



Kapadokya Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü

Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı

KAMU DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI

Elif Şeyda ŞAHİN

Yüksek Lisans Tezi

Nevşehir, 2024

KAMU DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM
BAŞKANLIĞI

Elif Şeyda ŞAHİN

Kapadokya Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Nevşehir, 2024

ÖZET

ŞAHİN, Elif Şeyda. *Kamu Diplomasisi Bağlamında Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı*. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir, 2024.

Kamu diplomasisi yaklaşımının ve bunu dış politika kapsamında uygulayan kurumların hem ülkemizde hem de dünyada önemi giderek artmaktadır. İletişim ve bilgi teknolojisinin olanakları geliştikçe, bilgi düzeyi yüksek kamuoyu oluşmakta, kişiler sosyal medyayı ve diğer araçları kullanarak söz sahibi olmayı talep etmektedirler. Kamu diplomasisi bir ülkenin kendi siyasi düşünceleri ve amaçları doğrultusunda başka bir ülkenin vatandaşlarını ve aydınlarını etkilemeye çalıştığı bir süreçtir. Bu yaklaşıma göre ülkeler ulusal amaçları ve hedeflerine ulaşmak için doğru olan bilgileri yayarak kamuoyunu şekillendirmeye çalışmaktadırlar. Bu çalışmada iletişim ile kamu diplomasi değerlendirilerek, kamu diplomasisi kapsamında Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın yaptığı stratejik iletişim faaliyetleri ele alınmıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak literatür taraması yapılmıştır. Araştırmanın örneklemini, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı oluşturmaktadır. Bu çalışmada içerik analizine göre ilk bölümde kamu diplomasisi kavramı ele alınmış, uygulama alanları ve kitle iletişim araçları tanımlanarak detaylı bilgiler verilmiştir. Ayrıca bu bölümde Türkiye'deki kamu diplomasisi aktörleri ve uygulamalarına değinilerek CİB'in kavramsal çerçevesine de yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın faaliyetleri ve sosyal medya kullanımı ile ilgili bilgiler verilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde ise Türkiye'de kamu diplomasisi çalışmaları değerlendirilmiş olup, CİB'in diğer kuruluşlar ile ilişkisi incelenerek yaptığı kamu diplomasisi faaliyetleri ele alınmıştır.

Anahtar Sözcükler: Diplomasi, Kamu Diplomasisi, İletişim, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı

ABSTRACT

ŞAHİN, Elif Şeyda. *Presidential Directorate of Communications in the Context of Public Diplomacy*. Master's Thesis, Nevşehir, 2024.

The importance of the public diplomacy approach and its implementation within the scope of this foreign policy is increasing both in the known and in the world. As the opportunities of communication and information technology develop, the level of information in the public is increasing, and people demand to have a say in the world of life by using social media and other tools. Public diplomacy continues to strive to influence the citizens and intellectuals of a country, its own political masses, and the citizens and intellectuals of another country. According to this approach, they try to reach national systems across the country and improve public opinion by disseminating accurate information. With this effective communication, public diplomacy was evaluated and the communication activities created by the Presidential Communications Directorate within the scope of public diplomacy were discussed. In the study, a literature review was conducted as a data collection tool. The classification of the research is made by the Presidential Communications Directorate. According to the content analysis of this content, in the first part, public diplomacy explanations, application areas and mass media tools are defined and detailed information is given. In addition, in this section, the public diplomacy actors and practices in Turkey are mentioned and the frames of the CIB are also included. In the second part of the study, information was given about the activities of the Presidential Communications Directorate and the use of social media. In the third part of the study, public diplomacy studies in Turkey were evaluated, and CIB's public diplomacy studies were examined by examining its relations with other organizations.

Keywords: Diplomacy, Public Diplomacy, Communication, Presidential Communications Directorate

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI.....	ii
ETİK BEYAN.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
KISALTMALAR DİZİNİ	vii
TABLolar LİSTESİ.....	x
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM: KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE.....	11
1.1. YUMUŞAK GÜÇ VE SERT GÜÇ YAKLAŞIMLARI.....	16
1.2. KAMU DİPLOMASİSİ KAVRAMI	11
1.3. GELENEKSEL KAMU DİPLOMASİSİ VE YENİ KAMU DİPLOMASİSİ.	20
1.3.1. Geleneksel Kamu Diplomasisi	20
1.3.2. Yeni Kamu Diplomasisi	21
1.4. KAMU DİPLOMASİSİ AKTÖRLERİ	22
1.5. KAMU DİPLOMASİSİ UYGULAMA ALANLARI	27
1.6. KAMU DİPLOMASİSİNDE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI.....	32
1.7. TÜRKİYE’NİN BAŞLICA KAMU DİPLOMASİSİ AKTÖRLERİ	34
1.8. CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI KURUMSAL YAPISI.....	38
İKİNCİ BÖLÜM: CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI: KAMU DİPLOMASİSİ FAALİYETLERİ	43
2.1. CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI’NIN SOSYAL MEDYA KULLANIMI.....	43
2.2. CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI’NIN YUMUŞAK GÜÇ DİPLOMASİSİ	47
2.2.1. Bağlantılı Kuruluşlar	50
2.2.2. İlişkili Kuruluş.....	54

2.3. CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI'NIN UYGULADIĞI KAMU DİPLOMASİSİ FAALİYETLERİ	57
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM KAMU DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI BAŞKANLIĞI'NIN DEĞERLENDİRİLMESİ	63
3.1. Türk Kamu Diplomasisi İçeriklerinin Analizi	63
3.2. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirme.....	68
3.2.1. CİB'in Diğer Kuruluşlarla İlişkisinin Değerlendirilmesi.....	68
3.2.2. CİB'in Yapmış Olduğu Paylaşımların Kamu Diplomasisi Açısından Ele Alınması	71
SONUÇ.....	79
KAYNAKÇA	88

KISALTMALAR DİZİNİ

AA: Anadolu Ajansı

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AFAD: Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı

BİK: Basın İlan Kurumu

BYEGM: Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü

CİB: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı

CİMER: Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi

FİFA: Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği

KADİS: Kamu Diplomasisi Koordinasyon Sistemi

KDK: Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü

SAM: Dışişleri Bakanlığı Stratejik Araştırmalar Merkezi

STK: Sivil Toplum Kuruluşu

TİKA: Türk İş birliği ve Koordinasyon Ajansı

THY: Türk Hava Yolları

TRT: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

TÜRKSOY: Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı

YEE: Yunus Emre Enstitüsü

YTB: Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Sert ve Yumuşak Güç	15
Tablo 2. Geleneksel ve Yeni Kamu Diplomasisi	21
Tablo 3. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Teşkilat Yapısı	39
Tablo 4. İletişim Başkanlığı İlişkili Ve Bağlı Kuruluşlar	50
Tablo 5. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığındaki Komiteler ve Çalışma Grupları	60

GİRİŞ

Diplomasi, yalnızca bir ülkenin başka bir bölgedeki resmi olan işlerinin yönetilmesi değil, ayrıca dünya siyasetinin geliştirilmesi, bilgi alışverişinin ön plana çıkarılması ve bilgi kaynaklarının üst düzeyde kullanılarak diplomatik sürece katılımın sağlanmasıdır. Ülkeler arasında müzakereler dış temsilciler ile gerçekleşmekte ve bu müzakerelerin uygulanmasına diplomasi denilmektedir.

Diplomasi teorisinin dünya düzeninde dil, din, ırk ayrımı olmaksızın uluslararası ilişkiler ile etkili iletişimin ve çözümün yöntemi olmaktadır. Günümüzde diplomasi teorisi iki anlamda ifade edilebilmektedir. Bunlar; “Dar ve Geniş” anlamda diplomasidir (Abdurahmanlı & Bağış, 2021: 141). Diplomasinin dar anlamdaki tanımı genellikle aktif diplomatik iletişim ile ülkelerin dışişleri bakanlıkları ve büyükelçilikleri tarafından imzalanan anlaşmalardan oluşmaktadır. Geniş anlamdaki tanımı ise uluslararası ilişkilerde diplomasi teorisi olarak kullanılmaktadır.

Diplomasinin görevlerinden bazıları;

- Mevcut güçlü yönlerle amaç ve hedeflere ulaşabilmek
- Diğer ülkelerin yetkililerinin farkındalığını anlamak
- Farklı amaç ve hedeflerin nasıl uyumlu olabileceğini bilmek
- Hedeflere uygun olan araçları ve yöntemleri kullanmaktır.

Kamu diplomasisi, tanımı üzerinde fikir birliği olmamasına rağmen genellikle devletler tarafından yürütülen bir iletişim ve halkla ilişkiler faaliyeti olarak görülmektedir. Bu kavramlar arasındaki işlevsel benzerlikler, kamu diplomasisi projelerinin etkilerini incelemek için halkla ilişkiler teorileri ve modellerinin kullanılmasını teşvik etmektedir. Kamu diplomasisinin faaliyetlerindeki amaçlar, etkiler

ve hedef kitleleri bakımından farklılık göstermektedir. Bu nedenle bu alandaki faaliyetlerin değerlendirilmesinin uluslararası kaynaklarda kabul edilen sınıflandırmalara dayandırılması gerekmektedir.

Kavram burada bir ülkenin belirli anlatı ve imajlarını iletmek amacıyla yabancı kamuoyuyla etkileşimi olarak anlaşılrsa da, katılım diyalog, karşılıklı saygı, ortaklık ve anlayışla ilgilidir. Bu bağlamda kamu diplomasisi kamuya açık bir alan olmaktadır. Kamu diplomasisi alıcılarının pasif hedefler olmadığı, tam tersine sosyal ağların âdemi merkeziyetçiliğinin teknik yönüyle belirlenen hedeflerine ulaşmaya kararlı oldukları, rakip seslerle fikir ve kamuoyu tartışmalarına yer vermektedir (Jia & Li, 2020: 2).

Ayrıca kamu diplomasisi, diğer ülkeler ile onların değerleri, gelenekleri, sosyal yapıları, inançları hakkında bilgi sahibi olmayı sağlamaktadır. Bu da, toplumlar arasındaki yanlış anlaşılmanın, önyargıların ortadan kaldırılmasını ve uzlaşma ortamının yaratılmasını sağlamaktadır.

Yeni medya araçlarının politik olduğu iletişim süreci hızlı, kullanışlı, etkili ve ekonomik özelliklere sahiptir. Birçok olumlu faktör siyasal iletişim faaliyetleri sonucunda farklı aktör tarafından tercih edilmesine neden olmaktadır. Bu doğrultuda iletişim yöntemleri ile kamu diplomasisinin birlikte yönetilmesinde başarılı sonuçlar elde edilmektedir. Bilgi çağına geçiş ve teknolojinin gelişmesi kamu diplomasisini kolaylaştırarak önemli hale getirmektedir. Bilginin iletimi kolaylaştıkça kültür ve siyasetini daha iyi anlatabilen ülkeler kamu diplomasisiyle ön plana çıkmaktadır. Uluslararası ülkelerde olan yabancı düşmanlığını azaltma çalışmalarıyla kamu diplomasisi önem kazanmaktadır.

Diplomasinin alanlarına sosyal medyanın dâhil edilmesi, uluslararası politikada değişimin bir evrimi olarak görülmektedir. 21. yüzyılda ise sosyal medyanın kamu diplomasisinin bir aracı olarak kullanıldığı ifade edilmektedir. Bununla birlikte kamu diplomasisinin nasıl kullanılabileceği konusunda birçok araştırma yapılmaktadır.

Sosyal medya uygulamalarının kuruluşların iletişim stratejilerine birçok fayda sağladığı görülmektedir. Yeni medya özellikleri; etkileşimler, içeriğin ölçeklenebilirliği,

eşzamanlı iletişimler, küresel erişim ve kullanılan iletişim araçlarını birleştirme yeteneği olarak tanımlanmaktadır.

Küreselleşme ile siyasetin ve yönetimin değişmesiyle beraber sivil toplum aktörleri de aktif hale gelmiştir. Ülkeler arasındaki ilişkiler ulus/devlet düzeyinin ötesine geçerek uluslararası düzeye taşınmıştır. Uluslararası forumun önemli bir unsuru da kamuoyudur. Böylece doğru bilgilendirme ve kamuoyunun desteğini alma önem kazanmıştır. Günümüzde sivil toplum örgütlerinin önemli hale gelmesi, dünya çapında ve bölgesel siyasetin şekillenmesine yardımcı olmaktadır. Fakat bilginin teknoloji aracılığıyla hızlı ve kontrolsüz olarak paylaşılabilmesiyle, medyanın STK'lar üzerinde önemli bir etki unsuru olduğu söylenebilmektedir.

Kamu diplomasisi uygulaması, farklı ülkelerde belli olmayan alanlar olarak görülmeye devam etmektedir. Bununla beraber kamu diplomasisinin sistem ve uygulamalarını oluştururken ciddi zorluklar ortaya çıkmaktadır. Kamu diplomasisi ile klasik diplomasi arasındaki farklar, sorumluluklar, aktörler ve uygulamalar karmaşık olan alanlara örnek olmaktadır. Uluslararası ilişkiler, geleneksel diplomaside devletlere göre ve temsilciler arasındaki iletişim yoluyla düzenlenen alan olarak nitelendirilmektedir. Diplomatik sürece hükümet, başkanlar, dışişleri bakanlığı ve diğer ilgili bakanlıklar katılmaktadır. Uluslararası ilişkilerde devlet merkezli anlayışın zayıflaması ve yeni aktörlerin sahaya çıkmasıyla kamu diplomasisi daha önemli duruma gelmektedir.

Kamu diplomasisi uygulamaları, iletişim süreçlerinin ne şekilde çalıştığını göstermektedir. Bu nedenle birlikte kamu diplomasisinde iletişimin üç boyutu kullanılmaktadır. Aynı zamanda etkili, ikna edici, stratejik ve politik iletişimi de içermektedir. Kullanılan bu üç boyut; monolog, diyalog ve işbirliğidir. Monolog kavramı, kişinin kendisiyle yapmış olduğu konuşmalardır. Bununla birlikte monolog, bir devletin veya milletin konumunu göstermeye yarayan tek yönlü mesajlar dizisi olarak tanımlanmaktadır. Diyalog ise, monologdan farklı olarak karşılıklı yapılan mesajların gönderildiği bir iletişim şeklidir. Diyalogda birbirlerine mesajlar gönderilir ve geri bildirim anında veya daha sonra alınır. Bu bağlamda kamu diplomasisinde etkili bir olmaktadır. İşbirliği ise, kamu diplomasisinde en önemli uygulama olarak kabul edilmektedir. Etkili kamu diplomasisini oluşturmak için işbirlikçi uygulamalar

kullanılabilmektedir. Farklı milletlerden ve kültürlerden olan insanlar işbirliği politikasıyla iletişim kurabilmektedir.

