

TÜRKİYE' NİN MEVCUT ULUSLARARASI SORUNLARI KARŞISINDA UYGULADIĞI “KAMU DİPLOMASİ”Sİ FAALİYETLERİ

Uğur ÖZGÖKER*

Özet

Günümüzde propaganda faaliyetleri kamu diplomasisinin bir parçası haline gelmiş ve dönüştürülmüştür. Artık dünyada pragmatik politikalar hâkim olduğundan kamu diplomasisinin biçim ve yöntemleri değişmiştir. Bu makalede 2020 yılı itibari ile dünyada kamu diplomasi faaliyetlerini pragmatist bir temele oturtulduğu iddia edilmektedir. Günümüzde kamu diplomasisi faaliyetleri sadece diplomatları değil çeşitli aktörlerce de icra edilmektedir. Uluslararası politikada, devletlerin ilişkilerinde önemli katkılar yapmaktadır. Bu çalışmada kamu diplomasisi kavramının ilişkili olduğu diğer kavramlarla farklı yönleri ele alınmış ve Türkiye'nin kamu diplomasisi uygulamaları değerlendirilmiştir. Makalede özeld Türkiye'nin izlediği kamu diplomasisi faaliyetlerinin bu pragmatist temelden etkilendiği ve kamu diplomasisi faaliyetlerini bu şekilde yürüttüğü varsayılmaktadır. Bu iddiayı ispatlamak için özellikle son yıllarda Türk diplomasisinin izlediği dış politikalar ele alınmıştır. Bu bağlamda Türkiye'de uluslararası sorunlar karşısında Kamu Diplomasisi alanında faaliyetlerinin artmış olduğu görülmektedir. Türkiye'nin bu faaliyetlere girmekte geç kaldığı anlaşılmaktadır. Sonuçta Türkiye'de kamu diplomasisi stratejisinin oluşturulması ve bunun bir devlet politikası olarak uygulanmasının zaman alacağı değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Diplomasi, kamu diplomasisi, lobcilik, propaganda

*Prof. Dr., İstanbul Arel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü (İngilizce)

TURKEY PUBLIC DIPLOMACY OF OPERATIONS AGAINST INTERNATIONAL ISSUES

Uğur ÖZGÖKER*

Abstract

Today, propaganda activities have become a part of public diplomacy and have been transformed. Since pragmatic policies prevail in the world, the forms and methods of public diplomacy have changed. In this article, it is claimed that as of 2020, public diplomacy activities in the world are based on a pragmatist basis. Today, public diplomacy activities are carried out not only by diplomats but also by various actors. It makes important contributions to the relations of states in international politics. This study dealt with different aspects of the concept of public diplomacy is associated with other concepts and practices in Turkey's public diplomacy was evaluated. This pragmatic basis are affected by the activities of public diplomacy and public diplomacy activities that follow Turkey's special article assumes that walked in this way. In order to prove this claim, especially the foreign policies followed by Turkish diplomacy in recent years have been discussed. In this context, it is seen that Turkey has increased its activities in the field of public diplomacy in the face of international issues. It is understood that Turkey's late to engage in these activities. After all, Turkey in public diplomacy strategy creation and implementation will take time as it is considered a state policy.

Keywords: *Diplomacy, lobbying, propaganda, public diplomacy*

*Prof. Dr., İstanbul Arel University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of International Relations (English).

TÜRKİYE' NİN MEVCUT ULUSLARARASI SORUNLARI KARŞISINDA UYGULADIĞI “KAMU DİPLOMASİ”Sİ FAALİYETLERİ

GİRİŞ

Günümüzde propaganda faaliyetleri kamu diplomasisinin bir parçası haline gelmiş ve dönüştürülmüştür. Artık dünyada pragmatik politikalar hâkim olduğundan kamu diplomasisin biçim ve yöntemleri değişmiştir. Bu makalede 2020 yılı itibari ile dünyada kamu diplomasi faaliyetlerini pragmatist bir temele oturtulduğu iddia edilmektedir. Makalede özelde Türkiye'nin izlediği kamu diplomasisi faaliyetlerinin bu pragmatist temelden etkilendiği ve kamu diplomasisi faaliyetlerini bu şekilde yürüttüğü varsayılmaktadır. Bu iddiayı ispatlamak için özellikle son yıllarda Türk diplomasisinin izlediği dış politikalar ele alınmıştır. Günümüzde resmi siyasi ilişkilerin artık ulusal hükümetlerden ziyade liderler ile yapıldığı görülmektedir. Devlet düzeyindeki geleneksel diplomasiden halk ile vatandaş arasında doğrudan demokrasi sürecine geçilmiştir. Kamu diplomasisi ile bir ulus diğer ulusa politikalarını dikte ettirmek için bir çabadır. Böylece kamu diplomasisi faaliyetleri bir devletin düşüncelerini ve kültürünü hedeflerine erişmek amacıyla başka devletlere anlatma amacı taşıyan bir iletişim süreci olarak karşımıza çıkmaktadır.

