olduğu söylenebilir.

Hükümetler işte bu nedenlerle ülkelerinin itibarını koruma ve artırma çabasındadırlar. Bunun için itibar yönetimi çalışmaları yaparlar veya yaptırırlar. Szondi itibar yönetimi uzmanlık alanlarını aşağıdaki tablodaki gibi sınıflandırır:

Tablo 2: İtibar Yönetimi Uzmanlık Alanları

Konu	Uzmanlık alanı	Amaç	Örnek	Aktörler
Turizm	Mekân markalaştırma	Turist çekmek, turizmi canlandırmak	Hırvatistan, “bir zamanlar Akdeniz” Letonya, “Şarkı söyleyen ülke” Macaristan, “Eğlendirme kabiliyeti”	Ulusal ve bölgesel turist kurulları, seyahat acenteleri, pazarlama ve markalama firmaları
Ekonomik politikalar	Ulus markalama	Yurtdışında ürünlerinin satılmasını sağlayacak bir marka yaratarak ticari çıkarlarını artırma, yatırımcı çekme, rekabette avantaj kazanma, ihracatı artırma	Estonya, “Olumlu yönde değişiyor” Polonya, “Yaratıcı gerilim” Çekya, “Çek fikri”	Ekonomi Bakanlığı, yatırım ve ihracat birlikleri, ticaret odaları
Kültür	Kültürel ilişkiler (kültürel diplomasi)	Kültürü, dil öğrenimini, öğrenci değişimini artırmak, ülke hakkındaki olumsuz algıları ve önyargıları bertaraf etmek, kültürler arası etkileşimi sağlamak	İsveç’te düzenlenen Polonya yılı, Çek Müzik 2004, Eurovizyon şarkı yarışmaları, uluslararası film festivalleri	Kültür Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı, kültür enstitüleri, kültürel ataçeler
Dış politika ve uluslararası ilişkiler	Kamu diplomasisi	Dış politika hedefleri için uygun bir ortam yaratmak, bu hedeflere ulaşmak, ülkelerin politikalarında değişim sağlamak, ülkenin, siyasilerin ve hükümetin uluslararası profilini yükseltmek	AB veya NATO’ya üye olmak, Irak’taki savaşı desteklemek veya bu savaşa karşı çıkmak, demokratikleşmeyi desteklemek	Hükümet, Dışişleri Bakanlığı, STK’lar, medya ve basın-yayın kuruluşları

Ulusal ve uluslararası gayri ahlaki politikalar, eylemler ve imajlar	Algı yönetimi	Gerçekle ilgisi olmayan imaj oluşturmak, olumsuz imaj oluşturup rejimlerin itibarını sarsmak, kriz çıkarmak	Rusya'nın Baltık ülkelerini rencide etme çabaları, burada yaşayan Rus kökenlileri kışkırtması, Arnavutluk'un imaj kampanyası	Savunma Bakanlığı, hükümet, gizli servisler
---	---------------	---	--	---

Kaynak: Szondi, 2008: 299.

Sınıflandırmanın en başında yer alan turizm konusu, ülkenin turizm değerlerini ön plana çıkararak ekonomik kazanç amaçlamaktadır. Uzmanlık alanı ise mekânların tanıtılması ve arzulanır hale getirilmesinin sağlanmasıdır. Ulusal çıkarlar adına Turizm Bakanlığı başta olmak üzere, ulusal ve bölgesel turist kurulları, diğer yandan kendi kazançlarını artırmak adına seyahat acenteleri bu hedefe ulaşmak üzere çaba gösterir.

Ekonomik politikalar sınıflandırmasında asıl amaç ulus markalamadır. Japon ya da Alman malı denildiğinde kalitenin ve sağlamlığın akla gelmesi işte bu ulus markalama sonucudur. Ülke hakkında edinilen bu olumlu imaj, ihracat artışı nedeniyle ekonomik kazanca dönüşecektir. Ekonomi ve Ticaret Bakanlığının esas yürütücüsü olduğu bu faaliyetlerde ulus markalama ve reklamcılık şirketlerine büyük görev düşmektedir.

İlerleyen sayfalarda değinilecek kültürel diplomasi, kültürel öğeler kullanarak dış politikada iletişim kurmaktır. Dil öğrenimi, öğrenci değişim programları, kültürel değerlerin tanıtılması, bu uzmanlık alanı faaliyetleri kapsamında yer almaktadır. Kültür Bakanlığı esas yürütücüyken, özellikle kültür enstitüleri sahada en aktif uygulayıcılar konumundadır.

Çalışmanın asıl konusu olan kamu diplomasisi, dış politika ve uluslararası ilişkiler faaliyetlerinde uluslararası siyasi emellere ulaşmada geleneksel diplomasi haricinde yeni bir kanal açar. Temel aktörleri hükümetler ve Dışişleri Bakanlığı iken Sivil Toplum Kuruluşları (STK), medya ve basın-yayın kuruluşları da çok etkin bir yer sahibidir. Kamu diplomasisi ile ilgili detaylar, ilerleyen başlıkta incelenecektir.

İçinde psikolojik harp ve propaganda gibi kavramları barındıran algı yönetimi, gerçek dışı söylemleri ve kışkırtma ve kriz çıkartma gibi yöntemleri nedeniyle gayri ahlaki politikalar kapsamında ele alınmıştır. Ahlak kendi başına tartışmalı bir konu iken, algı yönetiminin farklı açılardan değerlendirilmesi gerekmektedir.

1.1.4. Diplomasi Türleri

Çalışmanın ana konusu olan kamu diplomasisine geçmeden önce diplomasi teriminden ve çalışmada sıkça kullanılacak olan bazı diplomasi türlerinden bahsetmek gerekir. Oxford sözlüğe göre diplomasi, uluslararası ilişkilerin müzakere yoluyla yürütülmesi; buna aracılık yapan elçiler ve temsilcilerin işi ve sanatıdır (Oxford, 1989: C-IV, 696). Temelinde müzakere kavramının bulunması, diplomasiyi barışçıl bir eylem kılar. Savaş sırasında dâhi sürdürülen diplomasi barışın yolunu açma amacı taşır. Nicolson (1942: 17), Diplomasi adlı eserinde ilk insanların bile diplomasiye başvurduğundan bahseder. Hiç değilse gün boyu savaştıktan sonra artık bir ara verip yaralıları kaldırmanın ve ölüleri gömmenin konuşmadan sağlanması mümkün değildir. Öte yandan kendilerine gelen bu elçiyi öldürmüş ya da yemiş olsalardı muhtemelen diplomasi de gelişmezdi. Nicolson'a göre işte bu nedenle savaşçılara dâhi tanınmayan dokunulmazlığın elçilere tanına geldiğini belirtir. Geçen yüzyıllar içinde diplomasinin işleyişi, kullandığı metotları ve araçları değişmiş olsa da diplomatların dokunulmazlığı kuralı sabit kalmıştır.

Diplomasinin tanımında üç unsur belirleyicidir. Bunlardan ilki devletlerarasındaki ilişkileri kapsamıdır. Siyasal, ekonomik, askeri veya kültürel tüm ilişkiler bu kapsamdadır. İkincisi barışçıldır. Şiddet ve zorlama unsurlarının kullanılmadığı, konuşma ve görüşmenin esas alındığı ilişkilerdir. Üçüncüsü ise resmi temsilcilerdir. Bu kişiler doğrudan devleti temsil eden ve yetkileri çerçevesinde devlet adına karar alan kimselerdir (Ateş, 2013: 387, 388). Diplomasi ya da bazen kullanıldığı üzere geleneksel diplomasi, esas aktör olarak devleti muhatap alır. Görüşmeler aksi belirtilmedikçe gizlilik taşır. İki taraflı olabileceği gibi çok taraflı da olabilir. 21. yüzyılda bu ilkelerin çoğunun değişime uğradığı görülmektedir. Temel aktör devlet, bazı konularda yerini uluslararası örgütlere bırakmıştır. Teknolojik gelişmeler ve küreselleşme sayesinde gizli diye bir şey kalmamıştır. Görüşmeler çoğu zaman açık hatta canlı yayınlarda yapılır hale gelmiştir. İki taraflı görüşmeler ise zirve diplomasisi ya da BM Genel Kurulunda görüldüğü gibi çok taraflı diplomasi şeklinde vuku bulur olmuştur. Öte yandan diplomasinin temel görevleri alışıla geldiği üzere devam etmiştir. Bunlar: törensel, idari, istihbarat ve iletişim, uluslararası müzakere, koruma sorumluluğu ve uluslararası düzene katkıdır. Kısaca bakılacak olursa törensel: protokoller, ziyaretler ve temsildir.

İdari görevleri günlük sorunlarla başa çıkma; politik, ekonomik, siyasi, askeri ve kültürel çıkarların korunması; politikaların açıklanması ve savunulması, ikili ilişkilerin güçlendirilmesi; ikili ilişkilerde koordinasyon ve çok taraflı ilişkilerde iş birliğinin sağlanmasıdır. İstihbarat ve iletişim görevleri arasında değerlendirme ve rapor etme ile

gözlem yapma bulunmaktadır. Uluslararası düzene katkıda daha çok uluslararası antlaşmalar ve BM gibi örgütler çerçevesinde yürütülen faaliyetlerdir. Bunlar normatif, yasa yapma ve arabuluculuk gibi görevlerdir (Barston, 2013: 2, 3). Diplomatik temsilciden kasıt en başta devlet yöneticileri ve elçiler olabileceği gibi belirli bir görüşme için özel olarak yetkilendirilmiş kimseler de olabilir.

Zamanla diplomasi, farklı alalarda uzmanlık göstermesiyle yeni tamlamalar oluşturmuş ve kapsama alanını genişletmiştir. Kimi zamansa hizmet ettiği amaç itibariyle spesifik tamlamalar oluşturmuştur. Bunlardan birkaçına bakmak gerekirse:

1.1.4.1. Kültürel Diplomasi

Bir aktörün uluslararası ilişkilerini kültürel kaynaklarını ve başarılarını sınırları dışında tanıtarak ve bu kültürel öğeleri aktararak yürütmesi işidir. Yumuşak güç kaynaklarından biri olan kültür, diplomasi sahasında kullanıldığında kültürel diplomasi ortaya çıkmaktadır. Kültür, ilişki kurmada ortak değerlerin ortaya çıkmasını sağlayarak, iletişimi kolaylaştırmaktadır. Öyle ki hiçbir resmi ilişkisi olmayan Küba ve ABD arasında kültürel ilişkiler süre gelmiştir. Sanatçılar arasında değişim programları organize edilmiş, bunun çerçevesinde New York Filarmoni Orkestrası, New York Şehir Balesi ve Lincoln Center'dan caz sanatçıları Küba'da sahne almışlardır (Goff, 2013: 332). Bu durum doğrudan diplomasi anlamına gelmese de diplomatik bağların yeşermesi için verimli bir zemin oluşturacaktır. Özellikle ilişkilerin kırılgan olduğu ülkelerde kültürel diplomasinin devreye sokulması olumlu sonuçlar alınmasını sağlayacaktır. Siyasi konulara ve anlaşmazlıklara girilmeden, kültürel değerler kullanılarak ortak değerler üzerinden bir anlayış ortamı geliştirmek, her iki taraf için de ilerleyen zamanda diplomasiye katkıda bulunacaktır. Burada dile getirilen “ilerleyen zaman” kavramı ABD- Küba ilişkilerinde görüldüğü üzere oldukça uzun olabilir. Kültürel diplomasinin sonuçlarını çok çabuk görmeye çalışmak bir ormancının diktiği ağaçlara her sabah kalkıp ne kadar büyüdüğüne bakması gibidir (Demir, 2012: 171).

Yüzlerce yıl öncesinden beri kullanıla gelen kültürel diplomasiye McGuigan şöyle dikkat çeker: “19. yüzyılın ortalarından 20. yüzyılın sonlarına kadar süren büyük sergiler ve fuarlar ile tanıtım ve ticaret birleştirilmek istenmiş ve bunu diğer uluslarla karmaşık bir etkileşim içinde ve ticari rekabet bağlamında yapmışlardır” (McGuigan'dan aktaran İsar, 2012: 114). Öyle ki prenslerin ve piskoposların da bu nedenle sanatın ve sanatçının hamisi olduğu belirtilmiştir.

Kültürel öğelerin, önceki sayfalarda geçen ve ulusal itibara katkıda bulunan marka değerlerinden daha etkili olduğunu belirtmek gerekir. Sony walkman'ın tasarımcısı Kuriko Yasuo, “tüm dünyada insanlar hevesle Japon malı Sony walkman istiyor ama ülkemizin dışında pek azı bunlarla Japonca müzik dinliyor” diye sitem etmiştir (Allison, 2008: 104). Sony örneğinde de görüldüğü gibi markalardansa kültürel öğeler daha etkili bir yumuşak güç aracıdır. Benzer şekilde İngiltere'nin de Japonya kadar çok markası olmasa da Japonya'dan çok daha fazla yumuşak güç sahibi olduğu söylenebilir. En başta sahip olduğu küresel dili bunun başlıca nedenidir. Bu dil vasıtasıyla oluşturduğu edebiyat, müzik, sinema gibi kültürel kaynaklar, onu yumuşak güç açısından zengin kılmaktadır. Bir ülkenin markasını tercih etmenin rasyonel ya da ekonomik nedenleri vardır ama bir ülkenin kültürünü paylaşmanın altında cezbetme ve duyguları kazanma başarısı vardır. Kültürel öğelerin daha kalıcı olduğu, markaların aksine kolayca değişiklik yaptırmadığı söylenebilir. Kullandığınız şampuan ya da aracın markası kolayca değişebilirken, dinlediğiniz müzik grubu ya da okuduğunuz yazar çok fazla değişiklik göstermez.

Kültürel değerleri en iyi kullanan ve 19. yüzyılda dünyanın en çok konuşulan diline sahip olmasıyla da bunu pekiştiren Fransa'nın kültürel diplomasiye verdiği önem daha 1886 yılında Alliance Française'ı kurmasıyla anlaşılabilir. Kültürün en önemli aktarım aracı olan dili öğretmek amacıyla kurulan enstitü her yıl 10.000 öğrenciye Fransızca öğretmektedir (alliancefr.org). Burada dile yapılan vurgudan ırka yapılan vurgu anlaşılmamalıdır. Başta imparatorluk varisleri olmak üzere büyük devletlerin ırktan ziyade tebaa (uyruklu) kavramına önem verdikleri bilinmektedir. Nitekim Fransa Kültür Enstitüsünün 1990'daki direktörü, işinin Fransız kültürünü değil, Fransa'nın kültürünü anlatmak olduğunu belirtmiştir. Bu söylemiyle Fransa'da yaşayan çalışan farklı kökenlerdeki tüm sanatçıları kastetmiştir (İsar, 2012: 117). Sovyet Rusya'da da benzer durumu görmek mümkündür. Tüm tek tipçiliğine rağmen komünist rejim döneminde Sovyetleri tanıtan filmlerde ya da sanatsal gösterilerde Gürcü, Tatar ve Kazak gibi Sovyet azınlıklar kendi yöresel kıyafetleriyle resmedilmiştir. Bununla yönetiminde halkların kendi gelenekleri doğrultusunda özgürce yaşadıklarını vurgulamanın yanında, zengin bir kültüre sahip olduğunu gösterme çabası da vardır.

Kültürün ne kadar önemli bir etken olduğunu anlamak için Mashiko ve Miki'nin (2008: 83, 84) Japon ve Amerikalı değişim öğrencileri üzerinde yaptığı çalışma oldukça aydınlatıcıdır. 100 öğrenciye yaptıkları ankette enteresan bir şekilde öğrencilerin ülke seçimine akademik kaygı etki etmemektedir. Tercihlerde birinci sırada “farklı kültürleri tanıma” gelmektedir. Ardından “kültürüne ilgi duyma” gelmektedir. Üçüncü neden

demokratik olması iken son neden yine kültürle alakalıdır: “dile olan yatkınlık”. Kültürün sağladığı yakınlık, öğrencilerin ülke tercihlerinde büyük pay sahibi olmaktadır.

Kültürel diplomasi, diplomatik temsilcilikler bünyesinde bulunan kültürel ataşelikler vasıtasıyla yapılacağı gibi daha yaygın ve etkin bir biçimde artık dil kursları ve kültür enstitüleri tarafından yapılmaktadır. Birleşik Krallık, British Council ile İngilizce öğretimi yaparken, British Culture ile İngiliz kültürünü tanıtmaktadır. Almanya, Goethe Institut ile Almanca öğretimi ve Alman kültürünün tanıtımını amaçlamaktadır. İspanya, Cervantes Enstitüleri ile İspanyolca öğretimi ve İspanyol kültürünü tanıtmaktadır. Çin 17. Komünist Parti Kongresi’nde Başkan Hu Jintao’nun bizzat dile getirdiği Çin’in yumuşak gücünü artırması gerektirdiği (Changhe, 2013: 419) söyleminden sonra yakın zamanda üniversiteler dâhilinde Konfüçyüs Merkezleri açmaya başlamıştır. Merkezlerde dil öğretimi ve Çin kültürünün tanıtımı yapılmaktadır. Sayılan bu ülkelerin haricinde pek çok diğer ülkenin de benzer yapılanmaları mevcuttur. Bulundukları ülkelerde dış temsilcilik sayısından daha fazla bu tür kurumlarla karşılaşmak mümkündür.

Kültürel diplomasiye gayri resmi fakat en güçlü katkılardan birini de diasporalar yapmaktadır. Çoğu zaman bilinçli olmasa da diaspora, bulunduğu ülkede kendi ülkesinin temsilcisi konumundadır; özellikle kültürel anlamda. Birebir kurulan arkadaşlıklar, o ülkenin kültürüne dair birinci elden deneyim sağlamaktadır. Fakat devlet denetimi dışında olması iletişimin negatif sonuçlanmasına da neden olabilir. Newland’ın ifadesiyle (2010: 12) diasporanın yanında getirmiş olduğu yemek kültürü, el sanatları, sanatı, müziği bulunduğu ülke vatandaşlarını anavatanına çekmede aracı olabilir. Bu da ülkesinin siyasi ve ekonomik çıkarlarına katkı sağlayabilir.

1.1.4.2. Dijital Diplomasi

Dijital diplomasi, en kısa manasıyla diplomaside sanal dünyanın kullanılmasıdır. Netpolitik, Siberpolitik ve Diplomasi 2.0 gibi kavramların da yerine kullanıldığı dijital diplomasi, bilgi çağının araçlarının diplomaside işe koşulmasıdır. David Bollier ortaya attığı netpolitik kavramı ile internet temelli bir dünya siyasetinin yumuşak güç ekseninde yeni diplomasi tarzına ortaya çıkaracağını iddia etmiştir. David Rothkopf ise *siberpolitik* kavramı ile sanal politika çağında devletlerin realist anlayıştaki yegâne konumunu yitirerek devlet dışı aktörlerin de dünya siyasetine eklemlendiği, materyal gücün yanında enformasyona dayanan yeni güç anlayışının ortaya çıktığını ileri sürmüştür (Ekşi, 2014: 27, 28). Diplomasi 2.0 kavramı esasında Web 2.0 kavramından türetilmiştir. Buna göre ilk icat edilen ve kullanıma

sunulan internet Web 1.0 olarak adlandırılır. Burada insanlar bilgiye ulaşırken buna son kullanıcı olarak etkide ve katkıda bulunamazlar, yeni bilgi üretemezler. Çağımızdaki yeni internet teknolojisi ise Web 2.0 olarak adlandırılır. Burada insanlar sadece bilgiye ulaşmakla kalmazlar, aynı zamanda ona etki eder, yeni bilgi üretir ve internet dünyasını zenginleştirir. Başta sosyal ağlar olmak üzere, Wiki'ler gibi paylaşımcıların sürekli içeriği yenileyip değiştirebildikleri platformların yanında kişisel web sayfaları (bloglar) Web 2.0 dünyasının en önemli kaynaklarıdır. Diploması 2.0'ın en önemli özelliği enteraktif olmasıdır. Dijital diplomasıyı, kamu diplomasısının konusu yapan şey işte bu karşılıklılık ve kolaylıkla geniş kitlelere ulaşılma özelliğidir. En basitinden Kuzey Kore gibi ülkelerin dâhi Dışişleri Bakanlıklarının kullanmaya başladığı twitter hesapları bunun en belirgin örneğidir. Uluslararası siyasetin en temel aktörü olan devlet, doğrudan halkla iletişime geçmekte, halk da bu tweetlere cevap vererek onun siyasetine etki edebilmektedir.

Coleen Graffy ve Philip Seib gibi yazarlar dijital diplomasının geleneksel diplomasının hedeflerine ulaşmada sadece yeni bir araç olduğunu dile getirirken, Andreas Sandre gibi diğerleri dijital diplomasının, diplomatların görevleri, diplomasının uygulanışı ve evreninde tamamen paradigmatic bir değişime neden olduğunu savunurlar (Gilboa, 2016: 542). Bu tartışama çerçevesinde 21. yüzyıl diplomasısı incelendiğinde ikinci görüşün daha inandırıcı olduğunu söylemek gerekir. Enformasyon çağı ile birlikte devletlerin uluslararası yazışmalar başta olmak üzere elçilik hizmetleri ile pasaport ve vize işlemleri gibi konsolosluk işlemlerini dijitalle kaydardıkları doğrudur. Ne var ki burada bahse konu olan idari işler ya da evrak işlerinden öte, halkla doğrudan iletişim kanalları oluşturması durumu dikkat çekicidir. Ulusal ya da uluslararası kamuoyunun kendi dış politikasına ya da başka bir ülke dış politikasına etkisi söz konusudur. Tüm bunların ise diplomatların bu değişime zorunlu olarak karşılık vermesi ve muhatap alması sonucu ortaya çıkan yeni bir diploması anlayışı görülmektedir. Dijital diplomasının getirdiği en önemli değişiklik ise diplomasının sadece elit bir zümreden değil, daha geniş bir halk kitlesi tarafından takip edilmesini sağlamasıdır.

1.1.4.3. Halk Diplomasısı

Devletin görünürlüğünün azaldığı, halkın kültürlerarası ilişkiler sayesinde uzun dönemli ilişkilerin inşa ettiği ileri seviye bir diploması türüdür (Huijgh, 2016: 443). Esasında burada kastedilen halkın devlet adına diploması yürütmesi değildir. Seçilmiş bir bireyin devlet adına müzakere yürütmesi yetkilendirmeye tabidir ve bu zaten bir geleneksel diploması yöntemidir. Nitekim 1798 yılında yaşanan bir olay bu duruma bariz bir örnek teşkil eder. George Logan isimli bir ABD vatandaşı, Fransız-Amerikan gerilimini kendi çabalarıyla çözerek, ABD

gemilerine uygulanan ambargonun kaldırılmasını sağlamış ve Amerikalı denizcileri ve gemilerini kurtarmıştır. Bu olumlu çabaya rağmen 1799 yılında Kongre’de sivil vatandaşların diplomatik müzakere yapmasını yasaklayan Logan Yasası imzalanmıştır (Tyler ve Beyerinck, 2016: 522). Benzer şekilde Rus jetinin düşürülmesi sonucu gerilen Türkiye-Rusya ilişkilerini yeniden yoluna sokmak üzere iş adamı Cavit Çağlar’ın özel temsilci olarak yetkilendirilmesi ve Rusya’da görüşmelerde bulunması (Hürriyet, 2016) da geleneksel diplomasi şeklinde değerlendirilmelidir. Alan Kumamoto halk diplomasisini şu örnekte çok veciz bir şekilde dile getirir: “İstanbul’da boğazın iki yakasını birleştiren iki tane çok yoğun köprüsü vardır. Öte yandan aşağıda da insanları her iki tarafa taşıyan feribotlar vardır. Bu boğaz köprüleri bana geleneksel diplomasi yollarını çağırıştır. Feribotlarsa insanları birbirine bağlayan daha küçük kişisel yolları çağırıştır” (Mueller, 2009: 106). Sherry Mueller (2009: 102) ise halk diplomasisini resmi görevlilerin haricinde yabancı halklara ulaşmayı sağlayan kamu diplomasisinin bir alt kolu olarak görür. Halk diplomatlarını da kendi ülkesinde ya da gittiği ülkelerde değişim programlarında yabancılarla etkileşime geçen gayri resmi elçileri olarak görür.

Halk diplomasisi olarak çalışmada ele alınan kavram, kamu diplomasisi aracı olması itibariyledir. Özellikle değişim programları bu kapsamda ele alınabilir. Genel mantığı itibariyle “Benim öğrencilerim yurtdışına gidecek ve size ülkenin ne kadar güzel olduğunu anlatacak, sizin öğrencileriniz de benim ülkeme gelecek ve ülkenin ne kadar güzel olduğunu görecekler” şeklindedir (Cull, 2009b: 19, 20). Ne var ki nadiren olsa da bu değişim programlarının istenilen aksi sonuçlar doğurduğu da olmaktadır. Değişim kapsamında bulunduğu ülkede yaşadığı olumsuz tecrübeler, kişinin o ülkeye dair tutumuna zarar verirken, yaşadıklarını döndüğünde kendi ülke vatandaşlarına da aktarması megafon etkisi (megaphoning) yaratmaktadır (Vibber ve Kim, 2015: 138). Bu durumda çok da duyulma ihtimali olmayan bir sorun, birinci elden bir birey tarafından aktarılmasıyla, başka bir ülkede duyulur hale gelmektedir. Bu tabir hem pozitif hem negatif durumlar için kullanılabilir. Mesela Türkiye’de değişim programı kapsamında Kırşehir’e gelen bir yabancı öğrencinin Türkiye’nin ihtişamına dair bir fikir edinmesi çok düşük ihtimaldir. Dahası henüz şehir dışından gelen öğrenciye dâhi sıcak bakmayan bazı şehirlere yurt dışından öğrenci gelmesi, değişim programının maksadına hizmet etmeyecektir.

Aksiyle sonuçlanan değişim programı örneğine verilen en ünlü örnek Seyit Kutup vakasıdır. Kutup, 1948 yılında değişim programı kapsamında Colorado’da eğitim bilimleri üzerine çalışma yapmak üzere ABD’ye gelmiştir. Gördüğü tüketim çılgınlığı ve şehvani

davranışlar karşısında dehşete kapılır. Mısır'a döndüğünde Müslüman Kardeşlerin kurucusu olur ve bozuk Batı değerlerine karşı halkını uyaran en gür seda olur (Cull, 2009b: 45). Cull, kimilerinin “Kutup zaten ABD’ye gelmeden önce de ABD’ye düşmandı” tezine rağmen ABD’de bulunmasının bu olumsuz duygularını daha da körüklediğini öte yandan döndüğünde söylemlerinin belki de hiçbir zaman ABD’yi göremeyecek olan vatandaşları tarafından inandırıcı bulunmasını sağladığını belirtir. Her zaman bu şekilde olumsuz sonuçlanmayacak olsa da değişim programlarının büyük titizlikle organize edilmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

Diğer yandan bazen müstakil olarak “değişim diplomasisi” (exchange diplomacy) kavramı kullanılsa da çalışmada bu kavram halk diplomasisi kavramı dâhilinde kullanılacak ayrıca ifade edilmeyecektir. En yaygın şekliyle değişim kelimesiyle öğrenci değişim programları kast edilse de sadece bu zümreyle sınırlı değildir. Askeri personelin, akademisyenlerin ya da sağlık sektöründe görev yapanların farklı ülkelerde, oranın halkıyla temasa geçmesi de değişim kapsamındadır. Değişimin en önemli yanı, doğrudan iletişime imkân sağlaması ve yine doğrudan geri dönüş alabilmeye imkân sunmasıdır. Bu tür programlar geleneksel diplomasi yollarının yetersiz kaldığı durumlarda farklı ülke halkalarını kaynaştırarak daha etkin bir diplomasi izlenmesi için uygun bir zemin oluşmasına fırsat verir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında Alman ve Fransız halklarının karşılıklı anlayışın geliştirilerek ilişkilerin normalleşmesi için lise öğrencileri arasında bir değişim programı başlatılmıştır. Bu program kapsamında 1997 yılına kadar 5 milyon civarında öğrenci karşılıklı ülkelerde birbirlerini ziyaret etmişlerdir. (Scott-Smith 2009: 50). Geline nokta bu çabaların olumlu sonuç verdiği aşikârdır. 1959 yılında Iowa’lı Grast ailesinin Sovyet lider Kruşçev’i ağırlaması ve bu olayın tüm dünyada haber olması bir başka halk diplomasisi örneği olarak gösterilebilir (Mueller, 2009: 102). Bunlar çok yavaş sonuç elde edilmesine rağmen çok daha sağlam ilişkiler kurulmasını sağlar. Bir diğer ifadeyle “diplomaside son bir metre” de (McConnell, 2008: 30) gelişen ilişkiler sayesinde insanların görüşleri, önyargıları ve tutumları hem en net şekilde gözlemlenebilir hem de bunlara etki edilebilir.

1.1.4.4. Diaspora Diplomasisi

Halk diplomasinden farklı olarak bireyin değil bir topluluğun etkin olduğu diplomasi türüdür. Yine halk diplomasisinden farklı olarak daha uzun vadeli ilişkiler söz konusudur. Kültürel diplomasi konusunda da değinildiği üzere, diasporanın taşıdığı kültürün sağladığı yumuşak güçten başka, bizzat bulunduğu ülkede temsil ettiği duruş da ülke itibarına katkı sağlayabilir. Hatta bizzat diaspora üyesi şahsın dâhi değer olarak varlığı söz konusudur. Cumhurbaşkanı Abdullah Gül bu hususa şöyle dikkat çekmektedir: “Türk kökenli Alman

futbolcu Mesut Özil'in Türkiye için sergilediği tablo belki de çok büyük bütçelerle yapılacak tanıtım kampanyalarından çok daha etkili ve önemlidir" (Altınok, 2012: 7). Devletlerin yurtdışında sahip oldukları diasporaların haklarını gözeterek onlar aracılığıyla diplomatik ilişkilerini zenginleştirdikleri görülmektedir. ABD'de sayısı milyonlara varan Meksika kökenli vatandaşlar, Meksika hükümeti tarafından desteklenerek, ülke adına hem siyasi hem ekonomik çıkar sağlanması amaçlanmaktadır. Bu çerçevede konsolosluk reformu yaparak vatandaşlarına daha kaliteli hizmet verme, diasporanın yaptığı havale ve EFT işlemlerinde kolaylıklar sağlama, oy kullanma, çifte vatandaşlık hatta siyasi adaylıklara imkân tanıma, ülke sınırları dışında dâhi sunulan sosyal güvenceler sayılabilir (Bravo, 2015: 289). Meksika hükümetinin diasporasına karşı yönettiği tüm bu politikalar, ülkesinden ayrılan bu vatandaşların ülkeleriyle olan bağına tamamen kesmesini engellemektir. Tabi bu durumda ülkesiyle halen gönül bağı ve dirsek teması bulunan Meksikalıların ABD iç ve dış politikasına etki edeceğini tahmin etmek zor değil. Öte yandan Meksikalıların anavatanlarına döndüklerinde ABD halkı ve hükümeti hakkındaki gözlemlerini aktarmaları ve bu doğrultuda ABD'ye olan görüş ve tavrın da değişmesine olan katkıları bir anlamda tersine diaspora diplomasisi kavramıyla adlandırılabilir. Bu tür iletişim yolunun etkili olmasında, insanların kurum ya da şirketlerden daha çok bireylere itimat etmesinden kaynaklanmaktadır (Locke, 1999: 29). Öyle ki yurtdışıyla ilgili pek çok resmi ya da özel haber kaynağı olmasına rağmen, yurtdışında yaşayan bir vatandaş, çoğu zaman bu kaynaklardan daha muteber kabul edilir. Diasporanın siyasi katkıdan başka ülkeye ekonomik katkısı da bulunmaktadır. Örneğin Tacikistan milli gelirinin %41,7'sini, Kırgızistan ise %30,3'ünü gurbetçi dövizinden elde etmektedir (Migration and Remittances Factbook, 2016: 13). Yine Türkiye'nin de gurbetçi dövizinden önemli bir gelir elde ettiği bilinmektedir.

1.1.4.5. Niş Diplomasisi

Niş diplomasisi adını ilk kullanan Avustralya Dışişleri Bakanlığı yapmış olan Gareth Evans'dır. Evans bu tabiri uzmanlaşma manasında kullanmıştır. Bu diplomasi türü, her alanda söz sahibi olmaktansa sahip olduğu kaynakları en iyi şekilde kullanarak, daha verimli bir geri dönüş sağlamayı amaçlar (Henrikson, 2005: 67). Spies (2016: 286) ise niş diplomasiyi orta büyüklükte devletlerin bir diplomasi yöntemi olarak görür. Süper güç kapasitesine sahip olmayan devletler, güçlerini belirli alanlarda yoğunlaştırarak etkinlik sağlama yoluna giderler. Böylelikle görece avantajlı oldukları alanda başarı sağlamış olurlar. Bu tip ülkelere en belirgin örnek olarak Kanada ve Norveç gösterilebilir. Kanada barış koruma görevlerinde isminden sıkça söz ettirirken, Norveç de arabuluculuk ve yaptığı cömert dış yardımlarla adını

duyurmaktadır (Henrikson, 2005: 68). Kanada'nın barışsever bir ülke olması ve uzun zamandır çatışmasız bir hayat sürmesi, dahası daha önce belirtildiği üzere ABD gibi bir süper güç tarafından bir meşruiyet kaynağı olarak görülmesi, onu barış koruma operasyonlarında aranan ülke haline getirmektedir. Norveç'in kişi başına düşen gelirde dünyada en üst sıralarda yer alması, ona uluslararası yardımlarda en büyük bağışçı olma imkânını tanımıştır. Öte yandan Kanada ve Norveç sahip olmadıkları büyük orduları ya da nüfuslarını işte bu avantajlı oldukları konularla telafi etmeyi başarmaktadırlar. Aslında Türkiye'nin de kamu diplomasisi açısından izlemesi mantıklı olan niş diplomasisidir. Gücü sınırlı olan Türkiye, kaynaklarını her konuda dağıtmayarak etkinliğini azaltmaktansa niş diplomasi mantığıyla belirli konularda uzmanlaşarak ön plana çıkabilir. Örneğin sahip olduğu silahlı kuvvetleri barış görevlerinde daha sık ve etkin bir şekilde kullanabilir. Eğitim-donat noktasında ihtiyaç duyan diğer ülke ordularına hizmet götürebilir. Mevcut haliyle Türk ordusu Kore Savaşından beri katıldığı tüm operasyonlarda göz doldurmuş, daha da ötesi bulunduğu ülke halkının da takdirini kazanmıştır. Güney Kore, Bosna Hersek ya da Afganistan halkının Türk askerine karşı beslediği olumlu duygular bilinmektedir.

Askeri alandan başka yine uluslararası yardım ve arama-kurtarma faaliyetleri de Türkiye için bir niş diplomasi fırsatı olabilir. Kızılay, TİKA, AFAD gibi resmi kuruluşların haricinde insani yardım konusunda hizmet veren sivil toplum kuruluşlarıyla Türkiye, başta Afrika olmak üzere afet bölgelerinde ismini duyurmayı başarmıştır. Uzun vadede mali yardımda birinciliği sürdüremese de bu alanda akla ilk gelen ülke olma hedefini güdebilir. Bu konu aynı zamanda Türk halkının kültürü ve inancıyla da uyumlu olduğu için başarı şansı yüksek bir alandır.

1.1.4.6. Çek Defteri (Checkbook) Diplomasisi

Ekonomik yardımların diplomaside kullanılması işidir. Özellikle ABD ve Japonya için kullanılan tabir gittikçe zenginleşen Çin için de kullanılır olmuştur. Dış politikada hedeflerine ulaşmak isteyen ülkenin muhatap ülkeyi sübvansiyon, borç verme, ya da yatırım vaadiyle ikna yoluna gitmesi veyahut uluslararası örgütlerde mali sorumluluk açısından daha fazla yük almasıdır. Yurtdışına asker yollaması anayasal olarak yasak olan Japonya'nın bunun yerine OECD kapsamında Resmi Kalkınma Yardımlarına (ODA- Official Development Assistance) ağırlık vermesi bu kapsamdadır. Bu yardımları sıkça ve etik olmayan şekilde alan ülkeler de bulunmaktadır. Oliver Bullough, "diplomatik fahişe" olarak adlandırdığı Tuvalu ve Nauru'yu bu ülkeler arasında sayar. 10.000 civarında nüfusu olan bu ada devletleri yüksek işsizlik oranlarıyla dikkat çekmektedir. Diplomatik tanıma konusunda yaptıkları farklı manevralarla

taraf ülkelerden çek defteri diplomasisi sayesinde para koparmaktadırlar. Nauru önce Çin'den Tayvan'ı tanımayarak para koparmış, ardından da Tayvan'ı tanıyarak ondan para koparmıştır. Çin ve Tayvan duruma uyanınca şimdi gözüne Kafkas ülkelerini kestirmiştir. (Bullough, 2014).

1.1.4.7. Gastrodiplomasi

Gastrodiplomasi yemek kültürünün diplomatik ilişkilerde kullanılmasıdır. Özellikle Japonya, Japon mutfağını (washoku) ön plana çıkararak kültürünü tanıtmaya ve ilişkilerini geliştirme yoluna gitmektedir. Çoktan tüm dünyada tanınır hale gelen tofudan sonra şimdi de Japon usulü salata barlar gelişmiş ülkelerde yerini almış durumdadır (Bestor, 2014: 59). Otantik ülke mutfaklarının turizme olumlu yönde katkı sağladığı bilinmektedir. Washoku'dan hiç de geri kalmayacak Türk mutfağı da markaların tescillenmesi, isim haklarının korunması tedbirinden başlanarak daha güçlü bir şekilde temsil edilebilir.

1.1.4.8. Kamu Diplomasisi

Kamu diplomasisi kavramını yazılı kaynaklarda ilk kez 1871'de New York Times gazetesinde bir siyasetçi tarafından daha sonra da 1918 yılında Başkan Wilson tarafından kullanılmış olsa da İngilizce birebir karşılığıyla (public diplomacy) kamuya açık diplomasi anlamı kast edilmiştir. Wilson'ın meşhur prensiplerinde de yer verdiği gizli antlaşmalar yerine halka açık olan antlaşmalar için kullanılmıştır. En yakın anlamıyla Boston Herald gazetesinde “Kamu diplomasisinin en kötü yanı her gün hükümet liderlerine mektup yazarak onları kendi halkına cevap vermekle uğraştırmak olsa gerek” ifadesinde yer almıştır. Binlerce yıldır uygulanıyor olsa da kamu diplomasisi kavramı gerçek anlamıyla ilk kez Soğuk Savaş yıllarının başında ortaya çıkmıştır (Arquilla ve Ronfeldt, 1999: 27). Sosyal bilimlerin bir cilvesi olarak adı konulmadan kavram olarak akademik dünyada yer alamamıştır. Bu durum hem yumuşak güç hem de kamu diplomasisi kavramları için geçerlidir. Asıl bugünkü anlamında ilk kez kavramı kullanan daha önce diplomatlık da yapmış olan Fletcher Diplomasi Fakültesi dekanı olan Edmund Gullion'dur (Cull, 2009a: 19, 20). Gullion, kamu diplomasisini dış politikada halkların tutumlarını etkilemek olarak tanımlar. Gullion bu kavramını şu şekilde tanımlar:

“Kamu diplomasisi, dış politikanın şekillendirilmesinde yürütülmesinde kamu tutumunun etkisiyle ilgilenir. Geleneksel diplomasinin uluslararası ilişkiler boyutlarının ötesinde, hükümetler tarafından diğer ülkelerdeki kamuoyunun işlenmesini, özel gruplarla etkileşime geçilmesini, dış ilişkilerde politikaların (yabancı halklar üzerindeki) etkisinin izlenmesi ve

raporlanmasını, diplomatların ve yabancı muhabirlerle olan iletişimini ve kültürlerarası iletişim sürecini içerir” (Gullion, 2010).

Gullion bu kavramı 1965 yılın da ilk kez kullandığında büyük kabul görmüştür. Cull’a göre bu kabulde üç esas neden vardı. Birincisi, ABD’nin sahip olduğu demokratik değerlerle daha uyumlu olan ve onu Sovyetler Birliğinin politikalarından ayıran, propaganda ve psikolojik harp kavramları yerine daha ılımlı bir kavrama ihtiyacı vardı. İkincisi, ABD’de ilk kamu diplomasisi kurumu olan USIA’nın (United States Information Agency) diplomatlarına vereceği uygun bir unvan sunmuştu. Üçüncüsü ise yayıncılık da dâhil olmak üzere tüm dış halklarla ilişkileri tek kavramda toplama imkânı sunmuştu (Cull, 2009b: 17).

Nye, kamu diplomasisini, yumuşak gücün uygulama aracı olarak görür (Nye, 2008: 95). Ona göre uluslararası politikada yumuşak gücü oluşturan kaynaklar büyük oranda bir ülkenin değerleri, kültürü, iç ve dış politikadaki tutumlarından tevarüs eder. Kamu diplomasisi ise işte bu değerlerin sadece hükümetlerle değil, diğer ülke halklarıyla iletişime geçme ve onları etkilemede kullanılmasıdır. Melissen de yine kamu diplomasisini, yumuşak gücün temel aracı olarak görür (Melissen, 2005: 4). Crowell (2008: 207) de yine benzer şekilde kamu diplomasisini hükümetlerin yumuşak güçlerini en belirgin şekilde kullanma şekli olarak tanımlar. Ekşi ise kamu diplomasisini yumuşak güce dayanan sivil toplum temelli, kamuoyu odaklı yeni diplomasi tarzı olarak tanımlar (Ekşi, 2011: 15). Bu tanımlamalardan yumuşak güç ve kamu diplomasisinin aynı şey olduğu anlamı çıkartılmamalıdır. Aynı sert güç ile ordunun aynı şey olmadığı gibi. Kamu diplomasisi, yumuşak gücün uygulama aracıdır. Bir ülkenin kamu diplomasisi varken, yumuşak gücü olmayabilir. Örnekte Kuzey Kore. Ya da yumuşak gücü varken, sınırlı bir kamu diplomasisi izler. Örnekte İrlanda (Cull, 2008: 15). Diğer yandan kamu diplomasisi her ne kadar yumuşak güç aracı da olsa, daha yumuşak güç kavramı ortaya atılmamışken, kamu diplomasisi kavramı kullanılmaktaydı.

1.1.5. Kamu Diplomasisi Kavramına İlişkin Görüşler

Kamu diplomasisine yumuşak güç vurgusu yapanlardan başka devletin etkinliğine dikkat çeken tanımlamalar da vardır. Efe (2017: 37), kamu diplomasisini “devletlerin ve devlet tarafından yetkilendirilen aktörlerin siyasi hedeflerini gerçekleştirme adına diğer ülke vatandaşlarıyla yaptığı iletişim temelli faaliyetler” olarak tanımlar. Evan Potter (2002: 3) da kamu diplomasisinde ana uygulayıcıyı devlet olarak kabul eder. Zira kamu diplomasisi bir devletin başka bir ülkenin halkını ve aydınlarını dolayısıyla bu ülkenin politikalarını kendi

lehine döndürmek amacıyla etkilemeye çalışmasıdır. Benzer şekilde Guy J. Golan (2015: 417) kamu diplomasisini esas uygulayıcısının devletin olduğu ve hedef kitlenin yabancı halkların olduğu siyasi halkla ilişkilerin bir alt kolu olarak görür. Kimi düşünürler STK'lar, dini cemaatler, diaspora, düşünce kuruluşları ve çok uluslu şirketler gibi devlet dışı aktörleri kamu diplomasisine dâhi 1 etmese de Zatepilina ve Monacell (2015: 38), bunların devlet-halk ilişkisini desteklediğini söyler. Asıl kabul edilmesi gereken de budur. Şirketlerin asıl amacı kâr maksimizasyonudur. STK'ların ise asıl amacı faaliyet gösterdiği alanda başarılı olmaktır. Değişim programına katılmış bir öğrencinin asıl hedefi sınıfını geçmektir. Dini cemaatlerin asıl amacı taraftar toplamak ya da misyonerliktir. Velhasıl bu yapıların asıl amacı devletin çıkarı olmamakla birlikte, devletler bu yapıları kamu diplomasisi çerçevesinde zeminine ve zamanına göre kullanabilir. Yapılan faaliyet yine kamu diplomasisi olarak adlandırılabilir. Öte yandan bazı kaynaklar, çok uluslu şirketlerin bile bazen kamu diplomasisi yaptığını belirtir. Nitekim Microsoft'un Türkiye'de kırsal kentlerdeki okulları yenilemesi ve bunun reklamını yapması, Coca Cola'nın Seyfe Gölünü yeniden canlandırma çalışmasını finanse etmesi ve bunu duyurması sadece sosyal sorumluluk programı çerçevesinde değerlendirilemez. Bu şirketler bir anlamda bölge halkının sempatisini kazanarak gönlünde yer edinmeye çalışırlar. Hatta Reinhard'a (2009: 198) göre yabancı pazarlarda hizmet veren çok uluslu şirketler, farklı kültürlerle o kadar başarılı iletişim kurmaktadırlar ki bundan devletlerin öğreneceği çok şey vardır. Bundan başka 2011 yılındaki Meksika Körfezinde BP'nin Deepwater Horizon'dan okyanusa petrol akıtmasıyla tarihin insan eliyle gerçekleştirdiği en büyük afette de benzer bir durum söz konusudur. BP'nin tüm dünya kamuoyunun tepkisini dindirmek için farklı dillerde basın açıklamaları yapması, sosyal medya üzerinden özür dilemesi ve telafi çalışmalarını adım adım sunması, halkla ilişkiler şirketlerinden yardım alması (Daniels, 2011) bir halkla ilişkiler çalışmasıdır. Pazarlama dehası Anholt (2011: 103) bunu destekler şekilde kamu diplomasisini hakla ilişkilerin uluslararası boyuta uyarlanmış şekli olarak görür. Çalışmada kullanılan kamu diplomasisi kavramı ise “devlet” ve “çıkart” kavramlarını içerdği için bir Uluslararası İlişkiler terimidir.

Bazı yazarlar ise kamu diplomasisinin ilişki kurma boyutuna dikkat çekerler. Nye (2004: 107), kamu diplomasisini uzun vadeli kültürel ilişkiler kurmak olarak görür. ABD hükümetinde kamu diplomasisi danışma konseyinde de görev yapmış bir kamu diplomasisi uzmanı olan Matt Armstrong'a (2009: 66) göreyse “yerli ve yabancı halklarla ilişki kurarak onları anlama, bilgilendirme ve etkileme; bu sayede ekonomik, siyasi, kültürel ve ulusal güvenlik çıkarlarını korumak” olarak tanımlar. ABD'nin 2005 Yılı Kamu Diplomasisi

Danışma Kurulu raporundaki tanımına göre “kendi hükümetlerinin Amerikan politikalarını desteklemesi amacıyla yabancı halklarla iletişime geçerek onları bilgilendirmek ve etkilemek” olarak tanımlar (US PD Report 2005: 2). İlişki kurmada amaç kendini tanıtmaktır. Çünkü insan, tanımadığının düşmanıdır. Genel anlamda tanımadığı şeylere karşı önyargılıdır. Çalışma boyunca bu farklı tanımlamalardan en kapsayıcı ve çalışmanın önermesine en uygun düşen tanım olan Armstrong’un tanımı tercih edilecektir. Buna göre kamu diplomasisi sadece sınırların dışında yapılan bir eylem değildir. Kendi sınırların içindeki yabancı ya da diaspora konumundaki eski yabancı halklar da hedeftir. Bu hedefin amacı sadece basit manasıyla güç devşirme değil, ekonomik, siyasi, kültürel ve ulusal güvenlik çıkarları olabilir. Çalışmanın konusu olan kamu diplomasisi yaklaşımına bu çıkarlar çerçevesinde açıklama getirilecektir. Diğer yandan bu çıkar türleri uluslararası sistemde sadece devletlerin değil, benzer çıkarları amaçlayan uluslararası aktörlerin de kamu diplomasisi yapabileceğine işaret eder. Bunlar çok uluslu şirketler, uluslararası örgütler hatta terör örgütleri dâhi olabilir.

Tüm bu tanımlar göz önünde bulundurulduğunda ortak paydalarının yumuşak güç, ilişki kurma, politikalarına destek bulmadan oluştuğu görülecektir. Bu kavramaların barışçıl olduğu ve kamu diplomasisiyle amaçlananın geleneksel diplomasiye destek olacak yeni kanallar sunduğu söylenebilir. Doğrudan kelimeleri üzerinden açıklamak gerekirse, kamu diplomasisi “kamuya, kamunun yaptığı diplomasi” olarak adlandırılabilir. Burada kastedilen ilk “kamu” yabancı ülke vatandaşlarıyken, ikinci “kamu”dan kastedilen devlet ve görünür veya görünmez şekilde arkasında devletin bulunduğu tüm yapılardır. Bu haliyle yaşanan kavram karmaşası, halka yapılan diplomasiye vurgu yapılmak amacıyla “kamuoyu diplomasisi” şeklinde formüle edilerek çözülebilir. Öte yandan kamu diplomasisinde devletin varlığı kaçınılmazdır. Çünkü ister uluslararası yayıncılık ister değişim programları, isterse dış yardımlar olsun devlet desteği haricinde finanse edilmesi çok zordur.

Kamu diplomasisinde en önemli hususlardan biri güvendir. Her ne kadar arkasında ulusal çıkar da yatsa, uygulanan kamu diplomasisinin arkasında başka bir amaç gizlendiği muhatap kitle tarafından anlaşıldığında tepki çeker ve kamu diplomasisi akamete uğrar. Çünkü insanlar aldatılmayı sevmez. Bu yönüyle aslında kamu diplomasisi, güven tesis etmedir. Japonya’nın Asya’da izlediği kamu diplomasisinin temel amacı güven kazanmaktır. İstedığınız kadar para harcayın, yardım götürün, değişim programı yapın, yayın yapın; tüm bunların ardında farklı bir amacınız olduğu anlaşıldığında çabalar boşa çıkar. Öte yandan izlenen kötü bir siyasete kamu diplomasisinin yapacağı hiçbir şey yoktur. Buna en bariz örnek oğul Bush dönemi ABD’sidir. Irak savaşı sonrası ABD’nin imajı başta Müslüman ülkeler olmak üzere tüm

dünyada kayba uğramış, yapılan tüm kamu diplomasisi faaliyetlerinin sonuçsuz kaldığı gözlenmiştir. 2000 yılında eğitim ve kültürel değişimlere harcanan 204 milyon yerine 2010 yılında üç kat fazlası 635 milyon dolar harcanmış bunun haricinde ise 2 milyar dolar diğer kamu diplomasisi programlarına harcanmıştır (Golan, 2015: 427, 428). Tüm bu çabalara rağmen ABD algısı yine başta Müslüman ülkeler olmak üzere tüm dünyada çok düşük seviyelerde seyretmiştir (Zaharna, 2007: 214). Tersine örneğe Türk kamu diplomasisinden verilebilir. Gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında çok daha mütevazı bütçelerle kamu diplomasisi yürüten Türkiye; Afganistan, Filistin ve Kosova gibi ülkeler nezdinde itibarını korumaktadır.

1.1.6. Kamu Diplomasisinin Ortaya Çıkış Nedenleri

Son 10 yılda kamu diplomasisi konusunda yazılan akademik makale sayısı 1,700 civarındadır. Kamu diplomasisine artan bu akademik ilgi hem sebep hem de sonuç olarak alınabilir. Ülkelerin giderek daha fazla bu konuya önem vermesi, daha fazla araştırma yapılmasına sebep olabildiği gibi, yapılan kamu diplomasisi çalışmaları da ülkelerin dikkatini bu konuya çekmiş olabilir. Hangi varsayım doğru olursa olsun, esas gerçek şu ki kamu diplomasisi 21. yüzyıl diplomasi faaliyetlerinde önemli bir yer edinmiştir. Ortaya çıkış nedeni ABD özelinde ele alındığında, kavramı ilk kez ortaya atan Edmund Gullion ismi öne çıkmaktadır. Gullion bu kavramı 1965'te ABD Kongresi'ne yaptığı bir sunumda kullanmıştır (Cull, 2006). Amaç negatif çağrışımları olan ve demokrasi ve insan haklarında karnesi zayıf olan Sovyetler Birliği'nin kullandığı propaganda kelimesinin yerine daha çekici bir kelime kullanmaktı. Uygun kelime seçildikten sonra USIA çalışanları artık bayağı bir kelime olan "halkla ilişkiler" yerine görev tanımlarına da daha uygun olan diplomat unvanını almış oldular. Ardından Sovyetlerle rekabet halinde oldukları ülkelerde propaganda yerine kamu diplomasisi kapsamında görev yapmaya başladılar. Özellikle nükleer silahların dehşet verici yıkım gücü dönemin iki süper gücü ABD ve SSCB'yi istihbarat ve ikna kampanyaları üzerinden ideolojik ve stratejik savaşlarını sürdürmeye itmiştir (Yang, 2015: 299). Özellikle iki Dünya Savaşı arası dönemde ABD'de etkili olan liberalizmin etkisiyle, "uluslararası kamuoyu" kavramı ortaya çıkmış ve artık dış politika kararlarında uluslararası kamuoyu da dikkate alınır olmuştur. Ne var ki bu durum ilk başta propaganda araçlarıyla idare edilmiştir.

Propaganda yerine artık kamu diplomasisinin tercih edilmesinde yatan bazı nedenler vardır. Wiseman, 20. yüzyılda evrime uğrayan diplomasi uygulamalarının uluslararası ilişkilere iki taraflı (bilateral) ve çok taraflı (multilateral) diplomasiden başka polilateral (polylateral) diplomasi boyutunu kazandırdığını dile getirir. Polilateral diplomasi, devlet ve devlet-dışı aktörlerin ilişkisi anlamına gelmektedir. Bundan kasıt uluslararası örgütler

olabileceği gibi halklar da olabilir. Kavramı ortaya atan Wiseman, polilateralizmde sistematik bir ilişki, makul beklenti, müzakere ve temsil gibi şartlar ararken, egemenliğini tanıma ya da varlıkların eşit olmasını şart koşmaz. Bu durum devletin konumunu sarsmaz. Demokratik devletler, uluslararası sivil toplumlara otoriter ya da yarı-otoriter devletlere göre daha fazla kol kanat germektedirler. Özellikle ikincil politikalarda (low politics) ve uzun vadeli ilişkiler kurmada uluslararası sivil toplumların daha etkin olduğu bilinmektedir (Melissen, 2013: 345). Copeland ise kamu diplomasisinin Rönesans yaşamasını üç nedene bağlar. İlki, artık çok dar bir alanda hareket etmekte ve başarı sağlamakta zorlanan geleneksel diplomasi yetersiz kalmaya başlamıştır. Aktörleri, kurumları, altyapısı, gelenekleri reforma ihtiyaç duymaktadır. İkincisi, diplomatik konuların ulus-aşırı hale gelmiş olmasıdır. Küreselleşme, sınırların muğlaklaşması, güvenliğin bölünmezliği gibi konular Dışişlerini rolleri ve hedefleri hakkında düşünmeye itmiştir. Üçüncüsü ilişkilerde artık halka da yer verilmesinin gerekliliği bir norm haline gelmiştir (Copeland, 2009: 174). Buna en bariz örneği Nye vermektedir. Kamu diplomasisinin önemini vurgularken Nye, Türkiye'yle ABD arasında yaşanan tezkere krizini hatırlatır. “Kamu diplomasisi her ne kadar Burma ya da Suriye gibi otoriter ülkelerde önemli olsa dâhi, Türkiye ve Meksika gibi demokrasilerde daha önemlidir. Siyasi karar almada meclisin etkin olduğu yerlerde kamuoyunda daha güzel bir imaj yaratmalıyız” (Nye, 2004: 105). 2003 yılında ABD, Irak Savaşı için destek aradığında, TBMM yurtdışına asker göndermeye izin veren tezkereyi kabul etmemiştir. Aslında örnekte de görüldüğü üzere kamu diplomasisinin öneminin artmasında, demokrasinin yeryüzünde yaygınlaşması yatmaktadır. Eskisi gibi kapalı kapılar ardında yapılan gizli anlaşmalar yapmak, teknolojinin gelişmesi ve yaygınlaşması sayesinde çok uzun süre gizli kalamamaktadır. Basının bir devleti ayakta tutan güçler ayrımında dördüncü güç hale gelmesi bir diğer neden olmuştur. Dolayısıyla hükümetlerin tasarrufları daha şeffaf hale gelmiştir. Öte yandan demokratik yönetimlerin yaygınlaşmasıyla birlikte, kolaylıkla satın alınabilen ya da tehdit edilebilen tek adamlar, yerini halkına hesap vermek durumunda olan siyasilere bırakmıştır. Bu siyasilerin ikna edilmesi ise bu siyasileri bulundukları noktaya taşıyan halkı ikna etmekten geçmektedir. Diğer yandan kamu diplomasisi yapmak için demokratik bir ülke olma şartı yoktur. Rusya ve Çin'in demokratik ülkeler olmamasına rağmen kamu diplomasisi yapması şaşırtıcı değildir. Nitekim realist kuram açısından bakıldığında da demokrasinin devletlerin gücü ele alındığında bir norm olarak ele alınmadığı görülmektedir. Bu durum sadece yumuşak güç açısından bir zafiyete ve kamu diplomasisi hedeflerinin tam olarak gerçekleştirilmemesine sebep olur. Nitekim söz konusu bu durum, bu ülkelerin kamu diplomasisi uyguladığı ülkeler açısından değerlendirilmelidir. Demokratik ülkeler zaten imrenme açısından insan hakları, demokrasi,

basın özgürlüğü, refah seviyesi söz konusu olduğunda bu iki ülkeye rezervlerini koyacaklardır. Öte yandan bu ülkeler kamu diplomasisi uyguladığı geri kalmış ülkeler ele alındığında ise bu ülkelerin birinci önceliğinin demokrasi olmadığı, öncelikli kaygılarının ekonomik ya da güvenlik kaynaklı olduğu görülecektir. Diğer yandan kamu diplomasisi verileri göz önünde bulundurulduğunda kamu diplomasisi yapmanın/ yapabilmemenin ilk şartı demokrasi değil, ekonomidir. Ivan W. Rasmussen (2009: 17) kamu diplomasisi yapan ülkeleri zenginlik, gelişmişlik düzeyi, yüzölçümü, özgürlük, demokrasi, demokrasiye geçiş tarihi, itibar, teknik kapasite ve dış temsilcilik sayısı bakımından karşılaştırmış ve demokrasi seviyesinin kamu diplomasisi yapmaya/ yapabilmeye doğrudan bir etkisi olmadığını tespit etmiştir. Amiyane tabirle daha kendi karnınızı doyurmadan başka ülkeleri doyurma ya da kendinize imrendirme gibi bir durum zaten söz konusu olamaz. Hatta otoriter devletlerin koordinasyon ve karar alma konusundaki pratikliği, kamu diplomasisine olumlu yönde etki edebilmektedir. Ingrid d’Hooghe (2005: 8), Çin’in bu etkin koordinasyon başarısı sayesinde kamu diplomasisinde dünyada etkin bir yere sahip olduğunu iddia eder. Diğer taraftan güçlü demokrasiler hesap verme, şeffaflık ve siyasi karar almada yaşanan bürokratik yavaşlıklar nedeniyle harekete geçmede zorlanabilmektedir. Somali Devlet Başkanının ifade ettiği gibi, “Diğer devletler istediğimiz yardımı meclisten geçiresiye, Erdoğan uçakları indiriyor” demektedir.

Kamu diplomasisinde bir diğer husus insan kaynağıdır. Yüksek nüfusun, kamu diplomasisine olumlu bir etkisi yoktur. Nitekim Bangladeş gibi bir ülke kamu diplomasisinde yokken, çok daha düşük nüfusuyla Norveç ilk sıralarda yer alabilmektedir. Burada kamu diplomasisi faaliyetlerinde görev alabilecek yetişmiş elemanın önemi ortaya çıkmaktadır.

Kanada’nın kamu diplomasisine başlama serüveni, kamu diplomasisinin önemine dair bir fikir verecektir. ABD ile yaşadığı bazı siyasi sorunlar Kanada’yı geleneksel diplomasiden farklı yollar aramaya itmiştir. Temelde asit yağmurları nedenmiş gibi gözüксе de Kanada konusunda Amerikan iç politikasının işleyişi, Kanada’yı harekete geçirmiştir. Artık kendisini savunması gerekmektedir. Bunu yapmak için de kendisini ABD Dışişleri Bakanlığı ve diğer bakanlıklarla sınırlandırmak yerine 1980’lerden itibaren Kanada Büyükelçiliği Washington’da Kongre üyeleriyle de iletişime geçmeye başlamıştır. Daha adem-i merkezi ve medya temelli bu bağlantılar ardından çevreyle ilgili STK’lar ve halkla ilişkiler şirketleri de kullanılmaya başlanarak ABD’nin geneline yayılmıştır. Kanadalı yetkililer kamu diplomasisine başvurma nedenlerini ABD yasama sisteminin ve idari düzenlemelerin Kanada’nın çıkarlarına zarar vermeye başlaması ve geleneksel diplomasinin bunu çözmede yetersiz kalması olarak

göstermişlerdir (Henrikson, 2005: 75). Burada lobicilik faaliyetinin daha sonra ABD halkına yönlendirilmesiyle kamu diplomasisine dönüşmesi söz konusudur. Kamu diplomasisinin lobicilikten farkı: lobicilikte siyasi karar vericilere doğrudan ulaşma ve etki etme söz konusudur. Kamu diplomasisinde ise seçilmişler değil, seçmenler hedef kitledir. Dahası günümüzde siyasi kararların manipüle edilerek günü kurtarma çabası değil, devlet politikalarının uzun vadede savunula gelmesidir.

Özetle belirtilecek olursa kamu diplomasisine geçme nedenleri şu şekilde sıralanabilir:

1. İki büyük Dünya Savaşı ve nükleer silahların yıkıcılığının görülmesinden sonra artık kaba güç yerine, farklı ikna yöntemleri aranır olmuştur.
2. Demokrasinin yaygınlaşmasıyla birlikte, diktatörlüklerin sayısı azalmıştır. Demokratik ülkelerin iknası ise sadece liderlerin değil, liderler üzerinde etkisi olan halkın da ikna edilmesinden geçer olmuştur.
3. İletişim yollarının çeşitlenmesi ve gelişmesiyle insanlar birbirine daha yakınlaşmış, fikirler, kültürel değerler ve haberlere daha kolay ve ucuza erişilebilir olmuştur.
4. Thomas Bailey'in (1968: 71) dediği gibi "Düşünceler dayanıklıdır. Uluslararası sınırları ve okyanusları aşarlar. Onlarla ancak daha iyi düşünceler üretmekle başa çıkılabilir". Uzun vadede muhatapın fikri ancak onu ikna ile değişebilir.
5. Uluslararası terör, çevre sorunları, göç hareketleri gibi sınır aşan konularda artık sadece devletlerarası diplomasi yetersiz kalmaktadır. Polilateralizm mantığında olduğu gibi çok uluslu şirketler, STK'lar ve bizzat halkın kendisi de çözümün ortakları haline gelmiştir.
6. Trende uyma. Gelişmiş ülkeler kamu diplomasisi uygulamaya başlayınca, tam olarak sebebini ve faydalarını bilmesede de diğerleri de onları takip etmektedir.

Rasmussen (2009: 14), bu son maddeye katılmaz. Ona göre eğer kamu diplomasisi devlet davranışında bir norm olduysa neden hâlâ pek çok devlet kamu diplomasisi uygulamamaktadır?

Melissen (2013: 350), ülkelerin kamu diplomasisi uygulamada farklı amaçları olduğunu belirtir. Mesela kimi küçük ülkeler görünür olmak için, kimileri ise görünür olmamak için (olumsuz yanlarını gizlemek) uygular. Kimisi evrensel değerleri yaymak için, kimisi ise "daha fazla mal satmak" ticari çıkar için uygular. Yükselen ekonomiler ise kamu diplomasisini bir üst lige çıkma aracı olarak kullanırlar. Sürekli güç değişimlerinin yaşandığı küresel arenada BRIC (Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin) ya da MIKT (Meksika, Endonezya, Kore ve

Türkiye) ülkelerinin kamu diplomasisine ilgisi yükselen diğerlerinin (“The west and the rest” Batı ülkeleri ve diğerleri ifadesindeki diğerleri ile kast edilen ülkelere gönderme) sabırsızlığı olarak görülebilir. Melissen kamu diplomasisinin ülkeleri gelişmiş ülkeler sınıfına yükseltebileceğini iddia etmektedir.

En basitinden nefret edildiğiniz bir ülkede kurumlarınız, yatırımlarınız, vatandaşlarınız ve temsilcilikleriniz tehdit altındadır. Daha önce verilen Afganistan halkının Türk ve ABD askerlerine karşı olan tutumu gibi. Tüm bunlar devletin bu ülkede manevra alanını daraltarak ulusal çıkarlarına zarar verir.

1.1.7. Kamu Diplomasisi ile Ulus Markalama Arasındaki Fark

İki alan arasındaki ilk göze çarpan ayrım, köken ayrımıdır. Kamu diplomasisi isim, teori ve uygulama itibarıyla ABD kaynaklıyken, ulus markalama Birleşik Krallığın baskın olduğu Avrupa kökenli bir alandır (Szondi, 2008: 1). Ayrıca ulus markalama bazı yöntemleri itibarıyla kamu diplomasisine benzerlikler gösterse de hedefleri noktasında kamu diplomasisinden ayrılmaktadır. Szondi (2008: 16, 17), iki kavramın örtüşen hiçbir hedefi olmadığını iddia eder. Ulus markalamanın amacı ekonomik çıkarlar iken, kamu diplomasisinde hedef siyasal kazanımlardır. Ulus markalamada bir ülkenin sahip olduğu tarihi, turistik, kültürel değerleri öne çıkarılarak diğer ülkelerden farklılığı vurgulanmaya çalışılır. İki kavramın karıştırılmasındaki en temel neden, ulus markalama araçlarının bazen kamu diplomasisi için de kullanılıyor olmasıdır. Szondi her ne kadar kamu diplomasisinin amacı ekonomik değil siyasidir dese dâhi, ulusal çıkar kavramı akla getirildiğinde, ekonomik çıkarların siyasi çıkarlardan tamamen ayrı düşünölemeyeceği aşikârdır. Diğer yandan siyasi karar alıcılar perspektifinden düşünöldüğünde ulus markalama kısa vadede ve ekonomik – diğer ifadesiyle elle tutulur; somut- sonuçları nedeniyle tercih edilmektedir. Bu durum en bariz şekliyle 2012 yılında ABD Kongresi’nde yaşanan tartışmada görölmüştür. Kongre üyeleri, dönemin kamu diplomasisinden sorumlu müsteşarı Sonenshine’a 775.000 yabancı öğrencinin ABD’ye getirilmesinden ne kadar ekonomik kâr elde edildiğini sormuşlardır. Sonenshine, amacın ekonomik değil, pozitif kültürel ve eğitsel dönüşüm olduğunu belirtmiştir. Buna rağmen sadece New York, bu öğrencilerden 2,5 milyar dolar gelir sağlarken, yabancı öğrenciler ABD genelinde 20 milyar dolar bırakmışlardır (Golan, 2015: 424). Kamu diplomasisinde öncelikli hedef ekonomik olmasa da bazı durumlarda kazancın elde edilmesi işin ekstrasıdır. Kamu diplomasisi faaliyetlerinden kısa zamanda ve farklı alanlarda geri dönüş beklemek, “Diktiğimiz meyve fidanlarının gölgesinden neden

faydalanamıyoruz” diye hayıflanmak gibidir. Bu fidanı dikmede hedef gölgesinden faydalanmak olmadığı gibi, kısa vadede bir karşılık beklemek de abestir.

Melissen (2005: 19) kavram karmaşasının Dışişleri Bakanlıklarının ulus markalama konusuna ilgi duymalarından kaynaklandığını iler sürer. Dışişlerinin farklı dönemlerde bu yola başvurmaları, bu uygulamayı aynı kaynaklar ve personel üzerinden yürütmeleri kavramlar arasındaki sınırı belirsiz hale getirmektedir.

Kamu diplomasisi, ulus markalamadan başka zaman zaman halkla ilişkilerle de karıştırılmaktadır. Nancy Snow (2015: 79), halkla ilişkilerin işletmecilik ve kurumsal iletişim modellerini kullanırken, kamu diplomasisi teori ve uygulamalarının uluslararası ilişkiler ve ulusal çıkarla alakalı olduğunu belirtir. Snow, halkla ilişkiler uzmanı 65 kişilik bir uzman grubunun 40 yıl önce toplanıp 472 tanım içinden 54 kelimelik en iyi tanımı seçerek yaptıkları işi anlattıklarını, bu yüzden karıştırılacak bir durum olmadığını ifade eder. Bu tanıma göre halkla ilişkiler, bir örgüt ve halk arasında karşılıklı iletişim, anlayış, kabul ve iş birliği kurulmasını ve sürdürülmesini sağlayan; sorunlar ve problemlerle başa çıkılmasını, halkın bu konularda bilgilendirilmesini ve kamuoyu görüşünün değerlendirilmesini, çıkarlarının korunmasını, etkin bir biçimde değişimin sağlanmasını, erken uyarı sistemi gibi çalışmasını bilimsel, etik ve sağlam iletişim teknikleri ile sağlayan özgün bir yönetim işlevidir (Snow, 2015: 77).

Dahası kısa vadeli ilişkilerde halkla ilişkiler tabiri kullanmak mümkünken, insanı yardımlar, teknik destekler, değişim programları gibi kamu diplomasisi eylemlerini halkla ilişkiler olarak değerlendirmek imkânsızdır.

Kavram karmaşasına neden olan bir diğer husus, kamu diplomasisinin diğer disiplinlerle olan girift ilişkisidir. 2003 yılında ilk açılan kamu diplomasisi enstitülerinden biri olan Güney Carolina Üniversitesi Kamu Diplomasisi Merkezi (CPD Center on Public Diplomacy), İletişim ve Gazetecilik Fakültesi ile Uluslararası İlişkiler bölümleri iş birliğiyle kurulmuştur. Bir iletişim fakültesi hocası olan Eytan Gilboa’ya (2008: 74) göre siyaset bilimi, sosyoloji, psikoloji, kültürel çalışmalar, retorik, tarih, teknoloji, pazarlama gibi pek çok bilim dalı kamu diplomasisi çalışmalarına katkıda bulunabilir. Mesela alanın en önde gelen isimlerinden olan Simon Anholt dilbilim kökenli bir pazarlama gurusuyken, Nicholas J. Cull tarih kökenlidir. Nancy Snow halkla ilişkiler mezunuyken, R. S. Zaharna iletişim fakültesinden mezundur. Kamu diplomasisinin işte bu interdisipliner yapısı, her disiplinden kavram taşınmasına neden olmuştur. Brian Fung (2011) ise daha ileri giderek kamu diplomasisinin çok belirsiz bir bilim

olduğunu ileri sürmüştür. Kamu diplomasisi ve ulus markalama arasındaki farklar özetle şöyle sıralanabilir:

Tablo 3: Kamu Diplomasisi ve Ulus Markalama Arasındaki Farklar

	Kamu diplomasisi	Ulus markalama
Amaç	Siyasi çıkarlar	Ekonomik çıkarlar
İçerik	Siyasi (hükümetlere göre öncelikler değişiklik gösterebilir) Kimlik temelli Uluslararası ilişkiler ve kültür kaynaklı	Siyaset dışı İmaj temelli Pazarlama ve tüketim kaynaklı
Hedef kitle	Halklar ve aktif paydaşlar	Pasif konumdaki toplu tüketiciler
Yön	Dış kamuoyu	Hem iç hem dış kamuoyu (iç kamuoyunun rızası olmazsa, başarısızlık mukadder)
Hükümetin görevi	Mesajın hem başlatıcısı hem de göndericisi	Mesajın başlatıcısı olsa bile göndericisi değil
Aktörler	Devlet, devlet-dışı aktörler, hükümet, hükümete bağlı kuruluşlar, Büyükelçilikler, Dışişleri Bakanlığı, Kültür Bakanlığı, STK'lar, kültürel enstitüler, Diaspora	Ulusal turist kurulları, seyahat acenteleri, yatırım ve ihracat birlikleri, ticaret odaları, çok uluslu örgütler
Stratejiler	İlişki kurma ve sürdürme Öz ve içeriğe vurgu Adem-i merkezi İnsanları ve kültürleri bağlayabilecek hem olumlu hem olumsuz unsurlara odaklı Güven oluşturma	İmaj yönetimi Görsel ve sembollere vurgu Tek merkezden kontrollü Sadece pazarlama değeri olan olumlu unsurlara odaklı
Taktikler	Sergiler, film festivalleri, değişim programları, dil öğretimi, ağ kurma, yıldönümleri, siyasi liderlerin yabancı yayınlarda yayınları, özgün etkinlikler	Logo ve sloganlar, yabancı ülke kanallarına ve dergilerine verilen reklamlar, web sayfaları, basın tanıtımları, broşürler, tanıtım etkinlikleri
Medya	Kitlesel medyadan ziyade sosyal medya ağırlıklı	Kitlesel medya ağırlıklı
Bütçe	Devlet destekli	Kamu ve özel sektör destekli
Zaman aralığı	Devamlı	Süreli
Değerlendirme	Orta ve uzun vadeli	Uzun vadeli

Kaynak: Szondi, 2008: 17, 18.

1.1.8. Eski Kamu Diplomasisi-Yeni Kamu Diplomasisi Farkı

2000’li yılların başlangıcından itibaren kamu diplomasisi uzmanları, kamu diplomasisi için farklı kavramlar kullanır olmuşlardır. Riordian “diyalog temelli kamu diplomasisinden” bahsederken, Dutta ve Bergman “kültür merkezli kamu diplomasisinden” bahsetmiştir. Zaharna ve Gershman “ağ temelli kamu diplomasisini” ortaya atarken, Hocking “çok paydaşlı kamu diplomasisini” ortaya atmıştır (İzadi, 2016: 13, 14). Melissen, Cull ve İzadi gibi yazarlar ise sadece “yeni kamu diplomasisi” demekle yetinmişlerdir (Melissen, 2005; Cull 2009; ve İzadi, 2009). Bu kavramların ortaya çıkmasında hem iletişim şeklinin değişmesi hem de aktörlerin çeşitlenmesi etken olmuştur. Artık kamu diplomasisi, propaganda dönemindeki gibi sadece bilgi yaymaktan ibaret değildir. ABD’li kamu diplomasisi uygulayıcılarının hatta başkanların sıkça kullandığı “to win hearts and minds” (kalpleri ve zihinleri kazanma) devreye girmiştir. Dahası kamu diplomasisi faaliyetleri gelişen teknolojinin sunduğu imkânlar sayesinde yaygınlaşmış ve enteraktif hale gelmiştir. Yukarıda kamu diplomasisi için yeni kavramlar geliştiren her biri, bakış açısına göre haklı olmakla birlikte, toplu resmi tanımlamakta yetersizdir. Diyalog temelli kamu diplomasisi, mesajın sadece iletilmekle kalmayıp, karşı tarafın da duygu ve düşüncelerini sunmasına bir anlamda geri bildirimde bulunmasına fırsat vermektedir. Kültür merkezli kamu diplomasisinde kültür enstitüleri, dil merkezleri, sergiler ve sinema-tiyatronun öneminin arttığını iddia etmiştir. Ağ temelli kamu diplomasisi ise internetin yaygınlaşmasıyla artan sosyal medya hesapları sayesinde uluslararası siber ağda örgütlenen ve bunun çerçevesinde gelişen kamu diplomasisine dikkat çekmiştir. Ne var ki, kamu diplomasisinde eskisinden farklı olan sadece internetin kullanımı, enteraktif olma, kültürün ön plana çıkması, daha güçlü bağlar oluşturma değil, bunların tümü ve daha fazlasıdır. Bu bakımdan düşünüldüğünde ille de bir kavram değişikliğine gidilecekse yeni diplomasi kavramı en makul olanıdır.

