



DEĞİŞEN DİPLOMASİ ANLAYIŞI, KAMU DİPLOMASİSİ VE TÜRKİYE

THE CHANGING CONCEPT OF DIPLOMACY,
PUBLIC DIPLOMACY AND TURKEY

HASAN KOCABIYIK*

ÖZ

Günümüzde, uluslararası ilişkilerde kamu diplomasisi en az geleneksel diplomasi kadar önem kazanmış ve ülkelerin uluslararası sistemdeki konumlarında etkili faktörlerden birisi haline almıştır. Diplomaside bir dönüşümü de beraberinde getiren bu durum, dış politikada yeni yaklaşımların gelişmesine zemin hazırlamıştır. Türkiye, bu alandaki gelişmelere biraz geç adapte olmakla beraber, son dönemde önemli mesafeler katetmiş durumdadır. Bu çalışmada, kamu diplomasisinin gelişimi ve dünyadan kamu diplomasisi çalışmalarına örnekler verilerek Türkiye'nin bu konuda hangi konumda olduğu, hangi araçlarla ne tür kamu diplomasisi faaliyetleri yürüttüğü, çeşitli kaynaklardan yararlanılarak aktarılmaya çalışılacaktır. Türkiye'nin bu alandaki tarihi tecrübesi incelenmesi gereken önemli bir konu olarak görülmektedir. Çalışmada öncelikle kamu diplomasisi kavramı üzerinde durularak, anlamı, boyutları, tarihsel gelişimi ve araçları incelenmiştir. İkinci olarak, kamu diplomasisi ile birlikte diplomaside yaşanan dönüşümün üzerinde durularak, Avrupa Ülkeleri, ABD ve Japonya örneklerine yer verilmektedir. Son olarak ise Türkiye'nin kamu diplomasisi imkânları, bu alanda hangi konumda olduğu ve hangi araçlarla ne tür kamu diplomasisi faaliyetleri gerçekleştirdiği aktarılmaya çalışılmıştır. Ayrıca, Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerinin verimliliği ve koordinasyonu bağlamında önerilere de yer verilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dış Politika, Uluslararası İlişkiler, Kamu Diplomasisi, Kültürel Diplomasi, Yumuşak Güç, İnce Güç, İstimâlet Siyaseti.

ABSTRACT

Today, public diplomacy in international relations is as important as the traditional diplomacy, and has become one of the crucial factors in countries' position in the international system. This situation, accompanied by a transformation in diplomacy, has prepared the ground for the development of new approaches in foreign policy. Turkey, although a little late to adapt to developments in this area, has already taken important steps in recent years. In this study, Turkey's position will be described by using various sources, public diplomacy tools and activities within the frame of the development of public diplomacy and giving examples of other countries' public diplomacy efforts around the world. Turkey's historical experience in this field is seen as an important issue that should be examined. In the article, first, the meaning, dimensions, historical development and tools of public diplomacy are described. Secondly, the emphasis on the transformation of diplomacy along with public diplomacy are discussed; the examples of European countries, the United States and Japan are given for deeper understanding. Finally, Turkey's public diplomacy opportunities, position in this area and the public diplomacy tools and activities were explained. Moreover, suggestions are given on the efficiency and coordination of public diplomacy activities of Turkey.

Keywords: Foreign Policy, International Relations, Public Diplomacy, Cultural Diplomacy, Soft Power.

* Yunus Emre Enstitüsü, Kültür Sanat ve Projeler Müdürü,
hasankocabiyyik@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8061-9895>

Makale Atf Bilgisi: KOCABIYIK, Hasan, (2019). Değişen Diplomasi Anlayışı, Kamu Diplomasisi ve Türkiye, *Avrasya Etüdleri*, 163-196.

Gönderim Tarihi: 10.04.2019 Kabul Tarihi: 15.05.2019

Giriş

Günümüzde devletlerin dış politikalarında klasik diplomasi yöntemleri kadar etkili olan bir diğer unsur kamu diplomasi olarak tanımlanan *gönüllere hitap edebilme* becerisidir. Ülkelerin diplomatik misyonlarının geliştirdiği ilişkiler, heyetler arası müzakereler, resmî açıklama ve diplomatik bildiriler gibi klasik diplomasi yöntemleri işlevselliğini korumakla beraber çoğunlukla buna eş zamanlı olarak, bazen de daha fazla öne çıkan bir şekilde kamu diplomasisi faaliyetleri, uluslararası ilişkilerde etkin bir unsur olarak kullanılmaktadır.

Faaliyet türü olarak düşünüldüğünde tarihte farklı kamu diplomasisi örneklerine rastlamak mümkündür. Bu bakımdan, kamu diplomasisinin karşılık geldiği anlam itibarıyla ilk defa ne zaman ve kim tarafından uygulandığı konusu tartışmaya açık bir konudur. Ancak kamu diplomasisinin kavram olarak ilk defa kullanılmasına baktığımızda Amerikan dış politikasında rastlamak mümkündür. Kamu diplomasisi ilk defa “yumuşak güç” veya “ince güç” olarak da tanımlanan “softpower” kavramıyla bilinirlik kazanmıştır. Bu kavram ilk kez Edmund Gullion tarafından “bilgi ve fikirlerin uluslararası akışı” tabiriyle 1965 yılında kullanılmıştır.¹ Bu kavramın daha iyi anlaşılmasını sağlayan Joseph Nye ise; “bir ülkenin dünya siyasetinde istediği sonuçlara ulaşabilmesi için, onun değerlerine hayran olan, örnek alan, refah seviyesine ve fırsatlarına özenen ülkelerin olması ve onu izlemesi” gerektiğini belirterek daha geniş bir tanım getirmiştir.²

Ticaretle başlayan küreselleşme ve iletişimin yaygınlaşmasıyla sınırlar ortadan kalkmış ve McLuhan’ın ifadesiyle dünya global bir köy haline gelmiştir.³ Yirmibirinci yüzyılın ikinci yarısında teknolojinin gelişmesine bağlı olarak iletişim ve haberleşme kanallarının yaygınlaşması ile kamu diplomasisi faaliyetleri de artmakta ve çeşitlenmektedir. Ulusal çıkarların savunulması noktasında muhatap ülkelerin hükümetlerini veya uluslararası kuruluşların yetkililerini ikna etmek bir neticeye ulaşılması için her zaman yeterli değildir. Devletler veya hükümetler yabancı kamuoyunu doğrudan bilgilendirmek ve olumlu yönde etkilemek durumundadırlar. Bu da diplomaside bir dönüşümü zorunlu kılmaktadır. Devletler artık sadece klasik diplomasi yöntemleriyle istedikleri sonuçları alamamaktadırlar. Uluslararası ilişkilerde geleneksel süreç kamu diplomasisi kavramı altında tanımlanan faaliyetlerle muhatap toplumları etkilemeyi ve deyim yerindeyse ‘gönül kazanmayı’

1 Gaye Aslı Sançar. *Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler*, Beta Yayınları, İstanbul, 2012, s. 79

2 Joseph Nye. *Yumuşak Güç*, Elips Kitap, Ankara, 2005, s. 14

3 Marshall McLuhan. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Massachusetts: MIT press. 1994, s. 93 (first published in 1964) içinde Tuğçe Öztürk. “Dış Politikadaki Etkin Unsurlar: Kamu Diplomasisi ve Türkiye’nin Kamu Diplomasisi Etkinliği”, 2009, s.1, <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/tugceersoyozturk.pdf>; erişim: 08.01.2018.

zorunlu kılmaktadır. Bu durum kamu diplomasisini dış politikanın vazgeçilmez unsuru haline getirmiştir.

Gelinen noktada kamu diplomasisi, gelişmiş devletlerin yabancı ülke toplumları nezdinde olumlu imaj oluşturmak için kullandıkları en aktif ve stratejik yöntem halini almıştır. Türkiye'nin içerisinde bulunduğu uluslararası ortam ve ulusal çıkarları bu yöntemi kullanmayı zorunlu kılmaktadır. Nitekim ülkemiz son dönemlerde bu alanı aktif bir şekilde kullanmaya başlamıştır. Türkiye'nin tarihinden aldığı tecrübesi ve bağları da bu alanda geniş imkânlar sunmakta ve Türkiye'yi avantajlı bir duruma getirmektedir.

Bu çalışmada kamu diplomasisi, genel olarak diplomaside dönüşüm bağlamında ele alındıktan sonra, farklı ülkelerin kamu diplomasisi uygulamaları ve Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetleri genel hatlarıyla aktarılmaya çalışılacaktır. Bu yönüyle okuyucuya kıyaslama imkânı sunulmaktadır. Çalışmanın dikkate getirmek istediği hususlardan bir tanesi diplomaside yaşanan dönüşümün bir sonucu olarak kamu diplomasisin kazandığı önem iken diğer önemli husus da Türkiye'nin bu alandaki tarihi tecrübesidir. Türkiye'nin kamu diplomasisi imkânları ve tecrübesi (yumuşak gücü) bu bağlam içerisinde ele alınırken bu alandaki güncel faaliyetleri de genel hatlarıyla aktarılmaya çalışılacaktır. Ayrıca, Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile yaşanan bürokratik dönüşümün, kamu diplomasisi alanına yansımaları ve ilgili kuruluşların faaliyetleri yeni idari yapılanma bağlamında daha güncel bir bakış açısı ile ele alınmaya çalışılmıştır. Bu minvalde, kamu diplomasisi faaliyetlerinin koordinasyonu ve verimliliği üzerine bazı öneriler de getirilmiştir.

1. Kamu Diplomasisi

1.1. Kamu Diplomasisinin Tanımı

Uluslararası ilişkilerde kamuoyu algısı her geçen gün önemini artırmakta, kamuoylarının ve gündemi etkileme kabiliyeti önemli bir faktör olarak dış politikayı etkilemektedir. Devletler politika geliştirirken hem iç hem de dış kamuoyunu dikkate almak zorundadırlar. Bu nedenledir ki geliştirilen politikaların muhataplar nezdinde kabul görebilmesi için hedef kitlenin gönüllerinin kazanılması, empati kurmalarının sağlanması ve netice itibarıyla olumlu bir imaj oluşturulması zaruridir. Bu zorunluluk, dış politikayı destekleyen bu faaliyetler bağlamında, bizi kamu diplomasisi kavramına götürmektedir.

Kamu diplomasisi kavramını ilk kez kullanan ve bu kavramı “bilgi ve fikirlerin uluslar ötesi akışı” olarak değerlendiren Edmund Gullion'a göre kamu diplomasisi, “dış politikaların düzenlenmesi ve yürütülmesi üzerindeki kamu tutumlarının

etkilenmesini ele almaktadır”.⁴ Genel anlamıyla kamu diplomasisi, “yabancı kamuoyu ile etkileşim halinde olmak” şeklinde tanımlanmaktadır. Efeğil’e göre buradaki amaç, “ilgili ülkenin vatandaşlarını etkileyerek, yabancı ülkenin davranışını ulusal çıkarları bağlamında değiştirmektir”. Bu nedenle, “diğer ülkelerin kamuoylarının eğitilmesi, bilgilendirilmesi ve sürece bir şekilde dâhil edilmesi” gerekmektedir.⁵ Burada kamu diplomasisi stratejik bir iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kamu diplomasisine dair birçok tanıma rastlamak mümkündür. Mark’a göre kamu diplomasisinin ana amacı, köklü ilişkiler inşa etmektir. “Diğer ülkelerin ihtiyaçlarını, kültürlerini, insanlarını anlamak; bakış açılarını paylaşmak, yanlış algılamaları düzeltmek, ortak paydalar bulmak kamu diplomasisinin başlıca hedefidir. Kamu diplomasisi, bir ülkenin imajının ve bilinirliğinin, bireysel etkileşim için uygun ortam yaratabilecek bir güç olduğu varsayımına dayalıdır.”⁶

Hans Tuch’a göre kamu diplomasisi bir iletişim sürecidir. Kamu diplomasisi “medyanın uluslararası ilişkilerdeki rolünü, hükümetlerin kamuoyuna dayanarak kendini geliştirmesini, bir ülkenin özel kuruluşlarının diğer ülkelerin kuruluşlarıyla hükümet dışı etkileşimde bulunmasını ve tüm bu uluslararası sürecin, politika geliştirme ve dış ilişkilerin yönlendirilmesi üzerindeki etkisini kapsamaktadır...”⁷ Manheim ise kamu diplomasisini “algılamaları yönetebilme ve yabancı kamu sektörlerini hedefleriniz doğrultusunda yönlendirebilme sanatıdır” şeklinde tanımlamaktadır.⁸

Josef Nye, otoriter devletlerin yerlerini demokrasilere bıraktığı bugünlerde, her ne kadar yabancı liderler ile dost olunsada, halkın ve meclisin nezdinde olumsuz bir izlenim bırakıldığı anda, liderlerin etkinliğinin kısıtlanabileceğini belirtmektedir. Buna göre, böyle durumlarda kamuoyunda hedeflenen diplomasi, yani kamu diplomasisi, sonuçlar açısından liderler veya devletlerin ilgili resmi birimleri arasındaki geleneksel diplomatik iletişimlerden daha önemli hale gelebilmektedir.⁹

Kamu diplomasisin kavram olarak tanımlanması ve uluslararası ilişkiler bağlamında sıkça kullanılır hale gelmesini sağlayan en önemli kişilerden olan Joseph Nye, bu kavramı yumuşak gücün bir kullanım alanı olarak tasvir etmektedir.

4 Sancar, *Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler*, s. 79

5 Ertan Efeğil. “Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi”, Kamu Diplomasisi Enstitüsü, <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler/makaleler/94-tuerk-di-politkasi-ve-kamu-dplomass>; erişim: 21.01.2018.

6 Leonard Mark. *Public Diplomacy*, Foreign Policy Center, Londra, 2002, s. 8-9.

7 Hans N. Tuch. *Communicating With the World: U.S. Public Diplomacy Overseas*, St. Martin's Press, New York, 1990, s. 9.

8 Jarol Manheim. “Talking Points for Meeting with Staff of Senate Foreign Relations Committee”, 2001. İçinde: Christopher, Ross. *Public Diplomacy Comes of Age*, The Washington Quarterly, printemps, 2002, s. 75.

9 Joseph Nye. *Yumuşak Güç*, s. 106

Buradan hareketle diplomasideki dönüşüm bağlamında yumuşak güç üzerinde kısaca durmakta yarar görülmektedir.