İki dünya savaşı sonuçlarından bir tanesi giderek önem kazanan küreselleşme sürecidir. Bu sürecin getirdiği sonuçlardan olan kamu diplomasisi kavramı dünya gündemine yerleşmesidir. Böylece devletler savaşmadan uluslararası ilişkiler sürecini yönetme imkanını elde etmişlerdir. Çünkü savaşlar hem maddi kayba ve hem de insan gücünün kolayca ortadan kaldırılmasına neden olmuştur. Devletler artık sert güçle sorunlarını çözmek istememekte ve yumuşak bir güç olan kamu diplomasisi yöntemleriyle sorunları çözmeye başlamışlardır. Karşılıklı rıza ve ikna etmeye dayalı bu süreç, daha akla uygun ve maddi, manevi ve ekonomik kayıpları önleyen bir sistemdir. İkinci Dünya Savaşı ve öncesinde liderlerin insanları etkilemek

için çeşitli propaganda yöntemlerinden faydalanmaları kamu diplomasisi yolunu açan önemli bir faktör olmuştur. Günümüzde kamu diplomasisi faaliyetleri ABD'den Avrupa'ya kadar etkili bir uluslararası politika aracı olarak kullanılmaktadır. Türkiye'de yumuşak bir güç olan kamu diplomasisini uluslararası arenada sık olarak kullanmaktadır.

2. DİPLOMASİ ŞEKİLLERİ VE PROPAGANDA

2.1. Diplomasi Şekilleri

Değişik diplomasi şekilleri bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi arabuluculuk diplomasisi, anlaşmazlığa düşen iki veya daha fazla devlet arasındaki tarafsız olan bir arabulucu devletin sorunu veya sorunları çözmek amacıyla devreye girmesidir. Çok taraflı diplomasi ise üç ve üzeri devletlerin dahil olduğu uluslararası ilişkiler yoluyla çok taraflı diplomasiyi oluşturmaktadır.

İkinci diplomasi şekli ikili diplomasi'dir. İki devlet arasında sürdürülen, bu devletlere ait temsilcilerin düzeyi fark etmeksizin her türlü temas ikili diplomasi şeklini oluşturmaktadır. Başka bir ülkede büyükelçiliği bulunan devletler, o ülke ile sürekli olarak ikili diplomasi ilişkisi içerisinde. Buna dostça girişim adı da verilmektedir (Kaya, 2017:155).

Kamu diplomasisi ise bir devletin, diğer ülkelerin vatandaşlarına yönelik yürüttüğü ilişkilere konu olan her türlü diplomatik faaliyetlerdir. Kamu diplomasisinde ülkeyi temsil eden taraf resmi bir kurum olabilirken, bu faaliyetler o ülkenin sanatçısı, o ülkedeki bir sivil toplum kuruluşu, üniversite veya iş adamı veya şirket de olabilmektedir. Uluslararası olimpiyatlar, festivaller ve sanatsal faaliyetler kamu diplomasisine örnek gösterilebilir (Akçadağ, 2017:1). Bu diplomasi türü geleneksel diplomasiden yöntem ve kullandığı araçlar bakımından farklı olsa da yeni bir kavram değildir. Propaganda, imaj oluşturma ve ulus markalama gibi faaliyetler antik çağlara kadar uzanmaktadır (Yılmaz ve Kılıçoğlu, 2017:47).

