

## COVID-19 SALGINININ TÜRK KAMU DİPLOMASİSİNE ETKİSİ

**Fusun ÖZERDEM**

Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İİBF,  
Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü

[fusunozerdem@mu.edu.tr](mailto:fusunozerdem@mu.edu.tr) | ORCID ID: 0000-0002-8204-8635

**Burhan BARLAS**

Doktora Adayı, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, SBE, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı

[barlasb@hotmail.com](mailto:barlasb@hotmail.com) | ORCID ID: 0000-0002-2932-3941

### Özet

Geleneksel diplomasi kadar önem kazanmış ve uluslararası sistemi etkileyen kavramlardan birisi de kamu diplomasisidir. Soğuk Savaş sırasında devletlerin imajının ön plana çıkması ve iki kutuplu savaşta Amerika Birleşik Devletleri'nin Sovyetler Birliği karşısında avantaj elde etmesi, kamu diplomasisinin ve yumuşak gücün önemini göstermiştir. Türkiye, AK Parti hükümetiyle birlikte dış politika araçlarından kamu diplomasisinin yumuşak güç faktörüne önem vermiş ve çevre bölgelere karşı bir merkez devlet konumunda olabilmek adına bu politikalara ağırlık vermiştir. Uluslararası sistemin çok hızlı dönüşüm geçirmesi ve bölgesel gelişmeler sonucunda Türkiye'nin sert güç kavramına önem gösterdikten sonra uluslararası sistemde oluşan negatif imaj durumunu özellikle COVID-19 ile pozitif hale dönüştürebilmek adına kamu diplomasisinde yumuşak gücünü öne çıkarmaya çalışmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kamu Diplomasisi, Yumuşak Güç, Marka Diplomasisi, COVID-19

**Etik Beyanı:** Bu çalışma "Araştırma ve Yayın Etiği" değerlerine uygun olarak hazırlanmıştır.

## EFFECTS of COVID-19 PANDEMI TO THE TURKISH PUBLIC DIPLOMACY

### Abstract

One of the concepts that has gained importance as much as traditional diplomacy and affects the international system is public diplomacy. During the Cold War, the prominence of the image of the states and the advantage of the United States over the Soviet Union in the bipolar war showed the importance of public diplomacy and soft power. Turkey, on behalf of the public diplomacy tool of foreign policy together with the AK Party government has given importance to the soft power factor and to be in

a position against the periphery of the central government has given weight to these policies. After showing the importance the international system very fast conversion goals and to Turkey's rigid concept of power as a result of regional developments have studied the negative image condition that occurs in the international system, especially in order to render the positive COVID-19 to raise the soft power of public diplomacy.

**Keywords:** Public Diplomacy, Soft Power, Brand Diplomacy, COVID-19

**Ethics Statement:** This study has been prepared in accordance with the values of "Research and Publication Ethics."

## Giriş

Kamu diplomasisi kavramı, uluslararası ilişkiler disiplinindeki en tartışmalı konulardan biridir. Hem diplomasi uygulayıcıları hem de akademisyenler kamu diplomasisini, uluslararası ilişkilerde bir araç olarak kabul etmektedir; fakat kapsamı, faydası, doğru uygulaması ve teorik temeli hakkındaki görüşler önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Antik çağlardan başlayarak imparatorluklar ve ulus devletler çağının başlangıcından günümüze kadar devletler ve kurumları, her zaman başka bir devlete ve kurumlara dostça veya düşmanca bir mesaj iletme ihtiyacı duymuştur. Bu ihtiyaç, ulus kavramının ortaya çıkmasıyla artmıştır. 20. yüzyıldan sonra, uluslararası aktörler (öncelikle devletler ve aynı zamanda çağdaş uluslararası arenadaki diğer aktörler), kamu diplomasisi pratiğini geliştirmişlerdir.

Özellikle Soğuk Savaş sonrasında sert güç uygulamalarına yönelik alınan önlemler tek başına yeterli görülmemektedir. Özellikle küreselleşmeyle birlikte kitle iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda ülkeler, yumuşak güç kaynaklarını geliştirmekte ve kamu diplomasisini dış politikalarını yönlendirmek adına kullanmaktadırlar. Bir devletin bölgesel amaçlarını ve çıkarlarını uygulama faaliyeti içerisinde uygulayarak gerçek bilgiyi açık bir şekilde duyurma girişimi olan kamu diplomasisi, negatif düşüncelerin pozitif hale getirilmesinde önemli bir araç haline gelmiştir. Yumuşak güç kaynaklarını kullanan kamu diplomasisi, günümüzde çoğu devletlerin temel uluslararası politikasında yer almıştır. Özellikle televizyon, siber ağlar, sosyal medya gibi araçlar kamu diplomasisindeki temel iletişim araçları olarak öne çıkarken, "ulus markalaşması, imajını pozitif hale getirme, doğru haberleri yayma, bilgilendirme ve tanıtım uygulamaları" da yeni yöntemler olarak kullanılmaya başlanmıştır (Ekşi, 2014, s. 175-176).

Yapılan bu çalışmada kamu diplomasisi kavramının gelişimi açıklanarak dış politikadaki önemi ve güç kavramıyla birlikte nasıl şekillendiği üzerine durulacaktır. Özellikle COVID-19 salgını açıklanırken sonrasında uluslararası sistemi şekillendiren yeni bir kamu diplomasisi yöntemi olan keskin güç kavramı üzerinde durulacaktır. Buna ek olarak, Türkiye'de kamu diplomasisi kavramının unsurlarının neler olduğu ve son yıllarda ne şekilde kullanıldığı ve temel çıkış noktası irdelenecektir. Ayrıca COVID-19 öncesi ve sonrası sivil toplum kuruluşları (STK) ve marka diplomasisi kullanan firmaların Türk kamu diplomasisini nasıl uyguladığı ve neler yapılabileceği gibi konular tartışılacaktır.

## 1. Kamu Diplomasisi Kavramı ve Gelişimi

Yumuşak güce dayalı kamu diplomasisi, 20. yüzyılda ortaya çıkmış yeni bir diplomasi türüdür. Kamu diplomasisi; temel olarak yumuşak güç, diplomasi, kamuoyu ve sivil toplum arasındaki ilişkilere dayanmaktadır ve bu durum ise onu, “yeni bir diplomasi sanatı” haline dönüştürmektedir. Soğuk Savaş ile şekillenen yeni uluslararası sistemde, değişen küresel siyasete uyum sağlamak için devletler, kamu diplomasisini geliştirmişlerdir. Bu nedenle kamu diplomasisi, sert güç yöntemlerine değil, yumuşak güç yöntemlerine dayanan 21. yüzyıl diplomasisi olarak tanımlanabilir (Ekşi, 2014, s. 21).

Uluslararası ilişkiler disipliniinde güç kavramı, her zaman Realizm teorisi ile ilişkilendirilir. Nitekim bu doğrultuda realizmde devletler uluslararası ilişkilerde etkin olabilmek için güç kavramını bir amaç olarak kullanmışlar. Morgenthau gücü, hem uluslararası politikanın temel amacı hem de siyasal davranışın temel güdüsü olarak ifade etmişlerdir (Keyik ve Erol, 2019, s. 27). Uluslararası ilişkilerde önemli bir yeri olan realistlere göre, uluslararası ilişkilerin temel aktörleri olan devletlerin tümü, çatışmalı devlet merkezli bir dünyada hayatta kalmak için temel ulusal çıkarlarının peşindedirler. Devletin temel çıkarı hayatta kalmak olduğu için, gücünü maksimize etmek, anarşik uluslararası sistemde hayatta kalmanın anahtarıdır. Devletlerin kendi güvenliklerini sağlamak için, sert güç yeteneklerini en üst düzeye çıkarması ve eylem ilkesi olarak başka hiçbir aktör veya uluslararası kuruluşa güvenmemesi gerekmektedir. Birkaç tür realizm olmasına rağmen, yukarıda bahsedilen fikir, realist geleneğin ana düşüncesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Kısacası güç, devletler arasındaki ilişkilerin merkezinde yer almaktadır (Baylis, Smith ve Owens, 2011, s. 87).

Klasik Realizmin öncüleri Thucydides ve Machievelli'e göre güç politikası, bencil olan insan doğasından kaynaklanmaktadır. Benzer şekilde, Carr'a göre iktidar/güç, uluslararası politikanın ayrılmaz bir parçasıdır ve böyle olmasının nedeni, güç politikasında güvenlik arayışıdır. Bu nedenle egemen güç olan iktidar, devlet adına vazgeçilmez bir olgu haline dönüşür. Carr, uluslararası arenadaki siyasi gücü, askeri güç, ekonomik güç ve kamuoyu üzerindeki güç olmak üzere üç kategoriye ayırmıştır. İkna sanatını liderlerin modern silahı olarak tanımlamış ve kamu diplomasisinin kullanımı olarak da düşünülebilen kamuoyu üzerindeki iktidarın, modern zamanların başından beri gelişen bir dış politika aracı olduğunu belirtmiştir. Bu nedenle, yurtdışındaki kamu diplomasisi faaliyetleri ulusal çıkarlar için kullanılmaktadır. İdeolojik amaçlar ve ulusal çıkarlar, diğer ulusların halklarını hedef alan kamu diplomasisi faaliyetlerinde kendilerini gizlemektedirler (Carr, 2016, s. 97-98).

Hans Morgenthau, güç siyaseti ve farklı devletler arasındaki rekabet olarak tanımladığı dünya siyasetinin kökenlerinin ontolojik başlangıç noktasını, insan doğası olarak görmektedir. İnsan doğasının bencil yapısı ve güç arayışı içerisinde olması nedeniyle toplumun yaşadığı yasalar yani devlet, güç konusunda ayrı bir önem taşımaktadır. Çıkar ve güç temel olarak insan doğasında politikanın özüdür ancak belirli bir devletin ahlaki amaçlarını, evreni yöneten ahlaki kurullarla birlikte ele almayı reddetmektedir. Bu durumda ise tüm devletler, evrenin ahlaki amaçlarını kendi özel istekleri ve eylemleri çerçevesine uydurmaya çalışmaktadırlar (Keyik ve Erol, 2019, s. 18). Bu nedenle,

Morgenthau için devletler, kaçınılmaz olarak her zaman güç arayışı içinde olmuştur. Bu çerçevede, "coğrafya, doğal kaynaklar, endüstriyel kapasite, askeri hazırlık, nüfus, milli karakter, milli ahlak ve nihayetinde diplomasi" olmak üzere sekiz önemli güç faktörü vardır (Morgenthau, 2014: 186-188). Bu anlamda kamu diplomasisinin kavramsal çerçevesinin, kamuoyunu bir güç faktörü olarak tanımlayan Carr ve Morgenthau tarafından oluşturulduğu düşünülebilir. Diğer bir deyişle, yumuşak güç ve kamu diplomasisinin klasik Realizmde yerinin olduğunu söylemek doğru olacaktır. Bu düşünceyi takiben 2004 yılında Joseph Nye, Carr'ın iktidarın bölünmezliği hakkında söylediklerini kavramsallaştırmıştır. Morgenthau ve Carr güç kavramını, maddi olmayan faktörlerin yanı sıra maddi olan faktörleri de dahil ederek kavramsallaştırmıştır. Buna göre, siyasi gerçekçilik çerçevesinde diplomasi, "ulusal gücün farklı unsurlarını, uluslararası durumda ulusal çıkarları doğrudan ilgilendiren noktalara azami etkiyle uygulama sanatı" olarak kabul edilmektedir (Pashakhanlou, 2016, s. 40-41).