1.2. Diplomasi Anlayışının Değişimi ve “Yumuşak Güç”

Diplomasi denildiğinde ilk akla gelen devletlerarası ilişkilerin ilgili resmi kurumlar/makamlar aracılığı ile idare edilmesidir. Terim olarak diplomasi “bağımsız devletlerin, yani uluslararası sistemin temel birimlerinin, birbirleriyle olan ilişkileri ve kullanılan metotların tümü” şeklinde tanımlanmaktadır.¹⁰ Arı, diplomasiyi en geniş anlamıyla uluslararası ilişkiler olarak; en dar anlamıyla ise dışişleri bakanlıkları ve onlara bağlı diplomatik temsilcilikler aracılığı ile yürütülen ilişkiler olarak tanımlamaktadır.¹¹

Diplomasi genel olarak karışdakini kendi fikirlerimize veya tekliflerimize ikna etmek amacı gütmektedir. İkinci dünya savaşından önce diplomasi sadece uluslararası sistemin aktörleri olan devletleri hedef almaktadır. İkinci dünya savaşı sonrasında ise uluslararası örgütler ve sivil toplum kuruluşlarının milletler arası aktörler olarak devreye girmesiyle diplomasi konsepti de değişmeye başlamıştır. Diğer yandan, teknolojinin de gelişmesiyle elde edilen imkân ve fırsatlar bir yenilik olarak diplomasi alanında da kullanılmaya başlanmıştır. Bu yenilikler halkların da diplomasinin konusu olmasını hızlandırmıştır.¹²

Bazı düşünürler 19. yüzyılın parlamentolar, 20. yüzyılın kitleler, 21. yüzyılın ise kamuoyları yüzyılı olduğunu iddia etmektedirler. İki devlet başkanı görüşmeden evvel oluşan kamuoyu algıları zaten toplantı gündeminin, liderlerin hareket alanının yüzde 90'ını etkileyebilmekte, dolayısıyla küresel kamuoyu siyasi gündemi de belirleyebilmektedir.¹³

İnsanların zihinlerinin kazanılmasını sağlayan dış politika araçları arasında öne çıkan diplomasi, alanını her geçen gün genişletmekte ve bir iletişim süreci olarak farklı kitlelere hitap etmektedir. Morgenthau'ya göre amaçlarına ulaşabilmesi için elindeki “gücü” kullanması, diplomasinin kendi çıkarı gereğidir.¹⁴

Dönenim ABD Başkanı Reagan, Eylül 1987'de danışma komisyonun düzenlediği bir toplantıda kamu diplomasisine atıfta bulunarak şu açıklamayı yapmıştır:

10 Jim Riggins. “A Strategic Assessment of Public Diplomacy”, USAF, 1998, s. 4. İçinde Akçadağ, Emine. “Dünya’da ve Türkiye’de Kamu Diplomasisi”, TASAM Kamu Diplomasisi Enstitüsü, 2010. s. 2, <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler>; erişim: 30.12.2017.

11 Tayyar Arı. *Uluslararası İlişkiler ve Dış Politika*, 4. Baskı, Alfa Yayınevi, 2001, s. 268

12 Emine Akçadağ. “Dünya’da ve Türkiye’de Kamu Diplomasisi”, 2010. s. 2-3, <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler>; erişim: 30.12.2017.

13 Mert Gökırmak. *Küreselleşen Dünyada Diplomasi: Kamu Diplomasisi*, Tasam, 2012. <http://www.kamudiplomasisi.org/ana-sayfa/44-makaleler/124-kuereselleen-duenyada-diplomasi-kamu-diplomasisi-.pdf> (erişim 03.01.2019)

14 Hans Morgenthau. *Uluslararası Politika, Güç ve Barış Mücadelesi*. Cilt 2 (Çeviri Baskın Oran ve Ünsal Oksay) Ankara, Sevinç Matbaası, 1970, s. 434

“Bu bilgi çağında, kitle iletişimi ve mikroçip çağında, telekomünikasyon uyduları ve yeraltındaki fiber optik kablolar ile bu yeni çağda tek başına geleneksel diplomasi yeterli değildir. Birleşik Devletler, toplayabildiğimiz tüm beceri ve kaynaklar ile kamu diplomasisine eğilerek, sadece yabancı hükümetlere değil, onların halklarına da hitap edebilmelidir. İnanıyorum ki ülkemizin kamu diplomasisi büyük bir güç; dünya tarihine şekil verebilecek olan, elimizdeki en büyük bir güçtür...”¹⁵ Reagan’ın bu açıklamasında da görüleceği üzere, değişen diplomasi anlayışı, beraberinde güç algısının da yeniden yorumlanmasını getirmiş ve “yumuşak güç” veya “ince güç” olarak dilimizde karşılık bulan “softpower” kavramıyla bizleri tanıştırmıştır.

Bu kavram ilk defa Josef Nye’in 1990 yılında yayımlanan *Bound to Lead* kitabı ile literatüre girmiştir. Daha sonra 2004 yılında yayımlanan *SoftPower* kitabı ile Josef Nye bu kavramı bir uluslararası ilişkiler unsuru olarak kapsamlı bir şekilde ele almıştır. Nye’a göre yumuşak güç “bir ülkenin dünya siyasetinde istediği sonuçlara, onun değerlerine hayran olan, onu örnek alan, refah seviyesine ve fırsatlarına özenen ülkelerin kendisini izlemesiyle ulaşmasıdır”.¹⁶ Uluslararası ilişkilerde sadece askeri güç tehdidini veya ekonomik yaptırımları kullanarak muhatapları değişime zorlamak yerine, muhatapları cezbedek gündem oluşturmak ve onları kendine çekme de önemlidir. Bu bağlamda Nye’a göre yumuşak güç “diğerlerinin senin istediğini istemesini sağlamak”, yani “zorlamak yerine kendine çekmektir”.¹⁷ Yumuşak güç olgusu ile tanımlanan kamu diplomasisi faaliyetleri, karşılıklı empati ve anlayışın sağlanmasını da içerdiğinden bir nevi muhataplar ile işbirliği sonucu da doğurmaktadır.

Soğuk savaş dönemi sonuna kadar askeri güç ve yetenekler, en etkin güç tanımlaması olarak karşımıza çıkarken, soğuk savaş sonrası süreçte küreselleşmenin de etkisiyle dünya çok kutuplu güç sistemine geçmeye başlamış ve günümüz bilgi çağında, kamuoyunu yönlendirebilme, ikna ve pazarlık yeteneği etkin güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde klasik orduların ve ekonomik imkânların sağladığı sert/kaba yaptırım gücünün önemi azalmıştır.¹⁸ Bu minvalde Joseph Nye yumuşak gücü, “*söz konusu devletin, kendi ulusal çıkarlarını, liderlik ettiği ülkelerin ulusal çıkarlarıyla örtüşecek bir biçimde sunabilme ve diğerlerini de hoşnut edecek bir biçimde izleyebilme kapasitesi*” şeklinde tanımlamaktadır.¹⁹

15 Remarks at the 40th Anniversary Conference of the United States Advisory Commission on Public Diplomacy, 16 september 1987 Bkz. www.reagan.utexas.edu/archives/speeches/1987/091687a.htm; erişim:21.01.2018.

16 Joseph Nye. *Yumuşak Güç*, s. 14

17 Age, s. 15.

18 Bekir Aydoğan ve Hakan Aydın. “Güç Kavramı, Kamu Diplomasisi ve Güvenlik”, Ekopolitik, Rapor No: 11-02, Haziran 2011, s. 13.

19 Joseph Nye. *Yumuşak Güç*, s. 14.

Kaba gücün (hardpower) aksine yumuşak/ince gücün (softpower) kullanımında birçok unsur karşımıza çıkmaktadır. Kalın'a göre bu unsurlar, askeri ve ekonomik göstergelerin ötesinde farklı nüfuz ve çekim alanlarını ifade ederler. *"İnce gücü pek çok unsur besler: Kültür, eğitim, sanat, yazılı ve görsel medya, film, şiir, edebiyat, mimari, yükseköğretim (üniversiteler, araştırma merkezleri, vb.), sivil toplum kuruluşları, bilim ve teknoloji altyapısı ve inovasyon kapasitesi, turizm, ekonomik işbirliği platformları ve diplomasi. Bu unsurların bileşkesinden ortaya çıkan ince güç, bir ülkenin sosyal sermayesinin derinliğini de ortaya koyar"*²⁰

Kamu diplomasisinin araçları olarak da tanımlayabileceğimiz bu unsurları bir araya getirebilen ve bir iletişim stratejisi çerçevesinde sunabilen ülkeler, dikkatleri üzerine çekmektedirler. "Yumuşak güç" kavramı içerisinde tanımlanan bu çekim alanları, diplomaside yol ve yöntemleri çeşitlendirmekte ve ülkelere, muhataplarını ikna etmek noktasında, geleneksel diplomasisin dışında hareket alanları açmaktadır.

1.3. Kamu Diplomasisinin Gelişimi

Kamu Diplomasisinin kavram olarak şekillenmesi yakın dönemlere tekabül etse de, batı merkezli kamu diplomasisinin izlerine 19. Yüzyılda rastlamak mümkündür. Joseph Nye, Fransa'nın Prusya Savaşında aldığı yenilgiden sonra sarsılan imajını düzeltmek için 1883 yılında Alliance Française'i kurarak, bu kurum vasıtasıyla yurtdışında dil ve kültür faaliyetleriyle Fransız diplomasisinin oluşumuna zemin hazırladığını belirtmektedir.²¹

Birinci Dünya Savaşı sırasında birçok ülke farklı ülkelerde açtıkları ofisler ile yerel halk tabanında etkinlik kurmaya çalışmışlardır. Özellikle Almanya, İtalya ve Amerika gibi ülkelerin kendi amaçlarının propagandasını yapmak üzere bu alanda faaliyetler başlattıkları rivayet edilmektedir. 1917 yılında Amerikan Başkanı Woodrow Wilson "Committee on Public Information - CPI" adlı bir kurum oluşturarak, başına gazeteci George Creel'i getirmiştir. Kuruluşundan sonra Creel Komitesi adıyla anılan organizasyonun amacı Amerika'nın savaşta amaçlarını dünya çapında bilinir hale getirmektir.²²

1920'de radyonun bulunmuş olmasıyla devletlerin yabancı dilde yaptıkları yayınlarda -özellikle komünizm ve faşizm gibi ideolojilerin yaygınlık

20 İbrahim, Kalın (ed.). *2000'li Yıllar: Türkiye'de Dış Politika*, Meydan Yayıncılık, İstanbul, 2011, s. 163.

21 Joseph Nye. *Public Diplomacy and Soft Power*, The Annals of American Academy of Political and Social Science, Vol. 616, No. 94, 2008, s. 101. İçinde Bekir Aydoğan ve Hakan Aydın. *Age*, s. 51.

22 Tuğçe Öztürk. "Dış Politikadaki Etkin Unsur: Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Etkinliği", 2009, s. 4-5. <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/tugceersoyozturk.pdf>; erişim: 08.01.2018.

göstermesiyle - yabancı kamuoyuna ulaşmak ve etkinlik kurmak için farklı yöntemleri kullanmışlardır.²³

Soğuk Savaş döneminde ise kamu diplomasisinin önemi daha da artmıştır. Bu dönemde yürütülen düşünce savaşları, kitleleri kendi düşüncelerine ikna etme zaruretini beraberinde getirmiştir. Faşizm ile komünizmin, liberal demokrasi ile marksizmin savaşı bu dönemde cereyan etmiştir.²⁴ Zira Thomas Bailey'e göre, düşünceler dayanıklıdır, silahlarla veya bombalarla yok edilemez. Uluslararası sınırları ve okyanusları aşan düşüncelerle başa çıkmak, daha iyi düşünceler üretmeyi gerektirir.²⁵

İletişim teknolojilerinin gelişmesi, televizyon ve sinemanın da sunduğu imkânlarla kamu diplomasisi farklı bir boyut kazanmaya başlamıştır. Zira Joseph Nye'e göre soğuk savaş döneminde Amerikan müziği, Amerikan sineması ve Amerikan markaları ile iletilen kültür demir perdeyi aşmayı başarmıştır. "Televizyon ve sinema, berlin duvarını, 1989 yılından çok daha önce delip geçmişti. Duvarı yıkmadan önce ihlal eden batının popüler kültürüne ait imgelerin uzun yıllar boyunca iletilmesinde, çekiçler ve buldozerler hiçbir işe yaramazdı".²⁶

İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde kamu diplomasisi sadece komünizm ve marksizmle mücadele kapsamında kullanılmamıştır. Batılı devletlerce çeşitli ülkelerle kültürel ilişkiler geliştirmek adına eğitim ve kültür alanında birçok kamu diplomasisi faaliyeti yürütülmüştür. Bu kapsamda Fransızların Allince Française, İngilizlerin British Council, Almanların Göthe Enstitü gibi kuruluşları muhatap ülkelerde dil ve kültür faaliyetleri yapmak üzere kurulmuşlardır.

Uluslararası akademik hareketliliği teşvik eden burs programları gibi uygulamalar da yine aynı dönemlerde başlamıştır. Bu değişim programları, üniversiteler arası işbirliği aracılığı ile yapılmaya çalışılmıştır. Günümüzde de halen aktif olan ve Amerika'da eğitim olanakları sunan Fullbright Programı bu çabaların bir ürünüdür. 1946'da Arkansas Senatörü olan William Fullbright adına oluşturulan bu programın amacı "totaliter" ülkelerdeki gençleri, uzmanları, sendikacıları, sanatçıları değişim programları yoluyla "özgürlük ve demokrasi ile tanıştırmak" olarak tanımlanmaktadır.²⁷

Soğuk savaşın sona ermesiyle, kamu diplomasisi faaliyetleri ivme kaybetmiş, kültürel değişim programları, hükümetlerin yurtdışında yapmış olduğu imaj

23 İbrahim Hasanoğlu. "Propaganda, Lobcilik ve Kamu Diplomasisi", Akademik Perspektif Enstitüsü, 2014, <http://akademikperspektif.com/2014/04/27/propaganda-lobcilik-ve-kamu-diplomasisi>; erişim: 09.01.2018

24 Emine Akçadağ. Age, s. 4

25 Thomas A. Bailey. *The Art of Diplomacy: The American Experience*, New York, Appleton-Century-Crofts, 1968, s. 71
İçinde Akçadağ, Emine. Age, s. 5

26 Joseph Nye. *Yumuşak Güç*, s. 54

27 Tuğçe Öztürk. Age, s. 5

oluşturma çalışmaları gibi faaliyetler asgari düzeye indirilmiştir. Ancak 11 Eylül olayları batı toplumunda güvenlik kaygısını yeniden diriltmiş ve yumuşak gücün öneminin bir kez daha kavranmasına sebep olmuştur. Özellikle Amerika, Orta Doğu'da yaşanan işgalleri nedeniyle; İsrail ise Filistin de gerçekleştirmiş olduğu hukuk dışı işgaller ve sivillere yönelik saldırıları nedeniyle yıpranan imajlarını telafi edebileceğine inandıkları kamu diplomasisi faaliyetlerine ağırlık vermişlerdir.²⁸

Diğer yandan 20. yüzyılın sonlarına doğru çok kutuplu hale gelen dünya sisteminde ekonomik olarak yükselişe geçen ülkeler marka değerlerini yükseltmek amacıyla kamu diplomasisi faaliyetlerine ağırlık vermişlerdir. Buna, hızla yayılan Sejong Enstitüleri ile Çin, Kore Vakfı ile Güney Kore gibi ülkeler örnek verilebilir.