Ayrıca kamu diplomasisi yeni dönemle birlikte iletişimsel boyut ve ilişki kurma ile ilişkilendirilmiş ve ülkelerin uluslararası toplumlarla iletişimi ve ilişki ihtiyacını karşılayan olası iletişim aracı olarak sunulmuştur. Aynı zamanda bu gelişmeyle birlikte kamu diplomasisinin tanımları değişerek, kamu diplomasisi unsuru olarak yumuşak güç ortaya çıkmıştır.

Modern demokratik sistemlerde siyasetin önemli olan kısmında yumuşak güç bulunmaktadır. Yumuşak güç kullanan ülkelerin iletişimini sağlayan araçlar, ekonominin, siyasal ortaklığın, kültürün ve barış ortamlarının gelişmesinin yolunu açmaktadır. Dünyada kendini ifade etmeyi iyi bilen, güven kazanmış ve işbirliğine hazır ülkeler, kendilerine uluslararası ortamlarda önemli yer bulmakta, dış dünyada stratejik değerlerini artırmaktadır.

Farklı düşünürler kamu diplomasisini farklı şekilde tanımlamaktadırlar. Bu tanımların ortak noktası, bir ülkenin kendi ulusal amaçlarını, çıkarlarını ve hedeflerini gerçekleştirmek için kendi kaynaklarını diğer ülkelere anlatarak dış ülkelerde kamuoyunu etkilemek için bilgileri iletebilme düşüncesidir. Nye, “yumuşak gücün başkalarının tercihlerini şekillendirme yeteneğine dayandığını” söylemektedir. Buradaki araçlar “cazibe ve ikna” olarak tanımlanmaktadır. Yumuşak gücün sürekli etkileşim ve müzakere yoluyla karşılıklı güven yaratma yeteneğini ifade ettiğini söylemektedir. Buradaki varsayım, yabancıların söz konusu ülkedeki insanlara güvenmesi nedeniyle kamu diplomasisinin sonunda şirketlerin uluslararası faaliyet göstermesini kolaylaştıracağı yönünde olmaktadır.

Benzer şekilde Wilson yumuşak gücü de “başkalarını, birinin istediğini yapmaya ikna etme kapasitesi” olarak tanımlamıştır. 11 Eylül sonrasında yumuşak güç üzerine çalışan pek çok bilim adamı, yumuşak gücün davranışsal etkinin bir sonucu olduğunu savunmuştur. Nye’a göre, başkalarının kendi iradesini takip etmesini sağlamak için askeri ve ekonomik gücün havuçlarını ve sopalarını kullanma yeteneği olarak tanımlanabilecek sert gücün aksine yumuşak güç, çekimden kaynaklanır, burada hem sert hem de yumuşak

güçler önemlidir ama cazibe, zorlamadan çok daha basittir ve beslenmesi gereken bir varlık olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sert gücü kullanmak yerine yumuşak gücün kullanımına yönelen uluslararası politikada kamu diplomasisinin öneminin arttığı ve çok değerli olduğu tespit edilmiştir. Diplomatik açıdan hizmet amacıyla yabancı ülkelerdeki kamuoyunu etkileme çabaları olarak kamu diplomasisi, uzlaşmayı da sağlamaktadır (Mortaş & Başarır, 2023: 285).

Geleneksel kamu diplomasisi;

- 1965'te ABD'de uluslararası kültürel propagandaların ve gazetecilik faaliyetlerinin tanımlamasında kullanılması
- Devletlerin, uluslararası kamuoylarının ya da seçkinlerin görüşlerini devlet çıkarları için etkilemeye yönelik çabaları olarak kullanılmaktadır.
- Küresel kitleye sahip devletlerin, ulusal hedefleri ve dış politikayı bilgilendirmeye, etkilemeye ve desteklemeye yönelik faaliyetlerini içeren söylemidir.

Yeni kamu diplomasisi, yumuşak güç kullanımlarını öngörmekte ve internet aracılığıyla ikili iletişim, bilgi yönetimi ve imaj oluşturmaya içermektedir. Geleneksel kamu diplomasisinde ise tek taraflı iken yeni kamu diplomasisinde iki yönlü diyalog odaklı iletişime dayanmaktadır. Kamuoyunu ikna edici yöntemlerin kullanıldığı stratejik iletişim yöntemleri yeni kamu diplomasisinde de kullanılmaktadır. Yeni kamu diplomasisiyle birlikte devletlerin yeni teknolojileri kullandığı alanlar ortaya çıkmaktadır.

Günümüzde ise diplomasiinin geleneksel ilkeleri hala mevcut olsa da STK'ların ve uluslararası kuruluşların diplomasiye dâhil olması yeni diplomasi ortamlarını yaratmıştır. İş dünyası konularının küresel nitelikte olması, iletişim araçlarının gelişmesi ve elbette demokratik yönetimlerinin yaygınlaşması gibi faktörler, çeşitli aktörlerin diplomasiye girmesine olanak tanımıştır.

Katı yaklaşıma bakıldığında ise, kamu diplomasisinde amaç olarak, yabancı izleyicilerin davranışlarını ikna etme ve propaganda yoluyla etkilemeye çalışmaktadır. Siyasal iletişim uygulamaları genellikle kısa vadeli siyasi sonuçlara ulaşmak için radyo,

gazete, televizyon ve dergiler ile ikna edici medyayı kullanarak yabancı izleyicilerin tutumlarını değiştirmeyi amaçlayan bilgilendirme faaliyetlerini içermektedir.

Esnek yaklaşımda, bilgi ile kültür programları, uzun vadeli ulusal hedeflere odaklanır ve dış politikadaki hedeflerine giden yolu açmaktadır. Burada amaç, karşılıklı anlayışı sağlamak olarak açıklanmaktadır. Kültürel iletişimin kapsamında, bazı akademik değişimler, sergiler, filmler ve dil öğrenimi gibi kültürel etkinlikler bulunmaktadır.

Osmanlı İmparatorluğu'na dayanan Türk dış politikası ise 1830'dan sonra Batı'nın diplomasi ve modern liderlik kavramlarını kabul etmiştir. Avrupa'da görevlerini yürüten ilk büyükelçiler, 1836 yılında Hariciye Nazırlığının kurulmasına etki etmiştir. 1856'da Paris Antlaşması ile Osmanlı Devleti, Avrupa'da geçerli olan uluslararası hukuku kabul etmiştir. Böylelikle Batının ortaya çıkardığı sistemlerin parçası olmuştur (Kılıçarslan, 2019: 131). 18. yüzyıla kadar serbest diplomasiyi kabul eden Osmanlı, bu anlayışın değişmesi gerektiğini fark etmiş ve diplomatik reformun gerekliliğini kabul etmiştir. Burada karşılıklı diplomasi için ilk adımı Batılı ülkelere daimi büyükelçiliklerin açılması olmuştur. Daha doğru, güvenilir bilginin anında elde edilmesi olan bu büyükelçiliklerin açılmasının amacı, ilgili diplomatik süreçlerde önemli bir konuma gelmiştir (Günce, 2020: 112).

Ayrıca sanayileşmeyle beraber uluslararası fuarların yaygınlaşması da Osmanlı Devleti'nin dış dünyaya açılmasına ve sosyal etkileşimin gelişmesine katkıda bulunmuştur. 1851'de Londra'da açılmış olan ilk uluslararası sergide Osmanlı ürünleri yer verilmiş, 1855'te Paris, 1862'de Londra, 1873'te Viyana, 1889'da Paris, 1893'te Chicago, 1900'de Paris ve 1903'te St. Louis'te gerçekleşen sergilerde Osmanlı Devleti'de temsil edilmiştir (Gülal & Durakçay, 2023: 526).

Türkiye'de geç gelişen bir kavram olarak kamu diplomasisi, diğer ülke insanların ve hükümetlerinin tutumlarını, fikirlerini ve davranışlarını etkilemek için doğrudan iletişimi sağlamak, ayrıca iletişim yoluyla devlet politikasına erişim sağlamak ve devlet sisteminin olumlu bir imajını oluşturmak olarak tanımlanabilmektedir.

Türkiye, 1990'lı yılların başındaki hızlı değişimlere ayak uydurmaya çalışarak Türk dış politikasında, çok boyutluluk diyebilecek bir strateji izlemeye başlamıştır. Bu

dönemde uluslararası ilişkilerinde demokratik ortamlar, çoğulculuk anlayışı, sürdürülebilir kalkınma planları, kültürler arası anlayış ve hoşgörünün yaratılması önem kazanmıştır. Bu bağlamda Türkiye, bunlara bağlı olarak stratejiler yürütmeye başlamıştır (Öztürk, 2009: 13).

Türkiye, 2002 sonrasında ise yaşanan ekonomik kalkınmanın ve demokratikleşmenin yanı sıra, farklılaşmış bir dış politika anlayışıyla, kamu diplomasisi çerçevesindeki faaliyetlerinin nicelik ve niteliğini artırmaya yoğunlaşmıştır.

Gelişmiş ülkelerin kamu diplomasisi, yabancı toplumların gözünde pozitif imajı için aktif şekilde strateji yöntemi olarak kullanılmaktadır. Türkiye'nin uluslararası ortamı ve milli çıkarı bu yöntemin kullanılmasını gerektirmektedir. Aslında Türkiye son zamanlarda aktif olarak kullanılmaktadır. Tarihinden edindiği deneyim ve bağlantılar bu alanlarda büyük çapta fırsatlar sunarak bununla beraber Türkiye'yi avantaj sahibi haline getirmektedir.

Kendi bölgesindeki gücünü güçlendirerek dünya çapında güçlü konuma gelme hedefine ulaşmak amacıyla Türkiye, kamu diplomasisinde etkili politikalar yürütmektedir. Türkiye'nin son dönemde ekonomik olarak, enerjisinin, savunma sanayisinin, imalatının ve turizm alanlarının kaydettiği ilerlemenin yanı sıra AB, Orta Doğu, Balkanlar ve Kafkaslar ile ilişkilerinin gelişmesi, uluslararası boyutta itibar kazanmasını sağlamaktadır.

Dünya ticaretindeki mevcut durumlar şirketlerin etkinliğini artırmış ve ülkeler dış politikasında şirketleri etkili şekilde kullanmaya çalışmışlardır. Küresel marka temsilcileri, ürünlerin ve hizmetlerin satışının ve pazarlamasının yanı sıra gerçek zamanlı ilişkiler geliştirdikleri devletlerin iş temsilcileri olarak kabul edilmektedir. Marka diplomasisi, şirketlerin diplomasiye girişiyle ortaya çıkmıştır.

Türk markalarının gelişmesinde önemli örnek, Türk Hava Yolları (THY) olmaktadır. THY'nin, son yıllardaki başarılı listesiyle Türkiye'nin "marka diplomasisini" tanıtan küresel bir Türk markası olmaktadır. Bu kavram ile birlikte, küresel şirketlerin ve markalarının reklamlara, ilişkilere ve imajlara katkısını sunan, klasik diplomasinin yeni sunum biçimlerinden olmaktadır. Küresel yapısıyla dünyaca ünlü isimlere reklam veren

ve dış temsilciler ile ilişkisi olan THY, uluslararası yönetimlerin faaliyetleriyle Türkiye'nin uluslararası toplumlardaki iletişiminde bir köprü oluşturarak değerlerinin aktarımına katkıda bulunmaktadır.

Türkiye'de modern olarak kamu diplomasisi 21. yüzyılda kavramsal olarak, 17 Nisan 2017'de yapılan Anayasa değişikliğiyle beraber başkanlık sistemine geçiş ve ardından gelen Cumhurbaşkanlığı Kararnameleri ulusal düzeyde değişikliğe uğramıştır. Burada başbakanlık sisteminin kaldırılmasının ardından kamu diplomasisi alanında faaliyet gösteren kurumlar ile kuruluşların hukuksal konumu değişim göstermiştir.

Türk kamu diplomasisi için faaliyetlerin genel bir strateji doğrultusunda yürütülmesini sağlamak için kilit rol oynayan İletişim Başkanlığı, kamu diplomasisinin uygulama alanlarına farklı bakış açısı kazandırmakta ve yumuşak güç araçlarını kullanarak yabancı kamuoyuyla etkileşime geçerek dış politika hedefleri doğrultusunda stratejiler geliştirmek konusunda merkezi bir rol oynamaktadır.

Türk dış politikasında yumuşak güç, Türkiye'nin uzun vadedeki stratejilerini hayata geçirebilme yeteneğinin önemli parçası olmaktadır. Bu stratejilerde kamu diplomasisinin teknikleri de kullanılmaktadır. Bu yöntemin amacı ülkenin uluslararası düzeyde tanınırlığının artırılmasıdır.

İletişim Başkanlığı kamu diplomasisinin faaliyetlerini yürüten kurumlar arasında görmek mümkündür. Türkiye'nin son zamanlarda izlediği politikanın sonuçları olarak üniversite programlarının, siyasal iletişimin ve medya tanıtımındaki alanlarında farklı faaliyetler gerçekleştirmektedir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı uluslararası kamuoyunda ülkenin imajını güçlendirebilmek için, üniversiteler, AA, BİK, TİKA, YEE, TRT, AFAD ve Türk Kızılay'ı gibi kamu kurumları ile çalışmalar yürütülmektedir.

Bu tezin araştırma soruları şunlardır:

- Türkiye kamu diplomasisi alanında güçlü medyaya sahip midir?
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın paylaşımlarındaki stratejiler nelerdir?

- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın paylaşımlarının amaçları nelerdir?
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın paylaşımlarında hangi temalardan bahsedilmiştir?
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın yapmış olduğu kamu diplomasisi faaliyetleri nelerdir?
- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın kamu diplomasisine yaklaşımları, görüşleri ve bakış açıları nelerdir?

Bu sorulara cevap aranarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın kamu diplomasisi üzerindeki rolü incelenmiştir.

