

DOI: 10.30520/tjsosci.776867

**COVID-19 SÜRECİNDE TÜRKİYE CUMHURİYETİ DEVLETİNİN
ULUSLARARASI HALKLA İLİŞKİLERİ, KAMU DİPLOMASİSİ ÖRNEĞİ
OLARAK DIŞ YARDIMLARLA YARATTIĞI ETKİ ÜZERİNE BİR
DEĞERLENDİRME**

*THROUGHOUT COVID-19, INTERNAIONAL PUBLIC RELATIONS OF THE REPUBLIC
OF TURKEY, IT IS AN ASSESSMENT OF THE IMPACT CREATED BY FOREIGN AIDS AS
AN EXAMPLE OF PUBLIC DIPLOMACY*

Berrin BALAY TUNCER¹

ÖZET

31 Aralık 2019 tarihi yaşamımızı kökten deęiőeceęi, deęiőtięi dönemin başlangıcıdır. Dünyamız farklı sebepleri ve sonuçları öngörülemeyen ancak mutlaka yaşamamızı, dünyayı, ekonomik, sosyal, politik, sosyal güvenlik, ulusal ve uluslararası güvenlik ve eğitim alanlarını farklılaştıracak günlerin başlangıç noktasıdır. Belki sadece yaşam pratiklerini deęiőtirmeyecek aynı zamanda yeni bir çağın başlangıcı olacak. Küresel köyden kendi köyümüze döneceğiz. Çekirdek ailemizle birlikte bir zamanlar ütopya olarak görülen sanal eğitimden, okulsuz eğitime kadar kendi yağımızla kavrulacağız...31 Aralık 2019 Çin Halk Cumhuriyeti'nin Wuhan kentinden dünyaya yayılan Coronovirüs'ün tespit edilip adlandırıldığı ve dünyaya ilan edildiği tarih. Coronavirus ailesinin yedi üyesinden olan virüs 2019 yılında doğmasıyla Covid-19 adını aldı. Coronavirüs'ün dünyaya dağılımı ve Dünya Sağlık Örgütü'nün önce epimedi, 10 Mart 2020 da pandemi ilan etmesiyle kayıtlarda yüzyılın en bilinmez salgını olarak yerini aldı. Corona Ailesi olarak tanımlanan yedi virüsün MERS, SARS, Ebola Da en ölümcül, bulaşı yüksek, en kontrol edilemeyen olarak tanımlandı. Türkiye, salgının farklı ülkelerde başlamasıyla birlikte başta Çin olmak üzere (maske, tulum, sağlık kitleri, solunum cihazı vb) oluşan tıbbi yardımları askeri kargo uçaklarıyla göndermeye başladı. Türkiye kamu diplomasisi, yumuşak güç olarak yorumlayabileceğimiz dış yardımlarla uluslararası alanda küresel gücünü göstermeyi başardı. Bu yardımları uluslararası halkla ilişkiler açısından başka bir ifade ile kamu diplomasisinin önemli araçlarından biri olarak irdeleyeceğiz. Bu çalışmada, Türkiye'nin 11 Mart 2020 ile 15 Mayıs 2020 tarihleri arasında kontrollü normalleşmenin başladığı 88 ülkeye yapılan dış (insani) yardımlar çerçevesinde, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı web sitesi, çevrimiçi gazete metinleri ve twitter paylaşımları ile değerlendirme yapılacaktır.

Anahtar kelimeler: Kamu Diplomasisi, İnsani Diplomasi, Yumuşak güç, Uluslararası Halkla İlişkiler, Pandemi, Koronavirüs.

¹ Dr., ODTÜ-GİSAM, Ankara, bbalay@metu.edu.tr, ORCID ID: 0000.0003-3249-188X

ABSTRACT

The date of December 31, 2019 is the beginning of the period when our lives will radically change and have already changed. Our world is the starting point of the days when different reasons and consequences are unpredictable but will definitely differentiate our life, the world, economic, social, political, social security, national and international security and education. Maybe it will not only change life practices but also the beginning of a new era. We will return from the global village to our own village. Together with our nuclear family, we will create ourselves, from virtual education, which was once seen as a utopia, to education without schools. December 31, 2019 is the date when Coronavirus, spreading from Wuhan, People's Republic of China, was detected, named and announced to the world. The virus, one of the seven members of the Coronavirus family, was named Covid-19 when it was born in 2019. The distribution of Corona Virus to the world and the World Health Organization's first epidemic, With the announcement of the pandemic on March 10, 2020, it took its place in the records as the most unknown epidemic of the century. Of the seven viruses identified as the Corona Family, MERS, SARS, Ebola were also identified as the deadliest, high-transmission, and most uncontrollable. Turkey, with the beginning of the epidemic in different countries, primarily China (mask, overalls, health kits, breathing apparatus, etc.) occurring with medical aid began to send by military cargo planes. Turkey public diplomacy has managed to show its global power in the international arena with foreign aid, which we can interpret as a soft power. We will examine these aids in terms of international public relations, in other words, as one of the important tools of public diplomacy. In this study, Turkey's made in 88 countries began a controlled make normalization between May 15, 2020 date of the March 11, 2020 outside (humanitarian) within the framework of assistance, Presidential Communication Presidency website, will be assessed by an online newspaper text and twitter shares.

Keywords: Public Diplomacy, Humanitarian Diplomacy, Soft Power, International Public Relations, Pandemic, Coronavirus.

GİRİŞ

II. Dünya savaşıdan sonra yeni kurulan ülkelere yapılan dış yardımlar küresel bir politikaya dönüşmüştür. İki kutuplu Dünyada ABD ve SSCB yumuşak güç unsuru olarak dış yardımları kullanmıştır. Yardımlar aracılığıyla bu ülkeler üzerinde ciddi hakimiyet kurmuşlardır. 2000'li yıllardan itibaren Türkiye'nin bölgede oynadığı rol, dış yardımların yönünü de belirlemektedir.

Askeri, ekonomik, kalkınma, güvenlik yardımları gibi sınıflandırılan yardımlar içinde bizim konu odağımızı oluşturan Covid-19 pandemisi nedeniyle yapılan insani yardımlardır. İnsani yardımlar son yıllarda insani diplomasisi olarak adlandırılmaktadır. İnsanlık onurunu referans alan bu yaklaşım aynı zamanda kamu diplomasisinin bir aracı olarak Türkiye'nin dış politika hedeflerini gerçekleştirilmesini de sağlamaktadır.

Kamu diplomasisi ile halkla ilişkiler disiplini birçok ortak disiplin ve kavramla örtüşmektedir. Çalışmada kamu diplomasisi kavramı, halkla ilişkiler ve dış yardımlar arasındaki ilişki irdelenecektir.

1. Literatür Taraması**1.1. Kamu Diplomasisi**

Diplomasisi kavramı devletlerarası ilişkilerden doğmuştur. Bir devletin kendi menfaatlerinin ve saygınlığının korunması için öteki devletler ve milletlerarası kurullarla kendisini temsil ettirmesi, onlarla anlaşmalar imzalaması ya da anlaşmazlıkları çözümülemesi gerekmektedir. Bütün bu unsurlar diplomasisinin ana hatlarını oluşturmaktadır (Birgi, 1983: 37). Geleneksel diplomasisi, devletlerin diğer ülkelerin resmi temsilcileri ve akredite edilmiş diplomatlarıyla

devletlerarası ilişkileri yürütme sanatıyken kamu diplomasisi, bir ülkenin diğer devletlerin halklarıyla iletişim politikasıdır (İskit,2015,s. 354).

Kamu diplomasisi, gerek kullandığı kaynak ve araçlar, gerek uygulama yöntemleri nedeniyle birçok farklı disiplinle ilişkilendirilmektedir (Erzen, 2012, s. 100). Kamu diplomasisi içerisinde halkla ilişkiler ve tanıtım, pazarlama bilimi, tarih, siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler ve psikolojiye kadar birçok disiplin gerektiren ortak alanı temel almaktadır. Bu bağlamda; bir ülkenin, dış dünyadaki temsilini sağlarken, başka kamuoylarını etkileme, yönlendirme ve dış ülkedeki halklar ile olan diyalogun artırılması amacını taşıyan kavram; tüm bu disiplinlerden yararlanır ve karşılıklı bir alışveriş içerisinde girer. Halklar arasındaki ve hükümet-halk diyalogunun geliştirilmesi ve ülkelerin istediği sonuçlara ulaşması için iletişim strateji ve araçlarını yoğun olarak kullanmak gerekir.