Yapısal realistler ise devletlerin iktidarı aradıklarını iddia etmektedirler; çünkü onlara göre uluslararası sistem anarşiktir (Waltz, 2010. s. 88). İlk yapısal realist olarak kabul edilen Thomas Hobbes, egemen devletlerin üzerinde yerli toplumdan farklı olarak merkezi bir otorite olmadığını iddia etmiştir. Hobbes'a göre, uluslararası alanın örgütlenme ilkesi anarşidir. Bu da uluslararası ilişkilerde devlet olan ana birimlerin üzerinde merkezi bir otoritenin olmaması anlamına gelmektedir (Johnson, 1985, s. 328). Waltz, anarşiden dolayı "ekonomik piyasalar gibi uluslararası siyasi sistemler kendi çıkarlarını düşünen tarafların karşılıklı eylemlerinden oluşur" görüşünü, Rousseau'nun geyik avı metoforu fikirlerinden esinlenmiştir (Wendt, 2013, s.13). Uluslararası sistemin anarşik doğası devletler arasındaki güç mücadelesine neden olmaktadır. Karşılıklı iş birliği yapılırsa fayda artacaktır; ancak devletler arasında bulunan güvenlik ikilemi nedeniyle bu durum gerçekleşmemektedir. Waltz, iktidar kavramını, nüfus ve coğrafyanın büyüklüğü, kaynaklar, ekonomik kapasite, silahlanma ve dayanıklılık, siyasi istikrar ve yeterlilik olmak üzere yedi faktöre göre tanımlamıştır (Waltz, 2010, s. 95). Buradan da görüleceği üzere realist görüşe göre dünya politikası, güç politikası etrafında şekillenmektedir. Uluslararası sistemde bulunan güvensizlik algısı ve çıkarlar nedeniyle ne realizmde ne de yapısal realizmde kamu diplomasisi uygulaması görülmemektedir.

Yumuşak güç kavramı ise, Joseph S. Nye tarafından ilk kez 1990'da "Bound to Lead: The Changing Nature of American Power" adlı eserinde kullanılmıştır. Ayrıca, Amerika Birleşik Devletleri'nin (ABD) gücünün, 1980'lerden beri gerilediğine dair iddialara bir yanıt olarak "Yumuşak Güç" başlıklı makalesinde, ABD hegemonyasının sürdüğünü açıklamak amacıyla bu terim kullanılmıştır. Nye, yumuşak güç kavramını fikir ve değerlere dayandırmıştır. Ayrıca Nye, insan ilişkileri ile devletler arası ilişkiler arasında çekim, hayranlık ve modelleme açısından bir analogi kurmuştur. Nye'ye göre yumuşak gücü çalıştıran şey, aynı zamanda sosyal norm ve değerlere dayanan çekimdir. Nye'nin görüşleri yumuşak gücün yapısal, ilişkisel, tarihsel ve kültürel faktörlere sahip olduğunu göstermektedir. Bu anlamda kısaca, çekici bir güç olarak yumuşak güç, başkalarının yapmalarını istediğiniz şeyi yaptırma yeteneği olarak açıklanabilir (Nye, 2012, s. 84).

Öte yandan Nye, yumuşak güç davranışlarını yeni bir diplomasi türü olarak sunmuştur. Bu bağlamda kamu diplomasisini, yumuşak gücü harekete geçiren bir yöntem ve araç olarak tanımlamaktadır. Nye'ye göre uluslar için güç, bir ülkenin aradığını elde etme yeteneği olarak tanımlanır. Ancak buradaki kamu diplomasisinin rolü, istenen sonuçları zorlama veya ödeme yoluyla, yani askeri ve ekonomik silahlarla elde üzerine kurulmuştur. Dolayısıyla kamu diplomasisi, dış politika hedefleriyle ilgili olarak, bir ülke için istenen siyasi sonuçları üretme potansiyeline sahip çekici bir gücü ifade etmektedir. Kısacası, kamu diplomasisi, yumuşak güç kaynakları olan kültür ve değerleri siyasete dönüştürmek için kullanılan temel güç yöntemidir. Yani kamu diplomasisi, yumuşak güç kaynaklarından yararlanmaktadır. Bu bağlamda devletler, kamu diplomasisi yoluyla yumuşak güçlerini harekete geçirmektedirler (Nye, 2008, s. 97-99).

“Kamu diplomasisi” terimi, 1965 yılında, Tufts Üniversitesi Hukuk ve Diplomasi Fakültesi dekanı olan Edmund Gullion'un, Edward R. Murrow Kamu Diplomasisi Merkezi'ni kurmasıyla ilk defa akademik literatüre girmiştir (Melissen, 2005, s. 6). Merkezin bilgilendirici materyali, kamu diplomasisi terimini, “dış politikaların oluşumunda ve uygulanmasında halk tutumlarının etkisi” olarak tanımlamıştır. Kamu diplomasisi klasik diplomasinin ardında uluslararası ilişkilerin boyutlarını kültür, değerler ve yumuşak güç politikalarına dayalı çekim ve ikna yoluyla elde etmeyi kapsamaktadır. Ayrıca farklı devletlerde kamuoyunun oluşturulmasında;

- Farklı ülkelerden özel çıkar grupları arasındaki etkileşimi;
- İnsanları, uluslararası ilişkiler ve bunların iç politika üzerindeki etkileri hakkında bilgilendirmeyi;
- Diplomatlar ve yabancı gazeteciler gibi işlevi iletişim olan kişiler arasındaki iletişim sürecini ve;
- Kültürlerarası iletişim süreçlerini kapsamaktadır (Cull, 2009, s. 17-18).

Buradan da anlaşılacağı üzere ülkelerin uluslararası arenada temel isteklerini “askeri ve ekonomik” baskılar yerine, Nye devletleri etkileme yeteneğini ve kapasitesini birebir diyalog yöntemi kullanarak elde etme yeteneği olarak görülen yumuşak güç kavramıyla açıklamaktadır (Nye, 1990, s. 155).

Kamu diplomasisi ve yumuşak güç kavramı, her ne kadar birbirinden ayrılmaz kavramlar olarak görülse de aslında kavramların birçok yönden farklılıkları bulunmaktadır. Nasıl ordu ile sert güç kavramı birbirinden ayrı alanları kapsıyorsa, kamu diplomasisi ve yumuşak güç olgusu da temel olarak birbirinden ayrı alanları kapsamaktadır. Kamu diplomasisi kavramı en temel olarak, faaliyet açısından uluslararası arenadaki devletleri temel hedef olarak görüp, onları etkileme uygulamalarını içerisinde bulundururken, yumuşak güç kavramı ise bu devletlere yönelik bir çekim gücü oluşturmak amaçlı politikaları kapsamaktadır. Ancak her ne kadar anlam olarak farklı olsalar bile geniş perspektiften bakıldığı zaman, yumuşak güç kullanımının daha etkili olabilmesi adına kamu diplomasisinin de etkili kullanılması gerekmektedir. Yumuşak güç, bir devletin sert güç kullanımı dışındaki temel varlığı olarak görülürken, kamu diplomasisi ise, bir devletin bu

gücün kaynaklarını uluslararası sistemde nasıl kullandığına yönelik stratejik bir iletişim aracı olarak görülmektedir (Nye, 1990, s. 157).

Kamu diplomasisi faaliyetleri iki ana çerçeve içinde yürütülmektedir: “Devletten halka” ve “halktan halka”. Devletten halka faaliyetler, devletin politikalarını ve faaliyetlerini resmi araçlar ve kanallar aracılığıyla başka ülkenin halkına açıklamayı amaçlamaktadır. Halktan halka faaliyetlerde ise “STK’lar, araştırma merkezleri, kamuoyu yoklamaları, medya, kanaat önderleri, üniversiteler, değişim programları, dernekler ve vakıflar” gibi sivil unsurlar kullanılmaktadır. Diğer bir anlamla kamu diplomasisi kavramı, devletlerin diğer ülkelerin kamularıyla olan haberleşmesini ve kamular arası haberleşmeyi kapsamaktadır (Krause ve Evera, 2009, s. 9-10). Bu bağlamda, kamu diplomasisi memurlar, diplomatlar ve yabancı topluluklar arasındaki resmi iletişimin ötesine geçmektedir. Bu sebeple kamu diplomasisi kavramı, “diplomatik iletişimden” daha fazla bir enstrümana sahiptir. Çünkü devlette halka ve halktan halka bir bilgi akışı gerçekleşmektedir (Melissen, 2005, s. 5-6).

Kamu diplomasisi, karşılıklı iletişim ve etkileşimi öngörmektedir. Hedeflenen grupları dinleyerek temel ihtiyaçlarını belirleyen kamu diplomasisi, çok boyutlu iletişim sürecinin asıl temel taşlarından birini ortaya çıkartmaktadır. Bu çerçevede kamu diplomasisi kavramı hareketli ve farklı boyutların bir arada sürdürüldüğü bir iletişim faaliyetidir. Ana unsurları, iletişimde bulunmak kadar dinlemek, bir yandan açıklarken diğer yandan anlamak ve bilgilendirmek kadar iletişim kurmaktır. Diğer bir önemli unsur, yerel ve uluslararası faaliyetlerin şekillendirilmesinde zaman içerisinde daha merkezi bir yol izleyen temel kavram, kamuoyudur. Yerel ve devletler arası siyasi süreçler yakın bir şekilde takip edilmekte ve medya sayesinde dünyada yaşayan bütün bireylerin kullanımına sunulmaktadır. Kamunun onayı olmadan finans, uluslararası politika, enerji ve çevreyle ilgili bir politika ortaya koymak, demokratik olan devletlerde pek mümkün değildir. Kamu diplomasisinin başarılı olabilmesi için gereken temel koşul, mantığa dayalı, ikna etme özelliği olan ve savunulabilir politikalar izlemektir. Dünya toplumlarına adaletsiz, evrensel hukuk kurallarını görmezden gelen veya tehdit, şiddet ve işgal gibi meşru olmayan yöntemleri teşvik eden politikaları benimsetmek veya açıklamak imkânsızdır. Örneğin, sistematik olarak insan haklarına karşı çıkan veya başka bir devleti işgal eden bir devletin başarıyla sonuçlanan bir kamu politikası uygulaması çok zordur (Kalın, 2011, s. 11-12).

İki tür temel kamu diplomasisi vardır: Bunlardan ilki, devletin herhangi bir acil politika hedefi için destek aramadan imajını iyileştirmeye çalıştığı markalaşma veya kültürel iletişimdir. Ying Fan marka kavramını, bir hizmet ya da uygulamanın ortaya çıkartılması ve diğer ürünlerden farkının belirlenmesi maksadıyla ortaya konulan ad, işaret, sembol, grafik veya bütün bunların harmanlanması olarak adlandırılmıştır (2010, s. 3). Devletler, dünyada kendilerine daha iyi bir imaj geliştirmek için markalaşma stratejileri kullanmaktadırlar. Kamu diplomasisi kavramı ve markalaşma, özellikle bir kimlik ortaya koymak ve belli bir imaj oluşturmak için değerlerin bir arada toplanarak farklı bir yere aktarımı ve kültürel diplomasi uygulamasında ortak amaçlara dayanmaktadır (Szondi, 2008, s. 6). İdeal olarak markalaşma, genel bir iyi niyet yaratmakta ve çeşitli konularda iş birliğini kolaylaştırmaktadır. Aynı zamanda uzun vadeli ittifak ilişkilerini sürdürmeye ve düşman propagandasını engellemeye yardımcı olmaktadır.

İkinci olarak devletler kamu diplomasisi sayesinde, daha hızlı sonuçlar elde etmeyi kolaylaştırmak için tasarlanmış çeşitli stratejiler kullanmaktadır. Bunlardan en önemli ise siyasi savunuculuk olarak adlandırılan bir kategoridir. Markalaşmanın uzun vadede algıları etkilemesi amaçlanırken, kısa vadede ise siyasi savunuculuk kampanyaları, acil politika hedefleri ve dış destek oluşturmak için kamu diplomasisini kullanmaktadırlar. Böylelikle bireyleri etkileyerek, diğer devletlerin liderlerini desteklemeye veya onlara karşı çıkmaya teşvik edilebilir. Ayrıca devletlerin, maliyeti yüksek askeri ittifak stratejilerini desteklemek adına da kamu diplomasisi bir ikna etme yöntemi olarak kullanılabilir. Aktörler ittifak planlarında iş birliği yapmak isteyebilir; ancak kimi zaman bu durumda ulusal anlamda gelebilecek eleştirileri önlemek adına kamu diplomasisinde kendi isteklerini yansıtmak faaliyetlerde bulunabilirler. Bu koşullar altında kamu diplomasisi, bu liderlerin ülkelerinde tepki tehdidini azaltarak iş birliği yapmalarına yardımcı olması açısından önemlidir (Samuels, 2005, s. 611).