Kamu diplomasisi dış politikada karar alma sürecinde halkların da etkili olduğu ve başka ülkelerin halklarına yönelik olarak devletin uyguladığı diplomatik faaliyetlerin, hedef ülkenin dış politikasını da etkileyeceği varsayımından hareketle ortaya çıkmıştır. Kamu diplomasisi, en net tanımlamayla bir hükümetin başka bir devletin halkını ve aydınlarını, bir devletin politikalarını kendi avantajına döndürmek amacıyla etkilemeye çalışması olarak da tanımlanabilir. Dolayısıyla kamu diplomasisi faaliyetleri "devletten halka" ve "halktan halka" iletişim olmak iki şekilde tanımlanabilmektedir. Devlet ile halk eksenindeki faaliyetlerde, devletin izlediği politikalarda, icra ettiği faaliyetler ve açılımlarda resmî araçlar ve kanalları kullanılmaktadır. Halktan halka doğrudan iletişim faaliyetlerinde ise STK'lar, kamuoyu araştırma merkezleri, basın, kanaat önderleri, üniversiteler, değişim programları dernek ve vakıflar gibi devlet dışı sivil araçlar kullanılmaktadır (Önal, 2019:47). Kamu diplomasisi politikalarını halka duyurmak ve bunların uygulanmasını sağlamak üzere medyadan azami ölçüde yararlanılmaktadır. Günümüzde bunlar internet ve sosyal medya uygulamaları yoluyla daha etkin bir biçimde yapılmaktadır.

Sivil diplomasi ise taraf devletlerin resmi olmayan temsilcileri arasında bireysel olarak yürütülen diplomatik faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Sivil toplum örgütleri aracılığıyla gerçekleştirilen bu faaliyetler sonucu alınan kararlar artık devlet adamları ve politikacıların tek başlarına verdikleri kararlar olmaktan çıkmış ve geniş kitlelerin etkide buldukları bir boyut kazanmıştır (Gökırmak, 2012:1).

Zirve diplomasisi günümüzde devlet başkanları, başbakanlar gibi devletlerin en üst düzeyindeki etkili kişileri tarafından yapılmaktadır. Bu diplomasi türünün en iyi yanı görüşmelerde en üst düzey temsilcilerin katılması ve genellikle çözüme odaklı hareket edilmesinden kaynaklanmaktadır (Kılıçarslan, 2019:93).

2.2. Kamu Diplomasisinin Lobicilikle Olan İlişkisi

Lobi yapanlar toplumsal çıkar yerine kendi gruplarının çıkarları için çaba göstermektedirler. Bu gibi grupların kuruluş amacı da toplumsal zenginliğe katkıda bulunmak değil, kendi mensuplarına özel çıkar sağlamaktır. Fakat her baskı grubunun sadece kendi özel çıkarı için lobi faaliyetinde bulunduğu söylenemez, ABD ve AB' de bazı lobi gruplarının milli ve toplumsal konularda da zaman zaman faaliyetlerde bulunmaktadır (Aslan, 2009:1). Ancak bu istisnai bir durumdur. Genel olarak özel şahsi ve grup menfaatleri için ticari faaliyetlerde bulunurlar. Bu nedenle lobcilik kamu diplomasisinden ayrılmaktadır.

2.3. Kamu Diplomasisinin Halkla İlişkiler ile İlişkisi

Kamu diplomasisi kavramı insanlar arasında ilişki kurma biçimi olarak kabul edilmekte ve doğrudan bir ilişki tarzı olarak değerlendirilmektedir. Doğrudan devlet başkanları ve kamu yöneticileri ile ilişki kurma tarzı anlaşmazlıkların ve sorunların hızlı bir şekilde çözülmesi amacını taşımaktadır. Kamu diplomasisi yıllarca özellikle ABD tarafından yabancı halkların etkilenmesi amacıyla soğuk savaş döneminde kullanılmıştır. Bu amaçla Sovyetler Birliği'ni kötü ve olumsuz bir yapılanma, devamlı insan haklarına karşı uygulamalar yapan bir ülke biçiminde gösterilmiştir. Bu uygulamalar zamanla hükümetler için yumuşak güç anlamına gelen kamu diplomasisi, sert güç olarak ifade edilen askeri ve ekonomik güçlerin yerini almış, daha örtük bir hal alarak değer ve kültür üzerinden insanların hem akıllarına ve hem de kalplerine seslenen bir araca dönüştürülmüştür. Kullandığı mekanizmalar sivil toplum kuruluşları, hükümet dışı kurumlar, kültürel örgütler, üniversiteler, diasporalar, baskı grupları, lobi ve özel şirketler ile medya ve iletişim örgütleri üzerindedir (Köksoy, 2014:213).