Bu anlamda kamu diplomasisi, iletişim politikalarıyla doğrudan ya da dolaylı yollardan diğer ülkelerin halklarına ulaşarak ilişki inşa etme yöntemidir. Radyolar, TV'ler, özellikle 1990'larda internetin günlük hayatımıza girmesiyle birlikte sürekli birbiriyle iletişim halinde olan yeni bir küresel dünya ortaya çıkmıştır. Bu ortamda toplumların yeni iletişim ve bilgi teknolojileri çerçevesinde birbirinden anlık haberdar olduğu günümüzde devletler de diğer ülkelerin toplumlarına ulaşma ve politikalarını sadece devlet yetkililerine değil, iletişim yöntemlerini kullanarak halklara da anlatmak zorunda kalmıştır. Böylece kamu diplomasisi, devletlerin diğer ülkelerin toplumlarıyla konuşması olarak gelişmiştir. İletişim uzmanı ve Routledge Handbook of Public Diplomacy kitabının editörü Nancy Snow, kamu diplomasisini hükümetten halka doğru bir iletişimsel ilişki kurma yöntemi ve devletlerin küresel toplumla konuşması şeklinde tanımlamıştır (Snow, 2009, s.6).

Kamu diplomasisiyle birlikte yeni diplomatik düzende yeni aktör ve araçlar ortaya çıkmıştır. Klasik diplomasiyi uygulayanlar devlet başkanları, başbakanlar, dışişleri bakanları, diplomatlar ve genel olarak devletlerin resmi yetkilileri iken kamu diplomasisi uygulayıcıları olarak resmi devlet yetkilileri dışında özellikle sivil toplum temsilcileri, STK'lar, düşünce kuruluşları, medya, gazeteciler, akademisyenler, edebiyatçılar, yazarlar, entelektüeller, kanaat önderleri bu rolü üstlenmiştir. Kamu diplomasisi ise; medya ortamında kamuoyuna açık bir şekilde yeni iletişim teknolojileri kullanılarak yürütülmektedir. Kamu diplomasisinde hedef kitle sıradan bireyler bir başka deyişle halklardır. Halklara da günümüz dijital çağında yeni iletişim araçlarıyla ulaşmak gerekmektedir. Bu nedenle kamu diplomasisi yeni diplomatik düzende yeni araç ve yöntemler kullanmak durumunda kalmıştır. Özellikle TV, internet, sosyal medya gibi araçlar kamu diplomasisindeki temel iletişim araçları olarak öne çıkarken ulus markalama, imaj-prestij yönetimi, haber yönetimi, bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri de yeni yöntemler olarak ortaya çıkmıştır (Ekşi, 2014,ss. 89-116).Böylece devletler, günümüzde diğer ülkelerin halklarına bu yeni yöntem ve araçlarla ulaşarak doğrudan etkileşime girerek ilişkilerini toplumsal düzeyde inşa etme ve geliştirme politikasını uygulamaya başlamışlardır.

Kamu diplomasisi; iletişimin stratejik değerinin arttığı, kamuoyu olgusunun öne çıktığı, doğru bilgilendirmenin, iknanın önem kazandığı yeni uluslararası sistemde çok konuşulan, tartışılan ve önemi giderek daha çok anlaşılmaya başlanan bir kavram haline gelmiştir.

21. yüzyılın en stratejik araçlarından biri olarak kabul edilen kamu diplomasisi Nye'e (2017,ss.154-157) göre üç farklı boyuttan oluşmaktadır. İlki; Günlük iletişim ve bilgilendirme boyutu: Doğru bilginin sürekli kılınması, zamanında aktarılması ve sağlıklı bir algı oluşturulmasıdır. Kamuoyunun ilgisinin çekilmesi, bütünselliğin ve tutarlılığın sağlanması da önem taşımaktadır. İkinci boyutu; stratejik planlama ve ülkenin markalaşması: Kamu diplomasisi, ülkelerin "marka" haline gelmesine de ciddi katkılar yapmaktadır. Uluslararası

markasını güçlendiren, kamuoyundaki algısını sağlamlaştıran ülkelerin ikna etme kapasitesi daha da artmaktadır. İtibarlı, güvenilir, saygın ülke haline gelmek, verilen mesajların etkisini artıran bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Üçüncü boyutu; uzun vadeli ilişkiler kurmak ve geliştirmek: Kamu diplomasisi araç ve yöntemlerini kullanarak, hedef ülke ve toplumlarla çeşitli alanlarda kurulan ilişkiler, verilen mesajların kalıcılığını sağlamada önemli bir faktördür. Eğitim, medya, değişim programları, staj olanakları vb. araçlar kalıcı ve uzun vadeli ilişkiler kurabilmek için önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu ilişkiler toplumların ve ülkelerin, halkların birbirini daha yakından tanımalarına yardımcı olmakta, tanıma arttıkça, anlama ve ikna olma olanakları da çoğalmaktadır.

Kamu diplomasisi ya da yeni kamu diplomasisi Nye'nin "yumuşak güç-soft power" kavramına dayanır.

1.1.2. Yumuşak Güç ve Sert Güç

Uluslararası sistemde bir şeyi yapabilme kapasitesi ve diğerlerinin davranışlarını etkileme yeteneği "güç" olgusuyla açıklanmaktadır (Nye, 2017, s.220). Değişen diplomatik ortam beraberinde "yumuşak güç" kavramını da ortaya çıkarmıştır. Joseph Nye'in (2017, s.24), 1990'da yayınlanan *Bound to Lead* kitabı ile literatüre kazandırıp, 2004'te yayınlanan *Soft Power* kitabı ile daha da geliştirdiği "yumuşak güç- soft power" "bir ülkenin dünya siyasetinde istediği sonuçlara, onun değerlerine hayran olan, onu örnek alan, refah seviyesine ve fırsatlarına özenen ülkelerin kendisini izlemesiyle ulaşmasıdır". Askeri güç tehdidini ya da ekonomik yaptırımları kullanarak diğerlerini değişime zorlamak değil, dünya siyasetinde gündemi oluşturmak ve onları kendine çekmek önemlidir. Yumuşak güç, diğerlerinin senin istediğin sonuçları istemelerini sağlamak, insanları zorlamak yerine kendi yanına çekmektir. Kısaca, yumuşak güç, başkalarını cezbetme, onların kalbini ve zihnini kazanma yeteneğidir. Kamu diplomasisi sert güçten, yumuşak güce pragmatik biçimde kayışı ifade eder.

Ülkeler artık sahip oldukları yumuşak güç potansiyeli ile bilim, sanat, kültür, spor, eğitim vb. (Snow, 2009,s.3) başka ülkeleri etkilemekte, onlar için cazip bir ülke konumuna gelmektedir. Bu bağlamda dış yardımlar da yumuşak güç olarak değerlendirilmektedir. Ülkelerin kendi politikalarını başka ülkelere kabul ettirmelerinin temelini iletişim, etkileşim, ikna ve işbirliği oluşturmaktadır.

Yeni uluslararası sistemde "büyük ülke" olmak tek başına yeterli olmamakta aynı zamanda "güçlü ülke" konumuna da sahip olmak gerekmektedir. Devletler amaçlarına ulaşmak için sahip oldukları güçten yararlanmaktadır. Sert güç ise; askeri kapasite, ekonomik yaptırımlar gibi zorlayarak kabul ettirmeye dayanır. Günümüzde ABD ile Çin arasında süren ticaret savaşları, coronavirüsün doğup yaygınlaşması ile ABD'nin Çin'e tazminat davası açması ve yeni yaptırımlar getirmesi sert gücü kullanmaya iyi örnektir.

Yeni yüzyıl, soğuk savaş döneminin "sert güç" algısının tam tersi olan "yumuşak güç" olgusunun etkili olduğu bir yüzyıldır. Yeni yüzyılda zorbalıkla, dayatmayla, askeri güç kullanarak elde edilebilecek bir başarı mevcut değildir. Bu şekilde elde edilebilecek üstünlükler kısa sürelidir, gelip geçicidir, geleceğe yönelik bir vizyonu yoktur.

Nye (2005), yumuşak güç oluşturmak için çekici bir kimlik taşıyan kültürü, siyasi değerleri ve kurumları, ahlaki temellere ve meşruiyete dayalı politikaları gerekli görmektedir. Bu şekilde bir "cazibe merkezi" oluşturulacağına işaret etmektedir. İkna yoluyla da başka ülkelerin, toplumların tercihlerinin etkilenebileceğine dikkat çekmektedir. Nye'nin da dikkat çektiği bu süreç tahmin edilebileceği gibi uzun ve zorlu bir süreçtir. Ülkenin sahip olduğu tüm yumuşak güç unsurlarını bir arada, birbiriyle uyum içerisinde kullanabilme becerisini zorunlu

kılmaktadır. Kamu diplomasisi, karşılıklı anlayış yoluyla ülkelerin imajını ve saygınlığını artırmayı amaçlamaktadır (Simonin, 2008, s.24). Çağımızda ülkeler açısından en önemli unsurların başında güven, saygınlık ve itibar gelmektedir. Bu değerlere sahip ülkeler kendi politikalarını başka ülke ve toplumlara daha rahatlıkla anlatabilmekte, kendini dinletebilmekte, cazibe merkezi haline gelebilmektedir. İletişimde mesajın kendisi kadar, mesajın kaynağı olan ülke de büyük önem taşımaktadır.