Soğuk Savaş sırasında uluslararası sistemi tehdit eden nükleer silahların yıkıcı boyutları sebebiyle ABD ve Sovyetler Birliği, kamu diplomasisini uluslararası sistemde temel ideolojik ve stratejik çatışmalarında kullanmışlardır. Özellikle devletler uluslararası arenada diğer devletlerdeki bireyleri etkileyerek kendilerine çekmek ve uzun vadeli sonuçlar elde edebilmek adına kamu diplomasisini kullanmışlardır (Gilboa, 2008, s. 59). Bu sebeple kamu diplomasisi kavramı, hem Soğuk Savaş sırasında, hem de günümüzde diğer ülkelerin bireylerine etki etmek adına ve temel uluslararası politika amaçlarını gerçekleştirebilmek adına büyük ölçüde kullanılmış ve dış politikanın önemli bir yürütme unsuru haline gelmiştir (Köksoy, 2014: 213). Özellikle iletişim çağının bu denli gelişmesi ve bilgiye ulaşmanın yalnızca saniyeler içerisinde gerçekleşmesi sebebiyle uygulanan kamu diplomasisi politikaları sonucunda, uluslararası ilişkiler açısından ciddi değişiklikler ortaya çıkmıştır (Aydos, 2012, s. 121).

Soğuk Savaş sırasında ABD, Avrupalı izleyicileri ikna etmek için, demokratik hükümetin ve kapitalist girişiminin Sovyet alternatiflerinden üstün olduğuna dair söylemleri olarak kamu diplomasisini kullanmıştır. ABD'nin kullanmış olduğu kamu diplomasisindeki temel amaç, Batı hakkındaki kötü imajı ortadan kaldırmaktır. Bu sebeple ABD, doğrudan Varşova Paktı ülkelerine yayın yapmıştır. Aynı zamanda, ABD Dışişleri Bakanlığı, Müttefik ülkelerde Amerikan tarihi ve kültürü hakkında kitaplarla dolu okuma odaları inşa ederek yeni bir imaj algısı yaratmak adına faaliyetlerine devam etmiştir. Bakanlık, Amerikan ilke ve fikirlerine maruz kalmanın, ABD politikalarına yönelik geniş desteği güçlendireceğini umarak bu faaliyetlere devam etmiştir. "Hollywood" ile dünya sinemasını ele geçirmesi sonucunda kendi fikirlerini empoze etmeye yönelik kamu diplomasisini kolay bir şekilde kullanmıştır. Ayrıca Sovyetler Birliği'nin kullanmış olduğu "propaganda ve psikolojik savaş" gibi kavramlara karşı koymak adına ABD de kamu diplomasisi yöntemini kullanmıştır (Cull, 2009, s. 17). Buradan da görüleceği üzere günümüzde, propaganda ve halkla ilişkiler gibi kavramlar, sert güç kullanılarak çözülemeyen sorunları çözmek adına güçlü olan ülkeye avantaj sağlamaktadır (Erzen, 2014, s. 42).

Kamu diplomasisini kullanan temel aktörlerin ilk başlarda yalnızca devletler olarak görülmesine rağmen, öncesinde bahsettiğimiz gibi, iletişim teknolojilerinde yaşanan

gelişmeler ve küreselleşme sayesinde, devlet içerisinde yer alan “STK’lar, çok uluslu şirketler, uluslararası örgütler, eğitim kurumları, medya” gibi devlet dışı örgütler de, devletlerle birlikte temel olarak kamu diplomasisi içinde yerlerini almıştır (Eyigün, 2018, s. 13). Bu örgütler aracılığıyla ortaya konulan uluslararası iş birlikleri ve medya sayesinde, algı politikası oluşturularak devletler istediklerini elde etmek adına faaliyetlerde bulunabilirler. Ancak buradaki temel nokta, ortaya konulan kamu diplomasisi sayesinde ortaya konmak istenen düşüncenin doğru ve etkin bir uygulamayla yönetilmesidir. Ancak bu sayede istenilen algı yaratılıp, uzun vadeli politikalar uygulanabilmektedir (Erzen, 2014, s. 54).

Sert güç ile kullanılan maddi unsurlar sayesinde ulusal politikaları ve kamuoyunu etkilemek yerine, yumuşak güç gibi daha planlı ancak etkili bir yöntemi kullanarak kalıcı olmayı tercih etmektedirler. Temel düşünceye göre sert güç kullanarak sınırlar aşılma ve ülkeler yıkılmaktadır; fakat düşünceleri yıkmak veya o düşünceleri ele geçirmek daha zor bir faaliyettir. Bu nedenle düşünceleri dayatıp istenilen şekilde değiştirmek ise kamu diplomasisine bağlıdır (Rasmussen, 2009, s. 11).

Diplomasiye önem veren ve uzlaşmanın daha fazla uygulandığı günümüzde hükümetler veya hegemon güçler, uluslararası sınırları daha pahalı ve sonuçları belirsiz bir sert güç kullanarak ele geçirme yerine, kamu diplomasisi ve yumuşak güç kullanarak ülke içerisindeki bireylere kendi fikirlerini dayatarak, yani temel olarak düşüncelerle engelleri aşmaya çalışmaktadır.

## **2. Yumuşak Güçten Keskin Güce Geçiş ve COVID-19**

Joseph Nye’e göre yumuşak güç her zaman iyi amaçlar için kullanılmaz. Bu durum, son dönemlerde yaşanan COVID-19 sonrasında kamu diplomasisinin, aslında yumuşak ve keskin gücün bir kombinasyonu haline dönüşüm geçirmesinde görülmüştür. Bazı uluslararası ilişkiler uzmanları keskin gücü, bir tür yumuşak güç, diğerleri ise bir tür sert güç ve hatta akıllı güç olarak tanımlamaktadırlar (Nye, 2019, s. 17). Terim 2017’de Walker ve Ludwig tarafından icat edildiğinde, bu kavramı ne yumuşak ne de sert olarak tanımlamışlardır. Keskin gücü, “hedef ülkelerdeki politik ve enformasyon ortamlarını delip geçen veya delen” olarak tanımlamışlardır. Keskin gücün uygulanması için farklı yolların olması, kamu diplomasisinden ayırt edilebilmektedir (Walker ve Ludwig, 2017, s. 7).

Christopher Walker keskin güç kavramını açıklarken, “hedef gösterilen devletlerin temel politik ve bilişim faaliyetlerini delerek, içerisinde dahil olmak” için ortaya konulan faaliyetler şeklinde tanımlamakta; keskin güç faaliyetlerini, minimum düzeyde teorik olarak, tüm ülkelerin yapabildiğinden bahsetmektedir. Fakat, bu kavram üzerinde söylenen adlandırmalar ve yapılan tanımlar, sadece otokrasıyla yönetilen ülkelere atıfla yapılmaktadır (Walker, 2018, s. 8).

Keskin güç faaliyetlerindeki temel amaç, devletlerin kendi fikirlerini ve söylemlerini diğerlerine kabul ettirmektir. Bunun için ise öncelikle yumuşak güç kullanarak fikirlerini empoze etmeli, sonrasında ise daha geniş bir strateji kullanarak bu fikri kendi amaçları doğrultusunda kullanmalıdırlar. Bu süreçte ise devletler kendilerini olduğundan daha yüce bir şekilde gösterirken, karşıt güçleri bilgi kirliliği yaparak karalar ve bu süreçte

ortaya çıkan tartışmalardan sıyrılarak kendi fikirlerini en doğru ve pozitif durum şeklinde belirtmektedirler.

Bu bağlamda keskin güç, bazı hükümetlerin yumuşak gücün özelliklerinden olan cazibe ve etki kazanması için ideal bir kamu diplomasisi modelidir. Bu model, devletler tarafından, kendini jeopolitik ve uluslararası sistemde konumlandırmak adına özellikle son dönemlerde benimsenmiştir.

Keskin güç kavramı ifade ve düşünme özgürlüğüne, açık tartışmaya, düşünce bağımsızlığına ve bireysel özgürlüğe karşı çıkmaktadır. Keskin güç bunu, fikir manipülasyonu, şeffaf olmayan politika oluşturma, vize ve hibe reddi, diaspora casusluğu, pazarlara erişimin kısıtlanması, yabancı seçim müdahalesi, sansür, sahte haberler, havyar diplomasisi<sup>1</sup> ve yapay zekâ kapasiteleri aracılığıyla kontrol etmektedir. Genellikle keskin güç aracılığıyla bu eylemler medyaya, akademiye ve siyasi seçkinlere uygulanmaktadır. ABD Başkanı Trump'ın COVID-19 salgınına karşı Çin'i suçlarken COVID-19 virüsünü "Çin Virüsü" şeklinde adlandırması buna büyük bir örnektir. Ancak öncesinde belirttiğimiz gibi bu örnekler daha çok otokrasi içerisinde yönetilen devletler tarafından tercih edilmektedir (Oğuzlu, 2020). Otoriter bir devletin acil hedeflerine ulaşmanın ötesinde, bu sindirme taktikleri akademisyenler, vatandaşlar ve kanaat önderleri arasında otosansüre bile yol açabilmektedir (Walker, 2018, s. 13-14)

Eleştiriye rağmen keskin güç, belirli durumlarda önemli, gerekli ve bazen etik bir taktik olabilmektedir. COVID-19'un dayattığı salgın krizinin ortasında durumun bu olduğu söylenebilmektedir. Ülkelerin vermiş olduğu tepkiler, keskin ve yumuşak gücün kamu diplomasisinde birbirini etik olarak ne kadar tamamlayabileceğine dair bazı ipuçları vermektedir.

Dünya, 2020'nin ilk günlerinde yeni korona virüsü duymaya başlamıştır. 31 Aralık 2019'da Wuhan sağlık yetkilileri, etiyojisi bilinmeyen ilk zatürre vakalarını Dünya Sağlık Örgütü'ne (DSÖ) bildirmiştir. 3 Ocak 2020'ye kadar 44 vaka tespit edilmiştir. Yeni tip korona virüs, 7 Ocak'ta Çinli uzmanlar tarafından izole edilmiştir. Fakat daha sonra DSÖ'ye, 12 Ocak'ta Wuhan'daki bir deniz ürünleri pazarında ortaya çıktığı iddia edilen virüsün kaynağı hakkında bilgi verilmiştir. Bu durumdan yalnızca bir gün sonra Çin, virüse bağlı ilk ölümünü bildirmiştir (World Health Organization, 2020). Tayland, Japonya, Kore ve ABD dahil diğer ülkelerdeki ilk vakalar, 13-20 Ocak arasında bilinmeye başlanmıştır. Bu noktada, 13 Ocak'ta DSÖ küresel bir sağlık acil durumu ilan etmiştir. Yaşanan bu gelişmeler üzerine bu korona virüsün, COVID-19'un bir dünya salgını olduğu 11 Mart'ta ilan edilmiştir. Ne yazık ki, 30 Nisan'a kadar dünya çapında 3,1 milyon doğrulanmış vaka ve 217.000'den fazla ölüm gerçekleşmiştir. Saldırgan ve büyük oranda bulaşıcı olan korona virüs, şimdiye kadar sağlığa yönelik en büyük tehditlerden biri olarak ortaya çıkmıştır. Aralık 2020'de ise vaka sayısı 79,831,207'ye kadar yükselmiş ve dünya genelinde 1,751,341 ölüm gerçekleşmiştir (WHO, 2020).

<sup>1</sup>Havyar diplomasisi, Azerbaycan'ın yabancı politikacıları ve uluslararası kuruluşların çalışanlarının tüm lüks tüketim masraflarını ve otel konaklamalarını karşılayarak Azerbaycan'a davetlerinden oluşan lobi stratejisidir. Havyar Diplomasisi, "Doğu geleneğine bir hediye olarak sunulan pahalı hediyeleri de içerir" (Guardian, 2013).

COVID-19 salgını sebebiyle ülkeler, kendi ulusal kamu diplomalarında birtakım önlemler almak durumunda kalmıştır. Salgının yayılmasını engellemek ve tehditle mücadele etmek için üç kollu bir strateji ortaya konmuştur: Sağlık ve araştırma, sosyal düzenlemeler-kamu yönetimi ve sağlık gözetimi şeklinde stratejiler kullanılmıştır (WHO, 2020b).