Halkla İlişkiler (PR) ise, daha çok bir ülkenin kendi içinde kendi vatandaşlarına karşı gerek kamunun gerek kamu kuruluşu mahiyetindeki meslek teşekküllerinin gerekse özel teşebbüslerin yaptığı bilgilendirme, yönlendirme ve olumlu imaj yaratma faaliyetleridir. Bu bakımdan Kamu

diplomasisi ve Halkla İlişkiler birbirinden ayrılmaktadırlar. 1950lerin başında ABD de uygulanmaya başlayan ve etik kurallar ve objektif metinler çerçevesinde yürütülen PR faaliyetleri günümüzde iktisadi ve siyasi alanda değişen ve dönüşen güçlerin çıkarları doğrultusunda medya organlarını subjektif gündemlerle reklam ve propaganda araçlarına dönüştürmüştür. Açık bir propaganda aracına dönüştürülen medya, ifade ve düşünce özgürlüğünü sağlamamakta, tam tersine belli grup ve çevrelerin haklarını ve menfaatlerini gözetmektedir (Çelik, 2018:137).

2.4. Kamu Diplomasisi Propaganda

Propaganda uygulanan kuruluşça diğer kişi veya kuruluşların hareket tarzlarını kendi çıkarları için etkilemeye yönelik tek yönlü bir uygulamadır. Propagandanın en temel hedefi insanların düşüncelerini her türlü imkândan yararlanarak etkilemektir. Bu yapılırken kişinin serbest iradesini kullanarak bir karara varması faaliyeti büyük ölçüde etkilenirken, bireye verilmesi istenilen düşünce şekli otomatik olarak bilinçaltına yerleştirilmektedir (Göksel, 1990:41).

Siyasal bilimci Domenach'ın yazdığı "Politika ve Propaganda" kitabında propagandayı siyasal şekliyle ele almıştır. "Propaganda, toplumun görüş ve davranışını, kişilerin belirli bir görüşü, belirli bir davranışı benimsemelerini sağlayacak biçimde etkileme çabasıdır." Domenach'a göre propaganda, kitle için kullanılan elverişli bir dildir; radyo, basın, sinema yoluyla kitleye ulaştırılan sözler ya da daha başka simgeler kullanılarak icra edilmektedir. Propagandacının amacı, propagandanın kapsamına alman, birer propaganda konusu olan noktalarda, kitlelerin tutumunu etkilemektir (Domenach, 1961:11).

1930'larda Hitler ve Stalin propagandayı etkili bir biçimde kullanmışlardır. Hitler, Leninci propaganda anlayışını bozup değiştirmiştir. Propagandayı tüm amaçlarının gerçekleşmesi için tek bir silaha dönüştürmüştür. Lenin'in parolaları, sonunda içgüdülere, temel mitoslara bağlansalar bile, akla uygun bir temele dayanmışlardır. Ama Hitler,

bağnazlaşmış bir kalabalık önünde, kan ve ırk üzerine çığlıklar atarken, bu kalabalığın ta derinlerindeki kin ve kudret isteğini kışkırtmaktan başka bir şey düşünmemiştir (Domenach, 1961: 11).

Propaganda psikoloji biliminden çok fazla şey almıştır. Propaganda yöntemlerinde çoğu kez psikoloji teknikleri kullanılmaktadır. Duygusal sözcüklerin kullanılması, bir şeyin tekrar tekrar pekiştirilmesi ile birtakım davranışların değiştirilmesi ve propagandacının hedefi doğrultusunda insanların sevk edilmesi söz konusudur (Domenach, 1961:11). Kitleye aktarılan mesajların insanlar tarafından kabul edilmesi gerekmektedir. Propagandacının bunu etkili ve onları inandırabilecek bir şekilde yapması şarttır.

Propaganda üzerinde tartışmaları başlatan düşünürlerin başında Sergei Tchakotingelmektedir. Tchakotin, Almanya'daki Nazi propagandasının yapıldığı dönemde yaşamış ve bu döneme ait gözlemlerini "Siyasal Propaganda ile Kitlelerin Aldatılması" adlı kitabında açıklamıştır. Bu kitapta insanların şimdiye dek tarihte görülmemiş bir biçimde yanıltabilmesinin mekanizmasını açıklamaktadır (Özkök, 1985: 239-340). Tchakotin kitabında, Nazi propagandasının başarısını Ivan Petrovich Pavlov'un koşullanmış refleksler kuramının bir yorumuyla aydınlatmaktadır (Domenach, 1961:11-12).