Yeni kamu diplomasisinde, kamu diplomasisi uygulayıcısı sadece devlet değil, aynı zamanda devletin gizli veya açık bir şekilde finanse ettiği STK’lar ve konusuna ve zamanına göre para karşılığı kamu diplomasisi hizmeti satın aldığı halkla ilişkiler (PR- public relations) şirketleri söz konusudur. Snow (2009: 6), eski kamu diplomasisini bilgilendirme, etkileme ve iş birliği kurma yöntemleriyle devletin yabancı halklarla konuşması olarak görür. Yeni kamu diplomasisi ise hem devlet hem de birey ve grupların bu süreçlere doğrudan ya da dolaylı etkisi olduğunu söyler. Snow devletten-halka olan bu iletişim modelinin neden halktan-halka dönüştüğünü açıklarken teknolojik gelişmelere dikkat çeker. Kullanıcı dostu teknolojiler halkın dış politikaya daha fazla dâhil olmasını ve kararlara daha çok etki etmesini sağlamıştır.

Cull (2012: xi, xii) ise yeni kamu diplomasisinin ortaya çıkmasına neden olan altı etkenden bahseder. İlk neden, yeni ortaya çıkan siyasi ortamdır. Soğuk Savaşın sona ermesiyle ABD'nin tek süper güç haline gelmesi, belli iki alternatifte son vermiştir. İkincisi, artık kamu diplomasisi sadece ulus devletin tekelinde değildir. Avrupa Birliği gibi aktörlerin yanında uluslararası örgütler ve şirketler de kamu diplomasisi yapar hale gelmiştir. Üçüncüsü, Soğuk Savaşın sona ermesi gerçek zamanlı iletişim teknolojilerinin ortaya çıkmasına denk gelmiş, kamu diplomasisi buna uyum sağlamak durumunda kalmıştır. Yeni kamu diplomasisi artık Soğuk Savaş döneminin yukarıdan aşağıya iletişim modeli yerini eşten-eşe yatay bir iletişim modeline bırakmış, böylece bireyin önemi artmıştır. Beşincisi, iletişim hızı artmıştır. Son olarak pazarlama gibi başka disiplinlerden farklı kavramlar ve teoriler edinmiştir.

Zaharna (2010: 83) bu değişime daha net üç neden sayar. Bunlardan ilki, değişen aktörler ve amaçları; ikincisi, iletişim teknolojileri; sonuncusu da bu aktörlerin bu teknolojileri amaçları için kullanım şekilleridir. Bu değişim sonucunda kamu diplomasisi artık sadece mesaja, tanıtım kampanyalarına, devletin yabancı halklarla iletişime geçmesine indirgenemez. Yeni kamu diplomasisinde yabancı ülkelerdeki sivil toplum aktörleriyle ilişkiler kurmak, içte ve dışta STK'larla sosyal ağlar örmektir (Melissen, 2009: 22). Pamment ise 20. yüzyıl kamu diplomasisinin yayıncılık modeli üzerine kurulu olduğunu amacının da insanların bu yolla iknası olduğunu belirtir. Oysa 21. yüzyıl kamu diplomasisinin merkezinde diyalog vardır (Pamment'ten aktaran Costa, 2017: 141).

21. yüzyılın bir diğer özelliği, tüketim çağı olmasıdır. Çok fazla ve çok çeşit bulunan ürünlerden, insanların seçim yapması gerekmektedir. Bu durum, somut ürünler kadar soyut ürünler için de geçerlidir. Artık çok fazla haber, çok fazla bilgi, çok fazla etkinlik bulmak mümkündür. İnsanlar artık çok çabuk sıkılıp, farklı bir ürüne ya da konuya geçmeye başlamışlardır. Örneğin eğitim için söylenen çocukların sadece 20 dakika aktif olarak ders dinleyebildikleri veya bir internet sayfasında durma süresinin 9 saniye olması gibi. İşte bu şartlar altında kamu diplomasisinin de ilk yapması gereken, ilgiyi çekmek sonra bunu canlı tutmaktır. Gregory (2008: 283), yeni kamu diplomasisinde artık pek çok aktör bulunduğunu, artık sınırlı olan şeyin bilgi değil, ilgi olduğunu belirtir. Cull eski kamu diplomasisi ve yeni kamu diplomasisi arasındaki farkları aşağıdaki gibi ayırır:

Tablo 4: Eski Kamu Diplomasisi ve Yeni Kamu Diplomasisi Arasındaki Farklar

Baskın özellikler	Eski kamu diplomasisi	Yeni kamu diplomasisi
1. Aktör	Devlet	Devlet ve devlet dışı aktörler
2. Teknoloji	Kısa dalga radyo yayını, basılı gazeteler, karasal telefon hatları	Uydu, internet, gerçek zamanlı haberler, akıllı telefonlar
3. Medya türü	Ulusal ve uluslararası haberlerde belirgin bir ayırım	Ulusal ve uluslararası haberlerde muğlaklık
4. Yaklaşım türü	Siyasi savunma, propaganda teorileri	Markalama ve ağ oluşturma teorileri
5. Terminoloji	Uluslararası imaj İtibar	Yumuşak güç Ulus markalama
6. İletişim yönü	Yukarıdan aşağıya (dikey), aktörden yabancı halklara	Yatay
7. İletişimin doğası	Hedefi belli mesajlar	İlişki kurma
8. Genel amaç	Uluslararası ilişkilerin idaresi	Uluslararası ilişkilerin idaresi

Kaynak: Cull, 2009b: 14.

Tablo incelendiğinde değişimin ana kaynağının teknolojik gelişmeler olduğu görülecektir. İletişim teknolojilerinin ucuzlaşması ve yaygınlaşması, siber sosyal ağların önem kazanmasına, bu durum ise bireyin ön plana çıkmasına neden olmuştur. Önceden göz ardı edilebilen birey ya da birey grupları, artık sahip oldukları dış politika farkındalığı nedeniyle dikkate alınır hale gelmiştir. İletişim modelinde eski kamu diplomasisinde başvuru dikey iletişim modelinde devlet (siyasi liderler veya hükümet temsilcileri) mesajını aşağıya doğru (yabancı halklar) iletirken, yeni kamu diplomasisinde iletişim yönü yataydır. Bu iletişim modelinde bireyden bireye etkileşim söz konusudur. Li ve Wang'ın (2013: 976) ortaya attığı netizen (internet citizen/ internet vatandaşları) kavramında, sosyal medya üzerinden dünya halklarıyla iletişim kuran vatandaşlara vurgu yapar. Çinli netizen'lerin aktardığı haber ve mesajların, Çin hükümetinin çıkarlarını gözeterek yayın yapan kuruluşlarından daha güvenilir bulunduğunu ve daha çok talep gördüğünü belirtir.

Kültürel etkinlikler, öğrenci değişimleri ve teknik yardım ve eğitimler de yatay ilişki kapsamında değerlendirilebilir. Riordan (2005: 191), “Yabancı halklarla en iyi sivil toplumumuzun devlet dışı kurumları iletişim kurmakta. Diplomatların aksine onlara güven

duyuluyor. Hatta kendi hükümetlerini ne kadar eleştiriyorlarsa, o kadar güven duyuluyor” der. Dahası kamu diplomasisi uygulayıcıları halkla direkt temas sağladıkları için birinci elden manipüle edilmemiş bilgi edinebilmektedirler. Bu durum geleneksel diplomasi çerçevesinde dış temsilciliklerin seçili gazeteci, iş adamı ya da siyasilerden elde ettiği bilgilerden daha güvenilir ve değerli olabilmektedir. Ne var ki bu da yine kamu diplomasisinin amacı değil, bir yan üründür. Öte yandan tüm bu farklarına rağmen eski kamu diplomasisi ve yeni kamu diplomasisinde değişmeyen bir şey vardır o da nihai amaç: uluslararası ilişkilerin idaresi.

Çalışma boyunca yeni kamu diplomasisi tabiri kullanılmayıp sadece kamu diplomasisi denilecektir. Aslında özetle teknolojik, siyasi ve sosyal değişimler nedeniyle kamu diplomasisinin evrilerek çağın gereklerine ayak uydurduğu söylenebilir. En önemli değişim ise kamu diplomasisinde bireylerin etkinliğinin artmasıdır.

1.2. Propaganda

Kavram olarak kamu diplomasisinden eski olan propaganda kelimesi, bilerek veya bilmeyerek çoğu zaman kamu diplomasisinin yerine kullanılmaktadır. Bu durum bazen kamu diplomasisi çalışmalarını hor görme niyetiyle olabildiği gibi, kim zaman da her iki kavramın aynı kapsamda değerlendiren bakış açısından kaynaklanmaktadır. Her iki kavramın ortaya çıkış serüveni ve hedefleri dikkate alındığında, muğlaklık ortadan kalkmış olacaktır.

Propaganda tabirinin ilk yazılı kullanımına 1622 tarihli Papa 15. Gregory’nin Sacra Congregatio de Propaganda Fide’nin (Congregation for the Evangelization of Peoples/ Halkların Evanjelikleştirilmesi Cemaati) kurulmasıyla görülmüştür. Bu dönemde Roma Katoliklik kilisesi, reformist Protestanlığa karşı imanı korumaya verdiği silahlı mücadele başarısız kalmış, sonrasında Papa insanların kilise öğretilerini “gönüllü” bir şekilde kabul etmesi için verilen çabaların koordine edilmesi amacıyla Papalık Propaganda Ofisini kurdu muştur (Pratkanis ve Aronson, 2001: 14). Pratkanis, işte bu kökeni nedeniyle propagandanın Protestan ülkelerde negatif çağrışımlara neden olurken, Katolik ülkelerde pozitif algılandığını belirtir. Kavramın yaygınlaşması, Birinci Dünya Savaşı sırasında ikna taktiklerinin kullanılmaya başlanmasıyla olmuştur. Başkan Wilson 1916 yılında Zafersiz Barış sloganıyla Başkan olmuşt u. Son derece pasif olan halk bu dönemde Avrupa savaşı na dâhil olmak için hiçbir neden göremiyordu. Fakat savaşı zaten girecek olan Başkan kurdu ğ u Creel Komitesi aracılığıyla yaptığı propaganda çalışmaları sonucunda halkı savaşı na ikna etmişti. Altı ay sonra, Amerikan halkı, Almanlara ait her şeyi yakıp yıkmak ve savaşı na girip dünyayı kurtarmaya ant içmişti (Chomsky, 2016: 1).

Genel itibariyle propaganda, taraflı bir takım fikir ve bilgilerin yalan ve aldatmaca kullanılarak yayılmasıdır (Pratkanis ve Aronson, 2001: 14, 15). Türk dil kurumuna göre İtalyanca kökenli olan sözcük, bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetme ve yayma amacıyla söz, yazı gibi yollarla gerçekleştirilen çalışmadır (TDK, C. II, 1988: 1201). Üç tür propagandadan bahsedilebilir: beyaz, gri ve kara propaganda. Beyaz propaganda gizli olmayan açık biçimde yapılan propagandadır. Kaynağı bellidir ve kendini tanıtmak ister. Gri propaganda, bulanık bir yapıdadır. Kaynak belli değildir. Yalan veya iftira olduğuna ilişkin deliller kesin değildir. Nötr bir kaynaktan gelen rivayetlerden oluşur. Düşmanı gülünç göstermek için kullanılır. Kara propagandada mesaj dost bir kaynaktan geliyormuş gibi görünür ama değildir. Hedef kitlenin algı duvarını aşmak için, bilgiler dost bir kaynaktan dağıtılır, böylece kaynağın sorgulanması engellenir (Orallı, 2014: 243, 244). Nitekim Noam Chomsky'nin dikkat çektiği propaganda türü de budur. Chomsky, "Totaliter devlette cop neyse, demokraside de propaganda odur. Bilgeceidir ve iyidir; çünkü yine, şaşkın sürü ortak çıkarlarını bir kenara atar. Onları anlayamaz" der (Chomsky, 2016: 7).

Psikolojik harp ya da bazen anıla geldiği şekliyle beyaz propaganda, savaş sırasında iletişim yoluyla düşmanın alt edilmesi olarak tanımlanır (Cull, 2009b: 22). Tarhan (2016: 23), psikolojik harbin üç temel amacı olduğunu belirtir. İlki, düşmanın siyasi, ekonomik, sosyal ve moral bakımdan zayıflığını istismar ederek onun savaş gücünü zayıflatmak; ikincisi, kurtarılan bölgeleri teşkilatlandırıp kontrolü kolaylaştırmaktır. Son olarak da düşman yenilgisini sağlamak için düşünce, heyecan, eğilim ve davranışları üzerine ısrarlı etkiler yaparak direniş ve savaş azmini kırmak. Korku uyandırarak cesaretlerini kırmaktır.

1.2.1. Kamu Diplomasisi ve Propaganda Arasındaki Farklar

Propaganda konusunun çalışmada yer almasının nedeni kimi kamu diplomasisi uzmanlarının, kamu diplomasisinin propagandadan çok da farklı olmadığını iddia etmesinden kaynaklanmaktadır. Kimi bilim adamları kamu diplomasisini, Soğuk Savaş döneminin itici "propaganda" kavramının yerine kullanıldığını iddia ederken (Melissen, 2005: 17), diğer pek çoğu bunu modern zamanın bir gerekliliği olarak görmektedir (Taylor 2009; Potter, 2010; Ekşi, 2014). Gilboa, Snow, Jowett ve O'donnell gibi bazıları kamu diplomasisini, propagandanın yeni versiyonu olarak görür. Gilboa, her iki eylemi kaynağı açısından değerlendirir. Eğer bu iletişim faaliyetlerini biz başkasına yaparsak kamu diplomasisi, başkası bize yaparsa propaganda olarak görüldüğünü belirtir (Gilboa, 2008: 58). Bu mantıkla Avrupalı devletlerin iletişim faaliyetleri, iyi olan kamu diplomasisi olarak değerlendirilirken, Çin ve Rusya'nın eylemleri içeriğine bakılmaksızın kötü olan propaganda olarak

değerlendirilir (Hartig, 2017: 350). Daha önceki sayfalarda da belirtildiği üzere, kavram olarak kamu diplomasisine geçilmesinin dâhi özünde Sovyetlerin kullandığı propaganda kavramından uzaklaşmak vardı. Ne var ki ABD'nin özellikle oğul Bush döneminde kamu diplomasisi mantığından uzaklaşması ve savaş çığırtkanlığı, yeniden propaganda mantığına döndüğü izlenimi vermeye başlamıştı. ABD'li diplomat Richard Holbrooke (2001) Irak'a müdahale öncesi Washington Post'a verdiği demeçte, “ister kamu diplomasisi deyin ister halkla ilişkiler ister psikolojik harp... Hatta daha cesur ifadesiyle propaganda. Kendimizi ve bu savaşın ne anlama geldiğini bir milyar Müslüman'a anlatmalıyız” demiştir. Berridge de cesur davranarak kamu diplomasisi yerine propaganda ifadesini kullananlardandır. Berridge (2010: 179), “Devlet dışarıya karşı yaptığı propagandaya, propaganda diyemez. Çünkü yıllarca propaganda sistematik bir şekilde yalanların yayılması olarak tanımlandı. Bunun yerine bir edebikelam (euphemism) lazım: kamu diplomasisi” der. Jowett ve O'donnell göre iletişim tekniklerinde yaşanan önemli gelişmelerin, bilginin üretilmesinde ve dağıtılmasında yeni imkânlarla rağmen, propagandanın özünde ve amacında bir sapma olmamıştır. Kore Savaşı, Vietnam Savaşı'nın yansımaları, siyasi ittifakların farklılığı ve savaşa gösterilen tepkiler nedeniyle, farklı propaganda stratejileri uygulanır olmuştur. Avrupa savaşlarında kullanılan basın, radyo, kitap ve broşür gibi propaganda araçları bu çatışma bölgelerinde etkisiz kalmıştır. Yeni dünyanın gereksinimleri olan ekonomik yardım, eğitim ve sağlık desteği gibi yeni yöntemler propaganda kampanyalarında yerini almıştır (Jowett ve O'donnell'dan aktaran, Orallı, 2014: 237). Hatta Başkan Kennedy döneminde USIA yöneticiliği yapmış olan Edward Murrow da kendisini hükümet propagandacısı olarak tanımlamıştır. Amerikan Halkla İlişkiler konseyinde yaptığı toplantıda “Siz Halkla İlişkiler topluluğu olarak müşterileriniz ve şirketler adına Amerikalıları, ben de 180 milyon Amerikan vatandaşı adına tüm dünya vatandaşlarını iknaya çalışıyorum” demiştir (Snow, 73, 74).

Yukarıda sayılan propaganda ile kamu diplomasisini aynı gören görüşler yanında, her iki kavramın birbirinden tamamen ayrı olduğunu düşünen yazarlar da vardır. Mesela, Melissen (2005: 18) daha ılımlı bir yaklaşımla her ikisinin amacı da insanları ne düşüneceklerini iknayı amaçlasa da kamu diplomasisinin insanları dinlemesi bakımından propagandadan ayrıldığını söyler. Cull (2009b: 23), bu ayrımı yaparken amaca odaklanır. Eğer kamu diplomasisi kötü amaçlar için kullanılırsa, propaganda olur. Giles Scott-Smith (2009: 51) ise amaca değil, eyleme bakar. Eğer kasıtlı olarak dezenformasyon varsa, yapılan propagandadır. Saraçlı da bu hususa dikkat çeker. Ona göre kamu diplomasisinin temelinde doğru ve sarıh bilgi bulunur. Propaganda gibi amaç için bilgiyi çarpıtmaz. Dahası iletişim tek boyutta işlemez. Karşı

tarafından da katılım bekler (Saraçlı, 2014: 273). Çalışmada hem amaç hem de eylem olarak etik olanın kamu diplomasisi olduğu kabul edilecektir. Kamu diplomasisinin propagandadan daha uzun ömürlü ve başarılı olmasında da işte bu doğruluk sayesinde güven tesis etme durumu yatar. Birleşik Krallığın en önemli kamu diplomasisi aracı olan BBC ve ABD'nin muadil kurumu VOA (Voice of America/ Amerika'nın Sesi) kuruluşlarının yıllardır kendi hükümetlerini dâhi rencide etmek uğruna doğru haber yapma gayretleri, onların güvenilir kaynaklar olarak kabul edilmesine neden olmuştur (Cowan ve Arsenault, 2008: 16). Jiang (2015: 172) benzer şekilde kamu diplomasisinde bulunması gereken beş değerden bahseder: güvenilirlik, diyalog, şeffaflık, saygı ve dürüstlük. Öte yandan Çin hükümetinin iki kavram arasında bir ayrıma gitmediği görülür. Çince kamu diplomasisi kelimesinin kökeni *xuanchuan*'dır. Kabaca propaganda anlamına gelen kelime nötr çağrışımdadır. Anlamı fikirlerin yayılması için haber ve reklam gibi iyi niyetli yöntemlerin kullanılmasıdır. Bu yönüyle propaganda Çinceye yanıltma, kandırma ve dezenformasyon değil, iyi bir Çin imajı sunma anlamında kullanılır (Connely-Ahern ve Ma, 2015: 233, 234). Ne var ki uygulamada tek merkezci ve tam bir devlet denetiminde gerçekleştirilmesi nedeniyle yine de propaganda olarak adlandırılır (d'Hooghe, 2005: 102). Genel hatlarıyla kamu diplomasisi ve propaganda arasındaki farklar şu şekilde verilebilir:

Tablo 5: Kamu Diplomasisi ve Propaganda Arasındaki Farklar

Kamu diplomasisi	Propaganda
İnandırma	Kandırma
Kendini iyi gösterme	Karşılı kötü gösterme
Barişçıl	Saldırgan
İşbirlikçi	Rekabetçi
Karşılıklı iletişim	Tek yönlü iletişim
Dosta ve düşmana karşı	Düşman ya da rakiplere karşı
Orta ve uzun vadeli	Kısa vadeli

Kaynak: Yazarın Çalışması

Tabloda belirtilen farklar incelenecek olursa, temeli güven tesis etmeye dayanan kamu diplomasisinde karşı tarafı kandırmaya yer yoktur. Kamu diplomasisinde kendini iyi göstererek, kıyas yapma işi karşı tarafa bırakılır. Örneğin, Soğuk Savaş sırasında USIA'nın SSCB'de yayınladığı *American Illustrated* dergisi renkli sayfalarıyla basılarak Amerikan

hayatını anlatırdı. Dergide Amerikan arabaları resmedilerek Sovyet markası Pobeda'nın yarı fiyatı olduğuna dikkat çekilirdi. Aslında dolaylı yoldan mevcut sistemleri nedeniyle bu arabaya hiçbir zaman sahip olamayacakları mesajı verilirdi (Sancar, 2012: 196). Propagandada bir olguyu vurgulayarak karşı tarafın gözüne sokma, kamu diplomasisinde ise mesajı kabule sunma vardır. Rusya'nın İngilizce uluslararası yayın yapan Russia Today (RT) isimli devlet kanalında haber programlarında ABD'yi olumsuz gösteren haberler yer alır. Sıkça okul basan gençlerin, sağlık sistemi nedeniyle mağdur olan hastaların ya da ayrımcılığa uğrayan siyahî ve Hispanik Amerikalıların haberleri vardır. Bu yayıncılık mantığıyla Rusya, “benim hatalarım olabilir ama senin durumun çok daha kötü” algısı yaratmaya çalışmaktadır. Propagandanın savaş zamanlarında kullanıldığı kabul edilir. Kamu diplomasisi ise barışçıldır ve savunma (advocacy) konusu hariç pek çok ögesi ile siyasi konulardan uzak gerçekleştirilir. Siyasi konularla çok fazla entegre olmuş kamu diplomasisi faaliyetleri, bu siyasi kararların kötü sonuç vermesi durumunda kamu diplomasisine de zarar vermektedir (Melissen, 2005: 3). Değişen hükümetlerin, değişen politikaları çerçevesinde şekillenen kamu diplomasisi faaliyetlerinin hüsrarla sonuçlandığı görülmüştür. Oğul Bush döneminin “War on Terror” (terörle savaş) sloganı, kamu diplomasisine de alet edilince hem sonuçsuz kalmış hem de kamu diplomasisi kurumlarına zarar vermiştir (Snow, 2015: 81). Çünkü kamu diplomasisinin amacı yabancı halklara kendi hükümetinin değil, halkının ve ülkesinin güzelliğini, haklılığını ve farklılığını göstermektir. Aksi takdirde yapılan propaganda olur. Soğuk Savaş döneminde ABD ve SSCB arasında silahlanma, olimpiyat oyunları, bilimsel çalışmalar, uzay çalışmaları konusunda görülen sürekli rekabet ve bunun vurgulanması propaganda çerçevesinde değerlendirilir. Oysa tarım, eğitim, askeriye konusunda bir başka ülkeye verilen eğitimler, teknik altyapı çalışmaları, afet yardımları gibi faaliyetler işbirlikçi faaliyetlerdir. Ortaklaşa düzenlenen kültürel faaliyetler, sergiler ve festivallerde de amaç yarışma değil, paylaşmadır. Propagandada uçaklardan atılan broşürler, tek bant radyo yayınları ya da TV yayınlarının tamamı tek yönlüdür. Mesaj iletilir ve kabul edilmesi beklenir. Oysa yeni teknolojiyle birlikte kamu diplomasisinde geri bildirim ve enteraktif olma esastır. Alıcı, mesaja katkı yapabileceği gibi tepkisini de eşzamanlı olarak iletebilir. Propaganda, düşman ülkeleri ya da rekabet halindeki ülkeleri hedeflerken, kamu diplomasisi faaliyetleri tüm dünya halklarını hedefler. Gerçi, Frederick kamu diplomasisini düşük yoğunluklu bir çatışma aracı olarak görür. Buna göre kamu diplomasisi barışçıl ülkelerle değil, aralarında belirli bir düzeyde çatışma bulunan ülkelere yöneltilmektedir (Frederick, 1993: 224). Yine de kamu diplomasisinin propagandaya göre kapsama alanının çok daha geniş olduğu söylenebilir. Son olarak propaganda kısa vadede sonuç almaya yönelik, kısa vadede düzenlenen eylemlerken, kamu diplomasisi hem

orta hem de uzun vadeyi içerebilecek muhtelif eylemlere sahiptir. Bunların içinde ulus markalama orta vadeli bir eylemken, güven oluşturma ve ilişki kurma ve sürdürme uzun vadeli hedeflerdir.

1.2.2. Kamu Diplomasisi ve Propaganda Örnekleri

Örnekler üzerinden incelenecek olursa neyin kamu diplomasisi, neyin propaganda olduğuna nasıl karar verilebilir? Bir eylem kullandığı araçlar itibariyle mi, amaçladığı politika itibariyle mi propaganda olarak değerlendirilmelidir? 1. Körfez Savaşı sırasında yaşanan olaylar örnek alınarak bu sorulara cevap aranabilir. 1991’de Çöl Fırtınası operasyonundan önce CNN’deki haberlerde sıkça petrole bulanmış bir karabatak yayınlandı. Tüm dünya halklarının duyguları istismar edilerek Saddam Hüseyin’e karşı öfke duymaya ve savaşa ikna etmeye yaradı. Fakat daha sonra bu olayın Fransa’da yaşanan bir tanker kazası sonucu yaşandığı ortaya çıktı (Tarhan, 2016: 12). Bu olayı hem aracı hem de amacı itibariyle hem de içerdiği dezenformasyon öğeleri nedeniyle propaganda olarak değerlendirmek gerekir.

Bir diğer olay yine Saddam Hüseyin’le alakalıdır. Irak’ın Kuveyt’i işgalinin hemen ardından, kendisini koruyacak silahlı güce sahip olmayan fakat ABD’yi savaşa ikna edebilecek paraya sahip olan Kuveyt, PR şirketi Hill&Knowlton’ı tutmuştur. Hizmetleri için 11,5 milyon dolar alan şirket Nuriye (Nariyah) isimli bir Kuveytli kızın, Kongre’de ülkesinde yaşanan dramı anlatması için gerekli bağlantıları sağlamıştır. Nuriye, bizzat yaşadığını söyleyerek Irak’lı askerlerin bebekleri kuvözlerinden çıkarıp, ölsün diye soğuk betonun üzerine koyduklarını anlatır. Fakat daha sonra New York Times bu olayın uydurma olduğunu ve Nuriye’nin de Kuveyt Büyükelçisinin kızı olduğunu ifşa eder (Manheim, 1994: 45-47). Bu olayda amaç vatanını kurtarmak gibi olumlu bir hedefken, kullandığı araç aldatmaca olduğu için propaganda halini almaktadır. Diğer yandan Manheim bu yapıları stratejik kamu diplomasisi olarak adlandırmıştır. Bu belki de bir manada kamu diplomasisinin suiistimal edilmesi olarak adlandırılabilir.

Kamu diplomasisinin günümüzde de benzer şekilde kullanıldığı görülmektedir. Falk Hartig (2017: 342), yaptığı çalışmada Batılı devletlerin kamu diplomasisini sanki karşı tarafın iyiliğini istemiş gibi nasıl kullandığını anlatır. İlk olayda İtalyan hükümeti “Çöl ve Akdeniz’i Aşan Tehlikeli Yolculuk” adlı medya kampanyasında Avrupa’ya geçmeye çalışan mülteciler konuk edilmiş ve insan kaçakçıları ve yaşadıkları tehlikeleri anlatmışlardır. Bu videolar 15 Batı ve Kuzey Afrika ülkesinde yayınlanarak, yeni mültecilerin gelmesi önlenmeye çalışılmıştır. Avustralya hükümeti de yine bir videoda bir generali konuşturur ve

mültecileri gelmemeye ikna etmeye çalışır. Bu videoda General, “Buraya gemiyle öylece gelerseniz, vatandaşlık alamazsınız. Kural herkes için geçerli: çocuklar, yaşlılar, aileler, kalifiye ya da okumuş kimseler dâhil. Boşuna paranızı kaçakçılara kaptırıp, ailenizi riske atmayın!” diye uyarır. Bu mesaj Farsça, Urduca, Bengalce dillerinde yayınlamıştır. Alman hükümeti de Afganistan’da kiraladığı billboardlara, “Afganistan’ı terk etmek mi, emin misin?” ve “Afganistan’ı terk etmek mi, iyi düşündün mü?” yazdırmış altta verdiği internet adresindeyse Almanya’nın yeni gelen mültecilere hoş geldin parası vermediğini, bunların rivayet olduğunu anlatan bir sitenin adresi yer almıştır (Hartig, 2017: 349). Bu örnekler hem araç hem de amaç itibarıyla bir olumsuzluk içermezler. Bu haliyle yapılan çalışma, kamu diplomasisi olarak değerlendirilmelidir. Yayımlanan videolar ve reklamlar yanlış bilgi içermediği gibi, yetkililerin ülkelerinde mülteci istememesinde de herhangi bir sakınca yoktur. Burada sadece insan hakları ve etiğe yönelik bir tartışma söz konusu olabilir.

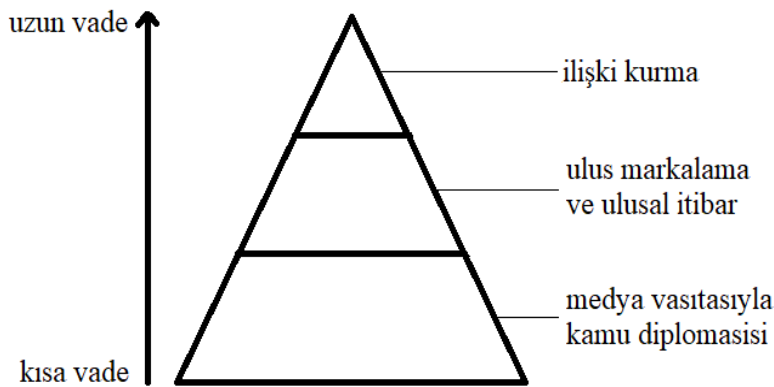
1.3. Kamu Diplomasisinin Uygulanması

Kamu diplomasisi uygulamalarında farklı yaklaşımlar geliştirilmiştir. Bu süreçte farklı disiplinlerin konuya ilişkin farklı teorileri ve yaklaşımları olmuştur. Gregory alışılmamış bir şekilde kamu diplomasisi araştırmacılarının, kamu diplomasisi uygulayıcılarından oluştuğunu ifade etmektedir (Kersaint, 2014: 10). Pek çok Uluslararası İlişkiler disiplininin araştırmacı ise işin teorik boyutuna ağırlık vermemiştir. Konuya teorik çerçeveden yaklaşanlar, kendi disiplinleri çerçevesinde ele almışlardır. Örneğin iletişim ya da halkla ilişkiler teorileri bu konuda önemli bir yer kaplamaktadır. Bu konuya değinenlerden Copeland gibileri kamu diplomasisinin anlaşılır olmak için teoriye ihtiyacı olmadığını ileri sürmüştür (Copeland, 2009: 165). Copeland daha iyi bir kavramlaştırma ya da daha iyi bir bağlama oturtmanın yeterli olacağını söyler. Phillip M. Taylor ise kamu diplomasisinin bir teori değil, uygulama olduğunu söylediğinde tepki çekmiştir (Bettie, 2011). Öte yandan ana akım uluslararası ilişkiler teorileri çerçevesinde değerlendirildiğinde realizm açısından kamu diplomasisinden bahsedilemez. Çünkü realizmde asıl aktör olan “uluslar” arasındaki ilişki söz konusudur ve bunun da temsilcisi devletin kendisidir. Bu durumda devlet, yabancı bir halkı muhatap almaz. Güç kavramı açısından da realizmin yumuşak güç araçlarına öncelik veren tutumu, kamu diplomasisine mesafeli durmasına neden olmuştur. Diğer tarafta materyal olmayan norm, kimlik ve değer gibi öğelere vurgu yapan inşacılık açısından kamu diplomasisi, iletişimsel boyutu açısından sosyal yapılara yeni anlamalar katabilme potansiyeline sahiptir (von Ham, 2002: 260). Dahası kamu diplomasisi faaliyetleri çerçevesinde oluşturulan sosyal ağlar, inşacılık perspektifinde değerlendirilebilecek niteliktedir. Ulus markalama ve ulusal itibar

konuları da aynı şekilde düşünülebilir. Balkan ülkesi olmadığını kanıtlamak için Balkan ülkelerine mali yardımda bulunan Slovenya'nın bir kimlik oluşturmaya çalıştığı aşikârdır. Bir anlamda “Bakın ben gariban bir Balkan ülkesi değil, müreffeh bir Batı ülkesiyim” demektedir. Bir anlamda kamu diplomasi kimlik oluşturmada ya da kimlik sergilemede araç olarak kullanılmaktadır.

Bir kamu diplomasisi teorisinin ortaya çıkmamasında, genç bir konu olmasından başka alana farklı disiplinlerden katkıda bulunan kişilerin böyle bir kaygısı olmaması da etkili olmuştur. Halkla ilişkiler hocaları ise kamu diplomasisine kendi disiplinlerinden aldıkları teorik yöntemleri uygulamanın rasyonel olduğunu belirtirler. Golan, Uluslararası İlişkiler disiplininin Ledingham'ın geliştirdiği ilişki yönetme teorisi, Cancel ve Cameron'un geliştirdiği olasılık teorisi, Grunig'in geliştirdiği mükemmellik teorisi ve halkın durumu teorisinden ziyadesiyle faydalanabileceklerini iddia eder (Golan, 2015: 422). Golan (2013: 1252) kendi geliştirdiği Integrated Public Diplomacy (bütüncül kamu diplomasisi) modelinde kamu diplomasisini üç farklı amaç ve zemin üzerinden değerlendirirken, ülkelerin en iyi sonuca bu üçünün entegre halde uygulanmasında ulaşacağını iddia eder. Bahsettiği üç zemin kısa, orta ve uzun vadedir. Süreler, bu faaliyetlerin hedefe ulaşması ve sonuç alınması için gereken süreyi gösterir. Kısa ve orta vadede medya vasıtasıyla kamu diplomasisi (mediated public diplomacy) yöntemini önerir. Buradaki medya, uluslararası yayınlar ve genel itibarıyla bütün medya araçlarıdır. Mesaj çok çabuk ulaşır ve yayın türüne göre kısa ve orta vadede gerçekleşebilir. Orta ve uzun vadede ulus markalama ve ulusal itibarın önemine vurgu yapar. Uzun vadede ise ilişki kurma ve sürdürmeyi belirtir. Örneğin değişim programları bu kapsamda ki faaliyetlerdir. Golan işte tüm bu boyutların işe koşulmasını kamu diplomasi olarak adlandırır. Golan'ın bütüncül kamu diplomasisi (Integrated Public Diplomacy) modeli:

Grafik 2: Golan'ın Bütüncül Kamu Diplomasisi Modeli



Kaynak: Golan, 2013: 1252.

Grafikte basitçe yer alan sınıflama incelendiğinde, ilişki kurma boyutundaki kamu diplomasisi faaliyetlerinde değişim programları, teknik ve askeri eğitimler, dil öğrenimi ve kültür enstitüleri çerçevesinde gerçekleştirilen faaliyetler sayılabilir. Bu tür faaliyetler çok daha sıkı ilişkiler sağlamakla birlikte, çok daha dar bir halk kitlesine hitap etmektedir. Örneğin dil kursu denildiğinde çoğunluğu üniversite düzeyinde olan ve dış dünyaya açık bir kesim hedeftedir. Ya da ABD'nin düzenlediği IVLP (International Visitor Leadership Program- Uluslararası Misafir Liderlik Programı) gibi programlar düşünüldüğünde lider ya da lider olma pozisyonunda kimseler hedeftedir. Ulus markalama ve ulusal itibar boyutunda turizm başta olmak üzere dış politikaya ve yabancı kültürlerle ilgi duyan farkındalık sahibi, muhtemelen dil bilen ve mali imkânı olan bir kesim hedeftedir. Farklı ülkeleri gezebilecek, farklı kültürleri tanımaya istek duyacak, dış politikayla ilgili değerlendirmede bulunarak, ülkeler ve itibarları hakkında fikir sahibi olan bu kişilerin sayısı daha fazlayken, kurulan ilişkiler orta vadelidir. Medya vasıtasıyla ulaşılan kesim, elinde akıllı telefonu olan veya evinde uydu anteni olan herkestir. En kolay ve en yaygın ulaşılan bu kesimde ilişki türü kısa vadede gelişir. Her ne kadar kültürel ve eğitsel değişimler bir ülkenin yumuşak gücünü göstermede en etkin araçlarsa da yabancı halkların çok büyük bir kesimi hiçbir zaman bunlara katılamayacaktır (Golan, 2015: 418, 419). Fakat medya böyle değildir.

Grunig'in sınıflandırmasıyla halkla ilişkiler dört modele ayrılır. Bunlar: basın aracılığı, kamuoyunu bilgilendirme, iki yönlü asimetrik ve tek yönlü asimetrik ilişkilerdir. Basın aracılığında, yayın araçlarıyla halka bilgi pompalama, kamuoyunu bilgilendirmede ise halkı bilgilendirme vardır. Her ikisinde de hedef toplumu anlama çabası yoktur. İki yönlü iletişimlerde ise halkın da mesaja dâhil olması, mesajın etkisini artırmaktadır. Hatta iki yönlü asimetrik iletişim modelinde sen halkı anlarken, onlar da seni anlamaktadır. Kruckeberg ve Vujnovic doğru kamu diplomasisinin bu modele dayanması gerektiğini ileri sürer (Dayton ve Kinsey, 2015: 268). Chitty (2009: 316), Grunig'in sınıflandırması çerçevesinde düşünüldüğünde Habermas'ın iletişimsel eyleminin kamu diplomasisine çok daha uygun olduğunu ileri sürer. Habermas'ın (1984: 285, 286) iletişimsel eylemi, rasyonel söylem üzerine kurulu karşılıklı anlayış ve uzlaşmayı amaçlar. Fakat Habermas buradaki ilişkide taraflardan birinin eylemlerinin başarıya ulaşmak için bireysel hesaplarının olmadığı, uzlaşmaya varmak olduğunu vurgular. Kendi başarılarını ancak ortak uzlaşının sağlanması sonucu arayabilirler. Lee ve arkadaşları işte bu ihtimal üzerinde dururlar. Kamu diplomasisi yapan ülkelerin aslında gizli bir gündemleri olduğu; çift yönlü iletişim, karşılıklı ilişkiler geliştirme gibi söylemlere rağmen amacın sadece iletişim kurmaktan ibaret olmadığı şüphesi devam

etmektedir (Lee, Wang, Hong, 2015: 27). Habermas’a göre böyle bir durum artık- en azından bir tarafın gizli bir stratejik eylemle kendi başarısını hedeflediği, karşı tarafın da iletişimsel eylemden memnun kalmasını beklediği- manipölasyondur (Habermas, 1984:332). Devletlerin niyetlerinin ne olduğu çoğu zaman kestirilemediği için, ancak sonuçlar üzerinden bir değerlendirme yapılabilir.

Teorik çerçeveden kamu diplomasisi uygulamalarını değerlendirmek, aktörlerin amaçlarının anlaşılmasını kolaylık sağlayacaktır. Uluslararası İlişkiler disiplininde aktörlerin davranışları analiz düzeyleri üzerinden değerlendirilebildiği gibi, eylemlerinin amaçları da farklı yaklaşımlarla ele alınabilmektedir. Bunlardan ortak fayda sorunu hâkimiyet, mütekabiliyet ve kimlik yaklaşımlarıdır (Pevehouse, Goldstein, 2017: 2-7). Çalışmada ele alınan devletlerin niye kamu diplomasisi yaptığına bu yaklaşımlar üzerinden bir açıklama getirebilir. Buna göre uluslararası sistemde tüm aktörlerin arzuladığı ortak bir değer (bu bir toprak ya da yer altı zenginliği gibi maddi bir kaynak olabileceği gibi itibar veya tanınmışlık gibi manevi bir değer de olabilir) paylaşımında yaşanan çatışma durumudur. Hâkimiyet (dominance) yaklaşımında sistemde güç sahibi olan bir hegemon diğer güçleri alt ederek bu değere tam sahip olur. Bu durum sistemde anarşi oluşmasını önlese de uzun vadede zayıf güçlerin tepki geliştirmesine neden olur. Özellikle realist teori çerçevesinde ele alınabilecek bu yaklaşımda güç, değer sahibi belirlenmesinde ana unsurdur. Güç sahibi eğer gücünü devam ettirmek istiyorsa, ortak değerlerin paylaşımında da esas söz sahibi olmalıdır. Gücsüzler ya da görece zayıf güçlüler ise bu kısır döngüyü kırmak için gücü elde etmelidirler. Bunun için de kendileri çaba göstermelidirler. Bir diğer anlamıyla herkes kendi başının çaresine bakmalıdır. Kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, ABD’nin güç boşluğuna fırsat vermeden tüm dünyayı hedefleyen kamu diplomasisi uygulamaları sistemdeki hegemon gücünün sonucu ve bu gücü sürdürmenin şartı olarak tezahür etmektedir. Yılda 2 milyar doları aşan kamu diplomasisi harcamaları ve 50 binin üzerinde personelin istihdamı boşuna değildir.

Mütekabiliyet (reciprocity) yaklaşımındaysa güçten ziyade iş birliği öne çıkmaktadır. Bir tarafın ortak değerini tamamlamayı elde etmeye çalışması diğerlerinin tepkisini çekerek çatışmaya neden olacağı için, karşılıklı bir uzlaşma kaçınılmaz hale gelmektedir. Sistemde anarşinin ortaya çıkmaması, uyuma ve karşılıklı iş birliğine bağlıdır. Kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Çin’in Afrika’ya yaptığı teknik ve altyapı yardımlarında enerji zengini bölgeleri seçmesi, asıl amacının maddi çıkar olduğunu göstermektedir. Çin’in boksit, kobalt ve uranyum gibi kaynaklar için Afrika’ya ihtiyaç duyduğu bunun yanında petrol ihtiyacının

%23'ünü Afrika'dan temin ettiği (Bayram, 2018: 158, 159) göz önünde bulundurulursa, Afrika'ya göstermiş olduğu ilgi daha iyi anlaşılacaktır. Çin'in teknik ya da nakdi kamu diplomasisi yardımlarına mukabil taraf ülkenin kaynaklarını ona sunması mütekabiliyet yaklaşımıyla açıklanabilir.

Kimlik (identity) yaklaşımında toplum olma asıl meseledir. Toplumun sağlıklı bir şekilde ayakta kalabilmesi için toplumu oluşturan aktörlerin kendi menfaatlerinden önce toplumun menfaatlerinin gözetmeleri gerekmektedir. Herkesin kendi derdine düştüğü realizmin aksine inşacılık yaklaşımında olduğu gibi sistemin menfaati önem arz etmektedir. Kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğinde, Norveç'in barış görüşmelerinde arabuluculuk yapması ona doğrudan bir maddi menfaat sağlamaz ya da karşılığında aracı olduğu ülkelerden bir çıkar gözetmez. Burada Norveç'in asıl göstermek istediği barışçıl bir ülke olduğu ve uluslararası sistemin refahı için çaba gösterdiği bir anlamda kimliğini ön plana çıkarmadır.

Kamu diplomasisi türleri incelenecek olursa, yazarların kullanılan araçlar, yöntemler, iletişim modeli ve süreç çerçevesinde bazı sınıflandırmalara gittiği görülmektedir. Örneğin Cowan ve Arsenault (2008: 11) iletişim türü açısından kamu diplomasisini üçe ayırmıştır: monolog, diyalog ve iş birliği. Kitlelerin hedef alındığı monolog türünde hitaplar, basın açıklamaları ve kültürel öğeler kullanılır. Daha etkili olan diyalog türünde karşı tarafın da iletişime katılması söz konusudur. Günümüzde özellikle sosyal medya araçları bu çerçevede değerlendirilebilir. Son tür iş birliği modeli, en etkilisi fakat en uzun vadede sonuç alınanıdır. Değişim programları başta olmak üzere, halkların birlikte hareket ettiği program ve projeler bu kapsamdadır.

35 yıl boyunca British Council bünyesinde görev yapmış olan Mitchell (1986: 22-27) kamu diplomasisi uygulamalarını devletin etkinliği çerçevesinde tam hükümet kontrolünde, otonom ve karma olarak üçe ayırır. Bunları ülkeler üzerinden örnekleriyle değerlendirerek verir. İlk yıllarında genelde hükümet kontrolünde gerçekleşirken artık kamu diplomasisi uygulamalarında karma sistemin kullanıldığı görülmektedir. Özellikle propaganda tipinde görülen tek elden yönetilme ve siyasi iradenin sesi olma pozisyonundaki kamu diplomasisi yerini artık kurumlar, bireyler ve STK'larla birlikte yürütülür hale gelmiştir. Hükümet kontrol eden değil, koordine eden pozisyonundadır. Başarılı kamu diplomasisi uygulamalarına rağmen Çin'in bunu tamamen hükümet kontrolünde yürütmesi, propagandaya benzetilmesine yukarıda belirtilmişti. Otonom sistemde, hükümet yetkili kıldığı kurumları sadece denetlerken, siyasi direktiflerde bulunmaz. Mitchell, Birleşik Krallığın yıllardır bu sistemi

uygulaya geldiğini iddia eder. Mesela BBC'nin özerk bir kurum olması nedeniyle başarılı olduğunu, masraflarını hükümet karşılasa da hükümetin sözcülüğünü yapmadığını belirtir (Mitchell, 1986: 222). British Council ve Swedish Institute de işlerinin uzun vadeli ilişkiler kurmak olduğu için hükümetin kısa vadeli siyasi hedeflerinden farklı olduğunu belirtir (Pamment, 2015: 367). Karma sistemin en önemli uygulayıcısı konumunda olan ülke ABD'dir. Her ne kadar kamu diplomasisi hedefleri siyasi karar alıcılar tarafından verilse de özellikle kültür programlarını tamamen hükümet dışı kuruluşlara bıraktığı görülür. Bu konunun detaylarına ABD'nin kamu diplomasisi bölümünde değinilecektir. Bir diğer sınıflandırma Cull'un yaptığı "5 kamu diplomasisi uygulamasıdır" (Cull, 2009b: 25).

Tablo 6: Cull'un Kamu Diplomasisi Uygulamalarını Sınıflandırması

	Kamu diplomasisi türü	Zaman dilimi	Bilgi akışı	Uygulayıcı kurumlar ve altyapı	Öne çıkan ülke
1	Dinleme	Kısa-uzun vade	İçe doğru	İzleme teknolojisi ve dil bilen personel	İsviçre
2	Savunma	Kısa vade	Dışa doğru	Elçilik basın açıklama ofisi, Dışişleri Bakanlığı Strateji Ofisi	ABD
3	Kültürel diplomasi	Uzun vade	Dışa doğru	Kültür merkezleri ve kütüphaneler	Fransa
4	Değişim diplomasisi	Çok uzun vade	İçe ve dışa	Değişim birimi, eğitim ofisleri	Japonya
5	Uluslararası yayıncılık	Orta vade	Dışa doğru	Haber büroları, yapım stüdyoları, editör masaları, iletişim araçları	Birleşik Krallık
*	Psikolojik harp	Kısa vade	Dışa doğru	Basımevleri, gizli yayın işleri, gizli ağlar	SSCB

Kaynak: Cull, 2009b: 25.

Sınıflandırmadaki uygulamalardan dinlemede amaç, analiz ederek siyasi kararların işlenmesidir. Savunma yöntemi diğer kamu diplomasisi yöntemlerinden farklı olarak, geleneksel diplomasiye daha yakın bir uygulamadır. Nitekim Dışişleri ve Büyükelçiliklerin günlük basın açıklamaları bu çerçevededir. ABD'nin bu konuda öne çıkmasında sürekli eleştiri alan uluslararası politikalarını savunma çabası yer almaktadır. Uzun vadede sonuç veren kültürel diplomasi uygulamaları, kültür merkezleri, kütüphaneler, enstitüler ve dil merkezleri aracılığıyla gerçekleştirilir. Kültürel diplomasi çoğu zaman kendisini kamu diplomasisinden uzak tutmaya çalışır. Çünkü siyasi konulara girebilen kamu diplomasisi,

kültürel diplomasi çerçevesinde geliştirilen ilişkilere zarar verebilmektedir (Cull, 2009b: 19). Bir ülkenin kültürel öğeleriyle ilgilenenler, siyasi yönünü benimsemeyebilmekte veya bunu göz ardı edebilmekte, sadece kültürel paylaşım açısından ilişki geliştirebilmektedir. Örneğin ABD dış politikasını tasvip etmemekle birlikte Hollywood filmlerine hayran olma ya da İngilizce öğrenme çabası gibi. Değişim programları maliyetleri ve görece çok daha dar bir kesime ulaşmasına rağmen uzun vadede en etkili sonuçları veren kamu diplomasisi uygulamasıdır. Bu alanda öne çıkan Japonya, çoğu zaman kamu diplomasisi çalışmaları için “değişim” (exchange) tabirini kullanmaktadır. Gelişmiş hemen her ülkenin uyguladığı ve çok geniş kitlelere ulaşma imkânı sağlayan uluslararası yayıncılık, esasında içerdiği haberler ve tartışma programları ile aynı zamanda savunmaya yararken, kültürel programlar, diziler ve filmler ve müzik programlarıyla kültürel diplomasiye katkı sağlar. Cull, tabloda ayrılarak gösterilen alanda psikolojik harbe de yer vermiştir. Her ne kadar bunu bir kamu diplomasisi uygulaması olarak kabul etmese de BBC ve USIA’nın daha önceden bu yöntemi kullandığını belirtir (Cull, 2009b: 23). Öte yandan Cull’un SSCB’yi bu yöntemi en çok kullanan ülke olarak göstermesi, olaya kendi ülkesi açısından baktığı izlenimi vermektedir. Daha önce belirtilen kendi ülkesi yaptığında kamu diplomasisi, karşı taraf yapınca propaganda olarak görmek, bu duruma neden olmaktadır. Oysa Sovyetlerin yaptığı, ABD’nin yaptığı her neyse (kamu diplomasisi veya propaganda) ona karşı koyma eylemidir.

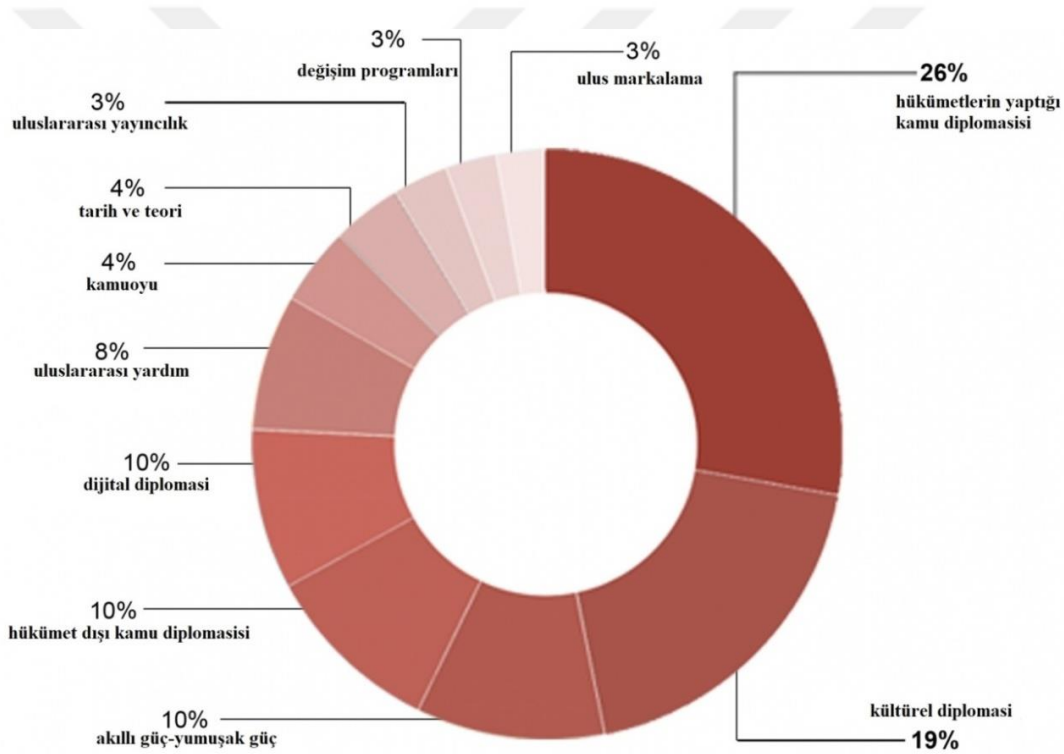
Kamu diplomasisi uygulanırken fazla göze sokulması veya arkasında bir devletin yer aldığı belirgin olduğu durumlarda, bu devletle ilgili muhatap ülkenin çekinceleri bulunduğu ya da eski veya yeni bir anlaşmazlık söz konusu olduğu durumlarda kamu diplomasisinin akamete uğraması muhtemeldir. Örneğin kendi yaptığı araştırmada insanların BBC’nin İngiltere’ye ait olduğundan haberdar olmadığı ortaya çıkmıştır (Cull, 2009b: 22). Bunun gibi, usulca diğer milletlerin hayatında yer edinme asıl hedef olmalıdır. Bu bir kere başarıldığında, arka planda bir devletin yer aldığı, hatta kötü bir niyete dâhi sahip olduğu bilinse dâhi, insanların hayatından çıkarması zor olacaktır. Çünkü insanlar fikirlerinden ve alışkanlıklarından kolaylıkla vazgeçmezler. Örnekse: McDonalds, Coca-Cola, Hollywood, Marlboro. Örneğin Marlboro, her paketin üzerine “Buradan elde edilen gelirle Müslüman ülkeler bombalamaya harcanacak” yazsa, Müslüman kişiler yine de içmeye devam edecekler.

Benzer şekilde sinemanın haber yayıncılığından daha etkili olması, açıktan değil mesajını örtük bir biçimde vermesinden kaynaklanmaktadır. Her ne kadar haber yayınları kadar çok insana ulaşmasa da sahip olduğu sanatsal ve estetik değer nedeniyle gönüllere hitap eder ve

daha akılda kalıcı olur. Pek çok insan bir ülke hakkındaki haberi detayıyla hatırlayamasa da konuyla ilgili çekilmiş bir film sahnesi kolayca aklından çıkmayacaktır.

Şimdiye kadarki tablo ve şekillerde yer alan bilgiler derlendiğinde kamu diplomasisi araçları basın yayın kuruluşları, kültür merkezleri, dil kursları, enstitüler, kütüphaneler, değişim programları, teknik ve mali yardımlar, askerlik, sağlık ve tarım gibi konularda verilen eğitimler olarak sıralanabilir. Güney Carolina Üniversitesi Kamu Diplomasisi Merkezi, 2014 yılında kamu diplomasisinde en aktif seçili ülkelerin (ABD, Çin, Rusya, Hindistan, Brezilya, Japonya, Birleşik Krallık, İsrail, Türkiye, Güney Kore) uyguladığı kamu diplomasisi faaliyetlerini konularına göre şu şekilde grafiğe yansıtmıştır:

Grafik 3: Ülkelerin Uyguladığı Kamu Diplomasisi Faaliyetleri Dağılımı



Kaynak: CPD, 2014.

Ülkelerin bu araçları kullanarak kamu diplomasisi uygulamak için sahip olması gereken bazı kriterler bulunmaktadır. Bunların en başında gelen mali imkândır. Tüm bu faaliyetler, büyük ölçüde ülkelerin GSYH düzeyleri ile doğru orantılıdır. İtibar, gerekli olan bir diğer öğedir. Örneğin değişim programlarında yumuşak güç sahibi olan ülkelerin tercih edileceği açıktır. Güven duyulan ülkelere eğitim konusunda ya da afet durumlarında yardım talep edileceği varsayılır. Teknolojik altyapı, özellikle arama-kurtarma, sağlık, güvenlik ve eğitim

gibi alanlarda personelin yetiştirilmesi, teknik yardımların ulaştırılması ve uygulanması, teknik bilginin aktarılması gibi konularda temel şarttır.

Kamu diplomasisi uygulamak için sahip olunması gerekmeyen kriterler ise en başta nüfustur. Eğitim seviyesi düşük nüfus, kamu diplomasisi faaliyetlerinde yetişmiş eleman olarak fayda sağlamayacağı gibi, ülke ekonomisine getirdiği yük ile mali açıdan yapılacak faaliyetlere ket vurur. Bir diğer öge demokrasidir. Demokrasi doğrudan dış yatırım ve yabancı öğrenci çekme gibi konularda önemli olsa da (Singh ve McDonald, 2017: 39, 40) diğer kamu diplomasisi uygulamalarında gerek şart değildir. Buna en belirgin örneğin Çin ve Rusya olduğu daha önceden belirtilmişti.

Kamu diplomasisi araştırmalarının bir diğer açmazı da yapılan faaliyetlerin değerlendirilmesidir. İtibar ve yumuşak güç gibi kavramlar tamamen soyut içerikli oldukları için ölçülmesi zordur. Singh ve McDonald (2017: 26), yumuşak gücü ortaya çıkardığı sonuçları itibarıyla ölçülebileceğini ileri sürmüşlerdir. Kültürel açıdan bir ülkenin çektiği turist ve uluslararası öğrenci sayısı, ekonomik açıdan doğrudan yabancı yatırım ve siyasi açıdan BM oylamalarında destek bulma olarak belirlemişlerdir. 10 yıldan fazla bir süredir ülkeleri yumuşak güç endeksine göre sıralayan Portland30 metodoloji olarak %70 belirlediği kriterleri, %30 ise yaptığı anketleri göz önünde bulundurur (Portland30, 2018). Kendi kriterlerinde dijital diplomaside etkinliği hem yüksek hem de pop kültürü, ekonomisi, yabancı öğrenci çekmesi ve desteklemesi, diplomatik ağı, hükümetin insan hakları ve hürriyetlerine karşı tutumu yer alır. Anket kısmında ise insanlara ülkelerin mutfakları, teknolojik ürünleri, sıcakkanlılığı, kültürü, lüks ürünleri, dış politikası ve yaşana bilirliliği ile ilgili sorular sorulmaktadır. Yukarıdaki her iki yöntem de yumuşak gücü ve kamu diplomasisi çalışmalarının başarısını ölçmede şüphesiz yetersiz kalacaktır. Bu gibi sınıflandırmalar kendi belirledikleri kriterler çerçevesinde rasyonel sonuçlar sunarak konu hakkında genel bir fikir edinilmesini sağlar. James Pamment (2015: 369) bu sorunun çözümü için tüm kamu diplomasisi uygulamalarını değerlendirmektense, her kamu diplomasisi uygulamasını kendi içinde değerlendirmek gerektiğini belirtir. Bu yöntemde herhangi bir kamu diplomasisi uygulaması ele alınarak ne için yapıldığı ve hedefine ne kadar ulaşıldığı ölçülmeye çalışılır. Baştan konulan hedeflere ağırlıklar verilerek, bunlara ne derece ulaşıldığı anlaşılmaya çalışılır. ABD Kongresi'nin kamu diplomasisi çalışma komisyonu, yapılan uygulamaların değerlendirilmesi için Austin Üniversitesini görevlendirmiş ve onlardan sayısal veriler sunmasını istemiştir (Komisyon raporu, 2010: 7). PD Map (kamu diplomasisi haritası) olarak adlandırılan bu ölçme sisteminde metodoloji olarak mevcut kamu diplomasisi programlarının

değerlendirilmesi, sahadaki personelle yapılan anketler, odak kitleler ve uzman görüşlerine yer verilmiştir. İki yılda bir yapılmasına karar verilen bu projeye Kamu Diplomasisi Etki Projesi (Public Diplomacy Impact- PDI Project) adı verilmiştir.

Kimilerince değişim, kimilerince medya diplomasisi, kimilerince de kültürel diplomasi olarak adlandırılan kamu diplomasisi, aslında bunların hepsinin zamanına ve zeminine göre uygulanmasından oluşmaktadır. İnsanlar bazı ülkelerin dış politikasını beğenmese de kültürünü tüketmeye devam edecekler, ülkeler arasında diplomatik ilişki olmasa da halkları birbiriyle iletişimde olmaya devam edecektir. Diplomatik kanallar kapalı da olsa, kamu diplomasisi varlığını sürdürecektir. Sürekli artan akademik çalışmalar da konuya olan ilgiyi göstermektedir. Riordan'ın (2005: 194) iddia ettiği gibi belki de ileride şaşalı binaların içinde masa başı görev yapan 30-40 diplomat yerine sürekli dolaşan, hedefleri belli, Dışişleri Bakanlığına akıllı telefonları ve laptoplarıyla bağlanan iyi eğitilmiş ve şevkli 5-6 tane diplomat çok daha etkili olacaktır.

Gücün tanımının ve aktörlerinin değiştiğini, devletlerin artık yumuşak gücü de kamu diplomasisi uygulamaları vasıtasıyla dış politika araçlarından biri haline getirdikleri anlaşılmaktadır. Devletler bunu sadece ekonomik çıkar için değil aynı zamanda siyasi çıkarları için yapmaktadır. Bazen siyasiler tarafından kısa vadeli çıkarların gerçekleştirilmesi amacıyla ulus markalama ve imaj çalışması gibi görülürken, bazen de bazı ülkeler tarafından istismar edilip propaganda mantığıyla işletildiği anlaşılmaktadır. Çalışmada kamu diplomasisinin normatif kullanımı göz önünde bulundurulmakla birlikte karşılaştırılan ülkelerin bahsedilen durumlarına da yer verilecektir. Belirli bir ekonomik seviyeye ulaşmış devletlerin niye ve nasıl kamu diplomasisi yaptıkları seçilen üç ülke olan Türkiye, ABD, Japonya kıyaslanarak irdelenecektir. Bu ülkelerin ne zaman kamu diplomasisi faaliyetlerine başladıkları, hangi amaçla kamu diplomasisi yaptıkları ve hangi araçları kullandıkları, bundan ne gibi sonuçlar elde ettikleri incelenecektir. Ülkelerin bu amaçla organize ettiği kurumlar ve izlediği politikalar ele alınacaktır. Başarılı oldukları uygulamalarının yanında başarısız oldukları durumlar da verilerek daha verimli sonuçlar almanın önü açılmış olacaktır. Özellikle bu amaçla karşılaştırmada yer alan ülkelerin uluslararası sorunlarda nasıl bir kamu diplomasisi izledikleri ele alınacaktır. Öyle ki kamu diplomasisi her daim uygulanabildiği gibi, uluslararası sorunlar ve çatışma durumlarında da özel olarak da devreye sokulabilmektedir. Uygulama, sorunun yaşandığı ülkeye doğrudan yapılarak iki taraflı olabileceği gibi uluslararası arenanın geneline de olabilir. Fitzpatrick'ın kamu diplomasisini devletlerin düşük yoğunlukta çatışma halinde oldukları ülke halklarına yönelttikleri zaten

belirtilmişti. Burada büyük veya küçük, kronik veya gününbirlik tüm uluslararası anlaşmazlıklar için “kriz” ya da “çatışma” kavramları yerine “sorun” kavramı kullanılacaktır. Çatışma konusunda çalışmalarıyla tanınan Heidelberg Çatışma Araştırmaları Enstitüsü (Heidelberg Institute for International Conflict Research- HIIK), krizi şiddet içeren çatışma olarak tanımlamaktadır (HIIK Conflict Barometer, 2017: 7). Çatışma kelimesi ise bünyesinde taşıdığı “çatışmak” eylemi nedeniyle ele alınacak konular için ağır olacaktır. Nitekim Türkiye açısından bakıldığında da uluslararası alanda en çok önüne çıkan konuların “Kıbrıs Sorunu” ve “Ermeni Sorunu” ya da Japonya’nın en çok karşılaştığı “Esir Hayat Kadınları Sorunu” (Comfort Women Issue) tamlamalarında görüldüğü üzere “sorun” kelimesi kullanıldığı görülmektedir.

Çalışmada ilk kez Jangyul R. Kim tarafından 2015 yılında uygulanan İşletme alanında kullanılan sorun yönetimi (issues management) metodunun, kamu diplomasisi alanında uygulanışına yer verilecektir (Kim, 2015: 111). Ardından karşılaştırılan üç ülkenin dış politikada en sık karşılaştıkları uluslararası sorunlarına karşı nasıl bir kamu diplomasisi stratejisi izlediklerine yer verilecektir. Wilcox ve Cameron (2009: 287) sorun yönetimini “proaktif ve sistemli bir yaklaşımla problemleri ve tehditleri tahmin etme, sürpriz durumları minimize etme, sorunları çözerek krize dönüşmesini önleme” olarak tanımlar. Kim (2015: 111), bu tanımları kamu diplomasisine uyarlayarak sorun yönetimini “devletin ve kurumlarının proaktif ve sistemli bir yaklaşımla uluslararası halklar nezdinde ortaya çıkan/ çıkacak sorunları ve tehditleri tahmin etme, sürpriz durumları minimize etme, sorunları çözerek krize dönüşmesini önlemesi” olarak tanımlar. Bu yaklaşımla Coombs’un geliştirdiği sorun yönetimine yaklaşım tablosunu kamu diplomasisine aşağıdaki şekilde uyarlar:

Tablo 7: Uluslararası Sorunlarda Kamu Diplomasisi Uygulama Şekli

Soruna yanıt stratejisi	İçerik	Sorumluluğu kabulleniş seviyesi	Kamu diplomasisine uygulanışı
Tam özür	Kuruluş (işletme/ şirket), sorumluluğu tümüyle kabul ederek, paydaşlardan özür diler. Tazminat da içerebilir.	Tam kabul	Devlet, sorumluluğu tümüyle kabul ederek, uluslararası halklardan ve zarar görenlerden özür diler. Tazminat da içerebilir.

Telafi edici eylem	Kuruluş, hasarı onarmak için adımlar atar ve sorunun yeniden ortaya çıkmasını önler	Yüksek kabul	Devlet, hasarı onarmak için adımlar atar ve sorunun yeniden ortaya çıkmasını önler
Yaranmaya çalışmak	Kuruluş, paydaşlara eski iyi işlerini hatırlatır ya da aynı şeyi paydaş için yapar.	Kısmi kabul	Devlet uluslararası halklara eski güzel işlerini ve ülkelerle olan dostça ilişkilerini hatırlatır.
Haklı çıkarmak	Kuruluş, soruna ilişkin hasarı küçük göstermeye çalışır. Ya da kurbanın hak ettiğini iddia eder.	Kısmi kabul	Devlet, soruna ilişkin hasarı küçük göstermeye çalışır. Ya da kurbanın hak ettiğini iddia eder.
Mazeret göstermek	Kuruluş, sorunla ilgili sorumluluğunu azaltmaya çalışır. İnkâr niyeti veya sorun üzerinde hâkimiyet kurma çabası gösterir.	Kısmi kabul	Devlet sorunla ilgili sorumluluğunu azaltmaya çalışır. İnkâr niyeti veya sorun üzerinde hâkimiyet kurma çabası gösterir.
İnkâr	Kuruluş sorun olduğunu kabul etmez. Neden bir sorun olmadığını açıklamaya çalışır.	Kabul yok	Devlet sorun olduğunu kabul etmez. Neden bir sorun olmadığını açıklamaya çalışır.
Saldırı	Kuruluş sorun olduğunu iddia edenlerle zıtlaşır. Dava açmak gibi tehditler içerebilir.	Kabul yok	Devlet sorun olduğunu iddia edenlerle zıtlaşır. Uluslararası dava açmak gibi tehditler içerebilir.

Kaynak: Kim, 2015: 123, 124.

Tablo incelendiğinde soruna karşı ilk takınılan tavır, sorunun ele alınışına ilişkin stratejiyi de belirlemektedir. Coombs'un işletmeler için geliştirdiği bu tabloda “içerik” hanesi işletmelerin sorunu ele alışlarındaki tavır gösterirken, “kamu diplomasisine uygulanış” hanesi uluslararası sorunlarda kamu diplomasisinin uygulanış şeklini göstermektedir. Burada artık aktör devlet ve devlet kurumlarıyken, muhataplar uluslararası toplum ya da toplumlardır. İlerleyen sayfalarda tablo çerçevesinde Türkiye açısından Barış Pınarı Harekâtı, ABD açısından Ebu Gureyb Hapishanesi skandalı ve Japonya için Esir Hayat Kadınları Sorunu sorunları ele alınacaktır.

İKİNCİ BÖLÜM: TÜRKİYE’NİN KAMU DİPLOMASİSİ

Her ülke pek çok farklı kamu diplomasisi aracından kendi sistemine ya da kültürüne uygun olanı kullanabildiği gibi, daha iyi sonuç aldığı yöntemi de kullanabilmektedir. Kimi ülkeler az veya çok fayda sağladığı yöntemlerden riske girmeyerek vazgeçmezken, kimi ülkelerse doğruyu buluncaya kadar deneme yanılma yoluna gitmektedir. İçinde Türkiye’nin de bulunduğu gelişmekte olan ülkeler açısından düşünüldüğünde kamu diplomasisi çalışmalarının daha çok gayret gerektirdiği görülmektedir. 2010 yılında Başbakan olan Recep Tayyip Erdoğan’ın (Business Standard, 2013) ifade ettiği üzere, “Küresel düzende yerlerini pekiştirmiş ülkelerin aksine yükselen güçler devletlerinin başarısını ön plana çıkaran daha fazla kamu diplomasisi stratejilerine ihtiyaç duyarlar. Uluslararası arenada daha çok saygı görmek için kat tetiği ilerlemeyi göstermek durumundadır. İşte Türkiye yaptığı kamu diplomasisi vasıtasıyla, ekonomide ve demokraside geldiği noktayı göstermeyi amaçlamaktadır”. Türkiye’nin kamu diplomasisi mevcut durumda bunu amaçlarken işe nasıl başladığını anlamak için biraz daha geriye gitmek gerekmektedir.

2.1. Türkiye’de Kamu Diplomasisinin Ortaya Çıkışı

Türkiye Cumhuriyeti öncesi Türk tarihi incelendiğinde, Türklerin tebaaları üzerinde hiçbir zaman ırk ve din ayrımcılığı gözetmediği ve adaletle hükümlanlık kurdukları görülecektir. İslam öncesi Türk devletlerinde Selçuklu, Osmanlı ve ardından kurulan Türkiye Cumhuriyeti’nde kölelik, sömürgecilik, ırkçılık gibi anlayışların olmadığı görülmektedir. Bunun temelinde Batılı devletlerin insan hakları ya da demokrasi anlayışından ziyade başlangıçta Türk örf ve adetleri ardından İslamiyet’in etkisiyle, Müslümanlık çerçevesinde sentezlenen yine Türk örf ve adetleri etkili olmuştur. Yüzyıllar boyu bu hoşgörülü tutumu ve mazlumun yanında olması, Türk devletlerinin yumuşak gücünü oluşturmuştur. Osmanlı İmparatorluğun Vüving’in *How Soft Power Works* adlı çalışmasında gücün öğeleri olarak saydığı güzellik, merhamet ve ihtişam değerlerinin hepsini taşıdığı görülmektedir. İstanbul’un fethi öncesinde Bizans yönetiminden bunalan Ortodoks halkın “Latin serpuşu yerine Türk sarığı görmeyi yeğleriz” demeleri, Osmanlı İmparatorluğunun sahip olduğu bu yumuşak gücün sonucudur. Yine Osmanlının akınları öncesi bölgeye yolladığı keşif kollarıyla sadece güzergâha dair istihbarat değil, halkla görüşerek sosyo-psikolojik duruma dair değerlendirmelerde bulunduğu bilinmektedir.

Önceki Türk devletleri de diğer devletlerle ilişkilerinde halk boyutunu ihmal etmeyerek uzun süre ayakta kalmayı başarmışlardır. Özellikle liderlerin yabancı devlet, prenslik ya da beyliklerle yaptığı evlilikler sonucu oluşturulan akrabalık bağları sayesinde siyasi birliktelikten başka, halkın sempatisi de kazanılmıştır. Bilge Kağan ve Atilla'nın savaşıacağı ülke kralının kızıyla evlenmesi, kamuoyu nezdinde direncin kırılmasının sağlamıştır (Devran, 2012: 128). Yine Selçuklular döneminde II. Gıyaseddin Keyhüsrev'in İstanbul Latin İmparatoru Baudouin ile bir ittifak anlaşması kararlaştırırken, onun Fransa'daki bir prenses akrabasıyla evlenmek istemesi benzer bir mantık sonucudur (Turan, 2003: 371). Dahası sultan, prensesin dinini muhafaza edebileceğini, gelirken yanında bir papaz getirebileceğini ve sarayda bir şapel inşa edebileceğini belirtmiştir. Selçukluların hoşgörüsünü gösteren bu durum, belli başlı dönemler hariç, tüm imparatorluk tarihi için geçerlidir. Öte yandan devletlerin dış devletlere yaptığı maddi, siyasi ve asker yardımların uzun yıllar hafızlarda kaldığı ve bir minnet duygusu geliştirdiği anlaşılmaktadır. Yusuf Devran (2012: 128, 129), Kamu Diplomasisi kitabında başından geçen bir olayda Osmanlı İmparatorluğu için bu duruma bir örnek gösterir. Yazar Hollanda'nın Leiden kentine yaptığı ziyarette belediye binası bahçesinde gördüğü Barbaros Hayrettin Paşa heykeline anlam veremez. Yetkililere sorduğunda, Hollanda'nın Portekizlilerin işgalinden kurtulmak için dönemin gücü ve adaletiyle nam salmış Osmanlı padişahından yardım istediklerini, padişahın da Barbaros'u sefer için görevlendirmesi üzerine, Portekizlilerin korkup kaçtığını öğrenir. İşte, heykel de bunun anısına inşa edilir. Benzer şekilde Sultan Abdülmecit'in 1847 yılında Büyük Kıtlıkla (Great Famine) boğuşan İrlanda'ya gönderdiği iki gemi dolusu erzak da İrlandalıların hafızasında yer etmiştir. Kraliçenin kendisinden daha fazla miktarda yardıma izin vermemesi üzerine gemiler Drogheda limanına yanaşmış ve yükünü indirmiştir. Kıtlık o kadar şiddetli geçmiştir ki pek çok insan yaşamını kaybederken, çoğu da bu dönemde ABD'ye göç etmiştir. Öyle ki, bu durumun İrlandalıların ayrılıkçı emellerine temel teşkil ettiği dâhi iddia edilmiştir (Akçay, 2012: 53). Diğer yandan İngilizlerin bu tutumunu unutmayan İrlandalılar, Osmanlı'nın civanmertliğini de unutmamışlar ve Drogheda United takımının sembolünde Osmanlı bayrağının simgelerini kullanmışlardır. Bu yardımların amacı kamu diplomasisi ya da siyasi çıkar elde etmek olmasa da ilerleyen yıllarda hatta kimi zaman yardımın hemen ardından olumlu etkisini göstermiştir. 1889 yılında Pensilvanya'da yaşanan yüzyılın sel felaketinde salgın hastalıklar ve ardından çıkan yangınlarda 2000'in üzerinde insan ölmüştür. Bu dönemde ABD'ye yardımı ilk ulaştıran Osmanlı İmparatorluğu olmuştur. Padişah II. Abdülhamid, 200 liradan başka gıda yardımı da ulaştırmıştır. Yine Minnesota ve Wisconsin yangınlarında 300 lira yardım yollanmış, bu yardımın haberi Chicago Daily Tribune gibi

gazetelerde de yer almıştır. Ürekli, bu yardımın ABD kamuoyunun kazanılmasında çok büyük etkisi olduğunu iddia eder (Ürekli'den aktaran: Akçay, 2012: 52). Nitekim 1894'te yaşanan İstanbul Depreminde Robert Koleji müdürü John S. Kennedy'nin New York Ticaret Odası başkanına yolladığı mektupta iki ülke halklarının birbirlerine bu felaketler nedeniyle sempati duymasının normal olduğunu belirtmiştir. Diğer yandan ABD basını, daha önceden Türk sultanın yardım elini uzattığını, Amerikan halkının da bundan geri kalmaması gerektiğini yazmıştır (Akçay, 2012: 52). Halkın tutumunu örnekleyen bu olaydan daha ilginç olanı, hemen öncesinde Yunanistan da yıkıcı bir deprem yaşamış ve Yunan Büyükelçi ABD'yi yardım için harekete geçirmeye çalışmışken hiçbir başarı elde edememiştir. Yine 1905 yılında Rus-Japon Savaşında Osmanlı Hükümeti, Kızılay'ı intikal ettirmenin masrafını göze alamayınca, her iki tarafa da tıbbi harcamalarda kullanılmak üzere nakdi yardım göndermiştir (Demir, 2015: 52). Bu yardımda asıl amaç bir Avrupalı devlet imajı oluşturmak olmuştur.