Fransız Sosyolog Dominique Wolton Nisan 2003'te L'Express dergisine verdiği röportajda küreselleşmenin üç etapta gerçekleştiğini belirtmiştir. "...Birincisi, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Birleşmiş Milletlerin kuruluşu ile uluslararası düzenin temellerinin atılması; ikincisi, sınırların açılması ve serbest piyasa ile gerçekleştirilen uluslararası ekonomik alan; şu anda içinde olduğumuz üçüncüsü ise enformasyon ve kültür çağıdır" diyerek kamu diplomasisinin artan önemine işaret etmiştir.²⁹

Günümüzde her geçen gün gelişen enformasyon ağı sayesinde her bilgi herkes için ulaşılabilir durumdadır. Bu da ülkelerin dış politika bağlamında kendi imajlarıyla ilgili süreçleri doğrudan yönetmelerine imkân tanımaktadır.

1.3.1. Kamu Diplomasisinin Gelişimi ve Türkiye

Bu bölümde, kamu diplomasisinin gelişimi bağlamında, Türkiye'nin kamu diplomasisine de bir parantez açmakta fayda görülmektedir. Kamu diplomasisi kavramı batılı kaynaklarca literatürümüze girmiş olduğundan, kavramın tarihsel gelişimi de yine batılı örnekler üzerinden aktarılmaktadır. Bu minvalde Osmanlı dönemi de dâhil ülkemiz ve doğusunun bu manadaki örneklerine kaynaklarda pek rastlanılmamaktadır. Oysa 1857 yılında kurulan Matbuat Müdürlüğü³⁰ o dönem hem iç hem dış kamuoyunun nabzını tutmak üzere kurulmuş resmi bir kamu diplomasisi kurumu olarak nitelendirilebilir. Bu kurum 1920'de Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti, 1984 yılında ise Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü adını almıştır. 2018 yılında Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçilmesi ile bu kurumun faaliyetleri yeni kurulan Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığına devredilmiştir. Benzeri amaçla faaliyet yapmak üzere 1953 yılında Başkan Eisenhower tarafından kurulan ve Soğuk Savaş'ın bitimine kadar Amerikan kamu

28 Age, s. 6

29 Dominique Wolton, Le monden'est pas un village, L'Express, 24.04.2003, s. 69, içinde Akçadağ, Emine. Age, s. 4

30 <http://byegm.gov.tr/turkce/hakkinda>; erişim: 23.01.2018

diplomasininin merkez kuruluşu haline gelen USIA (United States Information Agency-Birleşik Devletler Enformasyon Ajansı), Osmanlı Devleti Matbuat Müdürlüğünün kuruluşundan yarım asır daha sonradır.

Türkiye'nin bu alandaki tecrübesinin daha eskilere dayandığını rahatlıkla ifade edebiliriz. Bu manada, Osmanlı Devletinin fetih öncesi ve sonrası yabancı toplumlara karşı uyguladığı "İstimalet Siyaseti" adıyla bilinen ısındırma politikaları, sosyal yardımlardan eğitim faaliyetlerine birçok alanda gerçekleştirilmiş olan vakıf çalışmaları gibi günümüzde insani diplomasi faaliyeti olarak kabul edilebilecek çalışmalar, Osmanlı döneminde aktif bir şekilde uygulanmıştır. Türkiye'nin kamu diplomasisi tecrübesi olarak da niteleyebileceğimiz bu çalışmalara Cumhuriyet öncesi dönemden farklı örnekler getirmek mümkündür. Konunun bu boyutu ayrı bir araştırma konusu olup bu çalışmada daha çok Cumhuriyet dönemi kamu diplomasisi çalışmaları ele alınmaktadır.

Türkiye'nin kamu diplomasisi alanındaki çalışmaları soğuk savaş sonrası dönem itibariye ivme kazanmıştır. 90'lı yıllardan itibaren, özellikle insani yardım faaliyetleri ve eğitim alanında yurtdışında gerçekleştirilen sivil toplum çalışmaları ve Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı - TİKA gibi resmi kurumları aracılığıyla Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetleri ivme kazanmıştır. 2000'li yıllardan sonra dış politikasını gözden geçirerek bölgesinde ve dünyada daha aktif bir uluslararası ilişkiler yöntemini benimseyen Türkiye, bu alanda adeta atılım yapan ülkelerdendir. Ak Parti hükümetleri bu konuyu daha öncelikli bir şekilde ele alarak belli bir strateji ve program çerçevesinde uygulamaya başlamışlardır. Bu kapsamda, TİKA'nın misyonunda değişikliğe gidilmesi, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Yunus Emre Vakfı, Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, Maarif Vakfı gibi kurumların ihdas edilmesi, Anadolu Ajansının çok dilli yayın hayatına geçmesi, TRT'nin uluslararası yayınlara önem vermesi ve bu amaçla yeni kanallar açması gibi çalışmalar Türkiye'yi kamu diplomasisi alanında daha iddialı ve etkin hale getirmiştir.

Son olarak Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile doğrudan Cumhurbaşkanlığına bağlı bir İletişim Başkanlığının ihdas edilmesi ve medya kurum ve kuruluşlarının bu Başkanlıkla ilişkili hale getirilmesi; ayrıca kültür diplomasisi kurumlarının birbiriyle daha yakın koordinasyon içerisinde çalışmalarına imkân tanıyacak şekilde Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde toplanması, bu konuya verilen önemi bir kez daha göstermektedir.

1.4. Kamu Diplomasininin Boyutları

Kamu diplomasininin amaçları, faaliyet alanları, aktörleri ve boyutlarına yönelik birçok tartışma yürütülmektedir. Kamu diplomasininin tanımları kısmında

da yer verildiği gibi, kamu diplomasisi ile kitleleri etkileyerek hükümetlerin davranışlarında doğrudan değişiklik hedeflediği görülmektedir. Köksoy, bu tanımlarda zamanla kamuya doğru yönelen bir tasnif yapıldığı tespitini paylaşmakta ve Hans Tuch'ın “ulusların ideallerine, düşüncelerine, değerlerine, kültürlerine, kurumlarına, amaçlarına ve politikalarına karşı anlayış oluşturma” tanımına atıfla iki yönlü diyalogun artırılması, çatışmaların çözümü ve toplam iletişimin yönetilmesi gibi amaçların benimsendiği vurgulamaktadır.³¹

Joseph Nye, *Public Diplomasi and Soft Power* kitabında kamu diplomasisini üç boyutta ele alır. Buna göre;

- Birinci boyutu, yerel ve dış politikaların aktarılmasını içeren “günlük iletişimler”,
- İkinci boyutu, siyasi bir kampanyada veya bir reklam kampanyasında olduğu gibi, bir dizi basit temanın geliştirildiği “stratejik iletişimler” ve
- Üçüncü boyutu ise, “değişim programları, staj, seminerler, konferanslar, kültürel faaliyetler ve medya kanallarına ulaşım yoluyla yıllar içerisinde önemli kişilerle uzun süreli ilişkiler geliştirmek” olarak tanımlamaktadır.³²

Nye'a göre kamu diplomasisinin ilk boyutu, günlük iletişimdir. Bu boyut medyaya açık olmak anlamını taşımaktadır. Ülkeler hikâyelerinin “kendi taraflarından” görünümünü medya aracılığı ile günlük olarak muhataplarına sunarlar. Kamu diplomasisinin bu boyutunda hükümetlerin almış oldukları kararları düzenli bir şekilde yerel ve yabancı medya unsurlarıyla paylaşmaları ve gerektiğinde anlık düzeltmeler de yapabilecekleri dinamik bir iletişim süreci yönetmeleri önemlidir.³³

Kamu diplomasisinin ikinci boyutu stratejik iletişimdir. Öztürk'ün Tiedeman'dan aktardığına göre, stratejik iletişimde önemli olan tutarlılığı sağlamaktır. Bunun için ise stratejik mesajın ya da iletilmesi amaçlanan temanın, medyanın tüm unsurları tarafından yayılması gerekmektedir. Stratejik mesajlar genelde seri halinde devam eden olaylar ve mesajlar aracılığı ile güçlendirilir ve yayılır. Dolayısıyla, mesajın sürekli ve tutarlı olması en kritik noktalardan birisidir.³⁴

Stratejik iletişimde etken ülkenin imajının birbirini takip eden çalışmalarla daha uzun süreli parlatılması söz konusudur. Edilgen ülke veya ülkeler üzerinde radyo yayınları yapmak, televizyon yayınları yapmak, diziler, reklamlarda verilen

31 Ergün Köksoy. Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler İlişkisi: Kuramsal Bir Değerlendirme. Marmara İletişim Dergisi, Yıl 2014, Sayı 22, s. 211-231.

32 Joseph Nye. *Yumuşak Güç*, s. 108-109.

33 Haluk Karadağ. *Bir Dış Politika Tekniği Olarak Kamu Diplomasisi: Karar Verem Sürecine Etkisi*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, Doktora Tezi, 2012. S. 56-57.

34 Tuğçe Öztürk. Age, s. 7.

örtülü mesajlar bu alanda etkili yöntemlerdendir.³⁵ Amerikanın Sesi Radyosu, CNN ve BBC'nin bölgesel yayınları, TRT Avaz, TRT Arap, TRT World gibi radyo ve televizyon kuruluşları bunlara örnek olarak verilebilir. Küçük Ev, Dallas, Charlie'nin Melekleri, Uzay Yolu gibi ABD menşeli diziler; Ihlamurlar Altında, Gümüş, Aşk-ı Memnu, Kurtlar Vadisi, Diriliş Ertuğrul, Payitaht Abdülhamit gibi Türk dizileri de farklı ülkelerde etkili olmuş örnekler olarak sayılabilir.

Yine ekonomisi güçlü ülkelerin vermiş olduğu marka reklamları da kamu diplomasisinde orta vadede imaj oluşturan unsurlardandır. Örneğin "Alman Teknolojisi", "Üstün Japon Teknolojisi" gibi marka sloganları bunlardan bazılarıdır.

Kamu diplomasiinin üçüncü boyutu ise, kavramın en önemli unsurlarından birini oluşturan uzun süreli ilişkilerin geliştirilmesidir. Nye'a göre bu ilişkiler anahtar rollerdeki aktörlerle uzun yıllar içerisinde burslar, değişim programları, eğitimler, seminerler, konferanslar ve medya aracılığı ile kurulur ve geliştirilir.³⁶ II. Dünya savaşından sonraki yıllarda yaklaşık 700.000 kişi Amerika'nın kültürel ve akademik değişim programlarına katılmış ve Helmut Schmidt, Margaret Techer, Enver Sedat gibi önemli isimler bu programlardan mezun olmuştur.³⁷ Amerika'nın Fulbright bursu örneğinde olduğu gibi batılı ülkeler bu tür programların başını çekmekle birlikte, diğer ülkeler de farklı ülke toplumlarıyla ilişkilerini geliştirmek adına bu yönetime başvurmaya başlamışlardır. Japonya, her yıl kırk ülkeden 6 bin yabancı genci bir araya getirerek kendi dillerini Japon okullarında öğretmelerine imkân veren bir değişim programı hazırlamış; bir dernek kurmak suretiyle de Japonya'ya gelenler ve gelenlerden eğitim alanlar arasındaki bağı ve arkadaşlığı korumaya çalışmıştır.³⁸

Türkiye açısından baktığımızda, Büyük Öğrenci Projesi adıyla başlayan ve bugün Türkiye Bursları markasıyla uygulanan burs programlarına dâhil olan yabancı öğrenciler ile yurtdışında kurulmuş olan TİKA Proje Koordinasyon Ofisleri, Yunus Emre Türk Kültür Merkezleri ve Maarif Okulları vasıtasıyla ulaşılan insanlar bu kategoride değerlendirilebilir.

1.5. Kamu Diplomasiinin Aktörleri

Kamu diplomasisi ilk ortaya çıktığında kaynağı hükümet olan bir iletişim sürecidir. Gelişen iletişim teknolojileri ve küreselleşmeyle birlikte hedef kitlenin daha ulaşılabilir olması, çok uluslu şirketler, sivil toplum kuruluşları gibi diğer aktörlerin devreye girmesiyle, araçlar çeşitlenmiş ve kamu diplomasisinde kaynak

35 Haluk Karadağ. Age, s. 57.

36 Joseph Nye. "Public Diplomacy and Soft Power", s. 102. İçinde Öztürk Tuğçe. Age, s. 7.

37 Mert Gökırmak. Age, s. 6

38 Tuğçe Öztürk. Age, s. 7.

artık sadece devlet olmaktan çıkmıştır. Günümüz dünyasında kamu diplomasisi faaliyetleri devletin ilgili kurumları dışında başka aktörler tarafından da gerçekleştirilmekte, bu aktörler bazen hükümetlerin çalışmalarına dâhil olurken bazen devletten tamamen bağımsız olarak kendi çalışmalarını yürütebilmektedirler.³⁹

Kamu diplomasisi aktörleri değerlendirildiğinde resmi, gayr-ı resmi farklı uygulamalara dayalı olarak farklı yaklaşımlar karşımıza çıkabilmektedir. Ancak tüm farklı yaklaşımların ortak noktalarına bakıldığında sonuçlar benzer aktörlere işaret etmektedir. Bu bağlamda, sıkça faaliyetlerine rastladığımız kamu diplomasisi örnekleri sıralandığında devletlerin büyükelçiliklerine bağlı hareket eden resmi kurumları yanında en başta sivil toplum örgütleri kamu diplomasisinin aktörleri arasında sayılmalıdır. Daha sonra üniversiteler ve okullar, kanaat önderleri, medya ve haber ajansları, kültür ve sanat insanları ve kurumları, küresel işletmeler ve özel sektör kuruluşları, lobi grupları ve çok uluslu devlet üstü kuruluşlar kamu diplomasisinin başlıca aktörleri kabul edilmektedir.⁴⁰

Medya iletişim faaliyetlerinden, uluslararası ticaret ve kültür tanıtımına kadar farklı kategorilerde tüm bu aktörler vasıtasıyla gerçekleşen faaliyetler toplamda ülke markası ve ülke imajına katkı sağlayan unsurlar olması bakımından kamu diplomasisi çatısı altında değerlendirilmektedir.