Araştırmanın kavramsal çerçevesindeki bilgiler literatür taranarak toplanmıştır. Konuyla ilgili kitap, makale ve internet kaynakları taranarak çalışmaya uygun veriler kaydedilip, araştırma kapsamında elde edilen veriler için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, metinde tanımlanan belli karakterler hakkında sistematik olarak tarafsız çıkarımlar sunmak için kullanılan araştırma yöntemidir (Koçak & Arun, 2006). Araştırmanın yorum kısmında içerik analizi yapılmış olup örneklem için seçilen CİB'in resmi web sitesinden yaptığı çalışmalardan veriler elde edilmiştir. Çalışmada CİB'in yapmış olduğu stratejik iletişim çalışmaları temel alınarak, kamu diplomasi faaliyetleri resmi web sayfalarında görsel ve yazılı gönderileri içeriklerine göre incelenmiştir. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı inceleme kapsamında örneklem olarak seçilmiştir. Çalışmada yapılan içerik analizi araştırmasının sınırlılığını; CİB'in web sitesinde bulunan "Stratejik İletişim Çalışmaları" başlığında yapılan faaliyetler oluşturmaktadır.

Bu çalışmada amaç; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın çalışmalarını kamu diplomasi bağlamında iletişim stratejilerinin amaç ve hedeflerini araştırmak ve CİB'in yürüttüğü stratejik iletişim yönetimi olarak kamu diplomasisinin nasıl yürütüldüğü sorusuna cevap aramaktır.

Üç bölümden oluşan olan bu çalışmanın birinci bölümünde; kavramsal ve kuramsal çerçeve ana başlığında, kamu diplomasisi kavramı açıklanarak, yumuşak ve sert güç yaklaşımlarına değinilmiş, aralarındaki farklılıklar ele alınmıştır. Geleneksel ve yeni

kamu diplomasisinin tanımları yapılmış olup, kamu diplomasisinin aktörleri 8 başlık altında incelenmiştir. Bunlar STK'lar, Üniversiteler, Kanaat Önderleri, İç Hedef Kitle, Medya Haber Ajansları, Özel Sektör Ve Küresel İşletmeler, Devlet Üstü Kuruluşlar Ve Baskı Grupları olarak aynı başlık altında ayrı ayrı yer verilmiştir. Eğitim diplomasisi, sağlık diplomasisi, dijital diplomasi, vatandaş diplomasisi, spor diplomasisi, kültürel diplomasi, ekonomi diplomasisi ve uluslararası yayıncılık olan alanlar, “Kamu Diplomasisi Uygulama Alanları” başlığı altında incelenmiştir. Kamu diplomasisinde kitle iletişim araçları tanımlanmış, Türkiye’deki kamu diplomasisi aktörleri ve uygulamalarına değinilerek CİB’in kavramsal çerçevesine de yer verilmiştir.

İkinci bölümde; Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’nın uyguladığı kamu diplomasisi faaliyetleri ve yumuşak güç yaklaşımları ayrı ayrı açıklanmıştır. Bağlantılı ve ilişkili kuruluşlar olarak, TRT, Anadolu Ajansı ve Basın İlan Kurumu hakkında bilgi verilmiştir. Ayrıca bu bölümde CİB’in sosyal medya kullanımına ilişkin bilgiler ve yaptığı stratejik iletişim çalışmalarına da yer verilmiştir.

Üçüncü bölümünde; Türkiye’de kamu diplomasisi çalışmaları değerlendirilmiş olup, araştırmanın bulguları ve değerlendirme başlığında, CİB’in diğer kuruluşlar ile ilişkisi incelenmiştir. Web sitesinde bulunan “Stratejik İletişim Çalışmaları” başlığında yapılan faaliyetlerin hangi türlerde ve alanlara olduğu belirlenmiş, kamu diplomasisi bağlamında nasıl yürütüldüğü, ulusal ve uluslararası alanlarda kamu diplomasisi faaliyetleri incelenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. YUMUŞAK GÜÇ VE SERT GÜÇ YAKLAŞIMLARI

Kamu diplomasisi, yumuşak gücün özelliklerini taşıyan bir yaklaşım olarak tanımlanabilmektedir. Nye yumuşak gücü; Amacı, bir ülkenin, değerlerine hayran, onun refahını ve fırsatlarını örnek alıp taklit eden ülkeleri takip ederek, dünya siyasetinde istenilen sonuçlara ulaşmayı hedeflemek olarak tanımlamaktadır. Sert ve yumuşak güç perspektifinden; Sert güç, bir ülkenin diğer ülkeyi askeri güçle etkileme gücü olarak değerlendirilebilmektedir (Koyuncu & Medin, 2017: 1235). Nye “Yumuşak gücün inşasında silahlı kuvvetlerin önemi vardır” demektedir. Sert güç yeteneklerinden gelen güce ek olarak, silahlı kuvvetlerin farklı ülkelerle barış zamanında birçok alışverişi, ortak tatbikatı ve yardım programı oluşmaktadır (Akçadağ, 2012: 8). Nye ayrıca, başka ülkelerde eğitim gören öğrencilerden, ev sahibi ülkelerin dili ve kültürünün etkili bir şekilde aktarıcıları olmalarının beklendiğini, dolayısıyla kamu diplomasisinin taşıyıcıları olarak görülebileceklerini belirtmiştir (Gauttam, Singh, Singh, Bika, & Tiwari, 2023). Bu nedenle yükseköğretim, birbirine bağlı küresel bir toplulukta mevcut dünyayı yönlendirebilecek temel yumuşak gücü geliştirdiği için ideal bir yumuşak güç aracı olarak düşünülebilir.

Gramsci'nin hegemonya kavramında ise düşünce, değer ve yargılar aracılığıyla meşruiyet yaratılarak egemenlik sağlanırken, kültürün, değerlerin, kurumların ve politikaların olduğu yerde yumuşak güç ortaya çıkmaktadır. Yumuşak güç, rızadan çok cazibeye odaklanmaktadır ve egemen olmada rızanın cazibe ile gizlendiği söylenmektedir (Şahin, 2020: 8). Ancak yumuşak güç üzerine çalışan Lee ve Noya gibi diğer önemli isimler, liderlerin popülerliğinden ahde vefaya kadar unsurları yumuşak güç kaynakları olarak tanımlarlar.

Yumuşak güç kavramı, algıları ve düşünceleri kendine çeken güçtür. Bununla birlikte ülkeler çoğunlukla uluslararası alanlarda itibar kazanmakta ve olabilecek olumsuzlukların önüne geçmektedir (Sancak, 2019: 363). Diğer bir ifadeye göre “Yumuşak güç ile birlikte, devletin istediklerini cazibe yoluyla elde etmesidir”. Başka bir deyişle, ülkenin kendisinin istediğini, diğerlerinin de istemesini sağlayan güçtür (Aldemir, 2013: 2).

İyi bir pazarlama yönetimi ile uygulanan yumuşak güç aracı, başka bir ülkenin insanları için mevcut ülkeden daha da iyi anlaşılabilir. Elbette bu pazarlama anlayışının diğer ülkelere aktarımı ağırlıklı olarak internetle ve onun bünyesindeki çeşitli kanallar aracılığıyla yapılabilmektedir. Bunun olması için ise farklı ülkelerin kamuoylarında sempati kazanması gerekmektedir (Karadağ, 2016:54).

Yani burada yumuşak güç ile hedeflenen diğerlerini etkileme, kalplerini ve akıllarını kazanma yeteneğidir; Bir ülke, yumuşak gücünü kullanarak kendi hedef ve değerlerini diğer ülkelerin benimsemesini sağlayabilirse, ekonomik ve askeri gücünün çok ötesinde nüfuz etme fırsatı kazanabilmektedir.

Kamu diplomasisi yumuşak gücün önemli unsurları arasındadır. Basit olarak devletin diğer bir hükümetin halklarını ve aydınlarını etkileyerek o ülkenin siyasetini kendi lehine çevirme girişimidir (Akçadağ, 2010: 1). Yumuşak gücün uygulamalarında, sadece siyasal elitlerin değil vatandaşların da diplomatik kararları değiştirebilmesini sağlayacak belli bir ortam yaratılarak dolaylı bir etki oluşturulmaktadır. Farklı kültürlerle, siyasi ortamlara ve ekonomilere sahip ülkelerde halkı etkilemek için, medyayla beraber anlayış ve saygıyı çoğaltmak ve ülkelerin daha geniş alanda kültüre, ticarete ve eğitime yönelmesi sağlanmaktadır (Servaes, 2012: 643). Dünyada popülerlik kazanan, kendini ifade eden ve anlatabilen, güven kazanan, işbirliği kurabilen ülkeler, uluslararası politikada önemli bir yer bularak, dış ilişkilerinde ve farklı ülkelerin gözünde stratejik değerini artırmaktadır (Kömür, 2020: 91). Çünkü yumuşak gücün, siyasal gündemi başkalarının düşüncelerini etkileyecek şekilde belirleme becerisi vardır. Eğer bir ülke kendi amaç ve değerlerini diğer ülkelerin benimsemesini sağlayabilirse, esas olarak askeri ve ekonomik güçten oluşan sert gücü az kullanma durumunda olacaktır. Yumuşak güç, geleneksel gücün ötesinde etki ve kontrole izin vermektedir (Aldemir, 2013: 2).

İbrahim Kalın, ülkelerin kamuoyunu etkilemek için yumuşak gücün kullanıldığı kamu diplomasi kavramını; “hükümetten halka” ve “insanlardan insanlara” olacak şekilde, devlet ve kamu sektörü faaliyetlerini; hükümet politikalarını, faaliyetlerini ve girişimlerini resmi araç ve kanallar aracılığıyla yaygınlaştırılması olarak açıklamaktadır (Aydoğan & Aydın, 2011: 14).

Ferguson ise yumuşak güç kavramını, geleneksel olmayan güçler olarak tanımlamakta ve onu fazla yumuşak bularak kabul etmemektedir (Jr, 2023).

Batora, devletlerin yumuşak gücünü, kurumlar ile iş birliği yapmaları halinde ortaya çıktığını söylemektedir. Bu bağlamda sanatçıların, galerilerin, müzik kanallarının, STK’ların, siyasi partilerin, yazarların ve üniversitelerin katkısıyla oluşturulan işbirlikleri sayılabilmektedir (Batora, 2005: 3)

Ülkelerin yumuşak gücünün kaynakları, ekonomik potansiyelleri, sermayeleri, eğitimleri, refah düzeyleri, kültürel ve tarihi derinlikleri, teknolojik gelişme potansiyelleri gibi geniş alanları kapsamaktadır (Akhundova, 2015: 13). Burada ele alınan güç kaynakları bağlam olarak etkinliğini belirlemektedir. Bu nedenle gücün kaynakları bir bütün olarak değerlendirilmelidir (Nye, 2017: 23).

Sert güç kavramına bakıldığında ise; klasik yaklaşımda sert güç önemli bir yer tutmaktadır. Klasik görüşe göre, askeri güç diğer güç biçimlerine hâkimdir ve yüksek askeri yeteneklere sahip ülkeler dünya meselelerinde rol oynamaktadır. Askeri güce, baskıcı diplomasiye ve ekonomik yaptırımlara sert güçte rastlanmaktadır. Bu gücü kullanabilmek için silahlı kuvvetlere, mali kaynaklara ihtiyaç duyulmaktadır (Yatağan, 2018: 71).

Sert güç yaklaşımında, kitle iletişiminin gelişmesi ve devletin artık gücün odağı ve muhatabı olmaktan çıkmasıyla birlikte, başarı ve hedeflere ulaşabilmek için kullanılan tehditler ve güçler değişmiş; genel olarak halkın karar vericiler üzerinde olan etkisi daha da artmıştır. Hükümetin diplomatik faaliyetlerine ve çeşitli iç ve dış politika girişimlerine yansıyan iletişim dili; güvenilir, değerli ve hukuka uygun olması gerekmektedir (Aydoğan, 2011: 12).

Nye'ye göre sert güç, tehdit (sopa) ve teşvik (havuç) kullanarak başkalarının davranış veya eylemlerini etkileme ve değiştirme yeteneğidir. Bu nedenle uygulanması güç kullanımı, tehdit, yaptırım ve ayrıca rüşvet yoluyla sağlanabilmektedir (Kaya & Mammadzade, 2019: 40). Ancak küreselleşmenin gelişmesiyle ekonomik ilişkiler ön plana çıkmış, askeri güce ve yaptırımlara dayalı resmi ilişkiler ağırlığını kaybetmiş, yerini ekonomik faktörlere ve devlet dışı aktörlere bırakmıştır (Battır, 2019: 153).

Güç unsuru olan yöntemler, bir devletin veya uluslararası kuruluş tarafından hedeflerine siyasi amaçlarla ekonomik yaptırımlar ve mali baskıların uygulanmasıdır. Ayrıca bununla birlikte, diplomasi ve savaşlar arasındaki fırsatların oluşmasında dış politika aracı olmaktadır. (Acar, 2017: 20). Böylece yumuşak güç kullanımında yeni araçların ve aktörlerin ortaya çıkmasıyla etkileşim çerçeveleri olarak gündem oluşturma, cazibe yaratma ve çekim gibi faktörler ön plana çıkmaktadır.

Yumuşak güç araçlarının kullanılması, doğrudan yumuşak güç anlamına gelmemektedir ve aynı şey sert güç için de geçerlidir. Yumuşak ya da sert güçten bahsedebilmek için üç esas kural gereklidir. Bunlar; devletin diğer aktörlerini kontrol edebilecek kaynaklara sahip olması, bu güç kaynaklarına sahip olan aktörlerin bu güce sahip olduğunun bilincinde olması ve geri kalan aktörlerin gücün farkında olmalarıdır (Yapıcı, 2015: 9). Başka bir deyişle güç, davranışlarla tanımlanır ve etkileşimler yoluyla kurulmaktadır.

Sert güç, bir devletin diğer devletler ile ilişkilerinde, arzularını gerçekleştirmek için askeri yeteneklerini ve ekonomisini bir baskı aracı şeklinde kullanması olarak tanımlanmaktadır. Yumuşak güç ise tam tersine dış politika, kültür ve siyasi değerler üzerindeki baskılardan ziyade çekim gücüne dayalıdır ve bununla birlikte hedeflerine ulaşmaya odaklanır. Bu iki kavramın birleşiminden ortaya çıkan akıllı güç, sert güç unsurları ile bir ülkenin dış politika ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için gerekli olan yumuşak gücün unsurlarını dikkate almaktadır. Gücün akılcı kullanımı günümüzün, terörizm, nükleer kuvvetler ve salgınlar gibi sorunlarının çözümünde kritik öneme sahiptir (Avar, 2020: 199).

Tablo 1. Sert ve Yumuşak Güç

Kavramlar	Sert Güç	Yumuşak Güç
Davranış Yöntemleri	Emir verme	Gündem yaratma
	Zorla yaptırma	Cazibe Seçimler
Kaynaklar	Yaptırımlar	Kurum ve dernek
	Maddi Ödemeler	Değer yargıları Kültürler Politikalar

Kaynak: (Medin & Koyuncu, 2017).