Kamu diplomasisi perspektifinden bakıldığında, bu önlemlerin, örneğin COVID-19 hakkında toplanan bilgileri DSÖ ve diğer ülkelerle paylaşan ülkeler için, yerel ve uluslararası sonuçları ortaya çıkmıştır. Salgın sürecinin yayılmasını engellemek adına uygulanan yurt içi eylemlerin, diğer ulusların yararına olacak şekilde uluslararası sistemde paylaşımı, yalnızca politik bir bilgi alışverişi değil, aynı zamanda şefkat ve küresel iyi niyet unsuru olarak kullanılmıştır. Ancak, ülkelerin sosyal düzenleme önlemleri kuşkusuz etkili olsa da otoriter yapıları nedeniyle bazı önlemler “gerekli bir kötülük” olarak adlandırılmıştır (Guardian, 2020). Hatta Walker’a göre özellikle otokratik ülkeler (Rusya ve Çin) yanlış bilgiler vererek ve durumu olduğundan daha pozitif bir şekilde yansıtarak kendi imajlarını pozitif hale getirmeye çalışmışlardır (Walker, 2018).

Öte yandan keskin güç, ülkenin şeffaflık eksikliği ve hatta yeni COVID-19 virüsünün yayılmasındaki sorumluluğu nedeniyle kimi zaman tepkiyle karşılanmaktadır. Bazı ülkelerin güvensizlik algısı, bireylerin COVID-19’a yönelik aşının iyileştirici özelliğine veya basına yansıyan vaka sayılarına karşı şüpheyle yaklaşmasına sebep olmaktadır.

### **3. Türkiye’nin Kamu Diplomasisindeki Temel Unsurları**

Türkiye’nin yükselen kamu diplomasisinin amacı, Türkiye’nin sesini dünyanın daha geniş bölgelerine duyurmasını sağlamak, “yeni” Türkiye’nin hikayesini ve vizyonunu dünyaya anlatmak, geçmiş Arap ve Müslüman toplumları ile geniş bir coğrafyada yeniden bağlantı kurmaktır. Özellikle Ortadoğu için örnek bir ülke olarak hareket etmek ve en önemlisi bölgesel ve küresel bir aktör olmak için kendi imajını inşa etmek ve Türkiye hakkındaki olumsuz imajı ve yanlış algıları onarmaktır. Türkiye’nin önyargıları kırması, yanlış algılamaları ve kendisi hakkındaki olumsuz imajı düzeltmesi hayati önem taşımaktadır; çünkü 21. yüzyıl temel olarak görüntünün gerçekliği şekillendirdiği bir çağ olarak tüm ilişkileri etkilemektedir. Örneğin görüntünün her şeyi etkilediği moda endüstrisinde olduğu gibi ülkeler ve onların kamu diplomasisi için olumlu bir metafor oluşturmak büyük bir önem arz etmektedir. Bu sebeple Türkiye’nin olumsuz imajını ve kendisiyle ilgili yanlış algıları, daha pozitif hale dönüştürmesi önemlidir (Kalin, 2011, s. 17).

İmaj meselesi, Türkiye’nin hikâyesini dünyanın geri kalanına açık ve engelsiz bir şekilde anlatması açısından önemlidir. Temel olarak kamu diplomasisi, birçok ülke tarafından hikâyelerini dünyaya anlatmak için alışılmadık bir diplomatik araç olarak kullanılmaktadır. Bu düzlemde, Türkiye’nin dış politikada daha aktif bir rol alma düşüncesi ile AK Parti hükümeti kamu diplomasisini kullanırken, Türkiye’nin, Osmanlı geçmişi ile günümüz modernleşmesini birleştirmiştir. Böylelikle daha dengeli bir sistem kurulmaya çalışılmış ve bu sayede birçok farklı bölgeye hitap ederek imajını arttırma yoluna girmiştir. Nitekim AK Parti hükümetini kamu diplomasisine önem vermeye iten en büyük motivasyon, yeni ideolojisini dünyaya anlatmak olmuştur (Cürsoy, 2014, s. 219).

Türkiye'deki kamu diplomasisi söylemi ilk olarak, 2000'li yılların başında, AK Parti hükümeti tarafından kullanılmaya başlanmıştır. O dönemde AK Parti'nin önde gelen liderleri, Türkiye'nin güvenlik odaklı dış politikasından vazgeçtiğini ve yumuşak güç odaklı dış politikaya doğru ilerlediğini vurgulamışlardır. Böyle bir dış politika anlayışı, Türkiye'yi Müslüman Ortadoğu'dan ve Osmanlı mirasından izole eden düşmanca bir ortamla çevrili olduğu perspektifini çürütecektir (Turan, 2017, s. 19-20). Bu nedenle Türkiye, bölgeyle barışmak ve geçmişteki öz güveniyle yeniden bağlantı kurmak için Ortadoğu'daki imajını yeniden sağlamaya çalışırken, Batı yanlısı politikalarını da korumaya devam etmiştir.

AK Parti hükümeti için hedef, en azından Türkiye'nin Müslüman Ortadoğu bölgesinde ulaşmak istediği hedef, model ülke olmaktır. Türkiye'nin Müslüman Ortadoğu'da daha iyi bir imaja sahip olmasına yardımcı olan en önemli faktörlerden biri, Türkiye'nin Müslüman ve laik bir kimliğe sahip olduğu görüşü ve daha sonra tartışmalara neden olan İslam ile demokrasinin Türkiye'de el ele gitmesinin mümkün olabileceği düşüncesidir. AK Parti'nin iktidara gelmesi ile demokrasi ve İslam'ın olası uzlaşması, Türkiye'yi bir bakıma model ülke konumuna getirmiştir. İslam dünyası için böylesi bir rol, Türkiye için önemli bir yumuşak güç varlığını oluşturmaktadır (Torun, 2016, s. 22).

Hatta yakın komşu ülkeler Türkiye'yi, hem kendi kültürlerine yakın bir ülke olarak görürken diğer yandan bir Avrupa ülkesi olarak görmelerinden dolayı Ortadoğu'yu Avrupa'ya yakınlaştıran bir ülke olarak görmektedirler. Özellikle Türkiye'nin İsrail karşısında Filistin'i güçlü bir şekilde desteklemesi Ortadoğu basınında Türkiye için büyük övgüyle bahsedilmesine yani bir nevi kamu diplomasisi uygulanmasına neden olmuştur. Her ne kadar Türkiye'nin Avrupa yanlısı bir tutum sergilemesi Ortadoğu'da olumsuz tepkilere yol açsa bile, Türkiye'nin bölgede önde gelen bir aktör olarak hareket etmesi, tarihe ve şu anki konumundan destek alarak faaliyetlerini sürdürmesi ve Avrupa'dan bağımsız bir dış politika sergilemesi sonucunda pek çok Ortadoğu ülkesi, Türkiye'yi bir demokratik örnek olarak görmektedir. Özellikle ekonomik ve politik başarıları Arap genç entelektüellerini etkilemekte ve Türk markasına yönelik büyük bir talebin oluşmasına sebep olmaktadır (Özerdem, 2011, s. 107-108).

Öncesinde bahsettiğimiz gibi Türkiye, Ortadoğu'da Müslüman bir millet olarak laik ve demokratik kimliğini kullanmaktadır. Ayrıca NATO gibi önemli Batılı kurumun bir parçası olduğunu bölgeye göstermesiyle bir yandan ekonomik iş birlikleri sağlarken diğer yandan ise tarihi ve kültürel ortaklık vurgusu yaparak adeta bir "model ülke" retoriği, bir yumuşak güç politikası olarak uygulamaktadır. Bu çerçevede Ortadoğu'da Türk dizilerinin popüler olmasının nedeni de budur. Türk dizilerinde Müslüman Ortadoğu izleyicileri, Türkiye'nin bölgedeki yumuşak gücünü artıran bir Müslüman devlet olarak diğer Müslüman bölge devletlerine nazaran daha seküler bir yaşam tarzının Türkiye'de mümkün olduğunu görmüşlerdir (Altunışık, 2008, s. 44). Bu sayede Türkiye, Ortadoğu'yu dilediği gibi şekillendirerek bölgesel bir güç olma arzusu sonucunda klasik realist görüş yerine daha yumuşak güç kullanabileceği kamu diplomasisine önem vermiştir. Öte yandan kendisini merkez ülke olarak öne sürmesi, Türkiye'yi cazibe merkezi haline getirmek amacıyla Türk kamu diplomasisinin bir parçası olmuştur. Dolayısıyla "merkez ülke" söylemi, Türk kamu diplomasisinin adeta sloganı haline gelmiştir (Ekşi, 2014, s. 244-245).

Türkiye yumuşak güç potansiyelini, Avrupa'dan ve Amerika'dan farklı olarak, bölgesel güç kaynağını ve kamu politikası odak noktasını, Balkanlar, Ortadoğu ve Orta Asya'nın (kendi mahallelerinde) iç kesimleriyle paylaştığı kültürel ve tarihi bağlardan almaktadır. Bölgesel anlamda farklı dinlerin ve etnik kökenlerin birleşme noktası olarak görülmesi ve toplulukların birlikte kurdukları Osmanlı geçmişinin, herkes için ortak payda olarak görülmesi büyük bir ihtimaldir. Elbette bu paydada olumsuz ve tarihi sorunların sebep olduğu anlaşmazlıklar da bulunmaktadır (Kalın, 2011, s. 20).

Ayrıca Batılı güçlerin küresel siyasetteki önceliği ve liberal uluslararası düzenin kurucu normlarına ilişkin ciddi bir normatif çekişmenin olmaması, Türkiye'nin aynı zamanda kendi mahallelerinde yumuşak bir güç olarak hareket etmesini sağlamıştır. İslam'ı liberal demokrasi ile birleştirme yeteneği ve liberal demokratik normları Batı dışı bölgelere yayma başarısı, Türkiye'nin yumuşak güç kimliğine katkıda bulunmuştur. Türkiye'nin 11 Eylül sonrası uluslararası ortam bağlamında Batılı güçler tarafından bir rol model olarak görülmesi, Türkiye'nin yumuşak güç imajını da güçlendirmiştir. Fakat buna ek olarak Türkiye kamu diplomasisini, hedef olarak gördüğü bölgelerle, yalnızca Osmanlı'nın hüküm sürdüğü yerlerle sınırlandırmamıştır. Bunun yanında Afrika, Asya ve Latin Amerika'yı da bu yolla etkilemeye ve kendi imajını bu bölgelerde arttırmaya yönelik faaliyetlerde bulunmuştur. Özellikle Türk dizilerinin bu bölgelerde etkin bir şekilde takip edilmesi, Türkiye'nin kamu politikasını medya aracılığıyla başarılı bir şekilde sürdürmesinin bir sonucu olmuştur.

Özellikle 2015 sonrasında Türkiye'nin bir kamu diplomasisi yöntemi olarak Latin Amerika ülkelerine Türk dizilerini ihraç etmesi ve bu dizilerin Latin Amerika ülkelerinde yüksek izlenme oranları alması, Türkiye'nin tarihi ve kültürünün bu ülkelere yansımaya olanak sağlamıştır. Hatta dönemin Arjantin Büyükelçisi Juan Jose Arcuri 2015'te gerçekleşen DEİK Türkiye-Arjantin İş Konseyi Yürütme Kurulu Toplantısında "dizilerle kurulan bağlantı temel olarak bizlere Türk tarihini, kültürünü yansıtmıştır. Bu durum ise iki ülke arasında modern köprü kurdu" şeklinde açıklama yapmıştır. Kamu diplomasisi ve imaj olgusunun bu denli başarılı bir şekilde uygulanması sonucunda ise Latin Amerika ülkelerinden Türkiye'ye gelen turist sayısında %100 oranında bir artış yaşanmıştır (Özerdem, 2017, s. 310-311).

Türkiye'nin bölgesinde dönüştürücü, ticaret temelli, sivil, normatif ve diplomatik bir dış politika anlayışının benimsemesine öncelik veren yumuşak güç, dış politika aktörü haline gelmesi adına büyük önem taşımaktadır. Türk dış politikasında böylesine yumuşak bir güç dönüşüne neden olan faktörlerden bazıları, AB'ye katılım sürecinin devamı olarak Türkiye'nin komşularıyla iyi ilişkilere sahip olduğunu ispatlama ihtiyacı ve bununla birlikte Ortadoğu'nun ekonomik kalkınması ve siyasi olgunlaşma süreçlerinde artan istikrarsızlıklar sonucunda ortaya çıkan olumsuz durumu azaltma ihtiyacı olmuştur. Türkiye'nin güvenliğine yönelik zorluklarla başa çıkabileceğine ve yalnızca yumuşak güç aygıtları ve stratejiler benimseyerek önceliğini savunabileceğine inanmaktadır (Oğuzlu, 2020).