1.6. Kamu Diplomasisinin Uygulama Araçları/Enstrümanları

Josef Nye, bir ülkenin yumuşak gücünün bağlı olduğu hususları şöyle ifade eder: “Bir ülkenin yumuşak gücü; başkalarına çekici geldiği ölçüde kültürüne, yurt içi ve yurt dışında onlara göre yaşandığında siyasi değerlerine, meşru ve ahlaki temellere dayandığı müddetçe dış politikalarına” bağlı olduğunu ifade etmektedir.⁴¹

Kamu diplomasisi, ana amacı olan toplumları etkileme işlevini kullanmakta olduğu siyasal iletişim araçları ile sağlamaktadır. Siyasal iletişim olarak ifade edebileceğimiz kavramı Karadağ’ın yaklaşımıyla; “siyasi aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmaları” olarak tanımlayabiliriz.⁴²

Siyasal iletişim sürecinin öğelerine gelince beş husus önem arz etmektedir: Mesajı verici, alıcı (hedef kitle), kullanılan vasıta, mesaj/ileti ve geribildirim.

39 Abdülkadir Özkan, 21. Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi İmkânları, Rapor no:70, Tasam Yayınları, 2015, s.8.

40 Age, s.8.

41 Joseph Nye. *Yumuşak Güç*, s. 20.

42 Haluk Karadağ. Age, s. 61.

Siyasal iletişimin tam olarak meydana gelebilmesi için bu beş ögenin etkili olarak kullanılması gerekmektedir.⁴³ Burada en önemli husus, kamu diplomasisinde kullanılacak araçların seçimidir. Kamu diplomasisi uygulamalarında kullanılacak vasıtalar genel hatlarıyla altı başlık altında toplanabilir.⁴⁴ Bu altı başlığı aşağıdaki gibi gruplandırmak mümkündür:

1.6.1. Kültürel Araçlar

Kültür, yaşam tarzını ifade eden, çocuk yaştan itibaren eğitim ve örneklem yoluyla öğrenilen ve manevi değerlerini de içinde barındıran bu yönleriyle toplumların nüvesini teşkil eden bir oluşumdur. Bir toplum üzerinde iz bırakılmak isteniyorsa işe önce kültürünü öğrenerek başlamak gerekmektedir. Kamu diplomasisinin uygulama vasıtalarından en önemli başlığını oluşturan kültürel araçlar; yazılı ve görsel basın, filmler ve sinemalar, radyo yayınları, popüler kültür araçları, müzik, yabancı dil eğitimi gibi konuları kapsamaktadır.

1.6.2. Eğitimle İlgili Araçlar

Kamu diplomasisinin kültürel araçları ile bağlantılı diğer önemli bir başlığı da eğitim faaliyetleridir. Eğitim faaliyetleri kapsamında öğrenci ve akademisyen değişim programları, devletlerin veya özel kuruluşların verdikleri burslar, uluslararası yayın, konferans ve seminerler, mesleki kurslar ve eğitim programları, sanat kursları ve diğer eğitim kuruluşları sayılabilir.

1.6.3. Ekonomik ve Sosyal Araçlar

Ekonomik ve sosyal araçlar denildiğinde, doğal afetlerde yapılan maddi ve manevi yardımlar, doğrudan yapılan maddi yardımlar, insani yardım faaliyetleri, sivil toplum kuruluşlarının ve siyasi partilerin sosyal sorumluluk çalışmaları, çeşitli spor branşlarında yapılan sosyal etkinlikler, sağlık alanında yapılan yardımlar gibi hususlar akla gelmektedir.

1.6.4. Teknolojik Araçlar

Günümüz enformasyon çağında teknoloji, kamu diplomasisi alanında hemen her branşta yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Özellikle yazılım alanında kaydedilen gelişmeler teknolojiyi özgün bir kamu diplomasisi aracı kılmaktadır. Sosyal medya hesapları, kısa mesaj servisleri gibi pek çok teknolojik uygulama sayesinde

43 Aysel Aziz. *Siyasal İletişim*, Nobel Yayınları, Ankara, 2011, s. 3-5.

44 Haluk Karadağ. *Age*, s. 62.

anlık bilgilendirme ve bilgiyi sürekli güncelleme sayesinde bir konu hakkında kısa sürede kamuoyu oluşturmak ve algılara hitap edebilmek mümkündür.

Kamu diplomasisi bir nevi imaj oluşturma ve imaj yenileme faaliyeti olduğu için teknolojik araçların doğrudan kullanımı önem arz etmektedir.

1.6.5. Askerî Araçlar

Askerî güç sadece (hardpower) sert gücün konusu değildir. Özellikle uluslararası örgütler kapsamında oluşturulan barış gücü unsurları, devletlerarası ilişkiler kapsamında oluşturulan askerî eğitim ve ortak tatbikat gibi faaliyetler de sonuçları itibariyle kamu diplomasisi uygulamalarının askerî araçları olabilmektedirler. Bu tür etkenlikler sayesinde muhatap toplumların sempatisini kazanma ve ülkeye itibar kazandırma sonuçlarına ulaşılması mümkündür.

1.6.6. Dini Araçlar

Din modern diplomasi literatüründe çok ön plana çıkmasa da aslında uluslararası ortamda yüzyıllardır kullanılan bir araçtır. Yahudi-Hristiyan Batı, Arap-Müslüman dünya gibi nitelermeler bu durumun kısa bir ifadesidir.⁴⁵ Yüzyıllar boyunca dini otoriteler kendi inançlarını yaymak için diğer toplumlara elçiler göndermişlerdir.

Kendi inanışlarını yayma gayesinde olan din adamları bir taraftan da kendi ülkelerinin çıkarlarına hizmet etmekte ve dolaylı olarak ait oldukları toplumun kültürünü yaymaktaydılar.

2. Ülkelere Göre Kamu Diplomasisi Anlayışları

Dünya genelinde çeşitli ülkelerin farklı biçim ve tarzlarda kamu diplomasisi örneklerine rastlamak mümkündür. Bu farklar da büyük ölçüde, bizatihi kamu diplomasisinin araçlarından olan kültür farkından ve o kültüre kaynaklık eden tarihi birikiminden kaynaklanıyor olsa gerektir.

Her ülkenin kullandığı dil ve araçlar önemli farklılıklar arz etmektedir. Kalın'a göre bu farklılıklar ülkelerin izlediği politikalar kadar, sahip oldukları tarihi ve kültürel birikimle de yakından ilgilidir. Kamu diplomasisi ile ilgili genel ilke ve boyutlar bilinmekle birlikte hem politik öncelikleri itibariyle hem de kültürel kodları itibariyle ülkeden ülkeye farklılık arz eden kültürel diplomasi yaklaşımları söz konusudur.⁴⁶

45 Haluk Karadağ, *Age*, s. 80.

46 İbrahim, Kalın (ed.), *2000'li Yıllar: Türkiye'de Dış Politika*, s. 168.

Örneğin küçük ve orta ölçekli devletler büyük devletlere nazaran dünya kamuoyunda daha az tanınmaktadırlar. Büyük devletlerin aldığı siyasi ve askeri kararlar, ekonomik yatırımları sürekli gündem olmalarını sağlamaktadır. Bunun için küçük devletler için kamu diplomasisi tanınma bakımından bir öncelik iken, büyük devletler için imaj düzeltme veya yenileme vesilesi olabilmektedir. Leonard ve Small'in belirttiği üzere "Birleşik Devletler, Birleşik Krallık ve Çin'in kamu diplomasisi birtakım imajları değiştirmeye veya bir konuda yeni bir marka haline gelmeye odaklıdır, ama örneğin Norveç'in kamu diplomasisininin temel sorunu tanınmamaktır".⁴⁷

Konuya Türkiye açısından baktığımızda, hem marka oluşturma hem de imaj düzeltme amacından söz etmek mümkündür. Türkiye, sözde Ermeni soykırım iddiaları, PKK ve FETÖ gibi terör örgütlerinin oluşturmaya gayret ettiği olumsuz propaganda faaliyetleri ile mücadele etme noktasında "imaj düzeltme" amaçlı kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmek durumundadır. Bununla beraber, son dönemlerde ortaya koymakta olduğu bölgesinde ve dünyada aktif dış politika gündemi ve ekonomik hamleleri gereği marka oluşturma amaçlı kamu diplomasisi faaliyetlerine de ihtiyaç duymaktadır.

Bu çalışmada konu alınan ülkelerin bütün kamu diplomasisi uygulamalarına yer vermek şüphesiz mümkün değildir. Ancak kamu diplomasisi çalışmalarında öne çıkan belli ülkelerin kamu diplomasisi anlayışları bazı örnek uygulamalar üzerinden çalışmanın devamında özet olarak verilecektir.

2.1. Avrupa Birliği Ülkeleri

Birçok Avrupa ülkesinin kültürel açıdan cazibesi bulunmaktadır. Nye'a göre, güç kaynakları açısından ABD'nin en yakın rakibi Avrupa'dır. Birçok Avrupa ülkesinin dili dünyada yaygın olarak konuşulan dillerdendir. Buna göre çok konuşulan Avrupa dilleri, İngilizce, İspanyolca, Portekizce, Rusça ve Almancadır. Kültürel alanda bazı Avrupa ülkeleri, dillerinin ve kültürlerinin yayılması için faaliyet gösteren ulusal ajans ağlarına sahiptirler. Hükümetleri tarafından finanse edilen Fransız Enstitüsü ve Kültür Merkezleri veya British Council bu ajanslara örnektir. Bu resmi kurumlar dışında sivil toplum kuruluşu şeklinde kurulmuş, aynı amaca hizmet eden enstitüler de bulunmaktadır. Alliance Francaise ve Alman Goethe Enstitüsü bunlara örnektir.⁴⁸

Avrupa ülkeleri için uluslararası yayın yapan radyolar da önemli bir kamu diplomasisi aracıdır. Fransa'dan yirmiyeye yakın dilde yayın yapan Radio France

47 Mark Leonard ve Andrew Small. "Norwegian Public Diplomacy", The Foreign Center, London, 2003, s. 1 içinde Akçadağ, Emine. Age, s. 8

48 Emine Akçadağ. Age, s. 14.

Internationale yaklaşık 45 milyon dinleyiciye ulaşmaktadır. İngiliz kültürü, 43 dilde yayın yapan BBC World aracılığıyla 150 milyon insana ulaşmaktadır. AB'nin ünlü Erasmus öğrenci değişim programı dışında birliğe üye veya aday olmayan ülkelerin öğrencilerine sunulan değişim programları ve İngiltere'nin Chevening, Fransa'nın Eiffel, Almanya'nın DAAD bursları sayesinde her yıl binlerce öğrenci AB üyesi ülkelerde eğitim almakta ve Avrupa kültürünü yakından tanımaktadır.⁴⁹

Avrupa ülkelerinin uluslararası ilişkilerde ABD ile kıyaslandığında daha eski bir geleneğe sahip olduklarını ve bu alanda daha fazla harcama yaptıklarını söylemek mümkündür.⁵⁰ Avrupa Birliği'nin uluslararası hukuka, demokratikleşmeye, çevre sorunlarına önem veren politikalar geliştirmesi ve bu yönde söylemlerini sıklıkla iç ve dış kamuoyu ile paylaşması dünya genelinde olumlu bir imaja sahip olmasına katkı sağlamıştır. Bu minvalde, ölüm cezasının kaldırılması, Uluslararası Ceza Mahkemesinin kabul edilmesi, Guantanamo'nun kapatılması, silah kontrolü anlaşmaları ve Kyoto protokolüne onay verilmesi için yapılan baskıların başta internet olmak üzere medya iletişim araçlarıyla duyurulması örnek olarak verilebilir.⁵¹

Avrupa şehirlerinin yüzyıllardır tarihi dokusunu koruyan yapıları ve buna bağlı olarak dünya genelinden turistlerin ilgi odağı olması, turizm ve kültürel diplomasi alanında önemli fırsatlar sunmaktadır.⁵² Bununla birlikte çok uluslu Avrupa firmalarının dünya ekonomisinde önemli yere sahip uluslararası yatırımları ve marka değerleri, istihdama sağladıkları katkılar ve sosyal güvenlik alanında Avrupa'nın katetmiş olduğu mesafe olumlu imaja katkı sunan unsurlar arasında değerlendirilmelidir.

Alman Dışişleri Bakanlığının 2002 yılında hazırladığı bir rapora göre, kamu diplomasisi Avrupa'nın bütün meselelerinin içinde öncelikli ele alınmalıdır. Avrupa ülkeleri, Ortadoğu Balkanlar ve Doğu bloku ülkeleri gibi yakın coğrafyalarındaki ülkelerin kamuoylarına hitap ederken bir yandan da kendi içlerinde Avrupa kamuoyuna yönelik kamu diplomasisi faaliyetleri yürümektedirler. Kalın'a göre bu faaliyetlerin meyveleri olarak ortak para birimine geçilmesi, Avrupa Güvenlik Stratejisi'nin kabul edilmesi gibi gelişmeler gösterilebilir.⁵³ Avrupa ülkelerinin ekonomik ve siyasi birlik yanında ortak bir Avrupalılık kimliği inşa etme çabaları eğitim ve kültür alanında yürütülen çalışmalarla halen devam etmektedir.