Bu yardımlardan başka Osmanlı'nın uluslararası kamuoyunun görüşlerine önem verdiği, bu nedenle dış basının günlük olarak izlendiği anlaşılmaktadır. II. Abdülhamid'in Yıldız Sarayındaki en büyük koleksiyonlardan biri, Sırp ve Bulgar dâhil işte bu yabancı gazete kupürlerinden oluşan dosyalardan oluşmaktadır. Görevli Dışişleri personeli günlük olarak Osmanlı hakkında dış basında çıkan menfi ve müspet haberleri derleyip padişaha sunardı. Deringil (1999: 136, 137), Müşürüs Paşa'dan Times'ın haberlerine müdahale etmesi istediğini hatta bazı durumlarda kimi Avrupalı gazetecilere rüşvet verildiğini iddia etmektedir.

Tüm bu anlatılanlar başta Osmanlı İmparatorluğu olmak üzere Türk devletlerinin adı konulmamış kamu diplomasisi çalışmaları olarak görülebilir. Yumuşak güç unsurları açısından irdelendiğinde özellikle Osmanlı döneminin ihtişam, merhamet, hoşgörü, kültürel cazibe, itibar ve halifelik öğelerinden faydalandığı anlaşılmaktadır. Ne var ki bu yumuşak gücünü ekonominin kötüleşmesi ardından gelen Birinci Dünya Savaşı nedeniyle kaybetmiştir. Atatürk inkılâplarıyla her ne kadar yeni bir imaj yaratmaya çalışsa da- hatta Olins'in (2005: 171, 172) ifadesiyle o dönem adı konulmamış olsa da ulus markalama yapmıştır- halifeliğin kaldırılması en büyük yumuşak güç aracından yoksun kalmasına neden olmuştur. Öyle ki İngilizler kendi aralarındaki bir yazışmada halifeliğin kaldırılması üzerine "Türkler bindikleri dalı kesti" demiştir (Uzgel ve Kürkçüoğlu, 2009: 267). Çünkü Türkiye'nin Orta Doğu ve Hindistan'da din etkisini kullanarak Müslümanları harekete geçirebileceğinden korkuyorlardı.

Osmanlı İmparatorluğu sonrası Türk devleti, parlamento, siyasal parti kadroları, basın gibi siyasal kurumları miras bırakmıştı. Cumhuriyetin tabipleri, bilim adamları, hukukçuları son

devrin Osmanlı aydın kadrolarından çıkmıştır. Yine tüm eğitim sistemi, yönetim örgütü, üniversite ve maliyeyi de imparatorluktan almıştı (Ortaylı, 2005: 32). Aslında ortada yoktan var olmuş bir devlet yoktu. Türkler yeni kurdukları cumhuriyette binlerce yıllık devlet geleneklerini sürdürmeye devam edeceklerdi. Değişen, çağın gereklerine ve yeni uluslararası düzene uyum sağlamaktı. Türkiye Cumhuriyeti, inkılâplarla yeni kurduğu rejimi sağlamlaştırma çabasıdayken, dış politikada “yurtta sulh, cihanda sulh” ilkesiyle pasif, kimilerince de statükocu bir dış politika anlayışı benimsemiştir. Dönemin dış politikasında Atatürk ve devrimi yapan asker kökenli siyasiler etkinken, genç devletin iç politikada ki önceliği, ekonomik ve siyasi olarak ayağa kalkma çabasından ibaret olmuştur. Atatürk döneminin ilk hedefi olan rejimin ihdası ve ekonomik kalkınma, tek partili hayat döneminde İkinci Dünya Savaşından uzak kalmak şeklinde tezahür etmiştir. Nitekim İnönü bunda başarılı olmuş ve fiilen Türkiye’nin savaşa girmesine izin vermemiştir. Ekonomik olarak zaten zor durumda olan ülke yeni maceralara sürüklenmeyerek, mevcut durumun korunması sağlanmıştır. Soğuk Savaş dönemi boyunca iki kutup arasında çoğunlukla ABD’nin yanında yer alan Türkiye, eski sonrası dış politikasını gözden geçirerek Sovyetler Birliği ile de ikili ilişkiler geliştirmiştir. Çok partili siyasi hayata geçilen 1946 yılından, AKP dönemine kadar dış politikada ordunun ağırlığı hissedilmiştir. Ekonomik olarak zayıf olduğu dönemlerde zaten kamu diplomasisi söz konusu değilken, nispeten düzelmenin yaşandığı 90’lı yıllarda ise dış politikada yine ordunun güvenlikçi yaklaşımı etkili olmuştur. Dahası ülke yeni yeni başını kumdan çıkarırken pek çok alanda uzman eleman açığı yaşamıştır. Bunlardan biri de dış politika olmuştur. Atatürk’ün öngördüğü üzere “Bugün Sovyetler Birliği dostumuzdur, komşumuzdur, müttefikimizdir. Ama yarın ne olacağı belli değildir. Osmanlı gibi, Avusturya-Macaristan İmparatorluğu gibi parçalanabilir. Bugün elinde sımsıkı tuttuğu milletler yarın elinden kaçabilir. İşte o zaman Türkiye ne yapacağını bilmedir. Bu dostumuzun idaresinde dili bir, özü bir kardeşlerimiz vardır. Onlara sahip çıkmaya hazır olmamız lazımdır” dediği Sovyetler yıkılmıştır (Akçay, 2012: 64). Fakat Türkiye bu gelişmeye hazırlıksız yakalanmıştır. Namık Kemal Zeybek (1997: 38) konuyla ilgili olarak “Ben Dışişleri Bakanlığı mensubu olarak itiraf ediyorum. Sovyetler Birliği çöktüğü zaman biz Türk Cumhuriyetlerinin farkında değildik. Haklarında hiçbir şey bilmiyorduk. Sadece tarih çalışan arkadaşlar Taşkent, Özbekistan falan biliyordu” der. Bu dönemde kamu diplomasisi konusunda atılan en önemli adım Turgut Özal’ın 1992 yılında TİKA’yı kurması olmuştur. Özal dönemi sonrasında kamu diplomasisi açısından en büyük atak 1999-2002 yılları arasında Dışişleri Bakanlığı yapmış İsmail Cem döneminde olmuştur. Nitekim Cem, Osmanlı’nın Kuruluşunun 700. Yılı anmaları adlı uluslararası kampanyayla Türkiye’yi dünya gündemine taşımış ve ilk tören Kudüs’te

yapılmıştır (Bardakçı, 1999). Cem'in bu atağı, kavramın gerçek manasıyla ilk kamu diplomasisi hamlesi olarak kabul edilebilir. Öte yandan bu dönemde devlet enerjisini içte PKK terörüyle tüketirken, dışta ise Kıbrıs sorunu ve Yunanistan çekişmesiyle tüketmiştir.

2002 yılında AKP'nin iktidara gelmesiyle birlikte Türkiye yönünü AB'ye çevirmiş, demokrasi ve insan hakları konusunda büyük ilerlemeler kaydedilmiştir. Ekonomide yaşanan gelişmeler, dünyada Türkiye'nin adından daha sık bahsedilir hale gelmesine neden olmuştur. Türkiye'nin 17. büyük ekonomi haline gelmesi, kamu diplomasisinin ilk şartı olan ekonomik gücün yerine getirilmesini sağlamıştır. Önceki yıllarla kıyaslandığında ikincil öncelikli olan kamu diplomasi, dış politika araçları arasında yer alır hale gelmiştir. Dış politikada askerin ağırlığının azalmasıyla birlikte, güvenlikçi yaklaşım sona ermiştir. Dış politikayı, önce Başbakan danışmanlığı ardından Dışişleri Bakanlığı ve son olarak da Başbakanlık yapmış olan Ahmet Davutoğlu'nun fikirleri şekillendirmiştir. *Stratejik Derinlik* isimli kitabında Davutoğlu'nun fikirlerini net bir şekilde görmek mümkündür. Kitapta Türkiye'nin Osmanlı geçmişine vurgu yapılarak Balkanlarda, Orta Doğu'da ve Orta Asya'daki tarihi mirasının göz ardı edilemeyeceğini ileri sürmüştür (Davutoğlu, 2001: 51). Yeni Osmanlıcılık olarak adlandırılan bu kavram Davutoğlu tarafından inkâr edilmiş olsa da (Hürriyet, 2010), bu yakıştırma üzerine yapışıp kalmıştır. Kavram, ülke içinde cumhuriyetçi ve solcu kesimlerden, ülke dışında ise artık Bosna Hersek'te birlikte yaşayan Sırp larca ya da Orta Doğu'daki çoğu Arap tarafından yeniden hükümlanlık altına alınma çağrışimleri yaptığı için tepki görmüştür. Davutoğlu ayrıca kitabında Türkiye'nin artık iki kutuplu dönemin kısıtlarından ve parametreler çerçevesinde sağlamaya çalıştığı denge ve uyum politikalarından kurtulması gerektiğini iddia etmiştir (Davutoğlu, 2001: 177). Mesela Türkiye'nin artık sadece NATO stratejileri çerçevesinde değil, kendi stratejileri çerçevesinde de politikalar geliştiren bir bölgesel aktör gibi davranması gerektiğini belirtmiştir (Davutoğlu, 2001: 379). Davutoğlu dış politikaya olan yaklaşımını Foreign Policy (2010) dergisinde dile getirdiği beş madde halinde şöyle sıralar:

1. Güvenlik ve demokrasi arasında denge kurulması,
2. Türkiye'nin komşularıyla sıfır sorun politikası izlemesi,
3. Komşu ve ötesi bölgelerle ilişkiler kurulması,
4. Çok boyutlu diplomasiye bağlılık,
5. Ritmik diplomasiye bağlı bir proaktif diplomasi izlenmesi.

Davutoğlu bu maddelerle Türk dış politikasının artık salt güvenlikçi anlayıştan uzaklaşılması ve dış dünyaya açılması gerektiğini belirtir. Türkiye’de yıllardır işlenen “Türkiye’nin 3 tarafı denizlerle, 4 tarafı düşmanla çevrili” anlayışından, komşularla sıfır sorun politikasına geçmeyi önerir. Çok boyutlu diplomasiye verdiği önem, içinde kamu diplomasisi de bulunan geleneksel diplomasiden öte kanalların işletilmesine vurgu yapar. Proaktif diplomaside uluslararası arenada artık pasif bir aktör konumundan, bölgedeki anlaşmazlıklarda arabuluculuk rolü üstlenen güvenilir bir ortak olmayı anlatır. Davutoğlu’nun Türk dış politikası için çizdiği bu yeni anlayış, Dışişleri Bakanlığı teşkilat yapısında da gözlemlenmiştir. 2010 yılında Resmî Gazetede yayınlanan 6004 numaralı yasayla kamu diplomasi alanında çalışmak üzere Enformasyon Genel Müdürlüğü ile Yurtdışı Tanıtım ve Kültürel İlişkiler Genel Müdürlüğü kurulmuştur (Dışişleri Bakanlığı, 2010). Enformasyon Genel Müdürlüğünün görev tanımında “Enformasyon Genel Müdürlüğü; Bakanlık sözcülüğü, Bakanlığın yerli ve yabancı medya kuruluşları ve medya mensupları ile ilişkilerinin yürütülmesi, basın toplantılarının ve Bakanlık açıklamalarının yapılması görevlerini yürütür. Dış politika alanında medya aracılığıyla yerli ve yabancı kamuoyu ile iletişimi sağlar, kamu diplomasisi alanındaki faaliyetlerin planlanması ve icra edilmesinde ilgili kurum ve kuruluşlar ile iş birliği içinde hareket eder” denilmektedir. Yurtdışı Tanıtım ve Kültürel İlişkiler Genel Müdürlüğünün görev tanımında ise “İlgili kurum ve kuruluşlar ile iş birliği yapmak suretiyle, kültür, eğitim, bilim, spor ve benzeri alanlarında diğer ülke ve uluslararası kuruluşlarla ikili ve çok taraflı ilişkileri ve iş birliğini yürütür. Türkiye’nin yurtdışındaki tanıtımına yönelik proje ve faaliyetlerin yürütülmesini ve koordinasyonunu sağlar” yer alır. Kurulan bu yeni birimlerle kamu diplomasinin etkin bir biçimde yürütülmesi amacıyla bakanlık içinde görev dağılımı yapılmış, konuyla ilgili uzman kişilerin yetişmesine olanak sağlanmıştır.

Daha aktif bir diplomasi için olmazsa olmazlardan biri ise dış temsilcilik sayısıdır. Türkiye 2018 Şubat ayı itibariyle 239 dış temsilcilik sayısı ile ABD, Çin, Fransa ve Rusya’dan sonra dünyada en fazla dış temsilciliği bulunan 5. ülke olmuştur (AA, 2018a). Türkiye’yi Japonya 229 temsilcilik sayısı ile izlemiştir.

Bunlardan başka, 2013 yılında yayınlanan bir KHK ile Dışişleri Bakanlığı bünyesinde meslek memuru olabilmek için daha önceden sadece dört yıllık lisans eğitimi veren fakültelerinin uluslararası ilişkiler, siyaset bilimi, kamu yönetimi, tarih, sosyoloji, halkla ilişkiler ve tanıtım, psikoloji, iktisat, işletme, maliye, hukuk ve finans bölümlerinden sınava başvuru yapılabilir şartı değiştirilmiştir. Artık sosyal bilimler alanında veya mühendislik fakültelerinde en az dört yıllık lisans eğitimi yapmış olup, uluslararası ilişkiler, siyaset bilimi,

kamu yönetimi, hukuk ve iktisat alanlarında lisansüstü eğitim yapmış olanlar da başvurabilmektedir. Dahası önceden nadiren Mülkiye, Boğaziçi Üniversitesi ve ODTÜ haricinde alım yapılırken artık diğer üniversite mezunlarına da fırsat tanınır olmuştur. Bu değişiklikler sayesinde, Dışışlerinin halka kapalı seçkinci yapısı kırılmış ve kurum içinde eğitim altyapısı açısından bir zenginlik sağlanmıştır. Erdoğan'ın “monşer” diye hitap ettiği (Vatan Gazetesi, 2009) kendini eleştiren emekli Büyükelçiler, bu düzenlemelerden memnun kalmamışlardır. İlhan Uzel, Dışışleri Bakanlığında yaşanan bu dönüşümünde kimlik ögesinin daha fazla ön plana çıktığını ileri sürer (Uzel'den aktaran: Kurtuluş, 2015: 194, 195). Uzel'e göre AKP ile birlikte Türkiye siyasetinde ilk defa kendisini sistemin içinden gelmeyen alternatif bir kimlikle tanımlayan bir iktidar söz konusu olduğunu ve bunun da dış politikaya yansımaları olduğunu belirtir. Bu kimlik Türkiye'nin daha önce öne çıkarmadığı Müslüman kimliğidir (Kurtuluş, 2015: 195). Öyle ki Davutoğlu'nun Dışışleri Bakanlığı döneminde basına sızdırılan Wikileaks belgelerinde de Türkiye'nin bu değişen dış politika anlayışına işaret edilmektedir. James Jeffrey'nin Büyükelçi olduğu 2010 Ocak ayında ABD'ye çektiği değerlendirme telgrafında “AKP dış politikası İslami değerleri baz alan daha bağımsız ve aksiyoner olma yolunda” demektedir (Wikileaks, 2010). Dahası iletinin devamında Türk dış politikasına Batıcılıktan başka iki yeni maddenin eklendiğinden bahsetmektedir. Bunlar, sıfır sorun politikası ve Yeni Osmanlıcılıktır. Yeni Osmanlıcılık ideası her ne kadar inkâr edilmiş olsa da kullanılan bazı Osmanlı sembolleri ve TİKA'nın Balkanlarda ve Kuzey Afrika'da özellikle Osmanlı eserlerini tadil etmesi bu görüşü doğrular niteliktedir. Öte yandan sıfır sorun politikası başlangıçta kısmen başarılı olmuş ve bu durum hem siyasi hem de ekonomik olarak hissedilir gelişmelere sebep olmuştur. Suriye ile vizelerin kaldırılması hatta ortak bakanlar kurulu toplantıları düzenlenmesi, Irak'la ilişkilerin düzeltilmesi, Ermenistan'la yakınlaşma, İran'ın uluslararası camiayla yaşadığı sorunda aracı olması gibi pek çok müspet olay çok kısa zamanda yeniden zora girmiştir.

AKP hükümetleriyle birlikte dış politikada bürokrasinin etkisi azalırken, siyasilerin etkisinin arttığı gözlenmiştir. Bu durum dış politika anlayışının değişmesine de neden olmuştur. Güvenlikçi ve pasif yaklaşım yerini işbirlikçi ve aksiyoner bir anlayışa bırakmıştır. Fakat bu durum 2017 yılı itibarıyla Türk dış politikasında yeniden bir yapılanma gözlenmektedir. Birdal (2017: 56) bu durumun iç güç çekişmelerinde aranması gerektiğini belirtir. AKP'nin devlet organlarını ele geçirmesiyle birlikte yeniden geleneksel Türk dış politikası tepkileri vermeye başlamıştır. Genel hatlarıyla Türk dış politikasını ve kamu diplomasisinin gelişimini çizmek gerekirse Osmanlı dönemi güçlü ordusu ve ekonomisiyle

sert güç unsurlarının tamamına sahiptir. Dış politika anlayışının emperyalist olması kelimenin “empire” imparatorluk anlamına vurgu üzerine olup, sömürü anlamında kullanılmamıştır. Her imparatorluğun hedefi olduğu üzere yayılmacı bir dış politika izlenmiştir. Dış politikada karar alıcı genel itibariyle padişah olarak verilmiştir. Yoksa küçük bir beylikten büyük bir dünya imparatorluğuna uzanan 623 yıllık tarihi boyunca her zaman aynı aktörler etkin olmamıştır. Kimi zaman sadrazamlar kimi zaman ulema hatta kimi zaman Valide Sultanlar etkin olmuştur. Kamu diplomasisi açısından ele alındığında o dönem adı konulmamış olsa da dış politikada yumuşak güç unsurlarının işe koşulması, bir anlamıyla kamu diplomasisinin etkisini ortaya koymaktadır. İhtişamı, kültür ve sanattaki etkisi dahası halifeliliği temsil etmesi nedeniyle sahip olduğu sert gücün çok ötesinde bir güç sahibi olmuştur.

Türkiye Cumhuriyeti özellikle Millî Mücadele döneminde sert gücünü kullanarak hayatta kalma savaşı vermiş, dış politikası da bu çerçevede şekillenmiştir. Atatürk’ün ve ordunun asıl kaygısı rejimi ayakta tutmak olduğu için dışa kapalı ve güvenlikçi bir politika izlenmiştir. Bundan başka ekonomik durumun iki yıkıcı savaş sonrası zayıflamış olması zaten kamu diplomasisine imkân tanımayacak durumdadır.

Çok partili siyasi hayata geçilen 1946 yılına kadar ki dönemde asıl amaç İkinci Dünya Savaşına girmemek üzerine olmuştur. Kurtuluş Savaşından arta kalan Boğazlar Meselesi, Hatay ve Mübadele Sorunu, Musul ve dış borçlar meselesi temel dış politika konularını oluşturmuştur. Yine ordu ve bürokrasinin etkili olduğu dış politikada kamu diplomasisi uygulaması söz konusu olmamıştır.

Birleşmiş Milletlere (BM) üye olması için Türkiye’ye şart koşulan çok partili siyasi hayata geçiş 1946’da gerçekleşmiştir. Türkiye bu dönemden sonra uluslararası sisteme daha fazla entegre hale gelmiştir. 1949’da Avrupa Konseyine (CE) üye olması, 1951’de NATO üyeliği, 1959’da Avrupa Ekonomik Topluluğuna başvurarak Avrupa Birliği (AB) serüvenine başlaması bu durumun delilleridir. Dış politikada her ne kadar hâlâ bürokrasinin etkinliği gözlense de Türkiye artık uluslararası örgütler çerçevesinde dünya siyasetinde yer almaya başlamıştır. Bu dönemde sık sık yaşanan darbeler ve ekonomik krizler kamu diplomasisi uygulamalarına fırsat vermemiştir. Özal döneminde Orta Asya’ya açılma çabaları ve TİKA’nın kurulması ilk kamu diplomasisi uygulamaları olarak kabul edilebilir.

AKP dönemi, ekonomik olarak düzelmelerin yaşandığı ve dış politikaya sadece güvenlik kaygılarıyla yaklaşmadığı bir dönem olmuştur. AB’ye verilen önemin müzakerecilik aşamasından bakanlık kurma seviyesine gelmesi, uluslararası sorunlarda arabuluculuk

rollerinin üstlenilmesi, Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, Yunus Emre Enstitüsü ve AFAD gibi uluslararası kurumların bu dönemde kurulması, kamu diplomasisi uygulamalarının hız kazandığını göstermektedir. Mevlâna bursları, geliştirilen öğrenci değişim programları ve Türk dizilerinin de etkisiyle Türkiye yumuşak gücünü başarılı bir şekilde kullanır hale gelmiştir. Dış politikada askeri vesayet kırılırken, güvenlikçi anlayış yerini iş birliğine bırakmıştır. Bu dönemde siyasilerin karar verme sürecindeki etkinliği artmıştır.

2.2. Türkiye'nin Yumuşak Güç Unsurları

Ülkelerin kamu diplomasisi uygulamalarında kullandıkları kaynaklar genel itibarıyla yumuşak güç öğelerinden tezahür etmektedir. Her ülkenin tarihi arka planı, kültürü, sanatı, bilime ve dünya barışına katkısı gibi kriterler, o ülkenin yumuşak gücünü oluşturmaktadır. Sayılanlar gibi öğelerden başka bilinçli olarak yumuşak güç üretmesi için geliştirilen öğeler de vardır. Bunlar çoğunlukla devlet eliyle sayılan kriterlerin dış politika çerçevesinde kullanmasıdır. Örnek vermek gerekirse bir yapımcı para kazanmak için sinema filmi çekerken, yönetmen sanatsal kaygılar güdebilmektedir. Fakat bu filmi finansal olarak destekleyen devletin amacı ise yumuşak gücünü ön plana çıkararak kamu diplomasisi yapmaktır.

Yukarıdaki paragraf doğrultusunda ülkelerin yumuşak güçlerini artırmayı sağlayabilecekleri gibi düşmesine de sebep olabilecekleri söylenebilir. Kamu diplomasisi üzerine çalışmalar yapan Jonathan Mcclory, geliştirmiş olduğu metodoloji çerçevesinde her yıl yumuşak güç endeksi yayınlamaktadır. Önceki sayfalarda belirtilen bu metodolojiye göre, Portland30, %70 belirlediği kriterleri, %30 ise yaptığı anketleri göz önünde bulundurur. Daha önceleri Institute for Government'da yayınlanan endeks, artık Monocle dergisi ve 2015 yılından beri eş zamanlı olarak Portland30'da yayınlanmaktadır. Tüm bu kaynaklar 2017 yılında Soft Power30 altında toplanmıştır. Aşağıda bu üç kaynaktan derlenerek karşılaştırılan üç ülkenin yıllara göre yumuşak gücü kıyaslanmıştır:

Tablo 8: Karşılaştırılan Ülkelerin Yumuşak Güç Sıralamaları

	Türkiye	ABD	Japonya
2011	23	1	7
2012	20	2	6
2013	23?	3	5
2014	26	1	4
2015	28	3	8
2016	>30	1	7
2017	30	3	6
2018	>30	4	5
2019	29	5	8

Kaynak: Institute for Government, 2011-2015; Portland30 ve Monocle 2015-2019.

Tablo incelendiğinde Türkiye süper güçler ve büyük güçlerle yarışamamakla birlikte, son sekiz yıldır endeksin ele aldığı 30 ülke içine girmeyi başarmaktadır. 2016 yılında yaşanan darbe girişimi Türkiye'ye karşı olumsuz bir algının gelişmesine neden olarak ilk 30'dan dışarı çıkmasına neden olmuştur.

Benzer şekilde Elcano ve British Council'in de yumuşak güç endeksleri vardır. Her biri kendi kriterlerini ve metodolojisini geliştirmiş olsa da aşağı yukarı benzer sonuçlar sunmaktadırlar. Bu çalışmada farklı bir yöntem olarak ülkelerin yumuşak güçleri ile dikkatlerini çektikleri ülkeler Google Trends sitesi kullanılarak bulunmuştur. Google Trends, Google şirketinin 2006'da kullanıma sunduğu bir arama analiz robotudur. Buraya girilen terimlerin hangi zaman aralıklarında en çok hangi ülke ve bölgelerde arandığı, bu aramaların ne zaman pik yaptığı konu ayrımına göre listelenmektedir. Tabloda seçilen terimlerde çalışmada karşılaştırması yapılan ülkelerin başta ülke ismi olmak üzere kültür, siyaset, sanat ve medyada en önde gelen terimlerin son beş yıldır (Donald Trump için göreve başladığı Ocak 2017'den itibaren) en çok hangi ülkeler tarafından merak edilerek arama yapıldığı gösterilmiştir:

Tablo 9: Google Trends Arama Terimleri

Ülke	Türkiye Azerbaycan Irak İran Kıbrıs Libya	ABD Gana Nijerya Zimbabve Jamaika Uganda	Japonya Myanmar Laos Kamboçya Endonezya Güney Kore
Siyaset	Erdoğan Almanya Azerbaycan Avusturya Kıbrıs Kosova	Donald Trump Kanada İrlanda Yeni Zelanda Avustralya Birleşik Krallık	Shinzo Abe Güney Kore Çin Hong Kong Tayvan Singapur
Eğitim/ kültür	Yunus Emre Enstitüsü Bosna Hersek Azerbaycan Cezayir Kırgızistan Pakistan	Fulbright Hindistan Almanya Singapur İsviçre Tayvan	Kyoto University Singapur Hong Kong Güney Kore Çin Malezya
Sanat	Magnificent Century Kırgızistan Tunus Irak Pakistan Azerbaycan	Game of Thrones Kazakistan Rusya Belarus Ukrayna Moldova	Naruto Endonezya Fildişi Nikaragua Vietnam Tayland
Medya	TRT News Pakistan Brezilya Birleşik Krallık Suudi Arabistan Almanya	VOA Güney Sudan Etiyopya Ruanda Zimbabve Uganda	NHK Tayland Hong Kong Endonezya Güney Kore Singapur

Kaynak: Google Trends, 2018.

Tablo incelendiğinde bölgesel bir güç olan Türkiye ve büyük bir güç olan Japonya'nın etki alanının yakın coğrafyada ağırlık gösterdiği anlaşılmaktadır. Bir süper güç olan ABD'nin ise dünyanın hemen her yerinde etkinlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Siyaset konusunda

Türkiye’yi en çok komşuları Japonya’yı komşuları ve düşmanları/ rakipleri merak etmiştir. ABD ise müttefikleri tarafından yakından izlenmektedir. Eğitim/ kültür sütununda ağırlıklı olarak Türkçe öğretiminde uzmanlaşan YEE’nin, Muhteşem Yüzyıl dizisinin çok izlendiği ülkelerde daha çok arandığı görülmektedir. Bu tip kültür, sanat, edebiyat ürünlerinin yabancıları o ülkenin dilini öğrenmeye yönelttiği bilinmektedir. Japonya’nın en önde üniversitelerinden Kyoto’nun yakın çevresi tarafından, Fulbright bursunun ise gelişmiş ülkeler tarafından arandığı görülmektedir. TRT ve NHK açısından durum benzerlik arz etmektedir. Her iki kanalın da yakın çevre etki alanındayken, VOA’nın kriz bölgelerinde daha etkin olduğu anlaşılmaktadır. Kurumun özellikle kriz bölgelerinde yoğunlaştığı, ekip sayısını bu dönemde artırdığı, hatta kriz dönemi boyunca bu bölgelerin yerel dillerinde yayınlar yaptığı bilinmektedir. Türkiye’nin yumuşak gücüne en çok katkıda bulunan değerler, turizm, diziler ve özellikle insani yardım konusunda uzmanlaşan STK’lardır. Marka değerleri açısından ise ABD ve Japonya ile kıyaslanamayacak kadar geri durumdadır.

2.2.1. Turizm

Turizm konusuna bakılacak olursa, Türkiye’nin hem doğa hem de kültür turizminde dünya sıralamasında üst sıralarda yer aldığı görülmektedir. Kültür, sanat ve Türk mutfacı da turizmin öğeleri arasında düşünüldüğünde bu yumuşak gücün verili değerlere dayandığı söylenebilir. Bu durumdan mevcuda daha fazla katkı bulunamayacağı anlamı çıkarılmamalıdır. Devletin etki edebileceği tanıtım çalışmalarının desteklenmesi, denetlemelerin düzenli yapılması, güvenliğin sağlanması gibi faaliyetler, bu alanda elde edilen yumuşak gücün artırılmasına da etki edecektir. Böylelikle son 10 yıldır en çok turist çeken ülkeler listesinde 6. sırada yer alan Türkiye (NTV, 2016), bu konumunu daha iyi duruma taşıma imkânı bulacaktır. Turizm sayesinde yabancı ülke vatandaşları, Vuving’in yumuşak güç kaynakları olarak nitelendirdiği merhamet, güzellik ve ihtişamın her üçünü de tecrübe etme fırsatı bulacaktır.

2.2.2. Türk Dizileri

Son yıllarda Türkiye’nin öne çıkan bir diğer yumuşak güç unsuru Türk dizileridir. En çok Orta Doğu ve Kuzey Afrika’da izlenen diziler, yakın zamanda Doğu Avrupa, Orta Asya ve Latin Amerika ülkelerine kadar yayılmış durumdadır. 2017 yılı itibariyle Türk dizileri 140 ülkeye ihraç edilirken, 350 milyon doların üzerinde gelir sağlamıştır (Sözcü, 2017). Kamu diplomasisi açısından değerlendirildiğindeyse, bu diziler sayesinde Türk kültürü, yaşam tarzı, markaları ve değerleri 200 milyondan fazla dünya vatandaşına ulaşmıştır. Türk dizilerinin ilk başta Orta Doğu ülkelerinde yaygınlaştıktan sonra tüm dünyada ünlenmiştir. Bazı yazarlar

(Straubhaar ve Duarte, 2005: 240, 241) bu duruma kültürel yakınlık kavramıyla açıklama getirmişlerdir. Burada birebir benzerlikten ziyade imrenme duygusu söz konusudur. Orta Doğu ülkeleri için Türkiye kültürel ve dini benzerlikler göstermekle beraber esasında Batılı olmayıp, Batı gibi olan/ olmaya çalışan model konumundadır. Gümüş dizisi için söylenen “Batılı hayatı yaşayan, Doğulu karakterler” tabiri durumu özetler niteliktedir (Kaynak, 2015: 240). Diğer yandan, Türk dizilerinin çizdiği bu Batılı yaşam tarzı, bu ülkelerin muhafazakâr kesimleri tarafından eleştiriye maruz kalmıştır. Hatta kimi durumlarda Türk hükümeti dâhi bu tepkilere yanıt vermek durumunda kalmıştır. Mesela Başbakan Erdoğan, Osmanlı tarihini yanlış yansıtmaması nedeniyle Muhteşem Yüzyıl dizisini eleştirmiştir (Hürriyet, 2012). Dahası dizideki kadın karakterlerin açık giyinmesi ihtar almıştır. Dizilerin ahlaki yönden eleştirilmesi gayet normaldir. Benzer eleştiriler Türkiye’de dâhi dile getirilmiştir. Ne var ki dizi yapımcılarının ahlaki değerleri yayma ya da kamu diplomasisi yapma gibi kaygıları yoktur. Amaçları kazanç sağlamaktır ve serbest piyasa kurallarına riayet etmek durumundadırlar. Devletlerin müdahale etmesi, bu kazancın düşmesine etki etmekten başka, propaganda algısına da yol açabilir. Cull, “Devlet dışı kültürel diplomasi araçları olarak tanımlanabilecek olan dizilerin etki kapasitesinin sürekliliği açısından devlet denetiminin asgari düzeyde olması, bu ürünlerin güvenilirliğini ve verilen mesajların içeriğinin daha kalıcı hale getirecektir” der (Çevik, 2015: 426). Devletlerin bu durumda yapabileceği reklamcılıkta yeni yöntem olan doğrudan reklam girme yerine “ürün yerleştirme” yaptıkları gibi en fazla yapımcılardan “fikir yerleştirme” talep etmektir.

Türk dizilerinin Orta Doğu ülkelerinde yaygınlaşmasını sağlayan Suudi Arabistan sermayeli, Dubai merkezli yayıncılık şirketi MBC (Middle East Broadcasting Center) olmuştur (Çevik, 2015: 420). O Ses, Yetenek Sizsiniz, X Factor, Arab Idols gibi pek çok Batılı formatın uyarlamalarının yanında Türk dizilerine de Arapça dublajla yer vermektedir. Fakat şirket 2018 yılında alınan ani bir kararla içlerinde çok izlenen Vatanım Sensin’in de yer aldığı Türk dizilerinin yayından kaldırıldığını açıklamıştır (BBC, 2018). Bunda Arap dizi sektörünün gelişmesine fırsat tanımak gibi bir açıklama yapılmış olsa da kararın ardından henüz bilinmeyen siyasi bir neden olduğu anlaşılmaktadır.

Türk dizilerinin dağıtımını yapan Global Agency’nin kurucusu İzzet Pinto, “Ülkemizin muhteşem manzarasını, geleneklerini ve yaşam tarzını milyonlara ulaştırıyoruz. Bu yüzden yumuşak güç vasıtasıyla insanların üzerinde çok büyük etkimiz var” ifadelerini kullanmaktadır (BBC, 2013). Bu etkiyi ilk defa bir Türk dizisi yayınlanan Slovakya’da görmek mümkündür. Bu dizilerdeki aşk hikâyeleri sayesinde Türkler hakkındaki olumsuz

görüşler değişirken, Türk kültürüne ve markalarına rağbetin arttığı gözlenmiştir (Kaynak, 2015: 242, 243). Benzer bir olay da Lübnan’da yaşanmıştır. Ramazan ayında yetimhane ziyaretinde bulunan Başbakan’dan çocuklar oyuncak değil, Gümüş dizisinin başrolündeki oyuncularla tanışmak istemişlerdir (Kaynak, 2015: 239).

Dizi ve film gibi sanatsal eserlerin duygulara hitap etmesi nedeniyle hafızlarda daha fazla yer etmesi ve mesajını örtük bir biçimde verebilmesi, kamu diplomasisi açısından etkinliğini artırmaktadır. Dahası ikincil iletişim vasıtalarına yol açması, onları daha değerli kılmaktadır. Örneğin Türk dizilerini izleyen insanların Türkçeye merak salması ve Türkçe öğrenmesi daha farklı kanallarla Türkiye’ye bağlanması anlamına gelir. Dil öğrenmesi, daha fazla Türkçe kaynak talep etmesine sebep olmakta ve Türkiye ile daha fazla yakınlık kurmasını sağlamaktadır. Çünkü dil, bir kültüre ulaşabilmenin en temel aracıdır.

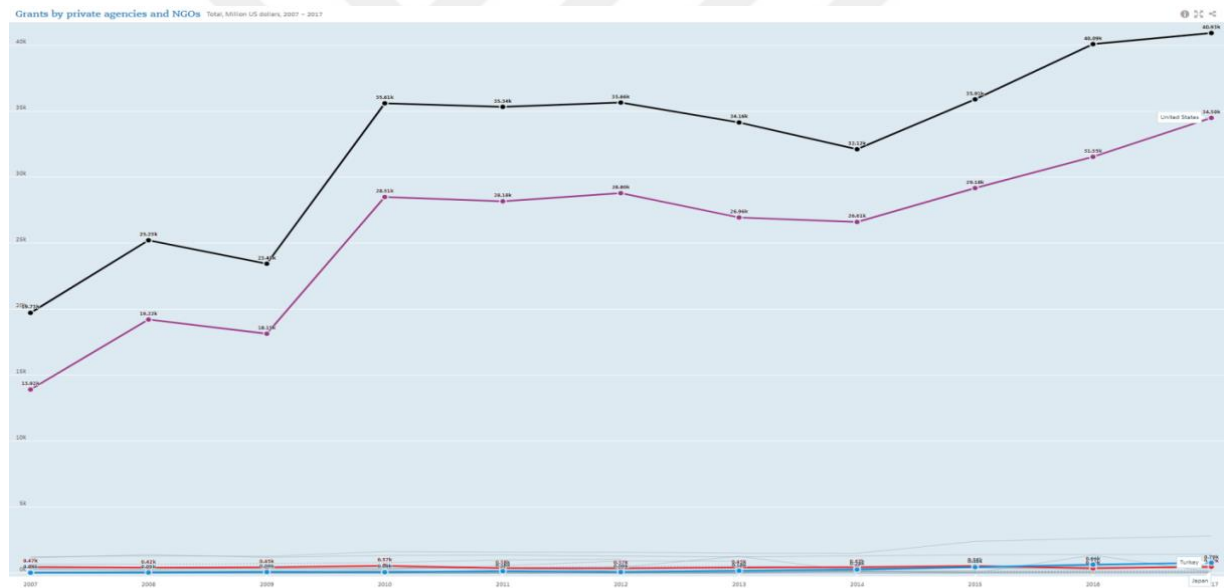
2.2.3. Sivil Toplum Kuruluşları

Sivil Toplum Kuruluşları (STK) literatürde hükümetler, siyasi partiler ve şirketler hariç resmi olarak kayıtlı kendi özerk yönetimi olan, kamu yararı gözeten, gönüllü bağışlarla faaliyet gösteren hem paralı hem de gönüllü personel çalıştıran, vergiden muaf olan ve gönüllülerine kâr payı dağıtmayan kuruluşlardır (Zatepilina ve Monacell 2015: 39). Diğer yandan INGO (International Non-Governmental Organizations) uluslararası sivil toplum kuruluşları hükümetler arası bir anlaşmayla kurulmayan, devletten otonom, en azından bilinçli ve organik bir bağı bulunmayan, bu anlamda bağımsız hareket edebilme yeteneğine sahip, kâr amacı gütmeyen ve en az iki ülkede faaliyete gösteren kuruluşlar olarak adlandırmak mümkündür (Çalış, Özlük, vd., 2006: 728). Konu kapsamında STK’lar uluslararası faaliyetleri nedeniyle ele alınmakla birlikte, pek çoğu kendini uluslararası olarak tanımlamayıp, yerelde faaliyet göstermekte fakat afet ve acil yardım durumlarına göre uluslararası çalışmalara da katılabilmektedir. Bu nedenle çalışmada INGO tanımı yerine STK tanımı tercih edilecektir. STK’ların kamu diplomasisi konusu içinde yer alması, ülkelerin yumuşak gücüne katkısı çerçevesindedir. Öte yandan bazı STK’ların devletler tarafından örtülü bir şekilde desteklenmesi veya yönlendirilmesi, yaptıkları faaliyetin kamu diplomasisi sayılmasına neden olabilmektedir. Özellikle arama-kurtarma ve insani yardım gibi konularda uzmanlaşmış STK’ların kamu diplomasisinde daha etkin bir konumda olduğu söylenebilir. Bunda daha çok insana ulaşılması faktörü etkili olmaktadır. STK’ların kamu diplomasisinde bir diğer avantajı esnek oluşlarıdır. Endonezya Meclis Başkanı “Devletlerarası ilişkiler bürokratik ve resmi prosedürlere göre yapıldığından hem yavaş hem de soğuk olur. Oysa STK’larla işler daha

sıcak ve hızlı işler. Bu nedenle bazı alanlarda ve konularda STK'lar, devletlere oranla ülkeler ve toplumlar arasında ilişki geliştirmede daha büyük rol oynarlar” der (Akçay, 2012: 16).

Türkiye’de STK’ların önemli bir aktör haline gelmeye başlaması, Türkiye’nin demokratikleşmesiyle paraleldir. AB müktesebatının gereği olarak 2003 yılında Emniyet Teşkilatı bünyesinde bulunan dernekler masası revize edilmiştir. Yetki, İçişleri Bakanlığına verilmiş, ayrıca uluslararası faaliyetlerde “Dışişlerinin görüşünü almak” şartı kaldırılmıştır (Akçay, 2012: 85, 86). Bu düzenlemeler STK kurulmasını kolaylaştırırken, manevra alanını da genişletmiştir. 2001 yılında 3.000 dolar olan milli gelir, 2013 yılında tavan yaparak 12.500 dolar seviyesine yaklaşmıştır (TÜİK, 2017). Ekonomik kalkınma sayesinde halkın gelir seviyesi artmış, yardım kuruluşları niteliğindeki STK'lara yapılan bağışların oranı da artmıştır. Nitekim OECD verileri baz alındığında bu artış daha net görülecektir:

Grafik 4: Son On Yıl STK Yardımları



Kaynak: OECD, 2017.

Son on yılda STK'larca yapılan dış yardımların gösterildiği bu tabloda (Siyah çizgi DAC ülkelerinin yardım grafiğini göstermektedir. Mor çizgi ABD, kırmızı Japonya, mavi Türkiye'yi göstermektedir.) Türkiye ilk kez 57 milyon dolarla 2005 yılında yer almıştır. 2016 yılında bu rakam 10 kattan fazla artarak 655 milyon dolara ulaşmıştır. Bu durum sadece ekonomik gelişmeyle açıklamak yetersiz olacaktır. Türk örf ve adetlerinde önemli bir yeri olan yardımseverlik karakterinin yanında İslam inancının da yer alan sadaka ve zekât anlayışı, halkın bu gibi kuruluşlara olumlu yaklaşmasına neden olmaktadır. Özellikle afet durumlarında “darda kalana yardım etme” anlayışı, STK'ların kolaylıkla bağış toplamasını sağlamaktadır.

Nisa suresi 36. ayette geçtiği üzere “Allah’a ibadet edin ve ona hiçbir şeyi ortak koşmayın. Ana babaya, akrabaya, yetimlere, yoksullara, yakın komşuya, uzak komşuya, yanınızdaki arkadaş, yolcuya, elinizin altındakilere iyilik edin” emri inananların hayatında etkili olmuştur.

STK'lara getirilen en sık eleştiriler şeffaf çalışmamaları, bağışların yerine ulaşmadığı iddiası ve bağış seçiminde ayrımcılık gözetildiği şeklindedir. Göksel (2011: 3) Türkiye’de STK’ların hükümet çıkarlarına ya da İslami bağlara göre yardım elini uzattığı ve insan hakları ihlallerinin göz ardı edildiği iddia etmektedir. İnsan hakları ihlallerine rağmen yardım alan ülkeye en başta bölünmesinden önce Sudan gösterilmekteydi. Ne var ki buna benzer ithamlar ABD gibi gelişmiş Batı Ülkelerine de yapılabilir. Yoksa Suudi Arabistan’a göz yumması başka nasıl açıklanabilir?

Endüstri çağına geç geçiş yapan ve yıllarca tarım ülkesi olan Türkiye, beyin göçünün de etkisiyle uluslararası marka oluşturma konusunda zayıf kalmıştır. *Financial Times* ve *Forbes* gibi yayıncıların yıllık olarak yayınladığı ilk 500 marka arasında Türkiye yer almamaktadır. Öyle ki geliştirdiği markaların pek çoğu da yine tarım sektörüyle alakalı olan gıda ve tekstil alanlarındadır. Diğer yandan Türkiye denilince yabancı halkların aklına ilk olarak turistik yerlerden sonra futbol takımlarının ve oyuncularının geldiği söylenebilir. Yine de Türkiye’nin en bilinen markası olarak Türk Hava Yolları (THY) öne çıkmaktadır. Dünyada en fazla noktaya uçuş yapması, bu görünürlüğüne büyük katkı sağlamaktadır (Kanal Finans, 2018). Türkiye’nin görünürlüğünü ve müşteri memnuniyetinde görüldüğü üzere misafirperverliğini göstermekten başka, iyiliksever yanını da 1985’te göstererek, Türk kamu diplomasisine çok büyük katkı sağlamıştır. İran-Irak Savaşı sırasında Özal’ın emriyle 215 Japonya vatandaşının İran’dan tahliyesinde başarılı bir rol oynamıştır (Selçuk, 2015: 332). Kurtarılanlar arasında yer alan buradaki Nissan fabrikasının başmühendisi olan Junichi Numata, yapılan iyiliği unutmadığını evinin bir köşesinde hâlâ Özal’ın portresi ve THY model uçağının durduğunu dile getirmiştir (Milliyet, 2009).

2.3. Dış Yardımlar

Dış yardımlar konusunun kamu diplomasisinde çok önemli bir yeri vardır. Bu bölümde STK’larca yapılan yardımlar değil devlet eliyle yapılan yardımlar ele alınacaktır. OECD, dış yardımı şu şekilde tanımlar: “Resmi Kalkınma Yardımı (Official Development Assistance-ODA), gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınma refahlarını destekleyen devlet yardımlarıdır. Krediler ve askeri amaçlı olanlar hariçtir. Yardım, bağışçıdan alıcıya şeklinde

iki taraf arasında olabileceği gibi Birleşmiş Milletler (BM) ve Dünya Bankası (DB) aracılığıyla da olabilir. Yardımlar %25'i hibe olan kredi ve teknik yardım tedariklerini de kapsar” (OECD, 2018a). Bu tanım incelendiğinde kâr amacı güden kredilerin ve insani olmayan askeri yardımların resmi yardım çerçevesinde değerlendirilmediği görülmektedir. Nakit olmasa da araç-gereç temini, altyapı sağlama gibi faaliyetler de teknik yardım olarak değerlendirilmektedir. Öte yandan ülkeler kendileri resmi yardımda bulunurken bir kamu diplomasisi çalışması yaparken, BM ve DB ya da başka bir aracı kurum aracılığıyla yaptıklarında aslında onlar adına kamu diplomasisi yapmış olurlar. O yüzden bu faaliyetler çalışmanın kapsamı dışındadır. OECD verilerinin çalışmada kullanılması ise karşılaştırılan her üç ülkenin örgütün üyesi olması ve 60 yıldır düzenli olarak veri sağlamaları nedeniyledir. Fransa ve Almanya gibi bazı ülkelerin dış yardımlara özel bir önem verdiği ve sadece bu konudan sorumlu bakanlıkları bulunmaktadır.

“Veren el, alan elden üstündür” hadisinde belirtildiği üzere dış yardımlar her zaman bir itibar ve güç göstergesi olmuştur. Pek çok yardım “insani” olma iddiasında olsa da altında siyasi ya da ekonomik kaygı içermektedir. İkinci Dünya Savaşı sonrası ABD’nin Avrupalı devletlere yapmış olduğu yardımlar, ABD’nin kendi ulusal güvenlik kaygıları sonucu ortaya çıkmıştır. Sovyetler Birliğinin Avrupa’daki yayılımcı politikalarına karşı ABD’nin Truman Doktrini çerçevesinde Türkiye ve Yunanistan’a 400 milyon dolarlık bir yardım paketi sunması temelde bu ülkelerin Sovyet eksenine girmesine engel olmayı amaçlamıştır (Akçay, 2012: 18). Soğuk Savaş döneminde ABD ve SSCB kutuplarının kendi yanında tutmak istedikleri bağımlı devletleri (client state), bu şekilde dış yardımlarla kafese aldıkları görülmüştür. Siyasi amaçla yapıldığında dış yardımların işe yaramadığı sonucu çıkarılamaz. Komünizmin yayılmasının engellenmesi için Avrupa ülkelerine yapılan yardımları inceleyen Tuncer (1963, 35), yardım alan ülkelerin gayrisafi hâsıllarında %25, endüstriyel üretimde %64 ve zirai üretimde %24 oranında artış sağladıklarını tespit etmiştir.

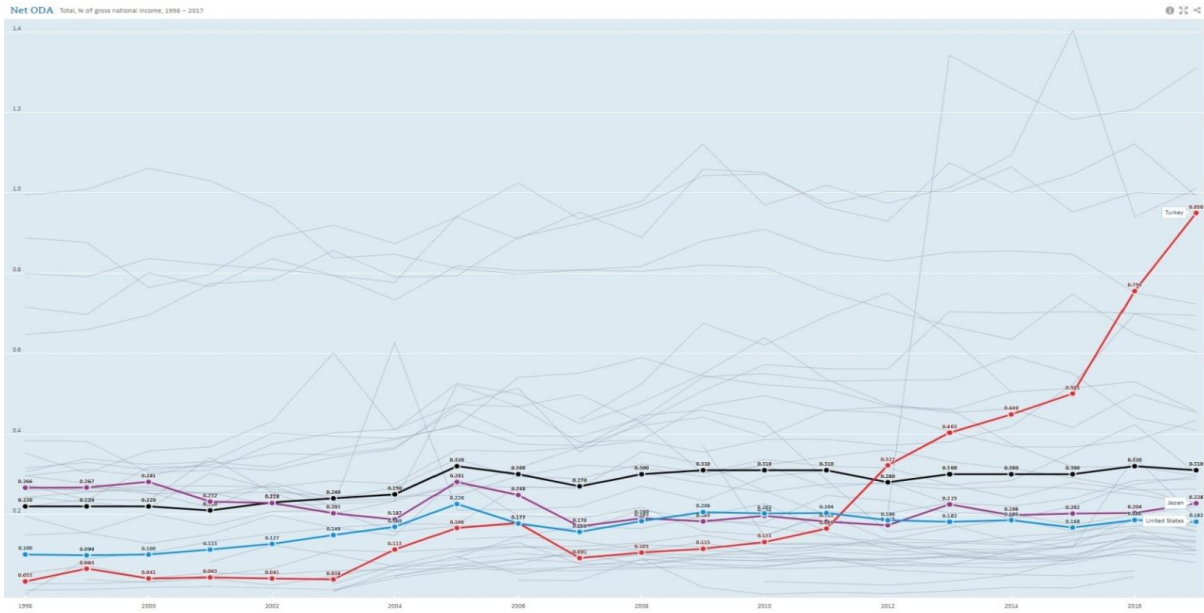
Türkiye açısından bakıldığında ABD Marshall yardımını sunarken, SSCB Seydişehir alüminyum ve İskenderun demir-çelik fabrikalarını kurmuştur. Yardımlar ayrıca bu ülkeleri kendi ekonomik ve teknolojik sistemlerine entegre ederek bağımlı hale getirme amacı taşıyabilmektedir. Altyapısını ve sistemlerini başlangıçta verilen yardımlara göre hazırlayan ülkeler, ilerleyen yıllarda bakım, onarım, geliştirme safhalarında yine aynı bağışçı ülkelere muhtaç olma durumunda kalmaktadır. Örneğin Türkiye’ye ABD tarafından verilen 100 milyon dolarlık askeri araçların yıllık bakımı 400 milyon dolara mal olmuştur (Erhan, 2009: 536). Bu altyapı ile yetişen personelin farklı bir teknolojiye geçmesi de zor olmaktadır. Bazen

dış yardımların yaptırım aracı olarak kullanıldığı da görülmüştür. 1964 Haziran'ında Kıbrıs'a müdahale kararı alan Türkiye'ye gönderilen Johnson Mektubunda ABD yardımı olarak gönderilen silahların kullanımını yine yalnız ABD'nin iznine münhasır olduğu vurgulanmıştır (Akçay, 2012: 19). Çoğu zaman yaptırımlar anlaşmalarda yer alan şerhlerle alıcı ülkeye buna benzer kısıtlamalar veya ek yükler getirilmiştir.

Uluslararası İlişkiler teorileri açısından değerlendirildiğinde realizm dış yardımları çıkar kavramı çerçevesinde ele alır. Bağışçı devlet siyasi ya da ekonomik çıkarı için yardımda bulunurken, alıcı ülke de yine çıkarı için bunu kabul eder. İdealizm için yardım etmek iyidir ve bu bizi barışa götürür anlayışı vardır. Sosyal inşacılık için yardım etmek sosyalliğe uygun bir davranıştır ve bir trend oluşmasına neden olur. Böylece herkes ihtiyaç duyan diğer ülkelere yardım dağıtmaya başlar. Genel anlamda dış yardımlar realist anlayışla değerlendirilse de Akıllı (2016: 150, 151) buna katılmaz. Örneğin Türkiye'nin Benin gibi Afrika'nın küçük bir ülkesine yardım götürmesini güvenlik ya da ulusal çıkar sağlanması adına yapıldığının söylenemeyeceğini iddia eder. Bunu inşacı kuramın öngördüğü değerlerin üstünlüğü çerçevesinde ele alır. Buraya kadar yazılanlar düşünüldüğünde dış yardımlar ister hibe ister teknik yardım hatta isterse kredi şeklinde olsun kamu diplomasisi çerçevesinde değerlendirilebilir. Teorik açıdan irdelenecek olursa kamu diplomasisi karakterine uygun olduktan sonra yapılan tüm yardımlar kamu diplomasisi uygulaması olarak kabul edilecektir.

Karşılaştırılan ülkelerin dış yardımları OECD verileri üzerinden incelenecek olursa, OECD Resmi Kalkınma Yardımları (ODA- Official Development Assistance) verilerini derleyerek yıllık raporlar hazırladığı ve uluslararası yardımların akışına dair tavsiye kararlarında bulunduğu görülür. Örgüt bünyesinde bulunan Kalkınma Yardımı Komitesi (DAC- Development Assistance Committee) yayınlanan bu ODA verileri çerçevesinde üye ülkelerin yardım akışına dair tavsiyelerde bulunur. DAC üyesi ülkeler ABD, Avustralya, Yeni Zelanda, Kore, Japonya, Norveç, İzlanda, İsviçre ve AB ülkelerinden oluşmaktadır. DAC üyesi olmak için yardım programlarına destek sağlayabilecek strateji, kurumsal altyapı ve politikalara sahip olmak gerekmektedir. DAC üyesi olmayan Türkiye'nin yaptığı resmi yardımlar incelenecek olursa, 2010 yılından beri çok büyük bir atak yaptığı görülmektedir:

Grafik 5: Son On Yıl Milli Gelire Göre Resmi Yardım



Kaynak: OECD, 2018b.

Grafik incelendiğinde Türkiye'nin miktar olarak en çok dış yardım sağlayan ülke olmasa bile milli gelirine göre en çok dış yardım sağlayan ilk birkaç ülke arasında yer aldığı görülmektedir. Son 7 yıl itibariyle hem ABD hem de Japonya'yı bu konuda geçmiştir. Bu duruma özellikle Suriye'deki savaş nedeniyle Türkiye'ye geçmesine izin verilen 5 milyon civarı mültecinin etkisi çok büyüktür. Bu durum Development Initiatives verileri baz alındığında daha net anlaşılmaktadır:

Tablo 10: İnsani Yardım (Devinit Global Humanitarian Assistance)

	Türkiye	ABD	Japonya	En çok yardım alan ülkeler
2009	-	1	14	Sudan, Filistin, Etiyopya
2010	22	1	6	Haiti, Filistin, Sudan
2011	17	1	6	Sudan, Filistin, Afganistan
2012	2	5	-	Etiyopya, Afganistan, Filistin
2013	3	1	4	Suriye, Sudan, Filistin
2014	4	1	7	Suriye, Filistin, Sudan
2015	2	1	8	Suriye, Sudan, Irak
2016	2	1	7	Suriye, Yemen, Ürdün
2017	1	2	6	Suriye, Yemen, Irak

Kaynak: Devinit.org, 2018.

1993'te kurulan Development Initiatives, uluslararası yardımların daha etkili bir şekilde dağıtılması için faaliyet gösteren bağımsız bir kuruluştur. Örgüt gelirini Bill & Melinda Gates Vakfı, William ve Flora Hewlett Vakfı ve Omidyar Network'ten başka, Kanada, Danimarka, Hollanda, İsveç ve İngiltere hükümetlerinin bağışlarından elde etmektedir. Site verilerini BM, DB, SIPRI, IMF, OECD ve insani yardımla ilgili hükümet ve hükümet dışı (STK) kuruluşlardan derlemektedir (GHA Report: 2011: 94, 95).

Ekonomik kalkınmayla birlikte Türkiye 2009'da listeye giriş yapmış ve bundan sonra hızla yükselmiştir. ABD hemen her zaman zirvede yer alırken, Japonya istikrarlı bir çizgi izlemiştir. 2011 yılında yaşanan tsunami nedeniyle dış yardım almak durumunda kalmış, bu nedenle de ilk 20 ülke içinde yer alamamıştır. En çok yardım alan ülkeler incelendiğinde 2012 yılından sonra iç savaş nedeniyle Suriye'nin ilk sırada yer aldığı, Türkiye'yi dış yardımda ilk sıralara taşıyanın da bu etken olduğu görülmektedir.

Türkiye'ye dış yardımlar konusunda getirilen en büyük eleştiri sadece Müslüman ülkelere yardım yaptığı şeklindedir. Bunda kısmen doğruluk payı olmakla birlikte genelde Müslüman ülkelerin gelişmemiş olması da etkilidir. Bu duruma en büyük kanıt, yukarıdaki tablodur. Haiti ve büyük bir Müslüman azınlığa sahip Etiyopya haricindeki ülkeler Müslüman ülkelerdir. Davutoğlu'nun (2013: 865-870) Dışişleri Bakanlığı sırasında yayınlanan makalesinde dile getirdiği ülkeler incelendiğinde hemen hepsinin Müslüman ülkeler olduğu görülmektedir. Buna hükümetin İslami değerlere önem vermesinden başka sıkça öne sürülen Yeni Osmanlılık iddiası da neden gösterilebilir. Kimlik yaklaşımıyla açıklanabilecek bu durum AKP hükümetinde öne çıkan "Müslüman" kimliğinin bir tezahürüdür. Yapılan yardımların siyasi ve ekonomik çıkardan uzak olduğu aşikârdır. Nitekim Türkiye insani yardımlardan siyasi ve ekonomik geri dönüş alamamaktadır. Örneğe, askeri, siyasi ve mali en çok yardımda bulunduğu Bosna Hersek'in Kıbrıs konusunda Türkiye'nin yanında yer almamasıdır. Akçay (2012: 59) tarihsel arka planı nedeniyle Türkiye'nin böyle bir sonuca maruz kaldığını dile getirir. Osmanlıdan gelen Türkiye'nin görece üstünlük ve hamilik özelliği, Türk dış politikasında hiçbir zaman sömürü anlayışına evrilmemiştir. Davutoğlu'nun öne sürdüğü stratejik derinlik sınırlarındaki ülkeler söz konusu olduğunda Türkiye siyasi, askeri veya yardım konusunda hemen harekete geçmekte, bu ülkeler ise bu durumu bir sorumluluğun sonucu olarak gördükleri için herhangi bir borçluluk hissetmemektedir. Zarakolu, imparatorluk varisi Türkiye, Japonya ve Rusya gibi ulus devletlerin dünya siyasetinde geçmişten getirdikleri alışkanlıklar nedeniyle aşırı hassas olabildiklerini dile getirmektedir. "Bir zamanlar dünya siyasetinde bizim dediğimiz olurdu" söyleminin özlemi

ve küresel güç ve görünürlük arzusu yeniden canlanır (Zarakolu'dan aktaran Eken, 2016: 60). İmparatorluk varisi olma durumu bağıışçı ülkeyi kendiliğinden harekete geçirebilmekteyken, alıcı ülke aynı geçmişini hatırlayarak bunun doğal olduğunu düşünmektedir.

2.4. Kamu Diplomasisi Kurumları

Türkiye'nin yumuşak güç unsurları ve dış yardımları incelendikten sonra kamu diplomasisinin asıl uygulayıcısı olan kurumlar ele alınacaktır. Kamu diplomasisi konusunda karar alıcılar, tıpkı dış politikadaki dönüşüme tabi olmuştur. Kamu diplomasisinin başlangıcı olarak kabul edebileceğimiz Özal döneminde hâlâ ordu ve bürokrasi etkiliyken, günümüzde siyasi karar alıcıların daha etkili olduğu görülmektedir. Özal döneminde Türkiye İşbirliği ve Kalkınma Ajansının (TİKA) kurulmasıyla başlayan Türkiye'nin kamu diplomasisi hayatı, farklı alan ve konularda yeni kurumların ve hepsinin koordinesinin sağlayan Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğünün (KDK) kurulmasıyla her geçen gün gelişmiştir.

2.4.1. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü (KDK)

Pek çok ülke Başbakanlığa veya Dışışleri Bakanlığına bağlı bir şekilde kamu diplomasisini koordine eden kurumlar kurmuştur. Hatta İspanya'nın özerk bölgesi Katalonya'nın bile Katalonya kültürünü, çıkarlarını ve halkını tanıtmak üzere kurduğu Katalonya Kamu Diplomasisi Konseyi (Patronat Catalunya Món) isimli bir kuruluşu bulunmaktadır (Huijgh, 2016: 441). Diğer yandan kurumsal açıdan bakıldığında, kamu diplomasisine en fazla önem veren ülkenin İsrail olduğu söylenebilir. Çünkü kamu diplomasisini bakanlık düzeyinde (Stratejik İlişkiler ve Kamu Diplomasisi Bakanlığı) yöneten tek ülke konumundadır.

Türkiye ise 2010 yılında Resmî Gazetede yayınlanan bir genelgeyle kurulan KDK, Başbakanlığa bağlı çatı bir kuruluş olarak tüm kamu diplomasisi faaliyetlerini koordine etme görevini haizdir. Genelgede "Kamu diplomasisi alanında yürütülecek çalışmalar ile stratejik iletişim ve tanıtım faaliyetleri konusunda kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum örgütleri arasında iş birliği ve koordinasyonu sağlamak amacıyla, bir Başbakan Başmüşavirinin uhdesinde Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğünün oluşturulması uygun görülmüştür. Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğünün sekreteryaya hizmetleri Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü tarafından yerine getirilecektir" ifadeleri kullanılmıştır (KDK Genelgesi). Bu ifadelerden kurumun devlet kurumlarından başka STK'larla da iş birliği amaçladığı anlaşılmaktadır. Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM) ise 2018 yılında Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığına dönüştürülmüştür. 1862 yılında "Matbuat

Müdürlüğü” olarak yola çıkan 1920’de “Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti Umumisi” adını alan kurum, Türkiye’nin etkin bir şekilde tanıtılması, dünya genelinde doğru bir Türkiye algısının oluşturulması, dünyayı izlemeye ve Türkiye’yi anlatmayı amaç edinmiştir. Kurumun misyon tanımı olarak “Ulusal ve uluslararası medyayı yakından izleyerek kamuoyunu ve ilgili makamları zamanında ve doğru bilgilerle aydınlatmak, hükümet faaliyetlerini ve yapılan hizmetleri iç ve dış kamuoyuna etkin bir biçimde anlatmak; basın mensuplarının çalışmalarının kolaylaştırılmasına ve basının gelişimine katkıda bulunmak; ülkemizin tanıtılmasına yönelik faaliyetlerde bulunarak ilgili kurumlarla koordineli şekilde iletişim stratejilerini oluşturmaktır” verilmiştir (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı). Kurum Cumhurbaşkanlığına bağlanan yeni haliyle yerli yabancı basın mensuplarının akreditasyonundan başka, ulusal ve uluslararası medya dünyasında Türkiye ile ilgili çıkan haberleri izlemek, gerekli durumlarda karşılık vermek, dezenformasyonu önlemek gibi görevleri vardır. 434.000’lik Türkçe hesabı yanında, İngilizce ve Rusça twitter hesaplarıyla dünyaya Türkiye gerçeklerini yansıtmaya çalışmaktadır. Fakat 17 bin rakamı İngilizce dili için azken, Rusça için 500 takipçisi olan bir hesap, takip konusunda yetersizlik yaşandığının göstergesidir.

KDK’nın kamu diplomasisiyle ilgili kuruluşların koordinasyonundan başka gerçekleştirdiği ülke toplantıları ile dikkat çekmektedir. Toplantılarda Türkiye’yi temsilen bakanlar, siyasiler, kurum görevlileri ya da kurumca yetkilendirilen fikir adamları yurtdışında Türkiye’nin farklı dış politika konularındaki duruşunu sergilemişlerdir. Konuk olunan ülkelerin düşünce kuruluşlarının da organizasyona destek vermesiyle, bu ülkelerle ilişkiler canlı tutulmaya çalışılmıştır. Kurumun kamu diplomasisi eğitimine en büyük katkısı farklı illerdeki üniversitelerde düzenlemiş olduğu Kamu Diplomasisi Panelleridir.

2.4.2. Türkiye İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA)

Türkiye’de kamu diplomasisi alanında ilk kurum olarak sayılabilecek olan TİKA, 1992 yılında Turgut Özal’ın Cumhurbaşkanlığı döneminde kurulmuştur. Kurulmasında Sovyetler Birliğinin dağılması sonucu altyapı, eğitim ve yeniden devletin yapılanması gibi konularda sorunlar yaşayan Orta Asya’daki Türkî Cumhuriyetlere destek olunması yatar. Soğuk Savaşın bitmesiyle ortaya çıkan bölgedeki bu güç (yumuşak/ sert) açığını Alparslan Türkeş gibi bazı siyasiler, Dışişleri Bakanlığı haricinde Türkî Cumhuriyetlerden sorumlu bir bakanlık kurularak kapatılması fikri kabul görmemiştir (Çaman, 2006:192). Öncesinde Dışişleri Bakanlığı’na bağlı olarak Ekonomik Kültürel Eğitim ve Teknik İş birliği Başkanlığı (EKETİB)” adıyla TİKA’nın nüvesi teşkil edilmiştir. Başkanlığın amacı, “başta Türk dilinin

konuşulduğu cumhuriyetler ve Türkiye'ye komşu ülkeler olmak üzere, gelişme yolundaki ülkelerin kalkınmalarına yardımcı olmak, bu ülkelerle ekonomik, ticari, teknik, sosyal, kültürel ve eğitim alanlarındaki iş birliğini projeler ve programlar aracılığıyla geliştirmek, gelişme yolundaki ülkelere yapılacak yardımlarla ilgili işlemleri yürütmek” olarak belirtilmiştir (Utkan, 1997: 948). Aslında daha önce Devlet Planlama Teşkilatı müsteşarı olarak görev yapmış olan Özal'ın böyle bir fikir geliştirmesi şaşırtıcı değildir. 2011 yılında yayınlanan 656 sayılı KHK ile TİKA'ya “Yurtdışında bulunan ortak tarihi, kültürel ve toplumsal mirasın ve değerlerin korunmasına, toplumlar arası önyargıların giderilmesine ve medeniyetler arası diyalogun güçlendirilmesine yönelik sosyal ve kültürel proje ve çalışmaları uygulamak” görevi verilmiştir (Resmî Gazete, 2011). Bu KHK ile birlikte TİKA, Orta Asya'dan dünyaya yayılmıştır. Bir anlamda burada Türk dış politikasında ortaya çıkan yeni anlayışın izleri de görülmektedir. Türkiye artık sadece Türk Cumhuriyetleri ya da yakın komşuları değil, başta stratejik derinliği çerçevesinde sunulan kültürel ve tarihi miras ile gücünün uzanabildiği tüm dünyayı hedeflemiştir. TİKA'nın önemini belirten Abdullah Gül Dışişleri Bakanı olduğu dönemde yaptığı bir konuşmada şunları söylemiştir: “Afrika'da aç susuz insanların yardımına koşmak, Endonezya'da deprem felaketine koşmak, Pakistan'daki depremlerde kardeşlerimizin acısını hissedip oralara gitmek. Bunlar çok kalıcı hizmetlerdir. Bunlar hiç unutulmayan, parayla pulla alınmayan büyük itibarlardır. Bu konularda TİKA adeta ikinci bir Dışişleri Bakanlığı görevi görmektedir. Afrika'nın birçok ülkesinde, Türkî Cumhuriyetlerde, Kafkaslarda çok büyük hizmetler yapmaktadır. Bakanlık olarak yapamadıklarımızı, TİKA vasıtasıyla yapmaktayız” (Akıllı, 2016: 147).

2018 yılında yapılan son değişiklikle TİKA, Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlanmıştır. Yeni görevleriyle birlikte TİKA

- a) İşbirliğinde bulunulması hedeflenen ülke ve topluluklarla iktisadi, ticari, teknik, sosyal, kültürel ve eğitim alanlarındaki ilişkileri karşılıklı kalkınmaya da katkıda bulunacak şekilde projeler ve faaliyetler temelinde geliştirmek,
- b) Ekonomik altyapı araçlarını ve destek programlarını hazırlamak, ekonomik büyüme, yatırım ortamının hazırlanması ve geliştirilmesi, işsizliğin ve yoksulluğun azaltılması, eğitim seviyesinin yükseltilmesi, iyi yönetim, kadın ve ailenin toplumsal yaşamda ve kalkınmadaki rolü, bilgi teknolojileri transferi, çevre ve doğal kaynakların yönetimi, enerji, altyapı, sürdürülebilir kalkınma gibi alanlarda katkı temin etmek, bu ülkelere kurumsal, insan kaynakları ve benzeri alanlarda kapasite geliştirme destekleri sağlamak,

- c) Gerektiğinde yabancı ülke ve topluluklara yapılacak insani yardım ve teknik desteklerin koordinasyonunu sağlamak.
- d) İş birliği yapılması hedeflenen ülke ve topluluklarda kamu yönetimi, hukuk, eğitim, kültür ve diğer sosyal alanlardaki işbirliğini güçlendirmek amacıyla proje ve programlar hazırlamak, hazırlatmak ve uygulamak, bu ülke ve topluluklardan eğitim ve staj amacıyla Türkiye'ye gönderilecek kamu görevlileri ve diğer kişilere burs ve benzeri destek sağlamak”

görevlerinden sorumludur (TİKA Teşkilat Kanunu). Kurumun başkandan başka dünyanın farklı bölgelerinden sorumlu üç başkan yardımcısı vardır. TİKA, 150 ülkede faaliyet göstermektedir. TİKA bütçesi incelenecek olursa 2015 yılında 221 milyon, 2016’da 277 milyon, 2017’de ise 304 milyon TL olarak gerçekleşmiştir (TİKA Faaliyet Raporu, 2017: 40). Kurumun son faaliyet raporu incelendiğinde harcamaların %26,9’u Balkanlar ve Doğu Avrupa ülkelerine giderken, %22,5’i Orta Doğu ve Afrika ülkelerine ayrılmıştır. Önceki yıllara göre gerileyen Orta Asya harcamaları %11,3’e düşerken, Türkiye’ye uzak bölgeler olarak tanımlanabilecek Pasifik Asya ve Latin Amerika ülkeleri ise %5,5’te kalmıştır. Nitekim bunun çoğunu da Myanmar, Kosta Rica ve Haiti gibi ülkelerde yaşanan afetler nedeniyle gönderilen insani yardımlar oluşturmuştur (TİKA Faaliyet Raporu, 2017: 44). Kurumun önde gelen çalışmaları arasında altyapı, imar ve restorasyon çalışmaları, teknik yardım ve eğitim faaliyetleri, teknik araç-gereç hibeleri, sağlık eğitimi, taraması ve uygulamaları gelmektedir. Kurum kendi yetişmiş personelinden başka, gerek duyduğunda Türkiye’den ilgili kurumlardan geçici personel de talep edebilmektedir. Bu durum hem bu personelin hem de kurumun tecrübe kazanmasına neden olurken TİKA’nın itibarına da zenginlik katmaktadır. Fakat kendi personelinin olmaması, kamu diplomasi konusunda personelin uzmanlaşması açısından bir zafiyet yaratmaktadır.

TİKA’ya getirilen eleştirilere değinilecek olursa, en başta kurumun faaliyetleri yer almaktadır. Özellikle son zamanlarda kurumun inşaat faaliyetlerine ağırlık verdiği dile getirilmektedir. Örneğin Bosna Hersek’te yapılan harcamaların %50-70 arasının restorasyon çalışmalarına harcandığı, oysa bölgenin ihtiyacının bu olmadığı dile getirilmektedir (Bošković, Reljić, vd., 2015: 112). Özellikle Osmanlı mirası yapıların onarımı bölgede bulunan Sırp ve Hırvat azınlıklar tarafından eleştirilmektedir. Bu tür bir tercihin arka planında hükümetin siyasi tercihleri olabileceği gibi, kalıcı eser verme gayreti ve Türkiye’nin en iyi bildiği işlerden birinin müteahhitlik olduğu da söylenebilir. Diğer eleştiri, dış yardımlar

konusunda da değinilen Müslüman halka yönelik faaliyetlerin fazlalığıdır. Yine burada aynı nedenlerin geçerli olduğu söylenebilir. Realist çerçeve doğrultusunda dile getirilen faaliyetlerin çıkar amaçlı olduğu eleştirisi ise, Türkiye'nin kendisinden dolayısıyla güvenlik ve siyasi çıkarlarından çok uzak noktalara götürdüğü hizmetler gösterilerek çürütülebilir. Mesela Kardaş ve Erdağ'a (2012: 186) göre Afrika'daki TİKA faaliyetleri realistlerin iddia ettiği gibi Türkiye'nin Afrika'nın yer altı zenginliklerinde gözü olduğuna dair herhangi bir söylem ya da eylem içermemektedir. Yine de Türkiye'nin Afrika'da sürdürdüğü kamu diplomasisi uygulamaları, meyvesini 2010 yılında vermiş ve BM güvenlik Konseyi seçimlerinde Afrika ülkelerinin tamamı oyunu Türkiye lehinde kullanmıştır (Yeşiltaş ve Balcı, 2011: 14).

Bir diğer ciddi eleştiri, kurumun bazı örtülü faaliyetler işlediği yönündedir. Örneğin Azerbaycan hükümet binasında yer gösterilen TİKA ofisinde, resmi yazışmaların kum kaplamalı ağır bir sandıkta saklanması, Azeri yetkililerde rahatsızlığa sebebiyet vermiş, hatta Azeri basınında "TİKA-MİT El Ele" yönünde haberler çıkmıştır (Akçay, 2012: 79). Algıyı değiştirmek amacıyla, ofiste görevli Azeri uyruklu yerel personel koordinatör olarak atanmış dahası Haçmaz'da kapsamlı bir çiftlik projesi uygulanmıştır. Projenin açılışına katılan Haydar Aliyev, dönemin TİKA Başkanı'nın yanağını okşayarak, "TİKA, gizli kapaklı çalışmalar yerine, işte böyle işler yapsın" demiştir (Akçay, 2012: 79).