Kamu diplomasisinde, kaynak ülkelerin kendisidir. Ülkeler ne kadar güvenilir, itibarlı ve saygın olursa, kamu diplomasisi çerçevesinde verdikleri mesajlara da o oranda güvenilmekte, inanılır bulunmaktadır. Bu nedenle kamu diplomasisi stratejisi geliştirilirken yalnızca mesaja odaklanmak tek başına yeterli değildir. Aynı zamanda mesajı hedef kitleye aktaran kaynak ülkelerin algılarını da düzeltmeleri, gerekirse imajlarını yeniden inşa etmeleri gerekmektedir. Bunun en etkili yolu ise, yumuşak güç araçlarını doğru kullanmaktan geçmektedir. Kültürel kapasitesini, bilimsel altyapısını, sportif başarılarını, entelektüel değerlerini etkili şekilde öne çıkartabilen ülkeler, kısa sürede cazibe merkezi haline gelebilmektedir. Yumuşak güç olgusu, kamu diplomasisi politikalarında stratejik iletişim yönetimiyle buluşunca ortaya kalıcı başarılar çıkmaktadır.

Bir ülkenin yumuşak gücü, o ülkedeki pek çok aktör ve kurumun etkinlikleri katkısıyla oluşmaktadır: Sanatçılar, sanatsal etkinlikler, fuarlar, konserler, sergiler, müzik kanalları; sivil toplum; politikacılar, siyasi partiler, yazarlar, yayıncılar; gazeteciler, medya grupları; iş adamları, şirketler; akademisyenler, üniversiteler; dini liderler. Kamu diplomasisi çok daha fazla gruba ve çok daha çeşitli çıkarları içermektedir (Nye, 2017, s.15).

Kamu diplomasisi kavramını irdelerken ilişki inşa etme gücüne, hükümetlerin iletişim politikası boyutuna, kültürel diyalogun kapısını aralama becerisine, ülkelerin imajlarını şekillendirme potansiyeline, algılamaları yönetebilme sanatına ve doğru bilgiyi yayma gücüne de vurguda bulunmak gerekir (Demir, 2012, s. 12).

1.1.3. Yumuşak Gücün Kaynakları

Nye (2017, s.32) göre; kamu diplomasisinin bir başka deyişle yumuşak gücün kaynakları en başta kültür, siyasi değerler, hükümet politikaları ve dış politikadır. Ekonomi ve medya politikası (radyo ve tv yayınları ve daha önemlisi içerikleri) hem kültürün hem de halkla ilişkiler ve iletişim çalışmaları altında değerlendirilebilir. Yumuşak güce medyanın gücünü yeni bir bağımsız aktör olarak eklemek yararlı olabilir (Balay-Tuncer, 2020, s.6). İnsani yardımlar da yumuşak gücün önemli bir unsuru olarak değerlendirilebilir. Aşağıda yumuşak gücün unsurları açıklanmaktadır.

Kültür

Kültürü bir toplumu oluşturan temel değerler ve uygulamalar olarak tanımlayabiliriz. Kamu diplomasisinin en önemli aracı, şüphesiz Dışişleri Bakanlıkları ve büyükelçilikler tarafından, kültürel etkinlikler, dil alışverişi ve akademik değişimleri yaygınlaştırma amaçlı uygulanan programlardır. Bazı ülkeler, dillerinin ve kültürlerinin yayılması için faaliyet gösteren ulusal ajanslara sahiptirler. Bu resmi kurumlar dışında sivil toplum tarafından kurulmuş, aynı amaca hizmet eden enstitüler de bulunmaktadır: Bir diğer kamu diplomasisi aracı ise uluslararası yayın yapan radyo ve televizyon kanallarıdır. Sinema endüstrisi, müziği, markaları ve değerleri ile doğdukları ülkelerle ilişkilendirilmekte ve ülkelerinin yurt dışındaki imajlarına katkıda bulunmaktadırlar (corporate diplomacy). Hayatımızın vazgeçilmez markaları yaratıldığı ülkelerin kültürel ve ekonomik değerlerdir. Örneğin; Coca Cola, Apple ABD'den, Nokia Finlandiya'dan, Sony Japonya'dan, İsveç Ericsson, İngiliz Unilever, Fransız Peugeot, Alman

BMW, Nestlé İsviçre'den, Çin'den Huawei, İspanya'nın şehirlerinin isimleri taşıyan otomobil markası Seat ve modelleri Toledo, Colorada vb. Ayrıca, yabancı ülkelere yönelik ekonomik yardım ve kalkınma fonu gibi çekici ve olumlu imaj yaratacak programlar güçlü bir ekonomiyi zorunlu kılmaktadır. Örneğin; AB, Eurimages, Soros Vakfı, Açık Toplum, vb. (Balay-Tuncer, 2020, s.7).

Siyasi Değerler

Bir ülkenin insan haklarından yana demokrasi ile yönetilmesi dış politikadaki barışçıl tavrı, yurt dışı ülkelere yaptıkları insani yardımlar, çevreye duyarlılık gibi unsurları siyasi değerleri oluşturmaktadır.

Hükümet Politikaları ve Dış Politika

Hükümet politikaları bir ülkenin gücünü artırabildiği gibi tüketebilir. Ülke içinde ve dışında yapılan çalışmalar demokrasi, insan hakları, barışı desteklemek gibi faktörler yumuşak gücü destekleyen unsurlardır.(Nye, 2017, ss.32-35, Demir, 2012, s. 63).

Halkla İlişkiler ve İletişim

Kamu diplomasisinin hem aracı hem de kavramın temel öğelerinden biri halkla ilişkiler çalışmalarıdır.

Kamu diplomasisinin halkla ilişkilerle en çok benzeştiği ya da uluslararası ilişkilerden çok iletişim ve halkla ilişkiler politikaları ile yürütülen çalışmaya evrilmesinin nedeni halkla ilişki araçları ve politikalarını oldukça etkili kullanılması gereğinden doğmuştur. Bütünleşik kurumsal iletişim faaliyetlerinin en önemlilerinden biri olan dijital halkla ilişkilerin stratejik olması, bütünleşik olması, hedeflenmiş olması ve ölçülebilir olması nedeniyle öne çıkarmaktadır. Bu bağlamda kamu diplomasisi çalışmalarının da bu nitelikleri taşıması gerekmektedir.

İletişim bağlamında kavramlaştırıldığında kamu diplomasisi, dış ilişkilerde daha iyi bir uzlaşma ortamı oluşturmaktadır. Kamu diplomasisi tanımları genelde ulusal kimlik ve imaj odaklı olmakla birlikte, ortak uzlaşma alanı, algı yönetimi ve ulusal çıkarlar çerçevesinde şekillenmektedir. Kültürler arası diyalogun oluşması için uygun zemin hazırlayan kamu diplomasisi, diğer ülke halklarını, değerlerini, geleneklerini, toplumsal yapısını, inançlarını tanıma olanağı sağlar. Bu da toplumları, kamu diplomasisinin temel hedefi olan yanlış anlamaları giderme, ortak paydalar bulma ve uzlaşma ortamı yaratmaya götürmektedir. Ülkenizi cazibe merkezi haline getirmek, ülkelerin halklarını ikna etmek isteniyorsa tutarlı, uzun erimli stratejik ve bütünleşik halkla ilişkiler ve iletişim çalışmalarını yürütmek gerekmektedir. Özellikle yurtdışı yayın yapan televizyon kuruluşlarını hem uluslararası medyayı ve sosyal ağları etkin kullanmak kamu diplomasisini güçlendirir.

2. İnsani Yardımlar

İnsani yardımlar; etik temelini uluslararası insani hukuktan alan resmi kalkınma yardımlarının bir alt kategorisidir. İnsani yardımlar isminden de anlaşılacağı üzere insani kaygılarla verilen yardımlardır. Uzun vadeli kamu kalkınması yardımlarından farklı olarak insani bir krize yönelik verilirler. İnsani krizler doğal ya da insan kaynaklı felaketleri içeren savaş, iç savaş, doğal felaketler, teknolojik felaketler, kuraklık, salgınlar, mülteci krizleri, yiyecek ve su kıtlığı

gibi durumların genel ifadesidir²(IHH, ³İnsamer)İnsani yardımlar ise insan, doğa ya da teknoloji kaynaklı felaketlerden etkilenmiş toplumların sıkıntısını hafifletmeyi amaçlayan çoğu zaman hızlı ve geçici süreli yardımlardır.