49 Age, s. 14

50 Meltem Bostancı. "Stratejik Bir İletişim Aracı Olarak Kamu Diplomasisi - Kamu Diplomasisinde Medyanın Rolü ve Önemi", Anahtar Kitaplar, İstanbul, 2012, s. 78

51 Age, s. 79.

52 Emine Akçadağ. Age, s. 16.

53 İbrahim, Kalın (ed). 2000'li Yıllar: Türkiye'de Dış Politika, s. 168-196

Bu minvalde Avrupa ülkelerinin kamu diplomasisine bundan sonra da ağırlık vermeye devam edeceği değerlendirilmektedir.

Ancak son yıllarda kamu diplomasisi alanında handikap olarak görülebilecek Avrupa'daki bazı gelişmelere de değinmek gerekmektedir. Bunların başında yabancılara ve özellikle Müslümanlara karşı bazı Avrupa ülkelerinde artan ırkçı eylemler ve uygulamalar gelmektedir. Bu tür gelişmeler özellikle sosyal devlet, kültürel çeşitlilik ve demokratikleşme gibi kavramlar etrafında Avrupa'nın oluşturmuş olduğu olumlu imajı tehdit eder duruma gelmiştir. Bunun yanında Suriye gibi ülkelerde yaşanan insani trajedilere Avrupa kamuoyunun yeterli tepkiyi göstermemesi, göçmenlere yönelik katı uygulamalar, benzeri şekilde olumlu imajı zedeleyen hususlar arasında sayılabilir. Diğer yandan Brexit hadisesi ve Avrupa Birliği'nin yaşadığı siyasi sarsıntı da siyasi ve ekonomik gücün sağlamış olduğu olumlu imajı zayıflatması muhtemel hususlardandır.

2.2. Amerika Birleşik Devletleri

Amerika Birleşik Devletleri, hem ekonomik ve siyasi gücü itibarıyla hem de bu alandaki tecrübesi itibarıyla en avantajlı ülkelerdendir. Çalışmanın önceki bölümlerinde de değindiğimiz gibi ABD soğuk savaş dönemimde kendi tezlerinin kabul görmesi için yoğun kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmüştür. Süper güç olmasının da verdiği rahatlıkla dünya genelinde siyasi, askeri ve ticari olarak varlığını sürdürmekte ve bu yolla kamu diplomasisi açısından da avantaj sağlamaktadır. Ticari alanda McDonalds, Coca Cola gibi markaları sayesinde bilinirliğini bütün dünyaya ulaştırmış durumdadır.

ABD'nin kamu diplomasisi faaliyetleri Broadcasting Board of Governors (Yayın Yönetim Kurulu), Dışişleri Bakanlığı, Beyaz Saray, Savunma Bakanlığı gibi kurumlarca bizzat yürütülmektedir.⁵⁴ ABD Yayın Yönetim Kurulu Amerikan kamu diplomasisinde en kritik kurumlardan birisidir. Amerika'nın Sesi gibi uluslararası yayınlar yapan federal hükümet destekli pek çok yayın organı bu kurula üyedir. 2016 yılı sonunda Savunma Bakanlığı Bütçe Kanunu ile beraber Amerikan Yayın Yönetim Kurulu yapısının da değiştirilmesine dair kanun tasarısı hakkında bir açıklama yapan Cumhuriyetçi Kongre Üyesi Ed Royce, bu kuruluşun önemini şu ifadelerle vurgulamaktadır: “Demir Perdeyi, zamanlaması kusursuz, net ve açık yayıncılıkla yıkmayı başaran kuruluşlarımız, etkinliklerini kaybetti. Günümüzün bulaşıcı terör ve dijital propaganda çağında misyonlarını etkili bir biçimde yerine getirebilmeleri için yeniden yapılandırılmaları gerekiyor.”⁵⁵

54 Age, s. 172.

55 Ed Royce. Amerika'nın Sesi <https://www.amerikaninsesi.com/a/abd-ulke-disinda-hedef-alan-yayin-kuruluslarinda-degisikliginde-gidiyor/3639196.html>; erişim: 30.12.2018

Akçadağ'a göre kültür, Amerikan kamu diplomasisinin en önemli bir diğer unsurudur. Amerika kamu diplomasisi tarihinde ayrıcalıklı bir yere sahip olan ve özellikle soğuk savaş döneminde önemli görevler üstlenen Birleşik Devletler Enformasyon Ajansı (USIA), faaliyetlerinde “evrenselleşmiş Amerikan kültürünü” etkin biçimde kullanmıştır. USIA'nın başlıca görevleri arasında, akademik ve kültürel alışverişin sağlanması, enformasyon, radyo yayınları ile dinleyicilere ulaşma ve kamu diplomasisini geliştirme amaçlı araştırmalar bulunmaktadır.⁵⁶

Amerika Birleşik Devletleri'nin soğuk savaş döneminden itibaren kullandığı ve halen etkin bir yumuşak güç olarak yararlandığı araçlardan birisi de film yapım çalışmalarıdır. “ABD açık ara farkla dünyanın bir numaralı film ve televizyon programı ihracatçısıdır (Hollywood). Amerikan kültürünün tanıtılmasında, politik mesajların iletilmesinde ve olumlu imaj sağlamada görsel simgelerin önemi yadsınamaz. Hollywood filmlerinde yer alan görüntüler, Amerikan değerlerinin ve politikalarının iletiminde büyük pay sahibidir.”⁵⁷

Kalın'a göre Amerika'nın dünya genelindeki algısı aşk ile nefret arasında bir nitelik arz etmektedir. Bir tarafta, esnek göç politikaları, güçlü ekonomisi, ileri teknolojisi ile fırsatlar ve özgürlükler ülkesi Amerika imajı bulunurken, diğer yanda bireyselliği öne çıkaran tüketim toplumu imajı, dünyanın çeşitli ülkelerinde bulunan askeri üstleriyle dış politikada ve uluslararası sistemde baskın bir güç olması nedeniyle şiddetle eleştirilen bir Amerika vardır. Amerika'nın kamu diplomasisi bütün bu dengeler üzerine inşa edilmeye çalışılmaktadır.⁵⁸

Dünyanın en büyük bütçeli kamu diplomasisi faaliyetlerine rağmen özellikle orta doğudaki askeri adımları nedeniyle güvenilirliği sorgulanır hale gelmiştir. 11 Eylül sonrasında da aynı sorun devam etmektedir. Bu noktaya dikkat çeken Amerikan Eski Genel Kurmay Başkanı Mike Mullen, politikalarımızı değiştirmedığımız müddetçe izlediğimiz hiçbir iletişim faaliyeti başarılı olmayacaktır” diyerek bu soruna dikkat çekmektedir.⁵⁹

Amerika Birleşik Devletleri son dönemlerde gelişen yazılım teknolojileri sayesinde Twitter, Facebook gibi kitle iletişim araçlarıyla milyonlarca kişiye ulaşan ve milyonlarca insanın iletişimini de yönetebilen konumdadır. Şüphesiz bu imkânlar kamu diplomasisi bakımından Amerika'nın avantajlı durumunu devam ettirmektedir. Ancak 11 Eylül sonrası Afganistan, Irak ve son olarak Suriye politikası Amerika'yı siyasi ve askeri hedefleri bakımından dünya kamuoyunda tartışılır hale getirmektedir. Bu gelişmelerin orta ve uzun vadede Amerika açısından imaj

56 Emine Akçadağ. Age, s. 10.

57 Emine Akçadağ. Age, s. 11

58 İbrahim, Kalın (ed.). *2000'li Yıllar: Türkiye'de Dış Politika*, s. 172.

59 Age, s. 173.

kaybına yol açacağı değerlendirilmektedir. Zira Mike Mullen'in yukarıda aktarmış olduğumuz ifadeleri de bir özeleştirici bağlamında bu duruma işaret etmektedir.

2.3. Japonya

Joseph Nye Japonya'yı, tek bir kültürü korumanın mümkün olduğunu göstererek, gelir ve teknoloji açısından batıyla eşit olana kadar tamamen modernleşebilen ve batılı olmayan ilk ülke olarak tanımlamaktadır.⁶⁰

Kamu diplomasisi çalışmaları Japonya'da 20. yüzyılın başlarına dayanmaktadır. "1904 yılında patlak veren Rus-Japon Savaşı'ndan önce, Japon hükümeti Amerikan hükümetinin ve halkının desteğini yanına alarak, savaşın finansal yükünü hafifletmek ve savaşı uzatmamak adına Amerika'nın arabulucu olmasını sağlamak için kamu diplomasisi çalışmaları yürütmüştür."⁶¹

Japonya örneğinde kamu diplomasisinin en yaygın kullanıldığı alan ekonomidir. II. Dünya Savaşı'nda ağır bir yenilgi almasına rağmen, kısa sürede hızla kalkınıp dünyanın önde gelen ekonomik güçlerinden biri olması, "Japon Mucizesi" olarak değerlendirilmiş ve birçok gelişmekte olan ülke için örnek teşkil etmiştir. Kısa sürede geliştirdiği, Toyota, Honda, Sony gibi dünya çapında markaların desteği ile dünya çapında bilinirlik ve güven kazanmıştır.⁶²

Batıya nazaran oldukça farklı bir geleneksel kültüre sahip olan ve bu kültürünü günümüzde de büyük ölçüde korumayı başaran Japonya bu farklılığı ile dikkat çekmektedir. Bu ilgiden faydalanmak isteyen Japonya, kültürünü yurtdışında tanıtmak amacıyla Japon Vakfını kurmuştur ve bu vakıf üzerinden çeşitli kültürel değişim programlarını uygulamaktadır. Örneğin, en başarılı programlardan birisi JET-Japon Exchange and Teaching Program'dır. Her yıl, farklı ülkelere 3000 genç Japonya'da iki yıl boyunca liselerde İngilizce, Fransızca veya başka dil dersleri vermeye davet edilmektedir.⁶³

Amerika örneğine benzer şekilde Japon film sektörü de kamu diplomasisi alanında dikkat çeken seviyelere ulaşmıştır. Uzun yıllar gençlerin ilgiyle izlediği animasyonlar, Japon kültürünü yansıtan filmler bu alanda önemli örnekleridir. Japonya, dünyada kendi kültürüne özgü sanat anlayışı ile de tanınmaktadır: Chado (çay seremonisi), ikebana (çiçek düzenleme sanatı), Haiku (kısa şiir), origami (kâğıt katlama sanatı) gibi sanat dalları da bu alanda örnek olarak verilebilir. Ayrıca, Japonya, Zen-Budizm ve dövüş sanatları gibi geleneksel ruhsal disiplinlerinin çekiciliğinden de yararlanmaktadır. McGray'e göre, "Siyasi ve ekonomik

60 Joseph Nye. *Yumuşak Güç*, s. 58.

61 Emine Akçadağ. *Age*, s. 16.

62 *Age*, s. 17.

63 *Age*, s. 17.

sorunların altında kalmak yerine, Japonya kültürel alanda da etkisini artırmıştır. Pop müzikten tüketici ekonomilerine, mimariden moda ve yemeklerden sanata kadar, kültürel bir süper güç görünümündedir.”⁶⁴

Japonya'nın Afrika ülkelerine yapmış olduğu kalkınma yardımları ve bu yardımlarla birlikte farklı Afrika ülkeleriyle kurmuş olduğu ticari bağlar da kamu diplomasisi faaliyetleri açısından önem arz etmektedir. Bu anlamda, Japon Uluslararası İşbirliği Ajansı (Japan International Cooperation Agency - JICA) yürütmüş olduğu projelerle dünyanın farklı coğrafyalarında Japonya ile köprüler kurmaktadır.⁶⁵

Kültürel ve ekonomik gelişmişliği ile dünya genelinde olumlu imaj oluşturma noktasında avantajlı olan Japonya'nın, dışarıdaki imajını olumsuz etkileyen sorunları da bulunmaktadır. Çin ve Kore ile yaşadığı bölgesel sorunlar ve bunların uluslararası kamuoyuna yansımaları buna örnek verilebilir.⁶⁶ Ayrıca, Batı kültürü ile kıyaslandığında daha içe dönük ve sınırları keskin bir kültüre sahip olması, kültürünü dünyaya tanıtmada Japonya'nın dezavantajlarından birisi olarak değerlendirilebilir.

3. Kamu Diplomasisi ve Türkiye

Kamu diplomasisi kavramının literatürümüze girmesi her ne kadar 20. yüzyılın sonlarına tekabül etse de kamu diplomasisi alanında tanımlanabilecek uygulamaların tarihi daha eskilere dayanmaktadır. Benzeri ülkelerde olduğu gibi Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetleri de oldukça eskilere dayandığı halde -bu alanlarla ilgili veri eksikliği nedeniyle olsa gerek- Türkiye açısından yeni bir alan gibi tanımlanmaktadır. Oysa Cumhuriyet öncesi dönemi de kapsayan çok farklı kamu diplomasisi örneklerine rastlamak mümkündür. Yeni olan ise, son dönemlerde bu çalışmaların gerekliliğinin daha net bir şekilde fark edilmesi ve belli stratejiler doğrultusunda ve sistemli bir şekilde hükümet tarafından ele alınmaya başlamasıdır.

3.1. Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Tecrübesi ve İmkânları (Yumuşak Gücü)

Türkiye'nin kamu diplomasisi imkânları ve yumuşak gücü değerlendirilirken hem mevcut durumu hem de potansiyelini dikkate alarak değerlendirmekte fayda mülhaza edilmektedir. Kamu diplomasisi açısından “potansiyel” olarak ifade etmeye çalıştığımız kapasite ve imkânlar sadece geleceğe dönük beklentiler olarak düşünülmemelidir. Hükümetin mevcut dış politika vizyonu, ekonomik, siyasi ve

64 Douglas McGray. "Japan's Gross National Cool", Foreign Policy, May-June 2002, s. 47 içinde Akçadağ Emine. Age, s. 17.

65 Bkz. Japan International Cooperation Agency. <https://www.jica.go.jp/english/>; erişim: 30.12.2108

66 Joseph Nye. *Yumuşak Güç*, s. 89.

sosyal hedefleri elbette kamu diplomasisi alanını da olumlu yönde etkilemekte ve bu alana kaynaklık etmektedir. Fakat unutulmamalıdır ki Türkiye'nin kamu diplomasisi alanında hızlı mesafe kat etmesindeki en önemli etken bu alandaki geçmişi, tecrübesi ve hareket alanıdır. Bu bakımdan mevcut faaliyetlere geçmeden önce Türkiye'nin bu alandaki tecrübesi üzerinde bir miktar durmakta yarar görülmektedir.