Türk dış politikasının bu tür tanımlarının aksine, sert güç uygulamaları da görülmüştür. Arap Baharı'nın başlaması, Türkiye'nin Türkiye dostu bir Ortadoğu'ya yardım etme arzusu,

komşu ülkelerdeki iç gelişmeleri şekillendirmek için sert askeri gücün kullanılması ve ulusal çıkarları şekillendirmede önce hayatta kalma zihniyetinin benimsenmesi, Temmuz 2016'da yaşanan darbe girişiminin ardından, Türk dış politikasında sert güç düşüncesinin yeniden canlanmasını kısmen açıklayabilecek faktörler olarak görülebilir. Çok kutuplu bir uluslararası ortama geçiş ve küresel siyasette Batı önceliğinin aşınması, Türkiye'nin kademeli olarak sert güç aktörü olma yönündeki geçişini de kolaylaştırmış görünmektedir (Efegil, 2016, s. 49-50).

Yumuşak güç araçları Türkiye'nin çeşitli kurumları aracılığıyla yürüttüğü kamu diplomasinin zemini olarak değerlendirilmelidir. Birçok kamu kurumu bu rolü doğrudan veya dolaylı olarak yerine getirmektedir. Türk Uluslararası İş Birliği ve Kalkınma Ajansı (TİKA), Kızılay, Turizm ve Kültür Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı, TRT, Yunus Emre Vakfı, Yatırım ve Destek Ajansı Basın Bilgilendirme Ofisi ve diğer kurumların tümü, siyasi, diplomatik, ekonomik ve kültürel faaliyetler yoluyla kamu diplomasisinde aktiftir. Bu çabaların etkinliğini artırmak için bu kurumların kendi aralarında iyi koordine edilmiş bir ilişkiye sahip olmaları gerekmektedir. Bu görev Başbakanlığa bağlı 2010 yılında kurulan Kamu Diplomasisi Ofisi tarafından yürütülmüştür. 24 Temmuz 2018 tarihli Cumhurbaşkanlığı Kararnamesiyle ortaya konulan ve hizmet faaliyetlerini sürdüren İletişim Başkanlığı ise Türkiye markasını güçlendirme hedefi ile tüm kamu kurumları, ulusal ve uluslararası medya, iş dünyası, STK'ları, akademi ve düşünce kuruluşları arasındaki iletişimi koordine etmektedir. Buradan da görüleceği üzere Türkiye kamu diplomasisini kullanırken yalnızca devlet kanallarını kullanmamaktadır. Bunun yanında STK, medya ve iletişim araçlarını da kullanmaktadır (Kalin, 2011, s. 21). Buna ek olarak, Türkiye'nin dış yardım politikası, arabuluculuk rolü, proaktif ve ritmik diplomasisi, vize politikası, normalleşme süreçleri ve Medeniyetler İttifakı gibi küresel barış girişimleri de Türkiye'nin yumuşak gücüne katkı olarak görülmektedir.

Kamu diplomasisinde önemli bir yere sahip olan TİKA'nın bünyesinde, ikili iş birliği anlaşmaları veya mutabakat muhtıraları çerçevesinde hâlihazırda 60 ülkede 62 Program Koordinasyon ofisi bulunmaktadır. Ayrıca toplamda 150 ülkede faaliyet göstermektedir. Özellikle Türkiye'nin komşu bölgelerinde ve gerek Afrika'ya gerek Orta Asya'ya, gerek Pasifiğe gerekse Latin Amerika'ya kadar uzanan geniş bir düzlemde TİKA, kamu diplomasisi uygulamalarını devam ettirmektedir. TİKA "sağlık, eğitim, teknik iş birliği, mesleki eğitim, tarım, hayvancılık, ulaşım" olmak üzere bireylerin hayata attıkları ilk adımdan son yolculuklarına kadar ihtiyaç duyulan her alanda faaliyetler göstermektedir (TİKA, 2019). Bu kapsamda gösterilebilecek en iyi örneklerden bir tanesi su kuyusu açma girişimleri olup aslında temel olarak gıda ihtiyacı ve sağlık sorunlarını azaltmaya yönelik çok önemli projeler çok ses getirmektedir. Sonuçta açılan su kuyuları sebebiyle orada bulunan vatandaşlar tarım yapabilecek ve bu sayede gıda teminini sürdürülebilir bir şekilde karşılamış olacaktır. Ayrıca bunun yanında su ihtiyacını karşıladıkları durgun/pis su kaynaklarını kullanmadıkları için ise su kaynaklı ortaya çıkan dizanteri, kolera gibi özellikle Afrika'yı etkileyen hastalıkların da yayılması önlenmiş olacaktır. Bu sebeple bu tarz kamu diplomasileri uygulayarak Türkiye, bu bölgelerde ayrıca insani diplomasi uygulamış olmakta ve uluslararası prestijini/imajını olumlu bir hale dönüştürmektedir.

Ayrıca Türkiye kamu diplomasisini uygularken STK ve devlet kurumlarının yanında özel firma ve kuruluşları da özellikle markalaşma/marka diplomasisi adına kullanılmaktadır. Bu çerçevede küresel anlamda Türk markalarının uluslararası arenada desteklenmesi ve kabul görmesi amacıyla “Turquality<sup>2</sup>” ve “Turkey Discover the Potential<sup>3</sup>” projeleri Türk marka diplomasisi açısından önemlidir. Yapılan bu projeler sayesinde “Türk Malı” imajının uluslararası sistemde daha etkili olması ve Türkiye’nin de imajını arttırması hedeflenmektedir. Ancak uluslararası sistemde Türkiye’nin komşu bölge ülkeleriyle yaşadığı sorunlar nedeniyle bu ürünlere yönelik Suudi Arabistan gibi ülkelerin ambargo uygulanması, Türk malı marka değerini olumsuz etkilemektedir. Bütün bu gelişmelere rağmen Türkiye’nin diğer ülkelerle olan ekonomik ilişkileri arttıkça Türkiye’nin markalaşmasına yönelik “inşaattan enerjiye, ulaşımdan turizme, tekstilden gıdaya” kadar birçok farklı sektörde diğer ülkelerde yatırımlar ve projeler yapılmaktadır. Bu sayede ise Türkiye, ekonomik kapasitesini çoğaltmanın yanında ülke imajının daha da pozitif olmasına katkı sağlamaktadır (Köksoy, 2016: 252). Firmalar ve çalışanlarıyla birlikte adeta “kültürel ve sosyal” ilişkiler sağlayan markalaşma hareketi, aynı zamanda Türkiye’nin adeta kurumsal diplomatları şeklinde faaliyetlerini yürütmektedirler.

#### 4. COVID-19 Sonrası Türk Kamu Diplomasisi

Türkiye, uluslararası arenadaki prestijini arttırmak adına COVID-19 ile de başarılı bir kamu diplomasisi sergilemiştir. Özellikle dış yardımlara yönelik gerek siyasi gerekse ekonomik çabalarının ardındaki temel motivasyon, Türkiye’nin küresel bir aktör olarak yükselmesine yardımcı olacak olmasıdır (Tol, 2015). Dış yardım açısından Türkiye’nin odaklandığı bölgeler, COVID-19 öncesi Güney ve Orta Asya, Güney Kafkasya, Orta Doğu ve Sahra altı Afrika’ya, COVID-19 sonrası Batı ile olan imajını düzeltmek adına Avrupa’ya da özellikle sağlık malzemeleri konusunda yardım ederek yeni bir kamu diplomasisi yoluna girmiştir.

Bu düzlemde Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu’nun açıklamalarına göre uluslararası sistemde COVID-19 tarafından tehdit altında olan 135 ülke, Türkiye’den öncelikle tıbbi malzeme konusunda yardım talebinde bulunmuştur. Türkiye ise kamu diplomasisi çerçevesinde bu ülkelerin 81’ine “korunma maskesi, biyolojik tehlikelere karşı tulum, koruyucu kıyafet ve gözlük, ayrıca tıbbi eldiven ile antiseptik özelliklere sahip materyalleri ve COVID-19 test kitleri” gibi yardımları, uluslararası örgütler ve sivil toplum kuruluşu gibi devlet dışı aktörler aracılığıyla yollamıştır. Türkiye özellikle yumuşak güç kullanarak diğer devletlerle olan ilişkilerini iyileştirme açısından bu süreçte etkin bir rol oynamıştır (DW, 2020).

<sup>2</sup> Türkiye’nin “rekabet konusunda bir avantaj elde ettiği ve markalaşma sağlayabilecek olan hizmet gruplarına sahip şirketlerin, üretilmesinden dağıtımına ve ihraç edilip satış sonrası hizmet faaliyetlerine kadar bütün süreci içerisine alacak bir şekilde yönetimsel bilgi birikimi, kurumsallaşma ve gelişimlerini düzenleyerek uluslararası pazarlarda kendi markalarıyla küresel bir aktör olmak adına ve bu markalar sayesinde Türk malı imajının daha olumlu bir şekilde ortaya konulması ve yerleştirilmesi amacıyla ortaya konmuş devlet desteğini yanına alan ilk ve tek markalaşma faaliyetidir” (Turquality, 2020).

<sup>3</sup> Başbakanlığın desteği, Ekonomi Bakanlığı’nın himayesi ve Türkiye İhracatçılar Meclisi koordinasyonunda yürütülen ve hazırlanan Türkiye’nin yeni logosu ve sloganı.

Türkiye yapmış olduğu yardımların üzerine Mevlana'nın "Ümitsizliğin ardında nice ümitler var. Karanlığın ardında nice güneşler var" sözünü ekleyerek Türkiye'nin kültürel imajını arttırmaya yönelik yumuşak güç biçiminden birisini kullanmıştır (Trthaber, 2020). Böylelikle "kültür diplomasisini" kullanma yöntemine başvurmuştur. Özellikle COVID-19 salgınının başladığı ilk dönemlerde ülkelerin bencilliği, Fransa'nın İtalya ve İspanya'ya gönderilen maske ve teçhizatları gasp etmesi, ABD'nin Almanya ve diğer Avrupa ülkelerine yollanacak olan maskelere daha fazla para ödeyerek gasp etmesi sonucunda uluslararası sistemde kamu diplomasisi kavramının ortadan kalktığı düşünülmüştür (DW, 2020). Ancak Türkiye ihtiyaç duyan tüm ülkelere gerekli desteği sağlayarak bir kamu diplomasisi dersi vermiştir. Her ne kadar ulusal anlamda bu faaliyetler eleştiri olsa bile uluslararası imaj ve prestij konusunda çok önemli bir hareket olarak görülmelidir.

Uluslararası sistemde Türkiye, yumuşak güç çerçevesinde kamu diplomasisini Avrupa'dan Ortadoğu'ya, Balkanlar'dan İskandinav ülkelerine kadar insani diplomasi kullanarak yapmış olduğu yardımlarla olumlu imaj yaratmaya çalışarak çok başarılı bir şekilde yürütmektedir. Her ne kadar ekonomik çıkar amaçlı yapılmasa da salgın sonrası çeşitli ülkelerle karşılıklı ticaret ve yatırımların geliştirilmesine yönelik olası görüşmelerde, Türkiye'nin ticaret diplomasisinde kullanabileceği bir kart olabilir. Ancak ulusal düzlemde COVID-19 vaka sayısını açıklarken bir süre tüm sayıları açıklamayıp vaka sayılarını gizlemesi, keskin güce bir örnek olarak gösterilebilir. Bir yandan sokağa çıkma yasağını uygulayıp kendi vatandaşlarına gerekli yardımı tam anlamıyla sağlayamamışken, pozitif imaj göstermek adına başka ülkelere tıbbi malzeme yardımı yollaması, başka bir deyişle arka planda bir keskin güç kullanması, diğer ülkelerin Türkiye hakkındaki görüşlerini etkilemeye çalışması olarak görülebilir. Ancak bu durum yalnız Türkiye'ye has bir durum değildir. Ulusal anlamda kargaşa ve kaosun çıkmasını engellemeye çalışmak adına birçok ülke, kendi vaka sayısını olduğundan daha az göstermiştir.