Kurumun yaşadığı bunun gibi sorunlar yanında Somali gibi bazı ülkelerde güvenlik sorunu yaşarken, İsrail gibi ülkelerde ise akreditasyon sorunu yaşamaktadır. Diğer yandan dünyanın pek çok ülkesinde kabul gören ve takdir edilen çalışmalara imza atmaktadır. Personelin yaşadığı hukuki statü belirsizliği ise aslında her ülke kamu diplomasisi personelinin yaşadığı bir problemidir. Unvanında "diplomat" ifadesi bulunmakla birlikte, bu kişilerin dokunulmazlıklarının olmayışı, ülkelere giriş çıkışlarda yaşadıkları sorunlar hâlâ çözüm beklemektedir. TİKA'nın gerçekleştirdiği teknik, altyapı, sağlık ve eğitim gibi somut konularda gerçekleştirdiği faaliyetlerden dil eğitimi ve kültür gibi faaliyetler ayrılarak Yunus Emre Enstitüsü (YEE) kurulmuştur.

2.4.3. Yunus Emre Enstitüsü (YEE)

2009 yılında faaliyetlerine başlayan kurumun amacı 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 arttırıp dostluğunu geliştirmektir (YEE,

2018). Dünya çapında 56 kültür merkezinde Türkiye’den gönderilen personeliyle çalışmakta bulunan kurumun özellikle Türkçe öğretimi konusunda yoğunlaştığı görülmektedir. Kendi kadrolu personeli yanında üniversitelerden yıllık görevlendirme usulüyle Türkçe okutman temininde de bulunabilmektedir. 2018 yılında yaşanan şiddetli kur artışı nedeniyle maaşlarını dolar üzerinden alan personelin getirdiği yük, çok daha az sayıda personel gönderilerek çözülmeye çalışılmıştır.

Kurumun en çok kültür merkezi 15 rakamıyla Balkanlarda, ardından Avrupa ve Afrika’da yer almaktadır. Yine en çok faaliyet düzenlenen bölgeler %36’lık oranlarla Balkanlar ve Avrupa ülkeleri, en az faaliyet ise Pasifik Asya ülkeleridir (Faaliyet Raporu, 2016: 16, 24). Kültür merkezlerinin yerleri ve faaliyetlerin yoğunluğu incelendiğinde yine TİKA gibi bazı bölgelerin öne çıktığı, bazı yerlerin ise tamamen göz ardı edildiği anlaşılmaktadır. Örneğin Balkanlarda yoğun bir etkinlik gösterilirken, Pasifik Asya ve Latin Amerika ülkeleri neredeyse es geçilmiştir. Pasifik Asya’da sadece Kuala Lumpur’da bir merkez varken, Latin Amerika’da sadece Sao Paulo’da vardır. Bu duruma Osmanlı mirası mantığıyla eski topraklar yaklaşımında bulunma neden olmaktadır. Balkan ülkelerinde kültür merkezi sayısının fazla olması, TİKA yardımlarının milliyetçi hükümetler döneminde Orta Asya’ya akarken, yeni dönemde Kuzey Afrika ve Orta Doğu ülkelerine kayması, bu varsayımı güçlendirmektedir. Oysa burada kamu diplomasi mantığına aykırı bir durum söz konusudur. Daha önce bahsedilmiş olan Frederick’in kamu diplomasisinin düşük yoğunlukta çatışma yaşanan ülkelere uygulandığı ya da kamu diplomasisinde amacın gönülleri kazanmak ya da kendini anlatmak olduğu anlayışlarıyla çelişmektedir. Zaten dost olarak görülen, Türkleri, Türkçeyi ve Türk kültürünü tanıyan eski Osmanlı mirası Balkan ülkelerine veyahut dost kabul edilen veya en azından herhangi mevcut bir sorun yaşanmayan Malezya’ya YEE açarken diğer yerleri es geçmek, kamu diplomasisi mantığıyla uyuşmaz. Amaç eğer kendini tanıtmaksa, önce yabancılardan başlanmalıdır. Diğer yandan zaten geç kalınmış olan kamu diplomasisi çalışmalarında öncelik yine tamamen uzak kalınan ülkeler olmalıdır. Toplulukların özellikle hakkında bilgi sahibi olmadıkları için henüz bir şablon oluşturmadıkları göz önünde bulundurulursa, ön yargılar devreye girmeden bu halklara kamu diplomasisi başlatılmalıdır.

2.4.4. Mevlâna Değişim Programı

Değişim programları hem gelen yabacı öğrencilerin geldikleri ülkeyi tanımaları hem de giden yerli öğrencinin yabancı ülkede kendi ülkesinin temsil etmesi açısından çok önemlidir. Edward Murrow’un (wikia.org, 2018) kamu diplomasisinde “the last three feet” (son üç adım) olarak adlandırdığı bu durum, halkaların birbirine en yakın olduğu andır. İki tarafın da tüm

manipülasyondan uzak, birinci elden kimliklerini tanıma fırsatı buldukları ender durumlardan biridir. Ender olmasının açıklaması Golan'ın bütüncül kamu diplomasisi grafiğinde açıklanmıştı. Bu tür değişim programlarına halkın çok az bir kesiminin katılma imkânı bulabilmesi, sayının çok düşük olmasına neden olurken, öte yandan en etkili kamu diplomasisi yöntemlerinde biri olmasına zarar vermez. Erasmus, Fulbright ve Congress-Bundestag Youth Exchange gibi emsalleri otuz yıldan fazla bir süredir faaliyetleyken, Türkiye kendi geliştirdiği Mevlâna değişim programını 2011 yılında başlatmıştır. Programı ile yurtiçinde eğitim veren yükseköğretim kurumları ile yurtdışında eğitim veren yükseköğretim kurumları arasında öğrenci ve öğretim elemanı değişimi yapılmaktadır. Mevlâna Değişim Programının amacı,

- Türkiye'yi yükseköğretim alanında bir cazibe merkezi haline getirmek,
- Yükseköğretim kurumlarımızın akademik kapasitelerini artırmak,
- Yükseköğretimin küreselleşme sürecine katkıda bulunmak,
- Türkiye'nin zengin tarihsel ve kültürel mirasını küresel düzeyde paylaşmak,
- Kùltürler arası etkileşimin artmasıyla, farklılıklara saygı ve anlayış kùltürünün zenginleşmesini sağlamaktır (Mevlâna Değişim Programı kitapçığı).

YÖK verileri incelendiğinde 2017-2018 eğitim-öğretim yılında toplam değişime tabi olan öğrenci sayısı 11.767 iken, bunun 343'ünü Mevlâna kapsamında gelen, 56'sını ise aynı program kapsamında yurtdışına giden öğrenci oluşturmuştur. Türkiye'de bulunan toplam yabancı öğrenci sayısının 125.000 olduğu düşünülürse, değişim programına, özellikle de Mevlâna değişim programına katılan öğrenci sayısının ne kadar az olduğu anlaşılabacaktır. Öte yandan toplam yabancı öğrenci sayısı içinde en büyük yekûnu 20.701 ile Suriyeli öğrenciler oluştururken bunu 17.077 ile Azerbaycan ve 12.207 ile Türkmenistan izlemiştir (2017-2018 YÖK İstatistikleri). Değişim programlarında en önemli faktör dildir. Suriyeli öğrencilerin sayısının fazla olması, Suriye'de yaşanan iç savaş sonucu Türkiye'ye gelen mülteciler nedeniyledir. Diğer yandan istatistikler incelendiğinde Türkiye'ye yine Latin Amerika ve Pasifik Asya ülkelerinden çok az öğrenci gelmiştir. Bu duruma dil ve coğrafi uzaklık neden olabileceği gibi tanıtım eksikliği ve öğrencilere yeterli fırsat sunulmaması etkili olmuştur.

Türkiye'ye gelen öğrencilerin değişim programları kapsamında diğer illere geziler düzenlemesi, kurumları gezmeleri ülkenin tanıtımı açısından çok büyük önem arz etmektedir.

Fakat altyapısı hazırlanmadan başlanan değişim programlarının hezimetle sonuçlandığına da rastlanılmaktadır. Yumuşak güç açısından Türkiye'nin ihtişamı ve güzelliğini göstermekten uzak küçük kırsal kentlere öğrenci yönlendirilmesi, programın amacına ters hizmet edebilmektedir. En ince ayrıntısına kadar planlanmış değişim programları, kamu diplomasisine çok kalıcı faydalar gösterecektir.

2.4.5. Türk Kızılayı

1868 yılında “Osmanlı Yaralı ve Hasta Askerlere Yardım Cemiyeti” olarak kurulan Türk Kızılayı, ilerleyen yıllarda faaliyet alanının genişletmiştir. Günümüzde afet yönetimi, eğitimi, göç ve mülteci hizmetleri, ilk yardım ve kan bağışi gibi pek çok alanda hizmet vermektedir. Kamu diplomasisinin bir parçası olması ise artık uluslararası afet, insani yardım ve sağlık hizmetlerinde de yer alması nedeniyledir. Nitekim kurumsal vizyonu “Türkiye’de ve dünyada, insani yardım hizmetinde model alınan, insanların en zor anlarında yanındaki kuruluş olmak” şeklinde belirlenmiştir. 2018 yılı itibariyle kurum yurtdışında Arakan, Gazze, Endonezya, Somali, Yemen ve Musul’a yardım ulaştırmaktadır. Müslüman ülkelere Ramazan ayında yapılan yardımların yanında, kurban bağışları da yapılmaktadır. Sağlık yardımlarına ise örnek olarak 2018 yılında Güney Sudan’da yapılan 400 kişinin katarakt ameliyatı gösterilebilir (Kızılay, 2018).

Kızılay’dan başka 2009 yılında Başbakanlığa bağlı olarak kurulan sonrasında İçişleri Bakanlığına bağlanan Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD), hem yurtiçi hem de yurtdışında afetler müdahalede bulunmaktadır. Kurum 2016 yılında yayınladığı reklam videosuyla “Dünya için hazırız!” diyerek artık uluslararası alanda da faaliyet göstermeye başlamıştır (Youtube, 2016). Kurumun 2018 yılında afet durumu ve harici uluslararası yardım faaliyetlerine bakıldığında, Kızılay’ın yardım ulaştırdığı ülkelerle örtüştüğü görülmektedir.

İnsanlar, dar zamanda yanlarında olanları unutmazlar. Diğer kamu diplomasisi araçlarından farklı olarak yardım kuruluşları bir ülkedeki halkın tüm kesimlerine ulaşma kabiliyetindedir. Afete maruz kalmış bir ülkede insanların herhangi bir çıkar gözetmeden ve ayrıma tabi tutulmadan yardım alabilmesi, hafızalarında unutamayacakları bir yer tutacaktır. Böyle zamanlarda yanlarında olan ülkeyi unutmayacakları da aşikârdır. Bu tür kuruluşların uluslararası yayıncılık kuruluşlarının aksine arkalarında bir ülkenin olduğu bilinmesi elzemdir. Bu kimlik, kurumsal logo içine yerleştirilebileceği gibi ayrıca faaliyetlerde ülke bayraklarına da yer verilebilir. Çünkü halkın çoğu, özellikle sosyal yardım alan eğitim ve gelir

seviyesi düşük kesimin, AFAD'ın, Kızılay'ın ya da JICA'nın hangi ülkeye ait olduğunu bilmesi beklenmez.

2.4.6. Türkiye Radyo ve Televizyonu (TRT)

Uluslararası yayıncılık konusunda kamu diplomasisi amacıyla devletlerin etkin olması kaçınılmazdır. Bu duruma hem maliyet hem de içerik neden olmaktadır. Sürekli ülke tanıtımı yapmak, ticari açıdan kârlı olmayabilir. Ya da özel yayın yapan kurumlardan ülkenin ön plana çıkarılmasını istemek, yayınlarına müdahale etmek her zaman mümkün olmayacaktır. Diğer taraftan özellikle haber yayıncılığı konusunda devlet televizyonlarının hükümet sözcüsü gibi görülmediği için güvenilir kabul edilmemesi durumu vardır. Bu durumu önlemenin en temel yolu, yayıncılıkla ilgili kuruluşları BBC gibi özerk hale getirmek vardır. Ayrıca yardım kuruluşlarındakinin aksine, yayın kuruluşlarının arkasında bir devletin varlığının bilinmemesi her zaman o devletin lehine olmuştur. Mesela Mısır'da yapılan bir araştırmada El Hurra kanalının arkasında ABD'nin olduğunu bilen vatandaşlar, kanalı ABD'nin sözcüsü olarak görürken, bilmeyenler kanalın yayınlarını tarafsız ve dengeli bulduklarının belirtmişlerdir (Vadlamannati, 2011: 66).

Türkiye özelinden bakıldığında ilk yayıncılık faaliyeti 1920 yılında kurulan Anadolu Ajansı ile başlamıştır. Kurumun öncelikli amacı yurtdışı yayın yapmak değil, tarafsız haber alamayan Anadolu halkına Millî Mücadele ile ilgili gelişmeleri aktarmak olmuştur (AA Tarihçe, 2018b). Ajans, Anadolu Agency'nin faaliyete geçmesiyle dünyaya açılmış ve Türkiye'yi temsil eder hale gelmiştir. Halkın son kullanıcı olarak haber üreten ajansları değil, bunu yayınlayan kanalları bilmesi çok doğaldır. Bu yönüyle düşünüldüğünde TRT ön plana çıkmaktadır. Konu kamu diplomasisi olunca yabancı halklara ulaşmayan hiçbir yayın, kamu diplomasisi çerçevesinde değerlendirilemeyecektir. Bu haliyle TRT'nin yabancı dillerde yayın yapan TRT World, TRT Kürdi ve TRT Arapça çalışma konusu kapsamındadır. Özellikle 2014 yılında yayın hayatına geçen TRT World, kültür programlarıyla Türkiye'nin tanıtımında, haber programları sayesinde ise olayları kendi gözüyle nasıl gördüğünü sunması açısından önemlidir.

Uluslararası yayıncılık yanında sosyal medyanın da kamu diplomasisinde çok önemli bir yeri vardır. 2 milyarın üzerinde hesap sayısı ile facebook (NTV, 2018) ve 335 milyon hesap sayısı ile twitter (Habertürk, 2018) bunlardan en önde gelenleridir. Çin, Kuzey Kore, İran gibi uluslararası yayıncılığın, çanak anten kullanmanın ve internetin kısıtlı kullanımına izin verildiği ülkelerde sosyal medya en temel iletişim aracı haline gelmektedir. Özellikle medya

özgürlüğünün bulunmadığı ülkelerde insanların sosyal medyayı tercih ettiği görülmektedir. Bu durum ise sosyal medyayı sadece muhalifler bulunuyormuş izlenimi vermektedir. Facebook ağırlıklı olarak arkadaş grupları arasında tercih edilirken, twitter haber takibinde tercih edilmektedir. Yapılan bir araştırmada birilerini takip eden hesapların %67,6'sının takip ettikleri hesaplarca geri takip edilmedikleri ortaya çıkarılmıştır. Bu durum, insanların bir şey vermekten ziyade bir şeyler almak için bu platformu kullandıklarını ortaya koymaktadır (Kwak ve Lee, 2010: 28).

Sosyal medya platformlarının CIA'ye "backdoor" (yetkisiz erişime izin veren geçiş ağı) açtığı, buradan edinilen verilerden Open Source Center (Açık Kaynak Merkezi) bürosunda milyonlarca gönderinin incelenerek önemli bulunanların her gün Başkanın masasına konulduğu iddia edilmiştir (Kersaint, 2014: 98). Ülkeler tüm bu söylentilere ve tehlikelerine rağmen sosyal medyanın önemini fark etmiş, başta Dışişleri Bakanlığı olmak üzere dış dünyaya ulaşmada facebook ve twitter hesaplarını kullanmaya başlamışlardır. Türkiye'de ise Dışişleri Bakanlığı 2012 yılında personeline gönderdiği bir sirküler ile yüksek rütbedeki bürokratlarından facebook ve twitter hesaplarını aktif bir şekilde kullanarak Türk dış politikasının önceliklerini akranlarına ve halka aktarmalarını istemiştir (Özkan, 2016: 21). Cumhurbaşkanlığı, Dışişleri Bakanlığı ve TRT World'ün twitter hesapları incelendiğinde aşağıdaki tablo oluşmaktadır:

Tablo 11: Türkiye'de Seçili Twitter Hesaplarında Etkinlik Durumu (2019 Temmuz verileri)

	Takipçi sayısı	Günlük ortalama tweet sayısı	Ortalama re-tweet sayısı	Enteraktif/ pasif
@trpresidency	1 milyon	5,7	80,9	Pasif
@MFATurkey	62.700	2	23,4	Pasif
@trtworld	186.000	85	7,1	Pasif

Tablo incelendiğinde sosyal medya açısından Cumhurbaşkanlığının İngilizce hesabının çok başarılı olduğu görülmektedir. Günlük ortalama 5,7 tweet sayısı ile dış kamuya ulaşma açısından yeterlidir. Re-tweet oranı takipçi sayısına oranla çok düşüktür. Dışişleri bakanlığının İngilizce hesabında takipçi sayısı az olmakla birlikte atılan tweet'e göre re-tweet oranı yüksektir. TRT World'ün bir haber kaynağı oluşu nedeniyle tweet atma sıklığı normal fakat takipçi sayısı yetersizdir. Öte yandan tweet ortalamasına göre re-tweet oranı hayli

düşüktür. Hesapların en büyük handikabı ise başkalarınca atılan tweetlere yanıt verilmemiş oluşudur. Bu durum kamu diplomasisinin en önemli boyutu olan karşılıklılığa (enteraktif) zarar vermiştir.

2.5. Uluslararası Sorunlarda Kamu Diplomasisi Uygulaması

Kamu diplomasisi uluslararası sorunlar ve çatışma durumlarında da özel olarak da devreye sokulabilmektedir. Daha önce verilen Kim'in Coombs'tan uyarladığı Uluslararası sorunlarda kamu diplomasisi uygulama şekli tablosuna göre Türkiye'nin Barış Pınarı Harekâtında nasıl bir strateji izlediği ele alınacaktır. Kısaca değinmek gerekirse sorun, Türkiye'nin 2010 yılından beri süre gelen Suriye'deki iç savaşın artık kendi toprak bütünlüğünü tehdit eder hale gelmesi nedeniyle askeri tedbir almasından kaynaklanmıştır. Pek çok dünya devleti Suriye'de yaşanan iç savaşa kayıtsız kalırken, pek çoğu olaya günlük çıkar politikası yaklaşımı sergilemiştir. Türkiye'nin iç savaştan kaçan 4 milyona yakın mülteci yükünü sırtlanması ve bu durumun ekonomik ve demografik sorunlara neden olması nedeniyle iç politikada sıkışması, yine Türkiye'yi soruna çözüm arama yoluna itmiştir. Türkiye bu hareketle iki şeyi amaçlamıştır: birincisi güney sınırında kurulmak istenen Kürt devletinin önüne geçmek, ikinci ise 9 yıldır beslediği mültecileri oluşturduğu 30 kilometre derinliğindeki tampon bölgeye yerleştirmek. Birinci maddeye açıklık getirilecek olursa iç savaşın taraflarından biri olan Suriye Demokratik Güçleri (Syrian Democratic Forces- SDF) Beşşar Esad'a karşı özerklik mücadelesi veren Kürt, Arap ve az sayıda Ermeni ve Çeçen savaşçılardan oluşan 2015 yılında kurulmuş bir milis kuvvetidir (Al- Jazeera: 2019). Komutası YPG'de (Yekîneyên Parastina Gel) olan bu milis kuvveti ABD için IŞİD'a karşı mücadele vermesi nedeniyle müttefikken, Türkiye için PKK'nın bir kolu olması nedeniyle bir terör örgütüdür. Amacının Suriye'nin kuzeyinde özerk ve seküler bir Kürt devleti kurmak olduğunu açıkça ilan eden YPG, PKK ile de koordinasyon halinde hareket etmektedir. Nitekim 2018 yılında ABD Senatosuna sunulan uluslararası tehditlerin istihbaratı raporunda YPG, PKK'nın Suriye'deki kolu olarak belirtilmiştir (Coats, 2018: 21). İkinci madde ele alınacak olursa Türkiye oluşturacağı güvenli bölgeyle hem ekonomik hem de iç politikada siyasi baskı unsuru olan Suriyeli mültecilerden kurtulmayı amaçlamıştır (Associated Press, 2019).

10 Ekim 2019'da başlayan harekât Türk kamuoyu tarafından güvenlik ve ekonomik gerekçeleri göz önünde bulundurulduğunda büyük oranda destek görürken, uluslararası arenada ise aynı oranda tepki görmüştür. Pakistan, Macaristan ve Azerbaycan'dan başka sadece birkaç Orta Asya ülkesi Türkiye'nin yanında yer alırken, özellikle Batılı devletler

karşısında yer almışlardır. Pek çoğu silah ve siyasi ambargo uygulama yoluna giderken, bir kısmı kınama ve endişe açıklamaları yayınlamakla yetinmiştir. YPG (ve PKK) dünya kamuoyuna Türkiye'nin Kürtleri katlettiği izlenimini vermeye çalışırken, Batılı devletler IŞID tehdidine dikkat çekmişler, Esad ise egemen bir devletin topraklarına saldırıldığını iddia etmiştir. Türkiye tüm bu tepkilere savunma (advocacy) stratejisi ile karşılık vermiştir. Her ne kadar iç politikada harekât için meşruiyet sağlanmış olsa da aynı meşruiyetin dış politikada da sağlanması için kamu diplomasisi uygulamıştır. Özellikle uluslararası yayıncılık bu amaçla etkin bir şekilde kullanılmıştır. TRT World gibi İngilizce yayın yapan uluslararası kanallardan başka, ilgili tüm bakanlıklar sosyal medya hesapları üzerinden operasyonun haklı gerekçelerini sıralamışlardır. Suriye'nin kuzeyinde kurulacak bir Kürt devletinin hem Suriye hem de Türkiye'nin egemenliğine tehdit oluşturacağını, bu anlamda aslında bir anlamda Suriye'nin toprak bütünlüğüne katkı sağladığını öner sürmüştür. Yine burada mukim halkın aslında YPG tarafından tasfiye edilerek mağdur edildiğini dile getirmiştir. Öte yandan insani bir kriz halini alan Suriyeli mülteciler sorunu dünya kamuoyunun önüne yeniden getirerek yıllardır kendisinin fedakârlık yaparken, diğerlerinin sorumluluktan kaçtığını göstermiştir. Dahası YPG ve bazı insan hakları örgütlerinin iddia ettiği gibi sivil katliamların söz konusu olmadığı, hatta harekât sırasında bölgeden atılan roketler nedeniyle kendi sivil vatandaşlarının hayatını kaybettiğini açıklamıştır. Sadece ilk günde dahi biri bebek olmak üzere 6 sivil, atılan havanlar nedeniyle hayatını kaybetmiştir (Euro News, 2019).

Sorun yönetimi çerçevesinde incelenecek olursa Türkiye'nin soruna yanıt strateji “haklı çıkarmak” şeklindedir. Türkiye milli güvenlik gerekçelerini ve kendisine yönelik tehditleri göstererek haklılığına vurgu yapmıştır. Yaşanan olumsuzluklara karşı kısmi bir kabul gösterirken, bunun durumun tabiatından kaynaklandığını belirtmiştir. Yine çatışmaya girdiği grupların iddia edildiği üzere egemen devlete ait güçler olmayıp, oradaki egemen devlete karşı bayrak açmış milisler olduğunu ve devlet kurmaya çalıştıkları bölgedeki halkı yurtlarından ederek bir anlamda bu darbeyi hakkettiklerini göstermiştir. Öte yandan hem kendi hem de karşı tarafın sivil kayıplarını paylaşarak durumun sanıldığı kadar vahim olmadığını iddia etmiştir. Bu haliyle Kim'in Coombs'tan uyarladığı haliyle soruna kamu diplomasisi açısından yaklaşımı “soruna ilişkin hasarı küçük göstermeye çalışmış ya da kurbanın hak ettiğini iddia etmiştir”. Cull'un kamu diplomasisi uygulamalarını sınıflandırması tablosunda “savunma” (advocacy) olarak geçen bu stratejide kısa vadede sonuç almak hedeflenir ve bilgi akışı dış dünyaya yöneliktir. En etkin kurumlar başta siyasi lider olmak

üzere, Dışişleri Bakanlığı ve iletişimle ilgili kurumlardır. Türkiye bu sorunda bu yolları en etkin şekilde kullanmıştır.

2.6. Değerlendirme

Türkiye gibi kamu diplomasisine geç başlayan ülkelerin uluslararası açıdan kendini kabul ettirme, güven kazanma gibi dezavantajları varken, kurumsal açıdan yıllardır kamu diplomasisi uyguladığı için sistemini oturtmuş devletlerden neyin doğru neyin yanlış olduğunu öğrenerek sıfırdan daha sağlam bir altyapı oluşturması gibi bir avantajı da söz konusudur. Yeni geçilen bir alan olduğu için, konuyla ilgili yetişmiş personelin azlığı, uygulamada karşılaşılan en büyük sorunlardan biridir. Nitekim lisans düzeyinde kamu diplomasisi eğitimi veren üniversitelerin sayısı bile konunun önemine oranla çok azdır. Boğaziçi, Ege, Uludağ, Ankara Üniversitesi gibi köklü üniversitelerde kamu diplomasisi dersi hiç yer almamaktadır. Selçuk, İstanbul Ticaret, İstanbul ve Marmara Üniversitelerinde kamu diplomasisi dersleri yer alırken, derse kurumsal bir ihtiyaçtan çok, konuya ilgi duyan hocaların kişisel çabalarıyla yer verildiği görülmektedir. Diğer yandan Kadir Has, Başkent ve Arel Üniversitesi örneklerinde görüldüğü üzere özel üniversitelerin derse daha çok ilgi gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu durum konunun tanınmamasına ve öneminin anlaşılmamasına, dolayısıyla da yeterli akademik çalışmanın yapılmamasına neden olmaktadır. Yine bizzat konuyla ilgili yazılmış kitap sayısı çok azken, bu kitapların pek çoğu ise Halkla İlişkiler ve İletişim gibi alanlarda araştırmacılar tarafından kaleme alınmıştır. Konuyla ilgili yazılmış makalelerle ilgili de benzer durum söz konusudur. Başta ABD olmak üzere pek çok gelişmiş ülkede üniversite dâhilinde ya da haricinde kamu diplomasisi enstitüleri kurulurken Türkiye’de Prof. Dr. Abdullah Özkan öncülüğünde kurulan Kamu Diplomasisi Enstitüsü uzun ömürlü olmamıştır. Tüm bunlar kamu diplomasisi alanında yetkin personel ve akademisyenin yetişmesine ket vurmuştur.

Türkiye’nin kamu diplomasisi uygulamasındaki hatalarına eleştiri getirilecek olursa en başta sistematik olmadığı ve belirli bir strateji izlemediği söylenebilir (Çevik, Seib, 2015: 6). Bu duruma neden olan aslında kamu diplomasisinin doğuşuna neden olan Türkiye’nin dış politikasında yaşanan dönüşümdür. Bürokrasinin yerine siyasilerin dış politikada etkin hale gelmesi, kamu diplomasisinin ortaya çıkmasına ve gelişmesine neden olmuştur fakat uygulama aşamasında devletin çıkarları yerine parti siyaseti mantığıyla hükümetin çıkarlarına öncelik verilmesi uygulamaların etkinliğinin azalmasına ya da istismarına neden olmuştur. Bu haliyle çoğu uygulamanın ileriye yatırımdan çok, günü kurtarma kaygısıyla yapıldığı

anlaşılmaktadır. Daha önce de çalışmada geçtiği üzere siyasiler ulus markalamada olduğu gibi kısa vadede olumlu sonuç veren kararları ve projeleri desteklerler. Oysa yavaş işleyen ve geç meyve veren kamu diplomasisinin mantığı buna aykırıdır.

Bir diğer eleştiri Türkiye'nin kamu diplomasisi uyguladığı ülkelerin seçimidir. EKETİB ve TİKA faaliyetleri baz alındığında Orta Asya'da başlayan kamu diplomasisi uygulamalarının günümüzde özellikle Müslüman ülkelere yönlendirildiği görülmektedir. Dış yardım kapsamında değerlendirilebilecek teknik ve altyapı yardımları ile mali yardımların eşitlik esasına dayanmadığı ve insan hakları dikkat alınmadığı iddiaları öne çıkmaktadır. Bu durum Türkiye'nin itibarına ve rol model olma iddiasına zarar vermektedir (Çevik, 2015: 132). Diğer yandan Bosna Hersek'te camileri ve Osmanlı eserlerini onarması, Hırvat ve Sırp'lardan tepki almaktadır. Rusya Federasyonu içinde Türk veya Müslüman azınlıklara benzer bir yol izlemesi halinde de daha başlamadan kamu diplomasisinin sona ermesine ve merkez hükümetle sorunlar yaşamasına neden olacaktır. Burma'da Arakan Müslümanlarına yardım götürmesi yine Burma hükümetinin tepkisiyle karşılaşmıştır. Esasında Asya'nın pek çok bölgesinde azınlıklara yönelik bu tür kamu diplomasisi girişimlerinin akamete uğrayacağı aşîkârdır. Doğru olan, merkez hükümetleri hiçe saymadan kamu diplomasisi yapmaktır. En başarılı kamu diplomasisi, göze sokmadan yapılanıdır. Nitekim Türkiye'nin Orta Doğu'daki siyasi söylemlerinin ve lider görünüşünün halk tarafından sempatik bulunmasına rağmen, o ülke liderlerinin tepkisini çektiği görülmektedir. Aslında bu yaklaşım Türkiye'nin kamu diplomasisi uygulamalarında kimlik temelli bir yaklaşım izlediğinin göstergesidir. Hiçbir ticari bağı olmadığı için ekonomik çıkarı bulunmayan, sınırlarından çok uzakta bir tehdit unsuru oluşturmayan ülke ve halkıyla alakadar olması, Türkiye'nin kamu diplomasisindeki kimlik yaklaşımının izlerini taşımaktadır. Pek çok Afrika ülkesinde faaliyet gösteren TİKA da çıkar kaygısından uzak hareket etmektedir. Yine Gazze'ye yapılan yardımlar ekonomik karşılığı olmazken, dış politika açısından siyasi olarak olumsuz sonuçları olmaktadır. Fakat Müslüman kimliği nedeniyle buradaki halka sahip çıkmaya devam etmektedir. Türkiye, Gazze ve Arakan'a yapılan lider düzeyindeki ziyaretlerde de görüleceği üzere, en önemli kamu diplomasisi faaliyeti olarak bizzat ilgili ülkeye gitmeyi görmektedir. Nitekim bu durum Farina'nın (2011: 29) bir Türk Dışişleri yetkilisine dayanarak aktardığı gibi "Türkler için en önemli kamu diplomasisi faaliyeti liderlerin ziyaretidir" der. Fakat Türkiye'nin bu şekilde Pasifik Asya ya da Orta Doğudaki milletleri ziyaretleri, oranın liderleri tarafından her zaman hoş karşılanmamaktadır.

Erdoğan'ın “one minute” çıkışı, Gazze ve Lübnan'a yönelik yardımlar Türkiye algısını yükseltse de statükodan yana gözüken ve silikleşmeye başlayan ülke liderlerince olumsuz karşılanmaktadır (Doğan, 2012: 28). Ülke seçimindeki bu yaklaşım, etkin bir kamu diplomasisi uygulamasına da engel olmaktadır. Kamu diplomasisinin amacı kendini anlatma, tanıtmak, sevdirmek ve yanına çekmekse, niye soydaşlara, dindaşlara ve arkadaşlara öncelik verilir ki? Bunun yerine düşük yoğunluklu çatışmanın yaşandığı ya da henüz Türkiye hakkında hiçbir önyargıya sahip olmayan bölge ve ülkelere öncelik verilmesi böylelikle kaynakların etkin kullanılması gerekir. Aksi halde yapılan kamu diplomasisi dış politikadan çok, iç politika kaygılarıyla yapılıyor izlenimi vermektedir.

Türkiye'nin kamu diplomasisinde zayıf kaldığı alanlardan bir diğeri diasporadır. Oysa karşılaştırılan ülkeler arasında 19. yüzyıl Meiji döneminde yurtdışına göç eden Japon halkı sayılmazsa, Japonya ve ABD kaydedeler bir diaspora sahip değildir. Diasporanın ne kadar etkin olabileceği ABD'deki Meksikalılar ve Ermeniler bahsinde belirtilmiştir. Türkiye'nin en başta Almanya olmak üzere Avrupa ülkelerinde bulunan vatandaşları kamu diplomasisi açısından değerlendirilerek Türk dış politikasına katkı sağlayabilir. 2010 yılında kurulan Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB) diasporanın desteklenmesi amacıyla görev yapmaktadır. Kurumun amacı “yurtdışındaki vatandaşlarımız, kardeş topluluklarımız ile Türkiye’de öğrenim gören uluslararası burslu öğrencilerimize yönelik çalışmaları koordine etme, ekonomik, sosyal ve kültürel olarak daha yakın ilişkiler tesis etme” olarak belirtilmiştir (YTB, Kurumsal). Kurumun faaliyet raporu incelendiğinde, “İran Düşünce Tarihi Çalışması” ile İran'ın modern dönem felsefi, siyasi düşünce dünyasına ışık tutması amacıyla başlatılan proje ile İran toplumunun ve İran düşünce tarihinin ülkemizce daha yakından tanınması amaçlanmaktadır” (YTB Faaliyet Raporu, 2017: 70) faaliyetinin kamu diplomasisine nasıl bir fayda sağlayacağı belli değildir. Ya da Suriye Diaspora Araştırmaları olarak belirtilen ve “Ülkemize sığınmak zorunda kalan 3 milyondan fazla Suriyeli olmak üzere savaş öncesi ve sonrasında dünyanın her tarafına göç etmiş Suriye Diasporasının siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel durumlarının araştırılması, ülkemiz ilgili kurum ve kuruluşlarıyla Suriye diasporası arasında iletişim ve işbirliğinin güçlendirilmesi ve savaş sonrası Suriye'nin her alanda hızlı bir şekilde yeniden inşasına katkı sağlayacak insan kaynağı yetiştirilmesi hedeflenmektedir” amaçlı programla Türk diasporasına ne gibi bir katkı sağlanacağı belirsizdir. Rapor tamamıyla incelendiğinde 5378 öğrenciye verilen yabancı öğrenci bursundan (2017: 90) başka kamu diplomasisi açısından kayda değer bir çalışma görülmemiştir.

Kamu diplomasisi uygulama alanları göz önünde bulundurulduğunda Türkiye'nin kültürel diplomaside başarıyla değişim programlarında geri kaldığı görülmektedir. Oysa genç neslin akademik kaygılardan farklı kültürleri tanımak amacıyla değişim yaptığı anlaşılmaktadır. Dahası ülkelerin insan hakları ve demokrasiye verdiği önemin çektiği yabancı öğrenci sayısına etki etmediği de görülmüştü. Ne var ki bu çıkarımın uluslararası istatistiksel veriler üzerinden yapıldığı düşünülürse, yanıltıcı olabileceği de göz önünde bulundurulmalıdır. Nitekim OECD ve UNESCO gibi örgütlerin verilerini üye ülkelerden temin ettikleri düşünülürse, şeffaflık ve hesap verebilirlik sorunları yaşayan ülkelerin verilerinin ne kadar doğru olduğu tartışma konusudur. Tüm bu durumlara rağmen Türkiye'nin hâlâ yeterli sayıda yabancı öğrenci çekemediği görülmektedir. Son on yılın UNESCO verilerine göre Türkiye ortalama 41.957 öğrenci çekerken, ABD 752.126, Japonya ise 137.164 öğrenci çekmiştir (UNESCO, 2018). Olumlu olan, ABD az bir oranlı artış gösterirken Japonya her yıl aşağı yukarı aynı sayıda öğrenci kabul etmiş fakat Türkiye sürekli artan bir çizgi yakalamıştır. Değişim programları açısından bu trendin sürdürülmesi kamu diplomasisi bakımından ümit vaat edicidir.

Bošković, Reljić ve Vračić'in (2015: 120) Türkiye'nin Balkanlarda yaptığı kamu diplomasisini ele aldığı makale incelendiğinde Türkiye'nin genel itibarıyla yaptığı hatalar daha iyi anlaşılacaktır. Bunların en başında Türkiye, Balkanlardaki siyasileri, yaptığı kamu diplomasisinden bölgedeki Müslümanlardan başka tüm halkların fayda göreceğine inandıramamıştır. Osmanlı vurgusu bölgedeki Müslüman azınlıktan başka hiçbir grup tarafından kabul görmemiştir. Bu nedenlerle siyasi boyuta taşınamayan kültürel ilişkiler, ticari boyuta da taşınamamıştır. Öyle ki Türkiye hâlâ bölgeyle ticaret yapan Almanya, İtalya, Rusya ve Çin'in arkasındadır. Dahası pek çok Balkan ülkesi AB'ye girerek gerçek anlamda Avrupalı olmuşken, örnek alınan Türkiye, bu ülkelerin dâhi gerisinde kalmıştır. Türkiye'nin yaşadığı iç sorunlar ve insan hakları ihlalleri ise artık onu rol model olmaktan tamamen çıkarmıştır (Bošković, Reljić vd., 2015: 117).

Türkiye'nin kamu diplomasisinde başarılı sonuçlar elde edebilmesi için zayıf olduğu değişim programları ve diaspora diplomasisi gibi alanlara ağırlık vermesi gerekmektedir. Güçlü olduğu kültürel diplomasiyi bu alanların geliştirilmesinde işe koşması faydalı olacaktır. Diğer yandan orta büyüklükte bir devlet olarak, kaynaklarını en iyi şekilde kullanarak özellikle sorunlu bölgelerde kamu diplomasisi çalışmalarına ağırlık vermelidir. Daha önce belirtildiği üzere niş diplomasiyi orta büyüklükteki devletler için en iyi çözüm olduğu varsayımıyla Türkiye'nin de buna yönelmesi ve belirli bir alanda uzmanlaşması

gerekmektedir. Niş diplomasinin önde gelen konularından arabuluculuk, Türkiye'nin yaşadığı Kürt-Türk, Alevi-Sünni gibi çatışma konuları nedeniyle verimsiz olabilir. Bunun yerine cazibeye neden olan “merhamet” ögesinin öne çıktığı insani yardımlar konusunda niş diploması yapılabilir. Hem inanç hem de gelenek açısından insani yardım konusunda Türkiye'nin başarılı olma ihtimali mevcut durumu da düşünülürse yüksektir. Bu yönde geliştirilen hükümet politikaları, halkın yardımseverlikteki tutumu nedeniyle destek de bulacaktır. Her ne kadar şu ana kadar ki dış yardım dağılımı tarafgirlik açısından eleştirmişse de Türkiye'nin ulusal çıkar amacıyla kamu diplomasisi yapmadığına delildir. Aksi halde dindaş, soydaş, arkadaş ayrımı yapmadan önce, çıkar gözettiği ülkelere öncelik verirdi. Veleve ki bunlar başka inanç ya da milletten olsun.

İnşacı teori, Realizmin geleneksel analiz düzeyinden (birey, devlet, sistem) farklı olarak daha çok öznel arası analiz düzeyine odaklanan çıkar temelli yaklaşım yerine kimlik, norm, değer kavramlarına vurgu yapar. Hal böyleyken inşacı yaklaşımda aktör davranışlarını kâr-zarar hesabından ziyade sübjektif faktörlere dayanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında stratejik derinlik olarak adlandırılan tarihsel ve kültürel tecrübeler, kamu diplomasisi yapılırken tercih edilen bölgelere etki etmektedir. Yine mevcut hükümet sisteminin siyasi yaklaşımı olan ümmetçilik çerçevesinde Sünni-Müslüman dayanışması nedeniyle bu kimlikle anılan ülkelerin kamu diplomasisinde ön plana alınması yahut kültürel olarak ihtiyaç sahibi olan fakir fukaraya, düşene yardım etme anlayışının tezahürü olarak bu ülkelere kamu diplomasisi uygulanması buna örnektir. Bu yaklaşımla yapılan kamu diplomasisi uygulamaları çoğu zaman kâr -zarar mantığına aykırı işlemektedir. Çünkü amaç bu değildir. Burada görüldüğü gibi Türkiye'nin kamu diplomasisi anlayışı da kimlik yaklaşımı çerçevesinde değerlendirilmelidir. Çıkarlarından ziyade kendisini nasıl ve nerede konumlandığı, sorumluluklarının neler olduğunu göz önünde bulundurması, kamu diplomasisi uygulamalarına yön vermektedir. Bu haliyle Türkiye, çalışmada karşılaştırılan ülkelere ayrılmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: ABD’NİN KAMU DİPLOMASİSİ

Amerika Birleşik Devletleri, kamu diplomasisi alanında pek çok açıdan rakiplerinden avantajlı konumdadır. Yumuşak güç unsurlarının en önde gelen araçlarından olan dil ve kültür açısından şanslıdır. Dünya dili İngilizcenin resmi dil olması sayesinde daha kendisi hususi bir çaba göstermeden insanlar öğrenmeye gayret göstermektedir. Daha önceden de ifade edildiği üzere, bir dilin bilinmesi, o dile ait kültür öğelerinin de tüketilmesine sağlamaktadır. Bu haliyle Amerikan filmleri, dizileri ve şarkıları tüm dünyaya kolaylıkla ulaşmaktadır. Ulus markalama açısından düşünüldüğünde yine “Amerikan malı” her zaman cazip haldedir. Bilimde yer aldığı konum da yine ABD’nin kamu diplomasisi konusunda işini kolaylaştırmaktadır. Hatta kimi yazarların ileri sürdüğü gibi güçlü bir ordu (gençlerin Amerikan havacı montları giymesindeki gibi) ve güçlü bir ekonomi dâhi yumuşak güce katkı sağlayabilmektedir. Yine de tüm bu maddi ve manevi kaynaklar ABD’nin kamu diplomasisi alanında bir numara olduğu anlamına gelmemektedir. Öyle ki kaynakları kullanmadaki zorluklar ve bazı dış politika kararları çoğu zaman ABD’nin kamu diplomasisi açısından elini zayıflatmaktadır. Daha detaylı konuya eğilmek gerekirse kamu diplomasisinin ABD’de nasıl ortaya çıktığına bakmak gerekir.

3.1.ABD’de Kamu Diplomasisinin Ortaya Çıkışı

Her ne kadar o dönemde adı konulmamış olsa da ABD’nin daha kuruluş yıllarında kamu diplomasisi kapsamında değerlendirilebilecek uygulamaları olmuştur. Örneğin Amerikan Devrimi sırasında Benjamin Franklin, Birleşik Krallıkta kamuoyunun ABD çıkarları lehine etkilemek için el ilanları dağıtmıştır (Cull, 2008). 1917 yılında Başkan Wilson döneminde kurulan Committee on Public Information (Kamuoyu Bilgilendirme Kurulu) dış dünyaya ABD’nin olumlu yönlerinin göstermeyi hedeflemişti (Nye, 2004: 101). Başkanın yakın arkadaşı olan gazeteci George Creel, başlangıçta kurulun sadece eğitici ve bilgilendirici olacağını asla propaganda yöntemlerine başvurmayaacağına vaat etse de geçen zaman onu yalancı çıkarmıştır. Öyle ki kurumun ABD’yi temsil eden hemen her şeye müdahale eder hale gelmesi, Creel Komitesi olarak adlandırılmasına neden olmuştur. Amerikan yapımı filmlerde Birinci Dünya Savaşına ait “pozitif” görüntüler sunulmasına çabalamış, savaş sonrası dönemde ise Kongre tarafından lağvedilmiştir. 1941 yılında bu kez Başkan Roosevelt İkinci Dünya Savaşına girerken Office of Wartime Information-OWI (Harp Dönemi Bilgilendirme Bürosu) adlı organı kurmuştur (Nye, 2008: 98). OWI’nin amacı hem bilgi yayma hem de dezenformasyon ile mücadele olmuştur. Bu mücadele en başta Nazi Almanyası’na karşı

yapılmıştır. Pek çok açıdan propaganda yöntemlerini kullanmaktan çekinmemiştir. Yine Hollywood filmlerine müdahale edilmiş, bazıları sansüre uğrarken bazılarının ise yayınlanmasına hiç izin verilmemiştir. Yine OWI de 1945 yılında savaş sonunda lağvedilmiştir. 1953 yılında Başkan Eisenhower döneminde bu sefer bir soğuk savaş aracı olarak kurulan United States Information Agency- USIA (Birleşik Devletler Enformasyon Ajansı) karşımıza çıkar (Nelson ve İzadi, 2009: 335). Soğuk Savaş döneminin rakibi Sovyet Rusya ve komünizme karşı mücadelede bu sefer USIA'dan faydalanılmıştır. Kurumun ilk başkanı olan Edward R. Murrow dönemin en önde gelen gazetecilerinden biridir. Başkan Kennedy yayınladığı bir bildirge ile kurumun görevinin Amerikan dış politikasını anlatmaktan, ABD politikalarını gerçekleştirmeye çevirmiştir (Anholt, 2015: 192). Fakat Kennedy dönemi dış politika skandalı olarak tarihe geçen Domuzlar Körfezi çıkarmasında kurumdan işleri düzeltmesi istenince Murrow, “Acil inişlerde hazır olmamızı bekliyorlar, o zaman kalkışlarda da haberimiz olsa çok iyi olur” diyerek tepkisini göstermiştir (Anholt, 2011: 104). Murrow burada aslında kamu diplomasisinde karşılaşılan en temel hata olan “Kamu diplomasisinin kötü bir politik karara yapılabileceği bir şey yoktur” düsturuna dikkat çekmektedir. Tabiri caizse adam öldükten sonra cenazesini kaldırmaktan başka yapılacak bir şey yoktur.

Bünyesinden Voice of America-VOA (Amerika'nın Sesi) ve Fulbright bursu gibi pek çok önemli kamu diplomasisi aracını da çıkaran USIA yine bir savaş sonunda 1999 yılında Dışişleri Bakanlığına dâhil edilerek bir anlamda lağvedilmiştir. ABD'nin bu hamlesinde Soğuk Savaşı kazandığı algısı yatmaktadır. Ne var ki gelecek günler bu konuda yanıldığını ve yeniden kamu diplomasisi uygulamalarına dönmesi gerektiğini gösterecektir.

3.1.1. Kamu Diplomasisinde Soğuk Savaş ve Sonrası Ayrımı

2001 yılında gerçekleşen 11 Eylül saldırısı, yenilmez ABD algısını yerle bir etmiştir. Bir mücadele çağını daha başarıyla kapatan ABD, bu yeni çağda çok daha farklı bir düşmanla karşı karşıyadır. Sovyet bloğunun yıkılması ile birlikte tam da “Tarihin Sonu” tezleri işlenmeye başlarken, ABD karşısında “Medeniyetler Çatışmasını” bulmuştur. Bu özgüven öyle bir hal almıştır ki Başkan Bill Clinton 2000 yılında ABD'den “indispensable nation” (yenilmez ulus) olarak bahsetmeye başlamıştır. Yumuşak gücünden ziyade sert gücünü öne çıkarmaya başlayan ABD çok geçmeden 11 Eylül'ü yaşamıştır. 11 Eylül saldırısını irdelemeden önce ABD'deki kamu diplomasisi uygulamalarının Soğuk Savaş ve sonrası dönemdeki farklarını ele almakta fayda vardır.

İkinci Dünya Savaşı ve Soğuk Savaş dönemi, kamu diplomasisinden ziyade propaganda araçlarının işe koşulduğu dönemlerdir. İlkinde Nazi Almanyası ve Faşizme diğerinde ise komünizme karşı verilen bir mücadele söz konusu olmuştur. Temelde amaç sesinin rakibinden daha gür çıkması olmuştur. Bir nevi orman kanunu gibi düşünülecek olursa, sesi daha gür çıkan ormanın kralı olmuştur. Teknolojinin günümüzdeki kadar ileri olmaması nedeniyle bilgi akışı kısıtlı ve devlet otoriteleri tarafından kolayca manipüle edilebilir haldedir. Özellikle iki kutuplu sistemin egemen olduğu Soğuk Savaş dönemine tek bir fikri yapıya karşı kendini savunma söz konusudur. Propagandanın mubah sayıldığı bu dönemde en çok bilgiyi en fazla insana ulaştırma temel kaygıdır. Burada kastedilen bilginin doğru veya yanlışlığı mevzu bahis değildir. Bu çerçevede düşünüldüğünde dönemin teknolojisine uygun olarak radyo ve ilerleyen yıllarda televizyon yayıncılığı en çok kullanılan araçlar olmuştur. Günümüzde dâhi özellikle ülkelerin kırsal ve gelir seviyesi düşük kesimlerinde radyo yayıncılığı hâlâ en etkili araç olmaya devam etmektedir. Diğer yandan fikri plandaki rekabet özellikle sanatta sinema sektöründe ve bir anlamda güç gösterisine dönüşen olimpiyat oyunlarında kendini göstermiştir. Çalışma konusu açısından Soğuk Savaş dönemi kullandığı araçların propaganda ağırlıklı olmasına rağmen günümüzde kamu diplomasisinde yaşanan dönüşümü anlamak açısından önem arz etmektedir.

ABD kamu diplomasisinde yaşanan ilk dönüşüm Soğuk Savaşın sona ermesiyle ortaya çıkmıştır. Yine her savaş döneminin sonunda olduğu gibi kamu diplomasisi kurumu USIA, kaynak tasarrufu gerekçe gösterilerek kapatılmıştır. Esasında durumun temelinde Osmanlı İmparatorluğunun güçlü olduğu dönemlerde diplomasisinin gelişmiş olmamasında, işlerini gücüyle halletmesinde mantığa benzer bir mantık yatmaktadır. ABD Soğuk Savaştan galip çıkmıştır ve artık bir süper güçtür. Dış politikada atacağı hamleler için eskiden olduğu kadar dış destek aramamakta ve meşruiyet kaygısı gütmemektedir. Sadece sert güç açısından değil, yumuşak güç araçları açısından da rakibini alt etmiş; Clinton'un söylemlerinde de görüleceği üzere aşırı bir özgüven sahibi olmuştur.

Soğuk Savaşın sona ermesi internet çağının başlamasıyla çakışmış, bilgi akışı devletin tekelinden çıkmıştır. Artık devletlerin bilgi akışını kesmesi veya manipüle etmesi eskisi kadar kolay olmamıştır. Bilginin yaygınlaşması devletlerin şeffaflaşmasına yaramasının yanında, terör örgütlerinin de ağlarını geliştirmesini kolaylaştırmıştır. İşte tam bu noktada ABD, asimetrik bir güç tarafından evinde saldırıya uğramış ve sadece Amerikan dış politikası değil, Müslümanların hayatı da bugünden sonra değişmiştir. ABD hükümetinin Müslümanlara karşı takındığı şüpheli tavır, Müslüman azınlığa sahip kimi ülkeleri de Müslümanları baskılamada

cesaretlendirmiştir. Rusya Çeçenistan'daki terörü kontrol etme bahanesiyle Müslümanlara zulmederken, Çin ise Sincan'daki Uygur'ları terörist olarak nitelemeye başlamıştır. Hatta İsrail bile Filistinlileri El-Kaide ile ilintili göstermeye başlamıştır (Zaharna, 2010: 15). 11 Eylül saldırılarının faili olarak gösterilen El-Kaide üyeleri, hâlihazırda Amerikan kültürünü tanıyan insanlardır. Öyle ki uçuş lisanslarını dâhi ABD'deki kurslardan temin etmişlerdir. Dahası ailelerine bakıldığında gelir seviyesi düşük kesimden gelen kimseler de değillerdir. Kamu diplomasisi açısından bakıldığında Amerikan kültürünü ve yaşam tarzını tanıyan, eğitilmiş ve varlıklı bu insanlar neden bu saldırıyı gerçekleştirmişlerdir? Ya da Amerikalıların sorduğu şekliyle “Why do they hate us?” (Neden bizden nefret ediyorlar?) sorusu ön plana çıkmıştır (Taylor, 2009: 12). ABD'nin Soğuk Savaş'tan farklı olarak artık sadece bilgi yaymasının ve politikalarını açıklamasının bir anlamı olmadığı anlaşılmış ve yeniden kamu diplomasisine yönelmiştir. Bu yeni dönemde amaç sadece düşmanı yok etmek değil, düşmanın oluşmasını önlemek ve dost kazanmak olarak tezahür etmiştir. Düşmana giden maddi ve manevi desteğin kesilmesinin sağlanması, insan kaynaklarının kurutulması, uluslararası arenada itibarsızlaştırılması ve bu şekilde düşmanın manevra alanının daraltılması hedeflenmiştir. Tüm bu sayılanlar kamu diplomasisinin uygulama alanına girmektedir.

Josef Joffe'ye (2001: 45) göre insanların ABD'den nefret etmelerinin altında psikolojik nedenler yatmaktadır. Ona göre bu problemlili tavra en iyi cevabı Freud verebilir. İnsanlar aslında içten içe hayran oldukları fakat bir türlü erişemedikleri şeylere karşı tepki geliştirmektedirler. Gelişkin özellikleri nedeniyle ABD hem bir tehdit hem de baştan çıkartıcıdır. Yine Joffe'nin kavramsallaştırmasına göre ABD bizzat HHMMS'nin nedenidir. Harvard, Hollywood, McDonald's ve Microsoft Sendromu. Harvard bilimin öncüsü iken Hollywood sinema, dizi ve pop müzik alanında bir numaradır. McDonald's bulamayacağınız bir ülke neredeyse yoktur. Microsoft ise büyük ölçüde bilgisayar operatör yazılımında tekeli elinde bulundurmaktadır. Joffe'ye göre işte tüm bunlar özellikle başarısız ülkelerde karşı tepki geliştirilmesine ve ABD'ye karşı kin duyulmasına neden olmaktadır.

ABD'ye duyulan öfkenin sebebi her ne olursa olsun, buna çözüm olarak kamu diplomasisi uygulanmasının gerektiği siyasi karar alıcılar ve düşünürler tarafından vurgulanmıştır. Süper güç ABD asimetrik bir güç tarafından tehdit edilmiş ve buna karşı sert gücün kullanışsız olacağı anlaşılmıştır. Bir sineği füzeyle yok etmenin imkânsız olduğu anlaşılmıştır. Diğer yandan düşmanın belirgin olmaması hatta terör örgütlerinde çoğu zaman dağınık küçük hedefler halinde bulunması mücadeleyi zorlaştırmaktadır. Oğul Bush liderliğinde olmak üzere hükümetin düşman olarak İslam dünyasını göstermesi kendisi açısından da işini

zorlaştırmıştır. Saldırının ilk yaşandığı günlerde dünya kamuoyu buna tepki göstermiş olsa da bazı kesimlerin içten içe buna sevindiği anlaşılmaktadır. Nye, Pakistanlı bir bilim adamının tavrından bahsederken bu kişinin söylemi dikkat çekmektedir. Saldırıya sevinenlerle ilgili olarak “Neden şaşırıyorsunuz ki? Dış dünyaya karşı gözünüz kör. ABD dünyanın en büyük kabadayısı. Birinin kabadayının burnuna bir tane çakması tabii ki bazılarını sevindirir” der (Nye, 2002: x). Benzer şekilde Naim saldırılarla ilgili olarak “Arjantin’den Fransa’ya kadar mutluluk hisseden insanlar ve ABD’lilerin kendi acı ilaçlarını içtiklerinden ve başlarına gelenin kötü bir şey olduğu ama hak ettiklerini söyleyenlerden bahsetmektedir (Dinç, 2011: 317).

3.1.2. George W. Bush Dönemi Kamu Diplomasisi

Başkan Bush döneminde ABD kamu diplomasisini terörü önleme ve ulusal güvenliğini sağlama çerçevesinde şekillendirmiştir. Bunu temelde Batı ve İslam dünyası arasındaki ilişkiler şeklinde tanımlamıştır (Melissen, 2005: xx). Hatta ironik bir şekilde bu durum “Kamu diplomasisinin amacı buraya gelip bizi bombalamalarını nasıl engelleriz?” şeklinde dile getirilmiştir (Zaharna, 2010: 1). Bunu söyleyen kişinin 9/11 Komisyonu başkanı olduğu düşünülürse durumun vahameti daha iyi anlaşılır. Başta Orta Doğu olmak üzere Müslüman ülkeler hedef alınmış, bu bölgelere yapılan kamu diplomasisi çalışmalarına ağırlık verilmiştir. Aslında Fitzpatrick yine haklı çıkmıştır. ABD düşük yoğunlukta çatışma yaşadığı ülkelere kamu diplomasisi atağına geçmiştir. Nitekim yapılan kamu diplomasisi çalışmalarında bu yaklaşım dikkat çekmiştir. En başta Amerikan istisnacılığı yeniden ayyuka çıkmış, toplumda Amerikan ulusunun diğer uluslardan farklı olduğu bu yüzden de dış politikada daha aktif davranması gerektiği tezi savunulmuştur. Nye gibi cumhuriyetçiler “Tabi ki ABD sınırlarının dışıyla ilgilenecektir. Görmüyor musunuz, ta Afganistan’ın ücra bir köşesinde yaşayan adam gelip bizi tehdit edebiliyor” şeklinde tepkisini göstermiştir (Nye, 2002: 142). Bu şekilde güvenlikçi bir yaklaşımla gelişen ABD kamu diplomasisi, kısa zamanda içerdeki liberaller tarafından da tepki görmeye başlamıştır. Sadece güvenlik konularıyla ilgilenen Homeland Security (İç Güvenlik Bakanlığı) gibi bir bakanlığın ihdas edilmesi, insan hakları ihlallerine ve özgürlüklerin kısıtlanmasına neden olduğu için tepkiler almaya başlamıştır. Yine bu dönemde kurulan Office of Strategic Influence- OSI (Stratejik Etki Bürosu) yeniden Soğuk Savaş yıllarının aracı propagandaya dönüldüğü izlenimini vermiştir. Savunma Bakanlığına bağlı olarak çalışan kurumun, yurtdışında yalan haber dâhil, pek çok yanıltıcı bilgilendirme yapması nedeniyle sadece bir yıl sonra lağvedildiği açıklanmıştır (Snow, 2015: 87).

11 Eylül’ün hemen sonrası dış politikada geliştirilen dil, bir evanjelist olan oğul Bush ve Neo-con’lar çerçevesinde gelişmiştir. Evanjelist lider Billy Graham’dan etkilenen Bush, kendisinin Tanrı tarafından görevlendirildiğine inanmaktadır (Yaylar, 2012: 61). İslam dünyası ile yaşadığı çatışmayı bu perspektifte değerlendiren Bush, kullandığı şer keseni (evil axis), kutsal savaş (holy war), haçlı seferleri (crusades) gibi tabirlerle yaşanan sıkıntıların daha da artmasına neden olmuştur. Aslında daha da tehlikeli olanı Zaharna’nın (2010: 118) dikkat çektiği üzere 1648’de Westfalya Barışı ile ortadan kalkan din uğruna savaşlar, Bush dönemi ile birlikte yeniden uluslararası ilişkilere girmiştir. Bush dönemi dış politikasının temel yaklaşımı ABD’nin mağdur ve bu nedenle de haklı olduğu tezi üzerine kurulmuştur. İslam dünyası ile yaşanan problemlerin, İslam dünyasının Amerikan dış politika kararlarına gösterdiği tepkiden dolayı değil, alınan kararların onlara tam olarak açıklanmamasıyla ilgili olduğunu düşünmelerinden kaynaklanmıştır. Bir diğer ifadesiyle “sorun Amerikan politikaları değil, bunun dış dünyaya sunuluş şekli” yanlış algısı hâkim olmuştur (Zaharna, 2010: 3). Kamu diplomasisine ihtiyaç duyulmasının sebebi de işte budur. Ne var ki hem ABD yönetiminin hem de seçkinlerin kullandığı saldırgan dil işleri zorlaştırmaktan öteye gitmemiştir. Dönemin en çok satan kitaplarından birinin adı *America Against The World* (Amerika Dünyaya Karşı- “Neden Farklıyız ve Neden Kimse Bizi Sevmiyor?”) idi.

Benzer şekilde Bush’un terörizme karşı dünya devletlerinden destek isterken meşruiyet aramak yerine “ya bizdensiniz ya da onlardan” diyerek tehdit etmesi, ABD’yi her geçen gün daha da itici göstermeye neden olmuştur. Bush’un genel itibariyle dış kamuoyunu göz ardı edici yaklaşımı tepkilerin artmasına neden olan bir diğer husus olmuştur. İnsan psikolojisinde yer alan “Yok sayılmaktansa nefret edilmeyi tercih ederim.” mantığı bu durumu açıklar niteliktedir (Zaharna, 2010: 27).

Tüm bu yönleriyle Başkan Bush dönemi sadece kamu diplomasisinde değil geleneksel diplomaside de başarısız bulunmuştur (Snow, 2015: 80). Dahası bu dönem kamu diplomasisi sadece kendini anlatma üzerine kurgulanmıştır. Nitekim yapılan bu uygulamaya “telling our story” (kendi hikâyemizi anlatma) denilmiştir. Oysa yeni kamu diplomasisinde anlatmadan önce dinleme gelmektedir. Bu dönemde kamu diplomasisinin ABD yönetimi tarafından da beğenilmediğinin en büyük kanıtı, 8 yıllık Bush yönetimi döneminde kamu diplomasisinden sorumlu olan Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler Müsteşarlığı (Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs) adlı kuruma 4 farklı kişinin getirilmesi gösterilebilir. 2001-2002 yılları arasında müsteşarlık yapan Charloote Beers, “kendi hikâyemizi anlatma” yaklaşımıyla bir kamu diplomasisi çalışması başlatmıştır. “Ortak Değerler” olarak

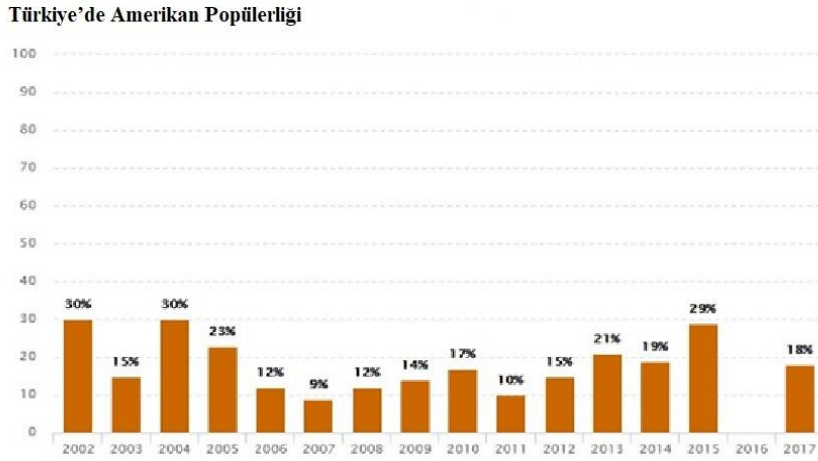
adlandırılan bu çalışmada ABD’de yaşayan Müslümanların hayatlarından kesitler sunulurken, ne kadar müreffeh ve özgür yaşadıklarına vurgu yapılmıştır. Onların da tıpkı diğer Amerikalılar gibi aileleri için çalıştıkları, özgürlüklerine düşkün oldukları ve ABD’yi sevdiklerine dikkat çekilmiştir. Ne var ki bu çalışma bir kamu diplomasisi başarısızlığı olarak tarihe geçmiştir (Cull, 2008: 44). Bu videoları seyreden Müslümanlar, Amerikan değerlerine karşı olmadıklarını, Amerikan dış politikasına karşı olduklarını belirtmişlerdir. Fakat onların bu görüşlerinden haberdar olmak için onlara kulak vermek gerekmektedir. Bir diğer yanılga kamu diplomasisinin özellikle gündelik çıkarları ön plana alan siyasetler tarafından bir reklamcılık çalışması olarak görülüyor olmasıdır. Beers, kamu diplomasisi müsteşarlığı görevine getirilmeden önce ünlü bir reklam firmasının başındaydı. Hatta Colin Powell’a bu kararın ne derece doğru olduğu sorulduğunda “Bana Uncle Ben’in pirincini satmayı başarabildiğine göre” diyerek cevap vermiştir. Oysa Nancy Snow’un (2004) belirttiği üzere Uncle Ben’i satmak ile Uncle Sam’ı satmak farklı şeylerdir. Bir diğer ifadesiyle kamu diplomasisi, pazarlamanın bazı yöntemlerini kullanıyor olabilir ama bu kamu diplomasisi ile pazarlamanın aynı şey olduğu anlamına gelmez.

Sorun her ne kadar kamu diplomasisi uygulamalarında aransa da ABD’nin özellikle Orta Doğu’da izlediği politikaları makul gösterebilecek bir kamu diplomasisi çalışması yoktur. Özellikle Bush’un terörü desteklediği ve kitle imha silahları bulundurduğu iddiasıyla Irak’a saldırması, başta İslam dünyası olmak üzere pek çok ülke tarafından tepkiyle karşılanmıştır. Bunun gibi 2004 yılında uluslararası kamuoyuna yansıyan Ebu Gureyb Hapishanesine ait görüntüleri makul gösterebilecek bir kamu diplomasisi çalışması yoktur. Hâsılı Bush döneminde korku ve güvenlik ikileminde gelişen kamu diplomasisi perspektifi başarı elde etmekten uzak kalmıştır. Kamu diplomasisi uzmanı Mark Leonard’ın ifade ettiği üzere “İnsanların gönlünü ve aklını kazanmak onlara gerçekten değer verdiğinizde mümkün olacaktır, onların terörist olmasından korktuğunuzda değil” (Guardian, 2002).

Her yıl Pew’in dünya çapında yaptığı Amerikan Popülerliği (American favorability) anketleri, kamu diplomasisinin değerlendirilmesinde göz önünde bulundurulacak kriterlerden biridir. Irak Savaşı sonrası bu endeksin ABD müttefikleri de dâhil olmak üzere pek çok ülkede düşüşe geçtiği görülmektedir. Özellikle 2004, 2005, 2006 yılları dünya genelinde Amerikan karşıtlığının tavan yaptığı dönem olmuştur (Pew, 2018a). Genel itibarıyla bakıldığında İsrail ve Filipinler gibi bazı ülkelerin endekslerinde çok büyük değişiklikler gözlenmezken, Rusya ve Fransa gibi çalkantılı ilişkiler yaşadığı ülkelerde ise büyük kırılmalar görülmektedir. Türkiye ve Japonya açısından durum değerlendirilecek olursa son

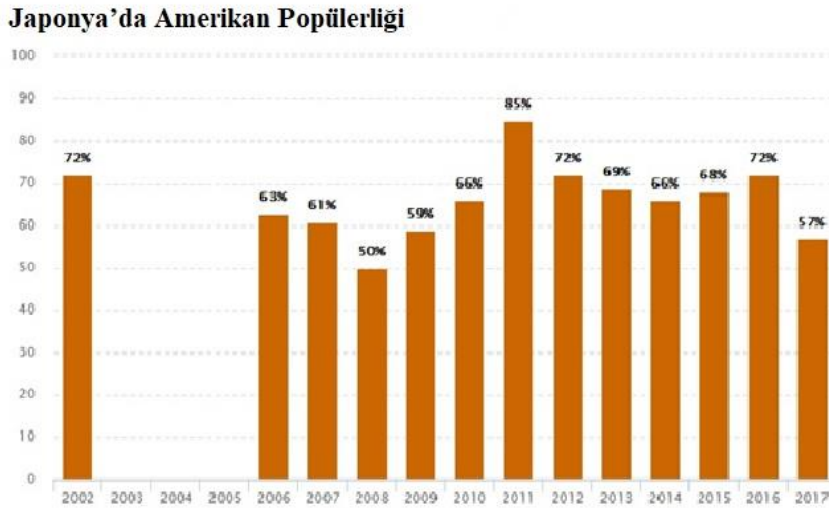
16 yıl için aşağıdaki Amerikan Popülerliği veyahut karşıtlığı grafikleri şu şekilde oluşmaktadır:

Grafik 6: Türkiye’de Amerikan Popülerliği



Kaynak: Pew, 2018a.

Grafik 7: Japonya’da Amerikan Popülerliği



Kaynak: Pew, 2018a.

İki grafik karşılaştırıldığında Japonya’nın büyük farkla Amerikan popülerliğine sahip olduğu görülmektedir. Ortalama %79,15 ile Türkiye ortalaması olan %18,2’den çok daha fazladır. Öyle ki Türkiye’nin değerleri Amerikan karşıtlığı şeklinde verilmesi daha uygun olacaktır.

Pew'in her yıl yayınladığı Amerikan Popülerliği endeksi, dış politika karar alıcıları tarafından sanıldan daha fazla dikkate alınmaktadır. Pek çok dış politika yazarı benzer şekilde ülkelerle yaşanan sorunlar sonrasında Pew'in bu endeksini gündeme getirerek değerlendirmelerde bulunur. Nitekim Irak Savaşı sonrasında da Bush yönetimi tüm dünyada gözlenen Amerikan karşıtlığını dikkate alarak 2006 yılında Birleşik Devletler Kamu Diplomasisi ve Stratejik İletişim Ulusal Strateji Belgesini (U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication) yayınlamışlardır. Başkan Bush'un takdim yazısıyla yayınlanan belge, dönemin kamu diplomasisine ilişkin önemli fikirler sunmaktadır. Bu belge siyasi karar alıcılardan başka dış politika ve kamu diplomasisi uygulayıcılarına da gönderilerek alınan kararlara riayet edilmesi istenmiştir (Strategy for Public Diplomacy, 2007: 1, 15). Diğer yandan belgenin yine kamu diplomasisi mantığından çok, terörle mücadele amacı taşıdığı gözlemlenmektedir. 34 sayfalık belgede 36 sefer "terör" veya "terörizm" kelimesi kullanılmıştır. Belgenin birkaç önemli maddesine bakmak gerekirse:

- a. Müslümanlarla daha aktif bir şekilde iletişime geçilerek ana akım (mainstream) Müslüman grupların ve liderlerin sesine ortak olunacak (burada ana akım kelimesinin kullanılmasına vurguda bulunulmuştur. Bunun yerine kullanılan ılımlı (moderate) tabirinin Müslümanlarca tepkiyle karşılandığı, daha az inançlı gibi bir anlam içerdiği belirtilmiştir (s. 24),
- b. Terörist liderler, eylemciler ve yandaşları gözden düşürülecektir.
- c. Terör örgütlerince devşirilebilecek grup olan gençlere yönelik eğitim ve değişim programları artırılacaktır.
- d. Gazeteci, dini, siyasi ve askeri liderle gibi ana akım kanaat önderleri desteklenecektir (Strategy for Public Diplomacy, 2007: 3, 4).

Strateji belgesinde görüldüğü üzere çoğu zaman eleştirildiği gibi kamu diplomasisi ulusal çıkarlardan da öte burada ulusal güvenliği amaçlamıştır. İzlenen kamu diplomasisi genel itibarıyla Amerikan dış politikasının anlatılması/ savunulması üzerine olmuştur. Bir manada kamu diplomasisi süreçlerinden sadece savunma (advocacy) kullanılmıştır. Karşı tarafın beklentileri dikkate alınmamıştır. Bir diğer hata Arap ve İslam ülkelerine verilen aşırı önem, kamu diplomasisi yapılan diğer ülkelerin küstürülmesine neden olmuştur (Zaharna, 2010: 63). Kısıtlı olan kaynakların bu ülkelere aktarılması, yine ABD yardımlarına ihtiyaç duyan Asya, Afrika ve bazı Doğu Avrupa ülkelerinin tepkisini çekmiştir.

İzlenen saldırgan dış politika, meşruiyeti tartışmalı Irak Savaşı, Ebu Gureyb hadisesi ve Guantanamo hapishanesi gibi olumsuzluklar kamu diplomasisinde uygun bir stratejinin de izlenilmemesiyle birleşince genel itibariyle Bush dönemi kamu diplomasisi uygulamaları verimli geçmemiştir.

3.1.3. Barack Obama Dönemi Kamu Diplomasisi

2009 yılında Bush'tan sonra ABD Başkanlığına Barack Obama'nın seçilmesi başlı başına bir kamu diplomasisi hadisesi olmuştur. Müslüman bir babanın oğlu olan Obama, her ne kadar bunu gündeme getirmese de Müslüman dünya açısından olumlu karşılanmıştır. Bu durum Başkan Obama'nın izlediği bazı Orta Doğu politikaları nedeniyle ilerleyen dönemlerde dalgalanmalar gösterse de genel anlamda uluslararası kamuoyundan hem halefi hem selefinden daha yüksek güvenilirlik puanları yakalamayı başarmıştır. Pew'in 2001-2018 yıllarına ait ABD Başkanlarına duyulan güven endeksinde bu durum açık bir şekilde görülmektedir:

Tablo 12: ABD Başkanlarına Duyulan Güven 2001-2018

Amerikan Başkanlarına Duyulan Güven

	George W. Bush						Barack Obama									Donald Trump	
	2001	2003	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
Canada	-	59	40	-	28	-	88	-	-	-	81	-	76	83	22	25	
France	20	20	25	15	14	13	91	87	84	86	83	83	83	84	14	9	
Germany	51	33	30	25	19	14	93	90	88	87	88	71	73	86	11	10	
Greece	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30	35	27	-	41	19	17	
Hungary	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	58	29	31	
Italy	33	43	-	-	30	-	-	-	-	73	76	75	77	68	25	27	
Netherlands	-	-	39	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92	17	19	
Poland	-	-	47	-	29	41	62	60	52	50	49	55	64	58	23	35	
Spain	-	26	18	7	7	8	72	69	67	61	54	58	58	75	7	7	
Sweden	-	-	-	-	21	-	-	-	-	-	-	-	-	93	10	17	
UK	30	51	38	30	24	16	86	84	75	80	72	74	76	79	22	28	
Russia	-	8	28	21	18	22	37	41	41	36	29	15	11	-	53	19	
Australia	-	59	-	-	-	23	-	-	-	-	77	-	81	84	29	32	
Indonesia	-	-	19	20	14	23	71	67	62	-	53	60	64	-	23	28	
Japan	-	-	-	32	35	25	85	76	81	74	70	60	66	78	24	30	
Philippines	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	84	89	94	-	69	78	
South Korea	-	36	-	-	22	30	81	75	-	-	77	84	88	-	17	44	
Israel	-	83	-	-	57	-	56	-	49	-	61	71	49	-	56	69	
Tunisia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	28	24	27	-	-	18	17	
Kenya	-	-	-	-	72	-	94	95	86	-	81	78	80	83	51	56	
Nigeria	-	-	-	-	-	-	-	84	-	-	53	53	73	63	58	59	
South Africa	-	-	-	-	-	32	-	-	-	-	74	72	77	73	39	39	
Argentina	-	-	-	-	5	7	61	49	-	-	44	31	40	-	13	11	
Brazil	-	-	-	-	-	-	-	56	63	68	69	52	63	-	14	16	
Mexico	-	-	-	-	28	16	55	43	38	42	49	40	49	-	5	6	

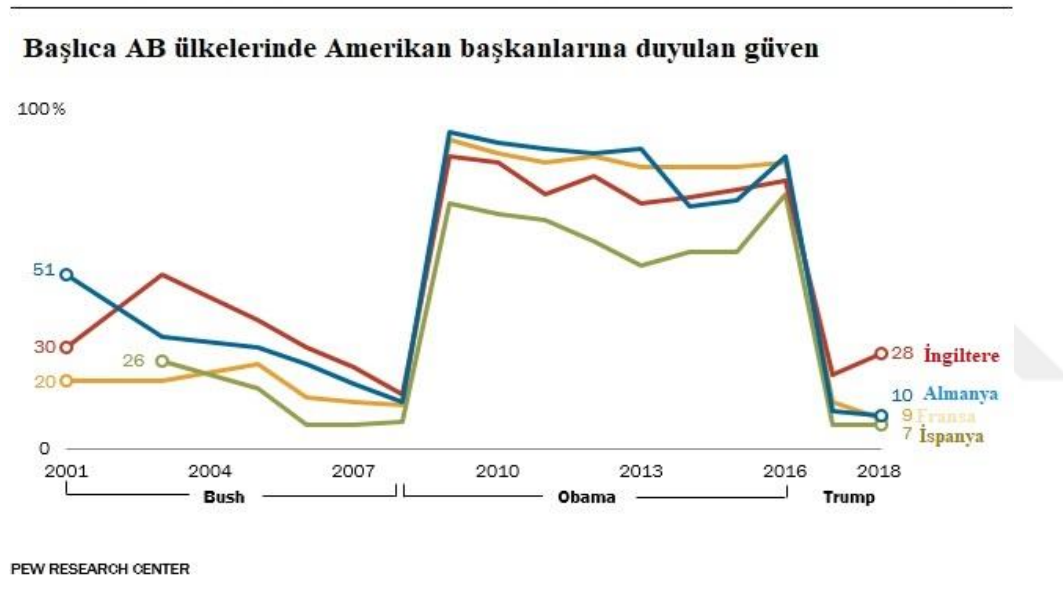
PEW RESEARCH CENTER

PEW RESEARCH CENTER

Kaynak: Pew, 2018b.