Propaganda yöntemlerinin günümüzde siyasete uygulanması ile siyasal reklamcılık biçimleri ortaya çıkmıştır. Bu propaganda şekilleri 1930'larda olduğu gibi doğrudan ve kaba olarak değil hissettirilmeden yapılmaya başlanmıştır. Batıda siyasal reklamcılık olarak ifade edilen ve reklam türü propaganda olan bu faaliyetler az ya da çok aralıklı kampanyalarla sınırlandırılmaktadır. Propaganda daha çok siyasal amaçlar için yapılırken reklamlar ticari bir ürünün tanıtılması, benimsetilmesi ve satışının yapılması amacını taşımaktadır

KAMU DİPLOMASİSİNDE TANITIM VE REKLAM FAALİYETLERİ

Kamu diplomasisi propaganda, imaj geliştirilmesi ve ulus markalama gibi Antik Yunan döneminden beri uygulanan faaliyetleri kapsamaktadır. ABD, soğuk savaş döneminde; ABD'nin Rock'n Roll, Hollywood filmleri, Mc Donalds, Pizza Hut, Blue Jeans, Convers ve Coca Cola gibi ürün ve markalarını sosyalist ülkelere kendi yaşam tarzını sızdırmak ve sosyalist ülkelerin vatandaşlarını özendirmek için reklam faaliyetleri aracılığı ile çok başarılı şekilde kullanmıştır. Böylece sosyalist ülkelerin vatandaşlarının kendi ülkelerin yönetimlerine karşı kapitalist dünyanın (Batının) ürünlerinin tedariki amacıyla karşı çıkmalarına, memnuniyetsizliklerini bildirmelerine ve nihai olarak sosyalist rejimlerin devrilerek ABD'nin başını çektiği “Liberal” ekonomik, siyasi ve sosyal yapıların sosyalist devlet sistemleri yerine uygulamaya konulmasına vesile olmuştur. Kamu diplomasisi, karşılıklı anlayış yoluyla ülkelerin imajını ve saygınlığını arttırmayı amaçlar. Güven, saygınlık ve itibarı artan ülke de uluslararası kamuoyu nezdinde daha çok sözü geçen ve cazibe merkezi haline gelen bir ülke olacağı değerlendirilmektedir. Devletler açısından kamu diplomasisinin önemli bir konu haline gelmesinin temel nedenlerinden bir tanesi de devletlerin karar alma uygulamalarının kamuoylarına daha bağımlı hâle gelmesidir (Önal, 2019:47).

Devletlerin kamu diplomasisinin üç boyutunu göz önüne almaları gerekmektedir. Dikkat etmelidirler. Bunlardan ilki günlük iletişimdir. İletişim kanallarının doğru ve etkin kullanılması gerekmektedir. İkincisi stratejik iletişim kapsamında hükümet politikalarına uygun kampanyalar yürütmek ve bunları yürütecek kurumlar oluşturmaktır. Üçüncüsü kalıcı ilişkilerin geliştirilmesidir. Burslar, değişim programları, eğitim, seminerler, konferanslar vb. araçlar buna yardım eder (Önal, 2019:48). Bütün bunlara dikkat edildiğinde kamu diplomasisi yumuşak bir güç haline gelir. Devletler bu yolla birbirlerine üstünlük sağlarlar veya mevcut olan düzeni sürdürebilirler.

Bunun yanı sıra bölgesel bir güç olmakla beraber dünyada da söz sahibi olmaya çalışan Türkiye'nin özellikle ilk kez TİKA1 ile 1992 yılında kamu

diplomasisi faaliyetlerine başlamıştır. Türk dünyası ile iletişime geçmeye başlayan Türkiye bu süreci 2010 yılında TC Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü ile geliştirmeye başlamıştır. TRT, Anadolu Ajansı ve Türk Hava Yolları² ile dünyaya açılmaya başlamış ve kamu diplomasisi faaliyetlerini bu şekilde sürdürmeye girişmiştir. Ayrıca Arap Baharı sürecinde üstlendiği rol ile Afrika'daki faaliyetleri Türkiye'yi Dünya'da daha çok tanınmasına yardım etmiş ve Dünya ölçeğinde sözünün dinlendiği bir ülke olmaya başlamıştır.