Bu vaka sayıları genellikle alıntılanır, ancak genellikle açıklanmayan durum, her ikisinin de nihayetinde iki faktöre bağlı olmasıdır: kaç kişinin test edildiği ve uygulanan testlerin doğruluğuyla alakalıdır. Uluslararası Şeffaflık Örgütü'ne göre bu durum, "testlere, hükümetlerin dürüstlüğüne ve nüfusun büyüklüğüne bağlıdır". Özellikle otoriter hükümetlerin çoğu genel olarak verilerinde şeffaf olmamıştır ve bu durumda şeffaf olmaları da beklenmemelidir. Sonuçta temel olarak uluslararası arenadaki güç mücadelesinde gizlilik önemlidir ve güç mücadelesinde savaşın ilk zayıyatı, gerçeklerin bilinmesidir. Hükümetler ne kadar az şeffaf ise o kadar az COVID-19 vaka verileri elde edilmiştir. Yolsuzluk Algılama Endeksi'ne göre şeffaf ve demokratik olarak görülen ülkelerin doğrulanmış COVID-19 vakalarının sayısı ile, yozlaşmış ve otoriter olarak algılanan ülkeler tarafından bildirilen sayılar karşılaştırıldığında çarpıcı farklılıklar ortaya çıkmıştır (Winter, 2020).

Yaklaşık altı milyonluk nüfusuyla Danimarka, en şeffaf ve demokratik ülkeler arasında ilk 10'da yer almaktadır. Ülke, 1 Mayıs'ta, 9,158 doğrulanmış COVID-19 vakası olduğunu bildirmiş olup bu, milyon başına 1.581 doğrulanmış vaka oranı demektir. Mevcut verilere göre bu, o gün için dünya ortalamasının üç katından daha fazla bir oran olmuştur. 1 Mayıs'ta, 145 milyonun biraz üzerinde bir nüfusa sahip olan Rusya, şaşırtıcı bir 3,72 milyon "laboratuvar testi" yaptıktan sonra 106.498 COVID-19 vakasını doğruladığını bildirmiştir.

Testlerin sadece yüzde 2,9'u olumlu sonuç vermiştir. Türkiye'de ise ilk başlarda uluslararası arenada COVID-19 ile mücadelede ulusal anlamda başarılı olduğunu göstermek adına keskin güç kullanmıştır. Bu süreçte vaka sayısı yerine hasta sayısı açıklanmıştır. Ancak DSÖ ve kamuoyunun artan baskısı nedeniyle COVID-19 vaka sayısının açıklanmasıyla Türkiye, 2020 Kasım ayında nüfusa oranlı vaka sayıları sıralamasına göre ABD, Hindistan, Polonya ve Brezilya'nın ardından 5. sıraya yerleşmiştir. Türkiye, pozitif vakada Avrupa ülkeleri arasında ise ikinci olmuştur (Elmacioğlu, 2020).

COVID-19 salgını sonrasında ülkelerin ulusal anlamda bu salgınla baş edebilmek adına birtakım önlemler almalarına rağmen tek başlarına başarılı olmaları çok zordur. Hele ki küresel anlamda etkili olan bu salgınla tek başına mücadele etmek ancak bir yere kadar etkili olabilir. Bu sebeple ülkeler arası iş birliği ve kamu diplomasisi büyük önem arz etmektedir. TİKA bu anlamda Kafkasya'dan Orta Doğu'ya, Afrika'dan Balkanlara kadar birçok farklı bölgeye tıbbi malzeme, biyolojik tehlike tulumu, filtre maske gibi malzemeler tedarik etmiştir. Bunun yanında Gürcistan, Filistin, Kırgızistan gibi ülkelerde COVID-19 ile mücadele kapsamında hastaneler açarak bu ülkelere yalnız olmadığını göstermiştir. Bunun yanında TİKA, COVID-19 ile mücadele kapsamında Güney Yemen'deki Aden şehrinin 8 ilçesinde 360 sağlık personeli yetiştirmeye başlamıştır. Ayrıca salgınla mücadelede engelliler ve yetimlerle dayanışma içinde olan TİKA, engellilere, yetimlere, hastanelere ve kamu kurumlarına hijyen ürünü ve sarf malzemesi dağıtmıştır. TİKA sağlık malzemelerinin yanında Afrika, Orta Doğu ve Güney Amerika'da birçok yerde su kuyusu açma, gıda temini sağlama gibi projelerine devam etmektedirler. Her ne kadar COVID-19 sağlık sistemini etkilese bile insani diplomasi adına gıda temini de önemli bir yer arz etmektedir (TİKA, 2020).

Salgınla mücadele stratejisi kapsamında Sancaktepe ve Atatürk Havalimanı yerleşkesine çok amaçlı salgın hastanelerinin kurulması, kamu diplomasisi açısından ayrıca önemlidir. Yapılan bu salgın hastaneleri sayesinde yurt dışından birçok hasta Türkiye'ye getirilip tedavi edilmektedir. Bu durum ise özellikle yumuşak güç ve insani diplomasi çerçevesinde Türkiye'nin yurt dışındaki imajını olumlu bir şekilde etkilemektedir. Bir nevi sağlık diplomasisi uygulayarak Türkiye, yumuşak güç politikalarını arttırmaktadır (Anadolu Ajansı, 2020). Özellikle sağlık diplomasisi ve sağlık turizmine yönelik verilen önem ise Türkiye'nin kamu diplomasisi açısından çok önemlidir. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın yapmış olduğu açıklamalara göre salgın öncesi, yani 2019 yılında toplamda 750 bin yabancı hasta Türkiye'de tedavi edilip sağlığına kavuşmuştur. Bunun yanında Atatürk Havalimanı'nın olduğu yere bir salgın hastanesinin açılması ise özellikle yurt dışından gelen hastalar açısından büyük kolaylık sağlamış ve bir tercih noktası olmuştur (TCCB, 2020). Sonuçta acil ambulans uçaklarının pistlere inip en kısa sürede tedavinin uygulanabilmesi için gerekli bütün olanaklar mevcut olarak görülmektedir. Bu sebeplerden dolayı sağlık diplomasisine yani insani diplomasiye verilen önem ile Türkiye'nin yine yurt dışındaki imajı ve prestijinde olumlu ölçüde artışlar gerçekleşmesi beklenmektedir.

DSÖ'nün belirttiğine göre 67 düşük gelirli ülkedeki insanların en az % 90'ının 2021'de COVID-19'a karşı aşı olma şansı çok düşüktür. Bunun temel nedeni ise gelişmiş ülkelerin ihtiyaç duyduklarından fazlası için siparişte bulunmaları ve aşı üreticilerinin içerik bilgi mülkiyetlerini paylaşmamasıdır. Bu nedenle 67 düşük gelirli ülkenin kendi başlarına

ilaç satın alamaması nedeniyle aşilar, tamamen DSÖ, UNICEF, Dünya Bankası ve Bill & Melinda Gates Vakfı'nın da dahil olduğu bir iş birliğine ile sağlanmıştır. Bu program ile yalnızca 67 ülkede nüfusun sadece % 10'unu aşilamaya yetecek kadar, yaklaşık 700 milyon doz güvence altına alınmıştır; ancak öncesinde belirttiğimiz gibi bu sayı yeterli değildir (Dyer, 2020). COVID-19 ile mücadelede bunun gibi tek taraflı girişimlerin uzun vadede daha büyük sorunlara yol açma, hatta belki COVID-19'un tekrardan mutasyon geçirip hali hazırda aşı yapma imkânına sahip olan ülkelere tekrardan bulaşma riski bulunmaktadır. Bu sebeple gerek Türkiye gerekse diğer gelişmiş ülkeler zaten iş birliği halinde oldukları ülkelere (Sudan, Yemen, Nijerya gibi) aşı yardımında bulunurlarsa hem kamu diplomasisinin hem de insani diplomasinin gerekliliklerini sağlamış olacaktır.

DSÖ Genel Direktörü Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus, COVID-19'a karşı şu ana kadar yüksek gelirli en az 49 ülkede 39 milyon dozdan fazla aşı yapıldığını belirterek, yoksul ülkelere aşı tedarikinde ise çok az sayıda aşının sağlanması, hatta düşük gelirli bir ülkeye (Gine) yalnızca 25 adet doz verilmesi sonucunda "dünyanın feci bir ahlaki başarısızlığın eşiğinde" olduğu uyarısında bulunmuştur. DSÖ'nün 148. Yönetim Kurulu toplantısında konuşan Ghebreyesus, COVID-19 aşılarının tüm ülkelere eşit ve adaletli dağıtılması için ülkelere küresel dayanışma çağrısında bulunmuştur (Euronews, 2021). Ayrıca çoğu aşı üreticisi firmanın kar amacı güderek hareket ettiğini ve hedeflerini en fazla kar elde edebilecekleri ülkelere yönelttiğini belirtmiştir (CBSnews, 2021). Kamu diplomasisinin hatta insani diplomasinin önemi ve uygulanabilirliği açısından bu eşitliğin sağlanabilmesi çok önemlidir.

Ancak bu tür salgın hastalıklarda, ülkelerin ve markaların bu tarz olağanüstü hallerde uygulamış olduğu kamu diplomasisi faaliyetleri büyük önem arz etmektedir. Özellikle salgınla mücadele konusunda stratejiler geliştiren organizasyonlar/firmalar, ülke marka diplomasisi itibarını arttırmaktadır. Bu anlamda özellikle Türk Hava Yolları (THY) ayrı bir önem arz etmektedir. Özellikle yürütmüş olduğu çalışmalar, reklamlar ve göstermiş olduğu başarılar sayesinde Türkiye'nin "marka diplomasisine" katkı sağlayan en büyük firmalardan birisi olmuştur. Özellikle COVID-19 salgını sırasında THY, dünyada en fazla yolcu taşıyan 10. havayolu şirketi olurken toplamda 126 ülkeye uçuş yaparak en fazla ülkeye uçuş yapan firmalara göre 1. sırada yer almıştır (Anadolu Ajansı, 2019). İstanbul'un dünyanın transit uçuş noktasına dönüştürülme düşüncesi açısından yine kamu diplomasisi yöntemlerine büyük rol düşmektedir. Bu çerçevede THY, bir marka diplomasisi çerçevesinde kullanmış olduğu "Meet İstanbul" adlı sloganıyla ve "touristanbul" programıyla, yurt dışından farklı bir ülkeye gidecek olan transit yolculara İstanbul'un tarihi ve kültürel yerlerini keşfetmek için fırsatlar sunmakta olup turistleri bu konuda cezbetmesi açısından önemli bir çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır (Habertürk, 2019).

Buradan da görüleceği üzere yerel bir imaj ile başlayan bir firma özellikle son yıllarda yakalamış olduğu başarı grafiği sebebiyle bir dünya markası haline dönüşmüştür. Türkiye'yi temsil eden bir havayolu şirketi ve markası olmasının yanında ürün, hizmet ve haberleşme faaliyetleriyle birlikte Türkiye'nin kültürünü yansıtan projelerde yer alması ve bu unsurları kullanması sebebiyle Türkiye'nin en önemli kamu diplomasisi unsurları arasındayerni almıştır. Bu süreçte özellikle dünyaca tanınmış firmalara ve spor kulüplerine

sponsor olması, Türk misafirperverliğini tüm reklamlarında kullanması ve “We’re from Turkey” markası adı altında Türk menşeli ürünleri satması, Türkiye’nin markalaşması açısından büyük bir önem arz etmektedir. Son olarak, basın ve yayın organlarıyla yayımlanmış olduğu dergilerde, Türkiye’nin “kültürel, sosyal, ekonomik, turizm” odaklı yazılarıyla THY, Türkiye’yi bir yandan tanıtırken diğer yandan ise kültür diplomasisine katkı sağlamaktadır (Türk Hava Yolları A. O., 2020). Diğer yandan ise COVID-19 ile ilgili yapılan yardımların, hastaların ve elbette aşının taşınmasında THY’nin kullanılması yine imaj ve marka diplomasisi açısından önemlidir.