Türklerin Anadolu'ya geliş süreci, Selçuklu dönemi ve altı asır süren Osmanlı hâkimiyeti şüphesiz sadece askeri güç ile tesis edilmiş bir dönem değildir. Bu hâkimiyetin sağlanması ve sürdürülmesinde yumuşak güç unsurlarının önemli derecede katkısı olmuştur. Osmanlı döneminde farklı dil, din, mezhep ve ırka mensup dört kıtada farklı topluluklar tek bir çatı altında yaşayabilmıştır. Bu hâkimiyet ve idare kabiliyetinin tesis edilmesinde sert güç kadar yumuşak gücü de önemli unsurlardan birisi olarak kullanmıştır.

Bugün geniş anlamıyla kültürel diplomasi kavramı etrafından toplanan, eğitim, kültür ve insani diplomasi faaliyetleri kapsamında değerlendirilebilecek birçok sosyal faaliyetin örnekleri Türk devlet geleneğinde mevcuttur. Dünyanın birçok coğrafyasına giden kültür insanları ve din adamları buldukları coğrafyalarda Türk kültürünü tanıtmakta, yabancı toplumların İslam Dini ve Türkler hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamaktaydılar. Bu sayede Türkler hakkında mevcut olan önyargıların giderilmesi, dostluk iklimi oluşması, hatta kız alıp vermek suretiyle akrabalıkların gelişmesi gibi toplumlar arasında köprü işlevi gören birçok gelişmeye vesile olmaktadır. Ayvaz Dede, Sarı Saltuk, Gül Baba gibi isimlerin Balkanlar ve Doğu Avrupa coğrafyasında farklı toplulukların gönlünde edindikleri konum, Osmanlı Devleti'nin sosyal ve siyasi politikalarının hitap ettiği coğrafyada kabul görmesine önemli katkılar sağlamıştır. Keza 1800'lü yılların ikinci yarısında Sultan Abdülmecit tarafından Güney Afrika'ya gönderilen Ebubekir Efendi de önemli örneklerden bir tanesidir. Ebubekir Efendinin Cape Town'da açtığı Osmanlı mektebinde gerçekleştirdiği eğitim faaliyetleri ve yayınladığı eserler hem bölge Müslümanlarının sahih kaynaklardan dinlerini öğrenmelerine yardımcı olmuş, hem de o coğrafyada Türk-İslam kültürünün canlı bir temsilcisi ve örnek bir şahsiyet olarak bugün halen izlerine rastladığımız olumlu bir intiba bırakmıştır.

Osmanlı vakıf kültürü de bu alanda üzerinde durulması gereken önemli bir konudur. Farklı coğrafyalarda inşa edilen eğitim kurumları, hanlar, hamamlar, sosyal hizmet sağlayan yetimhane vb. birçok vakıf eseri, Osmanlı'da devletten halka ve halktan halka hizmet sunumu şeklinde sağlanan iletişim ve kamu diplomasisi örnekleri olarak yüzyıllar boyunca devletin yumuşak gücü olmuştur. O dönemlerden kalma vakıf eserleri, medrese ve tekke kültürü, bugün halen

Türkiye'nin kamu diplomasisine destek olan önemli bir miras olarak farklı coğrafyalarda varlığını sürdürmektedir. Dolayısıyla Türkiye'nin kamu diplomasisi geleneğinin Batı'dan çok daha eskilere dayandığını iddia etmemiz mümkündür.

Yukarıda zikredilen örneklerde olduğu gibi Osmanlı döneminde çok geniş bir yelpazede uygulanan gönül kazanma siyaseti, bugün ki anlamıyla kamu diplomasisi faaliyetleri, kurumsallaşmış şekilde uygulanmıştır. Resmi adıyla İstimalet Siyaseti olarak kaynaklarda yer alan ve Osmanlı döneminde cezbetme, meylettirme, gönül alma gibi amaçlar taşıyan faaliyetler bugün kullanıldığı anlamıyla "insancıl diplomasi" faaliyetleri kapsamında değerlendirilebilir.⁶⁷

Cumhuriyet öncesi dönem kamu diplomasisi uygulamaları şüphesiz günümüze ışık tutabilecek zenginliktedir. Ancak, bu makalede detayına giremeyeceğimiz ayrıca bir araştırma konusu olacak mahiyettedir. Bu çalışmada Cumhuriyet öncesi dönemin detaylarına girmeden Türk devlet geleneğinde kamu diplomasisi faaliyetlerinin asırlar öncesine dayandığı vurgusu ile iktifa edilerek, daha çok güncel kamu diplomasisi faaliyetleri üzerinde durulmaktadır.

Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün kuruluşu 1800'lü yıllara dayanmaktadır. O günkü adıyla Matbuat Müdürlüğü 1857'de kurulmuştur. Daha sonra 1920'de Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti adını almış, 1984 yılında ise bugünkü adını alarak Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM) şeklinde yapılanmıştır. BYEGM o dönem hem iç kamuoyuna hem de dış kamuoyuna hitap etmek üzere kurulmuş Türkiye'nin ilk kamu diplomasisi kurumu olarak nitelendirilebilir.

Buradan yakın tarihimize gelecek olursak Türkiye'nin son dönemlere kadar Kamu Diplomasisine yeterli önemi verdiğini söylemek mümkün değildir. Bunun elbette çeşitli sebepleri bulunmaktadır. Cumhuriyetin kurulmasını takip eden yıllarda Türk dış politikasının iki önemli unsuru bağımsızlık ve egemenliktir. Soğuk savaş döneminde ise Türkiye Sovyet Komünizminden kurtulmak için yüzünü batıya dönmüş ve dış politikasını bu yönde kurgulamıştır. Türkiye 90'lı yılların başında yaşanan hızlı küresel değişim sürecine ayak uydurmaya çalışmış ve çok boyutlu olarak adlandırılacak bir dış politika stratejisi izlemeye başlamıştır.⁶⁸ Bu sürece kadar Türkiye'nin tek yönlü bir dış politika izlemesi ve kamu diplomasisi araçlarını yeterince kullanamaması, yaşadığı birçok sorunda kendisini dünyaya yeterince anlatamaması sonucunu doğurmuştur. Nitekim Türkiye haklı olduğu halde Ermeni Meselesi, Kıbrıs Sorunu, Kürt Meselesi gibi konularda kendini dünyaya yeterince anlatamamıştır. Demokratikleşme çabaları da sık sık

67 Aktan, Hamza, (vd.). "İstimalet", TDV İslâm Ansiklopedisi, Cilt 23, İstanbul, 1994, s. 362

68 Tuğçe Öztürk. Age, s. 13.

askeri müdahalelerle kesintiye uğraması ve kendi iç siyasetinde istikrarsız görüntü vermesi Türkiye'nin imajını dünya genelinde olumsuz etkilemiştir.⁶⁹

Küreselleşmenin etkin olduğu süreçte Turgut Özal'ın Türkiye'yi dışa açma çabaları sonucu Türkiye alternatiflere daha açık ve dinamik bir dış politika izlemeye başlamıştır. Bu dönemde TİKA'nın kurulması gibi gelişmeler bu manada önemli gelişmeler olarak görülmelidir. Refahiyol Hükümeti dönemi de Türkiye'nin aktif dış politika vizyonu ile hareket ettiği bir dönem olarak dikkat çekmektedir. Zira Türkiye'nin öncülük etmiş olduğu D-8 Projesi gibi uluslararası çalışmalar Türkiye'nin aktif ülke imajına olumlu katkılar sağlamıştır. Ak Parti döneminde bu süreç daha da hızlanmıştır. 2000'li yıllardan sonra Türk dış politikası değişen çevresel şartlara karşı aktif tavır takınan, bölgesel ve küresel barışın sağlanmasında çözüm üretici inisiyatifler alan bir konuma gelmiştir.⁷⁰

Türkiye bu dışa açık politikanın bir sonucu olarak bölgesindeki ve dünyadaki sorunlarla daha fazla ilgilenmeye başlamıştır. ABD'nin Irak operasyonunda TBMM'nin almış olduğu 1 Mart tezkeresi kararı, sonuçları itibariyle bugün hala tartışılıyor olsa da dikkatleri Türkiye'nin üzerine çeken bir karar olmuştur. Türkiye Amerika'dan bağımsız bir stratejik karar almıştır. Türkiye'nin siyasi çıkarları açısından sonuçları hala tartışılan bu kararın bölge halkındaki karşılığının kamu diplomasisi bağlamında olumlu olduğu söylenebilir.

Diğer yandan, Türkiye'nin İsrail-Filistin sorununun çözümüne yönelik atmış olduğu adımlar, son 15 yıl içerisindeki arabuluculuk çabaları ve yine Filistin halkının haklarının savunulması konusunda, uluslararası arenada, ortaya koymuş olduğu siyasi irade⁷¹ ve insani yardım faaliyetleri dünya kamuoyunda Türkiye'nin gündemde olmasını sağlayan unsurlardandır.

2018 yılı haziran ayında yayımlanan Küresel İnsani Yardım Raporuna göre 2017 yılında Türkiye 8,07 milyar ABD Doları insani yardım miktarıyla birinci sırada yer almıştır. Ülkemizi ABD (6,68 milyar ABD Doları), Almanya (2,99 milyar ABD Doları), Birleşik Krallık (2,52 milyar ABD Doları) ve Avrupa Birliği (2,24 milyar ABD Doları) takip etmiştir. Raporla, insani yardımların milli gelire oranı temelinde yapılan sıralamada da Türkiye yüzde 0,85 ile birinci sırayı almış ve dünyanın "en cömert ülkesi" unvanını korumuştur.⁷² Bu raporla Türkiye'nin hiçbir ayrım yapmaksızın yürüttüğü insani diplomasinin etkisi bir kez daha küresel ölçekte teyit edilmektedir. Özellikle Suriye krizinde mülteci durumuna düşen

69 Emine Akçadağ, Age, s. 18.

70 Birol Akgün, "Türk Dış Politikası ve Uluslararası Örgütler", Akademik ORTA DOĞU, Cilt 3, S. 2, 2009, s. 3.

71 Özellikle Davos hadisesi, İsrail'in Kudüs'ü başkent ilan etmesi sonrasında son dönemde Türkiye'nin almış olduğu tavır ve BM nezdindeki girişimleri buna örnek verilebilir.

72 Dışişleri Bakanlığı: http://www.mfa.gov.tr/no_-171_-insani-yardimlarimiz-hk.tr.mfa (Son erişim 17.12.2018)

Suriye halkına yönelik insani yardım faaliyetleri Türkiye'nin imajına son derece olumlu yansıyan unsurlardandır.

Türkiye, bölgesindeki sorunlarla yakından ilgilenirken bir taraftan da ekonomik anlamda uluslararası açılımlarla çok boyutlu ilişkiler ağı geliştirmeye çalışmaktadır. Coğrafi konumunun da sağlamış olduğu avantajlarla, Bakü-Tiflis-Ceyhan, NABUCCO, TANAP projesi gibi önemli yatırımlarda uluslararası arenada pazarlığın bir ucundaki ülke konumunda olmuştur. Aynı zamanda Türk Hava Yolları gibi uluslararası markaları dünyada Türkiye'nin adının her geçen gün daha fazla duyulmasını sağlamaktadır.

Türkiye hem aktif ve çok boyutlu dış politikasıyla hem de ekonomik ve kültürel ilişkilerini geliştirme noktasında dünyanın her tarafından ülkelerle kurmaya çalıştığı dinamik ilişkilerle uluslararası ortamda her geçen gün daha iddialı duruma gelmektedir. Bu dinamizm Türkiye'nin bilinirliğini artırmakta ve kamu diplomasisi bağlamında da olumlu yansımalar sağlamaktadır. Türkiye bir taraftan dinamik diplomasi faaliyetleri yürütürken bir yandan da bölgesel ve uluslararası kuruluşlarla ilişkilerini geliştirmektedir. Türkiye, BM Güvenlik Konseyi'nden G-20'ye, İslam Konferansı Örgütü'nden Avrupa Konseyi'ne, NATO'dan AGİT'e kadar bölgesel ve küresel pek çok platformda aktif bir rol oynamakta, bölge ve dünya siyasetini belirleyen gelişmelerin merkezinde yer almaktadır.⁷³

Türkiye'nin bu çabaları devam ederken kamu diplomasisi bağlamında karşı karşıya olduğu tehditlerde önemsenecek düzeydedir. Bu noktada özellikle batı medyası kaynaklı Türkiye aleyhine yayılan negatif bilgiler Türkiye'nin imajını olumsuz etkilemektedir. Son yıllarda yaşanan terör olayları, gezi süreci gibi iç karışık çıkarma girişimleri, Türkiye'nin İŞİD gibi terör örgütleriyle ilişkilendirilme çabaları, Halkbank hadisesi ve Rıza Zerrab olayında olduğu gibi Türkiye'nin ekonomik ilişkilerini sorunlu gösterme çabaları, Türkiye'nin karşı karşıya olduğu konulardandır. Türkiye uluslararası imajının olumsuz etkilenmemesi için bu konularda tedbir almak ve kamu diplomasisi araçlarını aktif kullanmak durumundadır.

Türkiye'nin kamu diplomasisi alanındaki en büyük avantajı tarihsel birikimidir. Bazı lobi grupları ve diaspora topluluklarının keskin tutumu dışında, uluslararası ortamda bugün Türkiye'yi işgalci, baskıcı, inkârcı, vs. olarak tanımlayan çevrelerin sayısı azdır. Doğudan batıya dünya kamuoyu, Türkiye'nin içinde yaşanan sosyal değişime, ekonomik büyümeye ve bunların dış politikadaki yansımalarına odaklanmaktadır.⁷⁴ Türkiye, kendi imajını oluşturacak bir kamu diplomasisi

73 İbrahim, Kalın (ed.). *2000'li Yıllar: Türkiye'de Dış Politika*, s. 176.

74 Age, s. 174.

kurgusu geliştirmeye gayret etmektedir. Burada en önemli avantajı, geçmişten gelen medeniyet birikimi, yüzyıllara sâri kültürel bağları ve farklı kültürlerle bir arada yaşama geleneğinin vermiş olduğu tecrübesidir.