Anketin sorusu “ABD Başkanın dünya siyasetinde doğru şeyi yapacağına güveniyor musunuz?” dur. Tablodan anlaşılacağı üzere 2008 yılından 2009 yılına geçerken tüm ülkelerde bu soruya verilen olumlu cevapta ciddi bir artış görülmüştür. Bu durum her ne kadar yeni bir yüzün gelmesiyle kimi politikalarda değişim olacağına dair iyimser bir beklenti kaynaklı olabilse ve sonraki yıllarda bu güven düşüş gösterse de Bush dönemi değerlerine kadar inmemiştir. Dahası kendisinden sonraki Trump döneminden de yüksek seyretmiştir. Raporun devamı incelendiğinde Müslüman/ Arap ülkelerinde de benzer bir yükseliş görülmektedir. Daha belirgin bir tablo ise ABD’nin en yakın müttefikleri arasında yapılan anket sonuçlarında görülmüştür:

Grafik 8: Başlıca AB Ülkeleri Arasında ABD Başkanlarına Duyulan Güven



Kaynak: Pew, 2018c.

Pew’in yaptığı araştırmada yine aynı soru bu sefer 2001-2018 yılları arasında Birleşik Krallık, Almanya, İspanya ve Fransa vatandaşlarına sorulmuştur. Obama döneminin halef ve selefinin döneminden ciddi bir şekilde farklılık arz ettiği burada daha iyi görülmektedir. Bu duruma Başkan Obama’nın izlediği politikalar kadar kullandığı dil de etkili olmuştur. Hem Bush hem de Trump’ın çoğu zaman ülkeleri, inançları hatta Trump döneminde yaşandığı üzere engellileri dâhi hedef aldığı görülmüştür. Başkan Bush’un kendi müttefiklerini “çikolatacılar” diye aşağıladığı basına yansımıştır. Başkan Obama ise kişiler arası iletişim becerisi sayesinde sorun yaşanan İslam dünyası ile ilişkileri sıkı tutmaya çalışmıştır. Teamüller gereği Başkan seçildikten sonra ilk ziyaretini Kanada ve Meksika gibi komşu ülkelere yapmış, ardından ilk Türkiye olmak üzere Müslüman ülkeleri ziyarete başlamıştır. Bu

ziyaretlerin özellikle Doğu kültüründe önemi büyüktür. Nitekim Türkler yeni Başkanın ilk kez kendi ülkelerini ziyaret etmelerinden gururla bahsettikleri yetkililer tarafından dile getirmiştir (Farina, 2011: 29). Başkan Bush da geleneği bozmamış, komşuları ziyaret etmiştir. Fakat ilk iki yıl boyunca hiçbir Müslüman ülkeyi ziyaret etmezken ardından gerçekleştirdiği Irak ziyareti ise ABD birliklerine olmuştur.

Başkan Obama yolunda gitmeyen kamu diplomasisi için önde gelen araştırmacılara bir rapor hazırlatmıştır. Rapordan çıkan sonuçlara göre:

- a. Amerikalıların doğrudan Müslümanlarla konuşabilmesi sağlanmalı,
- b. Propaganda yerine nesnel gerçeklere vurgu yapılmalı,
- c. Muhataba saygı gösterilmeli,
- d. Dünyada tehlikeli fikirleri hedef alan STK'lar kurulmalıdır (Creswell, 2017: 2).

Sunulan rapor ciddiye alınmış olmalı ki artık sadece anlatma değil, dinleme de kamu diplomasisi araçları arasında yerini almıştır. Bush dönemindeki karşı tarafı susturma ya da ondan daha fazla konuşma yerine, karşı tarafın fikirlerini de dinleme ön plana çıkmıştır. Bu sayede iletişim güçlendirilmiştir. Obama'nın El-Arabiya'ya verdiği demeçte sık sık "dinleme" ve "saygı" kelimelerini kullanması bunun en büyük delilidir. Yine Dışişleri Bakanı Hillary Clinton'ın yurtdışı ziyaretlerini "listening tour" (dinleme gezisi) olarak adlandırması 'hikâyemizi anlatma'dan 'dinleme'ye dönüldüğünün en bariz göstergesi olmuştur (Zaharna, 2010: 176). Ne var ki tüm bu olumlu adımlar izlenen İsrail politikası nedeniyle hep sekteye uğramıştır. Başkanın İsrail'in 22 gün süren Gazze harekâtına sessiz kalması, Hillary Clinton'ın bölgeyi ziyaretinde Bush dönemi ile benzer söylemler kullanması gazetelerde "Condoleezza Clinton" şeklinde istihzaların kullanılmasına neden olmuştur (Zaharna, 2010: 178).

3.1.4. Donald Trump Dönemi Kamu Diplomasisi

2017 yılında Başkanlığa geçen Donald Trump, sert söylemleri ve pervasız tavırlarıyla ABD kamu diplomasisini açmaza sokmayı başarmıştır. Daha Başkanlığa başladığı yıldan itibaren olmak üzere ABD Başkanlarına duyulan endekste dramatik bir düşüş izlenmiştir. Bu durumda Trump'ın sürpriz bir şekilde Clinton'ın yerine Başkanlık koltuğuna geçmesi etkili olurken, daha adaylığı döneminde dile getirdiği çatışmacı politikalar da etkili olmuştur. Çin'le yaşanan ticari savaşlar ve Meksika sınırına düzensiz göçmenleri önlemek için duvar örmeye çalışması dış dünyada itibarını zedelerken, seçimlere Rusya'nın müdahale ettiği iddiası

üzerine açılan savcılık soruşturması ise iç politikada elini zayıflatmıştır. Teamüllerin aksine ziyaretlerine komşulardan başlamamış, Orta Doğu'dan başlamıştır (New York Times, 2017).

Trump'ın özellikle kişiliğiyle alakalı olarak insanları hor görmesi ve iletişimdeki sıkılgan tavrı, kamu diplomasisi açısından elini zayıflatmıştır. Kamu diplomasisi konusunda çalışmaları olan eski Büyükelçi William Rugh, her diplomatın kesinlikle doğruyu söylemek zorunda olduğunu ama her doğruyu söylemesinin de yanlış olduğunu belirtir. Ona göre Başkan Trump sayısız kez yalan söylerken yakalanmıştır (Arab Media & Society, 2018). Oysa bu güvenilirliğin yitirilmesine ve diplomatların zor durumda kalmasına neden olmaktadır. Trump'ın kamu diplomasisine en büyük zararı aslında ABD yumuşak gücüne verdiği zarardır. Meksika sınırına bir duvarın örülmesi, Soğuk Savaş döneminin sembolü Berlin Duvarını çağrıştırmış, özgürlüğün ve açıklığın sembolü, göçmenlerin kurduğu ABD'ye yakışmamıştır. Trump'ın seçimlere hile karıştırılması ile ilgili kendisine dava açıldığında savcı Robert Mueller'i açıktan hedef alması, hukukun üstünlüğü ilkesine gölge düşürmüştür (BBC, 2019). Yine kendisini eleştiren haberler verdiği için CNN'i sıkça "fake news" (yalan haber) olarak adlandırması, basın özgürlüğüne zarar vermiştir. Normalde bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanılabilecek twitter üzerinden insanları, kurumları hatta ülkeleri sürekli aşağılaması ve tehdit etmesi aslında Trump'ın bizzat kendisinin kamu diplomasisine zarar verdiğini göstermektedir. Özgürlük, hukukun üstünlüğü ve basın özgürlüğü gibi ABD yumuşak gücünün en önemli öğelerini oluşturan değerlerle kavgalı olması ABD kamu diplomasisi için en büyük tehdidi oluşturmaktadır.

Diğer yandan sorunların yaşandığı İslam dünyası açısından vaziyete bakılırsa yine sıkıntılı bir tablo ile karşılaşmaktadır. Daha adaylığı döneminde bir Müslüman veri bankası oluşturulması gerektiğini söylemiş, Başkanlığında ise Müslümanların ülkeye girişinin durdurulacağını belirtmiştir (Creswell, 2017: 6). 11 Eylül saldırısında New Jersey'deki Müslümanların sevinç çılgınlıkları attığı iddiası ise hiç kanıtlanamamıştır. Yakın danışmanları olan Steve Bannon, Stephen Miller ve Mike Flynn açıktan Müslümanlara düşmanlık besledikleri bilinmektedir (Arab Media & Society, 2018). Bu durumla bağlantılı olarak Orta Doğu'da izlediği politikalar zaten kamu diplomasisinde zayıf kalan Trump yönetimini İslam dünyasında iyece zora sokmaktadır. Creswell'in (2017: 11) belirttiği gibi Lyndon Johnson'dan şimdiye kadar ki tüm Başkanlar- Evanjelist Başkan Bush dâhil- İsrail'in yeni yerleşimleri konusunda kaygılarını dile getirmişler ve hiçbir zaman açıktan buna destek vermemişlerdir. Yeni yerleşim yerlerini izleyen ve aleyhte yazılar yayınlayan bir kuruluş olan Peace Now örgütü, Başkan Trump yönetimini yeni yerleşim yerlerine şimdiye kadarki en

tarafı yönetim olarak açıklamıştır (Independent, 2019). Aralık 2017’de hiç gündemde değilken Kudüs’ü İsrail’in başkenti olarak tanınması bölgede yaşanan sorunun çözümüne katkı sağlamadığı gibi çatışmayı daha da artırmıştır. Mart 2019’da ise Golan Tepelerinin İsrail’e ait olduğunu tanıyan anlaşmayı imzalaması bölgedeki tansiyonun sürekli artmasına neden olmuştur (Deutsche Welle, 2019). Hiçbir ülkenin tanımadığı 67 yıllık işgalin Trump’ın iç siyasette sıkıştıkça, dış politikada daha Yahudi taraftarı haline geldiği izlenimini vermektedir.

Aslında geniş bir açıdan bakıldığında ABD kamu diplomasisine en büyük zararı, ABD’nin Orta Doğu’da izlediği politika vermektedir. Tüm Başkanların her halükârda İsrail’i desteklemeleri, barıştan ve hukuktan yana oldukları söylemlerine zarar vermektedir. İsrail’in çıkarları olduğunda bölgedeki tüm müttefiklerini gözden çıkarması, ABD’nin İslam dünyasında işgalci İsrail’in yanında yer alan Müslüman düşmanı bir ülke olarak algılanmasına sebep olmaktadır. Dış politikada yapılan bu vahim hatalar bölgede uygulanan kamu diplomasisinin etkisiz kalmasına neden olmaktadır.

3.2.ABD’nin Yumuşak Güç Unsurları

Yumuşak güç açısından karşılaştırılan bu üç ülke arasında en avantajlı konumda olan ABD’dir. Hatta dünya genelinde düşünüldüğünde bile bu durumun geçerli olduğu söylenebilir. Nitekim önceki sayfalarda verilen yumuşak güç tablosunda ABD’nin her zaman ilk üçte yer aldığı görülmektedir. Bu durum en başta dünya vatandaşlarının muhalif olsa dâhi pek çok açıdan ABD’ye imrenmesinden anlaşılabilir. Türkiye özelinde bakıldığında dâhi Amerikan karşıtı olduğunu açıkça belirten insanlar hem Amerikan mallarını hem de kültürünü severek tüketmektedir. Yine pek çoğu kendisinin ya da çocuklarının ABD’de eğitim almasını istemektedir. ABD’nin kültür, sanat, bilim, spor, sanayi ve teknolojiye konumu onu imrenilir kılmaktadır. Devlet sistemi açısından sahip olduğu değerler de yumuşak gücüne katkı yapmaktadır. Özgürlükler ülkesi olması, girişimciliğe açık olması, basın ve fikir özgürlüğüne sahip olması işte bu güce katkı sağlamaktadır.

İlk kuruluşundan beri hem özgürce dinini yaşama hem de dünya işlerinde başarılı olma mantığı bu günkü Amerikan hayatının temellerini oluşturmuştur. Avrupa’da arkalarında bırakıp geldikleri Katolik mezhebi, asketik (münzevilik) özelliği ile öte dünyaya yönelmiş, bu dünya nimetlerine karşı umursamaz bir tavır takınırken, Protestanlıkta yer alan “üretken ol ve çoğal” ve “mesleğinde var gücünle çalış” gibi öğütler nedeniyle aslında kapitalizmi ortaya çıkarmıştır (Weber, 2016: 30, 132). Mültecilerin gayretiyle sıfırdan kurulan ABD, insanlara

halen kendini gerçekleştirebileceği bir hayaller ülkesi (land of dreams) olmaya devam etmektedir.

Modern çağ Amerika'sına bakınca, ABD yumuşak gücünün dünya politikasında elini nasıl güçlendirdiği daha net anlaşılmaktadır. Soğuk Savaş döneminde komünizm ile en başarılı mücadeleyi yumuşak güç sayesinde vermiştir. Radyoların en önemli iletişim ve eğlence aracı olduğu dönemlerde demir perdeyi aşan yegâne güç caz ve rock müzik olmuştur (Schneider, 2005: 153). 1955 yılında ABD'de pek de tanınmayan Willis Coonover'i Music USA programında dinleyen bir Rus vatandaşı, "Her gece kapı ve pencereleri kapayıp Willis Coonover'i açtığımızda iki saatliğine özgürlüğü yaşıyorduk" demiştir. Yine aynı yıllarda dünya turnesine çıkan New Orleanslı caz grubu, Moskova'da konser verir. Burada Sovyet sanatçılarla bir araya gelen siyahî sanatçılar ABD'de ırkçılığa maruz kaldıklarını anlatırlar. Normalde bir ülke için utanç verici olan bu gerçek Sovyet sanatçıları tarafından ABD'nin takdirle karşılanmasına neden olmuştur. Çünkü bu siyahî sanatçılar tüm yaşadıklarına rağmen hâlâ ABD'yi sevmektedirler ve ülkelerine döndüklerinde ABD'yi eleştirdikleri için hapse atılmayacaklardır (Cull, 2009: 34). Çek Cumhuriyeti'nde 1950 yılında gençler Amerikan müziği dinledikleri için tutuklanırlardı. Fakat daha sonra John Lennon öldürüldüğünde Prag'ın orta yerine heykelini diktiler. Birkaç yıl sonra adına kurulan Lennon Barış Kulübü 1988 yılında Sovyet askerlerinin ülkeyi terk etmesini istedi. Nye bu hikâyeyi anlattıktan sonra şunu söyler, "Lennon, Lenin'i yendi" (Nye, 2004: 50). Nye aynı şekilde Berlin Duvarını da bombaların değil, kamu diplomasisinin yıktığını söyler (Nye, 2008: 98). Yapılan radyo yayınları, teşhir edilen cazip Amerikan yaşam tarzı, özgürlükler karşısına dayatmacı komünizm yerleştirilmiş ve insanların komünizme olan inancı zayıflatılmıştır.

ABD yumuşak gücünü sadece uluslararası kamuoyu ile iletişim kurmak için değil aynı zamanda dış politika kararlarında meşruiyet sağlamak için kullanmaktadır. Bu taktik hem rasyonel hem de kamu diplomasisi çerçevesinde değerlendirilebilecek bir şeydir. Özellikle Irak Savaşı açısından düşünüldüğünde Hollywood filmlerinde işlendiği gibi ABD dünyayı kurtaran ulustur. Birileri kötü adamdan (Saddam Hüseyin) dünyayı kurtarmalıdır. Ham (2005: 52) bunun mutlaka sert güçle desteklenmesi gerektiğine ayrıca vurgu yapmaktadır. Fakat uluslararası meşruiyet sağlanmadan girişilen bu savaşta gücün aynı zamanda başarı sağlayacağı yanılgısı ortaya çıkmıştır. Sürekli uzayan savaş ve artan asker kayıpları, savaşı gün geçtikçe daha haksız (unjust war) hale getirmiştir. Yumuşak güç olmadan sadece sert güç yetersiz kalmıştır. Başkan Bush'un havacı montuyla Irak'taki ABD askerlerini ziyaret etmesi

Amerikan halkı için sempatik gözükse de dünya kamuoyuna savaş sevdalısı bir ülke ve Başkanı imajı vermektedir.

Amerikan değerlerinden başka ABD'nin yumuşak gücüne en çok katkı sağlayan öğelerden biri de kültürüdür. Özellikle Avrupalı müttefikleri açısından yoz bir kültür olarak görülse de popüler kültür açısından etkinliği yadırganamaz. Soğuk Savaş döneminde yukarıdaki örneklerde de görüldüğü üzere Amerikan kültürü demir perdeyi aşmada ve buradaki insanlara ulaşmada etkili olmuştur. Finn (2003: 17) aynı taktiğin İslam dünyasında da kullanılması gerektiğini ileri sürer. Yalnız Finn'in gözden kaçırdığı bir nokta vardır. Amerikan kültürü ve Avrupa kültürü bir örnek olmasa da benzerdir. Oysa İslam kültürü, Amerikan yaşam kültürünün pek çok ögesi ile çelişki içindedir. Buna yiyecek içecek konusundan kadın-erkek arası ilişkilere kadar pek çok örnek vermek mümkündür. Diğer kültürlerin aksine Amerikan kültürü emperyalizmin bir aracı olarak görülmekte ve tehdit olarak algılanmaktadır. Japon kültürü, Türkiye'de bir zenginlik olarak görülürken, Amerikan kültürü için bir rezerv konulmaktadır. Amerikan kültürünün, kültürel diplomasi açısından etkin bir şekilde kullanılmasındaki en büyük engel belki de budur. Leeds'in (1997: 84) belirttiği gibi aslında evrensel değerler olarak adlandırılan pek çok şey Batı kültürüne aittir ve diğer kültür gruplarıyla paylaşılmamaktadır. Benzer bir kültür olan Fransa'da dâhi İkinci Dünya Savaşı yıllarında Amerikan filmlerinin ülkesinde gösterilmesine karşı çıktığı unutulmamalıdır (Fraser, 2008: 178). Zaten ABD'nin kültürel diplomasi işini devlet kanalıyla yapmaktansa büyük ölçüde özel sektöre devrettiği anlaşılmaktadır. Kültürel diplomasinin en önemli aktarım aracı olan dil -İngilizce- için büyük bir kısmını halletmektedir. Kalan kısmını ise Hollywood, MTV, Disney ve Netflix halletmektedir. Devlet eliyle kültürel diplomasi faaliyetlerini gerçekleştiren Amerikan kütüphaneleri ve American Houses gibi pek çok kurum ise Soğuk Savaşın bitmesiyle birlikte tasarruf amacıyla hemen kapatılmıştır (Schneider, 2005: 156). Dahası pek çok ülke geleneksel olarak kamu diplomasisi üzerine yoğunlaşan kurum ile kültürel diplomasi işlevini gören kurumları ayrı tutarak bunlara özerklik tanırken ABD böyle bir yol izlememiştir. Birleşik Krallığın British Council'i, Almanya'nın Goethe Institut ve Fransa'nın Allianza Franchise gibi müstakil bir kurumlaşmaya gitmemiştir. ABD günümüzde kültürel diplomasi işini kısmen American Corners ile sürdürmeye çalışmaktadır. ABD Büyükelçilikleri ve yerel kütüphane, enstitü ya da ticaret odalarıyla iş birliği içinde olan Amerikalı personeller tarafından işletilmese de kaynak ve doküman açısından desteklenmektedir (Zaharna, 2010: 36). American Corners, birebir Amerikan vatandaşları ve kültürü ile temas etmekten ziyade Amerikan kültürü ve yaşamı hakkında belgesel kaynak

sağlamaktadır. Diğer kültür merkezlerindeki gibi dil eğitim, sanatsal kurslar ve kültür aktarımı söz konusu değildir.

Joffe'nin tanımlaması üzerinden gidilecek olursa HHMMS'de yer alan Hollywood, Harvard, McDonald's ve Microsoft ABD yumuşak gücünün en açık görüldüğü alandır. Amerikan markaları, ünlüleri ve ABD'de doğmuş uluslararası STK'lar yine bu güce katkı yapan değerler olarak sayılabilir. Turizm konusunda Türkiye'den daha önde olmakla birlikte, ABD'ye turist olarak gelen kişiler eğitim ve liderlik değişim programları kapsamında ilerleyen başlıkta değerlendirilecektir. Aynı şekilde üniversiteler konusu da bu başlıkta ele alınacaktır.

3.2.1. Hollywood

Her yıl 100'ün üzerinde filmin çekildiği Los Angeles'teki şehirle adı özdeşleşen Hollywood, sinema sektöründe bir numaradır. Çekilen filmlerin orijinal dilleriyle ve yabancı dillere çevrilerek tüm dünyaya dağıtıldığı düşünülürse Hollywood'un ABD yumuşak gücü açısından ne kadar önemli olduğu daha iyi anlaşılacaktır. Nitekim 20. yüzyılın başında kurulmaya başlayan sektör kısa zamanda politikacıların dikkatini çekmiştir. Özellikle Başkan Woodrow Wilson, Ulusal Sinema Endüstrisi Birliği başkanının Wilson'a gönderdiği notta sinemanın ulusal propagandayı çok ucuza dünyaya yaymada en iyi araç olduğunu bildirmesi ile dış politikada sinemanın kullanışlı bir araç olduğunu fark etmiştir (Fraser, 2008: 175). İdealist Başkan Wilson, Amerikan değerlerini yayma ülküsü ile Hollywood'un ticari ihtirası birleşmiştir. Birinci Dünya Savaşı sırasında Creel Komitesi vasıtasıyla bu dönemde filmlere sansür uygulanmış ve Amerikan değerlerinin dünyaya olumlu aktarılması amaçlanmıştır. Düşman Almanya'nın Kayzeri'nin aşağılandığı ve Faşist Japonları tecavüzcü ve işkenceci gösteren filmler çekilmiştir. İkinci Dünya Savaşı sırasında bu sefer Roosevelt OWI aracılığıyla filmlere müdahale etmiş, Nazi Almanya'sının kötülendiği filmlerde Micky Mouse bile suiistimal edilmiştir (Fraser, 1976). Nazi Almanya sonrası yeni düşman komünizmdir. Bu sefer Hollywood döneme damgasını vuran Cumhuriyetçi senatör Joseph McCarthy'nin paranoya seviyesinde sansürüne uğramıştır. Hollywood Ten olarak tarihe geçen bu olayda Alvah Bessie, Herbert Biberman, Lester Cole, Ring Lardner Jr., John Howard Lawson gibi ünlü isimler komünist faaliyetleri nedeniyle soruşturma geçirmiş, filmleri yasaklanmış hatta Charlie Chaplin sınır dışı edilmiştir (Güzelipek, 2018: 233). ABD hükümeti sinemanın dünyaya yayılmasına o kadar çok önem vermiştir ki bu yıllarda Fransa'nın savaş borçlarını silme ve 318 milyon dolar kredi vermeyi, Fransa hükümetinin daha önceden koyduğu

Amerikan filmlerine sansürünü kaldırması şartına bağlamıştır. Fransızlar ise Amerikan filmlerinin gençlerini zehirlediğini ve kendi entelektüel ve ahlaki değerlerinden uzaklaştırdığından yakınmıştır. Başkan Harry Truman döneminde Ulusal Sinema Endüstrisi Birliği, dış politikada o kadar önemli bir yer edinmiştir ki artık “küçük Dışişleri Bakanlığı” olarak adlandırılmaya başlanmıştır (Fraser: 57). Günümüze gelindiğinde ise 11 Eylül saldırılarının hemen ardından çekilen Sum of All Fears filmi terörle mücadeleyi anlatan epik bir film olmuştur. Çekimlerinde 5000 personeliyle birlikte yer alan uçak gemisi, F-16’lar ve B-2 bombardıman uçaklarıyla film resmen Pentagon-Hollywood ortak yapımına dönmüştür (Fraser, 2008: 182). Pentagon ABD ordusunun bu şaşalı haliyle pozitif yönünü dünyaya gösterme çabasında olmuştur. Ulus markalama açısından bu gibi araçlar çok kullanışlıdır. 2017 yılı yapımı “I, Tonya” isimli biyografi filmi, Soğuk Savaş yıllarının sonlarında artistik patinaj sporcusu olan Tonya Harding’in hayatını anlatır. Tonya üçlü axel atabilen tek kadın patenci olmasına rağmen 3 yıl boyunca olimpiyatlara aday gösterilmemiştir. Yine bir sefer elemelerde aday gösterilmeyince çıkışta jüri üyelerinden birini sıkıştırır ve bunun nedenini sorar. Jüri üyesi, Tonya’nın özel hayatındaki sorunları nedeniyle Amerikan halkını iyi bir şekilde temsil etmediği için olimpiyatlara seçilmediğini itiraf eder. Bu gibi filmler yanında “Syriana” gibi ABD’nin Orta Doğu politikasını eleştiren filmler ve Michael Moore’un ABD siyasetini eleştiren belgeselleri bile ABD’nin ifade özgürlüğüne delil olduğu için kamu diplomasisine hizmet etmektedir. Ayrıca şeffaflık ve dürüstlük güven tesisinde önemli bir yer teşkil etmektedir.

Dutta-Bergman (2006: 111) ABD’nin halkları etkilemede gizli bir şekilde eğlence tema kılıfı (entertainment-oriented guise) içinde mesajını sunduğunu belirtmiştir. Bu şekilde muhatap asıl mesajı görüp inkâr etme ya da uzak durma gibi olumsuz pozisyonlara giremeden mesajı alma durumunda kalmaktadır. Hususi kamu diplomasisi amacıyla yapılmadıktan sonra Hollywood filmleri ve dizileri kapitalist bir mantık izleyecektir. Yapımcılar doğal olarak daha çok seyirciye ulaşarak daha çok para kazanma amacı güdecektir. Devletler bile kamu diplomasisi amacı güderken bazen ticari kaygı öne geçebilmektedir. Her halükârda yabancı halklar tarafından izlenen filmlerin yumuşak güce ve ticarete katkı yapacağı açıktır. Eski USIA başkanı Joseph Duffey’in alaycı bir şekilde dile getirdiği gibi “Orta Doğu’da en çok izlenen Amerikan programı “Sahil Güvenlik”. Silikonlu Pamela Anderson kadar kamu diplomasisine hizmet eden başka bir şey yok!” (Cull, 2012: 90).

3.2.2. Markalar

Bilim ve sanayide bulunduğu öncü konumu sayesinde Amerikan markaları dünya çapında tanınır hale gelmiştir. Bu durum hem ekonomisine katkı sağlarken hem de yumuşak gücüne katkı sağlamaktadır. En basit ifadesiyle, Amerikan markalarına duyulan güven ve beğeni, insanların bunları bir statü aracı olarak görmesi, bu markaların Amerikan marka değerine katkısı anlamına gelmektedir. İşte, markaların ABD yumuşak gücüne katkısı da burada gizlidir. Bir anlamda bu markalar insanların zihninde Amerikan halkı ve ülkesi hakkında bir fikir oluşmasını sağlamaktadır. Konumuz dâhilinde olan ise bu fikrin pozitif bir algı şeklinde olmasıdır. En tanınan markalar arasında yer alan Marlboro, Coca-Cola, Nike, Apple, Microsoft, Tesla gibi markalar dünya insanlarına ABD gücü, bilimi, sanayi ve estetiğini göstermektedir. Bu markalar insanlarda bu markaya sahip olma, bu markada çalışma ve bu markanın benzerini üretme gibi arzular uyandırarak, aslında “Amerikan” değerine arzu duyulmasını sağlamaktadır. Joffe’nin (2001: 45) sorduğu üzere “Peki, niye insanlar bunları beğenmesine rağmen ABD’yi beğenmemektedir?”. Kendi cevabına göre insanlar ulaşamadıkları ve belki de hiç ulaşamayacakları bu başarıya karşı öfke duymaktadırlar. Özünde hâlâ bu değerleri takdir etmektedirler.

Bu markaların sahip oldukları büyük sermayeler sayesinde dünya çapında gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk projeleri, kendi adlarına birer kamu diplomasisi çalışması olsa da ABD yumuşak gücüne yaptıkları katkı tartışılmaz. Coca-Cola’nın Seyfe Gölünü kurtarma çabası ve Microsoft’un Türkiye’de ve başka ülkelerde Eğitim Bakanlıklarına verdiği destek sadece reklam kaygısı açısından değerlendirilemez. Bu tip faaliyetler markaya görünürlüğünü artırmaktan başka marka değerine dolayısıyla yine o ülkenin yumuşak gücüne katkı sağlamaktadır. Dünyadaki en büyük 100 markadan 30’unun Amerikan menşeli olduğu düşünülürse, ABD’nin bu açıdan ne kadar şanslı olduğu daha iyi anlaşılır (Forbes, 2017).

3.2.3. Sivil Toplum Kuruluşları

Sivil toplum kuruluşlarının ülkelerin demokratikleşmesi ile paralellik gösterdiği önceki sayfalarda belirtilmişti. ABD’nin bu haliyle STK’lar açısından kuruluşundan beri uygun bir zemine sahip olduğunu söylemek gerekir. Diğer yandan sahip olduğu sermaye birikimi, yetişmiş insan gücü, ulus aşırı şirketler sayesinde hem Japonya hem de Türkiye’den açık ara öndedir. Daha önce verilen OECD STK’lar grafiği incelenecek olursa bu durum daha net görülecektir (OECD, 2017). 2017 yılı itibarıyla ABD STK’ları aracılığıyla 3,5 milyar dolar

bağış yapılırken, Türkiye 791 milyon ve Japonya 490 milyon dolarda kalmıştır. Türkiye ilk kez 2015 yılında Japonya'nın önüne geçmiştir. Türkiye de olduğu gibi ABD'de de özellikle yardım ve arama kurtarma alanında uzmanlaşmış STK'larda dini cemaatlerin ağırlığını görmek mümkün. Diğer yandan azınlık gruplarının ulusal çapta haklarını aramak için kurdukları STK'ların ABD'nin bulunduğu konum sayesinde uluslararası hale dönüşmesi zor olmamıştır. LGBT, Kadın ve çocuk hakları derneklerinin etkinliği belirgindir. Doğal olarak her STK kendi amacına hizmet etse de bunların ABD yumuşak gücüne katkısı olmadığı söylenemez. ABD hükümeti vasıtasıyla yapılan yardımlara önceki sayfalarda değinilmişti. Development Initiatives tablosunda görüldüğü üzere ABD'nin açık ara dünyada en fazla yardım dağıtan olduğu ülke görülmektedir. Öyle ki bazı ülkelerin tamamen ABD yardımları ile ayakta durduğu anlaşılmaktadır. Bu durum yardımların Amerikan dış politikası çerçevesinde bu ülke içişlerine karışma hakkı tanıdığı da tartışılmazdır. İnsani yardım haricinde “Barış ve Güvenlik Yardımı” adı altında doğrudan devletlere verilen bu paraların en fazla İsrail'e ardından Mısır ve Ürdün'e gittiği anlaşılmaktadır (BBC, 2017). Bu dağılımda İsrail'in güvenlik önceliğinin Kongre tarafından dikkate alındığı açıktır. Toplamda 2,5 milyar doları bulan bu yardımların Mısır ve Ürdün'ü ABD'nin güdümüne sokacağı bellidir. STK'lar aracılığıyla yapılan insani yardımlar dışındaki doğrudan dış yardımların kamu diplomasisi amacından çok, direkt hükümetleri ayakta tutma ve manipüle etme aracı olarak kullanıldığı görülmektedir. Fakat insani amaçla gerçekleştirilen devlet yardımlarının kamu diplomasisi çerçevesinde değerlendirilmesi gerekir. Bush dönemi kamu diplomasisi müsteşarı olan Karen Hughes'un “Amellerin Diplomasisi” (Diplomacy of Deeds) olarak dile getirdiği dünyadaki fakirlerin doyurulduğu, eğitimsizlerin eğitildiği, hastaların tedavi edildiği ve afetlere maruz kalanların kurtarıldığı tüm faaliyetlerde ABD, yumuşak gücünü göstermektedir (Washington Times, 2006).

Uluslararası örgütlerden Care, Human Rights Watch (HRW), World Wide Fund (WWF) ve Freedom House ABD'de doğup ardından tüm dünyada faaliyet göstermeye başlayan bu tip örgütlerden sadece bir kaçıdır. Çevre, insan hakları, insani yardım gibi alanlarda öncü olan bu kuruluşlar birey ve şirket düzeyinde yardımdan başka devlet desteğine de sahiptir. Ne var ki açıktan devlet desteği bu örgütlerin uluslararası arenada etkinliklerine ket vurabilmektedir. Özellikle insan hakları gibi konularda raporlar düzenleyen örgütler, kuruldukları ülkenin çıkarlarına hizmet ettiği varsayılarak içişlerine müdahale fonksiyonu gördüğü iddia edilebilmektedir. Özellikle bu tip örgütlerin tam bağımsızlığı bu açıdan önem arz etmektedir. Greenpeace'in Hollanda'nın, Oxfam ve Amnesty International (AI)'nin Birleşik Krallığın

yumuşak gücüne katkı yaptığı gibi, Amerikan kökenli STK'lar da asıl gündemi her ne olursa olsun ABD yumuşak gücüne katkı sağlamaktadır. Diğer yandan bazı durumlarda STK'lar bu ülkeler çevre, insan hakları ve hayvan hakları konusunda gerçek yüzlerini göstererek yumuşak güçlerine zarar da verebilmektedir. ABD'nin ısrarlı bir çevre protokolü olan Kyoto'ya imza atması ve Uluslararası Ceza Mahkemesine (UCM) taraf olmaması ABD yumuşak gücüne açıkça zarar vermektedir. ABD Kyoto protokolü şartlarında yer alan karbon salınımının kısıtlanmasını gerçekçi ve yapılabilir bulmazken, UCM'nin yetkilerini özellikle yurtdışı görevlerde bulunan askerlerini kapsaması konusunda endişe duymaktadır. Cumhuriyetçi Nye, özellikle UCM konusunda itirazını dile getirirken mahkemenin faydalı olabileceğini fakat bazı ihtiraslı savcıların ABD karşıtı STK'ların da gazına gelerek gereksiz yere ABD'yi zora sokmak için yurtdışındaki askerlerine soruşturma açabileceğini iddia etmektedir (Nye, 2002: 160). Bu gibi durumlar için BM Güvenlik Konseyinin onayının alınmasını önerir. Oysa bu tür kuruluşların amacı zaten bağımsız bir şekilde çalışabilmek amacıyla BM haricinde faaliyet göstermesinde gizlidir. Bu haliyle Nye kendisiyle çelişmektedir. Dahası ABD'nin bu gibi durumlara karşı bir ön alma girişiminde bulunarak ASPA yasasını çıkarması (American Service members' Protection Act- Amerikan Personelini Koruma Kanunu) UCM karşıtlığı konusunda ne kadar kararlı olduğunu göstermiştir. Princeton Üniversitesi Uluslararası İlişkiler profesörü Anne-Marie Slaughter ASPA'yı Amerikan ikiyüzlülüğünün somut bir kanıtı olarak nitelendirmektedir (Çakmak, 2011: 423). Sebebi her ne olursa olsun alenen insanlığın faydası olan konularda ABD'nin karşı koymasının kendi yumuşak gücüne zarar vermektedir.

3.3.Kamu Diplomasisi Kurumları

ABD'de kamu diplomasisinin asıl uygulayıcısı olan kurumlar başlangıçta birer Soğuk Savaş dönemi aracı olarak kurulmuşlardır. Zaman içinde propagandadan kamu diplomasisine evrilişi ve özerk yapılardan merkeziyetçi yapının tahakkümüne girişlerinin hikâyesi, aynı zamanda ABD kamu diplomasisinin hikâyesidir. Amerikan dış politikasının işleyiş şeklini ve halkın buna ilişkin tutumu ise bu kurumların çalışma mantığını anlamayı sağlayacaktır. Öncelikle Amerikan dış politika işleyişine bakmak gerekirse ABD'de kontrol ve denge (check and balance) anlayışı göze çarpar. ABD'nin kurucu babalarının (founding fathers) oluşturduğu anayasa incelenirse, politika üretiminde kolaylıktan ziyade demokratik temsil ve konsensüse önem verildiği anlaşılmaktadır (Hatipoğlu, 2011: 37). Diğer yandan bu durum karar almada bürokratik yavaşlığa neden olmaktadır. Erkler arasındaki ilişkiye bakıldığında İkinci Dünya Savaşı sırasında ABD'nin bir süper güç olarak ortaya çıkması sırasında Kongre'de "riayet kültürü" gözlenir. Bu dönemde hızlı karar alma anlayışı nedeniyle Kongre,

Başkanla uyumlu kararlar almıştır. Ne var ki bu durum Vietnam Savaşından sonra tersine dönmüştür. Yıllarca süren savaş çok sayıda asker ve kaynak kaybına neden olmuş, protestolar ve tepkiler çığ gibi büyümeye başlamıştır. İşte bu günlerden sonra Kongre'nin etkisi Amerikan dış politikasında gözle görülür bir şekilde artmıştır (Hatipoğlu, 2011: 39). Özellikle dış politikada yaşanan sıkıntıların iç politikaya olumsuz yansımaları sonucu (Vietnam, Küba vb.) Kongre işi daha sıkı tutmaya başlamıştır. Temelde akçeli işler olmak üzere Amerikan halkının tepkisini çekebilecek konular daha sıkı irdelenir hale gelmiştir.

Amerikan halkı dış politikaya karşı oldukça kayıtsız bir tutum içindedir. Sıkça komedi programlarına malzeme olduğu üzere, değil dünya ülkeleri pek çok eyaletlerinin coğrafi konumundan bihaberdirler. Uluslararası Eğitim Enstitüsü başkanı olan Allan Goodman 2007 Akademi Ödülleri sırasında yaptığı konuşmada, “Küresel bir gücün vatandaşları olan Amerikalılar maalesef kendi sınırları dışına ilgisizdirler. Ortalama bir Amerikalının pasaportu yoktur ve Irak şöyle dursun, haritada Fransa'nın yerini dâhi gösteremez. Ana haberlerde uluslararası haberler 5 dakika dâhi yer tutmaz” der (Snow, 2009: 243). Nye da vatandaşların ABD'nin “sıra dışı rolüne” karşı kayıtsız olduğundan yakınıır. Kongre'ye göre dış politika yalnızca iç politikanın bir uzantısıdır ve USIA gibi bir kamu diplomasisi kurumunu dâhi mali kesinti amacıyla lağvetmiştir (Nye, 2002: xii). Bu şartlar bir yönden Amerikan dış politikasına kolaylık sağlamaktadır. Halk kendi geçim derdindedir ve kim kimdir bilmez. ABD'nin uluslararası politikalarda kendi halkından çok dünya halklarını ikna etmesi gerekmektedir. ABD'nin kamu diplomasisine ihtiyaç duyma nedeni işte burada gizlidir. Kongre'nin tutumu ise özellikle mali konularda ABD kamu diplomasisini zora sokmakta ve bürokratik anlayışı nedeniyle ihtiyaçlara geç cevap verilmesine sebep olmaktadır. Genel itibarıyla Amerikan dış politikasının amaçları Dışişleri Bakanlığı tarafından şu şekilde belirtilmiştir, “... demokrasiyi, inanç hürriyetini ve insan haklarını destekler. Demokrasiler daha az saldırgan oldukları ve dünya barışına ve ticaretine destek oldukları için desteklenir. Demokrasi karşıtı ülkeler ve terörizmle mücadele eder. Daha güvenli ve refah bir dünyada ABD çıkarlarını hedefler” (US Department of State).

Kongre, ABD'nin kamu diplomasisi amacını 2003 yılında yayınlanan belgede “yabancı halkları bilgilendirmek ve etkilemek, dış politika kararlarının benimsenerek ABD'nin yurtdışında daha saygın bir konuma gelmesini sağlamak” olarak açıklar (Madeley, 2011: 246). Dışişleri Bakanlığına bağlı Kamu Diplomasisi Müsteşarlığının yayınladığı strateji belgesinde ise amacı “Amerikan dış politika hedeflerinin başarıya ulaşması için çabalamak, ulusal çıkarların ve güvenliğin sağlanması için yabancı halkların bilgilendirilmesi ve

etkilenmesi ve ABD hükümeti ve vatandaşları ile yabancı ülke vatandaşları arasında ilişkiler kurmak” olarak geçer (PD Strategy Paper, 2010: 3). ABD kamu diplomasının nihai amacı Amerikan dış politika hedeflerinin gerçekleştirilmesi yatmaktadır. Bunun yolu da yabancı ülke vatandaşlarıyla iletişim kurup onların ikna edilmesinden geçmektedir.

ABD’nin kamu diplomasisinde izlediği strateji “karşılıklı halklar arasında etkileşimin geliştirilerek saygı ve güvenin tesis edilmesi, bu amaçla ABD çıkarlarına hizmet eden programlara önem vermek, aşırılıklar yerine insanlara alternatif fırsatlar sunmak, eğitim ve kültürel değişim programları vasıtasıyla bağları kuvvetlendirmek” olarak sıralanır (Gregory, 2011: 359). Sonuçta ABD çıkarlarının hedeflendiği bu stratejilerde temelde dünya kamuoyu ile ilişki kurmak ve onları etkilemek vardır. Bu strateji tüm ülke vatandaşları için bir örnek uygulanmaz. Döneme ve coğrafyaya göre değiştiği gibi muhatabın kültürü ve ihtiyaçlarına göre de şekillenmektedir. Aslında başarılı bir kamu diplomasisinin ardında, izlenen bu değişken strateji vardır. Gilboa (2008: 60) ABD’nin 3 farklı kamu diplomasisi stratejisi izlediğinden bahseder. Bunlar Basit Soğuk Savaş (Basic Cold War), Devlet dışı- Ulus aşırı (Non-state Transnational), Yerel Halkla İlişkiler (domestic PR) şeklindedir. Basit Soğuk Savaş yönteminde aynı Soğuk Savaş döneminde olduğu gibi bilgi aktarımı ve karşı tarafın sesinin bastırılması vardır. Örneğin Küba ve İran’a uygulanan strateji bu yöndedir. Demokratik olmayan veya diktatörlükle yönetilen ülkelerde tercih edilir. Kimi zaman propaganda yöntemleri bile izlenebilir. Devlet dışı- Ulus aşırı yönteminde uluslararası yayıncılık ve STK’lar aracılığıyla karşı tarafı etkileme ve zora sokma hedeflenir. Daha demokratik ülkelerde kullanılan bu yöntem Çin’e uluslararası yayıncılıkla etkide bulunma örnek gösterilebilir. Demokrasilerde ise Yerel Halkla İlişkiler yöntemi tercih edilir. Demokrasi sayesinde halkın yönetime tam etkisi söz konusudur. Bu nedenle halkı “tavlamak” dış politika konusunda hükümeti lehine çevirebilmeyi sağlar. Gilboa buna en önemli örnek olarak daha önceden Manheim’den aktarılan Kuveyt’in Hill& Knowlton’u tutması örneğini verir. Bu şekilde farklı stratejilerin izlenmesi dış politika alet çantasında yer alan bir araç olarak kabul edilen kamu diplomasının daha etkin bir şekilde kullanılmasına imkân sağlar. Hep 15 numara İngiliz anahtarı ile işini görmeye çalışmaktansa farklı numaralarda pek çok anahtarı kullanır.

Kamu diplomasisi uygulanmasında hangi çağda bulunduğundan ziyade, muhatabının hangi çağda olduğunu göz önünde bulundurmak esastır. Dünya uzay çağında olabilir ama muhatabınız gelişmemiş bir ülkede hâlâ pek çoğu kırsalda yaşayan insanlarsa en iyi iletişim aracının radyo ve SMS’ler olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Yine ihtiyaçlar açısından

düşünüldüğünde açlık sorunuyla boğuşan bir ülkeye sanatsal ve kültürel faaliyetlerle ilişki kurulmaya çalışılırsa muhtemelen başarısızlıkla sonuçlanacaktır. Bunun yerine başta insani yardım olmak üzere tarım ve hayvancılığın geliştirilmesine yönelik teknik yardım ve değişim programları çok daha etkili olacaktır. Öte yandan İsveç gibi gelişmiş bir ülkeye bu tür yardımlar yerine kültürel diplomasi ağırlıklı ağlar kurmak daha etkili olacaktır. ABD işte bu mantık çerçevesinde kamu diplomasisini geliştirmektedir. Kamu diplomasi uygulamalarına ilişkin bunun gibi faydalı sonuçlara ulaşılması şüphesiz bilim camiasının bu konuda yaptığı değerli çalışmalar sonucunda olmaktadır. Müsteşarlığın hazırladığı strateji belgesi önce mevcut uluslararası arenayı betimleyerek stratejik adımlarını listelemiştir. Buna göre dünyanın %45'i 25 yaş altındaki gençlerden oluşmaktadır. 40 yeni demokrasi ortaya çıkmıştır ve internet iletişimi son 10 yılda 12 kat artmıştır. 21. yüzyıl için stratejik adımlar:

1. Kendin hakkındaki anlatıyı yönlendir. Kötü temsil edildiğimiz ya da hiç temsil edilmediğimiz anlatılar lehimize olabilir. Yanlış ve yanlış haberlere anında tepki ver. Coğrafi bölge ve alan odaklı alıcıya uygun içerik oluşturun. Yanıt vermede taşra personeline yetki ver ki geç kalınmasın. Personelin son teknolojiye sahip olmasını sağla. Youtube ve facebook gibi sosyal medya araçların kullanımında risk yönetimi çerçevesinde özgürlük tanı.
2. Karşılıklı güven ve saygı tesis et. Değişim programları, eğitim ve bilimsel alanlarda paylaşımı artır. American Culture ve American Corner'ları geliştir ve yaygınlaştır.
3. Aşırılıklarla mücadele et ve onları gözden düşür. Aşırılıkçılara alternatif oluşturacak fırsatlar sun.
4. Dış politikayı daha iyi açıkla. Kamuoyu hassasiyetlerini göz önünde bulundur (PD Strategy Paper, 2010: 8).

Kamu diplomasisinde ABD'nin ağırlıklı olarak bilgilendirme yöntemi izlediği görülmektedir. Özellikle kültürel diplomasi alanına girebilecek konuların bizzat devlet eliyle yapılmasındansa özel sektör aracılığıyla yapıldığı ve oldukça başarılı olduğu anlaşılmaktadır. Kamu diplomasisi amacıyla faaliyet gösteren devlet kurumları incelenecek olursa en başta koordinasyon görevi gören Dışişleri Bakanlığına bağlı Kamu Diplomasisi Müsteşarlığı (Under Secretary for Public Diplomacy- eski USIA), Fulbright, VOA, USAID ve Peace Corps yer almaktadır. Böyle bir sıralamanın oluşturulmasında 2007 Strateji belgesinde yer alan ABD kamu diplomasisi programları önceliği baz alınmıştır. Belgeye göre değişim programları en öncelikli iken ardından iletişim (medya) ve yardım konuları yer almıştır (Strategy for Public Diplomacy, 2007: 6, 7).

3.3.1. Kamu Diplomasisi Müsteşarlığı (Undersecretary for Public Diplomacy)

ABD’de kamu diplomasisi Dışişleri Bakanlığına bağlı bir müsteşarlık olan Kamu Diplomasisi Müsteşarlığı (KDM) tarafından yürütülmektedir. Başkanın atamasının yaptığı müsteşar, yeni bir atamaya kadar görevini sürdürmektedir. 1999 yılında müsteşarlık olarak ayrılmasından beri en uzun süre görev yapan, 2 yıl bu koltukta kalmıştır. Bu dönemden önce müstakil olarak kamu diplomasisi faaliyetlerinden sorumlu özel bir kurum görev yapmıştır. ABD kamu diplomasisini daha iyi anlayabilmek için bu dönem de dikkate alınmalıdır. 1953 yılında Başkan Dwight D. Eisenhower’ın emriyle kurulan United States Information Agency-USIA (Birleşik Devletler Enformasyon Ajansı) bir Soğuk Savaş aracı olarak kullanılmıştır. “Enformasyon” ibaresine yapılan vurgudan da anlaşılacağı üzere dönemin en büyük mücadelesinin bilgi aktarma ve akışına müdahale etme üzere olduğu görülür. İlk kurulduğunda VOA, savaş dönemi kültür merkezleri ve kütüphaneleri, film büroları, dergiler gibi araçları kullanmıştır (Cull, 2012: 2). Kurum hedeflerini şu şekilde sıralamıştır:

- a. Yabancı kültürle ABD politikalarının açıklamak ve savunmak,
- b. Bu politikaların oluşmasına katkı sağlayan Amerikan halkını, kültürünü ve değerlerini tanıtmak,
- c. Yurtdışındaki paydaşlarıyla güçlü ve uzun vadeli ilişkiler kurarak fayda sağlamak,
- d. ABD politikalarının daha etkili olması konusunda Başkana ve siyasi karar alıcılara tavsiyelerde bulunmak (USIA, 1998).

İlk dönem hedefleri itibariyle muhatabı dinleme ve kamuoyu araştırmaları yapma gibi fonksiyonlar henüz çok yaygın değildir. Nitekim Soğuk Savaşın gergin yıllarında bir mücadele aracı olarak kurulan kurum çoğu kez propaganda araçlarını kullanmıştır. Bunlar arasında filmlere sansür uygulama, filmlerle karşı tarafı aşağılama, düşmanın hatalarından ve zayıf noktalarından faydalanma gibi pek çok yöntem kullanılmıştır. Bunun dışındaki kültürel etkinlikler, ABD’nin tanıtılması ve yayıncılık gibi konular günümüzdeki anlamıyla kamu diplomasisi tanımına daha uygun şekilde işletilmiştir. Her Başkanın kuruma yaklaşımı birbirinden farklı olmuştur. Cumhuriyetçi Başkanlar ilk dönemler propaganda mantığına daha yakın ve uluslararası habercilik araçlarına daha düşkün olmuşlardır. Demokrat Başkanlar ise özellikle medya-tanıtım araçlarının kullanılmasına ağırlık vermişlerdir. Jimmy Carter gibi Başkanlar ise kurumu çok ciddiye almamışlar, kim olsa bu işi yapar mantığıyla daire Başkanlıklarına kendi çocuklarının getirmişlerdir (Cull, 2012: 10). Bu olay Başkan Richard Nixon döneminde yaşanan Watergate skandalına ithafen “kiddiegate” diye adlandırılmıştır.

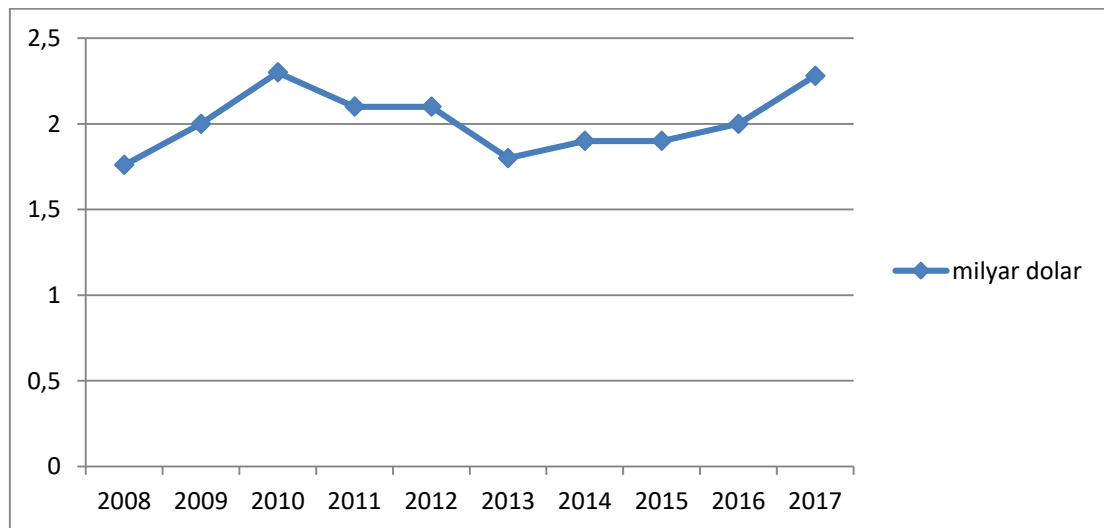
Soğuk Savaş sonrası yıllarda kurumun başına geçen Henry Catto yeni stratejik hedeflerini mevcut olanlardan başka karşı tarafı anlama ve demokrasileri desteklemeyi eklemiştir. “Dinleme” görevi USIA’ya Bosna Krizi sırasında başarı getirmiştir. Savaş sırasında Sırplar dünyaya Bosnalıların barış istemediklerini, BM Implementation Force (IFOR)’a karşı olduklarını söylüyordu. Oysa dönemin USAI başkanı Joseph Duffey, USIS araştırma birimine yaptırdığı ankette Bosnalıların %86’sının Sırp ve Bosnalı üniter bir devleti isterken, Sırpların sadece %26’sının bunu desteklediğini tespit etmiştir (Cull, 2012: 108).

Dünya çapında kendi personeli ve kendi kurum binalarında faaliyet gösteren USAI bir döneme damgasını vurmuştur. ABD toprakları dışındaki ofisleri United States Information Service- USIS (Birleşik Devletler Enformasyon Servisi) olarak adlandırılmıştır. Kurum personeli kimi zaman diplomatik bir temsilci mi sivil bir temsilci mi olduğu konusunda sorunlar yaşasa da bulunduğu ülkelerde başarılı hizmetlerde bulunmuştur. Aslında kapanmasına da bir anlamda işte bu başarısı sebep olmuştur. Hakkıyla görevinin yerine getirerek Soğuk Savaşın galibi olarak ortaya çıkan ABD, mali kesinti sebebiyle kurumu kapatarak işlevini Dışişleri Bakanlığı bünyesinde devam ettirme kararı almıştır. 1999 yılında kurumun uluslararası yayıncılıktan sorumlu grubu Broadcasting Board of Governors- BBG (Yayıncılık Kurulu İdaresi) ardından da U.S. Agency for Global Media- AGM (Birleşik Devletler Küresel Medya Ajansı) olarak ayrılırken, yayıncılık kısmı haricinde kalan değişim programları, yardımlar ve kültürel faaliyetler gibi konular müsteşarlık olarak KDM’ye verilmiştir. Mali nedenlerle kurumun kapatılmasına Bill Clinton karşı çıkmış fakat o dönemde başındaki Lewinsky skandalı nedeniyle Dışişleri Bakanı Madeleine Albright’a direnememiştir (Cull, 2012: 127). Kurumun kapatılmasına gösterilen mali sebepler aslında kurumun artık Soğuk Savaşın bitmesi nedeniyle işlevsiz hale gelmesi mantığı üzerine kurulmuştur. Francis Fukuyama’nın iddia ettiği “tarihin sonu” tezi, ABD’nin artık tek güç ve tek ses olduğu için kimseye kendini anlatması gerekmediği yanılıgına neden olmuştur. Clinton’ın dâhi “yenilmez ulus” kelamı ettiği dönemde uluslararası kamuoyuna ABD politikalarının anlatmanın ve onların onayını almanın gereği kalmamıştır. Hatta uluslararası yayıncılık yapan pek çok kuruluş Sovyetler dağıldıktan sonra 1989 ile 2000 yılları arasında dış haberler ofislerinin 2/3’ünü kapatmışlardır (Nye, 2002: ix). İnsanların artık çekişme bittiği için dünyaya ilgisinin kalmadığını düşünmüşlerdir. Ne var ki bu yanılıgı Amerikalıların yüzüne 11 Eylül saldırıları ile bir şamar gibi inmiştir. Cull’un (2012: 190) ifadesiyle USIA’nın belki 11 Eylül’e engel olmakta faydası olmazdı ama 12 Eylül’de çok faydası olurdu. Nitekim daha sonra hazırlanan pek çok raporda müstakil bir kamu diplomasisi

kurumunun ABD adına işleri çok daha kolaylaştırabileceği belirtilmiştir (Zaharna, 2010: 57). Hatta kurumun kapatılmasına ön ayak olan Albright 2003 yılında Catto'ya "USIA'yı Dışişlerine bağlamakla sence yanlış mı yaptık?" diye hayıflanmıştır (Cull, 2012: 178). Kurum müsteşarlığa dönüşerek bakanlık bünyesine geçtikten sonra pek çok sıkıntı yaşanmıştır. En başta Dışişlerinin eski personeli USIS personeli "useless" (lüzumsuz) olarak adlandırmıştır. Diğer yandan inisiyatif alarak bağımsız çalışmaya alışan USIA personeli ise disiplinli bakanlık bürokrasisine uyum sağlayamamıştır. Eski bir USIA çalışanı, "Sabahtan akşama kadar toplantı yapıp karar almaktan faaliyete geçemiyoruz. 10 farklı izin gerektiren hiçbir orijinal fikir cezasız kalmıyor." dermiştir (Cull, 2012: 163). Eski NATO Büyükelçisi Robert E. Hunter ise "Kamu diplomasisi yapan adam yeri gelecek hükümeti yerecek. Bakanlığa bağlı personel bunu yapabilir mi?" sorusunu sorarak kamu diplomasisi ile geleneksel diplomasinin arasındaki işleyiş farkını ortaya koymuştur (LA Times, 1999).

Tüm pişmanlıklara rağmen ABD kamu diplomasisi halen Dışişleri Bakanlığına bağlı müsteşarlık olarak görevini yerine getirmektedir. Müsteşarlığa bağlı Türkiye'de genel müdürlük seviyesinde bulunan üç büro bulunmaktadır. Bunlar Eğitim ve Kültürel Faaliyetler (ECA) Bürosu, Uluslararası Enformasyon Bürosu ve Halkla İlişkiler Bürosudur (KDM site). Uluslararası yayıncılık kurumları olan VOA, Radio Liberty, El Hurra gibi medya kuruluşları bağımsız habercilik anlayışının etkilenmemesi için özerk olan AGM bünyesine alınmıştır. Aşağıda 10 yıllık dönemde ABD'nin yaptığı kamu diplomasisi harcamaları verilmiştir:

Grafik 9: ABD Kamu Diplomasisi Bütçesi (Bakanlığın yayınladığı yıllık plan bütçe raporlarından derlenmiştir)



Kaynak: US Public Diplomacy Budget, 2008-2017.

2016 yılı baz alındığında bu bütçenin en büyük kısmı Asya ülkelerine giderken, bunu Avrupa ve Orta Doğu ülkeleri izlemektedir. En fazla harcama ülke olarak 58 milyon ile Afganistan'a yapılırken bunu 53 milyon ile Pakistan, 10 milyon ile Irak izlemektedir. Bunların ardından en fazla harcama 4,7 milyon ile Rusya'ya ve 4,3 Milyon ile Ukrayna'ya yapılmıştır (2017 Bütçe Raporu: 18-21). Harcamalar kriz durumlarına ve uluslararası gelişmelere göre değişiklik göstermektedir.

3.3.2. Değişim Programları

ABD'de değişim programları (exchange programs) USIA'dan daha da eski bir tarihe dayanır. İlk kez 1938 yılında Dışişleri bünyesinde Eğitim ve Kültürel Faaliyetler Bürosunun selefi konumunda olan Kültürel İlişkiler Bölümü kurulmuştur (Mueller, 2009: 103). Bölüm esas olarak o dönemde ABD'de öğrenci değişim programları organize eden özel bir şirketten örnek alarak bu işe başlamıştır. Dünya Savaşı yılları sırasında Avrupa'nın savaşın yıkımı ile uğraşması, ABD'nin ise kültür, sanat ve bilimde bir dünya liderine dönüşmeye başlaması ile yurtdışı hedefi olanların gözdesi haline gelmiştir. Değişim programlarında en önemli tercih nedenlerinden biri dil olmuştur. İngilizcenin resmi dil olması ABD'nin değişim programlarında öncelikli tercih sebebi olmuştur. Google Trends tablosunda değişim programlarını örneklemesi açısından seçilen YEE, Fulbright ve Kyoto Üniversitesi incelendiğinde öğrencilerin aynı ya da benzer dilleri konuşan ülkeleri tercih ettiği görülmektedir. Farklı kültürleri tanıma güdüsü ve akademik kariyer diğer önemli hususlar olsa da mali konu asıl sorun olarak başköşeye oturmaktadır. Devletler kendi imkânlarıyla okumak isteyenlerin dışındaki başarılı öğrencilere de ulaşmak istiyorsa, kaçınılmaz olarak buna destek olmak zorundadır. Nitekim 1948 yılında imzalanan Smith-Mundt Yasası ile "ABD'nin yurtdışında daha iyi anlaşılmasını ve diğer ülkelerle karşılıklı anlayışı sağlamak için diğer uluslarla iş birliği yaparak eğitim, sanat ve bilim alanında değişim programları düzenler" kararı almıştır (Smith-Mundt Act: 6). Bu yasayla başlayan değişim programları USIA'nın kurulması ile onun bünyesinde devam etmiştir. 1961 yılında Senatör William Fulbright'ın teklifiyle hazırlanan Fulbright-Hays Yasası önceki yasada belirtilen değişim programlarına ek olarak kültür faktörünü eklemiştir (Fulbright-Hays Act: 527). Diğer yasadaki çok daha detaylı olan bu yasada burstan kimlerin nasıl faydalanacağı, miktarlar, ödemeler, iptaller tüm ayrıntılarıyla ele alınmıştır. Daha barışçıl ve verimli bir dünya için Amerikalı ve diğer ulusların başarılarının ve gelişimlerinin paylaşılması, kültürlerin kaynaşması amaçlar arasında zikredilmiştir. Senatör Fulbright eğitim alanındaki değişim programlarının ulusları birer insan haline getirdiği için uluslararası ilişkileri de insancıllaştırdığını düşünmekteydi

(Bettie, 2015: 359). Fulbright'in tahmini doğru çıkmış ve hazırladığı program günümüze kadar başarıyla devam etmiştir. Değişim programlarının en etkili kamu diplomasisi araçlarından biri olması muhatapları karşılıklı olarak en yakın konuma getirmesinden kaynaklanmaktadır. Etkileşimin ve kültürel paylaşımın birinci elden olması beraberinde şeffaflığı ve doğruluğu da getirmektedir. Değişim öğrencilerinin gittikleri ülkede hükümetlerinin borazanı ya da ajanı gibi davranmaları durumunda yapılan faaliyet kamu diplomasisi olmaktan çıkacaktır. Diğer yandan her ne kadar bu programlara katılan insanların amacı kamu diplomasisi olmasa da ister istemez böyle bir etkileşime girmeleri doğal olmasını sağlamaktadır. Seyit Kutup örneğindeki gibi kamu diplomasisi açısından bazı olumsuz örnekler olsa da programların yüksek bütçelerine rağmen hâlâ devam ettiriliyor olması, olumlu geri dönüş alındığının en büyük kanıtıdır. Olumlu geri dönüş alınmayan AU Pair gibi programlar kısa zamanda devlet desteğini kaybetmiştir. Yabancı öğrencilerin ABD'deki ailelerin yanında çocuklarına bakarak ücretsiz ikamet edebildikleri programlarda yaşanan bebek ölümleri ve öğrencilerin yaşadığı cinsel taciz olayları programın uzun soluklu olmamasına neden olmuştur (Cull, 2012: 117). Diğer yandan İngiltere bu programı hâlâ başarıyla sürdürmektedir. Colin Powell değişim programlarına dikkat çekerken "Ülkemiz için, burada eğitim gören, geleceğin dünya liderlerinin dostluğunu kazanmaktan daha iyi bir servet göremiyorum" demiştir (Akçadağ, 2012: 10). Benzer şekilde eski müsteşar Karen Hughes "Hiç şüphem yok ki değişim programlarımız son 50 yıldaki en başarılı kamu diplomasisi aracı olmuştur." der (Zaharna, 2010: 150).

Değişim programlarının amacı kültürel kaynaşmayı sağlayarak özgür dünyaya katkı sunmak olsa da ABD hükümetinin bazı durumlarda ABD çıkarlarına zarar veren bursiyerleri uyardığı görülmüştür. Fulbright bursu ile yurtdışına giden bir Amerikalı bulunduğu ülkede ABD'yi yeren siyasi faaliyetlere girdiği için ülkesine döndüğünde bir azar mektubu ile karşılaşmıştır (Lindsay, 1989: 433). Dahası ABD hükümeti burslar sona erdikten sonra da bursiyerle iletişimi koparmayarak etkisini sürdürmektedir. Fulbright *Nexus* programıyla çevre, su ve gıda güvenliği gibi uluslararası konularda paneller düzenleyerek eski öğrencilerine burada söz hakkı vermektedir (CIES.org). En eski ve en önde gelen değişim programı olan Fulbright'tan bir yıl süreyle her yıl 8000 kişi faydalanmaktadır. Bunların 3000 kadarı Amerikalı öğrenci ve akademisyenler içinken kalanı dünya vatandaşlarına açıktır

Fulbright bursiyerlerinin parlak kariyerleri dikkat çekicidir. Şimdiye kadar 37 bursiyer ülkelerinde Devlet Başkanı seviyesine kadar çıkabilirken, 59'u Nobel ödülü, 84'ü ise Pulitzer ödülü kazanmıştır (ECA.state 1). Önde gelen bazı devlet adamları: Felipe de Borbon y Grecia,

İspanya; Ingvar Gosta Carlsson, İsveç; Kolinda Grabar Kitarovic, Hırvatistan; Juan Manuel Santos Rivera, Kolombiya; Giuliano Amato, İtalya; Fernando Henrique Cardoso, Brezilya; Andreas Papandreou, Yunanistan; Hyun Seung Jong, Güney Kore; Zelman Cowen, Avustralya şeklindedir. Bu kişilerin ülkelerinde devlet yönetimine geçmiş olmaları ABD için şüphesiz ki kazançtır. Türkiye’den Fulbright bursu kazanan ünlülere Ali Babacan ve Ümit Zileli, Japonya’dan Miya Masaoka ve Kei Takei gösterilebilir.

ABD’nin bir diğer önemli değişim programı International Visitors Leadership Program-IVLP (Uluslararası Liderlik Değişim Programı)’dır. Yine Eğitim ve Kültürel Faaliyetler Bürosuna bağlı olan bir aylık programdan her yıl 5000 kişi faydalanmaktadır (ECA.state 2). Başvuru yapılmayan programa talihliler ABD konsolosluğunun davetiyle seçilmektedir. Mikronezya’dan Vanuatu’ya kadar büyüklü küçüklü pek çok ülkenin Devlet Başkanı bu programa katılmıştır. Katılımcılar programın bir kısmında başkent Washington’a gezi düzenleyerek buradaki ABD yönetim kurumlarını yerinde görerek Amerikan tarzı idare şekli hakkında malumat sahibi olurlar (Madeley, 2011: 229). IVLP bursu ile ABD’de eğitim alan 450 civarında Başbakan ve Devlet Başkanı düzeyinde yönetici bulunmaktadır. Türkiye’den 2, Japonya’dan ise 4 isim yer almaktadır. Bunlardan bazı ünlü devlet adamları: Tassos Papadopoulos, Anders Fogh Rasmussen, Nicolas Sarkozy, Gerhard Schröder, Willy Brandt, Helmut Schmidt, Constantine Karamanlis, Jens Stoltenberg, Donald Tusk, António Guterres, Abdullah Gül, Süleyman Demirel, Tony Blair, Margaret Thatcher, Hamid Karzai, Enver Sedat, Indira Gandhi’dir (Cull, 2012, 184; Bettie, 2015: 364; ECA). ABD’nin bir Karayip ülkesi olan 272 bin nüfuslu Vanuatu’dan bir, Pasifik ülkesi olan 277 bin nüfuslu Barbados’tan üç Başbakanı ve Güney Afrika Cumhuriyeti içinde bir devlet olan Lesotho’dan bir kraliçeyi IVLP kapsamında ağırlaması hâkimiyet yaklaşımıyla açıklanabilir. Pek çok ülke insanı adını dâhi duymamış olsa da bu ülkelerin ABD hegemonyası dışında kalması düşünülemez.

Bu değişim programlarından başka yine ABD hükümetinin desteklediği Hubert H. Humphrey, Mandela Washington ve Edward R. Murrow programları yanında STK’larca düzenlenen Eisenhower ve Open Society Youth değişim programları da vardır.

3.3.3. Uluslararası Yayıncılık

Amerika Birleşik Devletleri uluslararası yayıncılık alanına geç giren ülkelerden biridir. Devlet eliyle uluslararası yayıncılık yapan ilk örnekler Japonya Nippon Hōsō Kyōkai – NHK (Japon Yayıncılık Şirketi) ile 1926’da, Hollanda RNW ile 1927’de, Sovyet Rusya Radio Moscva ile 1929’da, Fransa CRL ile 1931’de, İngiltere BBC ile 1932’de yayın hayatına

başlamışlardır. ABD ise Voice of America (VOA) 1942’de radyo yayıncılığına başlamıştır. Gregory (2011: 365) ABD’nin devlet eliyle uluslararası yayıncılığa geç başlamasını özel sektörün buna karşı çıkmasına bağlar. Türkiye ise çok daha geç bir tarihte, 1964’te başlamıştır. Yasalar uluslararası radyo yayıncılığın amaçlarını açıkça belirtmiştir. Bunlar:

- a. Yabancı dinleyicilere Birleşik Devletler politikalarını ve eylemlerini açıklamak,
- b. Amerikan toplumunu, düşüncelerini ve kurumlarını anlatmak,
- c. ABD ve uluslararası olaylarla ilgili objektif ve güvenilir haber ve yorum sağlamak,
- d. Haber yayıncılığının kısıtlandığı bölgelerde ve ABD çıkarlarının gerektirdiği durumlarda vekâleten yayın yapmak (Cull, 2012: 36).

ABD yayıncılığı incelendiğinde bu amaçlarına tam olarak riayet edildiği görülecektir. ABD’nin halen en büyük uluslararası yayıncılık organı olan VOA üzerinden durum analiz edilecek olursa, Soğuk Savaş yılları boyunca Sovyetlerle propaganda yarışında en önde gelen kuruluş olmuştur. Sovyetler Birliği ülkelerinde her ülkeye kendi diliyle yayın yapan VOA, demir perdeyi aşabilen en önemli araç olmuştur. Amerikan hayat tarzını, müziğini, düşünce yapısını buradaki insanlara ulaştırarak, diğer yandan kendi hükümetlerinin (sistemlerinin) hatalarını göstererek halkı etkilemişlerdir. Örneğin Sovyetler dağıldıktan sonra Küba’ya İspanyolca yayın yapan Radio Marti ile “Değişim İçindeki Sosyalist Dünya” adlı programa başlamıştır (Cull, 2012: 30). Programın amacı Küba halkının eski “blokdışlarının” nasıl bir değişime uğradığına anlamalarını sağlamaktır. Sovyetlerin dağılmasından sonra ABD, Doğu Avrupa’da hızla medya atağına başlamıştır. Türkiye’nin Orta Asya’da hazırlıksız yakalandığı için başaramadığı işi, ABD burada başarmıştır. Bunların içinde ABD’li yayıncılardan 2 milyon dolarlık kitap bağışının buradaki ülke kütüphanelerine aktarılması, uygun fiyata toptan çanak anten alınarak halka dağıtılması, Doğu Avrupalı gazetecilerin değişim programlarına dâhil edilmesi örnek gösterilebilir. (Cull, 2012: 20). Zaten az veya çok bölgede bulunmak ABD’nin işinin kolaylaştırmıştır. Ortaya çıkan güç boşluğu hızla ABD tarafından doldurulmuştur. Orta Asya’da ortaya çıkan güç boşluğu kendisinden beklenen Türkiye tarafından doldurulamayınca, ekonomik olarak toparlanan Rusya tarafından Bağımsız Devletler Topluluğu altında doldurulmuştur.

İlerleyen yıllarda USIA’nın kurulmasıyla VOA 1953’te bu kuruluşa bağlanırken, daha sonra bir dönem özerk bir kurum haline gelmiştir. 1999’da USIA kapanınca BBG bünyesine geçmiş günümüzde ise isim değişikliği ile Agency for Global Media- AGM denetimindedir. Özerk bir kurum haline gelmesinde Tiananmen Olayları etkili olmuştur. Tarafsız ve bağımsız

haber yapma ilkesi ile olayları tüm dünyaya aktaran VOA, Çin hükümetinin tepkisini çekmiştir. Çin, VOA'nın yaptığı yayın yayıncılıktan ziyade muhalefeti kışkırtmak olduğunu söylemiş, ülkesindeki VOA yöneticilerini sınır dışı etmiştir. USIA başkanı VOA başkanından sınır dışı olaylarını vermemesini isteyince tartışma yaşanmış, VOA başkanının dik duruşu hükümetin geri adım atmasına neden olmuştur (Cull, 2012: 28, 39). Başkan Bush çıkan olaylar nedeniyle Çin'le ilişkilerin bozulmasını istememiştir. Devlet destekli yayıncılıkta şeffaflık ve tarafsızlık konusu her zaman sorun olagelmıştır. ABD de bundan istisna değildir. Zaten çıkardığı yasada da yayıncılığın gazetecilik ilkeleri çerçevesinde olması gerektiğini fakat Amerikan dış politikası hedefleriyle de uyumlu olması gerektiğini belirtir (BBG, 1994). Özellikle Soğuk Savaş döneminde Avrupa'ya yayın yapan Radio Free Europe- RFE'nin arkasında ABD hükümetinin olduğu hiçbir zaman alenen açıklanmamıştır. Yetkililerin buna yanıtının hâlâ diplomatik ilişkiler sürdürülen ülkelerle ilişkilerin tamamen bozulmasının istenmediği için böyle bir yol izlediklerini belirtmiştir (Puddington, 2000: 263). Daha önceden kamu diplomasisi müsteşarlığı ve BBG başkanlığı yapan James K. Glassman, uluslararası yayıncılık konusunda çok daha açık sözlüdür. Glassman (2011: 37) ABD uluslararası yayıncılığını “amaca matuf gazetecilik” olarak tanımlar. Bu bir anlamda stratejik iletişimdir. Ona göre ABD çıkarı olan ve ona ihtiyaç duyan her yerde yayıncılık yapar. Bu durum “manifest destiny” anlayışıyla açıklanabilir. Bu anlayışa göre ABD gerçek iyi ve nihai sistemdir. O yüzden “arızalı sistemlere” müdahale etmesi gerekir. Bu seçilmiş olan ABD'nin yeryüzündeki görevidir. ABD'nin hâkimiyet yaklaşımıyla paralel olan bu felsefi altyapı, ABD'nin dünyanın her tarafıyla alakadar olmasına sebep olur.