Yumuşak ve sert güç arasında olan esas farklılık, davranışın doğası ve kaynakların somut olmasından kaynaklanmaktadır. Sert gücün kaynakları tipik olarak komuta davranışıyla ilişkilendirilirken, yumuşak gücün kaynakları ise davranış yelpazesinin kendi tarafına çekme ucuyla ilişkilendirilmektedir. Yumuşak gücün temeli, sert güç gibi etkileme değildir. Yumuşak güç, bir ülkenin başka bir ülkeye yaptırım gücünü kullanmadan kendi rızasıyla istediğini yaptırmasıdır (Medin & Koyuncu, 2017: 838). Sert ve yumuşak güç arasındaki farklılık, istenilen sonuçlara ulaşmak için izlenen yol olarak tanımlanır. Ancak yumuşak ve sert güç yaklaşımlarının ulaşılması gereken bir hedefi vardır ve bu konuda benzer olabilmektedirler. Günümüzde her ülke küresel anlamda konumunu güçlendirmek için çaba sarf etmektedir. Bununla birlikte, birçok ülke ulusal güvenliği korumak ve dış politika hedeflerine ulaşmak için sert gücün zorlayıcı önlemlerin uygulanmasının, önemli olumsuz sonuçlara ve itibar kaybına yol açacağını düşünmektedir.

Yumuşak güce ulaşmak, ekonomik yetenekler, bilgi birikimleri ve planlamaya bağlı olan sert güce kıyasla kolay olmamaktadır. Ulusal kültürel mirasa ve dış politikada yer

alan değerlere ilişkin mevcut projeler, yumuşak gücün esas kaynakları olarak ortaya çıkabilmektedir. Kültürel kalıntılara ve miras gibi yaşatılan değerleri olmayan ülkelerin bunları hemen yaratamayacağı dikkate alındığında, tarihsel sürekliliğin varlığı yumuşak gücün ortaya konması açısından önemlidir. Tarihsel süreçte oluşan değerler ve kültürel mirasların dış politikadaki stratejilerine nasıl uygulanacağı da yumuşak gücü şekillendirebilmektedir (Hacıbektaşoğlu & Kodaman, 2022: 111).

Sahip olunan ekonomik ve askeri güç, diğer ülkeler için çekici olabilirken, sert güç uygulamalarından, yumuşak gücün hedeflerine hizmet etmek için yararlanılabilmektedir. Yumuşak gücün uygulanmasını kültürel silah olarak gören çalışmalara da değinilmektedir. Dolayısıyla net çizgiler çizerek belli tanıma ulaşmak mümkün olmasa da ülkelerin, potansiyellerini daha etkili şekilde hayata geçirebilmeleri için sert ve yumuşak gücün unsurlarını koordine ederek hareket etmeleri faydalı olabilmektedir (Akkuş, 2020: 164).

1.2. KAMU DİPLOMASİSİ KAVRAMI

Diplomasi kavramı devlet ilişkilerinin resmi kurumların aracılığıyla yönetilmesidir. Diplomasi, uluslararası sistemin ana birimi olan bağımsız devletlerin arasındaki tüm ilişkiler ve kullanılan yöntemler olarak tanımlanmaktadır (Kocabıyık, 2019: 167). Diplomasi uygulama ve kavram olarak sürekli değişmektedir. Parşömenin icadı, e postanın tıklanmasına kadar iletişim teknolojilerinin bilgi akışı üzerindeki etkisi bu evriminde önemli hale gelmiştir. İletişim teknolojisinin gelişmesi kamu diplomasisinin uygulamalarına yansımakta, özellikle de dijital alanın gelişmesi kamu diplomasisi faaliyetlerine hızla etki etmektedir (Budak, 2022: 318). Diplomasi kavramı, Antik Yunan ve Roma İmparatorluğu'nda yabancı toplumlara ait olan belgeleri toplamak, düzenlemek ve arşivlemek amacıyla kullanılmış, uluslararası ilişkiler içerisinde değerlendirilmesi ise 18. yüzyılda ön plana çıkmıştır. 20.yüzyılda da ise geleneksel diplomasinin ciddi, yavaş ve gizli bir kavram olduğu söylenmiş, ABD Başkanı Woodrow Wilson tarafından ilk kez 1918'de bu kavrama karşı çıkılmıştır. Zamanla Wilson'ın diplomasinin dürüst ve gizli

olmadan yürütülmesi gerektiği ilkesi “yeni diplomasi” tanımıyla ilişkilendirilmeye başlamıştır (Yanardağolu, 2014: 116).

Kavram olarak “Kamu Diplomasisi” ilk kez emekli Amerikan diplomat ve Tufts Üniversitesi dekanı Edmund Gullion tarafından 1965 yılında kullanılmıştır (Sancak, 2018: 299). Gullion kamu diplomasisi kavramını, kamuoyu tutumlarının dış politika oluşumunda ve yürütülmesinde, geleneksel diplomasi ötesinde uluslararası ilişkiler alanları üzerindeki etkisine yönelmek için kullanmıştır. Gullion kamu diplomasisini yabancı ülkelerdeki hükümetler tarafından kamuoyunu oluşturulması, diğer ülkelerdeki özel kuruluşlar arasındaki etkileşimi, diplomatik ilişkilerin aktarımını ve bunların politikadaki etkisini, diplomatlar ile yabancı mevkidaşları arasındaki iletişimi ve bilgi alışverişi olarak tanımlamaktadır (Parim & Çetin, 2021: 29). Çünkü bu kavramın ortaya çıkışı, esas itibarıyla hedef ülkenin kamuoyunu etkileme sahibi olma amacının gizlenmesi olarak tanımlanabilmektedir. Kavram Amerika Birleşik Devletleri tarafından, özellikle Soğuk Savaş’ın yarattığı kutuplaşmadan dolayı geliştirilmiş ve kullanılmıştır ve propaganda kavramının özellikle I. Ve II. Dünya savaşlarından sonra öneminin azalması sonucunda oluşan olumsuzluklar dikkate alınarak gelişen bir kavram olduğu söylenmektedir (Kavoğlu, 2013: 119).

1990’lı yılların başında uluslararası sistemlerde yeni bir reform süreci başlamıştır. Soğuk Savaş’ın sona ermesi diplomatik uygulamalara bazı yenilikler sağlamıştır. Dijital ortamların önemli hale gelmesi ve insanların diplomasiye farklı yollarla katılması, doğrudan stratejik iletişimle ilgili faaliyetlerin uluslararası ilişkilerde belirleyici bir rol oynamasına olanak tanımıştır (Göksu, 2023: 847). Böylece diplomasi ile birlikte markalaşmanın, imaj ve itibarının iletişim, ikna ve ilişki kurma yönetiminin kurulması ile kamu diplomasisinin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

İnan’a göre kamu diplomasisinin amacı, farklı ülkelerin sahip olduğu bakış açısına göre kültürlerini paylaşmak, anlamak, yanlış anlaşılımları düzeltmek ve ortak olan paydaları bulmaktır. Riggins’in “Bir devletin yabancı kamuoyunu açıkça şekillendirme ve ulusal hedefleri ve çıkarları iletirmek için doğru bilgileri sunma” tanımı kamu diplomasisinin özelliğini taşımaktadır (Yılmaz & Kılıçoğlu, 2017: 118). Burada Riggins özellikle kavramları belirterek metnin açıklığını ve kesinliğini vurgulamaktadır.

Kamu diplomasisi esas olarak kamu yönetiminin halkla ilişkiler faaliyetlerinin bir dalı olarak tanımlanmaktadır. Ülkelerin vatandaşlarıyla iletişim faaliyeti halkla ilişkileri ortaya çıkartırken ülkelerin yabancı kişilerle iletişimine kamu diplomasisi denilmektedir. Her ikisinin de asıl amacı, devletin faaliyetlerini güçlendirmek, ilişkiler ve iletişim oluşturmaktır (Yağmurlu, 2019: 1268). Ülkeler yalnızca kendi milli görüşlerini değil, uluslararası kamuoyunun görüşlerini de dikkate almak durumundadır. Manheim'ın tanımladığı diplomatik iletişim kavramı, ülkelere insanlara olan iletişimi kapsayacak şekilde gelişim göstermiştir. Kamu diplomasisi gelişimin sonucunda ortaya çıkmıştır. Kamu diplomasisi, devletlerin kendi ideolojisini, kültürünü ve yaşam biçimini uluslararası kamuoyuna anlatarak kurumlarına, sistemlerine ve ideolojilerine saygınlık kazanma amaçlayan faaliyetidir (Yağmurlu, 2019: 1368). Globalleşen dünya ve yeni iletişim politikası bağlamında, neredeyse tüm ülkelerin uluslararası yapı içerisinde yer aldığı ve kamu diplomasisi ve kamuoyu oluşturma konusunda kendi büyüklüğüne, ağırlığına ve gücüne uygun iletişim yöntemleriyle mücadele ettiği görülmektedir (Ertekin, 2012: 345).

Kamu diplomasisi kavramı, bazen “ulus markalaması” terimiyle karıştırılmaktadır. Temel olarak ülkenin imajını güçlendirmeyi amaçlayan ulus markası kavramıyla kamu diplomasisi arasında benzerlikler ve farklılıklar bulunmaktadır. Çoğunlukla imaj, algı yönetimi, ilişki kurma ve kitle iletişimini kapsayan kavramların farklılaştığı noktalar; mevcut politikalarda dış politikadaki yöntemlerine, dillerine ve kültürlerine olan ilginin, hedefler doğrultusunda ülke yararına kullanıldığını görmek mümkün olmaktadır (Gilboa, 2008: 86).

Kamu diplomasisinin faaliyeti, yönetilen kişiler üzerinde kısa vade, orta vade ve uzun süreli etkilerine göre değerlendirilmektedir. Burada asıl olan amaç kamu diplomasisinin farklı alanlarını hem faaliyetin niteliği hem de etkisinin hedefinde sistematik olarak incelemektir (Tepeciklioğlu, Tepeciklioğlu, & Ünal, 2018; 606). Hedef kitlenin istenilen yönde değiştirilebildiği tek yönlü iletişim anlayışından uzaklaşarak, kamu diplomasi tek yönlü hareket yerine ortaklık ve işbirliği üzerinden çalıştığı yaklaşım giderek kabul görmektedir. Nicholas Cull, kamu diplomasisinin faaliyetlerini beş başlık altında toplamıştır. Bunlar; kültürel diplomasi, değişim diplomasisi, dinleme, savunma ve uluslararası yayıncılıktır (Yağmurlu, 2020: 48). Cull'a göre olan bileşimlerin ilki olan

dinlemedir. Bunu, aktörlerin diğer insanların kendileri hakkında olan görüşlerine göre bilgi toplaması ve kendilerine ait kamu diplomasisini yaratmada bir faktör şeklinde kullanması olarak açıklamaktadır. İkinci bileşen olarak savunma ise; bir aktörün politikalarının, fikirlerinin veya çıkarlarının küresel kamuoyuna sunulabilmesi için uluslararası iletişimin faaliyetlerine katılarak uluslararası ortamları kontrol etme girişimidir. Kültürel diplomasi ile birlikte aktörler, kendilerine ait kültürlerinin bazı yönlerini farklı toplumlara taşımaya çalışmaktadır (Cankara & Cankara, 2022). Aktörler sahip oldukları başarıları ve kültürel kaynakları yurtdışında tanıtarak uluslararası ortama bir kez daha hâkim olmaya çalışmaktadır. Değişim diplomasisine göre aktörler, halkını yurt dışına göndermekte bunun yanında da yurt dışındaki insanları eğitim için kabul etmektedir. Bu bağlamda uluslararası yayınlarda aktörler, diğer kamuoyuyla ilişkiler kurmak için medyayı kullanmaktadır.

Gilboa'nın ortaya koyduğu yaklaşımda ise; üç değişik model geliştirilmiştir. “Soğuk Savaş Modeli” olarak tanımlanan ilk dönemde hükümetler, yabancı toplumlarda uzun vadeli sonuç elde edebilmek için muhalefet ilişkilerinde kamu diplomasisini kullanmışlardır. İkinci modelde “Devlet Dışı Ulus Ötesi” olan dönem, bireylerin, kurumların ve STK'ların ulusal sınırların ötesindeki faaliyetlerini içermektedir. “İç İlişkiler Modeli” olan üçüncü model ise hükümetlerin, politikalarının meşruiyetini sağlamak için halkla ilişkiler firmaları ve lobicilerle birlikte çalışmaktadırlar (Köksoy, 2014: 220). Kamu diplomasisini devletlerin arasında uygulamak, iletilen mesajların propaganda olarak değerlendirilmesini ve etkisinin en aza indirilmesini sağlamaktadır. Çünkü devlet sicilleri kamuoyunda pek de iyi karşılanmamaktadır (Karaağaç, 2019: 701). Sonuç olarak, sivil toplum kuruluşları aracılığıyla ve devlet işbirliğiyle yürütülen kamu diplomasisinin daha etkili sonuçları olacağı düşünülmektedir.

Günümüzde kamu diplomasisi, “küresel ilişkileri etkileyen politika ve eylemleri ilerletmek amacıyla daha iyi iletişim ve istenen ilişkiler için resmi ve/veya özel kurumlar ve bireyler aracılığıyla bir ülkenin yabancı kamularla etkileşimini” ifade eder. Hazleton'un tipolojisinde çeşitli stratejiler olsa da, bu çalışma için iki tanesi ilgi çekicidir. Bunlar; “söz ve ödül” ve “tehdit ve ceza”. Bu stratejilere toplu olarak “güç stratejileri” adı verilmekte ve bunların kullanımı genel strateji tarafından belirlenmektedir.

1.3. GELENEKSEL KAMU DİPLOMASİSİ VE YENİ KAMU DİPLOMASİSİ

1.3.1. Geleneksel Kamu Diplomasisi

Geleneksel diplomasi, devletler veya hükümetler arasındaki ilişkiler olarak görülmektedir. Resmi olan ilişkileri içerdiği için geleneksel diplomasi çoğunlukla gizlice yapılmaktadır. Geleneksel diplomasi her ülkede üst basamakları hedeflemekte; siyasi ve ekonomik elitlerle ilişkiler kurmayı amaçlamaktadır (Oktay, 2012: 128-129). Geleneksel tanımıyla diplomasiyi “hükümetin belirli konulardaki görüş ve pozisyonlarının diğer ülkelerdeki karar vericilere doğrudan iletildiği süreç” olarak tanımlayan Gönübol, bu süreçleri kamu görevlilerinin gerçekleştirdiğini söylemektedir.