3.2. Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Faaliyetleri

Türkiye'nin 1990'lı yıllarda başlayan dışa açılım süreci ve çok taraflı aktif dış politika eğilimi çevresiyle, özellikle Balkanlar ve Türki Cumhuriyetlerle sosyal ve kültürel bağlarını güçlendirme gereksinimini ortaya çıkarmıştır. Bu süreçten itibaren Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerinin de gelişmeye başladığı görülmektedir.

1992 yılında Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı'nın (TİKA) kurulması çok önemli bir adımdır. Soğuk Savaş'ın sona ermesi ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliğinin (SSCB) dağılmasıyla birlikte birçok yeni ulus devlet tarih sahnesine çıkmıştır. Özellikle ortak tarihi ve kültürel değerlere sahip olduğumuz bazı yeni ulus devletlerin Türkiye'den büyük beklentileri olmuştur. Serbest pazar ekonomisinin uzağında sistemlere sahip bu ülkeler geçiş sürecinde donör ülkelerin, Dünya Bankası ve IMF'nin yer aldığı kalkınma işbirliği uygulamalarından yararlanmaya başlamıştır. Bu bağlamda, konjonktürel olarak başta Türk Cumhuriyetleri olmak üzere, ülkemizin tarihi kültürel bağlarla sıkı sıkıya bağlı olduğu ülkeler ile güçlü bir işbirliği geliştirmek üzere 1992 yılında TİKA kurulmuştur. TİKA bugün 59 ülkede 61 Program Koordinasyon Ofisi ile 150 ülkede faaliyet göstermektedir. Türkiye, TİKA aracılığı ile dost, kardeş ve akraba ülkelere yönelik olarak yaptığı çalışmaların temelinde bir barış kuşağı oluşturma çabası bulunmaktadır.⁷⁵

Yine Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerinde önemli bir yeri olan ve Türk Dünyası'nın UNESCO'su olarak kabul edilen TÜRKSOY, 1993 yılında Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan ve Türkiye Cumhuriyeti Kültür Bakanları tarafından imzalanan anlaşmayla kurulmuştur. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Rusya Federasyonu'na bağlı Tataristan, Başkurdistan, Altay, Saha, Tıva, Hakas Cumhuriyeti ve Moldova'ya bağlı Gagavuz Yeri TÜRKSOY'a gözlemci üye olarak katılmışlardır. TÜRKSOY, kurulduğu günden bu yana Türk halklarının gönül birlikteliğini ve kardeşliğini güçlendirmek, ortak Türk kültürünü gelecek nesillere aktarmak ve dünyaya tanıtmak için çalışmaktadır. Düzenli Konsey toplantıları, Nevruz kutlamaları gibi geleneksel etkinlikler, Bilimsel çalışmalar, Proje destekleri TÜRKSOY'un faaliyetlerindedir. Ayrıca Türk Dünyası Kültür Başkenti uygulaması da bu önemli bir çalışmasıdır.⁷⁶ 2012

75 <https://www.tika.gov.tr/tr/sayfa/tarihce-222>; erişim: 17.12.2018

76 <https://www.turksoy.org/tr/turksoy/about>; erişim: 16.12.2018

yılında başlayan bu uygulama kapsamında Eskişehir 2013 yılında Kastamonu ise 2018 yılında Türk Dünyası Kültür Başkenti olmuştur.

Türkiye'nin başlatmış olduğu önemli projelerden bir tanesi de Büyük Öğrenci Projesidir. Özellikle 1960'lı yıllardan itibaren diğer devletlerle imzalanan ikili anlaşmalar çerçevesinde burslar sağlanmakla birlikte, Özal'ın teşvikleriyle ülkemizin uluslararası öğrenci politikası ilk kez 1992 yılında sistematize edilmiş ve "Büyük Öğrenci Projesi" adlı çalışma başlatılmıştır.⁷⁷ 2000'li yılların başından itibaren, Türkiye'nin dış politikadan kültüre, iktisadî kalkınmadan sosyal politikalara, her alanda sergilediği büyük gelişim, uluslararası eğitim paradigmasına da yansımış, söz konusu alanda önemli adımlar atılmaya başlanmıştır. Resmi bir kurum olarak 2010 yılında kurulan Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı da bu çerçevede önemli kurumlardandır. 2010 yılında kurulan Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB), yurtdışındaki vatandaşlar soydaş ve akraba topluluklar ile Türkiye'de öğrenim gören uluslararası burslu öğrencilere yönelik çalışmaları koordine etme, bu alanlarda verilen hizmetleri ve yapılan faaliyetleri geliştirme görevini üstlenmiştir.⁷⁸

YTB'nın kurulmasıyla Büyük Öğrenci Projesi de bu kuruma görev olarak tevdi edilmiştir. YTB ve ilgili diğer kurumların işbirliğiyle 2012 yılında "Türkiye Bursları" programı hayata geçirilmiş ve ülkemizin uluslararası öğrencilere yönelik yükseköğretim bursları güncellenmiştir. Bu kapsamda son 10 yılda, yükseköğretim kurumlarımızda okuyan uluslararası öğrenci sayısında yüzde 75 oranında bir artış kaydedilmiş ve güncel rakamlara göre ülkemiz, 25 bini burslu olmak üzere yaklaşık 110 bin uluslararası öğrencisiyle, bu alanda dünyanın en fazla uluslararası öğrenci ağırlayan ülkelerinden biri hâline gelmiştir.⁷⁹

Kamu Diplomasisinin en önemli unsurlarından birisi şüphesiz kültürel diplomasıdır. Çalışmanın önceki bölümlerinde değinildiği gibi dil ve kültür faaliyetleri batılı devletlerce yüz yılı aşkın süredir yapılagelmektedir. Alliance Franceise, British Council, Göthe Enstitüsü gibi kurumlar bunlara örnektir. Türkiye bu anlamda, Başkonsolosluk ve Büyükelçiliklere bağlı açmış olduğu kültür evleri ve Türkçe öğretim merkezleri, Kültür ve Turizm Ataşelikleri gibi araçlar üzerinden çeşitli faaliyetler geliştirmiştir. Ancak bu çalışmalar yeterli olmamış ve ulaşılabilen ülke ve insan sayısı bakımından kültürel diplomasi Türk dış politikasında eksik bir alan olarak dikkat çekmiştir. Bu eksikliğin giderilmesine yönelik atılan en önemli adım Yunus Emre Vakfının kurulmasıdır.

77 <https://www.ytb.gov.tr/uluslararasi-ogrenciler/turkiye-burslari>; erişim: 16.12.2018

78 <https://www.ytb.gov.tr/kurumsal/baskanligimiz-2>; erişim: 17.12.2018

79 <https://www.udef.org.tr/tr/makaleler/detay/Uluslararasi-Ogrenci-Sayisi-110-Bin-932/>

Yunus Emre Vakfı; Türkiye’yi, Türk dilini, tarihini, kültürünü ve sanatını tanıtmak; bununla ilgili bilgi ve belgeleri dünyanın istifadesine sunmak; Türk dili, kültürü ve sanatı alanlarında eğitim almak isteyenlere yurt dışında hizmet vermek; Türkiye’nin diğer ülkeler ile kültürel alışverişini arttırıp dostluğunu geliştirmek amacıyla 05.05.2007 tarihli ve 5653 sayılı Kanun ile kurulmuş bir kamu vakfidir. Vakıf, yurt dışında kurduğu merkezlerde yabancılara Türkçe öğretimi çalışmalarının yanı sıra ülkemizin tanıtımı amacıyla kültür ve sanat faaliyetleri yürütmekte, ayrıca bilimsel çalışmalara destek vermektedir. 2009 yılında Saraybosna’da ilk kültür merkezini açan Yunus Emre Vakfı farklı ülkelerde 50’den fazla kültür merkezi sayısına ulaşmıştır. Kültür merkezlerinde, Türkçe eğitiminin yanı sıra, farklı ülkelerdeki eğitim kurumlarıyla yapılan işbirlikleri ile Türkoloji bölümleri ve Türkçe öğretimi desteklenmektedir. Yunus Emre Vakfı ayrıca, Yunus Emre Türk Kültür Merkezleri aracılığıyla kültür ve sanatımızı tanıtmaya yönelik etkinlikler düzenlenmekte, uluslararası organizasyonlarda ülkemizi temsil etmektedir. Bu kapsamda dünyanın farklı ülkelerinde yılda 1000’den fazla kültür sanat etkinliği gerçekleştirmektedir.⁸⁰

Türkiye’nin kamu diplomasisi alanında yurtdışında tanınmasında en önemli etkenlerden birisi de şüphesiz eğitim kurumlarıdır. Birçok ülke örneğinde olduğu gibi Türkiye de yurtdışında Milli Eğitim Bakanlığına bağlı okullar açmıştır. Ayrıca çeşitli sivil toplum kuruluşlarının açmış olduğu eğitim kurumları da bu manada önemli etkileşim unsurlarıdır. Yakın zamanda Türkiye’nin tecrübe etmiş olduğu Fetö örgütü, yurtdışında Türkçe ve Türk kültürünün suiistimal edilmesi olarak karşımıza çıkmış ve devletin bu alanı daha iyi değerlendirmesi ve kontrol etmesi zarureti ortaya koymuştur. Daha önce Milli Eğitim Bakanlığına bağlı okullarla sınırlı olan eğitim alanının sivil toplum tarafından da desteklenmesini sağlayacak şekilde Türkiye Maarif Vakfı kurulmuştur. Vakıf, Türkiye’nin uluslararası eğitimde dünyaya açılan kapısı konumundadır. 17.06.2016 tarihli 6721 sayılı Kanun ile kurulan Türkiye Maarif Vakfı, Milli Eğitim Bakanlığı dışında yurt dışında Türkiye Cumhuriyeti adına doğrudan eğitim kurumu açma yetkisine sahip tek kuruluştur.⁸¹ Çalışmalarına henüz 2016 yılında başlayan bu Vakfın Türkiye’nin eğitim alanında yurtdışındaki varlığını daha sistemli ve planlı bir şekilde kurgulayarak, Türkiye’nin açmış olduğu okullarda eğitim görmek isteyen öğrencilerin taleplerini karşılamayı hedeflemektedir.

Türkiye’nin kamu diplomasisi faaliyetlerini belli bir strateji ve plan dâhilinde yürütmek üzere 2010 yılında Başbakanlığa bağlı Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü ihdas edilmiştir. Bu Koordinatörlüğün görevi; “kamu diplomasisi

80 <http://yee.org.tr/tr/kurumsal/yunus-emre-enstitusu>; erişim: 17.12.2018

81 <https://turkiyemaarif.org/page/30-turkiye-maarif-vakfi-12>; erişim: 17.12.2018

alanında yürütülecek çalışmalar ile stratejik iletişim ve tanıtım faaliyetleri konusunda kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum örgütleri arasında işbirliği ve koordinasyonu sağlamaktır” ifadeleri ile Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü’nün kuruluş genelgesinde belirtilmiştir.⁸² Koordinatörlük çeşitli çalışmalar yaparak, Türkiye’de kamu diplomasisi olgusunun yerleşmesi ve bu alanda bir farkındalık oluşması noktasında önemli katkılar sunmuştur. Bu alanda panel ve toplantılar düzenlenmesi, yabancı heyetlerin ağırlanması gibi faaliyetler gerçekleştirmiştir. Ancak, yapısı ve imkânları itibarıyla tüm kamu diplomasisi faaliyetlerini koordine edebilecek bir görev icra edebildiğini ifade etmek güçtür. Genelge ile ihdas edilmiş bir koordinatörlük mahiyetinde olması, özel bir bütçesi ve insan kaynağı olmaması gibi etkenler, beklenen koordinasyon görevini yerine getirmesini engellemiştir. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçilmesiyle birlikte bu Koordinatörlüğün görevleri Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığınca yürütülmektedir.

24 Temmuz 2018 Tarih ve 30488 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 14 numaralı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile kurulmuş olan Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığının misyonu “Ulusal ve uluslararası medyayı yakından izleyerek kamuoyunu ve ilgili makamları zamanında ve doğru bilgilerle aydınlatmak, hükümet faaliyetlerini ve yapılan hizmetleri iç ve dış kamuoyuna etkin bir biçimde anlatmak; basın mensuplarının çalışmalarının kolaylaştırılmasına ve basının gelişimine katkıda bulunmak; Ülkemizin tanıtılmasına yönelik faaliyetlerde bulunarak ilgili kurumlarla koordineli şekilde iletişim stratejilerini oluşturmaktır” şeklinde tanımlanmaktadır. Kurumun vizyonunda ise “Dünyada gerçekçi bir Türkiye algısının yerleşmesi” hedefi zikredilmektedir.⁸³

Türkiyenin kamu diplomasisi faaliyetlerinde en önemli araçlardan birisi de şüphesiz sivil toplum kuruluşlarıdır. İHH, Deniz Feneri vb. birçok sivil toplum kuruluşu dünya genelinde yaptıkları insani yardımlarla Türkiyenin tanıtımında ve kamu diplomasisinin nihai hedefi olan gönüllerin kazanılmasına önemli katkılar sunmaktadırlar. Ayrıca, AFAD, Kızılay, Diyanet Vakfı gibi kurumlar da son dönemde Türkiye’nin dünya genelinde adını duyurmakta insani yardımlar kapsamında yaptıkları çalışmalarla Türkiye’nin imajına olumlu katkılar sunmaktadırlar.

Yukarıda da değinildiği gibi, Küresel İnsani Yardım Raporuna göre 2017 yılında Türkiye 8,07 milyar ABD Doları insani yardım miktarıyla birinci sırada yer almıştır. Ülkemizi ABD (6,68 milyar ABD Doları), Almanya (2,99 milyar ABD Doları), Birleşik Krallık (2,52 milyar ABD Doları) ve Avrupa Birliği (2,24 milyar ABD Doları) takip etmiştir. Raporda, insani yardımların milli gelire oranı

82 <https://kdk.gov.tr/faaliyetler/kdk-genelgesi/5>; erişim: 22.01.2018

83 T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. <http://iletisim.gov.tr/turkce/hakkinda#collapse4#collapse4>; erişim: 22.12.2018

temelinde yapılan sıralamada da Türkiye yüzde 0,85 ile birinci sırayı almış ve dünyanın “en cömert ülkesi” ünvanını korumuştur.⁸⁴

Son dönemde TRT Avaz, TRT Türk, TRT World gibi uluslararası izleyicilere hitap eden kanallarıyla TRT; 10’dan fazla dilde yaptığı yayınlarla Anadolu Ajansı, Türk kamu diplomasisinin etkin unsurları halini almıştır. SETA gibi düşünce kuruluşları da yaptıkları araştırmalar ve uluslararası yayınlarla Türkiye’nin tezlerinin uluslararası alanda savunulması noktasında önemli bir boşluğu doldurmaya başlamış durumdadır. Zira TASAM bünyesinde kurulan Kamu Diplomasisi Enstitüsü de bu alanda ilk olma özelliği taşımaktadır.