Türk dış politikasında mevcut uluslararası sorunlar karşısında yapılan kamu diplomasisi faaliyetleri Suriye'deki iç savaş sırasında yaptığı hareketler ülkenin iç güvenliğini sağlamak amacıyla yapılmıştır. Yine Irak'ta PKK varlığı Türkiye'ye bir tehdit oluşturduğu için devamlı surette kendini bu bölgede göstermiştir. Dağlık Karabağ sorununda Azerbaycan'da tarafında yer alarak Azerbaycan'ın zafer kazanmasına neden olmuş ve bölgede bir oyuncu olduğunu her ülkeye göstermiştir. Bunun sonucu olarak Fransa ve diğer AB ülkeleri ile ilişkisi bozulmuştur. Türkiye yine bu ortamda kamu diplomasisi faaliyetlerini sürdürmekte ve özellikle Rusya ile iyi ilişkiler kurmaya çalışmaktadır.

Türkiye ile Yunanistan arasında geçmişten bu yana birçok sorun mevcuttur. Ege Adaları, Patrikhane, Batı Trakya Türk azınlığı, Heybeliada ruhban okulu, Kıbrıs, FIR Hattı, Kıta sahanlığı, Kara suları, Doğu Akdeniz ve Ege Denizindeki hidro-karbon yataklarının paylaşılması gibi sorunlar günümüzde de devam etmektedir. Türkiye ile Yunanistan yıllardır bu sorunları rafa kaldırmışlardır. Türkiye güçlendikçe bunları gündeme getirmektedir. Örneğin Ege Adalarının silahlandırma sorunu 2020 yılının son aylarında gündeme gelmiş Türkiye bu doğrultuda Yunanistan'a nota vermiş ve Ege'de NAVTEX ilan etmiştir. Türkiye'nin artık "soft power" yani yumuşak güç unsurları ve başta Kamu Diplomasisini etkili kullanarak bu ağır siyasi, askeri ve ekonomik baskıları ortadan kaldırmaya çalışmaktadır.

Türkiye'de kamu diplomasisi faaliyetler kapsamında devlet organlarının icra ettikleri uygulamalar bulunmaktadır. Türkiye Kamu

Diplomasisi anlayışını destekleyen kamu kurumları, Cumhurbaşkanlığı³, Dışişleri Bakanlığı⁴, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu⁵ (TRT), Kültür ve Turizm Bakanlığı⁶, Milli Eğitim Bakanlığı⁷, Avrupa Birliği Genel Sekreterliği (ABGS), Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı⁸, Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı (TİKA)⁹, İletişim Başkanlığı¹⁰, Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü (KDK)¹¹, Anadolu Ajansı¹² (AA), Türk Tanıtma Vakfı¹³, Yunus Emre Enstitüsü¹⁴ ve benzer faaliyetler yürüten diğer bağlı kuruluşlar olarak sıralanmıştır. Kızılay¹⁵, Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD)¹⁶, Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı¹⁷, Diyanet İşleri Başkanlığı¹⁸, vb. Bu kurumlara kamu diplomasisinin sivil tarafını oluşturan sivil toplum kuruluşları, insani yardım kuruluşları, özel eğitim kurumları, özel şirketler, kültür- sanat kurumları, medya ve basın kurumları, kanaat önderleri ve vatandaşlar da eklenmektedir. Bu kurumlar ve aktörler, Türkiye'nin uluslararası toplumla ilişkilerini kurarken Türkiye'nin uluslararası kamuoyu nezdindeki marka imajını da oluşturmaktadır.