İnsani Yardımlar Üzerine Avrupa Mutabakatı, AB'nin insani yardımlar konusundaki politikasını belirleyen belgedir. Bu belge insani yardımları politik, ekonomik, askeri ve diğer çıkarılardan bağımsız olarak Uluslararası İnsani Hukuk'a uygun bir şekilde "insanîyet, tarafsızlık, önyargısızlık(ayırım gözetmemek) ve bağımsızlık" (Avrupa Komisyonu, 2020) ilkelerinin yanısıra Kızılhaç Federasyonu Gönüllü Hizmet, Birlik ve Evrensellik ilkelerine hizmet anlayışında yer vermiştir.

2.1. Türkiye'nin İnsani Yardımları ve Kamu Diplomasisi

Diplomasi faaliyetlerinin çeşitlenmesine bağlı olarak ortaya çıkan insani diplomasi 2000'li yıllarda Türkiye'nin kendi hedefleri ile birlikte insani merkeze alan bir dış politika anlayışını benimsemesinin sonucudur. Türk dış politikasının tamamlayıcı unsuru haline gelen dış yardımlar özellikle insani ve kalkınma yardımlar çerçevesinde yürütülmektedir. Dış politika aracı olarak kullanılan insani diplomasi çalışmaları bir taraftan yeni ilişkiler kurmak ve mevcut ilişkileri geliştirmek hedeflenirken aynı zamanda Türkiye'nin yumuşak gücünün artırılması da amaçlanmıştır. Ancak burada devletin insani diplomasi kavramına verdiği anlam ve uygulamalarla sivil toplum kuruluşlarının yaptıkları arasında ciddi bir fark bulunmaktadır. Resmî dış politikaya da yansıyan bu uygulamaya göre, Türkiye'nin "yumuşak güç" (*soft power*) olarak bilinen uygulamaları etkin bir şekilde kullanması ve kriz bölgelerindeki insan odaklı tavrı, kalkınma yardımları vb. şeklinde uygulanmaktadır. TİKA, TOKİ ve AFAD gibi devlet kurumları aracılığıyla ağır yoksulluk, afet yaşayan ülkelere yapılan destekler, Ankara'nın vicdan odaklı diplomasi oluşturma çabalarının bir sonucudur. Türkiye, insani diplomasi alanında Birleşmiş Milletler'in tüm katılımcıların iradesini daha doğru yansıtması için kapsayıcı bir yapı sağlanması adına da çaba harcamaktadır.(Davutoğlu, 2013, ss.867-868). İnsani merkezine alan insani diplomasi anlayışı, Türkiye'nin müşfik ve muktedir karakterini yansıtmaktadır. Hiçbir şekilde din, dil, ırk, etnik ya da mezhebe dayanan ayrımcılığın göz önünde tutulmadığı, ülkenin çıkarları ile sahip olunan değerlerin bütünleştiği bir anlayış olmaktadır⁴.

İnsani diplomasinin üç boyutu olduğuna vurgu yapılmaktadır:

- 1-Ülkenin kendi vatandaşları başta yurtdışında yaşayan vatandaşlarına ulaşması onların hayatını kolaylaştırmayı hedefleyen çalışmalar,
- 2- Kriz bölgelerindeki çalışmalar (Türkiye'nin Myanmar'dan Suriye'ye kadar olan çalışmaları)
- 3- BM sistemi içinde insani sahiplenme çalışmaları⁵

² <https://www.ihh.org.tr/insani-diplomasi>

³ https://insamer.com/tr/insani-diplomasi-kavramina-genel-bir-giris-denemesi-ii_31.html

⁴ "Beşinci Büyükelçiler Konferansı Sonuç Bildirisi", V. Büyükelçiler Konferansı-İnsani Diplomasi, 2-7 Ocak 2013, Ankara-İzmir, <http://www.mfa.gov.tr/besinci-buyukelciler-konferansi-sonuc-bildirisi.tr.mfa>.

⁵ "Beşinci Büyükelçiler Konferansı Sonuç Bildirisi", V. Büyükelçiler Konferansı-İnsani Diplomasi, 2-7 Ocak 2013, Ankara-İzmir, <http://www.mfa.gov.tr/besinci-buyukelciler-konferansi-sonuc-bildirisi.tr.mfa>.

Türk kültürünün en temel yapı taşlarından biri insani yardımlardır. Yüzyıllara dayanan bu gelenek hem yurtiçinde hem de yurtdışında Türk imajının bir parçasıdır. Özellikle 2000’li yıllarda güçlenen ekonomiyle birlikte Türkiye pek çok ülkeye insani yardımda bulunmuştur. Özellikle imparatorluk geleneği ile Afrika’daki birçok ülkeye ve Türk soylu ülkelere TİKA aracılığıyla hem kalkınma hem de askeri ve insani yardımlar yapılmaktadır. Özellikle, Suriye iç savaşıyla 5 milyona yaklaşık Suriyeli mültecinin ülkemizde ciddi koruma ve kollama altında yaşamasıyla dünyaya örnek olmuştur.

Mazlum ve mağdurun yanında olmayı ilke edinen Türk dış politikası bu bağlamda Kızılay, AFAD ve TİKA gibi aracı kurumlarla dış insani yardımları bir başka deyişle insani diplomasi çalışmalarını yürütmektedir.

Kamu/İnsani diplomasinin son örneğini bu çalışmanın da odağını oluşturan Covid-19 pandemisinin ilanından bu yana devam eden dış yardımlar oluşturmaktadır. Mart 2020 den itibaren küresel saldı (pandemi) olarak ilan edilen süreçte yapılan insani (tıbbi) yardımları kamu diplomasisinin bir aracı olarak ele alacağız.

3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada coronavirus salgını nedeniyle 11 Mart 2020 ile 15 Mayıs 2020 tarihler arasında 88⁶ ülkeye yapılan yardımlar çerçevesinde gelişen iletişimi Cumhurbaşkanlığı demeç ve mektupları, Cumhurbaşkanlığı İletişim ofisi web sitesi, Dışişleri Bakanlığı, Cumhurbaşkanlığı sözcüsü İbrahim Kalın’ın twitleri, gazete ve tv haberleri üzerinden farklı medyalar aracılığıyla söylem analizi gerçekleştirilecektir. Uluslararası halkla ilişkilerde twitter ya da dijital diplomasi en çok kullanılan araç olması nedeniyle seçilmiştir. Karma bir yöntem izlenerek yurtdışı haber akışı DW ve Euronews internet medyası üzerinden anahtar kelime taraması yapılarak ulaşılan haberler incelenmiştir.

Ön araştırmada Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı web sitesi ve Prof. Dr. Fahrettin Altun’un twitleri, Dışişleri Bakanlığı web sitesi ve twitleri incelenmiş web sitelerinde yardımlara ilişkin haber ya da duyuru olmadığı görülmüştür. Bilgi yetersizliği nedeniyle Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı web sitesi ve başkanın twitter hesapları araştırmanın dışında bırakılmıştır.

3.1. Araştırma Soruları

- 1- Covid -19 salgınının başlaması ile hangi ülkelere yardım yapıldı?
- 2- Sağlık yardımı yapılan ülkeler nasıl seçildi?
- 3- Bu ülkelerin Türkiye’ye yanıtları nasıl oldu?
- 4- Twitlerde nasıl bir iletişim dili hakimdi?
- 5- Yardımlarla birlikte gönderilen mektupların içerikleri nasıldı?

3.2. Dış Yardımlar İnsani Diplomasi ve Covid-19 Süreci

Türkiye’nin dış yardımlarının koordinasyonundan sorumlu olan kurum olarak TİKA, Covid-19 salgını sırasında yapılan insani yardımların dağıtımında da en önemli kurum olarak karşımıza çıkmaktadır. TİKA’nın resmi kalkınma yardımı yaptığı ülkelere bu dönemde de Covid-19’la mücadele kapsamında insani yardımlarını sürdürmektedir. Covid-19 salgını sırasında TİKA’nın

⁶ 24.8.2020 de yardım yapılan ülke sayısı 155 ülke olmuştur.

yardım faaliyetleri hem yardım verilen ülkeler hem de yardımın içeriği anlamında çeşitlenmiştir (TİKA, 2019).

Türkiye Covid-19 salgını sürecinde şimdiye kadar Cumhurbaşkanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, NATO gibi kurumlar aracılığıyla Türkiye'nin resmi kalkınma yardımlarının alıcı ülkeleri konumunda olmayan gelişmiş birçok ülkeye insani yardımda bulunmuştur.