Dış politikadaki hedeflerine ulaşmak için devletler ve devletin onayladığı aktörler aracılığıyla, diğer devletlerdeki sivil toplum gruplarına yönelik iletişim temelli faaliyetler anlamına gelmektedir. Tek yönlü ve kitlesel iletişime dayanan geleneksel kamu diplomasisi, esas olarak bir ülkenin yurtdışı politikalarına destek olarak pozitif anlayış oluşturmaktır (Uysal & Schroeder, 2019: 2). Arı, diplomasiyi “belirli konulardaki hükümet görüş ve tutumlarının diğer ülkelerdeki karar vericilere doğrudan iletilmesi” olarak tanımlamaktadır. Diplomatik süreçte hükümet, devlet başkanı, dışişleri bakanlığı ve diğer kuruluşlar katılmaktadır.

Kamu diplomasisi faaliyetleri, ülkelerin uzun vadeli dış politikalarındaki hedeflerine uygun şekilde uygulanmaktadır. Ancak kamu diplomasisi araştırmalarının etkilemeyi amaçladığı hedef, hükümetleri etkileyerek politikalarını şekillendiren halktır (Ünal Erzen, 2014: 58).

Kamu diplomasisi ile geleneksel diplomasinin farkı olarak, devletten devlete ilişkilere değil, devletten topluma, toplumdan topluma ve kültürel ilişkiye dayanmaktadır. Bu diplomasi türü, Dışişleri Bakanlığı haricinde sivil alanlara yönelik olan kültür kurumları ile yürütülmektedir. Kamu diplomasisinde geleneksel diplomasinin resmi araç

ve yöntemlere ilişkin mekaniği yerine halkla ilişkiler, algı yönetimleri, tanıtım, lobicilik, ülke markalaşması, gündem belirleme ve iletişimin araçları ile projeler hayata geçirilmektedir (Yılmaz & Pacoları, 2019: 1910).

1.3.2. Yeni Kamu Diplomasisi

Yeni kamu diplomasisinde, hedef ülkelerdeki kamuoyu ve tutumları etkilemeye çalışan hükümetlerin yanı sıra özel grup ve bireyleri de içeren daha katılımcı ve etkileşimli bir nitelik ortaya çıkmıştır (Kıçır, 2023: 255). Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra eski diplomatik yaklaşım değişmiştir. Woodrow Wilson'ın, açık diplomasi yaklaşımı bu değişimde rol oynamıştır. “Yeni Diplomasi” olarak bilinen bu yaklaşım, geleneksel gizli diplomasiye bir tepki niteliğindedir. Ancak yeni diplomaside gizli müzakereler açık sözleşmelere dönüşmüştür (Kılıçarslan, 2019: 83-84). Yeni diplomasinin farklılığı, teknolojinin gelişmesinden kaynaklanmaktadır. Özellikle kitlesel iletişim teknoloji alanının gelişmesi ülkeler arası ilişkilerin hızla gelişmesine katkıda bulunmaktadır.

Melissen yeni kamu diplomasisini, giderek genel diplomasi uygulamalarının standart bileşeni haline geldiğini ve diplomatların uyguladığı propagandanın ilerisi şeklinde tanımlamaktadır. Bu diplomasi farklı beceri, teknik ve davranışları gerektirmektedir. Bu bakımdan kamu diplomasisi ile ilgilenen kişilerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır (İngeç, 2022: 23). Hatta araştırmacılar, STK'lar gibi sivil toplum aktörleriyle iş birliği yapmanın önemli olduğunu söylemektedirler. Çünkü STK'lar hükümette bulunamayacak üç önemli özelliği olarak; güvenilirliği, uzmanlığı ve yeterli ağlara sahiptir.

Tablo 2. Geleneksel ve Yeni Kamu Diplomasisi

Geleneksel Kamu Diplomasisi	Yeni Kamu Diplomasisi
Devlet	Devlet dışı
Resmî	Gayrı resmî

Pasif kamu	Aktif kamu
Hedeflenen mesajlaşma	İlişki inşa etme
Tek yönlü, asimetrik, bilgiye dayalı	İki yönlü, simetrik, diyaloga dayalı
Hedef kitlelerde davranış değişikliği yaratma	Ülkenin politik ve ekonomik çıkarlarını yükseltecek uygun çevre ve olumlu izlenim yaratma

Snow'un yapmış olduğu bu karşılaştırmada, vatandaşlar tarafından gayri resmi olarak uygulanan yeni kamu diplomasisinden farklı olarak geleneksel diplomasi, hükümeti ve resmi eylemi içermektedir. Geleneksel kamu diplomasi tarafında halk pasiftir ve tek yönlü bir iletişim sürecine katılır; Yeni kamu diplomasisinde ise halk her zaman aktif olarak iki yönlü iletişime katılmaktadır. Her ne kadar geleneksel kamu diplomasisi kamu davranışının değişip değişmeyeceğiyle ilgilenmese de kamu diplomasisinin temel amacı bu olmaktadır (Koyuncu, 2018: 15).

1.4. KAMU DİPLOMASİSİ AKTÖRLERİ

Devlet aktörleri, kamuoyu için devlet tarafından finanse edilen, yasal sınırlamaları ve hedefleri olan, kitlelerle ilişkiler kuran ve devletlerin adına kamu diplomasisini sağlama yetkisine sahip aktörler olarak tanımlanmaktadır.

Kamu diplomasisinde devlet dışı aktörler ise 7 başlıkta incelenebilmektedir (Sak, 2014: 13). Siyasi parti ve politikacılar, iş adamları, sivil toplum kuruluşları, sporcular, üniversiteler, ulusal şirketler gibi aktörler bulunmaktadır (Kaya, 2019: 3).

Bu bölümde kamu diplomasisinin aktörleri olarak; sivil toplum kuruluşları, baskı grupları, özel sektör ve küresel işletmeler, medya ve haber ajansları, iç hedef kitle, kanaat önderleri ve üniversiteler açıklanmıştır.

Sivil Toplum Kuruluşları, kişilerin, kendi arzu ve istekleri doğrultusunda meydana gelen ortak yaşam alanlarıdır (Talas, 2011: 389). STK'lar, ülkelerin imajını önemli ölçüde

yükseltmekle kalmayıp, faaliyetleriyle güçlü sosyal ilişkiler oluşturmak amacıyla, ülkelerin dış politika perspektiflerini hedef ülkelere ve toplumlara aktarmaktadır (Eren, 2017: 43).

Uluslararası alanda devlet dışındaki aktörlerinin rolünün artmasıyla birlikte STK'lar da ulusal sınırları aşmaya başlamışlardır. Bundan dolayı kamu diplomasisinde ülkelerin önemli bir ortakları durumuna gelmektedirler. Çünkü iletişimin artış göstermesiyle birlikte geleneksel olan devlet anlayışının, değişime uğradığı ve sınırlarının kaldırıldığı günümüz dünyasında, STK'lar devletin ulaşamadığı ve güç uygulayamadığı yerlere ulaşmakta ve çalışmaktadırlar (Akçadağ, 2011: 5).

Yumuşak güç uygulamalarının başında sivil toplum kuruluşları gelmektedir. Sivil toplum kuruluşları devlet politikasını etkileyebilir ve topluma göre devlet politikalarına aracılık edebilmektedir. STK'lar gelişmiş ülkelerde, hükümetlere bilgiyi sağlamakta ve dış politikalarının kararlarında hükümete doğrudan lobicilik yapmaktadır. STK'lar, kamuoyunun gündemini belirleyerek, dolaylı bir şekilde gelişmiş ülkelerin yararına olacak şekilde yerel desteğini geliştirmekte olan ülkelerin yararına harekete geçirmektedir. Bu, çoğunlukla vatandaşların özgür basın tarafından gündeme getirilen konulara ilişkin farkındalığından kaynaklanır ve demokratik toplumlarda STK'lar için bunu başarmak daha kolay hale gelmektedir (Tuna, 2021: 6).

Sivil toplum kuruluşlarının dünya siyasetinde aktif hale gelmesi, faaliyetlerinin kavramsal olarak oluşmasına yol açmaktadır. Hocking bunu "STK Diplomasisi" olarak adlandırmaktadır. Bu kavramda ön planda olan durum, sivil toplum kuruluşlarının hem kamu diplomasisinin doğrudan uygulanmasında hem de devletlerin bu uygulamada ortakları olmasıdır. Aslında diplomasi burada geleneksel diplomatik misyonların çok ötesine geçen bir olgu haline gelmiş ve böylece STK diplomasisi kavramı yeni diplomatik faaliyet türü olarak tanımlanmaktadır. John Boli ile George Thomas'ın tanımlarıyla STK'lar, kural koyarak, standartları belirler ve ilkeleri teşvik etmektedir. Genel olarak STK'lar insanlığı savunan gönüllü kuruluşlar olarak tanımlanmaktadır (Özcan & Damar, 2023: 6).

STK'ların ilk kategoriye ait ilişkileri, devletin sağlamayan hizmetleri STK'ların yerine getirdiği durumda ortaya çıkmaktadır. Devletin taleplerine yeterince cevap

verememesi sivil toplum kuruluşlarının bu alana girmesine neden olmaktadır. Bir başka devlet sivil toplum ilişkilerinde, STK'lar hizmetlerde devletin ortağıdır ve genel görevleri devlet destekli çok sayıda hizmetin sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. Üçüncü olan ilişkilerde ise STK'lar, devleti sürekli hizmet üretmeye ve kamusal görevleri yerine getirmeye teşvikte olan müdahalesi diğer iki kategoriye göre alçak seviyede olmaktadır (Özdemir, Başel & Şenocak, 2009: 174).

Ülkemizde sivil toplum kuruluşlarının gelişmesinde, demokratik sistemlerin önemli unsurlarından biri olan kuruluşların tarihten bu yana olan toplumların gelişiminde önemli rol oynadıklarını söylemek mümkündür (Şahin & Öztürk, 2011: 21). Ülkemizde çeşitli sosyal alanlarda faaliyet gösteren STK'ların günümüzde çoğunlukla dernekler ve vakıflar adına gönüllü olarak çalıştıkları ve sosyal alana yönelik oldukça faydalı ve yenilikçi çalışmalar yaptıkları bilinmektedir.

Üniversiteler, eğitim diplomasisi yerel, karşılıklı, uluslararası, yerel ve küresel düzeylerde uygulanmaktadır. Eğitim diplomasisiyle, diplomatik becerilerin, müzakerelerin ve diğer iletişim araçları aracılığıyla halk ile halk, devlet ile halk arasındaki küresel ve bölgesel sorunların çözülmesi amaçlanmaktadır (Kaya, 2019: 5). Üniversiteler ise bu sorunların çözümünde bir aracı konumundadır. Üniversitelerin kamu diplomasisi ile olan ilişkisi, kültürel diplomasiyle ön plana çıkmaktadır.

Üniversiteler ve okullar, araştırma sürecini desteklemeleri ve kültürel diplomasinin uygulayıcıları olarak rolleri açısından kamu diplomasisinde önemli araçlar olmaktadır. Üniversitelerin araştırma merkezleri bilimsel raporları, analizleri ve yayınlarıyla kamu diplomasisi stratejisini desteklemektedirler. Aynı zamanda kültürel diplomasinin uygulanmasında aktif olup, verilecek olan mesajların iletilmesinde aracı olmaktadır (Özkan, 2015: 9).

Kurulan üniversiteler ile araştırma merkezleri aynı zamanda diğer ülke öğrencilerine ve kamuoyuna da transfer niteliğindedir. Üniversitelerin ve okulların diğer görevini de çalıştaylar, seminerler, konferanslar ve kongreler oluşturmaktadır (Manisalı, 2014: 17).

Kanaat Önderleri, kamu diplomasisinde çoğunlukla hedefteki ülkelerin seçkinlerine, kanaat liderlerine ve karar vericilere hitap edilmektedir. Hedefteki ülkelerde kanaat liderlerini etkileme, o ülkelerdeki vatandaşları dolaylı olarak etkilemenin bir yolu olarak görülmektedir. Kanaat liderlerine iletilen mesajlarla hedefi etkileme, mesajların iletilmek istenen yerlere ulaşmasında iki yoldan ilerlediği süreçtir. İki yollu akış teorisi, kamu diplomasisinde hedefteki gruplara mesaj iletme için güvenilen kanaat liderlerinden gelen mesajın ikna edici olmasında etkili olmaktadır. Ulusal kanaat liderleri, ödüllü sanatçı ve yazarlar da yumuşak gücün avantajları arasındadır. Nobel ödülleri, devletlerin yumuşak gücünün ne kadar faydalı olduğunun örneği olmaktadır (Özkan, 2015: 10).

Kanaat liderleri, iletişim stratejileri için kaynak tarafından seçilen hedef kitledeki referans olan kişileridir. Kaynağa tam güvenen bir kanaat önderinin toplumsal iradesi, davranışı ve tutumların yanı sıra beklenen hareket ve değişimlerin istenilen tarafta ilerlemesi açısından da önemli olmaktadır (Güler, 2018: 51).

İç Hedef Kitle, dış hedefteki gruba gönderilen mesajı algılamak, ülkenin iç hedef gruba yaklaşımı da önemli olmaktadır. Örnek olarak, devletin vatandaşlarına karşı tutumu, insan haklarına karşı kısıtlamalar ve ihlalleri ülkenin yurtdışındaki itibarına zarar vermektedir. Bu nedenle bir ülkenin uluslararası vermek istediği mesaj için öncelikle kendi vatandaşının desteklerini alması gerekmektedir. Aslında burada vatandaşlar, “yurttaş diplomasisi” yoluyla ülkelere ilişkin mesajları iletmede aktif olmaktadır (Sak, 2014: 14).

Medya ve Haber Ajansları, dış politikayı etkileyenler arasında kamuoyu olduğu gibi medya da rol oynamaktadır. Medya; kamu, ulusal ve uluslararası bölgeler arasında bilgi aktarımında köprü görevi görmesi esasına dayanmaktadır. Burada medya, dış politika analizlerinde tartışılan bir konuma gelmektedir. Alden ve Aran’a göre, medyanın dış politikada olan etkisi üç açıdan incelenebilmektedir: gündem yaratmak, bilgileri toplama evleri ve propaganda araçlarıdır (Gürel, 2018: 10). Uluslararası alandaki medya kuruluşları, ülkeleri tanıtmaları açısından önemli konumda olmaktadır. Çünkü uluslararası toplumların düşüncelerinde, ülkelerin algısında oluşabilecek etkiye sahiplerdir. Yabancı

basınlarda bir ülkeden ne derecede pozitif yönde bahsediliyorsa o kadar çok yatırım ile turist çekebilmektedir ve bu da yumuşak gücü artırmaktadır.