Türkiye'de kamu diplomasi anlayışının yerleşmesi, kurumsal temsilinin ve koordinasyonun sağlanması amacıyla hali hazırda Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğüne bağlı olan Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü (KDK)¹⁹ 2010 yılında kurulmuş ve kuruluş amacı kamu diplomasisi konusunda görevli kurumlar arasında daha etkin bir koordinasyonun sağlanması yakın iş birliği ve hızlı karar alma süreçlerinin gerçekleştirilmesi olarak belirtilmiştir. Kamu Diplomasisi faaliyetleri Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından

3 www.tccb.gov.tr

4 www.mfa.gov.tr

5 www.trt.gov.tr

6 www.ktb.gov.tr

7 www.meb.gov.tr

8 www.ab.gov.tr

9 www.tika.gov.tr

10 www.iletisim.gov.tr

11 www.kdk.gov.tr

12 www.aa.gov.tr

13 www.tutav.org.tr

14 www.yee.org.tr

15 www.kizilay.org.tr

16 www.afad.gov.tr

17 www.invest.gov.tr

18 www.diyamet.gov.tr

19 www.kdk.gov.tr

yürütülmektedir²⁰. Kurumun faaliyet kapsamında kamu diplomasisi ve dış politika konularında gençlerin bilgilendirilmesini amaçlayan üniversite programları, aralarında akıl insanlar ve uzman kişilerin bulunduğu, siyasal iletişim faaliyetleri olarak değerlendirilen toplantılar, paneller ve konferanslar, gazeteci heyetlerinin gezilerinin, medya bilgilendirmelerinin, kültürel ve tanıtım faaliyetlerinin yer aldığı medya tanıtım çalışmaları bulunmaktadır. Kurumun web sayfasında ağırlıklı olarak bu faaliyetler ile ilgili duyurular, bilgilendirmeler ve Türk dış politikası ve diğer kurumlarının uluslararası faaliyetleri ile ilgili haberler yer almaktadır²¹.

GENEL DEĞERLENDİRME, SONUÇ VE ÖNERİLER

İkinci Dünya Savaşı sonrasında propaganda uygulamalarından kamu diplomasisi olarak adlandırılan ulusal ve ulus arası ikna sürecine geçiş yaşanmıştır. Yumuşak güç olarak tanımlanan kamu diplomasisi ulusal boyutta politikaları uygulamak üzere halkın razı edilmesidir. Uluslararası boyutta ise savaş gibi insani olmayan süreçlere girmeden devletler arasında yaşanan ortayı bulma veya geri çekilme politikaların tamamını oluşturmaktadır. Kamu diplomasisi yoluyla rıza gösterme, razı olma süreci sonucunda uluslararası barış ve denge mekanizmasına izin veren bir süreç geçilmiştir. Ülkeler birbirleriyle görüşmeler yoluyla bu mekanizmayı inşa etmişler ve geliştirmişlerdir. Kamu diplomasisini ustalıkla uygulanan diplomatlar, devlet adamları ve sivil toplum kuruluşları bunu hem medya hem de aracı kullanmadan veya bazı kişileri veya grupları aracı yapmak suretiyle icra etmektedirler. Diplomasinin uygulama biçimi olan kamu diplomasisi günümüzde yaygınlaşmakta ve ülkelerin birbirleriyle savaş ve diğer yollarla mücadele etme yerine anlaşma yoluna gitmektedirler.

Türkiye kamu diplomasisi için başlangıç olarak kabul edilebilecek bu faaliyetleri günümüzde geliştirmeye devam etmektedir. Kamu diplomasisi stratejisinin oluşturulması ve bunun bir devlet politikası olarak uygulanmasının zaman alacağı görülmektedir. Türkiye'nin kamu diplomasisi denen bu yumuşak yönelik faaliyetlerin yoğunlaştırılması gerekmektedir.

²⁰ www.iletisim.gov.tr

²¹ www.kdk.gov.tr

Böylece Türkiye'nin uluslararası çapta kimliği sağlamlaşacak ve değeri daha çok artacaktır. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığının kurulması ve iletişimin tek çatı altında oluşturması açısından çok önemli bir girişim olduğu değerlendirilmektedir. Kurumların iletişim kanalları mevcut olsa da bu kurumundan çıkacak mesajların net ve kararlı olması ve kurumlar arası iş birliğinin ve koordinasyonun sağlanması gerekmektedir. Kamu diplomasisi faaliyetlerin bütüncül bir şekilde yapılandırılmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Kamu diplomasisi faaliyetleri ile parti politikalarının ayrışması ve bu doğrultuda yapılandırılması uygun olacaktır.

Türkiye'de kamu diplomasisi anlayışının geliştirilmesi için sivil toplum kuruluşlarından istifade edilmelidir. Sivil toplum kuruluşlarıyla iş birliği halinde Türkiye'yi tanıtmaya ve bilgilendirme faaliyetlerinin yabancılara yönelik olarak yapılması gerekmektedir. Ayrıca Türkiye'nin bunu tüm devlet kurumlarıyla koordineli ve iş birliği yaparak yapılmasının bir zorunluluk olduğu değerlendirilmektedir.