Bu anlamda Türkiye ilk yardımlarını 31 Mart'ta NATO müttefikleri olan İtalya ve İspanya'ya toplam 450 bin maske olarak göndermiştir. 10 Nisan'da Hava Kuvvetlerine ait bir uçakla İngiltere'ye tıbbi malzeme yardımı yapılmıştır. 28 Nisan'da bir diğer NATO müttefiki olan ABD'ye askeri uçakla tıbbi malzeme yardımı yapılmıştır (BBC, 2020). Çin, Afrika'da Gine, Tunus, Kenya, Çad, Kamerun, Lübnan, Etiyopya, Güney Afrika Cumhuriyeti gibi Afrika ülkelerine, Moğolistan, Özbekistan, Tacikistan gibi Orta Asya ülkelere, Karadağ, Moldova, Kuzey Makedonya, Avrupa ülkelere ve Kolombiya, Meksika gibi Latin Amerika ülkelere, Balkan ülkeleri Bosna-Hersek, Kosova, Sırbistan, Irak, İran tıbbi malzeme yardımları yapılmaktadır⁷.

3.3. Dış Yardımların Yankıları Üzerine

Özkan (2020) Küresel krizler bütün ülkeler için risk olduğu kadar bir fırsattır da. Türkiye şu anda oluşan konjonktürde doğru adımları atarsa, "Dünya beşten büyüktür" söylemini gerçek anlamda pratiğe geçirme konusunda ciddi bir ilerleme sağlamış olacağını vurgulamaktadır.

Türkiye'nin içeride bu salgınla mücadele ederken, komşularına ve Avrupa dahil olmak üzere diğer toplumlara yardımcı olabilecek kadar hazırlıklı ve güçlü olduğuna dair bir imaj vermeye çalıştığını vurguluyor. Benzer bir vurguyu Paris Siyasal Bilimler Enstitüsü'nde Türk Diplomasi uzmanı J. Jabbour Türkiye'nin attığı adımların yeni bir şey olmadığını söyleyerek, "Cumhurbaşkanı Erdoğan Türkiye'yi her zaman insani yardım sağlayan bir güç haline getirmek istedi, ihtiyaç sahiplerine el uzatan ülke olmasını istedi. Bu, zor durumda olan Müslüman azınlıklar olabilir veya doğal afetlere maruz kalan insanlar da olabilir" ifadelerini kullandı. Türkiye'nin daha önce atılan adımların aksine bu kez gelişmiş ülkelere de yardım sağladığının altı çiziliyor. Erdoğan'ın Osmanlı İmparatorluğu konusunda 'nostalji' yaşadığı ve bu yüzden Türkiye'nin sembolik anlamda hamle yürüttüğünü ifade eden Jabbour, "Türkiye hasta durumuna düşen Avrupa Birliği ülkelere yardım sağlayabilecek güçlü bir ülke olduğunu göstermeye çalışıyor" açıklamasında bulundu (AFP Haber Ajansı 14.4.2020⁸).

Altınbaş Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü öğretim üyesi Doç. Dr. Alper Kaliber ⁹, *Türkiye'nin uluslararası ittifaklarına vurgu yaparak sistem içerisinde olduğunu, güvenilir ve zor zamanda kendisiyle çalışılabilir bir ülke olduğunu anlatmaya çalıştığına vurgu yaparak, yardımlarda Cumhurbaşkanlığı forsu kullanılmasının bunun işareti olduğunu, bu durumun*

⁷ <https://www.dw.com/tr/covid-19-t%C3%BCrkiye-yurtd%C4%B1%C5%9F%C4%B1nda-nereye-nas%C4%B1-destek-sa%C4%9F%C4%B1yor/a-53184552>

⁸ <https://tr.euronews.com/2020/04/14/turkiye-ab-ulkelerine-covid-19-yard-m-yla-guclu-bir-ulke-oldugunu-gostermeye-cal-s-yor>

⁹ <https://tr.euronews.com/2020/04/14/turkiye-ab-ulkelerine-covid-19-yard-m-yla-guclu-bir-ulke-oldugunu-gostermeye-cal-s-yor>

*Türkiye'deki devlet yapısının ve gücünün tek bir kişide toplanmasının sembolü olduğunu belirtmektedir.*¹⁰

Yardım yapılan ülkelerin çeşitliliğini vurgulayan Galatasaray Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü öğretim üyesi Doç. Dr. Ali Faik Demir'e göre ise, "Tarihsel bağlamda, geçmişten beri, Türkiye'nin Osmanlı'dan devraldığı, kriz ve zor zamanlarda insanlara el uzatma alışkanlığı var." Yapılan yardımların hem sembolik hem de hızlı sonuç verecek yanları olduğunu belirten Demir, aynı zamanda Türkiye dahil hiçbir devletin ulusal çıkarının sadece ülke sınırlarının güvenliğine bağlı olmadığını ve küresel sistemde dayanışmanın şart olduğunu belirtiyor.

"Türkiye'de kamuoyu "Türkiye bunu politik bir nedenle mi yaptı, ben bile maskeye ulaşamıyorum" diye düşünüyor olabilir, fakat bu doğru bir okuma değil" diyen Demir'e göre, Türkiye dayanışmanın önemini anlayan ülkelere. Dolayısıyla Demir, Ermenistan gibi Türkiye'nin sınırlarının kapalı olduğu bir ülkeye yardım onayının yapılmasının da dayanışma kapsamında düşünülmesi gerektiğini belirtiyor¹¹. Ancak Ermenistan'a yardımı devlet Bahçeli de onaylamadığını açıklamıştır.

Uluslararası ilişkiler alanında çalışma yapan akademisyenler kamu diplomasisi açısından dış yardımların olumlu geri dönüşlere, olumlu imaja işaret ederken, farklı bir yaklaşımı benimseyen Koç Üniversitesi'nde Siyaset Bilimleri ve Uluslararası İlişkiler alanında öğretim üyeliği yapan Prof. Dr. Murat Somer¹², "Türkiye kaynaklarının önemli bir bölümünü yurtdışındaki insani faaliyetler için kullanmalı mı, kullanmamalı mı? Bu Türkiye'de toplumun vermesi, en azından onaylaması gereken bir karar" olduğunun altını çizmektedir. Somer, hukuk devletlerinde ve demokrasilerde siyasi kararların, denge ve denetleme mekanizmaları dahilinde ve toplumsal mutabakat ile alınması gerektiğine dikkat çekerek, yardım kararlarının şeffaf bir şekilde alınmadığını" vurgu yapmaktadır.

Türkiye'de ülke içerisinde ihtiyaç duyulan kaynakların bir kısmının yurtdışına aktarılmasının "tepeden ve topluma sorulmadan alınmasının" demokratik olmadığını belirten Somer, "Bugün Türkiye'de insanların devleti yönetenlerin kararlarını yeterince denetleme imkanına sahip olduğunu söylemek mümkün değil. Eğer muhalefeti ve sivil toplumu da katarak tartışılıyorsa bu tercih acaba Türkiye hangi kararı verecekti?"¹³ sorusunu soruyor

Birçok ülke Türkiye'den yardım talebinde bulunmuştur. Bir kısmına hemen cevap verilirken bir kısmına yeni maske dikim merkezlerinin devreye girmesi ve solunum cihazının Türkiye'de üretilmesiyle birlikte yardımlar ulaştırılmıştır. Hatta solunum cihazının üretimiyle birlikte ihracata başlamıştır.

Sonuçları bakımından uzun erimli süreç olan insani diplomasi, hem ülke içinde hem de ülke dışında zaman zaman olumsuz cılız seslerin çıkmasına da neden olmuştur. Özellikle ilk günlerde halkın maske bulma ve dağıtımında yaşanan sıkıntılar tepkilere neden olmuştur.

¹⁰ <https://onedio.com/haber/koronavirus-yardimlari-tartismalara-neden-olmustu-turkiye-yurt-disinda-nereye-nasil-destek-sagliyor-903394>

¹¹ <https://onedio.com/haber/koronavirus-yardimlari-tartismalara-neden-olmustu-turkiye-yurt-disinda-nereye-nasil-destek-sagliyor-903394>.

¹² <https://tr.euronews.com/2020/04/14/turkiye-ab-ulkelerine-covid-19-yard-m-yla-guclu-bir-ulke-oldugunu-gostermeye-cal-s-yor>

¹³ <https://onedio.com/haber/koronavirus-yardimlari-tartismalara-neden-olmustu-turkiye-yurt-disinda-nereye-nasil-destek-sagliyor-903394>

İngiltere, yardımı kabul etmekle birlikte bilinen kendini beğenmiş, üstten bakan tavırları ile yapılan yardımların İngiltere standartlarına uygun olmadığını belirten açıklamalarda bulunmuştur “Borç alan buyruk alır” Türk atasözü ülkeler arasındaki alan ve veren ilişkisini iyi tanımlamaktadır. İngiltere’nin tepkisi üzerinde güneş batmayan Büyük Britanya Birleşik Krallığı’na koruma tepkisinin sonucu olarak yorumlanabilir. Yardım yapan ülkelerin dünyadaki güç dengelerini gözeterek kendilerine bağımlı politik ilişkiler ile yeni ekonomik pazarlar açabilme gayretleri de açıkça görülmektedir.