## Sonuç

Vitrin gibi bir ülkenin imajını oluşturma olgusu, 20. yüzyılın ilk yıllarında görülmeye başlanmıştır. Kamu diplomasisi olarak ortaya çıkan bu olgu, özellikle uluslararası ilişkiler alanında yumuşak güç kavramıyla ele alınmıştır. İkinci Dünya Savaşı sırasında, ulusal bir imaj oluşturmak adına ise başka bir savaş alanının ihtiyaç duyulmasına sebep olmuştur. Soğuk Savaş bu ihtiyacı karşılamış, ABD ile Sovyet Rusya arasındaki çok yönlü savaşta yeni bir tür savaş alanı olarak propaganda hâkim olmuştur.

Kamu diplomasisi ise Joseph Nye tarafından icat edilen bir yumuşak güç aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Geleneksel diplomasi artık uluslararası arenadaki tek diplomasi türü olmadığından, kamu diplomasisinin dünya siyasetindeki önemi yadsınamaz hale gelmiştir. Diğer bir deyişle, geleneksel diplomaside bir ülkenin muhatabı her zaman başka bir ülke iken, yabancı kamuoyu veya diğer resmi olmayan gruplar kamu diplomasisinin öznelidir. Böylelikle değişen uluslararası ortamda kamu diplomasisi, devletler ve onların dış politika hedefleri için daha da önem kazanmıştır.

Uluslararası ortamın değişen sahnesi, bilgi teknolojilerinin gelişimi ve Soğuk Savaş’ın sona ermesiyle yaratılan yeni dünya düzeni, küresel siyaset için yeni koşullar belirlemiştir. 21. yüzyılın yeni dinamikleri ile çevrili bu ortamda, kamu diplomasisi şimdiden dünya siyasetinin önemli bir parçası olmuş ve yeni bir tür diplomatik nitelik kazanmıştır. Bu sebeple, uluslararası sistemin yükselişle birlikte, kamu diplomasisi çoğunlukla devletlerin dış politika çıkarları adına uygulanmaktadır; ancak bu durum yalnızca bir yumuşak güç politikası şeklinde uygulanmamaktadır. Kimi durumlarda başka ülkelerde yaşayan bireyleri ve liderleri etkilemek, kendi fikirlerini empoze etmek adına ve pozitif bir imaj olgusu yaratmak adına da bu durum kullanılmaktadır. Bir devletin ulusal amaçlarını, devlet çıkarlarını ve hedeflerini ortaya koyma faaliyetlerinde bulunarak, doğru bilgiyi açık bir şekilde diğer bölgelere yayılması için gereken kamu diplomasisi, negatif imajın iyileştirilmesi için önemli bir araç haline dönüşüm geçirmiştir.

Egemen güçler, geleneksel diplomatik yöntemlerin yanında kamu diplomasisini de uygulayarak temel amaçlarını ve dış politika çerçevesinde göstermek istedikleri imajları daha etkin bir şekilde anlatma imkânı yakalamaktadırlar. Öte taraftan teknolojinin bu denli hızlı gelişerek kullanılabilirliğinin artması ve medya sayesinde kitle iletişiminin daha kolay bir hale gelmesiyle kamu diplomasisi faaliyetlerini kullanan devletler, temel düşüncelerini daha etkili bir şekilde aktarabilmektedirler. Hatta bu durumun bir adım ötesi olarak temel iletişime dayalı yeni uluslararası sistem içerisinde sisteme yön veren

aktörlerin, dünya kamuoyunu etkileyebilmek adına bu iletişim araçlarından yararlanması, kamu diplomasisinin en kolay ve en önemli bir unsuru haline dönüşüm geçirmiştir.

Türk kamu diplomasisi dış politika, yöntem ve araçlarda yaşanan dönüşüm bağlamında incelenmiştir. Buna göre AK Parti dönemindeki dış politika yapımında, AK Parti iktidarının dış politika eylemlerini ilgili taraftan minimum dirençle alabilmek için yabancı kamuoyunda ve yukarıda belirtilen alanlarda Türkiye'ye ve dış politikasına azami sempati ile ulusal imajına ve dış kamuoyuna odaklanması nedeniyle söylem ve söylemin büyük rol oynadığı görülmüştür. Buna ek olarak AK Parti döneminde, özellikle Türkiye'nin çok boyutlu dış politika anlayışının bir parçası olarak, dış politika yapmanın ayrı bir alanı olarak kamu diplomasisine büyük önem verilmiştir. Her ne kadar Türkiye'nin kamu diplomasisi yumuşak güçten sert güce, sonrasında COVID-19 ile tekrardan uluslararası düzlemde yumuşak güce dönüşüm geçirse bile, uluslararası sistemin değişiminin bu denli hızlı olduğu bir düzlemde yumuşak güç, kimi durumlarda yerini keskin güce bırakmıştır. Bu bağlamda devletler, kamu diplomasisi aktörlerini istihdam etmekte ve onlara dış politika hedeflerine uygun olarak ülkeyi tanıtmaya sorumluluğu yüklemektedir.

Hatta COVID-19 öncesi gıda, temiz su ve sağlık projeleri yürüten TİKA ve diğer STK'lar, COVID-19 sonrası ile ihtiyacı olan ülkelere hastane, tıbbi eğitim merkezi ve teçhizat temin ederek insani diplomasisi açısından gerekli tüm imkanları sağlamıştır. Bunun yanında Atatürk Havalimanı'nın yerine açılan salgın hastanesi ile birlikte bir kamu diplomasisi yöntemi olarak sağlık diplomasisine önem verilmiş ve kolay ulaşım sağlama avantajı ile yine zor durumda olan bireylerin hizmetine sunulmuştur.

Türkiye'nin bundan sonraki adımı, ihtiyacı olan ülkelere COVID-19 aşısı temini olmalıdır. Bu durumun bir örneğini Yeni Zelanda gerçekleştirmektedir. Yaklaşık 6 aydır COVID-19 vakası görülmeyen Yeni Zelanda öncelikle kendi vatandaşlarına COVID-19 aşısını ücretsiz dağıtacağını belirtmiş, sonrasında ise komşu ada ülkeleri olan Tokelau, Cook Adaları, Niue, Samoa, Tonga ve Tuvalu'ya da ücretsiz aşı temin edeceğini belirtmiştir. Bu gelişmeyle Yeni Zelanda özellikle kamu diplomasisi alanında büyük bir prestij yakalamıştır (NPR, 2020). Ayrıca Avrupa Komisyon Başkanı Ursula von der Leyen 600 milyon adet BioNTech Pfizer aşısını aldıklarını belirterek, AB ve komşu ülkeleri için ise 2.3 milyar doz alımı planladığını belirtmiştir. Aynı Yeni Zelanda gibi AB de kendi bünyesinde veya çevresindeki komşu ülkelere yönelik kamu diplomasisini bu yolla sağlamaktadır (Euronews, 2021). Burada önemli olan Türkiye'nin böyle bir yardım yapıp yapamayacağıdır. Özellikle savaş/ çatışmalardan ve herhangi bir sebepten dolayı aşı alamayacak olan Afrika ve Orta Doğu ülkelerine yönelik bir fon kurması ve bu bölgelere eğitim ve gıda haricinde yeni projelerin yapılması yine kamu diplomasisi açısından önemli bir prestij kaynağı olacaktır.

Burada sorulması gereken önemli bir soru ise Türkiye bunun bir adım ötesi olarak aşı ihtiyacı olan ülkelere aşı yardımında bulunabilir mi? Görüldüğü üzere gelişmemiş ve gelişmekte olan pek çok ülke bu aşuları sağlayamayacaktır. Bu nedenle Türkiye gibi bir ülkenin hali hazırda yürüttüğü projelerin yanında aşı yardımı durumunu sağlamaması için tek neden, kendi ülke içine öncelik sağlaması olarak görülebilecek olup ancak bunu da gerçekleştirmesi, kamu diplomasisi ve daha da önemlisi insan diplomasisi için çok elzem bir uygulama olacağı kesin bir durumdur.

Son olarak ise marka diplomasisi Türkiye'nin yurt dışında temsiliyeti ve imajı açısından büyük önem arz etmektedir. Türkiye'yi yurt dışında temsil eden birçok firma bulunmaktadır. Fakat ismini en fazla duyuran ve buna yönelik çalışmalarda bulunan firma hiç şüphesiz ki THY'dir. THY aracılığı ile marka diplomasisinin yanında diğer diplomasilere de önem verilmiş ve yalnızca yurtdışında yaşayan yabancılara yardım odaklı değil, Türkiye'de yaşayan yabancıları da anavatanlarına ulaştıran bir kamu diplomasisi politikası yürütülmüştür.

Türkiye uygulamış olduğu kamu diplomasisi politikası sayesinde uluslararası harekâtlardan dolayı bozulan imajını düzeltme imkânı yakalamıştır. Ayrıca uygulanan politikaların uzun vadeli olarak Türkiye'nin imajını pozitif olarak düzenleyeceği düşünülmektedir. Zaten kamu diplomasisinin en önemli hedeflerinden birisi olumlu bir imaj çizilemek, negatif düşünceleri yıkmaktır. Türkiye'nin de bu süreçte "yumuşak gücünü" kullanma imkânı yükselişe geçmiştir.

**Çıkar Çatışması Beyanı:** Yazarlar çıkar çatışması olmadığını beyan ederler.

**Yazarlık Katkı Beyanı:** Çalışmaya yazar katkı oranı Fusun ÖZERDEM %50, Burhan BARLAS %50 olarak beyan edilmektedir.

**Etik Kurul Kararı ve İzinleri:** Makale içinde etik kurul izni gerektiren bir çalışma yapılmamıştır.

## Kaynakça

- Altunışık, M. (2008). The possibilities and limits of Turkey's soft power in the Middle East. *Insight Turkey*, 10(2), 41-54.
- Amstutz, Mark R. (2013). *International ethics: Concepts, theories, and cases in global politics*. Illinois: Rowman & Littlefield Publishers.
- Anadolu Ajansı. (2019). THY dünyada en çok ülkeye uçuş gerçekleştiren hava yolu. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/thy-dunyada-en-cok-ulkeye-ucus-gerceklestiren-hava-yolu/1655977a> Erişim Tarihi: 26.11.2020
- Aydos, S. (2012). 1948-1955 yılları arasında Türkiye ve Amerika Birleşik Devletleri ilişkilerinde kamu diplomasisi. *Amme İdaresi Dergisi*, 45(4), 119-138.
- Baylis, J., Patricia O., Steve S. (2011). *The globalization of world politics: an introduction to international relations*. Oxford: Oxford University Press.
- Carr, E. H. (2016). *The Twenty Years' Crisis, 1919-1939: An introduction to the study of international relations*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Castells, M. (2008). The new public sphere: Global civil society. *ANNALS*, 616(1), 78-93.
- CBSnews. (2021). WHO chief: "It's not right" that younger adults in rich countries get vaccine before older people in poorer countries. <https://www.cbsnews.com/news/world-health-organization-covid19-vaccine-inequalities/> Erişim Tarihi: 18.01.2021
- Cull, Nicholas. J. (2009). *Public diplomacy, lessons from the past*. Los Angeles: Figueroa Press.