Medyayı kamu diplomasisinde bir araç olarak kullanırken dikkat edilecek önemli olan husus, medya tarafından üretilen yayınların içeriği olmaktadır. Toplumların birbirini anlamasını ve yaklaşmasını sağlayan yayınlarının içeriğidir. Yayının içeriği, alanında uzman kişiler tarafından, çoğunlukla ortak noktalara odaklanılarak ve farklılıklara vurgu yapılmadan hazırlanmalıdır. Bu bakımdan stratejik vizyona sahip yayın politikaları gerekmektedir (Baritci & Aydeniz, 2019: 1556).

Uluslararası dış politika ile ülkelerin kamuoyunu etkilemesi siyasi liderlerin uygulamalarında yenilikler oluşturmaktadır. Bunun için farklı ülkelere siyasetçiler, diğer ülke medyasında ya da yakın takibinde olan kuruluşlarında röportaj yapıp yazılar yayınlamaktadır. Ayrıca dış politikayı uygulayan Dışişleri Bakanlığı, elçilikler, diplomasi kurumları, web sitelerini ve sosyal medya platformlarını oluşturup dijitalleştirerek iletişimi etkili bir şekilde kullanmayı amaçlamaktadırlar (Eren, 2019: 31).

Özel Sektör ve Küresel İşletmeler, devlet kurumlarına göre aktif faaliyet gösterdiği, küresel pazar ve teknolojik değişimlerine daha hızlı uyum sağladıkları söylenmektedir. Ayrıca özel şirketler, bürokrasi eksikliği nedeniyle esnek şekilde oldukları için farklı ülkelerde daha aktif faaliyetlerde bulunmaktadır ve yapılmakta olan işlerin faktörlerine göre ortak yapıları farklı olarak tasarlanmaktadır (Kıvılcım, 2013: 10). Özel sektör kuruluşlarına örnek olarak; THY, Apple, McDonalds verilebilmektedir. Bunlar, kâr amaçlarının yanında, kendi ülkelerinin kültür ve değerlerini yaptıkları faaliyetler ile iletebilmektedir.

Bu küresel şirketlerin ticari ve finansal gücünün yanı sıra ikna edici, itibar ve imaj oluşturuşu güçleri de vardır. Pazar araştırmalarında profesyonel olan ve sosyal görüntüyü doğru şekilde yansıtabilen küresel şirketler, kamu diplomasisi için önemlilerdir. Kamu diplomasisi faaliyetlerinde küresel şirketlerin kullanılması, halka ulaşma süresinin ve maliyetinin azaltılması gibi birçok avantaj sunabilmektedir (Eyigün, 2018: 14).

Baskı Grupları, son yıllarda kamu diplomasisinin aktörleri olarak sendika, ticaret odası vb. olarak ortaya çıkmaktadır. Devlettten bağımsız bir şekilde, sivil toplum

yapılarına bağı olan bu kuruluşların iletteğı mesajları kamu diplomasisi yönünden etkili olmaktadır. Örnek olarak baskı gruplarının ölkemize yapmış oldukları Ermeni Soykırımıyla ilgili eylemleri ve açıklamaları, uluslararası boyutta hükümetlerin veya devletlerin yaptıkları açıklamalardan daha büyük yankı uyandırabilmektedir (Özkan, 2015: 11).

Baskı grupları, sıkı ya da gevşek olarak örgütlenmiş ve kendi tarafı için çalışan, esas olarak hükümetin politikalarını değıştirme çabaları içerisinde olan gruplardır. Bununla birlikte, siyasi iktidarın kontrolünü almadan önce hükümetin alacağı kararları etkilemek için çalışmaktadırlar (Daban, 2017: 28).

Lobicilik yoluyla baskı grupları, devletlerin ileteceğı mesajları diğerk ölkelerdeki aynı ya da farklı şekillerde hareket eden baskı gruplarına iletir ve böylelikle kendi ölkelerinin siyasi iktidara iletmek istediğı mesajlarla kamu diplomasisini teşvik etmektedirler.

1.5. KAMU DİPLOMASİSİ UYGULAMA ALANLARI

Ölkeler, uluslararası düzeyde başka ölkeler halklarını etkilemek ve ilişkiler kurmak için farklı alanlarda etkinlik sağlamaktadır. Devletler tarafından kullanılan kamu diplomasisinin başlıca uygulama alanları aşağıda açıklanmıştır.

Eğitim Diplomasisi, ölkelerin farklı ölkeler vatandaşlarıyla eğitim faaliyetleri yoluyla iletişim kurması olarak tanımlanabilmektedir. Eğitim diplomasisinin iletişim boyutları halk ile halk arasında ve devlet ile halk arasındadır. Eğitim diplomasisi üç ana bölümden oluşmaktadır. Bunlar; a) sorunların belirlenmesi, b) hedeflerin birlikte belirlenmesi, c) belirlenen sorunun çözülmesidir (Kaya, 2019: 4). Eğitim, değıer yayılımının merkezi bir alanı haline gelmektedir. Ölkeler eğitim programları aracılığıyla gelecekte karar alma süreçlerinde aktif olarak yer alabilecek kişileri etkilemeye çalışarak ölkeleri cazibe merkezleri haline getirmeye çalışmaktadır (Özel, 2021: 947). Eğitim alanındaki araştırmalar kamu diplomasisi çerçevesinde kültürleri tanıtmada ve ortak değıer oluşturulmada rol oynamaktadır.

Ülke imajını iyileştirme ve dış politikasını pozitif olarak yönlendirmenin bir yolu olarak, eğitim diplomasisi ile uluslararası eğitimde değişim ile mümkün olduğu söylenmektedir. Hong, “eğitim diplomasisiyle, dış politika hedeflerine ulaşılmasını kolaylaştırmayı, algıları değiştirmeyi, iyi niyeti geliştirme ve dolayısıyla uluslararası ilişkileri güçlendirmeyi amaçlayan bir diplomasi” olarak tanımlamaktadır (Akıncı, 2021: 98-99). Goethe ve Konfüçyüs Fakülteleri gibi dil- kültür fakülteleri de eğitim diplomasisinde aktif olmaktadır. Ancak fakültelerin resmi olan kurumlarla doğrudan ya da dolaylı ilişkisi ve mevzuat statüsü ülkelerde farklılık göstermektedir. Eğitim diplomasisi, esasen mekânsal olarak esnek yapıdadır. Bununla birlikte hedefte olan ülkelerde ya da eğitim diplomasisinin uygulandığı ülkelerde faaliyetler gerçekleştirebilmektedir (Yılmazata, 2023: 141). Bu bağlamda eğitim diplomasisi, doğru halkla ilişkiler stratejileriyle ülkelerin bürokratik çerçeveleri içerisinde daha büyük ölçekte uygulayabilecekleri bir program haline gelebilmektedir.

Kültürel Diplomasi, kamu diplomasi ve devletlerin yumuşak gücünün temellerindendir. Ülkelerin imajını geliştirme ve ortaklık kurma amacıyla, sanatsal, bilimsel, eğitim ve teknoloji gibi kültürel unsurların sunulması, kültürel diplomasiyi tanımlamaktadır. Kültürel diplomasiğin eski örneği olarak hediyeleşmek, önemli yer tutmaktadır. I. Elizabeth tarafından 1590 yılında Sultan Murat’a verilen müzikli saatin ve Obama’nın 2009 yılında Elizabeth’e verdiği iPod, kültürel diplomasi uygulamalarına örnek olmaktadır (Yağmurlu, 2019: 1184). Kültürlerin arasındaki ilişkiler yoluyla toplumları birbirine bağlayarak ve karşılıklı yarara dayalı ilişkiler kurarak, küresel konularda uzun vadeli işbirliği fırsatlarını geliştirilmektedir (Davidson, 2008:77).

Günümüzde ise ülkeler kültürel diplomasiyi uygulamakta ve eğitim ve burs programları, medya ve sanat gibi çeşitli alanlardaki kamu diplomasisinin aktörleri yardımıyla sistematik bir şekilde sürdürülmektedir.

Dijital Diplomasi ile birlikte sosyal medya kavramı, Arap Baharıyla toplumsal hareketlerin kaynağı haline gelmiştir. Ülkeler başta sosyal medya olmak üzere her fırsatı değerlendirmeleri gerektiğini fark etmişlerdir. Böylece, sosyal medyadaki konuşmaları ve verileri dinleyerek, Arap Baharı gibi benzer hareketleri nasıl tahmin edebileceklerine odaklanmışlardır.

Gelişen olaylar, ülkelerin sosyal medya ve siber dünyanın dijital kanallarda yer alması gerektiğini ortaya çıkarmıştır. Böylece 3.0 olarak dijital diplomasi kavramı ortaya çıkmıştır ve Amerika Birleşik Devletleri ile İngiltere kurucuları olarak görülmektedir (Yücel, 2016: 749). Dolayısıyla dijital diplomasi, etki ve toplumda güç hızının, ülkelerin kendilerine pozitif ve diğer ülkelere negatif propaganda yapmalarının önünü açtığını söylemek mümkün olmaktadır (Ekşi & Taş, 2020: 223). Kamu diplomasisi bir bakıma propagandaların ileri boyutu olduğu dikkate alındığında, dijital araçları da ekleyerek propagandaların etkinli kullanımında ve amaçlara çabuk ulaşmada etkili olmaktadır.

Sağlık Diplomasisi, siyasiler ve halkın sağlığı ile ilgilenenlerin işbirliği yapma anlaşmazlıkları çözme, sağlık sistemlerini iyileştirme ve savunmasız nüfusların sağlık hakkını koruma amacıyla seçilen iletişim yoludur. Uluslararası siyasi ilişki ve sağlık yardımları arasında sağlık diplomasisi yer almaktadır. Birbirlerine bağlanan küresel toplumlarda kendini korumanın bir yolu olmaktadır. Sağlık diplomasisiyle birkaç disiplin birleşmektedir: Uluslararası ilişki, idare, hukuk, ekonomi, ticari politika bunlara örnek olmaktadır (Radha, 2021: 129).

Osmanlı döneminde sağlık araştırmaları yapılmış olmasına rağmen, sağlık politikası alanında sistemli bir faaliyetin Cumhuriyet döneminde ortaya çıktığı söylenebilmektedir. Sağlık araştırmaları, cumhuriyet ile insan kaynakları ve hukuki kurumsal alanlarına odaklanmaktadır. Bunları somutlaştıran önemli bir kanun olan “Umumi Hıfzıssıhhadır” (Oktay & Yıldırım, 2021: 593). Diplomaside devlet, sağlık hizmetlerinde önemli bir oyuncu olarak tanımlanmaktadır. Hala mevcut Kanun’da birçok salgın hastalıkları kontrol etme konularındaki düzenlemeler önemli olmakta ve bununla birlikte uluslararası boyutta siyasi ilişkilerin sağlamasında bir aracı olmaktadır.

Temelde bir yumuşak güç etkileşimi türü olarak sağlık diplomasisi, geleneksel diplomatik uygulamalara kıyasla farklı durumlarda yeni diplomasi tarzı olarak tanımlanabilmektedir. Geleneksel diplomaside temel amaç, gücü ve ulusal çıkarları tüm koşullarıyla en üst düzeye çıkarmaktır (Battır, 2019: 155). Sağlık Diplomasisi açısından uygulanan politikalar ve uygulamalar; güç hedefleri ve ulusal çıkarların yanı sıra insan haklarına, hayatına ve onuruna ilişkin küresel değerleri artırma yoluyla etkileşimsel alanının genişletilmesi hedeflerinden dolayı ama etkili olarak bahsedebilmektedir.

Vatandaş diplomasisi, kamu diplomasisinde alt kategori olarak bulunan, kişiler arasında olan iletişim süreçlerine bağlıdır. Vatandaş diplomasisi, ikili diyalog yoluyla sembolleşen ve hemen tepkinin alındığı kültürlerin arasında olan iletişimin yaratılmasını mümkün kılmaktadır. Bununla birlikte, ulusal değerler ve çıkarları etkileşimde bulundukları kişilerle yüz yüze paylaşma fırsatı bulan insanlar, kültürlerarası diyalogu oluşturmada etkin rol oynamaktadırlar (Akgün, Paltun & Abanoz 2020: 342).

Vatandaş diplomasisi kavramı, aynı zamanda kültürler elçisi olarak da tanımlanmaktadır. Kültür elçileri olarak bireyler, ülkelerinin itibarını, değerini, tarihlerini, kültürlerini ve siyasetlerini yansıtmaktadırlar. Gönüllü olarak kamu diplomasisine katılan kültür elçisi, vatandaşı olduğu ülkeyle yaşadığı ülke arasında olan ilişkileri geliştirmektedirler. Ulusal devlet, kendi halkını ikna etmek ve onların desteğini kazanmak için, kendisinin veya diğer ülkenin sorununu da kullanabilmektedir (Karlı & Özel, 2020: 3). Diğer diplomasilere göre vatandaş diplomasisi daha avantajlı bir konumdadır. İletişim kurulan ve etkilenen kişiyle doğrudan iletişim sonucu oluşan bir mesaja anında geri bildirim almak çok faydalıdır, bundan dolayı hedeftekinin mesajları nasıl algıladığını ve ne derecede tepki verdiğini anında görebilmek önemli olmaktadır (Sancak, 2018: 338). Vatandaş diplomasisi uygulayıcıları, geri bildirimlere bağlı olarak mesajın içerikleriyle şekillerini aynen kullanabilmekte, değiştirebilmekte veya mesajın iletilmesini durdurabilmektedir. Ayrıca toplumlarda ön yargının oluşmaması ve ülkelerin anlayış kapasitesini geliştirmek amaçlanmaktadır.

Spor Diplomasisi, birçok farklı amaç için kullanılabilir. Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nde ve FIFA'da olduğu gibi diğer uluslararası spor kuruluşlarının da söylediği gibi, spor birleştirici olabilmekte, diyalogu teşvik etmekte ve dünyadaki barışa katkıda bulunabilmektedir. Bu alanda spor bursları ve elçiler etkili olmaktadır. Ancak diğer tarafla ulusal gururu gösterme, ülkenin başarısını ve gücünü ortaya koymanın bir işlevi olmaktadır (Yağmurlu, 2019: 1374). Dolayısıyla sporculardan antrenörlere, hakemlerden uluslararası spor organizasyonlarındaki temsilcilere kadar olan unsurlarla spor diplomasisi uluslararası alana girmekte, devletin güç ve çekiciliğini yansıtmaktadır. Uluslararası alanda ülkeyi temsil edenler, Ülkenin sporcusu, antrenörü, hakemi ve spor yöneticileridir (Akoğlu & Mutlu, 2018: 280).