Türkiye'nin yaptığı dış yardımlar ve günümüzde Afrika devletleri ile yapılan ticari ve siyasi iş birliğinin arttırılması ve özellikle Asya ülkelerine dek yaygınlaştırılması gerekmektedir. Bunun için Türkiye'nin girişimleri olmasına rağmen tüm bu yapılanmaları Dünya'daki ülkelere ve özellikle Batı ülkelerine yeterince aktaramamış olması ve bunları bir imaj ve saygınlık siyasetine dönüştürememiş olması önemli eksiklikler arasındadır. Ülke markası çalışmaları ekonomik bir etkinlik olmaktan öteye gidememiş ve halkla ilişkiler çalışması olamamıştır. Tüm bu çalışmalar Türkiye markasının Dünyada bilinirliğini ve güvenilirliği arttıracak çabalardır. Türkiye imajının oluşturulmasına katkı yapacak tüm bu hamleler hem iç kamuoyuna yönelik ortak kimlik geliştirmeye yönelik çalışmalar olacak, hem de Dünya ölçeğinde Türkiye'nin önemini arttıracaktır.

Kaynakça

AKÇADAĞ, Emine (2017) "Dünya'da ve Türkiye'de Kamu Diplomasisi", TASAM Kamu Diplomasisi Enstitüsü, <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler>; erişim: 30.12.2017.

ASLAN, Seyfettin (2009) "Siyasal İktidarı Etkileme Yöntemlerinden Biri Olarak Lobcilik", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2009 - birimler.dpu.edu.tr

ÇELİK, Hüseyin (2018) *Dil ve Yeni Medya*, İstanbul: Doğu Kitabevi.

DOMENACH, J.M. (1961) *Siyasi Propaganda*, Çev.: Cevdet Perin, İstanbul: Remzi Kitabevi

GÖKIRMAK, Mert (2012) Küreselleşen Dünyada Diplomasi: Kamu Diplomasisi, URL: <http://www.kamudiplomasisi.org/ana-sayfa/44-makaleler/124-kureselleen-duenyada-diplomasi-kamu-diplomasisi-.pdf>, Erişim Tarihi: 19.10.2020.

GÖKSEL, Ahmet Bülent (1990) *Halkla İlişkiler*, İzmir: Tanık Mat

KAYA, I.S. (2017) "Uluslararası Örnekler Çerçevesinde Uluslararası Uyuşmazlıkların Barışçı Çözüm Yolları" *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi Volume 7, Issue 2/1 (2017) Cilt 7 Sayı 2/1 (2017)*

KALIN, İbrahim, "Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi", <http://kdk.gov.tr> (Erişim tarihi:09.10.2012)

KILIÇARSLAN, Emine (2019) Küreselleşme Sürecinde Devletlerarası İlişkiler Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi, İstanbul: Paradigma Akademi

KÖKSOY, Ergun (2014) "Kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler ilişkisi: Kuramsal bir değerlendirme" *Marmara İletişim Dergisi / Marmara Journal of Communication* • Yıl / Year: 2014 • Sayı / Issue: 22 ss/pp. 211-231 • ISSN: 1300-4050 • DOI: 10.17829/midr.20152214175

NYE, Joseph, *Yumuşak Güç: Dünya Siyasetinde Başarının Yolu*, Ankara, Elips Yayınları 2004.

ÖNAL, Buket (2019) “Türkiye’nin Orta Asya’da Uyguladığı Kamu ve Kültür Diplomasisi Politikaları” *Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Üzerine Akademik Analiz*, Ed.: A. N. Yılmaz ve G. Kılıçoğlu, Ankara: Nobel.

ÖZKÖK Ertuğrul (1985) *Kitlelerin Çözülüşü*, Ankara: Tan Yayınları

TOP, Yağmur (2020) “İnceleme: Diplomatlar Ne Yapar: Diplomatların Yaşamı Ve Görevi”, Review: What Diplomats Do: The Life And Work Of Diplomats, *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2020; 3(1):93 – 97.

YILMAZ, A. N. Ve G. Kılıçoğlu (2018) *Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Üzerine Akademik Analizler*, İstanbul: Nobel.