- Doğan, E. (2012). *Kamu diplomasisinin sunduğu fırsatlar ve kısıtları üzerine*. İstanbul: Tasam Yayınları.
- DW (2020). COVID-19: Türkiye yurtdışında nereye, nasıl destek sağlıyor? <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> Erişim Tarihi: 26. 12. 2020
- DW. (2020). Salgında “maske savaşları”. <https://www.dw.com/tr/salg%C4%B1nda-maske-sava%C5%9Flar%C4%B1/a-53010311> Erişim Tarihi: 03.04.2020
- Dyer, O. (2020). Covid-19: Many poor countries will see almost no vaccine next year, aid groups warn. <https://www.bmj.com/content/371/bmj.m4809> Erişim Tarihi: 11.12.2020
- Efegil, E. (2016). AK Parti Hükümetinin Orta Doğu politikası ve ABD Yönetimi ile Batılı uzmanların eleştirileri. *Akademik Bakış*, 9(18), 45-58.
- Ekşi, M. ve Mehmet S. E. (2018). The Rise and Fall of Turkish Soft Power and Public Diplomacy. *Akademik Bakış*, 11(23), 1-31.
- Ekşi, M. (2014). *Kamu diplomasisi ve Ak Parti Dönemi Türk Dış Politikası*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Elmacioğlu, L. (2020). Vaka sayıları neden şimdi açıklandı? Uzmanlar üç neden saydı: Artan kamuoyu baskısı, gerçeklerin daha fazla gizlenememesi ve aşı dağıtım planı. Independent Türkçe: <https://www.indyurk.com/node/277726/sa%C4%9Flik/vaka-say%C4%B1lar%C4%B1-neden-%C5%9Fimdi-a%C3%A7%C4%B1kland%C4%B1-uzmanlar-%C3%BC%C3%A7-neden-sayd%C4%B1-artan-kamuoyu-bask%C4%B1s%C4%B1> Erişim Tarihi: 05. 01. 2021
- Erzen, M. Ü. (2014). *Kamu diplomasisi*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Euronews. (2021). Covid-19 aşısının dağıtımındaki adaletsizlik: ‘Dünya feci bir ahlaki başarısızlığın eşiğinde’. <https://tr.euronews.com/2021/01/19/covid-19-as-s-n-n-dag-t-m-ndaki-adaletsizlik-dunya-feci-bir-ahlaki-basar-s-zi-g-n-esiginde> Erişim Tarihi: 19. 01. 2021
- Euronews. (2021). EU secures 300 million more vaccine doses - doubling its current number. <https://www.euronews.com/2021/01/08/live-commission-president-vonder-leyen-updates-on-eu-coronavirus-vaccine-rollout> Erişim Tarihi: 05. 01. 2021
- Eyigün, C. (2018). Kamu diplomasisinde düşünce kuruluşlarının rolü: SETA örneği. *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 0(3) 11-25.
- Fan, Y. (2010). Branding the Nation: Towards a better understanding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 6(2), 97-103.
- Gilboa, E. (2008). Searching for a theory of public diplomacy. *The ANNALS*, 616(1), 55-77.
- Guardian (2020). China’s coronavirus lockdown strategy: brutal but effective. <https://www.theguardian.com/world/2020/mar/19/chinas-coronavirus-lockdown-strategy-brutal-but-effective> Erişim Tarihi: 24. 12. 2020
- Guardian. (2013). Plush hotels and caviar diplomacy: how Azerbaijan’s elite wooed MPs.

<https://www.theguardian.com/world/2013/nov/24/azerbaijan-caviar-diplomacy-for-mps> Erişim Tarihi: 22. 12. 2020

- Gürsoy, B. (2014). Muharrem Ekşi, Kamu diplomasisi ve AK Parti Dönemi Türk Dış Politikası. *Bilge Strateji*, 6(11), 217-220.
- Johnson, C. (1985). The hobbesian conception of Sovereignty and Aristotle's politics. *Journal of the History of Ideas*, 46(3), 327-347.
- Kalın, İ. (2011). Soft power and public diplomacy in Turkey. *Perceptions: Journal of International Affairs*, 16(3), 1-23.
- Keyik, M., Erol, M. S. (2019). Realizme göre güç ve güç dengesi kavramları. *Uluslararası Kriz ve Siyaset Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 12-49.
- Köksoy, E. (2014). Kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler ilişkisi: Kuramsal bir değerlendirme. *Marmara İletişim Dergisi*, 0(22), 211-231.
- Köksoy, E. (2016). Yeni diplomatik temsil biçimi olarak marka diplomasisi: Türkiye Üzerine bir Değerlendirme. *Selçuk İletişim*, 9(2), 242-261.
- Krause, P., Stephen V. E., (2009). "Public Diplomacy: Ideas for the War of Ideas" Discussion Paper 09-10. Belfer Center for Science and International Affairs. Harvard Kennedy School.
- Melissen, J. (2005). The new public diplomacy: Between theory and practice. Melissen, J. (Ed.), *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, (s. 3-25). Basingstoke: Palgrave-Macmillan.
- Melissen, J. (2013). *Public diplomacy*. Oxford: Oxford University Press.
- Morgenthau, H. J. (2014). *Politics among nations: The struggle for power and peace*. Cambridge: Cambridge University Press.
- NPR. (2020). New Zealand will give free coronavirus vaccines to residents, neighboring nations. <https://www.npr.org/sections/coronavirus-live-updates/2020/12/17/947403839/new-zealand-will-give-free-coronavirus-vaccines-to-residents-neighboring-nations> Erişim Tarihi: 17. 12. 2020
- Nye, J. S. (1990). Soft power. *Foreign Policy*, 80, 153-171. <https://doi.org/10.2307/1148580>
- Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. *The ANNALS*, 616(1), 94-109.
- Nye, J. S. (2012). *The future of power*. NewYork: Public Affairs.
- Nye, J. S. (2019). Soft power and public diplomacy revisited. Introduction: Debating Public Diplomacy. *The Hague Journal of Diplomacy*, 14(1-2), 17.
- Oğuzlu, T. (2020). Conceptualizing soft power in Turkish foreign policy. <https://www.dailysabah.com/opinion/op-ed/conceptualizing-soft-power-in-turkish-foreign-policy> Erişim Tarihi: 26.12.2020
- Oğuzlu, T. (2020). Korona sonrası dünyanın gerçeği: Keskin güç. <https://fikirturu.com/jeostrateji/korona-sonrasi-dunyanin-gercegi-keskin-guc/> Erişim Tarihi: 26. 12. 2020

- Özerdem, F. (2017). Arjantin. Ermağan, İ. (Ed.), *Dünya Siyasetinde Latin Amerika* (s. 292-312). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Özerdem, F. (2011). Turkey as a Bridge between Europe and Middle East: New Goals, Restricting Facts. *Management and Education*, 7(2), 103-111.
- Pashakhanlou, A. H. (2016). *Realism and fear in international relations: Morgenthau, Waltz and Mearsheimer reconsidered*. Palgrave Macmillan.
- Rasmussen, I. (2009). *Towards a Theory of Public Diplomacy*. The Fletcher School: Tufts University.
- Samuels, R. J. (2005). *Encyclopedia of United States National Security*. Massachusetts: SAGE Publications.
- Szondi, G. (2008). *Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences*. Netherlands Institute of International Relations Clingendael.
- TCCB. (2020). Prof. Dr. Feriha Öz Acil Durum Hastanesi Açılış Töreni'nde Yaptıkları Konuşma. <https://www.tccb.gov.tr/konusmalar/353/120324/prof-dr-feriha-oz-acil-durum-hastanesi-acilis-toreni-nde-yaptiklari-konusma> Erişim Tarihi: 29. 05. 2020
- TİKA. (2019). 2019 Faaliyet Raporu. Ankara: TİKA.
- TİKA. (2020). TİKA Continues to Combat COVID19 on a Global Scale. [https://www.tika.gov.tr/en/news/tika\\_continues\\_to\\_combat\\_covid19\\_on\\_a\\_global\\_scale-56803](https://www.tika.gov.tr/en/news/tika_continues_to_combat_covid19_on_a_global_scale-56803) Erişim Tarihi: 20. 05. 2020
- Tol, G. (2015). The Rise of Turkish Foreign Aid. <http://www.themiddleeastjournal.org/content/article/rise-turkish-foreign-aid> Erişim Tarihi: 25. 12. 2020
- Torun, Z. (2016). The Debate on 'Turkey as a Role Model' (1990-2011). *Avrasya Etüdüleri*, 49(1), 7-32.
- Trthaber. (2020, 04 10). Türkiye'nin yardım eli Asya'dan Avrupa'ya uzandı. <https://www.trthaber.com/haber/koronavirus/turkiyenin-yardim-eli-asyadan-avrupaya-uzandi-474932.html>
- Turan, Y. (2017). Türk Dış Politikasında yumuşak güç unsuru ve T.C. Başbakanlık. *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 17-32.
- Turquality. (2020). Turquality nedir? <https://www.turquality.com/hakkimizda/turquality-nedir> Erişim Tarihi: 30. 12. 2020
- Türk Hava Yolları A. O. (2020). 1 Temmuz – 30 Eylül 2020 Dönemine İlişkin Yönetim Kurulu Faaliyet Raporu. Ankara: THY.
- Walker, C. (2018). What's sharp power? *Journal of Democracy*, 23(3), 11-17.
- Walker, C., Jessica L. (2017). From 'soft power' to 'sharp power': rising authoritarian influence in the democratic world. Sharp Power: rising authoritarian influence. Washington: National Endowment for Democracy. <https://www.ned.org/wp-content/uploads/2017/12/Sharp-Power-Rising-Authoritarian-Influence-Full-Report.pdf>

- Waltz, K. (2010). *Theory of international politics*. Long Grove: Waveland Press.
- WHO (2020). <https://covid19.who.int/> Erişim Tarihi: 25.12.2020
- WHO. (2020b). Report of the WHO-China Joint Mission on Coronavirus Disease 2019 (COVID-19). Geneva: WHO.
- Winter, L. (2020). Data fog: Why some countries' coronavirus numbers do not add up. Aljazeera: <https://www.aljazeera.com/features/2020/6/17/data-fog-why-some-countries-coronavirus-numbers-do-not-add-up> Erişim Tarihi: 05. 01. 2021
- World Health Organization. (2020). Novel Coronavirus (2019-nCoV). Geneva: WHO.

## EFFECTS of COVID-19 PANDEMI TO THE TURKISH PUBLIC DIPLOMACY

Füsün ÖZERDEM, Burhan BARLAS

### Extended Abstract

The concept of public diplomacy is one of the most controversial issues in the international relations discipline. Both diplomacy practitioners and academics regard public diplomacy as a tool in international relations; however, opinions about its scope, usefulness, correct application and theoretical basis differ significantly. From the ancient times to the rise of the age of empires and nation-states until today, states and their institutions have always felt the need to convey a friendly or hostile message to the other. This need has increased with the emergence of the concept of nation. Throughout the modern era and beyond, international actors (primarily states and also other actors in the contemporary international arena) have developed the practice of public diplomacy. Public diplomacy has started to be used as a soft power tool invented by Joseph Nye. Since traditional diplomacy is no longer the only type of diplomacy in the international arena, its importance in world politics has become undeniable. In other words, in traditional diplomacy, a country's addressee is always another country, while foreign public opinion or other informal groups are the subjects of public diplomacy. Thus, in the changing international environment, public diplomacy has become more important for states and their foreign policy goals.

The phenomenon of creating the image of a country like a showcase began to be seen in the early years of the 20th century. This phenomenon, which emerged as public diplomacy, has been handled with the concept of soft power, especially in the field of international relations. During the Second World War, another battlefield was needed to create a national image. The Cold War met this need, and propaganda dominated the multi-faceted war between the USA and Soviet Russia as a new kind of battlefield.

As a result of the decrease in the impact of hard power methods especially after the Cold War and the developments in mass communication technologies with globalization, countries develop their soft power resources and use public diplomacy to direct their foreign policies. Public diplomacy, which is an attempt to explicitly spread the right information by acting within the policy of realizing the national goals, country interests and objectives of a government, has become an important tool in correcting negative perceptions. Public diplomacy using soft power resources has now started to take place in the foreign policy of many countries. While tools such as television, cyber networks and social media have come to the fore as the main communication tools in public diplomacy, nation branding, image-prestige management, news management, information and promotional activities have also emerged as new methods.

In the last part of this study we focused on Turkish public diplomacy. Turkish public diplomacy has been studied in the context of transformation in foreign policy, methods and tools. Accordingly, in foreign policy making during the period of the AK Party, the

AK Party foreign public opinion in order to receive minimal resistance from the party that the foreign policy actions of the government and that was the above-mentioned areas to Turkey and to the national image with the utmost sympathy for the foreign policy and discourse due to the focus on international public opinion and discourse played a major role. In addition, during the AK Party, especially as part of Turkey's multi-dimensional foreign policy, public diplomacy as a separate area of foreign policy making it has been given great importance. Although Turkey's public diplomacy of soft power, hard power, even if again with after the COVID-19 late conversion soft power on the international plane, a plane on soft power is fast to so much of the change in the international system, it was replaced in some cases sharp power. In this context, states employ actors of public diplomacy and charge them to introduce the country in line with their foreign policy goals.

In this study, the development of the concept of public diplomacy will be explained and its importance in foreign policy and especially the concept of sharp power, which is a new public diplomacy method that shapes the international system after the COVID-19 epidemic, will be emphasized. In addition, the manner in which the concept of public diplomacy used in recent years in Turkey and the basic starting point will be scrutinized. Covidien also pre- and post-19 non-governmental organizations (NGOs) and companies that use diplomacy of Turkey's brand of public diplomacy will discuss how to use it and what topics can be performed.