Resim1: TİKA Covid-19 Destek projesinden bir örnek.



Resim 2: İspanya Savunma Bakanlığının Covid-19 için Türkiye’ye teşekkür tweeti¹⁴

Birçok ülke teşekkür yanıtlarını Resim 2’de görüldüğü gibi twitter aracılığıyla vermişti. Birçok ülkede malzemeler resmi törenle karşılandı veya büyükelçiliklerde basın toplantıları yapılarak iki ülke temsilcileri yardım kutuları önünde poz vermiştir.

Siyam ikizleri olarak bilinen ikizlerin ameliyatı İngiltere’de gerçekleşti. İkizlerin babası hastanede yardımları görünce kendini nasıl güçlü hissettiğini tv ekranlarında dile getirdi.

¹⁴ <https://tr.euronews.com/2020/04/04/ispanya-disisleri-bakan-turkiye-solunum-cihazlar-tasiyan-ucagi-bloke-etti>

Küresel İnsani Yardım raporuna göre; Türkiye yaptığı insanı yardımlarla 2018 yılında ve 2014, 2015 yıllarında üst üste en çok yardım yapan ülke olmuştur (Euronews, 2020¹⁵).

Bu yüzyıl iletişimin sınırları ortadan kaldırdığı, bilginin çok büyük bir hızla dünya geneline yayıldığı ve böylece herkesin her şeyden kolaylıkla haberdar olduğu bir yüzyıldır. Ülkelerin ihtiyaçları, halkın talepleri hem uluslararası medyada hem de sosyal ağlarda hızla yerini almaktadır. Medya ülkelerin durum analizinin yapılmasının aracı olmuştur. Halkların ülke başkan ve başbakanlarına isyanına da tanıklık etmekteyiz. Kamu diplomasisinde yabancı kamuoyunu dinlemeyi bilmek esastır. Dinleme, yabancı kamuoyu hakkında bilgi edinip veriler toplayarak dış politikadaki adımları bu bilgiler ışığında atmaktır. Önce yabancı kamuoyunu dinlemek (toplumların davranışları, tepkileri ve düşünce biçimleri onların kültürlerinden, değerlerinden, toplumsal yapılarından ve dünya görüşlerinin iyi bilinmesi gerekmektedir), anlamak ve buna göre politika geliştirmek gerekmektedir. Hedef kitleyi dinlemek ve anlamaya çalışmak için kamuoyu araştırması yapmak çalışmanın verimliliğini artıracak en önemli araçlardan biridir.

4. Halkla İlişkiler Ekseninde Kamu Diplomasisi

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

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

Peltekoğlu, halkla ilişkilerin öncelikle bir “yönetim” görevi olduğuna vurgu yapmaktadır. Teknolojik gelişmeler, yeni yasal düzenlemeler, küreselleşme çabalarının, işletmelerin, diğer ülke hükümetleri ve kültürleriyle iletişim kurma zorunluluğunu hissettirmesi, üçüncü dünya ülkelerinde yatırımın cazibesi, kuruluşlar açısından da değişimi, yeni düzenlemeleri ve iletişimin gücünden yararlanmayı zorunlu kılarken, halkla ilişkilere de kuruluşun çevreye uyumunu sağlamak gibi bir yönetim görevini yüklemektedir (2009,s. 5). Grunig de halkla ilişkilerin bir “iletişim yönetimi” olduğunun altını çizmektedir. Halkla ilişkiler bir örgütle o örgütü ilgilendiren kamular arasındaki iletişim yönetimidir. Halkla ilişkiler/iletişim yönetimi, gerek iletişim tekniğinden gerekse medya ilişkileri ve tanıtım gibi uzmanlaşmış halkla ilişkiler programlarından daha geniş kapsamlıdır. Halkla ilişkiler ve iletişim yönetimi, bir örgütün iç ve dış kamularla, yani örgütün hedeflerine ulaşma yeteneğini etkileyen gruplarla kurduğu iletişime ait planlama, yürütme ve değerlendirme etkinliklerinin toplamını ifade etmektedir (Grunig ve Gruing 2005, s. 15).

Kamu diplomasisi için işlevsel olabilecek en uygun model, halkla ilişkilerin “iki yönlü simetrik” modeli olmaktadır. Bu model uzlaşma, ortak anlayış, çatışma çözümü ve müzakere süreci gibi temellere dayanmaktadır. Uygulayıcılar, tutum ve davranışlara yönelik, bilimsel

¹⁵ <https://tr.euronews.com/2018/06/21/turkiye-insani-yard-mda-zirvede>

yöntemler kullanmakta, araştırma ve değerlendirme yapmaktadırlar. Amaç, kamuları etkilemek ve ikna etmek, dengeli, karşılıklı yarar ve anlayış ilişkisine dayalı bir iletişim etkinliği ortaya koymaktır. Hem örgütte hem de kamularda halkla ilişkiler faaliyeti sonunda değişim yaşanması beklenmektedir (Grunig ve Hunt, 1984, ss. 21-25; Grunig, 1997, ss. 259-260; Pira vd., 2005, s.21-27; Grunig ve Grunig, 2005, ss. 309-312, Balay, 2020:152).



Resim 3: Yardımların Üzerinde Mevla'nın Notu yazıldı¹⁶.

Özellikle dış yardımlarda hızlı atılan adımlar Türk Silahlı kuvvetlerinin uçaklarıyla ülkelere ulaştırılan yardımlarda Cumhurbaşkanının mektubu, ambalajların üzerinde yer alan Resim 3'de görüldüğü gibi Mevlana'nın Türkçe ve gidilen ülke dilinde sözü "Ümitsizliğin Ardında Nice Ümitler Var, Karanlığın Ardında Nice Güneşler Var." Türkiye'den... Ülke halkına sevgilerle yazıldı. Türkiye ve ilgili ülke bayrağı yer alması önemli halkla ilişkiler çalışmalarıdır.

Kamu diplomasisinin temel amacının, "karşılıklı anlayış yoluyla ülkelerin imajını ve saygınlığını geliştirmek" olduğu ifade edilebilir (Simonin, 2008,s.24). Bu yaklaşım kamu diplomasisinin iki yönlü iletişime dayalı bir bakış açısının ürünüdür. İki yönlü iletişim, halkla ilişkilerin iki yönlü simetrik modelini referans alır ve karşılıklı anlayışı geliştirmeye yönelik çabaları içerir. Kamu diplomasisi faaliyetlerinde karşılıklı yarar söz konusudur. Her iki tarafında politika değişimleri, dönüşümleri amaçlanır.

L'Etang'ın (2002, ss.66-75) tespitlerine göre; hem halkla ilişkiler hem de diplomasi güvene dayalı olarak çalışmaktadır. Halkla ilişkiler ve diplomasinin birbirinin içine nüfuz eden ilişki grupları ile uğraştıklarını ve sürekli dönüşüm geçiren sosyal bir dünyada kamular, prensipler, aracı kurumlar ve kültürlerle örtüşüğünü belirtmektedir. Her iki alan da prensipler adına halkla anlaşmayı müzakere eder, örgütlerinin nasıl yapılanmaları gerektiği, ulusal ve uluslararası anlamda siyasi ve sosyal sorunların çözülmesinde ne kadar mesafe alınacağını üzerinde çalışılır.

Halkla ilişkiler ve diplomasinin gelişmiş boyutu olan kamu diplomasisi arasında birçok ortak nokta sayılabilir. Kamu diplomasisini halkla ilişkilerin bir uygulama şekli olarak düşündüğümüzde kamuoyu oluşturmak, ikna etmek, itibar oluşturmak gibi pek çok stratejik çalışmada kesiştiklerini görmek mümkündür. İnan (2012,s. 64), klasik diplomasi anlayışının

¹⁶ <https://tr.euronews.com/2020/04/04/ispunya-disisleri-bakan-turkiye-solunum-cihazlar-tasiyan-ucagi-bloke-etti>

devletlerarası bir ilişki sürecini içerdiğine vurgu yaparken, yeni kamu diplomasisinin toplumlar arası ilişkilerin inşa edilmesi sürecini kapsadığının altını çizmektedir.

Hem halkla ilişkiler hem de kamu diplomasisi, ‘algılama yönetimi’, ‘itibar (saygınlık) yönetimi’ ya da ‘imaj yönetimi’ gibi kavramlarla ifade edilen yönetsel çabaları da içermektedir. İmaj/saygınlık yönetimi, “firmanın veya kurumun hizmet veren veya satış yapan olarak popülerliği veya değeri üzerinde yapılan kampanyalardır” (Erdoğan, 2006,s. 233). İmaj ise, “bireyin bilişsel sisteminde bir objenin temsilidir” (Mor, 2007,s. 663).