Devletler en önemli spor faaliyetlerinden biri olarak olimpiyatları kamu diplomasisi için bir fayda olarak görmektedirler. Antik Yunan’da Olimpiyat oyunları zamanında ateşkes ilanı gibi olaylarda kilit rol oynayan spor, diplomasinin barış aracı olarak kullanılmıştır. Ancak Olimpiyat tarihinde boykot etmeler, iptaller ve sporcular tarafından ulusları adına belirli sembollerin kullanılması, büyük faaliyetlerin kitlesel algıları kontrol etmek için kullanılmasının işaretleri ve etkin diplomatik araç olmasını sağlamaktadır (Özbey, Doğan, & Çolakoğlu, 2021: 110). Diğer bir örnek olarak, 1971 yılında Çin ve Amerikalı masa tenisi oyuncuları ile olan, hükümetlerin yakınlaşması ve sporun modern çağdaki etkilerinin önemli bir örneği olarak “Pingpong Diplomasisi” verilmektedir. Çin ve ABD arasında yaşanan soğuk savaşın oynanan oyun ile birlikte aralarındaki ilişkilerin normalleşmesi sağlanmıştır (Bostancıoğlu, 2023: 613). Başka bir örnek olarak, Güney Kore ve Japonya’nın ev sahibi olduğu, 2002 FIFA Dünya Kupası, sporun yumuşak gücünü etkin olarak kullanmalarını sağlamıştır (Göksu, 2019: 412). Bununla birlikte spor sayesinde yumuşak güç, ülkelerin ticaretinin, yatırımlarının, turizminin geliştirilmesine olanak sağlanmaktadır.

Uluslararası Yayıncılıkta, yabancı toplumlar için olan yayınlar, Soğuk Savaş döneminde de uzun süre radyo ile sürdürülmüştür. Radyo o dönemde uluslararası yayıncılıkta baş aktör ve iletişim aracı haline gelmiştir. Fakat iletişim teknolojisinin gelişmesiyle birlikte değişime uğrayan iletişim, tüm medya sektörlerinin yanı sıra uluslararası yayıncılık alanını da şekillendirmiştir (Bekiroğlu, 2019:647).

İletişim teknolojisinin gelişmesiyle birlikte uluslararası yayıncılık, dijital platformlar aracılığıyla geniş hedef kitlelere ulaşmanın bir yolu haline gelmekte ve yeni bir devlet-toplum ya da toplum-toplum diplomasisini hayata geçirme fırsatı olmaktadır. Kamu diplomasisi, yeni medya araçları ile kültürler arası iletişimin senkronize olduğu yeni iletişim döneminde, medya yoluyla kurulmaktadır. Ülkeler ya da STK’lar gibi taraflar bilgi alışverişinde uluslararası medyayı kullanmakta, kamusal diplomatik faaliyetlere yönelik haberlerin doğrudan dağıtımı uluslararası yayın yoluyla gerçekleştirilmektedir (Filiz, 2021: 782). Burada ABD kamu fonlarının desteklediği Amerika’nın Sesi programları örnek olmaktadır. İlk olarak 1942 yılında Almanca programını yapan program, bugün 48 dilde yayınlar yapmaya devam etmektedir.

ABD'nin uzun süreli çıkarları için, dünya halkıyla radyo yoluyla direkt olarak iletişimi kurarak hizmet sağlanmaktadır (Kavoğlu, 2022: 310).

Cull'a göre 20. yüzyıldan bu yana uluslararası yayıncılık, etkili diplomasinin uygulanmasında dikkate alınmış olan esas unsurlardan biridir. Ancak uluslararası medyanın varlığı kamu diplomasisi bağlamında değerlendirilebilmektedir. Bu bağlamda ticari ve kamunun desteklediği yayınlar tüm dünyayı etkilemektedir (Eyüpoğlu, 2018, s.85).

Ekonomi diplomasisi; Rashid, ekonomik diplomasiyi, diğer ülkelerdeki üretim faaliyetleri, mal, hizmet, emek ve yatırım alışverişi ile ilgili politikaların formüle edilmesi ve müzakere edilmesi süreci olarak tanımlamaktadır. Odell ise dış yardım veya resmi kalkınma yardımı da dâhil olmak üzere para ve bilgi alışverişiyle ilgili politikaların varlığı gibi diğer unsurları da dâhil ederek daha geniş bir tanım sunmaktadır (Killian, 2021: 172). Genel diplomasiden ayrı bir diplomatik uygulama değildir. Ekonomik diplomasinin varsayımları vardır ve genel olarak diplomatik uygulamayla aynı stratejileri uygulamaktadır.

1.6. KAMU DİPLOMASİSİNDE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI

İletişim araçları toplumlara rehberlik etmede, kültürü şekillendirmede, yaymada ve gelecek nesillere aktarmada önemli bir rol oynamaktadır. İnanç ve düşüncelerin ikna edilmesi, yönlendirilmesi gibi etkilerle, yaygın olarak gücün etkin unsurları olarak kabul edilmektedir. Kamuoyu, iyi yaşam tarzlarını ve sosyal politikaları televizyonda gördükleri, radyoda duydukları, gazetede okuduklarından öğrenmekte ve diğerlerine karşı düşüncelerini bu kaynaklara göre şekillendirmektedir (Dilber, 2014: 61). Başka bir ifadeyle kitle iletişim, insanların görüşlerini, davranışlarını ve tutumlarını etkileyebilmek, bununla birlikte değişim yaratmaktır. Buna göre iletişim araçlarının düşüncesi, ortak davranış tarzlarıyla birlikte insanları etkileyebilmek ve bununla birlikte belirli bir açıklığa ulaşmaktır.

İletişim araçları, toplumdaki olayların ilgilendiği kamuoyunun yanı sıra, politikacılara da aktararak haber ulaştırmaktadır. Öte yandan iletişim araçları tıpkı bir kamuoyu araştırması gibi kamuoyunun tepkilerini ve cevaplarını siyasetçilere iletmekte, raporlama işlevi ile birlikte toplumsal sorunlara ilişkin farkındalığı artırmaktadır. Bununla birlikte konuyla ilgilenen kişilerin görüşlerini politikacılara aktarmaktadırlar (Temizel, 2008: 143).

Bilginin iletilmesinde aracı olarak radyo ise, devletlerin ideolojileri hakkındaki pozitif bir imajı için yaygın olarak kullanılmaktadır. Filmlerin, duygulara hitap edebilmesinin yanında kamu diplomasisi bağlamında hedefindeki kitleye mesaj iletebilme özelliğine de sahiptir.

Uluslararası düzeyde yayın yapma olanağı bulan gazeteler, verdikleri röportajlar ve yayımladıkları haberler ile birlikte kamu diplomasisinde önemli konuma gelmişlerdir. Kamu diplomasisinde araç olarak kullanılmakta olan televizyon, devletlerin yumuşak gücünü desteklemektedir. Bu bağlamda televizyon programları, güvenilir, bağımsız, özgür ve evrensel olarak uyumlu olduğu ölçüde etkisini güçlendirmektedir.

Gazetelerdeki röportajlar, köşe yazıları, makaleler ve haberler, çevrimiçi gazetecilik, basılı gazeteler ve dergiler aracılığıyla yayınlanmaktadır. İnternete geçişle birlikte gazetelere erişimin artması, farklı dillere çevrilmesi ve geniş kitlelere dağıtılması, kamu diplomasisi için yeni gazeteciliğin geleneksel yayınlara göre daha çekici olmasını sağlamıştır (Özçağlayan, 2008): 63).

Devletler ya da STK'lar aracılığıyla yayınlanan dergiler, diğer hususların yanı sıra, kültürlerarası diyalogun oluşturulmasında, geliştirilmesinde ve değişik kültürlerden insanlar arasındaki iletişim anlaşılabilmesinin sağlanmasına yönelik olmaktadır. Yeni medyada temel unsur olarak sosyal medyanın, son zamanlarda ülkelerin kamu diplomasisinde kullandıkları önemli kanal olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya ile birlikte mesajlar, geniş kitlelere hızlı ve kolay şekilde aktarılabilmektedir.

1.7. TÜRKİYE’NİN BAŞLICA KAMU DİPLOMASİSİ AKTÖRLERİ

Bu bölümde kamu diplomasisi aktörleri olarak; Dışışleri Bakanlığı, Yunus Emre Enstitüsü, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı, Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı ve Kızılay’a değinilmiştir.

Türkiye, 1990’lı yıllarda faaliyetlerine başlayan ve 2000’li yılların sonlarından bu yana kamu diplomatik kurumlarının sayısını artıran TİKA ile sistematik olarak yumuşak güç projelendirmeyi planlanmaktadır. Bu bağlamda kültürel süreçlere odaklanan Yunus Emre Enstitüsüyle yurt dışındaki Türklerin faaliyetlerine odaklanan Yurtdışı Türkleri ve Akraba Toplulukları Başkanlığı gibi kurumlar ve kuruluşlar oluşturulmuştur (Çetin, 2022: 242).

Dışışleri Bakanlığı; Ülkenin ana dış politikada yapıcı organı Dışışleri Bakanlığı’dır. Ülkelerin uluslararası alanlardaki davranışları, komşuların, rakiplerin ve bölgesel kuruluşların politikalarına ilişkin kararları Dışışleri Bakanlığı almaktadır. 1990 ile özellikle 2000 yılından sonra değişim gösteren uluslararası ekonomiyle birlikte sistemler çok kutuplu hale gelerek aktör sayısı artmıştır. Bu bağlamda burada önemli olan kişilerin uluslararası alanlarda yalnız olmasıdır. Ancak ülkeler, bireyler için iç ve dış siyasi kurumlar oluşturmaya çalışmaktadır (Paçaoğlu, 2020: 53).

Dışışleri Bakanlığı faaliyetlerini dış temsilcilikleri aracılığıyla yürütmekte; kültür, sanat ve sosyal etkinliklerini düzenlemektedir. Dışışleri Bakanlığına bağlı olarak faaliyetlerini yürüten Diplomatik Akademi, diğer ülkelerden davet edilen temsilciler için eğitim programlarıyla kamu diplomasisinin önemli görevini sürdürmekte ve ülkenin kalkınmasını sağlamaktadır (İletişim Başkanlığı, 2022).

Bakanlık, kültürün korunması ve gelecek nesillere iletilmesi amacıyla çeşitli çalışmalar gerçekleştirmektedir. Kültürel mirasın korunması alanında da diğer ülkelerle ilişkileri geliştirmektedir. Kültürel diplomasinin geliştirilmesine yönelik çalışmalardan biri de, diğerlerinin yanı sıra, tarihi eserlerin korunması ile yenilenmesidir. Bakanlık yurt dışında, Orta Doğu’da, Orta Asya’da ve Balkanlar’da Türk kültür mirasına ait çeşitli tarihi eserleri restore etmiştir (T.C. Dışışleri Bakanlığı, 2022).

Yunus Emre Enstitüsü (YEE); 5653 sayılı, Yunus Emre Vakfı Kanunu kapsamında 5/5/2007’de kurulan YEE, 2009’da faaliyete geçmiş olup merkezi Ankara’da bulunmaktadır. Kuruluşundan sonra esas hedefi, farklı ülkelerde olan benzer kuruluşlar gibi diğer yabancı halklarla ilişkiler ağı kurmak ve Türk kültürü, edebiyatı, dili ve anlayışlarını farklı ülkelere tanıtan araştırmalar yaparak ilişkilerini olumlu yönde ilerletmek ve bu konuda farkındalık yaratmaktır (Demirkaya & Çelik, 2021: 140). 56 kültür merkezi yurt dışında bulunan YEE, Türkçe eğitimlerinin yanında çeşitli ülkelerin eğitim kurumlarıyla işbirliği yaparak Türkçe eğitim ve Türkoloji de desteklenmektedir (Ünalı, 2019: 148).

Yurt dışında açılmış olan “Yunus Emre Türk Kültür Merkezleri”, Türkiye’nin çeşitli kültür mirasını paylaşabilmek için, konser, sergi, sahne ve film gösterimleri gibi etkinlikler düzenlemektedir. Bu eylemlerin, Türkiye’nin yurtdışında mümkün olan doğrultuda tanınmasına önemli ölçüde katkı sağlayacağı ve Türkiye ile ilgili negatif algıları ve düşünceleri ortadan kaldıracığı söylenebilmektedir (Parlakpınar, 2014: 285). YEE yeni kurulmasına rağmen dünyanın farklı yerlerinde şube açmaya ve büyümeye devam etmektedir.

YEE, Türkçe tanıtım faaliyetleriyle birlikte kültür ve sanat festivalleri, konserler, kurslar, yarışmalar, fuarlar, bilimsel toplantılar, imza etkinlikleri, çalıştaylar, sergiler, el yazmalarının muhafazası gibi kültürel faaliyetleri de yürüterek sanatsal faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu faaliyetler aracılığıyla YEE, Türk kültürünü tanıtmak ve etkinliklerin düzenlendiği ülkelerde kültürel yakınlaşma için çalışmaktadır (Ekşi, 2017: 204).

Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB); 6 Nisan 2010’da resmi gazetede yayımlanan karar ile birlikte başbakanlık ile bağlantılı üst düzey olarak kurulmuştur. Amacı Türk vatandaşları üzerinde araştırmalar yaparak, yurtdışında yaşamakta olan Türklerin sorunlarına çözümler bulmak, ayrıca akraba topluluklarıyla ilişkilerini geliştirmek için çalışmaktır. AB önderliğinde uygulanan projeler, ülkemizdeki eğitim süreçlerinin başarıyla tamamlanmasına ilişkin tüm ilkeleri belirleyen YSK ve üniversitelerin dışındaki kamu kuruluşları, eğitim almayı uygun gördüğü yabancı öğrencilerin eğitimlerini başarı ile bitirebilmesinde ilişkili kurumların arasında koordinasyonun sağlanmasıdır (Işıdan, 2022: 3).