VOA'nın bazı tarihi hamlelerine bakıldığında uluslararası etkinliği daha iyi anlaşılır. Katı Sovyet yanlıları Mihail Gorbaçov'a darbe girişiminde bulunduğu, VOA devreye girerek Rusya içindeki muhaliflerin sesi olmuştur. Tüm yayınların rejim tarafından kontrol altında tutulduğu bu dönemde muhalif lider Boris Yeltsin, Rus ordusuna sesini VOA aracılığıyla duyurmuştur (Cull, 2012: 55). Değişime açık olan Gorbaçov'un koltukta kalması ABD çıkarlarına uygun görülmüştür. VOA'nın günümüzde halen Boşnak, Tigrinya ve Ndebele dillerinde yayın yapması hiçbir bölge ve topluluğu es geçmediğinin delilidir. ABD'nin kamu diplomasisinde izlediği, hâkimiyet yaklaşımı dünyanın her noktasında etkisini göstermesini gerektirmektedir.

Kendisi haberciliğe önem verirken ve haber alma özgürlüğünden bahsederken, ABD'nin bu konuda ikircikli davrandığı görülmektedir. Özellikle Orta Doğu yayıncılığında rakipten öte önünde bir engel olarak dikilen El-Cezire, ABD hükümeti ve toplumu tarafından tepkiyle

karşılanmaktadır. Komedyen Jay Leno El-Cezire'nin ABD'li Current TV'yi almasını "Current TV'nin yeni patronu Usame bin Ladin oldu" diye aşağılayıcı bir ifadeyle açıklamıştır (NewsBusters, 2013). Amerikalılar ise imza toplayarak El-Cezire'nin kablolu yayınlardan çıkarılmasını isterken, pek çok dağıtıcı bu karara uymak durumunda kalmıştır (Powers, Samule-Azran, 2015: 255). Demokrasinin beşiği ABD'nin bu tepkilerinde VOA'nın Orta Doğu'da El-Cezire karşısında perişan durumda olması yatmaktadır. El-Arabiya, El-Cezire ve BBC'yi Amerikan yayın kuruluşlarından daha güvenilir bulan Orta Doğulular, özellikle bu bölgede yayın yapan bir diğer devlet destekli kanal El-Hurra'yı neredeyse yok saymaktadırlar. Yapılan bir araştırmada El-Hurra'nın izlenme oranı %0,5 iken, El-Cezire'nin %55'e ulaşmaktadır (Creswell, 2017: 9). ABD'nin başka yayıncılara bir diğer tahammülsüzlüğü Körfez Savaşı sırasında görülmüştür. Dönemin USIA başkanı Duffey, "hate radios" (nefret radyoları) olarak adlandırdığı muhalif yayın yapan radyo kanallarıyla baş edemeyince jam (sinyal bozma) kararı almıştır. Bu sistemi hâlihazırda kullanan Pentagon'dan gerekli cihazları temin etse de uluslararası yayıncılık ilkelerini ihlal edileceğini düşünerek bunu uygulamaktan vazgeçmiştir (Cull, 2012: 97). Potter (2010: 154) Amerikan yayıncılık tarzının İngiliz ve Fransız yayıncılık tarzından farklı olduğunu belirtir. BBC bağımsızlığa çok önem verirken, ABD'nin VOA'nın bağımsızlığıyla ilgili bir kaygısı olmadığını iddia eder. BBG başkanı Brian T. Conniff'ten aktardığına göre "İnsanlar özellikle kriz anlarında ABD hükümetinin tavrını öğrenmek için bizi izliyorlar" der. Bu mantık kısmen geçerli olsa da insanların haberleri izleme sebebi, gerçeklere ulaşmaktır. Diğer kamu diplomasisi araçlarının aksine arkasında devlet ismi belli olan yayın kuruluşlarını daha az güvenilir bulmaktadır. Acı reçete, hükümeti eleştirme pahasına, şeffaflıktan ve tarafsızlıktan vazgeçmemektir. Bu tutum insanlar tarafından güvenin kazanılmasını sağlamaktadır. Kendi hükümetini, yöneticisini ve kurumlarını yeri geldiğinde eleştiren yayıncıların, tarafsız ve bağımsız olduğu varsayılmaktadır. BBC'nin tam olarak yaptığı budur. VOA da benzer bazı durumlarda aynı olumlu tepki ile karşılanmıştır. 1991 yılında yolda durdurdukları siyahî vatandaşı döven Los Angeles polisinin görüntülerini paylaşan VOA, Afrika'da şaşkınlıkla karşılanmıştır. Polise ceza vermekten kaçınan hâkimlerden sonra ayaklanmalar başlamış, yine bu görüntüler de tüm dünyaya servis edilmiştir. (Cull, 2012: 62). Aslında bu tavrıyla VOA, "bizde ırkçılık yok. Devlet olarak bu yaşananlara karşıyız ve bu yaşananlar münferit olaylardır" algısı oluşturmaktadır. Bu algı olumlu karşılık bulmaktadır. Yine Başkan Clinton dönemi skandalı olan sekreteri Monica Lewinsky ile yaşadığı ilişkinin haberleştirilmesi aynı şeffaflık duygusunun oluşmasını sağlamıştır.

Bugün VOA, BBC dâhil olmak üzere NHK ve TRT'den farkı en çok konuşulan 5-6 dilde değil tam 59 farklı dilde yayın yapmaktadır (Glassman, 2011: 37). Diğer yandan sadece Arapça yayın yapan El-Hurra ilk kurulduğu andan itibaren Arap dünyası tarafından bir propaganda aracı olarak görülmüş ve güvenilmemiştir. VOA'dan sonra en büyük kamu diplomasisi girişimi olarak adlandırılan El-Hurra ve Radio Sava istenileni vermemiştir (Zaharna, 2010: 38).

ABD'nin kamu diplomasisinde uluslararası medyadan başka sosyal medyayı da etkin bir şekilde kullandığı görülmektedir. 2006 yılında Bush döneminde kurulan Digital Outreach Team- DOT (Dijital Destek Takımı) bu konuda ilk örnektir (İzadi, 2016: 15). Farsça, Arapça ve Urduca gibi dilleri konuşan 10 personel ile Amerikan dış politikasını anlatan bloglar oluşturulmuştur. Okuyucular, girdilerin altına yorum bırakabilmektedir. Program daha sonra Center for Strategic Counterterrorism Communications- CSCC (Stratejik Kontra terör İletişim Merkezi) dâhilinde çalışmıştır. Fakat kamu diplomasisi işlevinden çok, istihbarat işlevi görmüştür. Burada terörü destekleyen yorumlar bırakanlar takibe alınmaya başlanmıştır. Kamu diplomasisi açısından en doğru sosyal medya hamlesi 11 Eylül sonrası kamu diplomasisi kararlarından biri olan Public Diplomacy 2.0 programının 2009 yılında başlatılmasıdır (Zhang, Fahmy, 2015: 315). 2.0 aynı zamanda karşılıklı etkileşime vurgu yapan Web 2.0'a ithafendir. Amaç özellikle Orta Doğu halkıyla doğrudan iletişime geçmektir. Bu hamleyle birlikte başta Beyaz Saray olmak üzere dış politikada söz sahibi olan yetkililer facebook ve twitter hesapları açmışlardır. Bunun ardından Dışişleri Bakanlığı 2010 yılında yayınladığı bir Dış İlişkiler Rehberi (Foreign Affairs Manual- FAM) ile sosyal medyanın kullanımını teşvik etmiştir. Yine bu belgede sosyal medyanın nasıl kullanılması gerektiğine dair kuralları sıralamıştır. Her ne kadar teşvik söz konusu olsa da dış politikaya zarar verecek, gizli belge içerebilecek konularda gönderi yapılmamasını, özetle yapılacak her gönderi için önceden izin alınmasını emreder. Bu haliyle kamu diplomasisine tam olarak hizmet edememektedir. Çünkü dış temsilciliklere bağlı sosyal medya hesapları veya kamu diplomasisi kurumlarına ait facebook ve twitter hesaplarındaki yazışmaların anlık olduğu ve her kesimden dünya halkının burada yer alacağı düşünülürse her gönderi için otoritelerden onay almak iletişimi sekteye uğratacaktır. Dahası kamu diplomasisinin içermesi gereken sıcaklıktan da yoksun olacaktır. Gregory (2011: 370) benzer şekilde diplomasi eğitimi almış ve güvenildiği için siyasi konular dâhi l halkla iletişime geçmesine izin verilen personele neden sosyal medyada inisiyatif verilmediğini sorgular.

Sosyal medyanın bu şekilde kullanımından başka istihbarat örgütleri tarafından istihbarat amaçlı kullanıldığı da bilinmektedir. Sırf bu tehlike nedeniyle Çin hükümeti twitter ve facebook gibi Amerikan menşeli sosyal medya araçlarını yasaklamaktadır. Çin halkı bunun yerine Baidu ve Tencent gibi yerli yazılımları tercih etmektedir. CIA'nın sosyal medya platformlarından backdoor aldığı iddiaları düşünülürse, bu makul bir endişe olarak karşılanabilir. ABD hükümetinin 2009 İran seçimleri sırasında twitter'ın daha önceden planlanan bakım nedeniyle servis kısıtlaması kararından vazgeçmesini sağlaması ve muhalefetin rahatça kullanımına izin vermesi sosyal medyanın gücüne verdiği önemle açıklanabilir (Li, Wang, 2010: 10).

Sosyal medyanın kamu diplomasisi açısından etkin bir şekilde kullanılması sadece dünyadan haberdar olmaktan ziyade halklar arası etkileşim açısından da değerlidir. Sosyal medya aracılığıyla bir nevi halk diplomasisi (citizen diplomacy) yapılması mümkündür. Bu platformlarda karşı karşıya gelen dünya insanların birbirini tanıyarak daha iyi anlaması kamu diplomasisi açısından değerlendirilebilecek çok iyi bir fırsattır. Dahası insanlar uluslararası olaylar ve politikalarla ilgili resmi devlet görüşünden başka aslında o ülke halkının gerçek görüşüne sahip olabilmektedir. Başta ABD Başkanı olmak üzere Dışişleri ve yurtdışına yayın yapan en önemli yayın organı VOA'nın twitter'daki etkinliği aşağıdaki gibidir:

Tablo 13: ABD'de Seçili Twitter Hesaplarında Etkinlik Durumu (2019 Temmuz verileri)

	Takipçi sayısı	Günlük ortalama tweet sayısı	Ortalama re-tweet sayısı	Enteraktif/ pasif
@realDonaldTrump	62 milyon	9,2	17.859	Pasif
@StateDept	5,3 milyon	9	181,3	Pasif
@VOANews	1,5 milyon	53,3	5,1	Pasif

Twitter'ı etkin bir şekilde kullanan Başkan Trump, platformda en fazla takipçiye sahip olan isimlerden biridir. Hem iç politikada hem de dış politikaya dair söylemlerini tweetlerle insanlara ulaştırmayı sevmektedir. Bu durum Rahip Brunson krizinde de görülmüş, Türkiye ABD ilişkilerine zarar vermiştir. Türkiye'de tutuklu bulunan rahibin salınması için twitter üzerinden açıkça Türkiye'yi tehdit etmiş, bu olaydan sonra rahip tahliye edilmiştir. Yine CNN'e ve savcı Mueller'e buradan seslenerek ABD hakkında dış dünyaya olumsuz bir

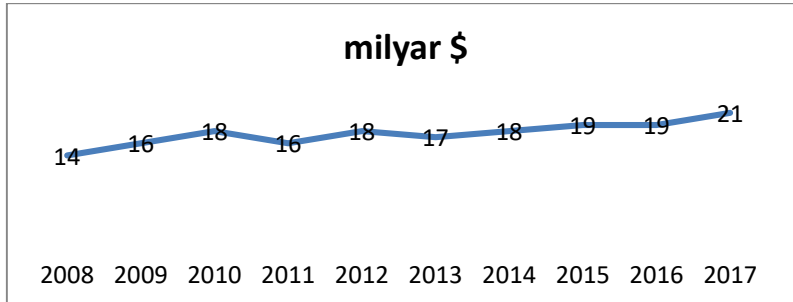
izlenim vermiştir. Kudüs'ün İsrail'in başkenti olarak tanınması ve Golan Tepelerinin İsrail'e ait olduğunun tanınmasını twitter üzerinden şova dönüştürerek vermesi ise İslam dünyasının tepkisini çekmiştir. Bu haliyle Trump'ın twitteri kullanması kamu diplomasisine faydadan çok zarar sağlamaktadır. 17 binin üzerinde re-tweet sayısı, sıkı takipçilerinin olduğunun göstergesidir. Tüm devlet liderlerinin hesaplarında görüldüğü üzere enteraktif olma açısından ise pasiftir. Muhakkak ki liderlerin her yoruma cevap yazması düşünülemez. Ama en azından ilişkileri geliştirmeye yönelik ve siyasete doğrudan dâhil olmayan konularda ABD dışından bireylerle etkileşime geçmesi kamu diplomasisi açısından etkili olabilir. Dışişleri Bakanlığının hesabı da yine Türkiye'ninkine göre daha aktiftir. Kullanıcı sayısı 100 kat fazlayken, atılan tweet ve bunlara gösterilen ilgi de fazladır. ABD'nin uluslararası arenadaki konumu düşünüldüğünde bu durum makul edilebilmekle birlikte, Türk Dışişleri Bakanlığının dünya siyasetine ilişkin günlük 2'den daha fazla tweet ile dâhil olması gerekir. VOA da yine TRT World'den 100 kat daha fazla takipçiye sahiptir. Diğer yandan TRT World'ün hem girilen haber sayısı hem de buna verilen tepki bakımından daha aktif olduğu gözlenmektedir. ABD'nin dünyadaki konumu düşünüldüğünde VOA'nın BBC ile karşılaştırılması daha uygundur. 24 milyon takipçisi bulunan BBC günlük benzer sayıda haber girmekle beraber, 93,8'lik retweet ile VOA'yı açık ara geçmektedir. Bu duruma arkasında bulunan tüm sermaye ve siyasi güce rağmen VOA'nın habercilik anlayışı etkili olmaktadır. BBC için öncelik habercilik iken VOA için ABD'nin çıkarlarıdır.

3.3.4. USAID

1961 yılında çıkarılan uluslararası yardım kanunu ile kurulan United States Agency for International Development- USAID (Birleşik Devletler Uluslararası Kalkınma Ajansı) dünyanın en büyük yardım ve kalkınma kuruluşlarından biridir. TİKA'ya benzer şekilde çalışan kurum izin aldığı tüm ülkelerde gıda, tarım, sağlık ve eğitim gibi konularda hem mali hem de teknik yardım götürmektedir. 2016 yılında Kongre'ye verdiği brifinge göre dünya çapında 10.000 üzerinde personelle görev yapmaktadır (USAID Report 2016). Kurumun misyonu şu şekilde tanımlanmıştır: "Amerikan halkı adına, yurtdışında demokratik değerleri teşvik eden, özgür, barışçıl ve müreffeh bir dünya geliştirir. ABD 'nin dış politikasına destek olarak, ABD Uluslararası Kalkınma Ajansı, ABD Hükümeti'nin, hayat kurtaran, yoksulluğu azaltan, demokratik yönetişimi güçlendiren ve insani krizlerden çıkması ve yardımın ötesinde kalkınması için ortaklıklar ve yatırımlar yoluyla uluslararası kalkınma ve afet yardımlarına öncülük eder." (USAID, 2018a). Kurum teşkilat şemasında belirtildiği üzere gıda güvenliği, ekonomik kalkınma ve eğitim, insani yardım ve küresel sağlık alanlarında hizmet

vermektedir. Personel giderleri, güvenlik masrafları, doğrudan yardımlar, kalkınma kredileri, teknik yardımlar ve hibe programları ile her yıl milyar dolar düzeyinde harcama yapmaktadır. USAID'in yıllara göre bütçesi aşağıdaki gibidir:

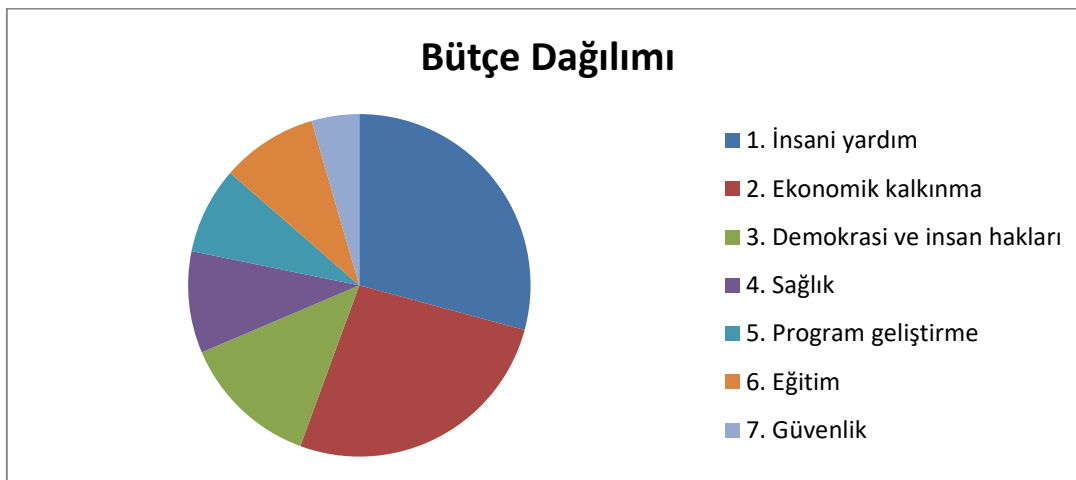
Grafik 10: USAID'in Yıllara Göre Bütçesi



Kaynak: USAID, 2018b.

2018 yılı bütçe raporuna göre bütçedeki en büyük yekûnu %29,2 ile insani yardımlar oluşturmaktadır. Bu yardımlar afet, kıtlık gibi durumlarda doğrudan yapılan karşılıksız yardımları içermektedir. İkinci sırada %26,4 ile ekonomik kalkınma yardımları yer almaktadır. Bu yardımlar geri kalmış ülkelerin ekonomilerinin rayına oturtulması için yapılan kredi ve doğrudan yardımları kapsamaktadır. %13'lük demokrasi ve insan hakları yardımları, yolsuzluk, şeffaflık ve insan hakları izleme örgütleri kapsamında harcanan parayı göstermektedir. Afrika ve Asya'nın geri kalmış ülkelerinde gerçekleştirilen sağlıkla ilgili harcamalar ise bütçenin %9,6'lık kısmını oluşturmaktadır. Kalan harcamalarla birlikte sayılan harcamaların dağılım grafiği şöyledir:

Grafik 11: USAID Kapsamında Kullanılan Bütçenin Coğrafi Dağılımı



Kaynak: USAID Report, 2018: 32.

USAID kapsamında kullanılan bütçenin coğrafi dağılımına bakılacak olursa Orta Doğu başta olmak üzere Afrika ve Asya ülkeleri oluşturmaktadır. 2017 yılında en fazla harcama 977 milyon dolar ile Afganistan'a giderken, onu 933 milyon ile Etiyopya ve 813 milyon dolar ile Ürdün izlemiştir. Bu ülkeleri sırasıyla Güney Sudan, Nijerya, Suriye, Pakistan ve Irak izlemiştir (USAID Bütçe). Önceki yıllarla kıyasladığında tek farkın Suriye'deki iç savaş nedeniyle yardımların bu bölgeye yönlendirilmesi olmuştur. Şüphesiz ilk sıralarda yer alan bu ülkelerden sağlık, alt yapı, eğitim, tarım açısından çok daha kötü durumda olan ülkeler vardır. Yalnız ABD, kamu diplomasisi açısından ilişkilerde sıkıntı yaşadığı yerlere öncelik vermiştir. Kendisini "business focused" (iş odaklı) olarak tanımlayan kurum, kaynaklarının verimli kullanılmasını hedef edinmiştir. Hem savaş/ iç savaş nedeniyle yıkım yaşamış olan bu ülkelerin ihtiyacı karşılanırken, hem de kamu diplomasisi yapılarak bu ülkelerde oluşan güç boşluğu ABD tarafından doldurulmuştur. Bu tip bir kamu diplomasisi faaliyeti için milyar dolarlar harcayan ABD bunun reklamının yapılmasına da özel önem göstermektedir. Genel olarak insani yardım kapsamında değerlendirilebilecek bu tip faaliyetlerde arkasında bulunan ülkenin alenen belirtilmesi kamu diplomasisi açısından daha verimli olmaktadır. Kurum bu amaçla başlattığı bir girişimle USAID projeleri sayesinde hayatları değişen insanların hikâyelerini yayınlamaya ve kurumun ne kadar etkili olduğunu göstermeye çalışmıştır. Aynı şekilde Kamu Diplomasisi Strateji Belgesinde Dışişleri temsilcilerinden ülke ziyaretlerinde mutlaka USAID projelerini ziyaret etmeleri ve bunları haberleştirmeleri istenmiştir (Strategy for Public Diplomacy, 2007: 15).

Diğer yandan TİKA-MİT olayına benzer şekilde USAID ile ilgili 2014 yılında bir olay yaşanmıştır (Creswell, 2017: 10). Küba'da devrim yapmak amacıyla sosyal medya uygulaması olarak geliştirilen ZunZuneo adlı yazılımın halka ABD tarafından geliştirildiği ve kişisel bilgileri kullandığı belirtilmemiştir. 40.000 kullanıcısı bulunan programla ilgili haberler gün yüzüne çıkınca Obama yönetimi eleştirilere maruz kalmış ve USAID başkanı istifa etmek zorunda kalmıştır. Yardım konusunda ülke adının açıkça belirtilmesi kamu diplomasisine fayda sağlarken, bu olaydaki gibi propaganda amacı taşıyan ve istismara yönelik eylemlerin faydadan öte, kazanımları da olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. Kamu diplomasisinin olmazsa olmazı olan güven kaybedildiğinde ilişkiler zarar görmekte, bu ise iletişimin kopmasına neden olmaktadır. Bu gibi olaylar ayrıca bundan sonraki insani girişimlere karşı da rezerv konulmasına sebebiyet vermektedir.

3.3.5. Peace Corps

1961 yılında Başkan John F. Kennedy'nin girişimiyle kurulan Peace Corps tamamen gönüllülük esası üzerine kurulmuştur (Peace Corps Act). Buna göre geçici olarak görev yapan gençler gönüllü olarak programda yer alır ve kurum hizmetlerini sadece kendisini davet eden ülkelere götürmektedir. Kurum USIAD'a bağlı bir organ değildir. Dahası ilk teşkilat yapısında yer aldığı gibi artık Dışişleri Bakanlığı bünyesinde de değildir. Annesi Peace Corps kapsamında yurtdışında gönüllü hemşirelik yapmış olan Başkan Nixon, kurumu özerkleştiren isim olmuştur (Nixon Foundation, 2009). Annesinin anılarından etkilenen Nixon tam bir Peace Corps hayranıdır. Yasada belirtildiği şekliyle kurumun amacı, dünya barışını ve dostluğunu sağlamak için ilgilenen ülkelere ABD'den yetişmiş gönüllüleri yollayarak hizmet sunmalarını ve ihtiyaçlarını gidermelerini böylece ABD halkının daha iyi tanıtırken muhatapların da daha iyi tanınmasını amaçlar” (Peace Corps Act). Yasada da görüldüğü üzere, her iki taraf için de gönüllülük şartı aranmaktadır. Kurumun 1 yıllık sözleşmelerle gönüllü olarak seçtiği genelde üniversite düzeyindeki ABD vatandaşlarını üç aylık bir eğitime tabi tutarak, açık bulunan ülke ve bölgelere göndermektedir. Kurum İngilizce, tarım ve sağlık alanlarında eğitimler vermektedir. Doğrudan yardım, kredi ve hibe gibi araçları kullanmaz. Değişim programları ile gönderilen ABD vatandaşlarından farkları, her ne kadar proje odaklı ve teknik yardım amaçlı gönderilseler de gönüllüler aslında gönül kazanmaya gittiklerinin bilincindedirler. Diğer ifadesiyle isim olarak adına vakıf olmasalar da kamu diplomasisi uygulamaktadırlar. Oysa değişim programındakiler bu durumdan çoğu kez haberdar değildirler. Nitekim Peace Corps gönüllüleri 3 aylık eğitimlerini tamamladıktan sonra yemin ederek göreve başlamaktadırlar. Yemin şu şekildedir:

- a. Kültürümü, diğer kültürlerle açık yüreklilikle paylaşacağıma,
 - b. Hizmet verdiğim ülkenin kültürüne saygı göstereceğime,
 - c. Zorluklara karşı sabır ve azim göstereceğime,
 - d. Hizmet verdiğim ülkenin insanlarıyla birlikte çaba göstereceğime yemin ederim
- (Peace Corps, 2015).

Yeminden de anlaşılacağı üzere, gönüllüler yardım götürme amaçlarını bilmekle beraber özünde bir dostluk köprüsü kurma amacı taşıdıklarının farkındadırlar. Kamu diplomasisi uzmanı olmayan bu kişiler “Amerikan halkından” bireyler olarak bir anlamda halk diplomasisi (citizen diplomacy) yapmaktadırlar. Nitekim programın özündeki amacı olan Amerikan halkının daha iyi tanıtılması, dünyadaki *Ugly American* adlı 1958 yılı romanından

esinlenilerek kavramlaşmış olan kaba ve karşısındaki kültüre karşı aşağılayıcı ve umarsız tavırlı olumsuz karakter önyargısının kırılmasını hedefler. Değişim programları sahip oldukları doğallık nedeniyle daha iyi bir yol olmakla birlikte, kamu diplomasisi yaptığının bilincinde olup daha dikkatli davranılan bu gibi programlar daha etkili olabilir. Nitekim özellikle Müslüman ülkelerde ABD’den gelen kimselerin yaşam ve giyim tarzları, çoğu zaman tepki toplayarak aleyhte sonuçlar doğurabilmektedir. Fulbright programı kapsamında çalıştığım üniversiteye gelmek isteyen bir Amerikalı hocanın kurul tarafından reddedildiğine bizzat şahit oldum. Kurul üyelerinden biri, bir önceki sene gelen Fulbright bursiyerinin hafta sonları köyleri tek tek gezerek nüfuslarını ve hayvan sayılarını sormasından şüphelenmiş ve bu kişinin ajan olmasına yormuştur. Bu olayı anlatması, kuruldaki talep için olumsuz karar çıkmasında etkili olmuştu.

Kamu diplomasisi açısından kurumun pek çok insanın hayatına dokunduğu ve iyi ilişkiler geliştirdiği görülmektedir. Eski bir gönüllü olan Peace Corps başkanı Carrie Hessler-Radelet, buna örnek olarak bir ABD’li generalin hikâyesini anlatır (PD Magazine, 2016: 28). Afganistan’da bir ücra köye giden general, köyün liderinin sesleri duyması ile dışarı fırladığını ve “Rick mi geldi?” diye sorduğunu anlatır. Rick 25 yıl önce gönüllü olarak köyde görev yapmış bir Amerikalıdır. General, “Burada dün 15 askerimizi kaybettik. Muhtemelen onlar hiç hatırlanmayacak. Ama Rick unutulmaz olmuş bile” der. Madeley (2011: 231) Peace Corps’un kamu diplomasisi açısından en büyük eksiğinin, projeyi tamamladığı ülkeden ayrılması olduğunu iddia eder. İlişkilerin canlı tutulması için, devamlılık arz etmesi gerekmektedir. Bu iddia her ne kadar makul gözüktü de Peace Corps’un işleyişi açısından anlamsızdır. Ülkeler ihtiyaç duyduklarında gönüllü olarak kurumu davet etmektedirler. Böyleyken ihtiyaçları kalmayınca Peace Corps’un oradan ayrılması gerekmektedir. Kurumun bu belirtilenden başka basına sıkça yansıyan başka bir problemi vardır. O da çoğunluğu yirmili yaşlarda kadın olan gönüllülerin gittikleri ülkelerde sıkça tecavüze uğramalarıdır. Yıllık ortalama 22 tecavüz vakasında bahsedilirken, ilişkilere zarar verebileceği endişesi ile kurumun bunları örtbas ettiği ve gönüllüleri suçladığı anlaşılmaktadır (HuffPost, 2011).

3.4.Uluslararası Sorunlarda Kamu Diplomasisi Uygulaması

Bu başlıkta Coombs’un işletmeler için geliştirdiği sorun yönetimine yaklaşım tablosunun kamu diplomasisine uyarlanmış hali üzerinden ABD’nin uluslararası sorunlarda nasıl bir strateji izlediği incelenecektir. Bu inceleme için seçilen sorun Irak Savaşı sırasında Ebu Gureyb Hapishanesinde gerçekleşen hadisedir. Irak Savaşı sırasında terör suçuyla tutuklanan

Iraklı zanlılar, Irak yakınlarındaki bir askeri hapishanede tutulmaktadırlar. 7500 tutuklunun bulunduğu hapishanede yaşanan insanlık suçları, içerden fotoğrafların 2004 yılında basına sızmasıyla ortaya çıkmıştır (Salon, 2014). Olayın duyulması ile genelkurmayın yaptığı arama sonucunda askeri personelin dijitallerinden 279 fotoğraf ve 19 videoya ulaşılmıştır. Delillerde ABD’li askeri personelin tutuklulara işkence yaparak açıkça insanlık suçu işlediği anlaşılmıştır. Tutuklulara cinsel tacizde bulunma, elektrikle işkence yanında tutukluları uykusuz bırakma, aşağılama, köpeklerle korkutma gibi pek çok insanlık dışı sorgulama yöntemleri kullandıkları ortaya çıkmıştır. Sorgulama amacının dışında, tutuklulara cinsel tacizde bulunma, onlarla aşağılayıcı fotoğraf ve videolar çekinme, ölüme sebebiyet verme ve hatta ölen tutuklularla poz verme gibi görüntüler tüm dünyayı derinden sarsmıştır. Genelkurmayın olaylardan daha önceden haberdar olduğu ve örtbas etmeye çalıştığı fakat basına yansıyınca geri dönülmez bir yola girdiği anlaşılmıştır. Uluslararası basın ve insan hakları örgütlerinin de olaya dâhil olmasıyla olayı saklamak imkânsız hale gelmiştir. Başkan Bush en başta faili birkaç çürük elma olan münferit bir olay olduğunu, bir Amerikan politikası olmadığını iddia etmiştir (Brown, 2008: 980). Birkaç alt rütbeli askerin cezalandırılmasıyla kapatılmak istenen olay, tepkiler büyüyünce gündemde kalmaya devam etmiştir. Uluslararası kamuoyunun tepkisini dindirmek üzere bu sefer general rütbesindeki askerlerin dava edilmesine başlanmıştır. Bu kimseler aldıkları cezalar ve tenzili rütbeler nedeniyle savcıyla iş birliği yapmaya karar verince üst düzey bürokratları suçlamaya başlamışlardır. Bunlardan ilki Ebu Gureyb Hapishanesinin yönetiminden sorumlu olan General Janis Karpinski’dir. Karpinski bu sorgulama yöntemlerinin zaten uygulana geldiğini ve savunma bakanı Donald Rumsfeld’in konuyla ilgili imzalı belgesinin olduğunu söylemiştir (Reuters, 2007). Nitekim ünlü gazeteci Seymour M. Hersh de yazdığı “Chain of Command” (Emir komuta içinde) isimli makalesinde olayların iddia edildiği gibi münferit olmadığını, üst bürokrasinin buna izin verdiği hatta kimi sorgulama uzmanlarının bu yöntemleri kullanmak üzere Guatanom’dan transfer edildiğini iddia etmiştir (New Yorker, 2004). İşler bu noktaya gelince uluslararası kamuoyu baskısını daha da artmıştır. The Economist dergisi 6 Mayıs 2004 sayısında “İstifa et Rumsfeld!” kapağını kullanmıştır. Ertesi gün 7 Mayıs 2004’te Rumsfeld Kongre’ye verdiği açıklama sırasında yaşananlardan dolayı özür dilemiştir (New York Times, 2004). “Yaşananların sorumluluğu tamamen bana aittir. Bunlar kesinlikle Amerika’yı yansıtmıyor. Onlar da insan, bu muameleye maruz kalan tüm Iraklı tutuklulardan özür dilerim. Şimdi demokratik bir ülke böyle bir olaya nasıl cevap verir görün” diyerek işi lehine çevirmeye çalışmıştır. Şüphe yok ki başta Irak ve Orta Doğu olmak üzere, ABD imajı bu dönemde yerle bir olmuştur. Her ne kadar özür dilense ve tepkileri dindirmeye yönelik bazı açıklamalar

yapılsa da Kongre'deki sunumlar sırasında Cumhuriyetçi bir senatörün “Bu adamlar trafik kurallarını ihlal etmedi, bunlar terörist. Çoğunun elinde Amerikalıların kanı var” demesi yine dünya halkına ulaşmış ve tepki çekmiştir (CNN, 2004). Demokrat partili Senatör Edward M. Kennedy, “Orta Doğu’da artık ABD deyince insanların aklına özgürlük heykel değil, başına çuval geçirilmiş, çıplak vücuduna elektrotlar takılmış kutunun üstünde dikilen Iraklı geliyor” demiştir (New York Times, 2004). “Bu gerçek Amerika değil”, “Münferit bir olay”, “Bu olay Amerikan değerlerini yansıtmıyor” gibi tüm üst düzey açıklamalara rağmen, dünyada ABD itibarı büyük zarar görmüştür. Türkiye dâhil, Müslüman ülkelerde en yüksek Amerikan karşıtlığı oranları görülmüştür. “Gerçek Amerika bu değil” derken bir kısım basın yayın organlarının ve senatörlerin bu askerleri savunması, sadece iç kamuoyu tarafından takip edilmemiştir. Bu askerlerin bazılarının eğitim fakültesi ve sanat tarihi gibi branşlardan mezun olması, kimi yedek askerlerin sivil hayatta markette çalışan lise mezunlarının olması, aslında gerçek Amerikan halkı örneklerinin bu suça dâhil olduğunu göstermiştir. Dahası yaşanan bu olay ABD’nin neden UCM’ye taraf olmadığı hakkında da bir fikir sunmuştur. ABD, kendi söküğünü kendi dikmek istemektedir. Bu gibi uluslararası suçların her an yaşanabileceğinin farkında, mümkünse bunları dünyaya mal olmadan kendi halletmek istemektedir. İlerleyen yıllarda Başkan Obama, görülen dava sırasında ortaya çıkan yeni işkence görüntülerinin basına yansımalarına izin vermemiştir (Telegraph, 2009). Obama bu taciz ve işkence fotoğraflarının dünyada Amerikan karşıtlığını alevlendirmekten başka bir işe yaramayacağını söylemiştir. Obama’nın bu yaklaşımının da dünyadan saklama mantığına delil teşkil ettiği aşikârdır.

Kamu diplomasisi açısından olayın ele alınışına bakılacak olursa, bu uluslararası soruna yanıt stratejisi olarak “yaranmaya çalışmak” ortaya çıkar. Bu stratejide devlet uluslararası halklara eski güzel işlerini ve ülkelerle olan dostça ilişkilerini hatırlatır. Tepkiler şiddetini arttırmadan önce savaş nedeniyle bazı ihlallerin olabileceği, amacın buradaki mazlum Irak halkını diktatör Saddam’dan kurtarmak olduğu hatırlatılmaktaydı. “Amerikan değerleriyle uyuşmamak ve gerçek Amerikan halkı, biz temsil eden değerler” tanımlarıyla aslında ABD’nin özünde iyi olduğunu, bu olayın bir istisna olduğu algısı yaratılmaya çalışılmıştır. ABD, olayın vuku bulmadığını iddia etmemiştir. Bunun yerine “scapegoat” (günah keçisi) öne sürmüştür. Başlangıçta öne sürülen düşük rütbeli askerler uluslararası kamuoyunu teskin etmeyince yüksek rütbeli askerler öne sürülmüştür. Bunlar da ortalığın sakinleşmesine yetmeyince Rumsfeld gerekirse istifa edeceğini ardından istifa ettiğini ama Başkan Bush’un bunu kabul etmediğini açıklamıştır (New York Times, 2004). Büyük devletlerin en çok

kullandığı yöntemlerden biri budur. Toptan devletin suçlanması yerine hatalı olan şahıs ortaya atılır ve tüm hata ona yüklenir. Bazı durumlarda bu bir kurum olabilir. Böylece dünya kamuoyu teskin edilirken tepkinin bizzat ulusun kendisine yönelmesi önlenir. Dahası bu yönüyle bir itibar çalışması da yapılmış olur. Uluslararası kamuoyu gözünde “kol kırılır, yen içinde kalır” yapılmadığı, suçlu kimse hukuk önünde hesap sorulduğu ve bedel ödediği algısı oluşturulur. Bu şekilde zarar en aza indirilirken, bir nevi itibar çalışması da yapılmış olur. Bu haliyle düşünüldüğünde ABD de Ebu Gureyb skandalının sorumluluğunu kısmen kabul etmiş sayılır. Çünkü Donald Rumsfeld kendini öne sürerken/ sürülürken kendi adına özür dilemiş ABD adına özür dilememiştir. Veyahut Başkan Bush bizzat ulusun temsilcisi olarak özür dilememiştir. Bazı tazminat ödemeleri söz konusu olmuşsa da bunlar da devlet düzeyinde değil, şirketler ve kuruluşlar düzeyinde olmuştur. Yine de ABD skandalı örtbas etmeyerek ve sorumluların olayın failleri seviyesinde olsa da cezalandırarak bir hukuk devleti olduğunu göstermiştir.

3.5.Değerlendirme

Yumuşak güç ve ulus markalama gibi özellikler bakımından kamu diplomasisine avantajlı başlayan ABD, aldığı bazı dış politika kararları nedeniyle kamu diplomasisinden istenen verimi elde edememektedir. Uzun yıllardır bu alanda aktif olmasına, yeterli sermaye ve insan kaynağına sahip olmasına, resmi dil İngilizceye ve en önemlisi bir süper güç olmasına rağmen, bu konularda dezavantajlı olan pek çok ülke kadar iyi kamu diplomasisi yapamamaktadır. Bu duruma neden olan en büyük sorun “say-do-gap” ya da “ethos gap” olarak adlandırılan eylem-söylem farkıdır. Tüm dünyada kendisini demokrasinin garantörü olarak gören ve bazı ülkelere de demokrasi götüreceği vaadiyle müdahale eden ABD, Suudi Arabistan ile çok sıkı ilişkiler içinde olabiliyor. İnsan haklarına her şeyden çok önem verdiğini söylerken, insan hakları ihlallerinin işlendiği İsrail ile sıkı ilişkiler sürdürebiliyor. Veya Ebu Gureyb ve Guetanamu’da görüldüğü üzere kendisi bizzat bunların faili olabiliyor. Haber alma özgürlüğüne vurgu yaparken, yurtdışında muhalif radyo kanallarının sinyalini bozmayı düşünebiliyor ya da kendi ülkesinde El Cezire’nin yayın yapmasına tahammül edemiyor. Diğer yandan İsrail söz konusu olduğunda tüm Amerikan değerlerini bir kenara bırakıp, İsrail’in güvenliğini önceleyebiliyor. Bu ve buna benzer dış politika eylemleri kamu diplomasisinin olmazsa olmazı olan “güven” duygusuna zarar vermektedir. Özellikle kurumsal anlamda USIA sonrası özerkliğini kaybeden kamu diplomasisi uygulaması, ABD’nin elini zayıflatmıştır. Her ne kadar uluslararası yayıncılık konusunda özerkliğini

sürdürse de Dışışleri Bakanlığı bünyesinde yapılan geleneksel diplomasi, kamu diplomasisi anlayışıyla uyuşmamaktadır.

ABD'nin özellikle medya alanında kamu diplomasisi açısından başarılı olduğu görölmektedir. Özellikle Hollywood, MTV, Netflix hem Amerikan görünürlüğüne hem de markalamasına büyük katkı sağlamaktadır. VOA ve her ülkeden öte her bölgede kendi dilinde yayın yapan radyo, TV ve SMS yayıncılığı sayesinde dünyanın en ücra köşelerine dâhi ulaşmayı başarmaktadır. BBC kadar başarılı olmasa da VOA, ABD kamu diplomasisine önemli bazı olaylarda çok büyük katkılarda bulunmuştur. Peace Corps gibi kuruluşların İslam dünyasında bekleneni vermemekle birlikte diğler bölgelerde daha başarılı olmuştur. Bu duruma kültür farkının büyük etkisi olmaktadır. Nitekim kültürel diplomasi ABD'nin kamu diplomasisi açısından işe koşmada en çok sıkıntı yaşadığı alandır. Batı toplumu dâhil olmak üzere Amerikan kültürü, yoz ve emperyalizm aracı olarak görölmektedir. İslam dünyası açısından ise durum daha da sıkıntılıdır.

ABD'nin kamu diplomasisi açısından en önemli adımlarından biri, yapılan kamu diplomasisi uygulamalarının verimliliğini ölçmesidir. Kongre'nin denetimdeki etkisi ve mali kaynak aktarımındaki gücü düşünülecek olursa, şeffaflık bakımından yapılan harcamaların ve etkinliğinin gösterilmesi kaçınılmaz hale gelmektedir. Dışışleri Bakanlığı bu amaçla Kamu Diplomasisi Etki Projesi-PDI (Public Diplomacy Impact Project) çalışmasını başlatmıştır (Matwiczak, 2010: 39, 40). Buna göre her yıl hazırlanan raporlarla bölge bölge bir önceki yıl kıyaslanmaktadır. Bu kıyaslamalar arasında ekonomi, kültür ve güvenlik gibi konular yer almaktadır. ABD'nin bir önceki mali yıl, bu konularda kaç kez protesto edildiğı, yerel basında şiddetli eleştiriye uğradığı ve resmi yetkililer tarafından basın açıklamalarına konu edildiğı, değişim programlarındaki başvuru sayıları, ihracattaki değişimler gibi pek çok kaleme değerlendirmeler yapılır. Ayrıca hem kamu diplomasisi uygulayıcılarına hem de bu uygulamaya katılan muhataplara anketler yapılarak beklentiler ve başarılar kaydedilir. Her bölge için ayrı ayrı yapılan bu çalışma ile veriler kıyaslanarak kamu diplomasisinin etkinliğinin artırılması amaçlanır. Her ne kadar alanın kendine has özellikleri nedeniyle tam manasıyla sayısal bir sonuç çıkarılamasa da yapılan uygulamaların etkinliği hakkında ve eksiklerin görölmesi açısından bir fikir vereceğı kesindir.

ABD'nin kamu diplomasisi açısından en büyük avantajı bu alanda çalışma yapan pek çok bilim adamına ev sahipliğı yapması ve bunların da pek çoğunun bu alanda ABD'yi ele almasıdır. Bu çalışmalar PDI'dan çok daha farklı verilerin analiz edilmesine ve farklı bakış

açıları kazanılmasına fırsat sağlamaktadır. Harvard, Georgetown ve Yale gibi pek çok önde gelen üniversite, kamu diplomasisi alanında yüksek lisans programına sahiptir. Southern California gibi bazı üniversiteleriye kendi öğrencileri haricinde halka da açık olan kamu diplomasisi dersleri vermektedir. Yine bu konuda araştırmalar yaparak raporlar hazırlayan paneller düzenleyen ve kamu diplomasisi dergisi yayınlayan enstitüler ve STK'lar da mevcuttur. Public Diplomacy Council- PDC (Kamu Diplomasisi Konseyi) bu alanda paneller düzenlerken, öğrencilere burs imkânı da sağlamaktadır (PDC, 2017). 2010 yılından beri yayın yapan Public Diplomacy Magazine (Kamu Diplomasisi Dergisi) ise Association of Public Diplomacy Scholars- APDS (Kamu Diplomasisi Hocaları Birliği) tarafından ABD ve dünyadaki kamu diplomasisi çalışmalarına yer vermektedir. Tüm bunlar ABD kamu diplomasisinin daha çok irdelenerek daha ileri gitmesine fayda sağlayabilecek çalışmalardır.

ABD'nin uyguladığı kamu diplomasisi evreni incelenecek olursa bunu tüm dünya olarak belirtebiliriz. Hakimiyet yaklaşımı çerçevesinde ABD bu konuda hiçbir bölge, ülke hatta halk topluluğunu ıskalamamaktadır. Buna delil olarak evrensel İngilizce diline rağmen dünyanın en ücra köşelerine yerel dillerde yayın yapması ve uluslararası politika açısından hiçbir yakın hedef arasında yer almayan kırsal topluluklarla dâhi Peace Corps gibi kuruluşlar aracılığıyla yakın ilişkiler kurması gösterilebilir. Diğer yandan Türkiye'nin aksine kimlik yaklaşımının kamu diplomasisi uygulamalarında temel alınmadığı görülmektedir. Hristiyan, özellikle Protestan Hristiyan olması o ülke ya da bölgeyi öncelikli kılmamaktadır. 1948'de yürürlüğe giren uluslararası kültür ve değişim yasasıyla birlikte özellikle geleceği parlak müstakbel idareci pozisyonundaki gençlere büyük önem vermiş, bu kişilerin ilerleyen yıllarda bulundukları ülkelerde yönetici konuma yükselmelerine destek vermiştir. Bu tavrıyla ABD yabancı bir ülkede bir yabancı ile çalışmaktansa tanıdığı kişilerle çalışmayı yeğlemiştir. Bu değişim programlarına dâhil olmuş kişiler arasında 1964'te Tonga Kralı ve 1993'te Lesotho Kraliçesi dikkat çekici olanlardır. ABD hegemon yaklaşımıyla yeryüzündeki hiçbir noktayı ıskalamamaktadır. Güç boşluğu mantığıyla boş bırakılan yerlerin mutlaka başka bir güç ile doldurulacağının farkındadır. Sadece son teknolojiyi kullanmak, kamu diplomasisi harcamalarını artırmak sonuca ulaşmada yeterli olmamaktadır. Kaynakların stratejik bir şekilde kullanılması, ABD örneğinde olduğu gibi o ülkeyi başarıya ulaştırmaktadır. Yeryüzünün hiçbir noktasını rakiplere bırakmama kararlılığı, Gilboa'nın bahsettiği uygun kamu diplomasisi stratejisinin uygulanmasıyla ABD'yi etkin hale getirmektedir. Coğrafyaya, topluma, ülkelerin altyapısına, ihtiyaçlarına ve siyasi yapısına göre kamu diplomasisi yapmak hedeflerine ulaşmasını sağlamaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: JAPONYA’NIN KAMU DİPLOMASİSİ

Doğudaki “Batılı” konumuyla Japonya, karşılaştırma için sıra dışı bir örnek teşkil eder. Kültür ve geleneğine önem verirken aynı zamanda Batılı ülkeler kategorisinde yer almayı başaran Japonya her ne kadar dil konusunda avantajlı olmasa da kültürü ve teknolojisi sayesinde dünya kamuoyunda kendinden söz ettirmektedir. Ulus markalama açısından düşünüldüğünde “Japon malı” algısının ne kadar olumlu olduğu açıkça ortadadır. Bilime ve sanayiye verdiği önem hem ülke ekonomisine değer olarak geri dönerken hem de uluslararası arenada imrenilen konuma yükselmesini sağlamaktadır. Ürettiği teknolojik markalar gelir kaynağı olmaktan başka Japonya için birer itibar kaynağı haline gelmiştir. Ekonomik gücün sağladığı imkânlar sayesinde dış yardımlar konusunda bulunduğu konum da yine Japon yumuşak gücüne katkıda bulunmaktadır. Anime, manga ve J-Pop sayesinde dünya gençlerinin de gönlünü çalmaktadır. İşte tüm bu yumuşak güç araçlarının ve itibar kaynaklarını işe koşarak Japonya kamu diplomasisi uygulamaktadır. Ulus markalama, yumuşak güç endeksi ve ülke algısı anketleri göz önünde bulundurulduğunda bu konuda başarılı olduğu görülmektedir. Genel anlamada Japonya’nın dünyadaki konumuna bakıldığında üçüncü büyük ekonomi, dördüncü büyük ihracatçı, kitap yayıncılığında birinci ve en uzun yaş ortalamasında dördüncü ülke olduğu görülmektedir (Pocket World in Figures, 2019: 378). Gelenek ve göreneklerine olduğu kadar eğitim ve bilime de önem vermektedir. Japon kamu diplomasiyi anlamak için Japon halkı kadar Japon dış politikasını anlamak gerekmektedir.

4.1.Japon Dış Politikası

Japonya karşılaştırmaya konu olan ve pek çok diğer ülkeden kamu diplomasisi açısından farklılıklar arz eder. Bunun nedenini anlamak için Japon dış politikasına değinmek gerekir. Japonya kamu diplomasisine Asya’da ilk geçen ülkedir. Bu duruma İkinci Dünya Savaşından mağlup ayrılan Japonya için şart koşulan “savunma haricinde askeri kuvvet bulundurmama ve savaşı bir araç olarak kullanmama” şartı neden olur. Anayasada yer alan 9. madde tam olarak “Adalet ve düzene dayalı uluslararası barışa içtenlikle gönül veren Japon halkı; savaşı ulusal egemenlik hakkı, tehdidi ve güç kullanımını uluslararası çatışmaların çözümünde araç olarak görmekten sonsuza kadar vazgeçmektedir.(bu) amaca ulaşmak için kara, deniz, hava güçlerini ya da diğer potansiyel savaş kaynaklarını asla bulundurmayacaktır. Devlete hiçbir zaman savaşma hakkı tanınmayacaktır.” der (Japon Anayasası). Sert gücü kullanması men edilen Japonya doğal olarak yumuşak güç araçları ile dış politika geliştirme yoluna gitmiştir.

Kamu diplomasisine verdiği önem de işte bu husustan kaynaklanmaktadır. Nye'in güç kullanmaktan ve zorlamadan karşı tarafı ikna etmekten kast ettiği şey aslında benmerkezci bir düşüncedir. ABD için böyle bir güç türü tercihi söz konusu iken askeri ve/ veya ekonomik açıdan zayıf bir güç söz konusu olduğunda hâlihazırda sert güç kullanımı seçenekler dışında kalmaktadır.

Japonya uzun yıllar kendi içine kapanık yaşamış, ilk kez Meiji Hanedanlığı döneminde (1868-1912) dış dünyaya açılmıştır. Bu dönem, Amiral Matthew Perry'nin 1853'te Japon limanlarını zorla dış ticarete açmasıyla başlamıştır (Cooney, 2007: 23). Japonya feodal bir ülkeden endüstri ülkesine dönüşmüştür. Meiji döneminde yönetim Avrupa ülkelerini örnek alarak idari yapısını ve eğitim sistemini buna göre güncelleştirmiştir. Dünya gücü olan Avrupalı devletlerle yalnızca modernleşme yoluyla baş edebileceğini anlamış, bu nedenle endüstrileşmeye büyük önem vermiştir. Cooney'in (2007: 23) ifadesiyle Japon liderler ya endüstrileşeceklerini ya da kolonileştirileceklerini anlamışlardır. Nitekim bu söylem çağdaş dönem Japonya'sında da görülür. 1990'lı yıllarda yaşanan ekonomik krizden kurtulmak için Japonya dış ticarete bel bağlamış, bunun için de "ihraç et veya öl" sloganını geliştirmiştir (Meyer, 2014: 264). Japonya'nın ihracata hayati önem verdiği anlaşılmaktadır. Dış politikası da temelde bu ihracat gücünün canlı tutulmasına odaklanır. Bunun altında hammadde ve enerji kaynaklarına ulaşmaktan başka, ticaret ağının yaygın ve süregelen tutulması yatar. 2015 yılı verileri itibarıyla Japonya'nın ithâlât kalemleri arasında petrol ve hammaddeler %40'lık bir yekûnu oluşturmaktadır (WITS, 2015). Gıda maddeleri ise %10'luk bir kısma tekabül eder. Japonya bu haliyle Amerikan dış politikasına uyumlu bir çizgide ilerlemektedir. Serbest ticaretin önemi, deniz ulaşımının açık olması enerji güvenliğini temin ederken, dış dünya ile geliştirdiği uyumlu ilişkiler sayesinde pazar kaybetme riskine de girmemektedir. Tabiri caizse Japonya "mahallenin esnafı" konumundadır. Siyasi çatışmalardan kaçınır, çünkü bu durum ihracatını olumsuz etkiler. Çatışma durumlarında yaşanabilecek enerji kaynaklarına ve ham maddeye erişim sorunları Japonya'yı tedirgin eder. İkili anlaşmazlıklarda bir tarafı küstürmemek için açıktan taraf tutmaktan çekinir. Örneğin en büyük petrol sağlayıcısı Orta Doğu ülkeleriyle ilişkileri her daim iyi tutarak taraflar arasında seçim yapmaz. Japonya'nın bu merkantilist yaklaşımı sayesinde Manhattan'da da Afrika'nın en geri kalmış kasabasında da Toyota görmek mümkündür.

Japonya'nın dünya siyasetinde merkantilist bir pozisyon almasında etkili olan önemli isimlerden biri Shigeru Yoshida'dır. Yoshida, İkinci Dünya Savaşı sonrası başbakanlık görevinde bulunmuştur. Savaş sonrası mağlup Japonya'ya şart koşulan 9. maddeyi Japonya

lehine kullanmayı başarak Yoshida Doktrini ortaya atmıştır. Buna göre Japonya savunma için harcaması gereken sermayeyi kalkınma alanına yönlendirmiştir. Silahlanma, büyük ordular besleme ve sıcak çatışmaya girme gibi tüm masraflardan 9. maddeye sığınarak kurtulmuştur. Savunma anlamında hiçbir masrafa girmeden ABD koruması altında yer almıştır (Cooney, 2007: 36). Tüm bunlar Japonya'nın Amerikan dış politikasına tâbi olmasına neden olmuştur.

Japon dış politikasını anlamadaki en büyük zorluk, Japonca bilen uzmanların sayısındaki azlığın yanı sıra, Japonların kendi siyasetlerini mahrem görmelerinden kaynaklanmaktadır. Japonlar, *gaijin* olarak adlandırdıkları yabancılara hiçbir zaman güvenmezler (Japan Times, 2004). Japonya'yı ilgilendiren sorunlar, yabancılara ilgilendirmez ya da “kol kırılır yen içinde kalır” mantığı vardır. Siyasilerin politik konuları yabancı gazetecilerle paylaşması ayıp karşılanır. Bu durum biraz da Japon kültürü ile alakalıdır. Japon dış politikasında sıkça kullanılan bir diğer kavram *gaiatsu* tabiridir. *Gaiatsu* yabancı devletlerin yaptığı baskı anlamında kullanılmaktadır. Buradaki yabancı devletler genelde Batılı ülkelere tekabül etmekteyken, özelde ABD'yi işaret eder. Siyasiler dış politika konusunda kamuoyunu ikna edemedikleri durumlarda *gaiatsu* bahanesini öne sürerek işin içinden sıyrılmaya çalışırlar. ABD'nin işgalci bir ülke olarak Japonya'da bulunmuş olmasına ve halen siyasilerin *gaiatsu* ile ABD siyasi baskısını ima etmelerine rağmen ilginç bir şekilde Japonya'da Amerikan algısı pozitiftir. 2006'dan günümüze ortalama %80 olumlu Amerikan algısı ölçülmüştür (Pew, 2017). Amerikan algısına ilişkin en düşük değerlerin görüldüğü Türkiye ile kıyaslandığında aradaki tezat daha iyi anlaşılacaktır. ABD'deki Japonya algısı ise İkinci Dünya Savaşı sırasında dip yaptığı dönemlerden başka 80'lerin sonunda yeniden düşüşe geçmiştir. Bu duruma Japonya'nın ABD'yi teknoloji ve sanayi bakımından alt ettiği algısı neden olmuştur. Dahası, iki ülke arasındaki dış ticaret açığının Japonya lehine değişmesi de tepkilere neden olmuştur (Ogawa, 2011: 126). Öyle ki Amerikalılar Japonya'yı Sovyetlerden daha büyük bir tehdit olarak görmeye başlamışlardır.

Japon dış politikasında karar alma süreçlerinde ve aktörlerle ilişkilerde dikkat çeken bir diğer husus uzlaşısı konusudur. Japon kültürünün temelini oluşturan uyum anlayışı en alt yönetim basamaklarından en üst devlet yönetimine kadar görülmektedir. Bu anlayışta bireysel düşünce ve ifade özgürlüğünden ziyade grubun uzlaşısı kıymetlidir (Thu, 2013: 24). Uluslararası ilişkiler boyutunda bakıldığında çatışmadan kaçınan bir dış politika izlediği görülmektedir. Bu duruma sadece 9. maddenin neden olduğu söylenemez. Nitekim Japonya anayasa ile kısıtlanan savunma için ayrılmış %1'lik GSMH sınırıyla dâhi savunma sanayine

pek çok ülkeden daha fazla bütçe ayırabilme imkânına sahiptir. Diğer yandan bir Diet (242 kişilik Danışmanlar Meclisi ve 465 kişilik Temsilciler Meclisinden oluşan Japon parlamentosuna verilen ad) üyesinin Cooney'e (2007: 131) ifade ettiği üzere "Japonya'nın belirli bir dış politika hedefi yoktur. Günü birlik ve çatışmalardan kaçınan bir yapısı vardır. Sadece krizden krize bir politika geliştirilir". Genel itibariyle Japon dış politikasının ABD ile uyumlu olduğu görülür. Ulusal Savunma Akademisinden Profesör Masashi Nishihara'nın iddia ettiği üzere "Japonya bir hegemon olma amacı gütmemektedir. Ama bu İngiltere ve Fransa gibi dünya siyasetinde söz sahibi olmak istemediği anlamına da gelmez" (Cooney, 2007: 189). Kenneth Waltz ise Japonya'nın büyük bir güç olmamak için büyük bir çaba sarf ettiğini dile getirir (176). Öyle ki savunma haricinde bir askeri gücü bulunmayan, nükleer silahları veya uçak gemisi gibi saldırıya yönelik silahları bulunmayan Japonya, sahip olduğu sermaye ve teknolojik altyapı sayesinde kısa sürede bunları elde edebilecek potansiyeldedir. Ne var ki Japonya, Yoshida Doktrini'nden istifade ederek tüm enerjisini ekonomik kalkınmaya yönlendirmiş ve bunda başarılı olmuştur. Japonya'nın ABD güdümüne girmesine neden olan bu tercih, toplum tarafından da kabul görmüştür. Bu durumun değişmesine neden olan ilk olay Körfez Savaşında ortaya çıkmıştır. Soğuk Savaşın bitmesiyle birlikte, uluslararası arenadaki şartlar değişmiş, Batılı ülkeler Japonya'dan "barışa katkı" çerçevesinde daha fazla sorumluluk almasını istemişlerdir. Japonya'nın dış politikasında dönüşüme sebep olan bu gaiatsu, artık Japonya'nın sadece "çek defteri diplomasisi" (checkbox diplomacy) ile günü kurtaramayacağını ortaya çıkarmıştır. Çünkü Japonya bu zamana kadar 9. maddeyi kullanarak istifade ettiği Yoshida Doktrini'nde, ülke sınırları dışına asker çıkaramayacağını bahane ederek, uluslararası çatışmalarda yer almaktan kaçınmıştı. Bunun yerine mali yardımlar ve destekleri kullanarak katkıda bulunmuştu. BM operasyonlarına yaptığı maddi yardımlar, afet bölgelerine yaptığı arama-kurtarma faaliyetleri, OECD kapsamında yaptığı ODA yardımları ile 1990'lara kadar gelmişti. Ama Batılı ülkeler artık Japonya'yı "taşın altına elini sokmamakla" suçlamaya başlamışlardı. Sıcak çatışmaya girmeyen Japonya zayıf vermiyor ve bunun sorumluluğunu iç politikada yaşamıyordu. Dahası çatışmalarda açıktan taraf olmadığı için düşman edinmiyordu. Körfez Savaşında çek defteri diplomasisi çerçevesinde müttefiklere 13 milyar dolar yardımda bulunarak krizi aşmıştır (Nippon, 2011). Fakat Japon dış politikasında kırılmaya sebep olan bu dış baskılar sonucu Diet, 1992 yılında çıkardığı bir yasa ile Japon Öz Savunma Güçlerini (Self Defense Forces- SDF) Birleşmiş Milletler Barış Gücü faaliyetleri kapsamında yurtdışına gönderilebileceğini kararlaştırmıştır. Barış Koruma Kanunu (Peace Keeping Operation Law- PKO Law) olarak adlandırılan bu yasa ile Japonya İkinci Dünya Savaşından beri ilk kez yurtdışına asker göndermiştir. Irak

Savaşına gönderdiği 1000 asker (Guardian, 2003) her ne kadar muharip sınıfta olmasa da Japonya'nın dünya siyasetindeki konumunu değiştirmiştir. Görüldüğü gibi 11 Eylül olayları ABD'nin müttefiki olan Japonya'yı da etkilemiştir.

Japon dış politikasındaki bir diğer değişim Shinzo Abe'nin başbakanlığa gelmesi ile yaşanmıştır. Liberal Demokrat Parti lideri Abe, başa geçtiğinde “Japonya geri döndü” ifadesiyle Japonya'yı eski güçlü ekonomisine kavuşturacağını iddia etmiştir (Stanislaus, 2018). Abe, 2006 yılındaki bir yıllık başbakanlığının ardından 2012 yılından beri koltuktadır. Abe döneminin Japon dış politikası açısından önemi, daha aktif bir siyaset izlemesinde gizlidir. Özellikle başbakanlıktaki ikinci döneminden itibaren, MOFA'dan ziyade Diet'in karar alma aşamalarında daha etkin olmasını hedeflemiştir. Günümüzde kısmen değişmeye başlamış olsa da Japon Dışişleri Bakanlığı- MOFA (Ministry of Foreign Affairs) dış politika geliştirilmesinde hâlâ baskın konumdadır. Diet üyeleri dış politika konusunu neredeyse tamamen MOFA'ya bırakmış durumdadır. Bu durum geleneksel olduğu kadar, Diet üyeleri açısından taktiksel nedenlerle de açıklanabilir. Çünkü dış politika mevzuları Diet üyelerinin seçilmesinde çok büyük bir etken değildir (Cooney, 2007: 184). Abe'nin dış politikada ağırlığı kamu diplomasisine verdiği önemde de açıkça görülmektedir. Duruma yakından bakmak için Japonya'da kamu diplomasisinin ortaya çıkışını ele almak gerekir.

4.1.1. Japonya'da Kamu Diplomasisinin Ortaya Çıkışı

Japon diplomat Mitsuru Kitano (2007: 15) gibi isimler Japon kamu diplomasisini 1905 Rus-Japon Savaşına kadar götürür. Bu süreçte her iki ülkede ABD kamuoyunun desteğini almak için girişimlerde bulunmuştur. Inazo Nitobe'nin yazdığı *Buşido* adlı romanı İngilizceye çevrilerek ABD'de basılmış ve halk arasında büyük sempati toplamıştır. Japon büyükelçi kitabı Başkan Roosevelt'e hediye ederek Rus-Japon Savaşı sonrası barış anlaşmasında ABD'nin yanında olmasını sağlamıştır (Japonya Strasbourg Büyükelçiliği). Kitap yıllar sonra Tom Cruise'un başrolünü oynadığı Son Samuray filmine senaryo olmuştur. Dünya Savaşları yıllarında Japonya militarist tavrı nedeniyle kamu diplomasisi uygulama ihtiyacı görmemiştir. İkinci Dünya Savaşından mağlup ayrılan Japonya, ABD işgalinde bulunduğu yıllarda ise yine kamu diplomasisine fırsat bulamamıştır. ABD'nin Japonya'dan ayrılmasıyla birlikte ekonomik kalkınma seferberliği başlatılmış, dış politika büyük oranda Amerikan dış politikası paralelinde gelişmiştir. Japonya'nın aktif olarak kamu diplomasisini yeniden uygulamaya başlaması 50'li yılların sonlarına rastlar. Bu duruma siyasi dengenin sağlanması kadar daha önce çalışmada belirtildiği üzere ekonomik gücün etkisi olmuştur. Özellikle ABD Başkanı

Nixon'ın Japonya ile yaşanan dış ticaret dengesizliği nedeniyle Japonya'nın düşmanı olan Çin ile yakınlaşması ve Asya-Pasifik ülkelerinin yükselen Japonya'yı yeniden bir tehdit olarak görmeye başlamaları, Japonya'yı kendini dış dünyaya doğru ifade etmeye yöneltmiştir (Watanabe, 2018: 12). İlk hamlesi 1972 yılında Japan Foundation (Japon Vakfı) adlı kuruluşu hayata geçirmek olmuştur. Bu hamleyle Japonya ülkesini, kültürünü ve geleneklerini kurumsal bir çatı altında anlatma fırsatı elde etmiştir. Hem en büyük ihracat ülkesi olan ABD hem de ihracat yanında hammadde ve gıda ithâlâtı açısından ön sıralarda yer alan komşu ülkelere kendini anlatma ihtiyacı hissetmiştir. Hâlihazırda askeri güç kullanması anayasa ile kısıtlanan ve zaten bir tehdit olarak görülmeye başlanan Japonya'nın kamu diplomasisini işe koşması şaşırtıcı olmamıştır. Japan Foundation ile başlayan kültürel diplomasi atağı 1974 yılında kurulan Japonya Uluslararası İşbirliği Ajansı- JICA (Japan International Cooperation Agency) ile uluslararası alt yapı yardımları, teknik eğitim ve sosyal kalkınma destekleriyle devam etmiştir. Bu çalışmaları Japon Eğitim, Kültür, Spor, Bilim ve Teknoloji Bakanlığının- MEXT (Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology) organize ettiği değişim programları izlemiştir. Tüm bunlara rağmen kamu diplomasisi tabiri resmi olarak ilk kez 2004 yılının *Diplomatic Bluebook* belgesinde yer almıştır. 1971 yılından beri yayınlanan dış politika strateji belgesi formatındaki kitapçıklarda her yıl Japon dış politikası değerlendirilmiş ve gelecek yılın hedefleri açıklanmıştır. 2004 yılında yayınlanan belgede, Batılı ülkelerin özellikle Orta Doğuda kamu diplomasisi uyguladığı ve bundan da olumlu geri dönüş elde ettikleri dile getirilmiş ve aynı şeyin Japonya ve komşu ülkelerle ilişkilerde de geçerli olabileceğine vurgu yapılmıştır (Diplomatic Bluebook 2004: 210). Yine aynı yıl MOFA bünyesinde Kamu Diplomasisi Departmanı (Public Diplomacy Department) kurulmuştur.

Japon kamu diplomasisinin amacı resmi ifadesiyle karşılıklı ilişkilerin geliştirilmesi ve böylece anlayışın sağlanması olarak tanımlanır. Fiiliyatta ise ekonomik çıkarlarının korunması yatar. ABD özellikle Orta Doğu ülkelerine yaptığı kamu diplomasisi çalışmalarında da görüleceği üzere ulusal güvenliğini amaçlarken, güvenliğini büyük ölçüde ABD ile olan ittifakına bağlamış olan Japonya ise ekonomisinin korunmasına adanmıştır. Japonya'nın kamu diplomasisi amaçlarından bir diğeri Faşist Japonya'nın anılarının silinmesidir. Özellikle yakın komşuları nezdinde halen süregelen güvensizliğin temelinde savaş dönemlerinde yaşanan insanlık suçları yatar. Dünya'nın geri kalanında olumlu bir Japonya imajı varken Asya-Pasifik bölgesinde başta Çin ve Güney Kore olmak üzere komşu ülkelerde ilişkileri diken üstündedir. Bu ülkelerle ilişkilerini kriz durumuna sokmadan

sürdürebilmek için yumuşak güç araçlarını da kullanarak mali ve teknik yardımlar ile uluslararası yayıncılık ve kültürel faaliyetlerle kamu diplomasisi uygulamaktadır.

Japon kamu diplomasisi tarzı yine Japon kültüründen etkilenmektedir. Diğer pek çok ülkenin kamu diplomasisi çalışmasıyla karşılaştırıldığında propaganda anlayışından en uzak olanının Japon kamu diplomasisi anlayışı olduğu görülecektir. Bunda *sassuru* kültürü etkili olmaktadır (Seiichi, 2008: 204). *Sassuru*, “birinin algısına sunmak” demektir. Gösteriş ve mübalağalı anlatımın ayıp karşılandığı Japon kültüründe, insanlara zorla bir şeyi göstermeye veya anlatmaya çalışmak doğru karşılanmaz. Bunun yerine fikirler ve ürünler sadece sunulur ve karşı tarafın bunu algılaması beklenir. Bu pasif tutumun ilk kez Abe döneminde kırıldığı görülür. Abe’nin aktif dış politikası çerçevesinde “sunum” (presentation) yerini “yansıtmaya” (projection) bırakmıştır (The Diplomat, 2017). Bu tavır Japonya’nın artık küresel bir aktör olma konumuna geçtiğinin işaretidir. Japon kamu diplomasisinin en çok dikkat çeken yönlerinden bir diğeri insan ilişkilerine önem vermesidir. Nitekim MOFA belgelerinde kamu diplomasisi çoğu zaman halkla ilişkiler olarak adlandırılır. Kimi diplomatların “değişim” tabirini kamu diplomasisi yerine kullanması da aynı mantıkla açıklanabilir. Kamu diplomasisi açısından en etkili an sayılan tarafların yüz yüze gelmesi, iletişimin en yalın halde gerçekleşmesi demektir. Karşılıklı öğrenci değişim programlarından başka teknik, altyapı, sağlık ve afet yardımları gibi durumlarda karşılaşılabilen birebir etkileşim sayesinde kişilerarası iletişim, karşılıklı anlayışın gelişmesine hizmet etmektedir. Japonya’nın bu konuda sıkıntı çektiği yegâne alan diaspora diplomasisidir. Meiji döneminde Filipinler’e ve 19. yüzyılın sonlarında ABD’ye yerleşen küçük gruplar haricinde en büyük topluluğu 1970’li yıllarda Brezilya’da 70.000’e yaklaşan topluluğundan ibaret olmuştur (Meyer, 2014: 301). Benzer durum kısmen ABD için de geçerliyen, Türkiye diaspora diplomasisi açısından en avantajlı konumdadır. Başta Avrupa ülkeleri olmak üzere dünyanın hemen her yerinde Türk topluluklarıyla karşılaşmak mümkündür. YTB gibi kuruluşlar vasıtasıyla bu toplulukların ülkelerine aidiyet duygusunun sürdürülmesi şüphesiz Türk dış politikası açısından kazanç oluşturmaktadır. Japonya özelinde bakılacak olduğunda diaspora diplomasisi açısından şansız olsa da yumuşak güç unsurları açısından zenginliği ona yardımcı olmaktadır.

4.2.Japonya’nın Yumuşak Güç Unsurları

Japon kültürü, sanatı, markaları, yaşam tarzı Japon yumuşak gücünü oluşturan öğeler arasında yer almaktadır. Önceki sayfalarda belirtildiği üzere ülkelerin diğer ülke vatandaşlarınca imrenilen tüm değerleri yumuşak güç oluşturma kapasitesini haizdir. Bu

açından bakıldığında başta doğaya ve insana saygılı, çalışkan ve mütevazı Japon halkı olmak üzere Japon değerleri dünyada kabul görmektedir. Bu durumun tek istisnası yine Japonya'nın yakın komşularını oluşturan Asya-Pasifik ülkeleri oluşturmaktadır. Buna Japonya'nın savaş dönemi suçlarından başka Asya toplumunun geliştirmiş olduğu yabancı karşıtlığı neden olmuştur. Soğuk Savaş döneminde bir yandan emperyalizmin bir yandan da komünizmin çekişme alanında yer alan ülkeler, yabancı yardımlar dâhil olmak üzere kültür ve benzeri girdilere karşı temkinle yaklaşmışlardır. İki kutup arasında gidip gelen Vietnam, Kore, Tayvan örneklerinde görüldüğü üzere her halükârda dış güçlerin farklı ajandalarının olabileceğini akıllarında bulundurmaktadırlar. Bu açıdan Japonya'nın daha uzak ülkelere daha kolay kabul gördüğü anlaşılmaktadır. Yumuşak güç tablosu üzerinden değerlendirildiğinde Japonya 2010 yılı hariç, her yıl ilk 10'da yer almıştır. BBC Dünya Servisinin 2012'de yaptığı bir ankete göreyse Japonya uluslararası ilişkilerde en olumlu etkiye sahip ülke seçilmiştir (Green ve Colson, 2013: 41). Google Trends tablosu ele alındığında Japonya ile ilgili haberler en çok Pasifik ülkeleri tarafından aranmıştır. Başbakan Shinzo Abe ile ilgili haberlerse başta Güney Kore ve Çin olmak üzere civar ülkeler tarafından aranmıştır. Üniversite ismi üzerinden yapılan aramalarda ilk beşte yine Güney Kore ve Çin yer alırken Singapur ve Hong Kong onları takip etmiştir. Manga söz konusu olunca etkinin Japonya'nın komşularını aşip Fildişi ve Nikaragua'ya kadar uzandığı görülmektedir. NHK kanalı ise yine en çok komşu ülkeler tarafından merak edilen sorgular arasındadır.

Japonya kamu diplomasisi uygulamasında kültürel diplomasiye özel bir yer vermektedir. Gelenek ve göreneklerine büyük önem gösteren Japonya, modern dünyaya öncülük ederken, köklerinden de kopmamaktadır. Geçmiş ve geleceği en iyi şekilde harmanlarken, bu durum kamu diplomasisi açısından kendisine avantaj sağlamaktadır. Japon mutfağı ve samuray kültürü gibi öğeleri geleneksel değerlerini oluştururken, J-Pop (Japon pop müziği), Cos-play (kostüm oyunu) ve manga popüler kültürü oluşturmaktadır. Ülke içinde çatışma halinde olan iki kültür tarzı, dış dünyada Japonya adına zenginlik oluşturmaktadır. Geleneksel kültüre önem verenler, popüler kültürün gerçek Japonya'yı yansıtmadığından yakınsalar da popüler kültür dış dünyada çok daha fazla kişiye ulaşmaktadır. Yine geleneksel Japon kültürüne çok küçük bir elit yetişkin kesim ulaşırken, popüler Japon kültürüne çok daha fazla sayıda dünya gençleri ulaşabilmektedir. Japon yumuşak gücüne ve ihracatına yaptığı katkı göz önünde bulundurulduğunda popüler kültürün geleneksel Japon kültüründen çok ileride olduğu görülmektedir. Başbakan Junichiro Koizumi 2005 yılında Japon popüler kültürünün, insanlara geleneksel Japon kültürüne ulaşmada yol açtığını belirtmiştir (Hayden, 2012: 85). Geleneksel

kültüre insanları yönlendirsin veya yönlendirmesin, kültürel diplomasının ülkelerin yumuşak gücüne yaptığı katkı tartışılmazdır. Bu güç sayesinde ülkeler dış politikasında daha kolay sonuçlar alabilmektedir. Dışişleri Bakanı Taro Aso 2006 yılında Digital Hollywood Üniversitesinde yaptığı konuşmasında “İnsanların aklında Japonya hakkında bu şekilde olumlu imaj oluştuğu, uzun vadede Japonya görüşlerini daha iyi ifade edebilecektir. Böylece adım adım daha iyi sonuçlar alabileceğiz” demiştir (MOFA, 2006). Devletler kültürel diplomasiden olumlu dönüş sağlamayı amaçlamaktadırlar.