Halkla ilişkiler, kişi, örgüt veya ürün/hizmet hakkında olumlu imaj yaratma çabasını içeren etkinliklerdir. Uluslararası, insani (tıbbi)yardımlar, uluslararası sistem içinde ülkelerin imajlarının olumlu yönde artmasında rol oynamaktadır. Algılama/imaj/saygınlık yönetimi olarak adlandırılan bütün bu çabalar sonuçta, diğerlerinin algılarını kontrol etmeyi amaçlamaktadır. Kamu diplomasisi tanımlarının pek çoğu, kamu diplomasisinin dış kamuyu etkileme çabalarının bir ürünü olduğuna işaret eder. Bu bakımdan düşünüldüğünde de kamu diplomasisi çabalarının olumlu imaj yaratma çabaları olduğu ifade edilebilir. Gültekin’in (2005, s. 126) de vurguladığı gibi, yaratılan olumlu imaj sayesinde, söz konusu ülkenin kendini dünyaya tanıtmaya ve kabul ettirmeye daha kolay olacak ve bu yolla sahip olduğu maddi manevi tüm değerleri” aktarabilme, şansı bulacaktır.

Kamu diplomasisi uygulamaları planlı ve ölçülebilir amaçlar ile sağlamaktadır. Kamu diplomasisi ülkelerin yumuşak güçlerini kullanarak olumlu imaj yaratmasının anahtarıdır. Bu anahtarı iyi kullanmak ise, yetkin halkla ilişkiler uzmanlarının iletişim ve halkla ilişkiler politikalarını oluşturmalarına bağlıdır.

Covid-19 pandemi süreci devam etmektedir. İlk günlerin bilinmezliği yavaş yavaş azalmaktadır. Türkiye dış yardımlarına her geçen gün devam ederken yaklaşık 155 ülkeye farklı tıbbi malzemelerden oluşan insani yardımlarda bulunmuştur. Türkiye, NATO, Avrupa Birliği gibi birbirine destek olmayı amaçlayan ülke birliklerinin yanısıra Dünya Sağlık Örgütü’nün rehberliğinin ötesinde tedavi deneyimlerini paylaşmıştır. İnsan hakları konusunda her zaman önde olduklarını vurgulayıp Türkiye’yi küçümseyen ülkeler bu süreçte yaptıkları açıklama ve davranışlarda başka ülke halklarının haklarını gasp etmeye kadar götürmüşlerdir. Fransız doktorların sömürge döneminde olduğu gibi aşuları Afrika ülkelerinde deneme istekleri, Fransa’nın İtalya ve İspanya’ya gönderilen 4 milyon maskeye el koyması¹⁷ (2 Nisan 2020 Euronews), ABD’nin covid-19 tedavisinde kullanılan hidrokloriksini daha çok ücret ödeyip İtalya’nın elinden alması ve ikinci aşama olarak kış ayları için yüklü miktarda alım yapması, İtalya, İspanya gibi ülkelerin tedavide “savaş tirajı” uygulayıp yaşlıları, engellileri, ABD’de de siyahlara tedavi etmedikleri insan onurunu hiçe sayan uygulamaları tarihe yazılıp, belgesellere, filmlere konu olacağı açıktır.

SONUÇ

Günümüz kamu diplomasisi anlayışı özellikle devletlerin diğer devletlerin vatandaşlarına yönelik gerçekleştirdiği iletişim faaliyetlerini içermektedir. İletişim teknolojileri, devletlere doğrudan tüm dünya vatandaşlarına ulaşma olanağı sağlamaktadır. Uluslararası arenada kabul

¹⁷ <https://tr.euronews.com/2020/04/02/fransa-nin-italya-ve-ispanya-ya-gonderilen-milyonlarca-maskeye-el-koydugu-ortaya-cikti>

görmek isteyen tüm devletler halkları cezbetmek, etkilemek amacıyla bu araçtan yararlanmak istemektedirler.

Kamu diplomasisi ile halkla ilişkilerin ortak zemininde “halk” vardır. Halk kavramı; her iki disiplinin de ulaşmaya, etkilemeye ve kontrolü altına almaya çalıştığı başat güçtür. “Halk” merkezde yer almalıdır. “Kamu diplomasisi, başka ülkelerdeki halkların ilgisinin ve sempatisinin uzun dönemli olarak kazanılmasını amaçlamaktadır. Bu sebeple söz konusu ülke kültürlerinin, düşünce ve davranış kalıplarının anlaşılabilmesi için halkla ilişkiler teknik ve yöntemlerinin uygulanması gerekmektedir” (Erzen, 2012, s. 109). Halkla ilişkiler metot ve teknikleri, bu imkânı kamu diplomasisi yürütücülerine tanımaktadır. Halkla ilişkiler; destekleyici, tanıtıcı bir faaliyet olarak görünmektedir. Halkla ilişkiler; kamusal alanda etkin olma kaygısı güden, imaj oluşturma ve bunu toplum ile buluşturma amaçlarını taşıyan bir olgudur. Bu açıdan bakıldığında; kamu diplomasisi için halkla ilişkiler olmazsa olmazdır denilebilir.

İnternetin yayıncılığı ve ağ toplumunun gelişimi, zaman ve mekanı ortadan kaldırarak, sıradan vatandaşların dünyanın en uzak köşesindeki olaylardan haberdar olmasını Mc Luhan’ın “küresel köy” metaforunu sağlamıştır. Kamu diplomasisi ile artık diplomasi kapalı kapılar ardından çıkmış sır perdesi açılmıştır. Dışişleri mensuplarının tekelden çıkan diplomasi, yazarlar, gazeteciler, sanatçılar, bilim adamlarının yanısıra sıradan vatandaşlar da ülke temsiline katılabilmektedir. İletişime dayalı sitemin yeni aktörleri oluşmuştur. Pandemi süreci ile sınırlar kapatılıp herkes kendi köyüne döndüğünde tüm kurum ve kuruluşlarıyla birlikte kendine yetebilen ülke olmak önem kazanmıştır.

21. yüzyılın iletişim kurma, ilişki inşa etme, ülke imajı belirleme, algıları yönetme, itibar/güven/saygınlık oluşturma aracı olan kamu diplomasisi çok boyutlu ve kapsamlı bir yapıya sahiptir. Bu nedenle mutlaka stratejik bakış açısıyla ele alınmalı, iletişimin stratejik yönetiminden yararlanılmalıdır. Uzun erimli planlara dayanan stratejik, bütünleşik çalışmalardan oluşan tüm toplum kesimlerinin katkı sunması gereken, bir olgudur. Halkla ilişkilerin örgüt ve kamuları arasındaki iletişim yönetimine dair bilgi birikimi kamu diplomasisi için de geçerli ve anlamlıdır. Büyük bir örgüt olan devletlerin iletişim politikalarını uzun erimli planlarla, bütünleşik ve esnek bir yaklaşımla oluşturmak halkla ilişkilerin alana yapacağı önemli bir katkı olacaktır.

Kamu diplomasisinin en önemli araçları ise yumuşak güç olarak tanımlanan başta kültür, sanat, spor, bilim gibi çok farklı alanlarda sağlanan başarı ve temsillerin başka ülke kamuoylarını etkilemesi, cezbetmesidir. Ancak covid-19 sürecine hazırlıksız yakalanan ya da yoğun kullanımdan dolayı yetersiz kalan sağlık ekipmanlarının (maske, tulum, solunum cihazı vb)yardımları bu dönemde önemli bir diplomasi aracı haline dönüşmüştür. Kamu diplomasisini dış yardımlar bağlamında en iyi kullanan ülke Türkiye olmuştur. Zengin yoksul farkı gözetmeden hatta Ermenistan ve İsrail’e kadar yardım etmekte sakınca görülmemiştir. Yardım paketlerinde yer alan Mevlana’nın sözünün seçimi de barış, iyi niyet alçak gönüllülük ve maneviyatın vurgulanması açısından oldukça anlamlıdır. Uzun erimde Türkiye imajına dış yardımların olumlu etkisi görülecektir.