Özetle ifade etmek gerekirse; birçok sivil toplum örgütünün yanında, Dışişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı, Yunus Emre Vakfı, Maarif Vakfı, AFAD, Kızılay, TRT, Anadolu Ajansı gibi kurum ve kuruluşlar kamu diplomasisi faaliyetleri açısından zengin imkânlar sunmaktadır. Burada, her geçen gün uluslararası alana daha fazla açılan ve akademik işbirlikleri ve öğrenci değişimleriyle Türkiye’nin farklı bir yumuşak gücü haline gelmeye başlayan Üniversiteleri de kamu diplomasisi aktörleri arasında saymamız gerekmektedir. Ayrıca, özellikle Balkanlar başta olmak üzere, dünyanın farklı şehirlerinde sosyal ve kültürel faaliyetler yürüten, kardeş şehir projeleri ile muhatap ülke toplumları nezdinde Türkiye’nin tanıtımına önemli katkılar sağlayan Belediyeler de bu alanda önemli bir yere sahiptir.

Sonuç ve Öneriler

Kamu diplomasisi yeni bir siyasal iletişim stratejisi olarak klasik diplomasi kadar önem kazanmış durumdadır. Bütün gelişmiş ülkelerin buna verdiği önem ve enformasyon çağının gereklilikleri bu alanın popüleritesini her geçen gün artırmakta ve dış politika için vazgeçilmez bir unsur haline getirmektedir. Bu durum diplomaside bir dönüşüm süreci olarak da nitelendirilebilir.

Türkiye bu alanı biraz geç önemsemiş olsa da, tarihten gelen tecrübesi, bu alandaki potansiyeli ve yukarıda saymış olduğumuz aktörleri ile gecikmişliğini telafi edebilecek bir kapasiteye sahiptir. Son 15 yılda katedilen mesafe de bunu açıkça göstermektedir. Çok kültürlü toplum geleneğinin vermiş olduğu tarihi tecrübesi ve birikimi Türkiye’nin bu alandaki en önemli avantajıdır. Ayrıca, kültürümüzü önemli bir parçası olan, yabancı olanı önceleme ve memnun etme geleneği kamu diplomasisinde doğal bir yöntem olarak Türkiye’nin bu sahada yolunu açmaktadır. Bu imkân ve avantajlar Türkiye’nin propaganda yöntemlerine ihtiyaç

84 Dışişleri Bakanlığı: http://www.mfa.gov.tr/no_-171_-insani-yardimlarimiz-hk.tr.mfa; erişim: 17.12.2018

duymaksızın, saf kültür tanıtımıyla kamu diplomasi alanında başarılı olmasını sağlamaktadır.

Son dönemlerde devlet ile toplum arasındaki yakınlığın artması, sivil toplum kuruluşlarının devlet ile daha yakın koordinasyon içinde olmalarını sağlamıştır. Bu durum, yurtdışında faaliyet yürüten sivil toplum kuruluşlarının imkânlarının, kamu diplomasisi alanında bir fırsat olarak değerlendirilmesini beraberinde getirmiştir. Bu yolla hem resmi hem de sivil araçlar üzerinden kamu diplomasisi yürütme kapasitesi artmış durumdadır. Son 15 yıl içerisinde kamu diplomasisi görevi icra eden kurumların, uluslararası faaliyet yapabilecek kapasiteye ulaştırılmış olması ve Yunus Emre Vakfı, Maarif Vakfı gibi ihtiyaç duyulan yenilerinin de bu aktörler arasına eklenmiş olması, şüphesiz Türkiye'nin dezavantajlı durumunu ortadan kaldırmıştır.

Ancak bu çalışmaların belli bir strateji doğrultusunda ve bir bütünlük içerisinde yapılması noktasında bazı eksiklikler bulunmaktadır. Günümüzde insani yardımlardan, sosyal sorumluluk projeleri ve kültürel etkinliklere kadar birçok faaliyet günlük dış politikamıza endekslı halde ilerlemektedir. Bu, doğal olmakla beraber kısa vadede bir sorun da değildir. Fakat uzun vadede, kurumlar açısından faaliyet kısırlığına ve körlüğe sebep olma riski barındırmaktadır. Sürekli aktif gündemin takip edilmesi, hazır projelerin uygulanması sonucunu doğurmakta ve kurumların strateji geliştirme gereksinimini/dinamizmini azaltmaktadır. Bu durum uzun vadede rutin faaliyetlere, önceliklerin ihmal edilmesine, en önemlisi ise kamu diplomasisinde zaruri olan “süreklilik” ve “imaj güncelleme” gibi unsurların gözden kaçırılmasına sebep olabilecektir. Bu duruma düşülmemesi için elzem olan ise kamu diplomasisi literatüründe “dinleme” olarak tanımlanan saha ve hedef kitle analizi yöntemidir. Dinleme, hedef topluma hitap edecek, çatışma alanlarından uzak, ortak noktaları ve yapıcı unsurları öne çıkaran yeni politikalar oluşturulması için önemlidir.

Kamu diplomasisi alanında yapılan faaliyetlerin belirli stratejiler doğrultusunda ve sağlıklı bir koordinasyon zemininde yapılması verimliliği artıracaktır. Yapılan çalışmaların sonuçlarının ölçülebilir olması için bazı adımların atılması da önemli diğer bir konudur. Her ne kadar kamu diplomasisi çalışmaları, sonuçları uzun vadede alınabilecek faaliyetler olsada, günlük iletişim, stratejik iletişim gibi kamu diplomasisinin ölçülebilir boyutları üzerinden, muhatap komuoylarının tepkileri bağlamında sonuçlarının takip edilmesi yararlı olacaktır.

Kamu diplomasisinde stratejik planlama ile kastedileni özetle ifade etmek gerekirse; hedef kitle analizi, ülke ve bölge önceliklerinin belirlenmesi, uygulamada paydaşların koordinasyonu ve sonuçların takibi olarak sıralanabilir. Türkiye'nin

kamu diplomasisi faaliyetlerinde verimliliğin ve sürekliliğin sağlanması için bu planlamaya ihtiyaç duyulduğu değerlendirilmektedir.

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçilmesi sürecinde kamu diplomasisi faaliyetlerinin koordinasyonuna duyulan ihtiyacın gözetildiği ve bazı tedbirler alındığı anlaşılmaktadır. Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Yunus Erme Vakfı gibi kültürel diplomasi alanına hizmet eden kurumların Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde toplanması beklenen koordinasyon ve verimlilik için bir fırsat sunmaktadır.

Ayrıca, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü lağvedilerek Cumhurbaşkanlığına doğrudan bağlı bir İletişim Başkanlığı oluşturulması ve Anadolu Ajansı, TRT gibi kurumların sözkonusu Başkanlıkla ilişkili olarak faaliyetlerini sürdürmesi, Kamu diplomasisi faaliyetlerinde hem iç kamuoyu hem de dış kamuoyuna yönelik ortak bir stratejiyle hareket edilmesi ve söylem birliğinin sağlanması fırsatını sunacaktır.

Medya alanında faaliyet yürüten basın yayın kurumları, kültürel diplomasi kurumları, insanı yardım faaliyetleri kapsamında çalışmalar yapan kurumlar, sivil toplum kuruluşları gibi çok farklı alanlarda faaliyet gösteren kamu diplomasisi kurumlarının ortak bir söylem ve yöntem birliğine kavuşması, hedeflenen Türkiye markası oluşumu için zaruridir. Burada üniversiteler ve yerel yönetimleri de bu kapsamda değerlendirmek gerekmektedir. Yerel yönetimler ve Üniversiteler kamu diplomasisi alanında önemli aktörlerdendir.

Tüm kurumların gerçekleştireceği kamu diplomasisi faaliyetleri şüphesiz bu alanda atılmış artı bir adım olarak olumlu değerlendirilmelidir. Ancak, sahada oluşturacağı etkinin istenen olumlu sonuçlara dönüşebilmesi için, yapılan her bir faaliyetin birbirini tekrarlayan veya nötürleyen mahiyette olmaması, birbirini tamamlayan, pekiştiren ve imaj oluşturmada sürekliliği sağlayacak bir bütünlük içinde yapılması gerekmektedir. Bu nedenlerle yapılan faaliyetlerde, ülke ve bölge hassasiyetleri dikkate alınarak öncelikler ve stratejiler belirlenmesi, hangi kurumun hangi alanlarda ve hangi önceliklerle hareket edeceğine dair teamüllerin oluşturulması yararlı olacaktır. Faaliyetlerde tekrara düşülmemesi, enerji, zaman ve bütçe kayıplarının önlenmesi ve verimliliğin artırılması için yakın koordinasyon gereklidir. Bu bağlamda kamu diplomasisi alanında faaliyet yürüten kurumların belli aralıklarda bir araya gelmeleri ve birkaç aylık gündemlerini birbirleriyle paylaşmaları dahi önemli bir adım olacaktır. Bu sayede kurumların birbirlerini tekrar etme ihtimalleri ortadan kalkacağı gibi işbirliği imkânları da artacaktır.

Kaynaklar:

Kitap ve Makaleler:

- AKGÖNENÇ, Oya. "Dış Politikada Diplomasinin Rolü, Önemi ve Metotları", *Jeopolitik*, Ankara, Ekim 2009
- AKGÜN, Birol. "Türk Dış Politikası ve Uluslararası Örgütler", *Akademik ORTA DOĞU*, Cilt 3, S. 2, 2009
- AKÇADAĞ, Emine. "Dünya'da ve Türkiye'de Kamu Diplomasisi", TASAM Kamu Diplomasisi Enstitüsü, <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler>; erişim: 30.12.2017.
- AYDOĞAN, Bekir ve Hakan Aydın. "Güç Kavramı, Kamu Diplomasisi ve Güvenlik", *Ekopolitik*, Raporo: 11-02, Haziran 2011
- BOSTANCI, Meltem. "Stratejik Bir İletişim Aracı Olarak Kamu Diplomasisi - Kamu Diplomasisinde Medyanın Rolü ve Önemi", Anahtar Kitaplar, İstanbul, 2012
- EFEĞİL, Ertan. "Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi", Kamu Diplomasisi Enstitüsü, <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler/makaleler/94-tuerk-di-politkasi-ve-kamu-diplomass>; erişim: 21.01.2018.
- EREN, Erdem. "Sivil Toplumun Kamu Diplomasisi İnşasındaki Rolü", *Ekonomi, Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 2017, S. 2, s. 36-49.
- GÖKIRMAK, Mert. Küreselleşen Dünyada Diplomasisi: Kamu Diplomasisi, Tasam, 2012. <http://www.kamudiplomasisi.org/ana-sayfa/44-makaleler/124-kuereselleen-duenyada-diplomasi-kamu-diplomasisi-.pdf>; erişim: 03.01.2019
- HASANOĞLU, İbrahim. "Propaganda, Lobicilik ve Kamu Diplomasisi", Akademik Perspektif Enstitüsü, 2014, <http://akademikperspektif.com/2014/04/27/propaganda-lobicilik-ve-kamu-diplomasisi>; erişim: 09.01.2018.
- KALIN, İbrahim. "Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi" T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, <https://kdk.gov.tr/sag/kamu-diplomasisine-bakis/20>; erişim: 07.01.2018
- KALIN, İbrahim (ed.). *2000'li Yıllar: Türkiye'de Dış Politika*, Meydan Yayıncılık, İstanbul, 2011.
- KARADAĞ, Haluk. *Bir Dış Politika Tekniği Olarak Kamu Diplomasisi: Karar Verem Sürecine Etkisi*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, Doktora Tezi, 2012.
- KÖKSOY, Ergün. Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler İlişkisi: Kuramsal Bir Değerlendirme. *Marmara İletişim Dergisi*, Yıl 2014, Sayı 22, s. 211-231.
- MANHEİM, Jarol. "Talking Points for Meeting with Staff of Senate Foreign Relations Committee", 2001. İçinde: Christopher, Ross. *Public Diplomacy Comes of Age*, The Washington Quarterly, printemps, 2002.
- MARK, Leonard. *Public Diplomacy*, Foreign Policy Center, London, 2002.
- NYE, Joseph. *Yumuşak Güç*, Elips Kitap, Ankara, 2005
- ÖZKAN, Abdülkadir. *21. Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi İmkânları*, Rapor no:70, Tasam Yayınları, 2015

- ÖZTÜRK, Tuğçe. “Dış Politikadaki Etkin Unsur: Kamu Diplomasisi ve Türkiye’nin Kamu Diplomasisi Etkinliği”, Kamu Diplomasisi Enstitüsü, 2009, <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/tugceersoyozturk.pdf>; erişim: 08.01.2018.
- TUCH, Hans N. *Communicating With the World: U.S. Public Diplomacy Overseas*, St.Martin’s Press, New York, 1990.
- YALÇINKAYA Ahmet ve Yeşim Özgen (ed). *Kamu Diplomasisi*, Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2013.
- YAĞMURLU, Aslı. “Halkla ilişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi”, Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 2007, Sayı: 5(1) s. 9-38.

Yararlanılan İnternet Sayfaları:

- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı: www.iletisim.gov.tr
Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü: www.kdk.gov.tr
Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı TİKA: www.tika.gov.tr
Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı: www.ytb.gov.tr
Basın Yayın Enforasyon Genel Müdürlüğü: www.byegm.gov.tr
Dışişleri Bakanlığı: www.mfa.gov.tr
Yunus Emre Vakfı: www.yee.or.tr
Türkiye Maarif Vakfı: www.turkiyemaarif.org
TÜRKSOY Genel Sekreterliği: www.turksoy.org.tr
Uluslararası Öğrenci Dereklere Federasyonu www.udef.org.tr
A.B.D. Başkanlık Kütüphanesi: www.reaganlibrary.gov
Kamu Diplomasisi Enstitüsü: www.kamudiplomasisi.org
Amerika’nın Sesi: www.amerikaninsesi.com