Japonya’nın yumuşak gücünü oluşturan öğelerden öne çıkan bazıları markaları, manga ve animeler, J-Pop ve ODA yardımlarıdır. Daha detaylı inceleme için sayılan yumuşak güç öğelerinin müstakilen ele alınması gerekmektedir.

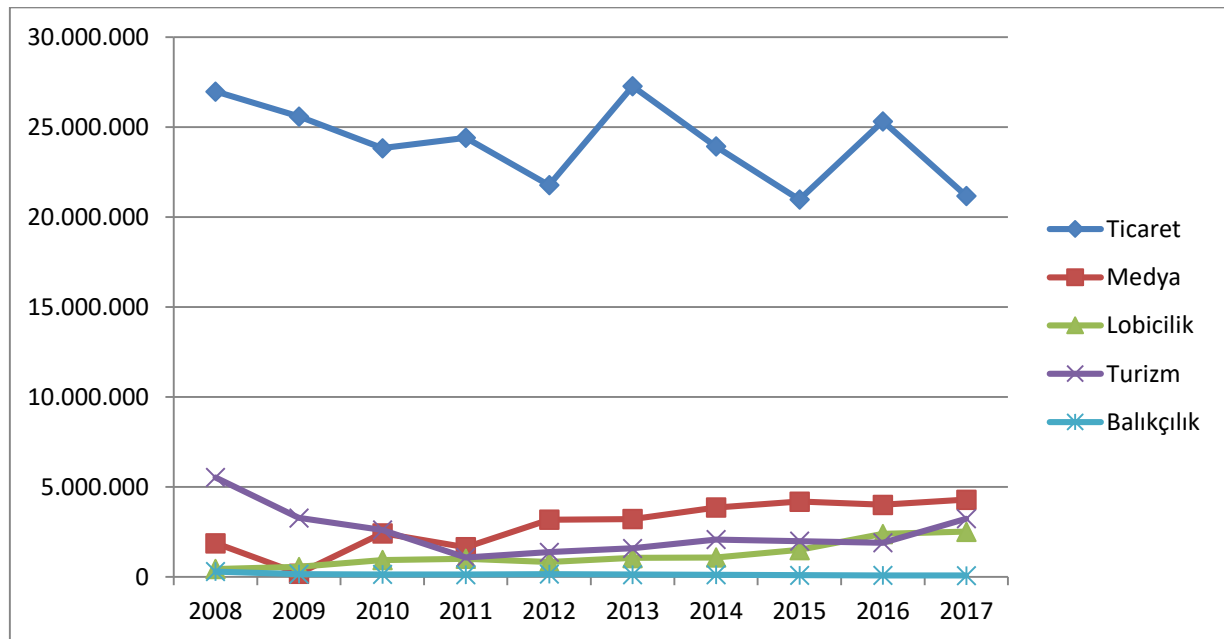
4.2.1. Japon Markaları

1950’li yıllarda büyük bir yıkımdan çıkan Japonya, hayatta kalmak için üretmesi gerektiğini anlamıştır. Hızla gelişen endüstrileşme sayesinde işe tekstille başlayan Toyota daha 1957’de ilk arabasını ABD’ye ihraç etmiştir (Toyota). Küçük bir tamirhaneden yola çıkan Sony ise 1960’lı yıllarda en fazla satan radyoyu üretmiştir (Sony). Bunları dünyanın en büyük ilk yüz teknoloji şirketlerine girmeyi başaran Mitsubishi, Nissan, Hitachi, Toshiba ve Fujitsu izlemiştir. Bu şirketlerin pek çoğu savaş sonrası harabe haline gelmiş küçük atölyelerde şu an yaptıkları işlerden farklı sektörlerde doğmuşlardır. Fakat kısa zamanda tüm dünyaya ihraç yapmaya başlamışlardır. İlk dönemlerinde günümüz Çin malı ürünleri gibi ucuz ve kalitesiz imitasyon ürünler üretmekle başlamışlar, daha sonra bu imajlarını dayanıklı ve kaliteli algısına dönüştürmeyi başarmışlardır. Japon markalarının başarılı olması Japonya’nın yumuşak gücünü artırmıştır. Bu markaları kullanmakla övünen insanlar, bu şirketlerde çalışmak isteyen gençler, bu markaların reklamlarında yer almak isteyen yüzler aslında bu markaların yumuşak gücüne ortak olmak isteyenlerdir. Markaların ulusal itibara katkısından başka özellikle uluslararası şirketler açısından düşünüldüğünde bulundukları ülkede, ülkelerinin bir anlamda temsilcisi konumuna gelmektedir. Matsushita şirketi Amerikan yayıncılık şirketi MCA’yı satın aldığı anda şirketin başkanı Japonya’yı yeren filmlerin yayınlanmasına izin vermeyeceğini açıklamıştır (New York Times, 1990). Bu gibi durumlar bazen iki ülkeyi karşı karşıya getirir de arka planda Japonya’nın kazançlı çıktığı aşîkârdır.

Japonya’nın hızlı ve başarılı endüstrileşmesi kimi zaman ABD olan ilişkilerini germiştir. Dış ticaret açığının ABD aleyhine olması, özellikle siyasiler tarafından iktidara baskı aracı

olarak kullanılmıştır. Japonya bu gibi sorunlara karşı üretim tesislerinin bir kısmını ABD'ye kaydırarak çözüm bulmuştur. Daha derin sorunlar yaşadığında ise kamu diplomasisi uygulamak yoluna gitmiştir. Örneğin 1987 yılında Toshiba'nın Norveçli bir firma ile geliştirdiği sessiz denizaltı pervanelerini Sovyetlere de satmaya başlaması, ABD tarafından tepkiyle karşılanmış ve halk Toshiba'ya karşı tavır almıştır. Siyasiler olayın Amerikan halkı tarafından tepkiyle karşılanması üzerine Toshiba ürünlerinin satışının yasaklanmasını Kongre'ye sunmuştur. Toshiba yaptığı pahalı ve başarılı lobi faaliyetleri sayesinde kararın Kongre'den geçmesini önlemiştir. Lobi faaliyetleri için 20 milyon dolar harcarken, Amerikan halkını ise 4000 Amerikalının fabrikalarında çalıştığını ve pek çok Amerikalının ise aracı firmalar sayesinde geçimini sağladığını anlatarak ikna etmiştir (Manheim, 1994: 33). ABD hükümeti yapılan tüm lobi faaliyetlerinin Adalet Bakanlığına bildirilmesini zorunlu kılar. Ülkelerin yaptığı bu bildirimler her 6 ayda bir yayınlanır. 1942'den beri yayınlanan bu raporlar FARA (Yabancı Temsilciler Kayıt Kanunu- Foreign Agents Registration Act) Reports olarak adlandırılır (FARA yasası). Bu raporlarda ülke ülke, her parti, şirket, grup ya da kurumun ABD'de ne amaçla ne miktarda hangi lobi şirketine para yatırdığı yayınlanır. Aşağıdaki grafikte Japonya'nın son 10 yılda farklı konularda ABD'li lobcilik şirketlerine ne kadar harcama yaptığı verilmiştir:

Grafik 12: ABD'de Japonya Kaynaklı Lobcilik Harcamaları (FARA raporlarından derlenmiştir.)



Kaynak: FARA Reports 2008-2017.

Grafikte ticari konular için harcamaların açık ara diğer lobicilik harcamalarından önde olduğu görülmektedir. 20 milyon dolar seviyesinin altına hiç düşmeyen harcamaların ilk amacı Japon şirketlerin çıkarlarının korunmasıdır. Bunu Japon markalarının itibarının korunması, ticareti geliştirme ve yatırım çekme izlemektedir. Ticari konularda en büyük lobicilik harcamasını Japon Dış Ticaret Örgütü- JETRO (Japan External Trade Organization) yapmaktadır. JETRO'yu çok daha düşük oranlarla Japon Büyükelçiliği, MIPRO (Manufactured Imports and Investment Promotion Organization) ve yerel yönetimler izlemektedir. JETRO ve MIPRO Japon hükümetinin destek verdiği Japon şirketler tarafından yönetimine dâhil olunan anonim idari ajanslardır. Kobe Çelik ve Tokyo Elektrik gibi şirketlerin de şirket haklarını korumak için halkla ilişkiler şirketleriyle çalıştığı görülmektedir. Siyasi konularda yapılan lobicilik harcamalarının, ticari harcamalar için yapılanlardan çok geride kaldığı anlaşılmaktadır. Ticaretten sonra en yüksek harcama kalemi medya harcamalarıdır. Büyükelçilik aracılığıyla yapılan harcamalarda Kongre'de Japon hükümetinin çıkarlarının korunması amaçlanmıştır. 2014 yılından itibaren sosyal medya için de ayrıca harcama yapılmaya başlanmıştır. Turizm tanıtımı için yapılan harcamalar, Japon Ulusal Turizm Kurumu- JNTO (Japan National Tourism Organization) tarafından yapılmaktadır. Dünya siyasetinde sıkça başının ağrmasına neden olan balina avcılığı konusunda ABD kamuoyunu ikna etmek için yapılan harcamalar balıkçılık harcamalarının yarısını oluşturmaktadır. Bunu finanse eden kurum bir bilimsel araştırma kurumu olarak gösterilmiş olsa da arkasında Japon Balıkçılık Ajansı vardır. Japonya 1980'li yıllarda ticari balina avcılığı nedeniyle ABD yaptırım tehdidine maruz kalınca bir nevi arkadan dolaşarak bu bilimsel balina programını hayata geçirmiştir (Hirata, 2008: 177). Genel resme bakıldığında Japonya'nın hem devlet hem de şirketler düzeyinde ihracata çok büyük önem verdiği anlaşılmaktadır.

Yeri gelmişken Türkiye'nin FARA harcamalarına bakılacak olursa, harcamaların neredeyse %90'lık kısmı bizzat devlet kanalıyla yapılan harcamalardır. 2000'li yılların başında özellikle Ermeni Tasarısının ABD Kongresi'nden geçmemesi için Yahudi lobilerine ve halkla ilişkiler şirketlerine aktarımlar yapıldığı görülmektedir. Bu harcamaları turizm ve medya harcamaları izlemiştir. Savunma Bakanlığının harcamalarından başka her yıl CHP ve BDP parti örgütlerince de lobicilik harcamalarının yapıldığı görülmektedir. Türkiye'nin yıllık toplam lobicilik harcamalarını 3-4 milyon dolar seviyesinde seyrettiği gözlenmiştir. Japonya'nın yıllık 35-40 milyon dolarlık yıllık harcamasıyla kıyaslandığında 10'da 1'lik bir harcama yapıldığı anlaşılmaktadır.

4.2.2. Anime ve Manga

Anime kavramı Japonca animasyon kelimesi yerine kullanılmaktadır. Fakat Japonya dışında anime denildiğinde herkes Japon animasyonlarını anlar. Özgün animeler olduğu gibi mangalardan türetilmiş animeler de vardır. Manga tabiriye Japon çizgi romanları için kullanılır. Ünlü olan manga karakterleri animeye ardından dizi ve filmlere uyarlandığına sıkça rastlanmaktadır. Çocuk ve gençler olduğu kadar yetişkinler de manga ve animeye ilgi duymaktadırlar. İlk ihraç ürününe dönüşen anime Astro Boy olmuştur. 1953’de çizilen bir mangadan diziye uyarlanan Astro Boy, 1960’lardan beri ABD’de yayındadır (IMDB, 2008). Anime ve mangaların yumuşak güç açısından en önemli etkileri, üretici ülke hakkında olumlu duyguların gelişmesini sağlamasında yatar. Sanatsal değeri olan her eser ülke itibarına katkıda bulunur. Anne Allison (2008: 101) animelerle ilgili ABD’de yaptığı saha çalışmasında 4-16 yaş arası çocuklarla görüşüğünü ve hepsinin izledikleri animenin Japonya’ya ait olduklarından haberdar olduğunu ve Japonya’ya sempati duyduklarını belirtmiştir. Dahası çocuklar Japonca öğrenerek bunları orijinal halinde izlemek istediklerini belirtmişlerdir. Dil kullanımı içeren bu tür kültürel ürünlerin, dil öğrenimini teşvik ettiği bilinmektedir. Yine tersi yaklaşımla insanlar bildikleri ya da öğrendikleri yabancı dilde kültürel öğeleri tüketmek isterler. Bu döngü aynı zamanda kültürel ürün tüketiminden endüstriyel ürün tüketimine evrilmektedir. İnsanlar kültür ürünlerini tükettikleri ülkelerin sattığı diğer endüstriyel ürünlere karşı da yakınlık kurarak onları satın alma yoluna gitmektedir. Bu haliyle Japon anime sektörü 2019 yılında rekor kırarak 18,5 milyar dolara ulaşmıştır (Japan Forward, 2019). Anime ve manga çılgınlığını anlamak için birkaç anekdot vermek yerinde olacaktır. Sugiura Tsutomu (2008: 132) oğlunun Fransa’dan gelen arkadaşlarının Japonya’da hiçbir tarihi ve turistik yeri gezmeden sadece 50 tane manga alıp ülkelerine döndüklerinden bahseder. Tsutomu bu durumu yadırgasa da bu gençler aslında sadece manga için Japonya’ya gelmişlerdir. Japon hükümeti anime ve mangaya büyük destek vermektedir. Her yıl düzenlenen ödül törenlerinde mutlaka en az Dışişleri Bakanı seviyesinde bir lider ödül takdiminde bulunur. 2006’daki Uluslararası Manga Ödül töreninde konuşan Taro Aso, “Danimarka’dan Çin’e kadar gençler Pokemon, Tsubasa ve Sailor Moon izliyor. Manga yürekleri birbirine bağlayan sınır tanımaz bir güç” diyerek yeni sanatçıları teşvik etmiştir (Hayden, 2012: 88). Anime ve mangaların Japon dış politikasında doruk noktasına çıkması ise 2008 yılında Dışişleri Bakanı Masahiko Koumura’nun bir anime karakteri olan Doreamon’u anime büyükelçisi ilan etmesiyle olmuştur (Kartikasari, 2018: 43). 2009 yılında yayınlanan *Bluebook*’ta ise “Japon popüler kültürüne destek vermeliyiz ki ulaştıkları ülkelerde Japonya

adına *grassroot* (ortalama halk; kamuoyu) oluşturma işlevi görsün” denilmektedir (Bluebook 2006).

Anime ve manga gibi tüm dünyada ilgiyle takip edilen bir diğer Japon yumuşak güç ürünü ise J-Pop olarak adlandırılan Japon pop müziğidir. Bunlardan en tanınmış olanı AKB48’dir. 100’ün üzerinde genç üyesi bulunan grup hem müzik hem de dans performanslarıyla tanınmaktadır. Üyelerin temsil gücü nedeniyle tavırlarına dikkat etmesi kuralı vardır. Yaşı ilerleyen üye gruptan ayrılarak alttan yeni yetişen üye gelerek grup sürekli genç tutulmaya çalışılır. Grup Japonya satışlarıyla Lady Gaga ve Justin Bieber’in rekorunu geçmeyi başarmıştır. Grubun ünü özellikle komşu ülkelerde o kadar ilerlemiştir ki yapımcı Şangay’da SNH48, Taipe’de TPE48, Jakarta’da JKT48, Bangok’ta BNK48 ve Delhi’de DLH48’i kurmuştur. AKB48’in özellikle Japonya’nın tarihi konular nedeniyle anlaşmazlıklar yaşadığı ülkelerde bu kadar beğeni toplaması, onun Japon hükümeti tarafından Çin’de iyi niyet elçisi olarak atanmasına sebep olmuştur (Kartikasari, 2018: 44). 1970’de Japon Başbakanın arabası Jakarta’da taşlanırken bugün Endonezyalı gençler Japon pop sanatçılarını güllerle karşılamaktadır. Japonya’nın yumuşak güç açısından zayıflaması komşu Güney Kore ve Çin’in yumuşak güç açısından yükselmesiyle başlamıştır. Güney Kore’nin meşhur drama dizileri ve K-Pop olarak adlandırılan Kore Pop müziği ile Çin’in Konfüçyüs Enstitüleri Japonya’nın manevra alanını daraltmaktadır. Bu durum toprak anlaşmazlıkları ve tarihi sorunlar gibi konularda Japonya’nın elini zayıflatmaktadır. Buna rağmen her geçen yıl anime, manga ve J-Pop gelirleri ve bunlardan türeyen Cos-play etkinlikleri artış göstermektedir. Japonca öğrenimiye her yıl artarak 3,6 milyon kişi seviyesine ulaşmıştır (Japan Foundation Dil Raporu, 2015: 8). Japonya hükümet olarak bu ürünlere destek vermekten başka uluslararası alanda telif haklarının korunması ve ihracat kolaylığı gibi avantajlar sunabilir. Çin hükümetinin dış ticareti geliştirmek amacıyla küçük kargoları Çin Posta Kuruluşuyla ücretsiz göndermesi, bu gibi konularda devlet teşvikinin etkisini göstermesi açısından önemlidir.

4.2.3. Dış Yardımlar

Japonya İkinci Dünya Savaşından bu yana uluslararası ilişkilerde karşılaştığı sorunları nakit yoluyla halletmeyi tercih etmiştir. Çek defteri diplomasisi olarak adlandırılan bu yöntem sayesinde devletlerle çatışmaya ya da çatışmalar arasında taraf olmamaya özen göstermiştir. Yaşadığı sorunların en başında gelen savaş sonrası döneme ait anlaşmazlıkların kimini tazminat kimini de dış yardım yoluyla halletmeyi tercih etmiştir. Bunlardan ilki 1955 yılında Burma’nın imzaladığı tazminat anlaşmasıdır. Bu anlaşmayı Filipinler, Endonezya, Vietnam,

Singapur ve Tayland izlemiştir (Meyer, 2014: 299). Bu anlaşmalar sayesinde hem ihracat piyasasını korumuş hem de hammadde kaynaklarını güvenceye almıştır. Kalay, kauçuk, boksit gibi ürünlerde Endonezya, Tayland, Filipinler ve Singapur toplam ithâlâtının %65'ini oluşturmaktadır (Meyer, 300). İlerleyen yıllarda bir ABD müttefiki olarak Japonya çatışmalarda siyasi olarak ABD'nin yanında yer alsa da anayasası gereği askeri olarak yer almamıştır. Bu durumu yine çek defteri diplomasisiyle çözmüştür. Vietnam Savaşında ABD'yi haklı bulurken savaşa girmemiş fakat savaş sonrası yeniden yapılanmada Vietnam'ın yanında olmuştur. Benzer şekilde Orta Doğu sorunlarında taraf olmazken, 1979'da İsrail ile barış masasına oturan Mısır'ı Japon yardımlarıyla ödüllendirmiştir (Akçay, 2012: 19). Yine İran'a karşı savaşan Irak en çok Japon yardımı alan ülkelerden olmuştur. Japonya'nın çek defteri diplomasisi Körfez Savaşına asker göndermemesi Batılı ülkelerin tepkisine neden olmuştur. PKO yasasının çıkmasına neden olan bu olaydan sonra Japonya çek defteri diplomasisine devam etmiş ama sınır dışı harekâtlara da katılmaya başlamıştır. Bunlardan ilki Irak Savaşı iken ikincisi 2005'te tsunami ile sarsılan Endonezya'ya gönderdiği askeri birlik olmuştur. Özellikle arama-kurtarma sağlık ve temiz su temini için yolladığı birlik, İkinci Dünya Savaşından beri Japonya'dan çıkan en büyük asker topluluğu olmuştur (Gilboa, 2009: 26). Bu askeri hareketliliğinin bölge ülkeleri tarafından endişeyle karşılaşılabileceğini düşünse de yardımlardaki başarısı uluslararası kamuoyunun takdirini almıştır.

PKO Yasası ile birlikte Japonya uluslararası barışa destek konusunda bir diğer adım daha atmıştır. Mecliste yapılan bir düzenlemeyle dış yardımlar artık bazı şartlarla bağlanmıştır. Bunlar yardım alacak ülkelerin askeri harcama oranları, insan hakları ve demokrasiye olan saygısı ve uluslararası düzene katkısıdır (Sato ve Asano, 2008: 111). Ne var ki uygulamada buna çok dikkat edilmemiştir. Sato ve Asano yaptıkları çalışmada 2001 yılına kadar Japonya'nın çevre ülkelere ve Afrika'ya yaptığı yardımların realizm ile açıklanabileceğini dile getirir. Bu duruma başta Japonya'nın deniz şeridinde (sea lane) yer alan ülkeler en fazla yardımı alması delil gösterilmiştir. Japonya, bunu hem kendi güvenliği hem de hammadde ve enerji hatları güvenliği için yapmıştır. Yine aynı çalışmada 2001 yılından sonra dış yardımlar için konulan şartlara rağmen en çok yardımı en fazla ticaret yaptığı ülkelere yapmıştır. Sato ve Asano (2008: 121-125) bu dönemde realist yaklaşımın yerini merkantilist yaklaşıma bıraktığını belirtir. Bu yaklaşımı Tarte de destekler. Tarte (2008: 131) 1954 yılında başlayan Japon dış yardımlarının Japon şirketlerinin yabancı pazarlara girmesini sağladığını, ihracatı desteklediğini ve hammadde güvenliğine yaradığını belirtir. Savaş sonrası yıkımdan kurtulmaya çalışan Japonya için bu, ekonomik açıdan elzemdir. Japonya balıkçılık konusunda

da dış yardımları kullana gelmiştir. Büyük nüfusu ve küçük tarımsal alanları nedeniyle gıda açısından yetersiz kalan Japonya, pek çok gıda maddesini ithal etmek durumundadır. Balıkçılık bu sorunun çözümünde çok önemli bir noktada yer almaktadır. Bu nedenle Japonya bazı dış yardımları balıkçılık konusunda kendisiyle anlaşma yoluna gitme şartı koşmaktadır.

İnsani yardım tablosu incelendiğinde Japonya ilk 10'da yer almaktadır. Bu durumun tek istisnası 2011'de tsunami'den etkilendiği için ilk 20'ye giremediği 2012 yılıdır. Bu yardımlar genel yardım akışına paralellik gösterir. Son yıllarda Suriye, Sudan ve Yemen en fazla uluslararası yardım alan ülkeler olmuştur. OECD kapsamında yapılan ODA yardımları ele alındığında Japonya'nın yine en büyük bağışçılardan biri olduğu görülmektedir. Yıllık 10 milyar dolar seviyesinde seyreden Japon yardımları milli gelire oranlandığında çok düşük kalmaktadır. Türkiye ortalama 3 milyar dolarla milli gelire göre yaptığı yardımda Japonya'nın çok ilerisindedir (OECD, 2019). Japon dış yardımlarında gaiatsu'nun etkisi görülür. Kendi yaptığı birebir anlaşmalara bağlı yardımların dışında, uluslararası trendlere uygun dış yardımlarda bulunur. Her ne kadar dış baskılar artık Japonya'nın çek defteri diplomasisinden vazgeçip uluslararası sorunlarda Japonya'nın da elini taşın altına sokması gerektiğinde ısrar etse de Japonya ekonomik gücünü başarıyla kullanmaya devam etmektedir. Daha yakın zamanda Suriye'deki iç savaş sonucu patlak veren mülteci krizinde Japonya mülteci kabul edemeyeceğini söylemiş bunun yerine nakit yardımı yapmayı önermiştir. Almanya'nın tepkisine neden olan bu duruma rağmen Japonya sadece 150 Suriyeli mülteciye kapılarını açmıştır (Snow, 2016: 15). Genel itibarıyla bakıldığında Japonya dış yardım konusunda da ihracatını ön plana almaktadır. Yeni dönemde dış yardımlar konusunda insan hakları ve demokrasi gibi bazı şartlar koysa da en önemli belirleyicinin dış ticaret olduğu anlaşılmaktadır. Diğer konularda olduğu yine çatışmalardan kaçınan, çatışmalara taraf olmayan pozisyonunu sürdürmektedir. Mülteci konusunda da görüldüğü dış politikasında önceliği kendi halkına vermektedir.

4.3.Kamu Diplomasisi Kurumları

Japonya'da geleneksel olarak devlet işleyişinde bürokrasinin ağırlığı görülmektedir. Örneğin balıkçılık ve balina avcılığı konusunda sadece avlanma, düzenleme ve denetleme gibi konularda değil, bu konular dış politika alanına girdiğinde Japon Balıkçılık Ajansı etkili olabilmektedir. Veyahut dış ticaret söz konusu olduğunda MIPRO ve JETRO gibi kuruluşlar dış politikaya etki edebilmektedirler. Konu kamu diplomasisi olduğundaysa son yıllara kadar MOFA neredeyse tek karar alıcı olmuştur. Bu durum son zamanlarda Shinzo Abe ile

değişmeye başlamıştır. Eğitim değişim programlarının planlaması MOFA tarafından yapılırken işlerin yürütülmesini Japon Eğitim Bakanlığı- MEXT (Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology) yapmaktadır. Dünya genelindeki dil öğrenimi ve kültürel faaliyetlerin ana yürütücüyse Japan Foundation'dır. Uluslararası yayıncılık NHK tarafından yapılırken, TİKA benzeri bir kuruluş olan JICA ise alt yapı, sağlık, arama-kurtarma ve tarım eğitimi gibi faaliyetleri icra etmektedir. Daha detaylı bakmak için her kurumu kendi başlığı altında ele almak gerekir.

4.3.1. Dışişleri Bakanlığı (MOFA)

Naoyuki (2008: 225) kamu diplomasisinde MOFA'nın ana karar alıcı olduğunu iddia etse de makaleyi yazdığı dönemden sonra bu durumun değiştiği görülmektedir. Başbakan Abe 2006 yılında dış politikada MOFA'nın değil Diet'in daha aktif olması gerektiğini savunmuş fakat bir yıllık iktidarında bunu başaramamıştır. 2012 yılında yeniden Başbakan olmasıyla dış politikada ve kamu diplomasisinde seçilmişlerin ağırlığı artmıştır. Özelde ise Abe'nin ağırlığı hissedilmektedir. Abe dış politikada ağırlığını hissettirmektedir. Seçilmesiyle birlikte dile getirdiği "Japonya geri döndü" ve ekonomide kendi yaklaşımıyla adlandırılan "Abeonomics" gibi yakıştırmalar, tüm dış politikanın Abe üzerine kurulmasına neden olmaktadır. Sempatik ya da karizmatik karakterler üzerine kurulan kamu diplomasisi, döneminde fayda sağlasa da bu fayda liderin değişmesiyle ortadan kaybolmaktadır. Aynı durumun Türkiye'de Erdoğan için geçerli olduğu söylenebilir. Oysa kamu diplomasisinin sağlam temeller üzerine kurulması gerekir. Çünkü uzun vadede meyve veren bir yapısı vardır. Bu açıdan düşünüldüğünde MOFA'nın ya da dünya genelinde düşünüldüğünde Dışişleri bakanlıklarının karar alıcı konumda olması daha faydalıdır. Günlük çıkarları ve kısa vadeli sonuçları hedefleyen seçilmişlerin, devlet politikası haline gelmesi gereken kamu diplomasisi uygulamalarına olumsuz etkisi dokunabilmektedir.

MOFA dünya genelinde 189 büyükelçilikte kamu diplomasisi çalışmalarını izlemektedir. 2004 yılında Japon dış politikasında ilk kez kamu diplomasisi tabirinin resmi olarak kullanılmasından sonra 400 milyon dolar bütçeyle MOFA bünyesinde Kamu Diplomasisi Departmanı kurulmuştur (Hayden, 2012: 79). Departmanın amacı artık tüm gelişmiş ülkelerde kullanılmaya başlayan kamu diplomasisinin Japonya tarafından da kullanılması olarak açıklanmıştır. Buna göre uluslararası halkla ilişkiler, değişim programları ve kültürel faaliyetlerin koordine içinde yürütülmesi planlanmıştır.

Japonya 1934 yılında Batılı devletler haricinde ilk kez değişim programı organize eden ülke olmuştur (Ogawa, 2009: 273). Değişim programlarına bu kadar erken başlayan Japonya'nın en önemli değişim programı 1987 yılında hayata geçen JET (The Japan Exchange and Teaching Programme) programıdır. En az lisans derecesi gerektiren programdan her yıl 5000 kişi faydalanmaktadır (JET Programme). Japonya diğer değişim programlarında olduğu gibi bunda da Japonca şartı koşmamaktadır. Japonya'nın kamu diplomasindeki en büyük engel dil sorunu olagelmıştır. Yaygın olmaması ve zor öğrenilmesi nedeniyle Japonca ile kamu diploması yapabilme imkânı kısıtlıdır. Değişim programlarında olduğu gibi uluslararası yayıncılıkta da İngilizceyi tercih etmektedir. Kültürel yayınlarda yine İngilizce kullanılmakta, bu ise yumuşak gücün tesisinde çok büyük rol oynayan dilin (Japonca) bir kenara atılmasına neden olmaktadır. Yabancı öğrenci konusunda İngilizce eğitim veren bölüm sayısı yetersiz olduğu için sadece Japonca eğitim veren kontenjanlar açılmakta, bu bölümleri ise Japonca'yı daha kolay öğrenebilen Asya ülkelerinden öğrenciler tercih etmektedir. 2016 yılı itibarıyla ülkede bulunan 130 bin yabancı öğrencinin 100 binini Çin ve Kore gibi komşu ülkeler oluşturmaktadır (Snow, 2016: 12). Google trends tablosu da bu durumu teyit eder niteliktedir. Önde gelen bir Japon üniversiteyle ilgili en çok arama Singapur, Hong Kong, Güney Kore, Çin ve Malezya tarafından yapılmıştır.

Japonya da Türkiye gibi İngilizce eğitiminde sorunlu olan ülkelerden biridir. Dünya çapında geçerliliği olan İngilizce yeterlilik sınavı TOEFL verileri baz alındığında Japonya'nın Türkiye gibi arka sıralarda yer aldığı görülmektedir. Gelişmiş ülkelerin 90 üzeri ortalamaya sahip olduğu raporda Japonya 71, Türkiye ise 78 ortalamaya sahiptir (TOEFL, 2017: 13). Yetkin bir İngilizceye sahip olmayan eğitim kadrosu durumu daha da zorlaştırmaktadır.

Japonya'nın yabancı öğrenci çekmedeki bir diğer sorunu yaşam pahalılığıdır. Değişim programları için ayrılan bütçe sınırlı sayıda öğrenciyi kapsamakta, geri kalanlar kendi imkânlarıyla geçimini sağlamak zorunda kalmaktadır. Devlet burslarıyla desteklenen yabancı öğrenci oranı yalnızca %10'dur (Akiyoshi, 2008: 58). Oysa genelde Asya ülkelerinden gelen öğrenciler için bu büyük bir engeldir. Değişim programlarına bu kadar önem veren, yansıtmadansa sunma kültürüyle yabancıları ülkesine çekmesi gereken Japonya için değişim programlarının önemi yadsınamaz. Hatta pek çok Japon diplomat, kamu diploması için genel anlamda “değişim” tabirini kullanır (Cull, 2009: 21). Bu açıdan bakıldığında Japonya'nın hem üniversitelerde İngilizce eğitim veren bölümlerin sayısını hem de burs verdiği yabancı öğrenci sayısının artırması gerekmektedir. Milli gelire göre kıyaslandığında

yine Türkiye, Japonya'dan çok daha fazla sayıda öğrenciye burs vermektedir. Fakat İngilizce eğitim veren program bakımından aynı sıkıntı Türkiye için de geçerlidir.

4.3.2. Japan Foundation

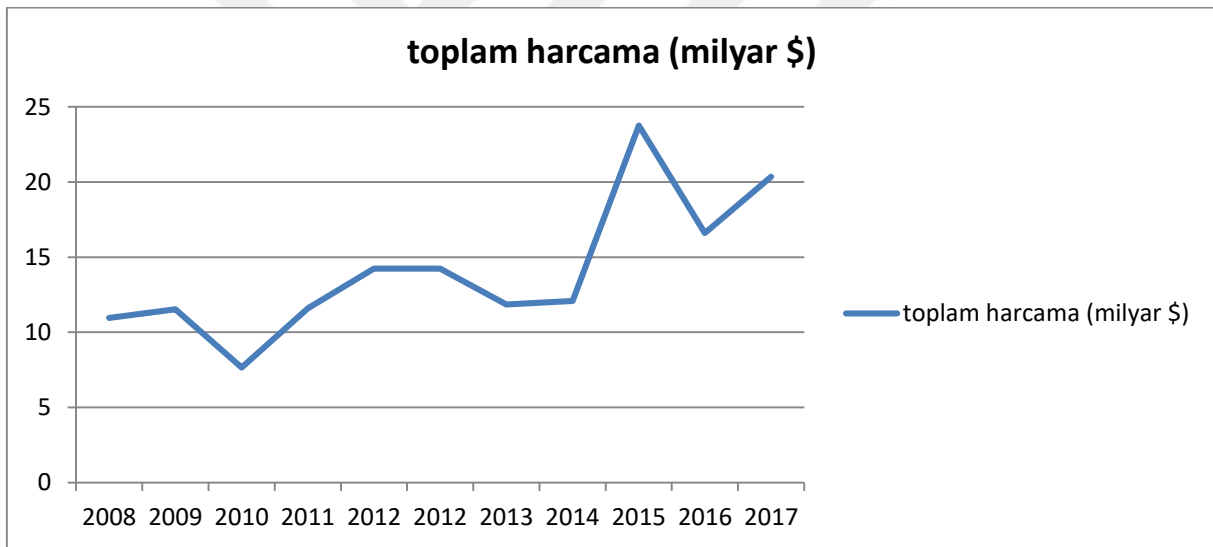
Kökenleri 1934'te kurulan Kokusai Bunka Shinkokai- KBS'ye dayanan Japan Foundation ya da Türkçe adıyla Japon Vakfı 1972'de Japon kültürünü dünyaya yaymak amacıyla kurulmuştur. KBS ağırlıklı olarak bir propaganda aracı olarak çalışmış ve İmparatorluğun hedefi olan “Büyük Doğu Asya Ortak Refahı Alanı”nı amaçlamıştır (Hayden, 2012: 80). Bunun için kitaplar ve filmler yayınlayarak bölgeye dağıtmıştır. Japan Foundation yeni dönemde propagandayı değil kamu diplomasisini tercih etmiştir. Üniversite eğitimi değişim programlarından farklı olarak daha geniş bir halk kitlesine değişim imkânı sunmaktadır. Bunlar kültürel ve mesleki değişim programları yanında entelektüellere yönelik programları kapsar. Bundan başka Japonca dil öğretimi programlarını ve kültürel tanıtım konularından da vakıf sorumludur. Büyük bir bütçeye sahip olan vakıf, Kamu Diplomasisi Departmanının bütçesinin yarısını doğrudan alır (Naoyuki, 2008: 226). Kurum MIPRO ve JETRO gibi Japon idari yapılanmasına has Bağımsız İdari Kurum (Independent Administrative Institution) olarak geçer. Bu tür kurumlar bütçelerini devletten alırken, bu bütçeleri nasıl harcayacaklarına kendileri karar verir.

Vakıf, misyon olarak karşılıklı anlayış ve dostluğun kültür ve diyalog yoluyla sağlanmasını benimsemiştir. 2018 yılında bu amaçla 120 ülkede Japonca dil eğitimi vermiş bonzai tasarımı, origami, Japon filmleri gösterimi gibi kültürel faaliyetler için 1,6 milyar dolar harcamıştır (2017-2018 Faaliyet Raporu, 35). Dünya çapında 25 ülkede şubesi bulunan vakfın Türkiye'de şubesi yoktur. Vakıf tüm dünyada işlettiği dil kursları ve kütüphanelerden başka 2015 yılında kurduğu Japan Houses ile kültürel tanıtımına devam etmektedir. Şimdilik sadece Londra, Sao Paulo ve Los Angeles'te kurulan evler, yabancı halklara Japon kültürünü, estetiğini, el sanatlarını ve mutfağını daha yakından tanıtmayı amaçlamaktadır. Fakat bulundukları metropollerin en seçkin caddelerinde yer alan evler pahalı menüleri ve hediyelik eşyalarıyla sadece elit bir kesime hitap etmektedir. Snow (2016: 14) zaten evlerin Konfüçyüs Enstitüleri gibi çok kişiye ulaşmayı amaçlamadığını, yükselen Çin ve Güney Kore kültürüne bir yanıt verdiğini belirtir. Japonya rekabetin arttığı komşuları arasından sıyrılmak için bir yandan kamu diplomasisi harcamalarını artırırken bir yandan da etkinlikleri çeşitlendirerek farklı olduğunu göstermeye çalışmaktadır. Daha fazla yabancı kamuoyunu yanına çekmek için verilen bu mücadele artarak devam edeceğe benzemektedir.

4.3.3. JICA

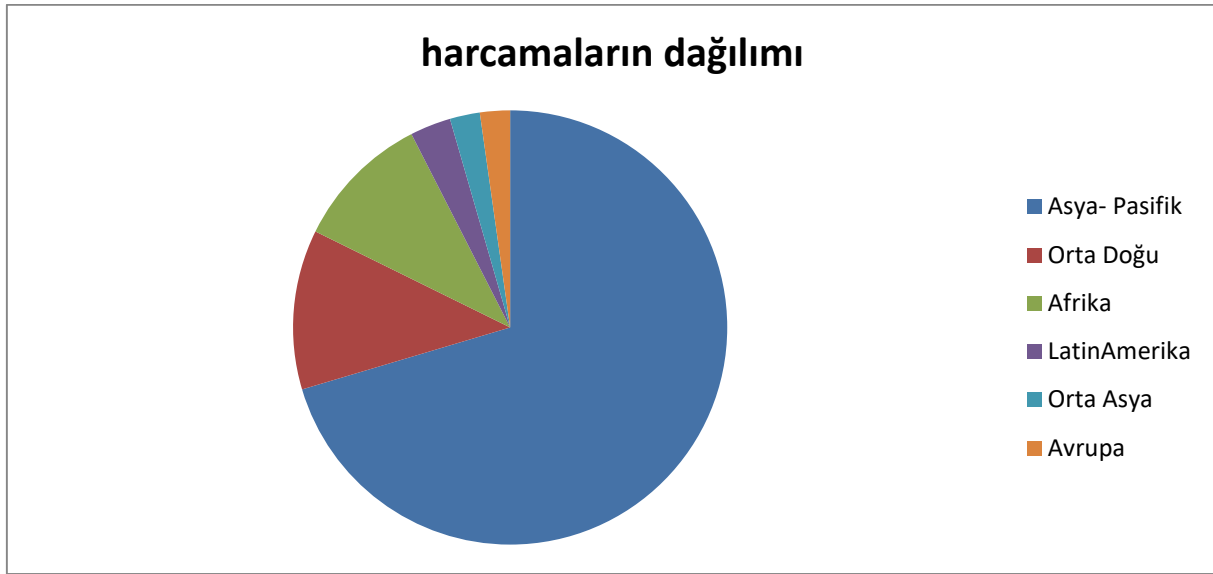
Japonya Uluslararası İş birliği Ajansı- JICA (Japan International Cooperation Agency) da Japan Foundation gibi Bağımsız İdari Kurum olarak geçer. Türkiye'nin TİKA, ABD'nin USAID kurumlarının karşılığı durumunda olan JICA, 1962 yılında kurulan Japon Denizaşırı Teknik İş birliği Kurumunun- OTCA devamı niteliğindedir (Akçay, 2012: 22). Bu haliyle 1970'li yıllarda Avrupa ülkeleri tarafından kurulan emsallerinden daha eski bir kurumdur. Kurum misyonunu kalkınma iş birliği sayesinde insanlığın güven ve refahının artırılması şeklinde tanımlamıştır. ODA yardımları kapsamında yer alan JICA faaliyetleri arasında teknik yardım, kalkınma kredi desteği, halk sağlığı ve su kaynağı bulma gibi destekleri yanında afet ve savaş bölgelerinde arama- kurtarma çalışmalarına da katılmaktadır. Kurumun son on yıllık kredi, yatırım desteği, teknik iş birliği ve hibe miktarları aşağıdaki grafikte görülebilir:

Grafik 13: JICA Son 10 Yıl Toplam Harcama



Kaynak: JICA Faaliyet Raporu, 2018: 16.

Grafik incelendiğinde JICA yatırımlarının 10 milyar dolar seviyesinden 20 milyar dolar seviyesine kadar çıkarak iki kat arttığı görülmektedir. Bu harcamaların içinde personel ve idari giderler yer almamaktadır. Japonya'nın kamu diplomasisini anlamak adına yardımların bölgelere göre dağılımını irdelemek daha açıklayıcı olacaktır. Aşağıdaki pasta grafik, bölgelere göre yüzdelik dağılımı vermektedir:

Grafik 14: 2018 JICA Harcamaları Dağılımı

Kaynak: JICA Faaliyet Raporu, 2018: 20-32.

Dağılıma bakıldığında Asya-Pasifik ülkelerinin açık ara pastadan daha fazla pay aldığı görülmektedir. Bu bölgeler içinde ağırlığı Endonezya, Malezya, Kamboçya, Filipinler, Vietnam ve Tayland gibi ülkeler oluşturmaktadır. Yine bu ülkeler Japonya'nın en fazla hammadde temin ettiği ve ithalatlarında en fazla yere sahip olanlarıdır. Japonya'nın bu tutumu mütekabiliyet yaklaşımıyla açıklanabilir. Japonya ne kadar alıyorsa o kadar vermektedir. Japon dış yardımları konusunda da işlendiği üzere, Japonya dış ticaretinde karşılıklı kazanç anlayışına önem vermekte ve dış politikasını da buna göre belirlemektedir. Harcamalarda ikinci sırada yer alan Orta Doğu ülkeleri aslında nüfusa oranlandığında Asya-Pasifik ülkelerinden daha fazla pay edinmiştir. Afrika ülkelerine yapılan harcamalar üçüncü sırada yer alırken bunu en az harcamayla Latin Amerika, Orta Asya ve Avrupa ülkeleri izlemiştir. Mütekabiliyet yaklaşımı açısından bakıldığında Japonya'nın en zayıf (hatta sıfır ortaklık) dış ticaret ortağı olan ülkelere çok az ya da sıfır JICA yatırımı gönderdiği anlaşılmaktadır. Bunlara örnek Orta Asya'da Türkmenistan ve Kazakistan gösterilebilir. Afrika kıtasındaysa Nijer, Eritre, Gabon ve Orta Afrika Cumhuriyeti gösterilebilir. Latin Amerika'da pek çok geri kalmış ülke için düşük harcamalar yapılmıştır. Yine Moldova, Gürcistan ve Ermenistan gibi Japonya ile ikili ticari ilişkileri olmayan ülkeler JICA yatırımı görmemiştir. Japonya'nın harcamalarının komşu ülkeler de yoğunlaşması bölgesel bir güç olduğunun delilidir. ABD'nin tüm dünyayı kapsayan USAID harcamaları bir küresel güç olduğuna delilken hegemonik bir yaklaşımla açıklanabilir. TİKA'nın Soğuk Savaş sonrası dönemde yoğunlaşan Orta Asya yardımlarını kimlik yaklaşımıyla açıklamak mümkündür. Hegemonik kaygıları olmayan

Türkiye bu dönemde “Türk Devleti” kimliğiyle bu bölgeye odaklanırken AKP döneminde etkin olan “Müslüman” kimliğiyle Orta Asya’dan Afrika ve Orta Doğu’daki Müslüman ülkelere kaymıştır. Japonya ise kamu diplomasisini merkantilist anlayış ve mütekabiliyet yaklaşımıyla ele almaktadır.

4.3.4. NHK

Japon Yayıncılık Kurumu- NHK (Nippon Hoso Kyokai) 1925 yılında radyo yayıncılığına başlasa da uluslararası yayıncılığa başlayarak kamu diplomasisine konu olması 1935 yılı itibariyledir (NHK, 2019). 1953 yılında televizyon yayıncılığına başlayan kuruluş ilk uluslararası yayını 1963 yılında yapmıştır. İngilizce yayın hayatınaysa 1995 yılında başlamıştır. NHK’in misyonu “tarafsız ve doğru haber yanında kaliteli içerikle dünyaya ulaşarak karşılıklı anlayışın geliştirilmesi” olarak tanımlanmıştır. Gerçek Japonya’yı tanıtmada iddiasında olan kuruluş, CNN’de yer almayan şeylerin duyurulmasını amaçlamaktadır (Elliot, 2009). BBC, VOA ya da El-Cezire kadar etkili olmasa da özellikle verdiği bölge haberleri nedeniyle takip edilmektedir. NHK’in bu durumu El-Cezire ile benzerlik gösterir. Her ikisi de küresel haberlere yer verdiklerini söyleseler de bazı bölgelere ağırlık verdikleri görülmektedir. El-Cezire bir gün içinde girdiği 54 haberin 20’sini Orta Doğu bölgesine ayırırken, NHK’in girdiği 34 haberden 22’si Asya-Pasifik bölgesine aittir. Haber yayıncılığında sadece doğru haber yapmak değil, neyin nasıl haber yapılacağı da önemlidir. “Çerçeveleme” (framing) olarak adlandırılan bu işlem, olaya hangi açıdan bakıldığı olarak tanımlanabilir. El-Cezire ve NHK’in yayıncılığı bu yönüyle önemlidir. Çoğu zaman göz ardı edilen bölgeye ilişkin haberlerin dünya kamuoyuna yansıtılması görevini yerine getirmektedirler. Türkiye’de söylenegelen “İstanbul’a kar yağmadıkça, Türkiye’ye kar yağmaz” sözünde olduğu gibi merkez konumda olmayan yerlerle ilgili haberler arka planda kalabilmektedir. NHK’in bölgesel ağırlıklı yayın yaptığına bir diğer delil, İngilizce yayın yapmasına rağmen ağırlıklı olarak bölge ülkeler tarafından takip edilmesidir. Google trends’de yer alan son beş yıllık “NHK” terimi aramalarına bakıldığında Tayland, Hong Kong, Endonezya, Güney Kore ve Singapur’un ilk beş sırada yer aldığı görülmektedir. Yalan haberin artık çok çabuk ortaya çıkması nedeniyle özellikle bu yola artık kuruluşların çok tevessül etmediği görülmektedir. Fakat “framing” kapsamında yapılan yanlış haberlere ya da görmezden gelmeye rastlanabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında NHK’in muadilleri olan BBC ya da Deutsche Welle kadar cesur olduğu iddia edilemez. BBC hükümeti yeren haberlere yer verdiği gibi İngiliz toplumuna ya da devletin saygınlığına zarar verebilecek haberlere de yer verebilmektedir. Deutsche Welle’nin yakın zamanda Başbakan Angela Merkel’in canlı

yayında 3 farklı zamanda titremesini haber yapabilmesi gibi bir durum NHK için söz konusu değildir. Yine Japon kültürüyle alakalı olan bu durumda, ülke liderlerine saygı ve ulusun itibarına gölge düşürmeme çok büyük önem arz etmektedir. Öyle ki çalışmanın yazarı uzun yıllardır arkasından Japon devleti olduğunu bilmeden NHK izlemiş ve Japon halkı ve Japon devlet yönetimi hakkında olumlu duygular geliştirmiştir. Neyin haber yapılamayacağı konusunda Japon hükümetini zora sokabilecek ve Japon halkının saygınlığına gölge düşürebilecek konular gelmektedir. *Times*'in ele geçirdiği kuruluşun iç yazışmasına göre Nankin Katliamı ya da Esir Hayat Kadınları (EHK) sorununa referans olabilecek konulardan uzak durulması bildirilmiştir (The Times, 2014).

NHK'in editöryel özerkliği halen tartışılıyor olsa da özellikle bölge ülkeleriyle ilgili verdiği haberler nedeniyle etkili bir konumdur. Bunun haricinde yayınladığı kültür yayınları ile Japon yumuşak gücünü dünyaya aktarabilme fırsatı yakalamaktadır. Japon ileri teknolojisi, bilime verdiği önem, Japon halkının yaşayışına ilişkin olumlu anlatılar ve doğasına ilişkin detaylar hem Japonya'ya olan ilgiyi artırmakta hem de dünya kamuoyunda Japonya hakkında olumlu bir imaj oluşturulmasını sağlamaktadır.

Sosyal medya açısından duruma bakıldığında Japonya'nın devlet kurumları olarak özellikle internet kullanımına erken geçen ülkelerden biri olduğu görülmektedir. Dışişleri Bakanlığı her yıl yayınladığı *Diplomatic Bluebook*'ta internet kullanımına vurgu yaparken, bakanlık birimlerine ve kamu diplomasisi uygulayan kurumlara internet sitelerini güncel tutmayı ve sosyal medya araçlarını etkin bir şekilde kullanmayı salırlar. Türkiye ve ABD için yapılan twitter açısından sosyal medya kullanımını Japonya için de tablolastırmak gerekirse aşğıdaki gibi bir sahne karşımıza çıkmaktadır:

Tablo 14: Japonya'da Seçili Twitter Hesaplarında Etkinlik Durumu (2019 Temmuz verileri)

	Takipçi sayısı	Günlük ortalama tweet sayısı	Ortalama re-tweet sayısı	Enteraktif/ pasif
@AbeShinzo	1,4 milyon	2	1950	Pasif
@MofaJapan_en	63.000	2	12,7	Pasif
@NHKWORLD_News	36.600	35,6	7,25	Pasif

Tabloya bakıldığında Başbakan Abe'nin takipçi sayısının Başkan Trump'a oranla çok düşük olsa da nüfusa oranlandığında Türkiye ile aynı olduğu görülmektedir. Abe karşılaştırılan iki ülkenin liderinden de daha az tweet atmaktadır. Yine ortalama re-tweet açısından bakıldığında Trump'tan çok düşük olsa da Erdoğan'dan çok yüksektir. Abe de diğer tüm hesaplar gibi yanıtlara karşılık vermemektedir. MOFA hesabının Türk Dışişleri Bakanlığı hesabı kadar takipçisi vardır. Etkinlik açısından zayıf olan hesap yanıtlara karşı pasiftir. NHK'in twitter hesabı üç ülke arasında en başarısız olanıdır. Takipçi sayısı bir haber hesabı için çok düşükken günlük girdiği ortalama haber sayısı da diğer uluslararası yayıncılık kuruluşlarından düşüktür. Ortalama re-tweet sayısı karşılaştırılan her üç ülke için hemen hemen aynıdır.

4.4.Uluslararası Sorunlarda Kamu Diplomasisi Uygulaması

Japonya'nın uluslararası arenada başını en çok ağrıtan sorun olarak İkinci Dünya Savaşı sırasında yaşanan savaş suçları gelir. Bunlar arasından Nankin Katliamı, EHK ve Unit 731 en başta gelenleridir. Savaş suçları konusu açıldığında akla en başta savaştan mağlup ayrılan Nazi Almanyası'nın, Faşist İtalya'nın ve Japonya'nın suçları gelir. Oysa savaş galiplerinin bütün bu savaş dönemi boyunca suç işlemediklerini düşünmek ahmaklıktır. Afrika atasözündeki gibi “Aslanlar yazmayı öğrenene kadar bütün hikâyeler avcıyı yüceltecektir”. Öte yandan Almanyası'nın Japonya'ninkinden çok daha kabarık bir dosyası olmasına rağmen bunu komşularıyla ilişkilerinde bir sorun olmaktan çıkarabilmiş olması akıllı bir dış politika izlemiş olmasında gizlidir. Almanyası, ABD'nin Ebu Gureyb olayında olduğu gibi bir günah keçisi seçmiş ve tüm savaş suçlarını ona yüklemiştir. Bunlar başta Hitler olmak üzere Nazilerdir. Ayrıca devlet düzeyinde özür dileyerek tazminat da ödemiştir. Alman Başbakan Willy Brandt'ın Varşova'daki soykırım anıtında diz çöküp kayıpları anması, Almanyası'nın hatasından pişman olduğunu en üst düzeyde kabulü anlamına gelmiştir. Japonya ise yine kültürü gereği vatani için ölenlere –suçlu dâhi olsa- kötü yakıştırmalarda bulunmaz. Öyle ki Japonya tarihi boyunca hükümeti yıkmak için devrim yapmaya kalkan askerler dâhi kahraman olarak anılır ve kabirleri ziyaret edilir. Çünkü Japonlar bu insanların daha iyi bir Japonya hayaliyle canlarını feda ettiklerini kabul eder. Singapur Başbakanı Lee Kwan Yew, Japonya'nın Almanyası gibi açıkça suçlarını kabul edip nedamet getirmediğinden yakını (Cooney, 2007: 44). Bunun yerine konu açıldığında hemen üstünü kapatmaya çalışmaktadır. Japon yetkililerin yaklaşımı en açık ifadesiyle Japonya'nın eski ABD büyükelçisinde görülmektedir. Elçi 1998 yılında Nankin Katliamı için “Eğer biraz daha dayanırsak İkinci Dünya Savaşını yaşamış herkes ölmüş olacak. Sonra da bu konular kapanır zaten” demiştir

(Ibid, 53). Fakat halen süregelen tartışmalara bakılırsa durumun hiç de öyle olmadığı anlaşılmaktadır.

Japonya'nın bu konular hakkında bu kadar hassas davranması aslında yine kendi aleyhine dönmektedir. Örneğin 2013 yılında Kaliforniya Glendale'da dikilen EHK Anıtına çok büyük tepki göstermiş ve anıtın kaldırılması için mahkemeye başvurmuştur (Japan Times, 2017). Fakat bu durum hem bölgede yaşayan Koreliler hem de Amerikan halkı tarafından tepki görmüştür. Koreliler acılarının sembolize edilmesine dâhi katlanılmadığına tepki gösterirken, Amerikalılar Japonya'nın yaptığı fikir hürriyetine karşı çıktığı için tepki göstermiştir. 2018 yılına kadar süren davada Anayasa Mahkemesi anıtın yerinde kalmasına karar vermiştir. Japonya tüm bu dönemde daha fazla tepkiyle uğraşmak zorunda kaldığı gibi, küçük bir şehirde dikilen anıttan tüm dünya haberdar olurken pek çok kişi ilk defa EHK hakkında bilgi sahibi olmuştur.

Japonya'nın uluslararası sorunlarda kamu diplomasisi uygulaması açısından ele alınan EHK sorununa kısaca değinilecek olursa, Japonya İkinci Dünya Savaşı sırasında askerlerine moral ve motivasyon sağlamak amacıyla işgal ettiği bölgelerde genelevler açmış ve buralarda ağırlıklı olarak Koreli olmak üzere bölgeden esir aldıkları kadınları zorla çalıştırmıştır. Hem mağdurların hem de durumu itiraf eden Japon askerlerin tanıklığı yaşananların gerçekliğine delalet etmektedir. Zaten Japon hükümeti yaşananları inkâr etmemektedir. NHK başkanı Katsuto Momii bugün yadırgansa da o dönemde askeri genelevlerin Fransa ve Almanya tarafından da işletildiğini iddia etmektedir (Taipei Times, 2014). Taya H. Cook ve Theodore F. Cook (2000: 192, 432) olayla ilgili kişisel tanıklıklar üzerinden yaptıkları araştırmayı kitaplaştırarak yayınlamışlardır. O günlere tanıklı eden Japon askerler, boyunları beyaza boyalı Koreli kadınların zorla seks işçisi olarak çalıştırılmak üzere getirildiğinden bahseder. Yine Japonya'nın çalışma kamplarından kaçan Koreli bir erkek Mançurya'da Japon idarecilere ve askerlere hizmet veren genelevlerden bahseder. Mançurya Harbin'de kurulan Unit 731'de görev yapmış bir Japon teknisyen de daha önce tanıştığı ve kendisine hastalandığında yardım ettiği için savaş sonrasında aradığı bir Haruko'dan bahseder (Gold, 1997: 110). Haruko özellikle Kore'den getirilen kadınlara verilen addır. Japonya'nın suçlandığı bir başka konu olan Unit 731'de esirler üzerinde zorla insanlık dışı bakteriyolojik deneyler yapıldığı, EHK'ların da zührevi hastalıklar nedeniyle son zamanlarında buraya getirilerek kobay olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır. Birimi yöneten komutanlar ve deneyleri yapan "bilim adamları" savaş sonrası tutuklu bulundukları hapisanelerde duruşmaya çıkmadan intihar etmişlerdir (Felton, 2017: 99, 119).

Sorunun en başta günümüze kadar taşınmış olması, zamanında çözüme kavuşturulmamış olmasıyla alakalıdır. Savaşın bitiminden hemen sonra yapılan antlaşmalarda Japonya'nın vereceği savaş tazminatı ve özür dileme gibi detaylar konuşulmamıştır. Japonya'yı işgal altında bulunduran ABD ise Soğuk Savaşta müttefik yapacağı için Japonya'dan planlanandan 12 yıl önce çıkarak San Francisco anlaşmasını imzalamıştır (Cooney, 2007: 33). Çözümlemeden bugüne kadar gelen sorunlar sıkça dış politikada Japonya'nın karşısına çıkmaktadır. Coombs'un uyarladığı kamu diplomasisinde sorun yönetimi açısından ele alınacak olursa Japonya'nın soruna yanıt stratejisi "telafi edici eylem"dir. Japonya resmi olarak özür dilemese de sorumluluğu kabul ediş seviyesi yüksek düzeydedir. Kamu diplomasisi açısından hasarı onarmak için adımlar atmakta ve sorunun yeniden ortaya çıkmasını önlemeye çalışmaktadır. Yurtdışına yardım amaçlı dâhi asker gönderirken çevre ülkelerin tehdit algılamasından çekinmektedir. Hasarı onarmak için 1954 yılından itibaren ikili anlaşmalarla verdiği tazminatlardan bahsedilmiştir. Soruna yaklaşımda Japonya'nın yine etkin bir çek defteri diplomasisine yöneldiği görülmektedir. Konuların kapatılması karşılığında davacı ülkelere tazminat, doğrudan yardım ve kredi gibi imkânlar sunmaktadır. Yanlış olan yaklaşımı, resmi bir özür dilemeden ve nedamet getirilmeden olayların üstünü kapatabileceğini düşünmesidir. Bir Japon yetkilinin konuyu yakın zamanda gündeme getiren Güney Kore'ye tepki gösterirken "Para istediler verdik, daha ne istiyorlar. 1965 tazminatlarını aldılar işte" demesi Japon yönetiminin duruma yaklaşımı hakkında bir fikir vermektedir (Taipei Times, 2014). Bölge ülkelerininse durumu istismar etmeye başladıkları anlaşılmaktadır. Bahsedildiği üzere pek çok ülke 50'li ve 60'lı yıllarda tazminat almalarına rağmen, dönem dönem yeniden bu sorunları ortaya atmaktadırlar. Eğer öze önem verdiklerini söylüyorlarsa bunu tazminat alırken ek şart olarak belirtmeleri gerekirdi. Snow (2016: 11) Japonya açıktan geçmişiyile yüzleşse Çin ve Kore'nin bu sorunları siyasi çıkar olarak kullanmasından kurtulacağını belirtir. Nitekim Japon halkı da artık bu sorunlardan sıkılmıştır. Özellikle genç halkın soruna yaklaşımı daha çözüm odaklıdır. Japonya'daki yaşlı kesim %72 oranında özür dilemeye karşı çıkarken, genç elitlerin %96'sı Japonya'nın içten ve resmi bir özür dilemesi gerektiğini düşünmektedir (Cooney, 2007: 193). Özür dilemeye direnen Japonya'nın ise Asya'da karşılıklı güvenin çok büyük önem arz ettiği kamu diplomasisi yürütmesi zorlaşmaktadır.

4.5.Değerlendirme

"İhraç et ya da öl" sloganında da görüldüğü gibi Japonya dış ticaretine çok büyük önem vermektedir. Tarihsel olaylara dayanan bu algı, Japonya'yı diğer Asya ülkelerinden

ayırmaktadır. Çünkü Asya ülkelerinin birçoğu sömürgeciliğe maruz kalırken, Japonya endüstrileşmiş ve bir Batılı devlet olmuştur. Uluslararası arenada bir “esnaf” konumunda olan Japonya dünya devletleriyle ilişkilerinde de buna uygun olarak davranmaktadır. Japon kamu diplomasisi de bu çerçevede şekillenmiştir. İhracat o kadar önemlidir ki herhangi bir devlet harcamasının ihracat odaklı olmaması söz konusu değildir. Öncelikle yakın çevresi ilk dış ticaret ortağı olmakla beraber, Japon mallarını dünyanın en ücra köşelerinde dâhi görmek mümkündür. Japonya’nın yakınlık kurduğu ülkelerle dış ticareti ve hammadde teminin arasında dikkat çekici paralellik de buna işaret etmektedir. En büyük petrol sağlayıcılarından olan Orta Doğu ülkeleri ile arayı iyi tutması yine bu yaklaşımın sonucudur. Japonya, çatışmadan ve çatışmalara taraf olmaktan kaçınmakta, sorunlarını da esnaf mantığıyla halletmekte: çözümü satın almaktadır. Dış yardım sağladığı ülkelerin enerji ve hammadde sağlayıcı ülkeler olması veya ihracat ilişkileri geliştirmiş olduğu ülkeler olması kamu diplomasisi yaklaşımında mütekabiliyet anlayışına sahip olduğunu göstermektedir. Savunma alanına ve küresel sorunlara yapması gereken harcamaları ticarete kanallanmış olması, dünya ekonomisinde ön saflarda yer almasını sağlamıştır. Fakat Batılı devletler kendi liginde gördükleri Japonya’dan küresel sorunlarda sorumluluk almasını istemektedirler. Çek defteri diplomasisinin bir yere kadar olduğunu, sadece para ile değil insan gücüyle de çözüme katkıda bulunmasını beklemektedirler. Bu amaçla Japonya özellikle SDF’yi yurtdışı arama-kurtarma çalışmalarında kullanmaya başlamıştır. ODA yardımları yanında JICA aracılığıyla geri kalmış ülkelere verdiği teknik, altyapı, eğitim ve sağlık desteği hem küresel kalkınmaya hem de Japonya’nın yumuşak gücüne katkı sağlamaktadır. Japonya’nın kamu diplomasisindeki en başarılı olduğu nokta savunmaya değil, ilişki kurmaya dayalı bir politika izlemesinde gizlidir. Başının en çok ağrıtan tarihi sorunlarda dâhi inkâr ve savunma yoluna gitmektense olayın üstünü kapatma yoluna gider. Bu amaçla tazminat verme, kredi verme, JICA yardımı gönderme, doğrudan dış yatırım gibi araçları kullanmayı tercih etmektedir.

Japonya’nın kamu diplomasisindeki en büyük handikabı ise özellikle tarihsel sorunlar yaşadığı Asya ülkelerinde yumuşak gücünün sınırlı olmasıdır. Kötü anıları olmayan ülkeler Japon sanayi ve kalkınma hikâyesine hayranlıkla yaklaşırken, eski acılarını unutamayan komşuları aynı şeyi düşünmemektedir. Kültür açısından benzerlikler göstermesi nedeniyle Japonya’nın geleneksel ahlak anlayışı nedeniyle atalarını sorgulamaması, bu yüzden resmi bir özür dilememesi bu ülkelerin Japonya’ya güvenmesini zorlaştırmaktadır. Özellikle Çin ve Kore halklarının hafızalardaki Japon imajı hâlâ çok olumsuzdur. Cooney (2007: 128) başından geçen bir olayı anlatarak

Asya'da hâlâ sıcak olan Japon düşmanlığına işaret eder. Tiananmen Meydanında yaşanan olayların ertesinde görüştüğü bir demokrasi hareketi lideri “Yakında Japon iş adamlarını öldüreceğiz! Korkularından bir daha gelip buraya yatırım yapamayacaklar. Çin hükümeti de darda kalacak” der. Cooney “Japon iş adamlarının suçu ne?” diye sorduğunda “Onlar Japon. Sen bilmezsin, onlar şeytandır” şeklinde cevap alır. Bu haliyle Japonya ne kadar çek defteri diplomasisi de yapsa ne kadar kamu diplomasisi de yapsa acı reçete olan resmi özrü dilemedikçe tarihi olaylar Japonya açısından problem olmaya muhtemelen devam edecektir.

Kendisini dünya kamuoyuna tanıtmak isteyen Japonya için kamu diplomasisi hayati önemdedir. Her ne kadar ABD'nin zoruyla 19. yüzyılda dünyaya kapılarını açmış olsa da Japonya hâlâ içine kapanık bir yapıdadır. Mülteci alımına neredeyse tamamen kapılarını kapatmış durumdadır. İnsani olan bu durumdan öte ticari açıdan bakıldığında dâhi düşük doğum oranlarına rağmen yabancı işçi çalıştırılmasına karşıdır. Diğer yandan Japoncanın zor olması ve yaygın bir dil olmaması insanların Japonya'yı daha iyi tanımasına vesile olacak dili öğrenememesine neden olmaktadır. Bu nedenle üniversite eğitiminde Japonya'yı tercih eden öğrenci sayısı çok düşükken, verdiği burs sayısıyla onlara yeterli destekte bulunmamaktadır. Oysa kamu diplomasisinin en önemli uygulama alanlarından biri olan değişim programları verimli bir şekilde kullanılamamış olmaktadır. Yine turizm açısından pahalı bir ülke olması nedeniyle tercih edilmemektedir. Öyle ki yakın zamanda görevli olarak Japonya'ya giden bir arkadaşım, 2 ay boyunca bulunduğu Osaka'dan Başkent Tokyo'ya gidememiştir. Çünkü sadece gidiş-dönüş tren bileti yarı maaşına denk gelmektedir ve değişim programını düzenleyen kuruluş bunu hesaba katmamıştır. İşte bu gibi durumlarda devletin ekonomik katkısı kamu diplomasisi için elzem hale gelmektedir. Önceki sayfalarda da belirtildiği üzere kamu diplomasisi yapmak için gereken şartlardan en önemlisi mali güçtür. Japonya'da kamu diplomasisi üzerine eğitim veren Profesör Snow ile yaptığım görüşmede Japonya'da kamu diplomasisi üzerine enstitü ya da program bulunmadığını, bu konuda tam zamanlı eğitim veren tek kişinin kendisi olduğu bilgisini edindim. Bu gibi dezavantajlarına rağmen Japonya, kamu diplomasisini başarılı bir şekilde sürdürme gelmiştir. Özellikle kamu diplomasisi konusunun otonom bir mantıkla yürütülmesi, bir diğer ifadesiyle kurumlar üzerinden yerleşik bir anlayışla istikrarlı bir politika izlenmesi bu duruma olanak sağlamıştır. Diğer yandan olumsuz hatıraları bulunan yakın komşuları haricinde dünya genelinde Japon geleneksel ve popüler kültürünün kabul görmesi, Japonya'yı kamu diplomasisi açısından avantajlı konuma getirmektedir.

SONUÇ

NATO'nun bile kamu diplomasisi biriminin bulunduğu günümüzde devletlerin kamu diplomasisi uygulamaması neredeyse kaçınılmaz hale gelmiştir. Bazı devletler gelişmiş devletlere öykünerek kamu diplomasisi uygularken, bazılarıysa görünürlük sağlama, uluslararası arenada etkin bir aktör olma veya dış politikada hedeflediği sonuçlara ulaşabilme amacıyla kamu diplomasisi uygulamaktadır. Her devletin kamu diplomasisi uygulama nedeni değiştiği gibi, uygulama yaklaşımı, uygulamada etkili olan kurum, başarılı ve başarısız olduğu alanlar değişmektedir. Giriş bölümünde hipotezler kısmında verilen maddeler çerçevesinde değerlendirildiğinde, demokrasinin yaygınlaşmasıyla birlikte propaganda araçları yerine kamu diplomasisi araçlarının tercih edilmeye başlandığı görülmektedir. Yalan haber yerine çerçeveleme (framing), karşı tarafın hatalarını ortaya çıkarma yerine bunu STK'lar ve uluslararası örgütler aracılığıyla vurgulama, tek yönlü iletişim yerine çok yönlü iletişime yer verme bunun en bariz örnekleridir. Ülkelerin siyasi ve ekonomik çıkar, ulusal itibar ve uluslararası görünürlük amacıyla kamu diplomasisi yaptıkları görülmüştür. ABD küresel egemenliğini devam ettirmek için kamu diplomasisi yaparken, Japonya temelde ihracatının sekteye uğramasını önlemek için yapmıştır. Türkiye bu noktada her iki ülkeden ayrılarak kimlik yaklaşımı çerçevesinde kamu diplomasisi uygulamış, 90'lardaki milliyetçi yaklaşım 2000'lerde yerine İslami bir anlayışa bırakmıştır. Norveç gibi bazı ülkelerin ise görünürlüğünü artırmak amacıyla kamu diplomasisi uyguladığı belirtilmiştir. Türkiye ve Japonya bölgesel güçler olarak yakın çevrelerinde kamu diplomasisi uyguladıkları hipotezi, Türkiye'nin kimlik yaklaşımı ile kamu diplomasisi uyguladığı Somali ve Arakan gibi uzak noktalar çürütürken, Japonya'nın ABD'deki ticari faaliyetlerini veya Ortadoğu'dan enerji teminini korumak için yaptığı kamu diplomasisi uygulamaları çürütmüştür. Bu ülkelerin yakın çevrelerinden başka önemli gördükleri uzak noktalarla da kamu diplomasisi uyguladıkları görülmüştür. ABD ise tahmin edildiği üzere küresel bir güç olarak, küresel çapta kamu diplomasisi uygulamaktadır.

Çalışma konusu kapsamında ele alınan üç ülkenin kamu diplomasisi, aşağıdaki tablo üzerinden karşılaştırmalı bir analize tabi tutulabilir:

Tablo 15: Karşılaştırılan Ülkelerin Genel Kamu Diplomasisi Kıyası

Kamu diplomasisinde	Türkiye	ABD	Japonya
Yaklaşımı	Kimlik	Hâkimiyet	Mütekabiliyet
Etkili olan kurum	Devlet	Karma	Otonom
Başarılı olduğu alan	Kültürel diplomasi	Medya	Çek defteri diplomasisi
Zayıf olduğu alan	Uluslararası yayıncılık	Diaspora	Diaspora
İzlediği strateji	Geçici/ Kısa vadeli	Geleceğe dönük/ Uzun vadeli	Geçmişe dönük/ Retrospektif
Kriz yönetimi	Savunma (Advocacy)	Yaranmaya çalışmak (Ingratiation)	Telafi edici eylem (Corrective action)

Kaynak: Yazarın Çalışması

Tabloya bakıldığında ve çalışma göz önünde bulundurulduğunda Türkiye'nin kamu diplomasisi yaklaşımının "kimlik" temelli olduğu görülmektedir. Çalışmanın varsayımlarından farklı olarak Türkiye bir bölgesel güç olarak sadece yakın çevresiyle değil, kimlik yaklaşımıyla "kendisine yakın" hissettiği uzak coğrafyadaki ülkelerle de ilgilenmiştir. Geleneksel olarak sürdürdüğü "hami" anlayışı burada etkili olmuştur. Kamu diplomasisi yapmaya başladığı yıllarda bir "ağabey" konumunda görüldüğü Sovyetler sonrası Orta Asya'ya yabancı öğrenci kabulü, dış yardımlar ve TİKA yatırımları yoğunlaşırken, AKP döneminden itibaren "Müslüman" kimliğiyle özdeşleşen kamu diplomasisi uygulamaları öne çıkmıştır. Bu yönüyle ağırlıklı olarak Orta Doğu ve Afrika'daki Müslüman ülkeler yanında ülkelerin Müslüman topluluklarına yönelik kamu diplomasisi faaliyetlerinde artış gözlenmiştir. Bu durum kimlik yaklaşımınca makul olsa da kamu diplomasisinin amaçlarına hizmet etmemektedir. Kamu diplomasisinde amaç bir devletin tanınmadığı ya da kötü tanındığı yabancı halklara kendini tanıtmak ve onları kendi yanına çekmesidir. Oysa şimdiye kadar Türkiye'nin kamu diplomasisi yapageldiği ülkeler zaten Türk ya da Müslüman olup hâlihazırda Türkiye'yi tanıyan ve büyük ölçüde Türkiye'nin yanında yer alan halklardır. Bu durum kaynakların verimli kullanılması açısından sorunludur.

ABD'nin yaklaşımı hâkimiyet açısından değerlendirilebilir. Çalışmanın varsayımlarında dile getirildiği üzere bir hegemon olarak ABD'nin kamu diplomasisi uygulama yaklaşımına bakıldığında dünyanın hiçbir coğrafyasını ve topluluğunu ıskalamama çabası götüldüğü görülür.

Dünyanın en ücra köşelerine gönderdiği Peace Corps üyeleri, duyulmamış pek çok dilde süreli radyo ve TV yayıncılığı yapması, pek çok gelişmiş ülkenin göz ardı edeceği geri kalmış ülkelerdeki yıldızı parlayan liderleri IVLP gibi değişim programlarına dâhil etmesi bu çabanın ürünleridir. ABD, Türkiye gibi kimlik yaklaşımıyla dindaş-kardeş mantığıyla kamu diplomasisi uygulamazken, Japonya gibi ihracat öncelikli bir yaklaşım da sergilememektedir. Afrika kıtasında pek çok Müslüman ülkeye kamu diplomasisi uygularken, dış ticaretinde kayda değer bir yeri bulunmayan ülke ve halklara da ulaşmıştır. ABD'nin tüm yeryüzüne ulaşma gayreti kaynaklarının bölünmesine ve son haddine kadar zorlanmasına neden olmaktadır. Ne var ki hakimiyet yaklaşımının kaçınılmaz sonucu budur.

Japonya'nın yaklaşımı her iki ülkeninkinden farklıdır. Kimlik yaklaşımının kesinlikle ters tepeceği Asya toplumlarında bu yöne asla tevessül etmezken, şimdilik hegemonik kaygıları da bulunmamaktadır. Japonya'nın en çok başını ağrıtan konu İkinci Dünya Savaşı sorunlarıyken, en çok önem verdiği konu dış ticaretidir. Bu haliyle Japonya özellikle 1950'li yıllardan itibaren dış ticaretini koruyacak her türlü önlemi almak için kamu diplomasisi uygulama yoluna gitmiştir. Bunda sadece ihracat değil, ithâlât da önemli bir noktadadır. Gıda, hammadde ve enerji açısından büyük oranda dışa bağımlı olan Japonya ulaşım yollarının açık olmasına azami dikkat göstermiştir. Bu amaçla izlediği kamu diplomasisi yaklaşımında müteakabiliyet anlayışı göze çarpmaktadır. Hammadde temininde önemli konumda olan ülkelerle daha sıkı ikili ilişkiler geliştirmiştir. Yine ticari ortağı olan ülkelerle daha fazla JICA projesi geliştirdiği görülmüştür. Uluslararası sorunlarda ise sorunun üstünü kapatmak için tazminat, hibe ve kredi verme gibi çek defteri diplomasisi araçlarını kullanmıştır. Bir anlamda ne kadar alıyorsa o kadar vermiştir.