KAYNAKÇA

- Balay- Tuncer, B. (2020). *Halkla İlişkilerin Yeni Alanı Kamu Diplomasisi*. (Ed), L.Özkoçak. *Teoride ve pratikte halkla ilişkiler yeniden*. Ankara: Detay.
- Balay - Tuncer, B. (2020). *Toplumsal Değişme ve Halkla İlişkiler Kadının Gelişimi Üzerine Bir Araştırma*. Ankara: Hiper Yayın.
- Birgi, M. N. (1983). Diplomasi Mesleği. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi*. S:1.
- Cull, N. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Los Angeles: CPD Perspectives on Public Diplomacy Figueroa.
- Davutoğlu, Ahmet(2013).“Turkey’s humanitarian diplomacy: objectives, challenges and prospects”. *Nationalities Papers: The Journal of Nationalism and Ethnicity*, Vol. 41, No 6, ss. 867-868.
- Demir, V. (2012). *Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç*. İstanbul: Beta.
- Erdoğan, İ. (2006). *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*. Ankara: Erk.
- Ekşi M. (2014). *Kamu Diplomasisi ve Ak Parti Dönemi Türk Dış Politikası*. Ankara: Siyasal.
- Ekşi, M. (2017). Türkiye’nin Türk dünyasına yönelik kamu diplomasisi: yeni araç ve mekanizmalar. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi/Journal of Turkish World Studies*17/1 Yaz-Summer.
- Erzen, M. (2012). *Kamu Diplomasisi*. İstanbul: Derin.
- İnan, E. (2012). Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler Eksenini. *Kamu diplomasisi*. (Ed), Özkan-T. E. Öztürk. İstanbul: Tasam.
- İskit, T. (2015). Diplomasi tarihi, teorisi, kurumları ve uygulaması. İstanbul: Bigi Üniv. 6. Baskı.
- Gilboa, E.(2006). Public diplomacy: the missing component in Israel’s foreign policy. *Israel Affairs*, Vol.12, No.4, October.
- Grunig, James E. (1997). Public relations management in government and business. *Handbook of Administrative Communication*. (der.) J. Garnett ve A. Kouzmin. NY: Marcel Dekker.
- Grunig, James E. ve Grunig L. A. (2005). “Halkla İlişkiler ve İletişim Modelleri.” Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik. (Der) E. J. Grunig. İstanbul: Rota.
- Grunig, J. E. ve White, J. (2005). Halkla ilişkiler kuram ve uygulamasında dünya görüşlerinin etkisi. J. E. Grunig (Ed), *Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik*. E. Özsayar (çev.), İstanbul: Rota.
- Grunig, J. E. ve T. Hunt (1984). *Managing public relations*. Forth Worth: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Gültekin, B. (2005). Türkiye’nin uluslararası imajında yükselen değerler ve eğilimler. *Selçuk İletişim Dergisi* 4(1). ss126-140.
- L’Etang, J. (2002). Diplomasi olarak halkla ilişkiler. *Halkla ilişkilerde eleştirel yaklaşımlar*. (der.) J. L’Etang ve M. Pieczka. Ankara: Vadi.
- Mor, B. D. (2007). The rhetoric of public diplomacy and propaganda wars: a viewfrom self-presentation theory. *European Journal of Political Research* 46.

- Nye, J. S. (2005). *Yumuşak güç*. Ankara: Elips Kitap.
- Nye, J.S. (2002). *The paradox of American power*. New York: Oxford University.
- Nye, J. S. (2017). *Yumuşak güç*. Ankara: BB101.
- Özkan, A. (2015). 21. Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasi Türkiye'nin Kamu Diplomasisi İmkânları. Strateji Raporu 70. Erişim Tarihi: 10.2.2020 https://tasam.org/Files/PDF/Raporlar/STR70_21_Yuzyilin_Stratejik_Vizyonu.pdf 66fb77c9-cd79-481e-a185-9a9c26ffe7b7.pdf
- Peltekoğlu, F. B. (2007). *Halkla İlişkiler Nedir?* İstanbul: Beta
- Pira, A., vd. (2005). Halkla ilişkilerin evrimi: Grunig-Hunt modelleri üzerine bir çalışma. *Yeni Düşünceler* 1(1): 19-30.
- Sancar, G. A. (2012). *Kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler*. İstanbul: Beta.
- Signitzer, B, Wamser, C. (2006). Public diplomacy: a specific governmental public relations functions. *Public Relations Theory II*. (Der.) C. Botan ve V. Hazelton. New Jersey: Lawrence Erlbaum. Signitzer,
- B, Coombs, T. (1992). Public relations and public diplomacy: conceptual convergences. *Public Relations Review*. Vol: 18.
- Simonin, B. (2008). "Nation Branding and Public Diplomacy: Challenges and Opportunities". Fletcher Forum of World Affairs 32 (3).
- Snow, N. (2009). Rethinking Public Diplomacy. *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, Newyork, Taylor&Francis, , pp.3-11.
- Snow N., Taylor P. M. (der.) [2009]. *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, New York-London. Routledge,
- Szondi, G. (2008). Public diplomacy and nation branding: conceptual similarities and differences. *Discussion Papers in Diplomacy*. Netherlands Institute of International Relations Clingendael, No:112, Netherlands.
- Szondi, G. (2009). Central and eastern European public diplomacy. *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. (der.) N. Snow ve P.Taylor. NY: Routledge.
- Taylor, P.M.(2000) Public diplomacy and stratejic communication. *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. (der.) N. Snow ve P. Taylor. NY: Routledge.
- Yağmurlu, A. (2007). Halkla ilişkiler yöntemi olarak kamu diplomasisi. *İletişim Araştırmaları Dergisi*. (9-39). Ankara: A.Ü. İletişim Araştırma ve Uygulama Merkezi. iletisim.gov.tr
- Avrupa Komisyonu (2020). The European Consensus on Humanitarian Aid. Erişim Tarihi. 28 Nisan 2020. https://ec.europa.eu/echo/files/media/publications/consensus_en.pdf.
- BBC Türkçe. (2020). Koronavirüs: Türkiye Hangi Ülkelere Ne Kadar Yardım Gönderdi. Erişim Tarihi: 28 Nisan 2020. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-52459231>.
- TİKA. (2019). Türkiye Kalkınma Yardımları Raporu. Erişim Tarihi: 28 Nisan 2020. https://www.tika.gov.tr/tr/yayin/liste/turkiye_kalkinma_yardimlari_raporlari-24
- Erişim Tarihi: 28 Nisan 2020. <https://www.tika.gov.tr/tr/haber/liste?page=1>

Erişim Tarihi: 28 Nisan 2020. Türkiye 54 ülkeye test kiti ve tıbbi malzeme gönderdi. <https://www.trthaber.com/haber/gundem/turkiye-54-ulkeye-test-kiti-ve-tibbi-malzeme-gonderdi-479142.html>.

Erişim Tarihi:16.4.2020 <https://www.ihh.org.tr/insani-diplomasi>

Erişim Tarihi:16.4.2020. https://insamer.com/tr/insani-diplomasi-kavramina-genel-bir-giris-denemesi-ii_31.html

Erişim Tarihi: 1.1.2020. <https://tr.euronews.com/2018/06/21/turkiye-insani-yard-mda-zirvede>

Erişim Tarihi:4.7.2020. <https://www.defenceturk.net/uluslararasi-iliskilerde-guc-ve-yumusak-guc-boyutu>

Erişim Tarihi: 2.4.2020. <https://tr.euronews.com/2020/04/02/fransa-nin-italya-ve-ispanya-ya-gonderilen-milyonlarca-maskeye-el-koydugu-ortaya-cikti>

<https://www.yenisafak.com/gundem/erdogan-ulusa-seslendi-dunyanin-69-ulkesi-turkiyeden-yarim-talep-etti-17sine-yarim-gonderdik-3531370>

Erişim Tarihi: 4.7.2020.<https://tr.euronews.com/2020/04/07/fransa-ve-isvec-arasindaki-maske-krizi-asildi-fransa-el-koydugu-maskeleri-iade-etti>

Erişim Tarihi: <https://onedio.com/haber/koronavirus-yarimlari-tartismalara-neden-olmustu-turkiye-yurt-disinda-nereye-nasil-destek-sagliyor-903394>

Erişim Tarihi: 7.7.2020. Beşinci Büyükelçiler Konferansı Sonuç Bildirisi”, V. Büyükelçiler Konferansı-İnsani Diplomasi, 2-7 Ocak 2013, Ankara-İzmir. <http://www.mfa.gov.tr/besinci-buyukelciler-konferansi-sonuc-bildirisi.tr.mfa>.

Erişim Tarihi: 14.4.2020 <https://tr.euronews.com/2020/04/14/turkiye-ab-ulkelerine-covid-19-yard-m-yla-guclu-bir-ulke-oldugunu-gostermeye-cal-s-yor>

Erişim Tarihi: 4.4.2020. <https://tr.euronews.com/2020/04/04/ispanya-disisleri-bakan-turkiye-solunum-cihazlar-tasiyan-ucagi-bloke-etti>

Erişim Tarihi: 4.5.2020. <https://tr.euronews.com/2018/06/21/turkiye-insani-yard-mda-zirvede>