Karşılaştırılan ülkelerde kamu diplomasisinin uygulanmasında etkili olan kurumlara bakılacak olursa Türkiye'de devletin hem mali hem uygulama hem de karar alma açısından işin merkezinde olduğu görülmektedir. Çok uluslu şirketler ve uluslararası STK'lar açısından zayıf olması ve süregelen bürokrasi ağırlıklı devlet yönetimi anlayışı bu durumda etkili olmuştur. ABD'de ise güçler dengesi yaklaşımıyla açıklanabilecek karma bir sistem söz konusudur. Hem seçilmişler (Başkan ve Kongre) hem de kamu diplomasisi kuruluşları karar alma ve uygulamalarında söz sahibidirler. Çok uluslu şirketler, uluslararası STK'lar ve kamu diplomasisi enstitüleri bu sürece katkıda bulunmaktadır. Japonya'da ise Başbakan Abe dönemiyle birlikte değişmeye başlasa da otonom bir işleyiş vardır. Buna göre kamu diplomasisi uygulamalarında MOFA ağırlıklı konumdadır. Yine Japan Foundation ve JICA bütçeleri kendine ait kuruluşlardır. Kendi geliştirdikleri kamu diplomasisi araçlarını ve

harcama sistemlerini benimseseler de siyasi erkten tamamen bağımsız oldukları söylenemez. Japonya ve Türkiye'nin kamu diplomasisi açısından en büyük sorunları aslında bu yaklaşımdan kaynaklanmaktadır. Kamu diplomasisi uygulamalarında karar alma sürecinin kapalı geçmesi ve çok az katılımın olması farklı fikirlere ve yaklaşımlara fırsat tanınmamaktadır. Yine kamu diplomasisinin konuşulup tartışıldığı uygulamaların verimliliğinin bağımsız bir şekilde irdelendiği platformlar bulunmamaktadır. Bu eksik hem süreç öncesinde hem de süreç sonrasında yetersizliklere neden olmaktadır. Oysa ABD'de bulunan kamu diplomasisi enstitüleri, düzenlenen paneller ve konferanslar, yayınlanan dergi ve bloglar kamu diplomasiinin değerlendirilmesini sağlayan platformlardır.

Türkiye'nin kamu diplomasisi uygulamalarında en başarılı olduğu alan kültürel diplomasisidir. Hem zengin bir kültüre sahip olması hem de emperyal kültürlere gösterilen tepkiden muaf olması bu alanda yol alabilmesini sağlamaktadır. ABD medya alanında çok başarılıdır. Başkan düzeyinde medya ve sosyal medya araçlarının sıkça kullanılması, dışişleri sözcülerinin sıkça yabancı halklara seslenmesi, uluslararası yayıncılıkta hemen her dilde bölgesel yayınlara yer verilmesi, yayıncılığı geliştirecek araçlar ve teknoloji konusunda destek verilmesi bunun en büyük delilidir. Japonya ise çek defteri diplomasisinde çok etkindir. Askeri araçları kullanması anayasaya göre yasak olan Japonya sahip olduğu endüstri sayesinde mali bir güce ulaşmıştır. Sorunların çözümünde de en kolay araç olan parayı kullanmaktadır. Bunlar tazminatlar, hibeler, doğrudan dış yatırım ve krediler olarak gösterilebilir.

Türkiye'nin kamu diplomasisi uygulamasında en zayıf olduğu alan uluslararası yayıncılıktır. Diğer ülkelerden çok daha erken bir tarihte haberciliğe başlamış olsa da uluslararası yayıncılıkta geç kalmıştır. Diğer yandan uluslararası yayıncılıkta özellikle İngilizce yayın yapılması daha iyi sonuç vermekte; bundan daha iyi sonucuysa VOA'nın yaptığı gibi her bölgeye kendi dilinde yayın yapmak vermektedir. Bu ise hem imkân hem yetişmiş eleman hem de altyapı gerektirmektedir. ABD ve Japonya açısından bakıldığında her iki devletin de zayıf olduğu alan diaspora diplomasisidir. Japonya geleneksel olarak çok nadir dönemler haricinde adayı topluluklar halinde terk etmemiştir. ABD zaten topraklarını terk edenlerden kurulduğu için yeniden ülkeden ayrılıp diaspora oluşturacak kadar göç vermemiştir.

Genel anlamda bu üç ülkenin kamu diplomasisinde izlediği strateji ele alınacak olursa Türkiye günü kurtaran bir politika izlemektedir. Siyasi liderin etkin olduğu bu süreçlerde

anlık gelişen olaylara tepki verme ve bunu iç politikada kısa vadede kazanca dönüştürme amacı yatar. Tüm dünyada siyasilerin kamu diplomasisine yaklaşımı kısa vadede gözle görünür sonuçlar elde edilmesi şeklinde olsa da meclis ve bürokrasinin buna müdahalesi görülmektedir. ABD değişim programları sayesinde uzun vadeli ilişkiler kurmaktadır. Verdiği teknik ve askeri eğitimler araç gereç açısından ülkeleri ABD'ye bağımlı hale getirirken ABD yumuşak gücüne de katkıda bulunmaktadır. Yumuşak gücü sayesinde çektiği beyin göçü de yine ABD'nin geleceğine katkı sağlamaktadır. Japonya ise geçmişine saplanıp kalmıştır. Dünya savaşı olayları konusunun açılmaması ve açılırsa da üstünün kapatılması için çabalasa da tarihiyle yüzleşmekten kaçındığı için bu sorunlar peşini bırakmamaktadır. Dış politikasına ve dış ticaretine zarar verebilecek bu konuları kapatmada yumuşak gücünü ön plana çıkarmakta, ilişkilerini geliştirmekte gerekirse çek defterini kullanmaktadır.

Kriz yönetiminde bu üç ülkenin yaklaşımına bakarsak Türkiye “savunma” yolunu seçmektedir. Bu durum Barış Pınarı Harekâtı örneğinde görülmüştür. Sorun olduğunun kabul edilmemesi nedeniyle çözümsüzlük hali de devam etmektedir. ABD ise “yaranmaya çalışma” mantığındadır. Kriz durumlarında sorunun varlığını kabul etmekle birlikte bunun iyiye ulaşmada bir yan ürün olduğunu iddia eder. Japonya şifahen sorunun varlığını kabul etmezken, fiilen kabul eder. EHK olayında görüldüğü gibi Japonya, resmi bir özür dilememekle birlikte tazminat vermeyi kabul etmiştir. Karşılaştırılan ülkelerin işte bu amaçlara ulaşmak için kullandığı kurumlar ve programları aşağıdaki şekildedir:

Tablo 16: Karşılaştırılan Ülkelerin Kamu Diplomasisi Kurumları

TÜRKİYE	ABD	JAPONYA
KDK Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü	Under Secretary for Public Diplomacy (eski USIA)	MOFA (Ministry of Foreign Affairs) Kamu Diplomasisi Departmanı
TİKA (Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı)	USAID (United States Agency for International Development)	JICA (Japan International Cooperation Agency)
YEE (Yunus Emre Enstitüsü)	Peace Corps	Japan Foundation
Mevlâna Değişim Programı	Fulbright, IVLP (The International Visitor Leadership Program)	JET (Japan Exchange and Teaching Programme)
Türk Kızılayı	USAID (United States Agency for International Development)	JICA Japan International Cooperation Agency
TRT	VOA (Voice of America)	NHK (Nippon Hōsō Kyōkai)

Kaynak: Yazarın Çalışması

Kamu diplomasisinde yeni bir ülke olan Türkiye'nin bu amaçla kurduğu kuruluşlar da son yılların ürünüdür. Bu nedenle henüz yapıları tam oturmadığı için bağlı bulundukları kuruluş ve yapılanma şekilleri değişebilmektedir. TRT ve Kızılay gibi köklü kuruluşlarsa kamu diplomasisi uygulamalarına katılmak üzere uyarlanmaktadırlar. Dünya Savaşlarının propaganda kurumlarından ve araçlarında evrilen ABD'nin kurumlarıysa hâkimiyet mantığıyla tüm dünya vatandaşlarını hedeflemeye devam etmektedir. Şu an için hâkimiyet iddiası olmayan Japonya, yükselen Çin ve Güney Kore karşısında kamu diplomasisini bu kurumlar vasıtasıyla sürdürmeye devam etmektedir.

Karşılaştırılan ülkelerin kamu diplomasisi uyguladıkları kitleler açısından ele alınacak olursa Golan'ın geliştirdiği “bütüncül kamu diplomasisi modeli” açıklayıcı olacaktır. Buna göre Türkiye bu modeli tanımlayan üçgenin daha çok tepe noktasına hitap emektedir. Değişim programları (üniversite eğitimi, teknik ve askeri eğitimler) küçük bir kesimi hedef almakla birlikte ayakları çok daha sağlam bir ilişki tipidir. Meyveleri en geç alınan fakat en kalıcı kamu diplomasisi yöntemidir. Japonya hem ilişki kurma hem de ulus markalama ve ulusal itibar kesimlerini oluşturan üçgenin üst iki katmanına hitap etmektedir. Bu kişiler Japonya'da değişim programlarına katılan zeki ya da zengin ve ayrıcalıklı kesimdir. Japan House'da görüldüğü gibi yine Japon kültürünü küçük ve elit bir kesim tüketebilmektedir. Ulus markalama ve ulusal itibar kesimlerini oluşturan kitle eğitilmiş ve farkındalık sahibi kitledir. Bunlar dış politikaya ilgi duyan çevresiyle alakadar, diğer ülkeleri gezebilecek mali imkânları olan insanlardır. ABD, Golan'ın en etkin yöntem olarak önerdiği bütüncül kamu diplomasisi modelini kullanmaktadır. Buna göre üçgenin tepesinde yer alan kişilerle değişim programları vasıtasıyla uzun vadeli ve kalıcı ilişkiler kurar. Bunlar bulundukları ülkede etkili olabilecek eğitilmiş kesim ve topluma etki edebilecek sanatçılar olabileceği gibi müstakbel liderler de olabilir. Biraz daha geniş bir kitleyi oluşturan ve orta vadeli ilişki kurulan ulus markalama ve ulusal itibar kesimlerini oluşturan kitleye yönelik turizmi, markaları ve ünlüleri gibi yumuşak güç araçlarıyla bu kesime kamu diplomasisi uygulamaktadır. En geniş kitleyi oluşturan ve en kısa vadeli ilişkilerin kurulduğu kesime medya vasıtasıyla kamu diplomasisi uygulamaktadır. Bu kesim diğer iki kesimi de kapsayan gelir ve eğitim durumu daha çeşitli olan kalabalık bir topluluktur. Bir anlamda cep telefonu, internet veya çanak anten aracılığıyla ABD'nin ulaşabildiği herkeştir. Bütüncül modelde ABD her ülke hatta bölgeye yönelik farklı bir yaklaşım izlemektedir. Halkın yönetime etkisinin sınırlı olduğu zayıf demokrasilerde tavandan (liderler) işi hallederken, yönetime etki edebilecek ve yönetim üzerinde baskı kurabilecek demokrasilerde tabanı (halkı) hedef almaktadır.

Kamu diplomasisi araçları açısından bakılacak olursa burslar, değişim programı kültürel ve sanatsal programların toplumların en üst kesimi oluşturan küçük bir kesime ulaşabildiği görülmektedir. Yumuşak güç araçlarının geniş bir yelpazede yer alan sade vatandaşa ulaştığı görülmektedir. İnsani yardımlar toplumun en alt kesimine ulaşırken arama-kurtarma gibi araçlar afet dönemlerinde toplumun her kesimini hedef almaktadır. Uluslararası yayıncılık ve medya araçlarıysa toplumun her kesimine her zaman ulaşabilmektedir. En akıllıca olan, kamu diplomasisinde amacın belirlenmesinden sonra kamu diplomasisi uygulanacak kesimin yapısının tespit edilmesi ve ona uygun araçlarla kamu diplomasisinin uygulanmasıdır. Başta hedeflerin belirlenmesi, uygulamanın sonunda hedeflere ne kadar ulaşıldığının saptanması açısından elzemdir. Bu adımlar, kaynak yönetimi ve kaynakların verimli kullanılması ve yetersizliklerin görülmesi açısından büyük önemi haizdir.

Sonuç itibarıyla ele alınacak olursa karşılaştırılan ülkelerden Türkiye özellikle kültürel mirasını sürdürdüğü Orta Asya, Balkanlar ve Orta Doğu'da avantajlı konumdadır. ABD'nin bir süper güç olarak uyandırdığı tehdit algısından uzaktır. Benzer durum Japonya için de söylenebilir. Kendi yakın çevresinde geçmişi nedeniyle tehdit olarak algılanırken, ortak bir geçmişe sahip olmadığı uzak çevrede bu durum söz konusu değildir. Coğrafi olarak yakın olması nedeniyle yine Türkiye bu bölgelerde avantajlı konumdadır. Türkiye'nin en büyük dezavantajı, diğer iki ülke ile arasındaki ekonomik, bilimsel ve sınaî farklardır.

ABD'nin en büyük dezavantajı, dış politikadaki eylemlerinin en yakın müttefikleri tarafından dâhi şüpheyile karşılanmasıdır. Hegemon algısı, iyi niyetli hamlelerine dâhi rezerv konulmasına neden olmaktadır. ABD'nin avantajlı olduğu konular ise şüphesiz yine bir süper güç olmasıdır. Hâlihazırda eğitim, bilim, sanayi, ekonomi açısından bir numara olması ABD'nin yumuşak gücüne katkı yaparken, kamu diplomasisi açısında da onu avantajlı bir konuma getirmektedir. Yine dil faktörü kültür, sanat ve medya açısından yabancı halklara kolayca ulaşmasını sağlamaktadır.

Japonya'nın en büyük dezavantajı kendi komşularıyla geçmişten günümüze taşınan sorunlarıdır. Ağırlıklı olarak kendisine şüpheyile yaklaşan ülkelere yürüttüğü kamu diplomasisi faaliyetleri, Japonya'nın yumuşak gücünün ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Bir diğer dezavantajı Japoncadır. Zor bir dil olması ve yaygın olmaması, eğitim ve kültür araçlarını özellikle çevre ülkelere daha etkin hale getirirken, Japonya'yı dış dünyada kamu diplomasisi faaliyetlerinde İngilizceyi tercih etme yoluna itmiştir. Avantajlı olduğu yönleriyle bilim ve teknoloji sayesinde edindiği ulusal itibarıdır. Titizlik, çalışkanlık ve sağlamlıkla

özdeşleştirilmesi Japonya'nın yumuşak gücüne katkı sağlamaktadır. Dahası dil sorununa rağmen, anime ve mangada kendisine gösterilen ilgi Japonya lehinedir.

Çalışmanın en büyük kısıtlılıklarından biri, *gaijin* yaklaşımı nedeniyle Japonya'nın devlet işleyişi konularında içe kapanık olması, bu durumun kamu diplomasisinin yabancı araştırmacılar tarafından detaylı bir şekilde ele alınmasını engellemesidir. Çalışmanın ilerleyen çalışmalarda cevaplanmasını önerdiği sorulardan biri, kamu diplomasisi uygulamalarının etkinliğinin değerlendirilmesidir. Çalışmada geçtiği üzere PD Map benzeri araçların ülkemizde de geliştirilerek yapılan uygulamaların verimliliğinin denetlenmesi mümkün olacaktır. Yine henüz yayınlanmamış olan ABD Dışişleri Bakanlığının üzerinde çalıştığı PD Impact Project gibi nesnel değerlendirmeye imkân sunan araçların kullanılması, kamu diplomasisi konusunda daha belirgin sonuçların ve tedbirlerin alınmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Kitap

Akçay, Engin (2012). *Türk Dış Yardımları* (1. Baskı). Ankara: Turgut Özal Üniversitesi Yayınları.

Akıllı, Erman (2016). *Türkiye’de Devlet Kimliği ve Dış Politika* (2. Baskı). Ankara: Nobel

Anholt, Simon (2011). *Yerlerin Markalaşması*. (Çeviren: G. Müge Uçar). İstanbul: Marka Fabrikası.

Ateş, Davut (2013). *Uluslararası Politika* (1. Baskı). Bursa: Dora Yayınları.

Barston, R.P. (2013). *Modern Diplomacy* (4. Baskı). New York: Routledge.

Bayram, Mürsel (2018). *Çin-Afrika İlişkileri* (1. Baskı). Ankara: Savaş Yayınevi.

Berridge, G. R. (2010). *Diplomacy* (1. Baskı). Eastbourne: Palgrave and Macmillan.

Carr, Edward H. (2010). *Yirmi Yıl Krizi 1919 – 1939* (2. Baskı). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Chomsky, Noam (1989). *The Culture of Terrorism* (2. Baskı). London: Pluto Press.

Chomsky, Noam (2016). *Medya Denetimi* (Çeviren: Elif Baki) (4. Baskı). İstanbul: Everest

Cull, N. J. (2009a). *Public Diplomacy: Lessons from the Past* (1. Baskı). Los Angeles: Figueroa Press.

Cull, N. J. (2012). *The Decline and Fall of the United States Information Agency* (1. Baskı). New York: Palgrave and Macmillan.

Cook, Haruko T. ve Cook, Theodore F. (2000). *Japan at War* (8. Baskı). London: Phoenix Press.

Cooney, Kevin (2007). *Japan’s Foreign Policy Since 1945* (1. Baskı). New York: An East Gate Book. Meyer, Milton (2014). *Japonya Tarihi* (Çeviren: Lizet Deadato) (1. Baskı). İstanbul: İnkilap.

Copeland, Daryl (2009). *Guerilla Diplomacy* (1. Baskı). Colorado: Lynne Rienner Publishers.

Davutoğlu, Ahmet (2001). *Stratejik Derinlik* (1. Baskı). İstanbul: Küre Yayınları.

- Demir, Vedat (2012). *Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç* (1. Baskı). İstanbul: Beta.
- Deringil, Selim (1999). *The Well-Protected Domains* (1. Baskı). New York: I. B. Tauris.
- Ekşi, Muharrem (2014). *Kamu Diplomasisi ve Ak Parti Dönemi Türk Dış Politikası* (1. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Frederick, Howard H. (1993). *Global Communication and International Relations* (3. Baskı). Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Felton, Mark (2012). *The Devil's Doctor* (1. Baskı). Yorkshire: Pen & Sword Military.
- Gilpin, Robert (1999). *War and Change in World Politics* (19. Baskı). Cambridge: Cambridge University Press.
- Gold, Hal (1996). *Unit 731* (1. Baskı). Tokyo: Turtle Publishing.
- Grunig, E. James ve Todd, Terrance (1984). *Managing Public Relations* (1. Baskı). New York: CBS College Publishing.
- Habermas, Jürgen (1984). *The Theory of Communicative Action C:1* (Çeviren: Thomas McCarthy) (11. Baskı). Boston: Beacon Press.
- Hayden, Craig (2012). *The Rhetoric of Soft Power* (1. Baskı). Maryland: Lexington Books.
- Hobbes, Thomas (1998). *Leviathan* (1. Baskı). New York: Oxford University Press.
- Holsti, Kalevi J. (2004). *State, War, and the State of War* (10. Baskı). Cambridge: Cambridge University Press.
- Jowett, Garth S. ve O'Donnell, Victoria (2015). *Propaganda & Persuasion* (6. Baskı). California: Sage.
- Keohane, Robert O. ve Nye, Joseph S. (2012). *Power and Interdependence* (4. Baskı). Stoughton: Longman.
- Lederer, William J. ve Burdick, Eugene (1999). *Ugly American*. New York: W. W. Norton and Company.
- Locke, Christopher (1999). *The Cluetrain Manifesto* (1. Baskı). New York: Basic Books.
- Machiavelli, Niccolo (2004). *Prins* (1. Baskı). İstanbul: Bordo Siyah Yayınları.

- Maheim, Jarol B. (1994). *Strategic Pubic Diplomacy* (1. Baskı). New York: Oxford University Press.
- Mitchell, J. M. (1986). *International Cultural Relations* (1. Baskı). London: Allen Unwin.
- Morgenthau, Hans j. (1956). *Politics among Nations* (2. Baskı). New York: Alfred A. Knopf.
- Nye, S. Joseph (2002). *The Paradox of American Power* (1. Baskı). New York: Oxford University Press.
- Nye, S. Joseph (2004). *Soft Power* (1. Baskı). New York: Public Affairs.
- Nye, S. Joseph (2011). *The Paradox of American Power* (1. Baskı). New York: Oxford University Press.
- Ortaylı, İlber (2005). *İmparatorluğun En Uzun Yılı* (20. Baskı). İstanbul: İletişim.
- Pevehouse, Jon C. ve Goldstein, W. S. Joshua (2017). *International Relations* (11. Baskı). Boston: Pearson.
- Potter, H. Evan (2010). *Branding Canada* (2. Baskı). Montreal: McGill-Quin's University Press.
- Pratkanis R. Anthony ve Aronson, Elliot (2001). *Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion* (6. Baskı). New York: Holt Paperbacks.
- Puddington, Arch (2000). *Broadcasting Freedom* (1. Baskı). Kentucky: The University Press of Kentucky.
- Ronfeldt, David ve Arquilla, John (1999). *The Emergence of Noopolitik* (1. Baskı). Washington: RAND.
- Sancar, Gaye Aslı (2012). *Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler* (1. Baskı). İstanbul: Beta.
- Sevin, Efe (2017). *Public Diplomacy and the Implementation of Foreign Policy in the US, Sweden and Turkey* (1. Baskı). Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Tarhan, Nevzat (2016). *Psikolojik Savaş* (21. Baskı). İstanbul: Timaş.

Tuncer, Baran (1963). *Milletlerarası İktisadi Yardımlar ve Kalkınma Meselesi* (1. Baskı). Ankara: Sevinç Matbaası.

Turhan, Osman (2003). *Türk Cihan Hâkimiyeti Mefkûresi Tarihi* (22. Baskı). İstanbul: Ötüken.

Viotti, Paul R. ve Kauppi, Mark V. (2013). *International Relations and World Politics* (5. Baskı). New Jersey: Pearson.

Weber, Max (2016). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu* (Çeviren: Gamze Alpaslan). İstanbul: Mavi Çatı Yayınları.

Wilcox, Dennis L. Cameron Glen T. ve Reber Bryan H. (2015). *Public Relations* (11. Baskı). London: Pearson.

Yaylar, Yasin (2012). *İsrail, Amerika, Evanjelizm ve PKK* (1. Baskı). Balıkesir: Altınpost.

Zaharna, R. S. (2010). *Battles to Bridges* (1. Baskı). England: Palgrave and Macmillan.

Editörlü Kitap

Akiyoshi, Yonezawa (2008). Facing Crisis: Soft Power and Japanese Education in a Global Context (Editör: Watanabe Yasushi ve David L. McConnell). *Soft Power Superpowers*. New York: An East Gate Book, 54-75.

Allison, Anne (2008). The Attractions of the J-Wave for American Youth (Editör: Watanabe Yasushi ve David L. McConnell). *Soft Power Superpowers*. New York: An East Gate Book, 99-111.

Anholt, Simon (2015). Public Diplomacy and Competitive Identity: Where's the Link? (Editör: Guy J. Golan, Sung-un Yang ve Dennis F. Kinsey). *International Public Relations and Public Diplomacy*. New York: Peter Lang Publishing, 189-209.

Armstrong, Matthew C. (2009). Operationalizing Public Diplomacy (Editör: Nancy Snow ve Philip M. Taylor). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge, 63-72.

Bošković, Marija M., Reljić, Dušan ve Vračić, Alida (2015). Elsewhere in the Neighborhood: Reaching Out to the Western Balkans (Editör: B. Senem Çevik ve Philip Seib). *Turkey's Public Diplomacy*. New York: Palgrave and Macmillan, 99-121.

Bravo, Vanessa (2015). The Importance of Diaspora Communities as Key Publics for National Governments Around the World (Editör: Guy J. Golan, Sung-un Yang ve Dennis F. Kinsey). *International Public Relations and Public Diplomacy*. New York: Peter Lang Publishing, 279-297.

Changhe, Su (2013). Soft Power (Editör: Andrew F. Cooper, Jorge Heine, Ramesh Thakur ve Joseph Nye). *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford University Press, 419-429.

Chitty, Naren (2009). Australian Public Diplomacy (Editör: Nancy Snow ve Philip M. Taylor). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge, 314-325.

Connolly-Ahern, Colleen ve Ma, Lian (2015). Taking It to the Streets: The Evolving Use of VNRs as a Public Diplomacy Tool in the Digital Age (Editör: Guy J. Golan, Sung-un Yang ve Dennis F. Kinsey). *International Public Relations and Public Diplomacy*. New York: Peter Lang Publishing, 229-245.

Crowell, William G. (2008). Official Soft Power in Practice: U.S. Public Diplomacy in Japan (Editör: Watanabe Yasushi ve David L. McConnell). *Soft Power Superpowers*. New York: An East Gate Book, 207-224.

Cull, N. J. (2009). Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase (Editör: Nancy Snow ve Philip M. Taylor). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge, 19-24.

Cull, N. J. (2009b). Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase (Editör: Nancy Snow ve Philip M. Taylor). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge, 19-24.

Çakmak, Cenap (2011). ABD ve Uluslararası Ceza Mahkemesi (Editör: Cenap Çakmak ve Cengiz Dinç). *Amerikan Dış Politikası*, Ankara: Nobel, 405-433.

Çalış, Şaban, Özlük, Erdem ve Kutlu, Önder (2006). INGOs: Uluslararası Sivil Toplum Örgütleri (Editör: Şaban Çalış, Birol Akgün ve Önder Kutlu). *Uluslararası Örgütler ve Türkiye*. Konya: Çizgi Kitabevi, 723-747.

Çaman, Efe (2008). Üçüncü on yılında Türkiye'nin Orta Asya Bölgesel Politikası: Sübjektif Algılardan Gerçeklere (Editör: Turgut Demirtepe ve Özkan Güner) *Uluslararası Sistemde Orta Asya. Dış Politika ve Güvenlik*, Ankara: USAK Yayınları, 175-223.

Çevik, Senem B. (2015). Kültürel Diplomaside Devlet Dışı Aktörler, (Editör: Mehmet Şahin ve B. Senem Çevik). *Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi*. Ankara: Nobel, 391-439.

d'Hooghe, Ingrid (2005). Public Diplomacy in the People's Republic of China (Editör: Jan Melissen). *The New Public Diplomacy*. Eastbourne: Palgrave and Macmillan, 88-106.

Dayton, Bruce W. ve Kinsey, Dennis F. (2015). Contextual Meaning (Editör: Guy J. Golan, Sung-un Yang ve Dennis F. Kinsey). *International Public Relations and Public Diplomacy*. New York: Peter Lang Publishing, 267-279.

Devran, Yusuf (2012). Türk Tarihi Perspektifinde Kamu Diplomasisi Olgusuna Bakış Ya Da Tarihi Potansiyeli Yeniden Düşünmek (Editör: Abdullah Özkan ve Tuğçe Ersoy Öztürk). *Kamu Diplomasisi*. İstanbul: TASAM, 127-145.

Dinç, Cengiz (2011). Dünyada ve Türkiye'de Anti-Amerikanizm (Editör: Cenap Çakmak ve Cengiz Dinç). *Amerikan Dış Politikası*, Ankara: Nobel, 311-337.

Doğan, Erhan (2012). Kamu Diplomasisinin Sunduğu Fırsatlar ve Kısıtlar (Editör: Abdullah Özkan ve Tuğçe Ersoy Öztürk). *Kamu Diplomasisi*. İstanbul: TASAM, 13-35.

Eralp, Atilla (2009). Uluslararası İlişkiler Disiplinin Oluşumu (Editör: Nuri Yurdusev). *Devlet, Sistem ve Kimlik*. İstanbul: İletişim Yayınları, 57-89.

Erhan, Çağrı (2009) 1945-1960: Batı Bloku Ekseninde Türkiye-1 (Editör: Baskın Oran). *Türk Dış Politikası Cilt-1*. İstanbul: İletişim, 477- 653.

Ersoy, Ramazan (2014). Realizm (Editör: Ramazan Gözen). *Uluslararası İlişkiler Teorileri*. İletişim Yayınları, 159-189.

Farina, Nicole E. (2011). Revitalizing Relations with Turkey (Editör: William A. Rug). *The Practice Of Public Diplomacy*, New York: Palgrave and Macmillan, 21-37.

Fraser, Matthew (2008). American Pop Culture as Soft Power: Movies and Broadcasting (Editör: Watanabe Yasushi ve David L. McConnell). *Soft Power Superpowers*. New York: An East Gate Book, 172-191.

Gilboa, Eytan (2016). Digital diplomacy (Editör: M. Constantinou, Pauline Kerr ve Paul Sharp). *The SAGE Handbook of Diplomacy*. London: Sage, 540-552.

Goff, Patricia M. (2013). Cultural Diplomacy (Editör: Andrew F. Cooper, Jorge Heine, Ramesh Thakur ve Joseph Nye). *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford University Press, 331-344.

Golan, Guy J. (2015). An Integrated Approach to Public Diplomacy (Editör: Guy J. Golan, Sung-un Yang ve Dennis F. Kinsey). *International Public Relations and Public Diplomacy*. New York: Peter Lang Publishing, 417-441.

Hatipoğlu, Emre M. (2011). Amerikan Dış Politikasında Kongre'nin Rolü (Editör: Cenap Çakmak ve Cengiz Dinç). *Amerikan Dış Politikası*, Ankara: Nobel, 37-57.

Henrikson, Alan K. (2005). Niche Diplomacy in the World Public Arena: the Global 'Corners' of Canada and Norway (Editör: Jan Melissen). *The New Public Diplomacy*. Eastbourne: Palgrave and Macmillan, 67-88.

Hirata, Keiko (2008). Japan's Whaling Politics (Editör: Yoichiro Sato ve Keiko Hirata). *Norms, Interests, and Power in Japanese Foreign Policy*. New York: Palgrave and Macmillan, 175-211.

Hocking, Brian (2005). Rethinking the 'New' Public Diplomacy (Editör: Jan Melissen). *The New Public Diplomacy*. Eastbourne: Palgrave and Macmillan, 28-47.

Huijgh, Ellen (2016). Public Diplomacy (Editör: M. Constantinou, Pauline Kerr ve Paul Sharp). *The SAGE Handbook of Diplomacy*. London: Sage, 437-451.

Hung, Kineta (2015). Repairing the "Made-in-China" Image in the U.S. and U.K.: Effects of Government-supported Advertising (Editör: Guy J. Golan, Sung-un Yang ve Dennis F. Kinsey). *International Public Relations and Public Diplomacy*. New York: Peter Lang Publishing, 209-229.

İsar, Raj Y. (2012). Kültür Diplomasisi: Şişirilmiş Bir İtiraf Peşinde mi? (Editör: Abdullah Özkan ve Tuğçe Ersoy Öztürk). *Kamu Diplomasisi*. İstanbul: TASAM, 111-127.

Jiang, Hua (2015). Ethical Visions for Public Diplomacy as International Public Relations (Editör: Guy J. Golan, Sung-un Yang ve Dennis F. Kinsey). *International Public Relations and Public Diplomacy*. New York: Peter Lang Publishing, 167-189.

Kaynak, Selcan M. (2015). Noor and Friends: Turkish Culture in the World (Editör: B. Senem Çevik ve Philip Seib). *Turkey's Public Diplomacy*. New York: Palgrave and Macmillan, 233-255.

Kim, Jangyul R. (2015). Application of Issues and Crisis Management to Public Diplomacy (Editör: Guy J. Golan, Sung-un Yang ve Dennis F. Kinsey). *International Public Relations and Public Diplomacy*. New York: Peter Lang Publishing, 109-131.

Kitano, Mitsuru (2007). What is Public Diplomacy? (Editör: Kaneko, Maafumi ve Kitano, Mitsuru) *Public Diplomacy*, Tokyo: PHP, 14-16

Kurtuluş, Begüm (2015). Türkiye'nin Kamu Diplomasisinde STK'ların Rolü, (Editör: Mehmet Şahin ve B. Senem Çevik). *Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi*. Ankara: Nobel, 185-215.

Layne, Christopher (2010). The Unbearable Lightness of Soft Power (Editör: Inderjeet Parmar ve Michael Cox). *Soft Power and US Foreign Policy*. New York: Routledge, 51-83.

Madeley, Minta (2011). Do Peace Corps Volunteers Do Public Diplomacy? (Editör: William A. Rugh). *The Practice Of Public Diplomacy*, New York: Palgrave and Macmillan, 227-243.

Mashiko, Ellen ve Miki, Horie (2008). Nurturing Soft Power: The Impact of Japanese-U.S. University Exchanges (Editör: Watanabe Yasushi ve David L. McConnell). *Soft Power Superpowers*. New York: An East Gate Book, 75-99.

Melissen, Jan (2005). The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice (Editör: Jan Melissen). *The New Public Diplomacy*. Eastbourne: Palgrave and Macmillan, 3-28.

Melissen, Jan (2013). Public Diplomacy (Editör: Andrew F. Cooper, Jorge Heine, Ramesh Thakur ve Joseph Nye). *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford University Press, 344-356.

Mueller, Sherry (2009). The Nexus of U.S. Public Diplomacy and Citizen Diplomacy (Editör: Nancy Snow ve Philip M. Taylor). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge, 101-111.

Naoyuki, Agawa (2008). Japan Does Soft Power: Strategy and Effectiveness of Its Public Diplomacy in the United States (Editör: Watanabe Yasushi ve David L. McConnell). *Soft Power Superpowers*. New York: An East Gate Book, 224-245.

Nelson, Richard ve Izadi, Foad (2009). Ethics and Social Issues in Public Diplomacy (Editör: Nancy Snow ve Philip M. Taylor). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge, 334-352.

Nye, Joseph (2010). Responding to My Critics and Concluding Thoughts (Editör: Inderjeet Parmar ve Michael Cox). *Soft Power and US Foreign Policy*. New York: Routledge, 215-228.

Nye, Joseph (2013). Hard, Soft, and Smart Power (Editör: Andrew F. Cooper, Jorge Heine, Ramesh Thakur ve Joseph Nye). *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford University Press, 430-441.

Ogawa, Tadashi (2009). Origin and Development of Japan's Public Diplomacy (Editör: Nancy Snow ve Philip M. Taylor). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge, 270-282.

Ogawa, Yohei (2011). Economic Issues and Anti-Americanism in Japan (Editör: William A. Rugh). *The Practice Of Public Diplomacy*, New York: Palgrave and Macmillan, 125-143.

Olins, Wally (2005). Making a National Brand (Editör: Jan Melissen). *The New Public Diplomacy*. Eastbourne: Palgrave and Macmillan, 169-180.

Orallı, Levent E. (2014). Propaganda Olgusu ve Algı Yönetimi (Editör: Bilal Karabulut). *Algı Yönetimi*. İstanbul: Alfa Basım Yayın, 227-251.

Oran, Baskın (2009) 1919-1923: Kurtuluş Yılları (Editör: Baskın Oran). *Türk Dış Politikası Cilt-1*. İstanbul: İletişim, 95- 239.

Palabıyık, M. Serdar (2014). İngiliz Okulu (Editör: Ramazan Gözen). *Uluslararası İlişkiler Teorileri*. İletişim Yayınları, 217-257.

Pamment, James (2015). A Contextualized Interpretation of PD Evaluation (Editör: Guy J. Golan, Sung-un Yang ve Dennis F. Kinsey). *International Public Relations and Public Diplomacy*. New York: Peter Lang Publishing, 363-379.

Powers, Shawn ve Samuel-Azran, Tal (2015). Conceptualizing International Broadcasting as Information Intervention (Editör: Guy J. Golan, Sung-un Yang ve Dennis F. Kinsey). *International Public Relations and Public Diplomacy*. New York: Peter Lang Publishing, 245-267.

Pustu, Yusuf (2014). Algı Yönetimi: Kavramsal ve Teorik Bir Bakış Açısı (Editör: Bilal Karabulut). *Algı Yönetimi*. İstanbul: Alfa Basım Yayın, 309-331.

Reinhard, Keith (2009). American Business and Its Role in Public Diplomacy (Editör: Nancy Snow ve Philip M. Taylor). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge, 195-201.

Riordan, Shaun (2005). Dialogue-based Public Diplomacy: a New Foreign Policy Paradigm? (Editör: Jan Melissen). *The New Public Diplomacy*. Eastbourne: Palgrave and Macmillan, 180-196.

Ronfeldt, David ve Arquilla, John (2009). Noopolitik: A New Paradigm for Public Diplomacy (Editör: Nancy Snow ve Philip M. Taylor). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge, 352-367.

Saraçlı, Murat (2014). Güç Unsurları Çerçevesinde Bir Algı Yönetimi Unsuru Olarak Kamu Diplomasisi ve Türkiye (Editör: Bilal Karabulut). *Algı Yönetimi*. İstanbul: Alfa Basım Yayın, 273-309.

Sato, Yoichiro ve Asano, Masahiko (2008). Humanitarian and Democratic Norms in Japan's ODA Distributions (Editör: Yoichiro Sato ve Keiko Hirata). *Norms, Interests, and Power in Japanese Foreign Policy*. New York: Palgrave and Macmillan, 111-129.

Schneider, Cynthia P. (2005). Culture Communicates: US Diplomacy That Works (Editör: Jan Melissen). *The New Public Diplomacy*. Eastbourne: Palgrave and Macmillan, 147-169.

Scott-Smith, Giles (2009). Exchange Programs and Public Diplomacy (Editör: Nancy Snow ve Philip M. Taylor). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge, 50-57.

Seiichi, Kondo (2008). Wielding Soft Power: The Key Stages of Transmission and Reception (Editör: Watanabe Yasushi ve David L. McConnell). *Soft Power Superpowers*. New York: An East Gate Book, 191-207.

Selçuk, Orçun (2015). Bir Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Aracı Olarak THY , (Editör: Mehmet Şahin ve B. Senem Çevik). *Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi*. Ankara: Nobel, 321-345.

Snow, Nancy (2009). Rethinking Public Diplomacy (Editör: Nancy Snow ve Philip M. Taylor). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge, 3-12.

Spies, Yolanda Kemp (2016). Middle Power Diplomacy (Editör: M. Constantinou, Pauline Kerr ve Paul Sharp). *The SAGE Handbook of Diplomacy*. London: Sage, 281-294.

Straubhaar, Joseph D. ve Duarte, Luiz G. (2005). Adapting US Transnational Television Channels to a Complex World: From Cultural Imperialism to Localization to Hybridization (Editör: Jean K. Chalaby). *Transnational Television Worldwide*. London: I.B.Tauris, 216-254

Tarte, Sandra (2008). Norms and Japan's Foreign Aid Policy in the South Pacific (Editör: Yoichiro Sato ve Keiko Hirata). *Norms, Interests, and Power in Japanese Foreign Policy*. New York: Palgrave and Macmillan, 129-151.

Taylor, Philip M. (2009). Public Diplomacy and Strategic Communications (Editör: Nancy Snow ve Philip M. Taylor). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge, 12-19.

True, Jacqui (2013). Feminizm (Editör: Scott Burchill ve Andrew Linlater). *Uluslararası İlişkiler Teorileri*. Küre Yayınları, 315-347.

Tsutomu, Sugiura (2008). Japan's Creative Industries: Culture as a Source of Soft Power in the Industrial Sector (Editör: Watanabe Yasushi ve David L. McConnell). *Soft Power Superpowers*. New York: An East Gate Book, 128-154.

Tyler, Melissa Conley ve Beyerinck, Craig (2016). Citizen Diplomacy (Editör: M. Constantinou, Pauline Kerr ve Paul Sharp). *The SAGE Handbook of Diplomacy*. London: Sage, 521-530.

Uzgel, İlhan ve Kürkçüoğlu, Ömer (2009) 1923-1939: Görelî Özerklik (Editör: Baskın Oran). *Türk Dış Politikası Cilt-1*. İstanbul: İletişim, 239- 385.

van Ham, Peter (2005). Power, Public Diplomacy, and the Pax Americana (Editör: Jan Melissen). *The New Public Diplomacy*. Eastbourne: Palgrave and Macmillan, 47-67.

Vibber, Kelly ve Kim, Jeong-Nam (2015). Diplomacy in a Globalized World: Focusing Internally to Build Relationships Externally (Editör: Guy J. Golan, Sung-un Yang ve Dennis F. Kinsey). *International Public Relations and Public Diplomacy*. New York: Peter Lang Publishing, 131-147.

Yang, Sung-un (2015). Soft Power, NGOs and Virtual Communication Networks: New Strategies and Directions for Public Diplomacy (Editör: Guy J. Golan, Sung-un Yang ve Dennis F. Kinsey). *International Public Relations and Public Diplomacy*. New York: Peter Lang Publishing, 297-315.

Yasushi, Watanabe ve McConnell, David L. (2008). Introduction (Editör: Watanabe Yasushi ve David L. McConnell). *Soft Power Superpowers*. New York: An East Gate Book, xv-xvii.

Zatepilina-Monacell, Olga (2015). Public Diplomacy in NGOs (Editör: Guy J. Golan, Sung-un Yang ve Dennis F. Kinsey). *International Public Relations and Public Diplomacy*. New York: Peter Lang Publishing, 37-51.

Zhang, Juyan ve Fahmy, Shahira (2015). Live Tweeting at Work: The Use of Social Media in Public Diplomacy (Editör: Guy J. Golan, Sung-un Yang ve Dennis F. Kinsey). *International Public Relations and Public Diplomacy*. New York: Peter Lang Publishing, 315-333.

Makale

Bailey, Thomas A. (1968). The Art of Diplomacy: The American Experience, *Journal of American History*, Volume 55, Issue 3, 639–640.

Bettie, Molly (2015) Ambassadors unaware: the Fulbright Program and American public diplomacy, *Journal of Transatlantic Studies*, 13:4, 358-372.

Brown, M. (2005). “Setting the conditions” for Abu Ghraib: The prison nation abroad. *American Quarterly*, 57(3), 973-997.

Costa, Valentin (2017). Shaping Public Diplomacy through Social Media Networks in the 21st Century, *Romanian Journal of History and International Studies*, Vol. 4, No. 1, 139-155.

Cowan, G., ve Arsenault, A. (2008). Moving from Monologue to Dialogue to Collaboration: The Three Layers of Public Diplomacy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 10–30.

Creswell, Michael H. (2017). Wasted Words? The Limitations of U.S. Strategic Communication and Public Diplomacy, *Studies in Conflict & Terrorism*, Volume 42, 2019 - Issue 5, 464-492

Cull, N. J. (2008). Public diplomacy: Taxonomies and histories. *The annals of the American academy of political and social science*, 616(1), 31-54.

- Davutoğlu, Ahmet (2013). Turkey's humanitarian diplomacy: objectives, challenges and prospects, *Nationalities Papers*, 41:6, 865-870.
- Dutta-Bergman, M. J. (2006). US public diplomacy in the Middle East: A critical cultural approach. *Journal of Communication Inquiry*, 30(2), 102-124.
- Finn, H. (2003). The Case for Cultural Diplomacy: Engaging Foreign Audiences. *Foreign Affairs*, 82(6), 15-20.
- Gallarotti, Giulio M. (2011). Soft power: what it is, why it's important, and the conditions for its effective use, *Journal of Political Power*, 4:1, 25-47.
- Gilboa, Eytan (2008). Searching for a Theory of Public Diplomacy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55-77.
- Golan, G. J. (2013). An Integrated Approach to Public Diplomacy. *American Behavioral Scientist*, 57(9), 1251-1255.
- Gregory, B. (2011). American public diplomacy: Enduring characteristics, elusive transformation. *The Hague Journal of Diplomacy*, 6(3-4), 351-372.
- Güzelipek, Yiğit Anıl (2018). The Implementation of Usa's Soft Power Via Hollywood: Looking Back to Cold War. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2018/3, Sayı: 32, s. 228-240.
- Hartig, Falk (2017). Deterrence by public diplomacy: The negative dimension of international political communication, *Journal of Communication Management*, Vol. 21 Issue: 4, 342-354.
- Izadi, Foad (2016). US Public Diplomacy: A Theoretical Treatise, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 46:1, 13-21.
- Joffe, J. (2001). Who's afraid of Mr. Big?. *The National Interest*, (64), 43-52.
- Kardaş, T. ve Erdağ, R. (2012). Bir Dış Politika Aracı Olarak TİKA, *Akademik İncelemeler Dergisi (AİD)*, 7(1), 167-194.
- Kartikasari, W. (2018). The Role of Anime and Manga in Indonesia-Japan Cultural Diplomacy. *Tsukuba Gakuin University Bulletin*, 13, 41-47.
- Kwak, H., Lee, C., Park, H., ve Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media?. *In Proceedings of the 19th international conference on WWW*, 591-600.
- Li, Hongyi, Wang, Weiguo ve Liu, Dehai (2013). Evolutionary Mechanism and Information Supervision of Public Opinions in Internet Emergency, *Procedia Computer Science*, Volume 17, 973-980.

- Lee, Hyung Min, Wang, Kevin Y., ve Hong, Yejin (2015). The Paradox of Public Diplomacy on the Web: An Empirical Analysis on Interactivity and Narratives of Nation-States' Ministry of Foreign Affairs Web Sites, *International Journal of Contents*, 11(3), 24–33.
- Leeds, C. (1997). Managing Conflicts Across Cultures: Challenges To Practitioners. *International Journal of Peace Studies*, 2(2), 77-90.
- Lindsay, B. (1989). Integrating International Education and Public Diplomacy: Creative Partnerships or Ingenious Propaganda?. *Comparative Education Review*, 33(4), 423-436.
- Newland, Kathleen (2010). Voice after Exit: Diaspora Advocacy, *USAID/Migration Policy Institute*. 1-28.
- Nye, Joseph. S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94–109.
- Özlük, Erdem (2009). Gelenekselcilik-Davranışsalcılık Tartışmasını Bağlamında Anlamak. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 64 (03), 197-220.
- Özdemir, Haluk (2008). Uluslararası İlişkilerde Güç: Çok Boyutlu Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 63 (03), 113-144.
- Serdar, İskender (2015). Neorealizm, Neoliberalizm, Konstruktivizm ve İngiliz Okulu Modellerinde Uluslararası Sistemsel Değişikliklere Bakış. *The Journal of Europe - Middle East Social Science Studies*, 1 (1), 14-38.
- Snow, Nancy (2016). Japan's Challenges in Public Diplomacy: An American Vision. *Ifri Center for Asian Studies*. Şubat 2016, 1-22.
- Szondi, Gyorgy (2008). Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences, Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael', 1-52.
- Vuving, Alexander L (2009). How Soft Power Works. *Asia-Pacific Center for Security Studies Honolulu United States*, Conference Paper, 1-20.
- Wang, Jian (2006). Managing national reputation and international relations in the global era: Public diplomacy revisited, *Public Relations Review*, Volume 32, Issue 2, 91-96.
- Watanabe, Yasushi (2018). The Trajectory of Japan's Public Diplomacy in Three Phases. *Wilson Center Asia Program*, Mart, 1-6.
- Wendt, Alexander (1992). Anarchy is What States Make of It: The Social Construction of Power Politics. *International Organization*, Vol. 46, No. 2 (Spring, 1992), pp. 391-425.

Yeşiltaş, M. ve Balcı, A. (2011). AK Parti Dönemi Türk Dış Politikası Sözlüğü: Kavramsal Bir Harita, *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, (2), 9-35.

Zeybek, Namık Kemal (1997). Önce Bilgi ve Bilinç, *Yeni Türkiye*, Sayı: 15, 37-42.

Sözlük

Eren, Hasan (1988). *TDK Türkçe Sözlük C-I, C-II*. Ankara: TTK Basım evi.

Simpson, John (1989). *The Oxford English Dictionary C-IV* (2. Baskı). Gloucestershire: Clarendon Press.

Yasa ve Kanunlar

American Service members' Protection Act (2002), Government Publishing Office, Sayı 107-206, 2 Ağustos 2002.

BBG- United States International Broadcasting Act. (1994) Government Publishing Office, Sayı 103-236, 29 Nisan 1994.

Birleşmiş Milletler Barışı Koruma Operasyonları ve Diğer Operasyonlar İçin İşbirliği Yasası. (1992), Kabine Ofisi 79, 19 Temmuz 1992.

Dışişleri Bakanlığının Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun (2010), Resmi Gazete, Sayı: 27640, Kanun no: 6004, 7 Temmuz 2010.

Foreign Agents and Propaganda Act- FARA (1948), Government Publishing Office, Sayı 611, 25 Haziran 1948.

Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Genelgesi (2010), Resmi Gazete, Sayı: 27478, Genelge: 2010/3, 30 Ocak 2010.

Mutual Educational and Cultural Exchange Act. (1961), Government Publishing Office, Sayı 87-256, 21 Eylül 1961.

Mutual Security Act for Establishment and Administration of the Peace Corps in the Department of State. (1961), Government Publishing Office, Sayı 87-293, 21 Eylül 1961.

Renunciation of War (1946), The Constitution of Japan Chapter 2- Article 9, 3 Kasım 1946.

Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (2011), Resmi Gazete, Sayı 28103, KHK no: 656, 24 Ekim 2011.

United States Information and Educational Exchange Act. (1948), Government Publishing Office, Sayı 80- 402, 27 Ocak 1948.

Yayınlanmamış Tezler

Kersaint, Maite (2014). *Exploring Public Diplomacy 2.0*, Yayınlanmamış Doktora tezi, Frankfurt: European University Viadrina.

Rasmussen, Ivan Willis (2009). *Towards A Theory of Public Diplomacy*, Yayınlanmamış Doktora tezi, Tufts: The Fletcher School

Thu, Thi Doung (2013). *Japan's Public Diplomacy as an Effective Tool in Enhancing its Soft Power in Vietnam*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans tezi, Wellington: Victoria University of Wellington.

Internet

Al- Jazeera (2019). Who are the Syrian Democratic Forces?.
<https://www.aljazeera.com/news/2019/10/syrian-democratic-forces-191015080247945.html>
Erişim Tarihi: 05.11.2019.

Alliance Française (2018). *In Numbers*. <https://www.alliancefr.org/en> Erişim Tarihi: 23.10.2018.

Anadolu Ajansı (2018). *Türkiye en çok dış temsilciliği olan 5. ülke*.
<https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/turkiye-en-cok-dis-temsilciligi-olan-5-ulke/1058534> Erişim Tarihi: 22.05.2018.

Anadolu Ajansı (2018). *AA Tarihçe*. <https://www.aa.com.tr/tr/p/tarihce> Erişim Tarihi: 13.07.2018.

Arab Media & Society (2018). *Challenges for U.S. Public Diplomacy in the Age of Trump*.
<https://www.arabmediasociety.com/challenges-for-u-s-public-diplomacy-in-the-age-of-trump/#> Erişim Tarihi: 26.08.2018.

Associated Press (2019). Turkey's refugee plan met with widespread skepticism.
<https://apnews.com/3ebfeb637623402e90f775433c04ae6c> Erişim Tarihi: 05.11.2019.

Bardakçı, Murat (1999). *Osmanlı'nın 700. yılına ilk dış kutlama İsrail'den*.
<https://www.hurriyet.com.tr/osmanli-nin-700-yilina-ilk-dis-kutlama-israil-den-39069091>
Erişim Tarihi: 01.09.2020.

BBC (2013). *The rise of Turkish soap power*. <https://www.bbc.com/news/magazine-22282563>
Erişim Tarihi: 15.06.2018.

- BBC (2017). *ABD en çok maddi yardımı hangi ülkelere yapıyor?*.
<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-42456563> Erişim Tarihi: 07.09.2018.
- BBC (2018). *Dubai merkezli medya grubu MBC, Türk dizilerini yayından kaldırıyor.*
<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-43282422> Erişim Tarihi: 15.06.2018.
- BBC (2019). *Donald Trump launches furious attack on Robert Mueller.*
<https://www.bbc.com/news/world-us-canada-47430996> Erişim Tarihi: 26.08.2018.
- Bettie, Molly (2011). *Public Diplomacy and Student Exchanges.*
<http://americanstudentsinbritain.blogspot.com/2011/05/theory.html?showComment=1305903640738> Erişim Tarihi: 11.03.2018.
- Bullough, Oliver (2014). *This Tiny Pacific Island Nation Just Gave Russia a Big Bruise.*
<https://newrepublic.com/article/117238/tuvalu-bruises-russia-establishing-diplomatic-ties-georgia> Erişim Tarihi: 02.02.2018.
- Business Standard (2013). *Recep Tayyip Erdogan: Turkey as an emerging power.*
https://www.business-standard.com/article/opinion/recep-tayyip-erdogan-turkey-as-an-emerging-power-110122900018_1.html Erişim Tarihi: 23.04.2018.
- CNN (2004). *GOP senator labels abused prisoners 'terrorists'.*
<http://edition.cnn.com/2004/ALLPOLITICS/05/11/inhofe.abuse/index.html> Erişim Tarihi: 25.09.2018.
- CPD- USC Center on Public Diplomacy (2011). *PD 2014 at a Glance.*
https://www.uscpublicdiplomacy.org/pdin_monitor_article/pd-2014-glance Erişim Tarihi: 18.04.2018.
- Cull, N. J. (2006). *"Public Diplomacy" Before Gullion: The Evolution of a Phrase.*
<https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase> Erişim Tarihi: 12.04.2018.
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı (2018). *Kurumsal.*
<https://www.iletisim.gov.tr/turkce/kurum-hakkinda> Erişim Tarihi: 10.07.2018.
- Daniels, Chris (2011). *BP: A Year Later.* <https://www.prweek.com/article/1265206/bp-year-later> Erişim Tarihi: 02.03.2018.
- Deutsche Welle (2017). *Canada faces calls to freeze arms sales to Saudi Arabia.*
<https://www.dw.com/en/canada-faces-calls-to-freeze-arms-sales-to-saudi-arabia/a-39966471> Erişim Tarihi: 21.09.2018.
- Deutsche Welle (2019). *Trump's Golan recognition: A dangerous precedent?*
<https://www.dw.com/en/trumps-golan-recognition-a-dangerous-precedent/a-48037886> Erişim Tarihi: 27.08.2018.
- Development Initiatives (2018). *Global Humanitarian Assistance.*
<http://devinit.org/publications/?format=report> Erişim Tarihi: 04.07.2018.

ECA.state 1 (2018). *A Tradition of Excellence*. <https://eca.state.gov/fulbright/fulbright-alumni/notable-fulbrighters> Erişim Tarihi: 15.09.2018.

ECA.state 2 (2018). *International Visitor Leadership Program (IVLP)*. <https://exchanges.state.gov/non-us/program/international-visitor-leadership-program-ivlp> Erişim Tarihi: 15.09.2018.

Elliott, Kim Andrew (2009). *Revamped NHK World is on the air*. <http://kimelli.nfshost.com/index.php?id=5805> Erişim Tarihi: 25.06.2019.

Euro News (2019). Barış Pınarı Harekatı'nın Türkiye'den ilk sivil kayıplarından biri Suriye uyruklu bebek. <https://tr.euronews.com/2019/10/10/baris-pinari-harekatinin-turkiye-den-ilk-sivil-kayıplarından-biri-suriye-uyruklu-bir-bebek> Erişim Tarihi: 05.11.2019.

Forbes (2017). *Dünyadaki en büyük 100 marka*. <https://fortune.com/global500/search/> Erişim Tarihi: 06.09.2018.

Foreign Policy In Focus (2004). *U.S. Public Diplomacy: A Tale of Two Who Jumped Ship at State*. https://fpif.org/us_public_diplomacy_a_tale_of_two_who_jumped_ship_at_state/ Erişim Tarihi: 07.08.2018.

Foreign Policy (2010). *Turkey's zero-problem foreign policy*. <https://foreignpolicy.com/2010/05/20/turkeys-zero-problem-foreign-policy/> Erişim Tarihi: 15.05.2018.

Fulbright (2018). *About CIES*. <https://www.cies.org/about-us/about-cies> Erişim Tarihi: 15.09.2018.

Fung, Brian (2011). *How Klout could change America's image abroad*. https://www.washingtonpost.com/national/on-innovations/how-klout-could-change-americas-image-abroad/2011/08/22/gIQAs0NWJ_story.html?noredirect=on&utm_term=.9803a6e507b9 Erişim Tarihi: 16.12.2017.

Geopolitical Monitor (2018). *Mali Crisis: A Historical Perspective of the Azawad Movement*. <https://www.geopoliticalmonitor.com/mali-crisis-a-historical-perspective-of-the-azawad-movement/> Erişim Tarihi: 12.07.2019.

Google Trends (2018). *Tüm dünyada hangi konularda arama yapıldığını keşfedin*. <https://trends.google.com.tr/trends/?geo=TR> Erişim Tarihi: 05.06.2018.

Guardian (2002). *Velvet fist in the iron glove*. <https://www.theguardian.com/world/2002/jun/16/2> Erişim Tarihi: 09.08.2018.

Guardian (2003). *End of an era as Japan enters Iraq*. <https://www.theguardian.com/world/2003/jul/26/iraq.japan> Erişim Tarihi: 10.06.2019.

Gullion, Edmund (2013). *The Murrow Collection*. <https://fletcher.tufts.edu/Murrow-Center/About/The-Murrow-Collection> Erişim Tarihi: 12.11.2018.

Habertürk (2018). *Twitter kullanıcı sayısı düştü*. <https://www.haberturk.com/twitter-kullanici-sayisi-dustu-2078491-ekonomi> Erişim Tarihi: 19.07.2018.

Holbrooke, Richard (2001). *Get the message out*. http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/12/13/AR2010121305410_pf.html Erişim Tarihi: 14.03.2018.

aHürriyet (2010). *Davutoğlu: Yeni Osmanlılık hedefi yok*. <http://www.hurriyet.com.tr/dunya/davutoglu-yeni-osmanlicilik-hedefi-yok-16634111> Erişim Tarihi: 12.05.2018.

Hürriyet (2012). *Başbakan Erdoğan'dan Muhteşem Yüzyıl'a ağır eleştiri*. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/basbakan-erdogandan-muhtesem-yuzyila-agir-elestiri-22009998> Erişim Tarihi: 14.06.2018.

Hürriyet (2016). *Türk-Rus krizini bitiren gizli diplomasinin öyküsü*. <http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/murat-yetkin/turk-rus-krizini-bitiren-gizli-diplomasinin-oykusu-40185705> Erişim Tarihi: 29.12.2017.

HuffPost (2011). *Peace Corps Volunteers Speak Out About Rape, Violence*. https://www.huffpost.com/entry/peace-corps-volunteers-rape-violence_n_860718 Erişim Tarihi: 25.09.2018.

IMDB (2008). *Astro Boy*, <https://www.imdb.com/title/tt0056739/news> Erişim Tarihi: 19.06.2019.

Independent (2019). *Israel 'capitalising on Trump' to launch construction binge of new settlement homes in West Bank*. <https://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/israel-settlements-donald-trump-west-bank-international-law-barack-obama-a8707361.html> Erişim Tarihi: 27.08.2018.

Japan Forward (2019). *Anime Market Tops ¥2-trillion Mark for the First Time*. <https://japan-forward.com/anime-market-tops-%C2%A52-trillion-mark-for-the-first-time/> Erişim Tarihi: 20.06.2019.

Japan Times (2004). *Gaijin: good or bad?*. <https://www.japantimes.co.jp/community/2004/10/26/issues/gaijin-good-or-bad/#.XTnbK-gzaUl> Erişim Tarihi: 03.06.2019.

Japan Times (2017). *Why is Japan's public diplomacy so utterly inept?*. <https://www.japantimes.co.jp/opinion/2017/03/18/commentary/japans-public-diplomacy-utterly-inept/#.XTn6E-gzaUk> Erişim Tarihi: 27.06.2019.

Japonya Strasbourg Büyükelçiliği (2012). *Discours Diplomatie*. https://www.strasbourg.fr.emb-japan.go.jp/francais/protocole/discours_diplomatie.pdf Erişim Tarihi: 12.06.2019.

JET Programme (2019). *Eligibility*. <http://jetprogramme.org/en/eligibility/> Erişim Tarihi: 04.07.2019.

Kanal Finans (2018). *Dünyanın En Büyük Havayolu Şirketleri, THY Kaçınıcı Sırada?*. <https://kanalfinans.com/haberler/sirket-haberleri/dunyanin-en-buyuk-havayolu-sirketleri-ve-en-yogun-havaalanlari> Erişim Tarihi: 20.06.2018.

KDM site (2018). *Our Mission*. <https://www.state.gov/bureaus-offices/under-secretary-for-public-diplomacy-and-public-affairs/> Erişim Tarihi: 14.09.2018.

Kızılay (2018). *Kızılay'dan Sudan'da Katarakt Ameliyatı Projesi*. <https://www.kizilay.org.tr/Haber/KurumsalHaberDetay/4397> Erişim Tarihi: 12.07.2018.

LA Times (1999). *A diminished USIA dims our beacon abroad*. <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1999-oct-01-me-17364-story.html> Erişim Tarihi: 14.09.2018.

Milliyet (2009). *Japon mühendisin Özal vefatı*. <http://www.milliyet.com.tr/gundem/japon-muhendisin-ozal-vefasi-1167371> Erişim Tarihi: 22.06.2018.

MOFA (2006). *A New Look at Cultural Diplomacy: A Call to Japan's Cultural Practitioners*. <https://www.mofa.go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html> Erişim Tarihi: 13.06.2019.

Monocle (2018). *Affairs and Soft Power*. <https://monocle.com/all/affairs/soft-power/> Erişim Tarihi: 04.06.2018.

New York Times (1990). *Matsushita Shifts Stance On MCA*. <https://www.nytimes.com/1990/11/30/business/matsushita-shifts-stance-on-mca.html?mtrref=www.google.com> Erişim Tarihi: 16.06.2019.

New York Times (2004). *Rumsfeld Offers Apology for Abuse of Iraqi Prisoners*. <https://www.nytimes.com/2004/05/07/politics/rumsfeld-offers-apology-for-abuse-of-iraqi-prisoners.html> Erişim Tarihi: 25.09.2018.

New York Times (2017). *Saudi Arabia and Israel Will Be on Itinerary of Trump's First Foreign Trip*. https://www.nytimes.com/2017/05/04/us/politics/trump-to-visit-saudi-arabia-and-israel-in-first-foreign-trip.html?_r=0 Erişim Tarihi: 23.08.2018.

New Yorker (2004). *Chain of Command*. <https://www.newyorker.com/magazine/2004/05/17/chain-of-command-2> Erişim Tarihi: 25.09.2018.

NewsBusters (2013). *Leno Asks Current TV's Joy Behar 'Osama Bin Laden Is Your New Boss?'*. <https://www.newsbusters.org/blogs/nb/noel-sheppard/2013/01/05/leno-asks-current-tvs-joy-behar-osama-bin-laden-your-new-boss> Erişim Tarihi: 15.09.2018.

NHK (2019). *History*. <https://www.nhk.or.jp/corporateinfo/english/history/index.html> Erişim Tarihi: 25.06.2019.

Nippon (2011). *The Gulf War and Japanese Diplomacy*.

<https://www.nippon.com/en/features/c00202/the-gulf-war-and-japanese-diplomacy.html>

Erişim Tarihi: 12.06.2019.

Nixon Foundation (2009). *How RN Saved The Peace Corps*.

<https://www.nixonfoundation.org/2009/10/howrnsavedthepeacecorps/> Erişim Tarihi:

19.09.2018.

NTV (2016). *Dünyanın en çok ziyaret edilen 10 ülkesi*.

<https://www.ntv.com.tr/galeri/seyahat/dunyanin-en-cok-ziyaret-edilen-10-ulkesi,23vd3VxWAUel7igSoiUvMA/ZqOyxhKcpEGU0nHk2K50DA#ZqOyxhKcpEGU0nHk2K50DA> Erişim Tarihi: 12.06.2018.

NTV (2018). *Facebook'un aylık aktif kullanıcı sayısı arttı*.

<https://www.ntv.com.tr/ekonomi/facebookun-aylik-aktif-kullanici-sayisi-artti,-r22LEaxsEWWnA45ZXh4ZQ> Erişim Tarihi: 04.08.2018.

OECD (2017). *Son on yıl STK yardımları*. <https://data.oecd.org/drf/grants-by-private-agencies-and-ngos.htm> Erişim Tarihi: 20.06.2018.

OECD (2018b). *Net ODA*. <https://data.oecd.org/oda/net-oda.htm> Erişim Tarihi: 22.06.2018.

OECD (2018c). *Son on yıl milli gelire göre resmi yardım*. <https://data.oecd.org/oda/net-oda.htm#indicator-chart> Erişim Tarihi: 22.06.2018.

OECD (2019). *Net ODA Total, % of gross national income, 2008 – 2017*.

<https://data.oecd.org/oda/net-oda.htm#indicator-chart> Erişim Tarihi: 21.06.2019.

PDC (2017). *Academic Study*. <https://www.publicdiplomacycouncil.org/academic-study-public-diplomacy/> Erişim Tarihi: 26.09.2018.

Peacecorps (2015). *Peace Corps Yemin*. <https://files.peacecorps.gov/documents/MS-207-Policy.pdf> Erişim Tarihi: 25.09.2018.

Pew (2017). *Japonya'da Amerikan algısı*.

<https://www.pewresearch.org/global/database/indicator/1/country/JP> Erişim Tarihi:

08.06.2019.

Pew (2018a). *Amerikan karşıtlığı*. <https://www.pewresearch.org/global/interactives/us-image/> Erişim Tarihi: 19.08.2018.

Pew (2018b). *Amerikan Başkanlarına duyulan güven*.

https://www.pewresearch.org/global/2018/10/01/appendix-a-detailed-tables-u-s-image/pg_2018-10-01_us-image_6-01/ Erişim Tarihi: 19.08.2018.

Pew (2018c). *Başlıca AB ülkeleri arasında Amerikan Başkanlarına duyulan güven*.

https://www.pewresearch.org/global/2018/10/01/trumps-international-ratings-remain-low-especially-among-key-allies/pg_2018-10-1_u-s-image_0-5/ Erişim Tarihi: 19.08.2018.

Regjeringen.no (2003). *Public Diplomacy*.

https://www.regjeringen.no/no/dokumentarkiv/Regjeringen-Bondevik-II/ud/Taler-og-artikler-arkivert-individuelt/2003/public_diplomacy/id267536/ Erişim Tarihi: 22.11.2017.

Reuters (2007). *Rumsfeld okayed abuses says former U.S. general*.

<https://www.reuters.com/article/us-iraq-rumsfeld-idUSL2572641320061125> Erişim Tarihi: 25.09.2018.

Salon (2014). *Introduction: The Abu Ghraib files*.

https://www.salon.com/2006/03/14/introduction_2/ Erişim Tarihi: 25.09.2018.

Sözcü (2017). *Türk dizileri, ihracat oranlarında dünyada ikinci*.

<https://www.sozcu.com.tr/2018/ekonomi/turk-dizileri-ihracat-oranlarinda-dunyada-ikinci-2177223/> Erişim Tarihi: 12.06.2018.

Sony (2019). *History*. <https://www.sony.net/SonyInfo/CorporateInfo/History/> Erişim Tarihi: 15.06.2019.

Stanislaus, Warren (2018). *Japan is using cultural diplomacy to reassert its place in the world – but is the message too exclusive?*. <https://theconversation.com/japan-is-using-cultural-diplomacy-to-reassert-its-place-in-the-world-but-is-the-message-too-exclusive-106463> Erişim Tarihi: 10.06.2019.

Taipei Times (2014). *NHK chairman says fuss over 'comfort women' perplexing*.

<http://www.taipeitimes.com/News/front/archives/2014/01/27/2003582237> Erişim Tarihi: 01.07.2019.

Telegraph (2009). *Abu Ghraib abuse photos 'show rape'*.

<https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/northamerica/usa/5395830/Abu-Ghraib-abuse-photos-show-rape.html> Erişim Tarihi: 25.09.2018.

The Diplomat (2017). *Japan House: Tokyo's New Public Diplomacy Push*.

<https://thediplomat.com/2017/07/japan-house-tokyos-new-public-diplomacy-push/> Erişim Tarihi: 13.06.2019.

The Soft Power 30 (2018). *Overall Ranking 2018*. <https://softpower30.com/> Erişim Tarihi: 13.11.2017.

The Times (2014). *Japan's 'BBC' bans any reference to wartime 'sex slaves'*.

<https://www.thetimes.co.uk/article/japans-bbc-bans-any-reference-to-wartime-sex-slaves-s7qtbxr0kc0> Erişim Tarihi: 26.06.2019.

TİKA (2018). *TİKA Teşkilat Kanunu*. http://www.tika.gov.tr/tr/sayfa/teskilat_kanunu-238

Erişim Tarihi: 05.07.2018.

Toyota (2019). *History*. http://www.toyota-global.com/company/history_of_toyota/75years/

Erişim Tarihi: 15.06.2019.

TUİK (2017). *Temel İstatistikler*. <http://tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> Erişim Tarihi: 17.06.2018.

UNESCO (2018). *Inbound internationally mobile students by continent of origin*. <http://data.uis.unesco.org/index.aspx?queryid=169#> Erişim Tarihi: 19.07.2018.

US Department of State (2017). *Vision*. <https://www.state.gov/about/about-the-u-s-department-of-state/> Erişim Tarihi: 10.09.2018.

USAID (2018a). *Mission, Vision And Values*. <https://www.usaid.gov/who-we-are/mission-vision-values> Erişim Tarihi: 19.09.2018.

USAID (2018b). *USAID'in yıllara göre bütçesi*. <https://explorer.usaid.gov/agencies/?agency=1&measure=Obligations&year=2017> Erişim Tarihi: 19.09.2018.

USIA (1998). *USIA About us*. <http://dosfan.lib.uic.edu/usia/usiahome/oldoview.htm#overview> Erişim Tarihi: 10.09.2018.

Vatan Gazetesi (2009). *Erdoğan'a 'monşer' cevabı*. <http://www.gazetevatan.com/erdogan-a-monser--cevabi-221680-siyaset/> Erişim Tarihi: 22.05.2018.

Washington Times (2006). *The diplomacy of deeds*. <https://www.washingtontimes.com/news/2006/dec/17/20061217-022945-4442r/> Erişim Tarihi: 17.08.2018.

wikia.org (2017). *Edward R. Murrow*. https://publicdiplomacy.wikia.org/wiki/Edward_R._Murrow Erişim Tarihi: 10.07.2018.

Wikileaks (2010). *What Lies Beneath Ankara's New Foreign Policy*. https://wikileaks.org/plusd/cables/10ANKARA87_a.html Erişim Tarihi: 23.05.2018.

WITS (2015). *Japan Food Imports By Country and Region 2015*. <https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/JPN/Year/2015/TradeFlow/Import/Partner/all/Product/Food> Erişim Tarihi: 02.06.2019.

World Integrated Trade Solution (WITS) (2018) *China Export*. <https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/country/CHN/startyear/LTST/endyear/LTST/tradeFlow/Export/indicator/XPRT-TRD-VL/partner/WLD/product/Total> Erişim Tarihi: 21.10.2018.

YEE (2018). *Yunus Emre Enstitüsü- Kurumsal*. <https://www.yee.org.tr/tr/kurumsal/yunus-emre-enstitusu> Erişim Tarihi: 09.07.2018.

Youtube (2016). *Dünya için hazırız!*. <https://www.youtube.com/watch?v=DCKw1zZPt88> Erişim Tarihi: 12.07.2018.

YÖK (2013). *Mevlana Değişim Programı kitapçığı*.

https://mevlana.yok.gov.tr/Documents/Anasayfa/Mevlana-Kitapcik-Yeni_08.06.2015_%C4%B0statistiksiz.pdf Erişim Tarihi: 10.07.2018.

YÖK (2018). *2017-2018 YÖK İstatistikleri*. <https://istatistik.yok.gov.tr/> Erişim Tarihi: 12.07.2018.

YTB (2018). *Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı - Kurumsal*. <https://www.ytb.gov.tr/kurumsal/baskanligimiz-2> Erişim Tarihi: 16.07.2018.

Dergi

Altıok, Mehtap (2012). Abdullah Gül ile Söyleşi “İrkçilik demokrasinin düşmanıdır”, *Artı90*, Nisan 2012, Sayı 2.

Bestor, Theodore C. (2014). Most F(L)avored Nation Status: The Gastrodiplomacy of Japan's Global Promotion Of Cuisine, *Public Diplomacy Magazine*, Sayı 11.

Birdal, Mehmet Sinan (2017). The Closing of the Opening: The AKP's Armenian Policy, *Public Diplomacy Magazine*, Sayı 17.

Çevik, Senem B. (2016). The “Ethos Gap”: A Challenge or an Opportunity for Turkey's Nation Brand?, *CPD-Rising Soft Powers: Turkey*, Özel Sayı.

Eken, Mehmet E. (2016). Turkey's Foreign Aid: Who is the Target Audience?, *CPD-Rising Soft Powers: Turkey*, Özel Sayı.

Glassman, James (2011). Interviews with current and former members of the Broadcasting Board of Governors, *Public Diplomacy Magazine*, Sayı 6.

Göksel, Diba Nigar (2011). Can Turkey Inspire? Part I Civil Society in the MENA Neighborhood, *The German Marshall Fund*, Eylül 2011.

Green, Michael J. ve Colson, William (2013). The Promise and Limits of Japan's Soft Power Edge, *Public Diplomacy Magazine*, Sayı 10.

Hessler-Radelet, Carrie (2016). Crisis Diplomacy, *Public Diplomacy Magazine*, Sayı 16.

Özkan, Bilgin (2016). Information and Communication Technologies (ICT) and Organizational Culture in the Turkish Ministry of Foreign Affairs, *CPD-Rising Soft Powers: Turkey*, Özel Sayı.

Vadlamannati, Aparajitha (2011). The Early Days of Al Hurra:Book Review, *Public Diplomacy Magazine*, Sayı 6.

Rapor

Burgess, Andrea ve Davies, Lisa (2019). *Pocket World in Figures, 2019*, London: The Economist.

Coats, Daniel R. (2018). *Worldwide Threat Assessment of the Us Intelligence Community 2018*, Washington: Office of the Director National Intelligence.

Diplomatic Bluebook (2004). Tokyo: MOFA.

Diplomatic Bluebook (2006). Tokyo: MOFA.

Factbook (2016). *Migration and Remittances 2016*. Washington: World Bank Group.

Global Humanitarian Assistance (GHA) Report (2011) Development Initiatives, Somerset UK.

HIK (2017). *Conflict Barometer, 2017*. Heidelberg, Germany: HIK.

Japan Foundation 2015 Dil Raporu (2017). Tokyo: Japan Foundation

Japan Foundation 2017-2018 Faaliyet Raporu (2018). Tokyo: Japan Foundation

Matwiczak, Kenneth (2010). *Public Diplomacy Model for the Assessment of Performance*. The LBJ School of Public Affairs, Austin, TX.

McClory, Jonathan (2010). *The New Persuaders: An international ranking of soft power-I, II, III*, Institute for Government, London.

Powers, Shawn ve Hensman, Chris (2017). *KDK 2017 Bütçe Raporu*, Washington: U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy.

Redding, Sean ve Sumilas, Michele (2017). *USAID Report 2016*, Washington: U.S. Agency For International Development.

Salman, Orhun K. ve Kanak, Doğukan (2017). *2017 TİKA Faaliyet Raporu*. Ankara: TİKA.

Steiger, William (2018). *USAID Report 2018*, Washington: U.S. Agency For International Development.

Singh, J. P. ve MacDonald, Stuart (2017). *Soft Power Today*. Edinburgh: British Council.

The United States Advisory Commission on Public Diplomacy (2005). *US PD Report*. Washington.

TOEFL (2018). *2017 Test and Score Data*. Princeton: ETS.

U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication (2007). *Strategy for Public Diplomacy*, Washinton: Policy Coordinating Committee (PCC).

Under Secretary of State for Public Diplomacy (2010). *PD Strategy Paper*, Washington: Office of the Under Secretary of State for Public Diplomacy and Public Affairs.

YEE Faaliyet Raporu, (2016). *2016 Yunus Emre Enstitüsü Faaliyet Raporu*. Ankara: YEE.

YTB (2017). *2017 Faaliyet Raporu*, Ankara: YTB.

Film

Gillespie, C (Yapımcı), Rogers, S Senarist), Gillespie, C (Yönetmen), (2017) *I, Tonya* (Film).
Hollywood: AI Films.