YTB, Türk diasporasını oluşturma hedefiyle sivil toplum kuruluşlarının politikasını uygulamaktadır. Dolayısıyla YTB'nin amacı Türkleri STK'lar halinde örgütleyerek Türk dünyası lobisi oluşturmaktır. Türkiye burada YTB faaliyetleri aracılığıyla yurtdışındaki vatandaşlarıyla etkileşime geçip iletişim kurarak kamu diplomasisini yaratmaktadır. YTB bu yönüyle Türk kamu diplomasisinde öne çıkmaktadır ve diaspora diplomasisi için de önemli olmaktadır (Budak, 2020; 535).

Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA); TİKA, bağımsızlığını yeni kazanmış olan Orta Asya, Balkan, Karadeniz ve Kafkasya ülkeleri ile Afrika'nın gelişmekte olan ülkelerinin kalkınma çalışmalarına destek vermek amacıyla 1992'de kurulmuştur. Faaliyetlerini Dışişleri Bakanlığı'na yapan kuruluş, 28 Mayıs 1999'da Başbakanlığa bağlanmıştır (Karagül, 2013: 88). TİKA'nın temel hedefi Türkçe konuşulan ülkelerin ve Türkiye'nin komşu ülkelerinin kalkınmasına katkıda bulunmaktır. Bu ülkeler ile birlikte TİKA; sosyal, kültürel, ekonomi gibi alanlarda işbirliğini geliştirmeye yönelik farklı proje ve program uygulamaktadır. Bununla birlikte Türkiye'nin dış politikada aktif olmasında ve TİKA'nın, Türk dış politikasının ortak değerleri paylaşan farklı ülke ve bölgelerde dış politikanın uygulanmasında araç haline gelmektedir (Polat, 2020: 257).

Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı, üniversite, STK, özel ve kamu kuruluşları aralarında bir işbirliği yaparak ve bunları temelde bir araya getirerek Türkiye'de olan kalkınma yardımlarını belgelendirmektedir.

TİKA, 1990'lı yıllarda hedeflerinin büyük bir kısmına erişememiştir. Bunun temel nedeni o zamanlarda Türkiye'nin ekonomisinde ve siyasetinde olumsuzluklar olmuştur. Ülkedeki bu durum özellikle Balkanlara ve Türk Cumhuriyetlerine yapılacak yardımların önünde engel teşkil edecek gibi görünmektedir. TİKA, 1990'lı yıllardaki olumsuzlukların dışında, değişim içerisinde ve çelişkili olan siyasetçilerin öncülüğünde başarısız dış politika aracı olmaktadır (Yıldırım & Yıldırım, 2017: 207).

Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı gün geçtikçe faaliyetlerini büyütmüş; böylece program ofisleri 2002'de 12 iken 2011'de 25, 2012'de bu sayı 33 olmuştur. Şu anda 61 ülke ile 63 "Program Ofisleri" ile birlikte faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Türkiye'nin aktif olarak dış politikasıyla ilişkili çalıştığı ülke sayıları gün geçtikçe çoğalmaktadır (TİKA Faaliyet Raporu, 2023).

Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD): Entegre afet yönetim sistemleri, afet sonrasında bütünleşmiş şekilde yapılması gerekenler, tehlikelerin ve risklerin belirlenmesi, hasarların önlenmesi, bunlara karşı önlem alınması, etkili müdahaleyi ve iyileştirmeyi içermektedir. Türkiye’de bu sistemin işleyişinden sorumlu olan kuruluş AFAD’dır (Yıldız & Duruel, 2022: 20). Görevleri ve yetkileri, 15 Temmuz 2018’de yayımlanmış olan 4 numaralı kararnamenin 30 ve 56. maddeleri ile kabul görmüştür (afad.gov.tr). AFAD’ın 2019-2023 stratejik planında 6 amacı, 30 hedefi ve 117 göstergesi bulunmaktadır. Bunlar: Acil durum ve afet yönetimi koordinasyonunun faaliyetlerini çoğaltmak. Tüm sektörlerin bütünleşmiş risk temelli afet yönetimi yaklaşımını benimsemesini ve kurmasını sağlamak. Afet sırasında ve sonrasındaki durumları en verimli şekilde yönetebilmek. Kamuoyunun farkındalığını artırarak sürekli afetlere ve acil durumlara hazırlıklı olmayı sağlama. Uluslararası sahnede önde gelen kuruluş olabilmek. Süreklilik halinde öğrenme ve gelişim gösteren bir kurum olabilmektir.

Afet yönetimi süreçleri, afet öncesini, o anı ve sonrasındaki tüm durumları kapsamaktadır. Ülkemizde bu süreçleri yönlendiren kurumun görevleri şu şekildedir; Olabilecek afetleri önlemek ve hasarlarını azaltmak için gerekli tüm faaliyetleri planlayarak koordine edinmelidir. Afetlerin olduğu zamanlarda müdahale edilmeli ve sonrasında iyileştirmeyi hızla tamamlamak gerekmektedir (Yaman & Çakır, 2018: 1129). Ayrıca kontrol faaliyetlerini yürütmek, kurum ve kuruluşları desteklemek ve afetlere etkin katılımlarını sağlamak, toplumu afetlerden oluşabilecek etkilerden en hızlı şekilde kurtarıp eski durumuna dönmesi için tüm faaliyetleri gerçekleştiren kurumsal yapı olmaktadır.

Kızılay; Ulusal ve uluslararası görevlerini yerine getirebilmesi, Kızılay Derneği’nin ulusal ve uluslararası hukuka bağlı kuruluş olmasını gerektirmektedir. Ulusal yasalara tabi dernek olarak, “Dernekler Yasası’na” ve kar amacı gütmeyen kuruluşların özel görevlerinden kaynaklanan ayrıcalık ve yükümlülüklerini düzenleyen yasalara uygun faaliyetlerini gerçekleştirmektedir (Hatipoğlu, 2013: 169). Türk Kızılay’ı, 1868’den beri toplumsal dayanışmanın sağlanması ve geliştirilmesi, yoksullara ve muhtaçlara yaşam, gıda ve sağlık yardımları, afetler, uluslararası yardımlar, mültecilerin sorunlarına çözümler bulma gibi konularında önemli sorumluluklar üstlenmiştir. Ayrıca Kızılay, kan ve maden suyu alanlarında da faaliyetler sunmaktadır (www.kizilay.org.tr)

Kızılay, tüzel kişiliği, kar veya tazminat olmaksızın yardım ve hizmeti sağlayarak genel refah için çalışan gönüllü bir özel sosyal hizmet kuruluşu olmaktadır. Kızılay Genel Müdürlüğü teşkilatındakiler dışındaki diğer görevler fahridir (Türk Kızılayı, 2022). Kızılay, Türkiye'nin dış politikasına paralel olarak faaliyet gösterirken, Türkiye'nin evrensel bir insani yardım unsuru haline gelmesi için kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarıyla birlikte çalışmaktadır.

Burada diğer uygulama alanlarından olan TRT, Anadolu Ajansı ve Basın İlan Kurumu, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın web sitesinde olduğu gibi ilişkili kuruluş ve bağlantılı kuruluşlar olarak ikinci bölümde olan “Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın Yumuşak Güç Diplomasisi” başlığı altında incelenmiştir.

1.8. CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI KURUMSAL YAPISI

24 Temmuz 2018 tarih, 30488 sayılı olan Resmi Gazete’de yayımlanan 14 numaralı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesiyle “İletişim Dairesi Başkanlığı” kurularak, görevleri ve teşkilatı eklenmiştir. Önceden Başbakanlığa bağlı olan BYEGM daha sonra “İletişim Başkanlığı” olarak değiştirilmiştir (Eren, 2020: 117). Kurumun misyonunu ülkenin bütün kurumlarını kapsayan, uluslararası ortak dil anlayışına odaklı bütünleşik iletişim stratejisini oluşturarak, buna dayalı iş süreçlerini uygulamak, Türkiye'nin politika, uygulama ve yaklaşımlarını kamuoyuna ve muhataplara planlı olarak etkili bir şekilde anlatarak farkındalığı oluşturmak, medyayı ve fikir dünyasını dikkatle takip edip değerlendirerek ilgili otoriteleri ve kamuoyunu bilgilendirmek, basın ilişkilerini organize etmek, basının çalışmalarını kolaylaştıracak ve gelişimini teşvik edecek tedbirler almak, ulus-devlet iletişiminin etkili yönetimini sağlamak için gerekli araştırma ile talimatları yürütmek ve uygulamak oluşturmaktadır.

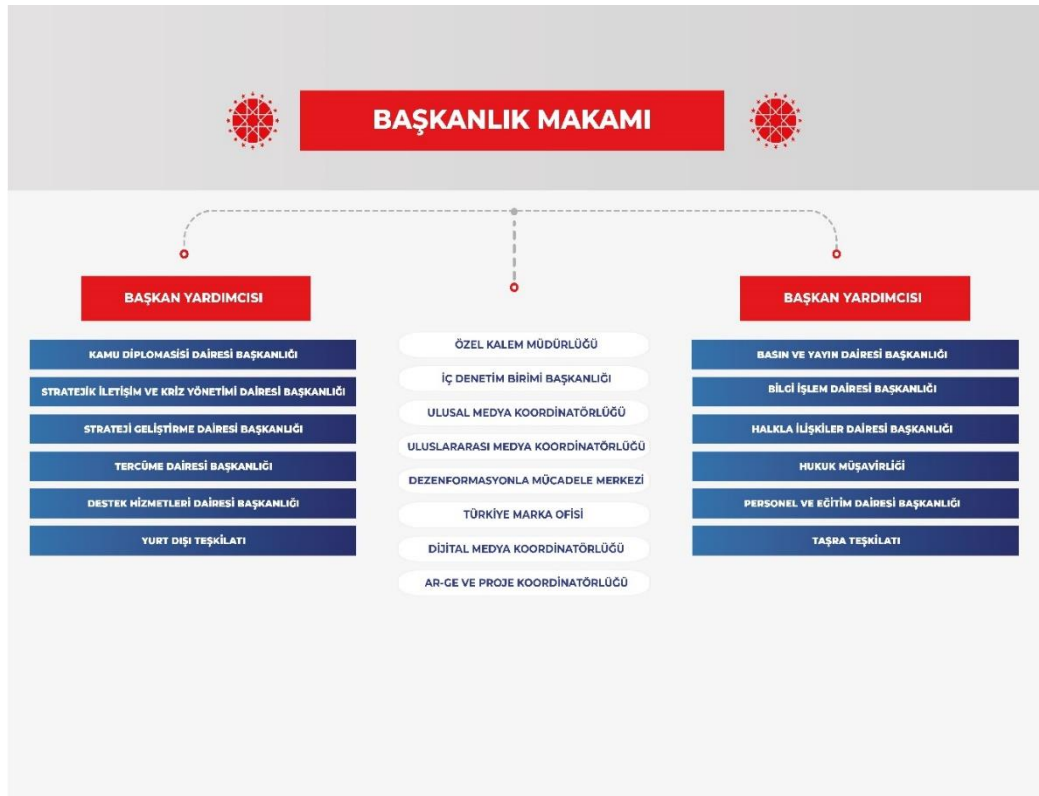
Asıl amacını “Türkiye Markasını Güçlendirme” olarak belirleyen CİB, buna bağlı olarak neredeyse tüm kurumlarla iletişim faaliyetleri ve işbirliği gibi kilit görevleri yerine getirmek için çalışmalar yürütmektedir (Özdemir & Taşcıoğlu, 2022: 72). İletişim Başkanlığı'nın kurulmasıyla birlikte, Türkiye hikâyesi yabancı halklara, her türlü etkili

kamu diplomasisi araçları ve yöntemleri kullanılarak etkin bir şekilde anlatılmaktadır (Çetin, 2022: 244). İletişim Başkanlığı'nın amacı, Türkiye'de kamu diplomasisinin faaliyetlerini gerçekleştiren bağımsız kurumları ve kuruluşları birleştirerek kamu diplomasisinin etkili, sonuca bağlı ve planlı olarak uygulanmasını ve koordinasyonunu sağlamaktır.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın görev ve sorumluluklarından bazıları şunlardır: Ulusal reklam politikasının ve reklamcılıkla ilgili alanlarda Cumhurbaşkanı tarafından belirlenen stratejilerin belirlenmesini sağlamak, stratejik iletişimlerin ve kriz yönetimleri için yönergeleri tanımlayarak yürütülen faaliyetlere ilişkin uluslararası düzeyde bütün kamu kurumları ve kuruluşları arasındaki ilişkiyi sağlamaktır. Ayrıca “Tanıtma Fonu” ile ilgili işleri uygulamak, kamuoyuna ve ilgili makamlara planlı olacak şekilde doğru bilginin sağlanması ve bu etkilerin kamuoyuna açıklanmasına yönelik hizmetler sunmasıdır. Türkiye'nin çıkarları için yurt dışında eğitim faaliyetlerine katılmak ve Türk dış politikasını destekleyerek bilgilendirme ve eğitim faaliyetleri düzenlemek görev ve sorumlulukları arasındadır (Resmi Gazete, 2018).

Tablo 3. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Teşkilat Yapısı

Kaynak: (İletişim Başkanlığı, 2023)



Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın yapısını tabloda olan kurumlar oluşturmaktadır. İletişim Başkanlığı'nın amacı, Türkiye'de kamu diplomasisi alanlarında faaliyetleri olan bağımsız kurumları ve kuruluşları ortak noktada buluşturarak kamu diplomasisinin etkili, sonuca dayalı ve planlayarak uygulanmasıyla koordinasyonunu sağlamaktır. Kurumun amaçları arasında Türkiye'nin, dünya kamuoyunun gözünde saygın bir konuma gelmesini teşvik etmekte vardır.

Başkanlık, kamu diplomasisinde koordinasyon ve söylem birliğini ele almanın yanı sıra, gündemi üç kategoride izlemektedir. Birincisi güncel gelişmeler karşısında acil iletişimin sağlanması, ikinci olarak stratejik iletişimin araştırmalarıyla Türkiye'nin ikna ve etkileme kapasitesinin artırılması, üçüncü ise uzun vadedeki hedefleri doğrultusunda stratejik aktörler için yatırımın sağlanmasıdır (Özkır, 2018: 33).

Çalışmanın bu bölümünde yapılan analizlere göre; kamu diplomasisi için farklı tanımlamalar yapıldığı görülmektedir. İlk kez Gullion tarafından kullanılan kavram, geleneksel diplomasisinin ötesinde, uluslararası ilişkilere olan etkisine yönelik olarak kullanılmıştır. Kamu diplomasisi kavramı farklı düşünürler tarafından farklı olarak

tanımlanmıştır. Bu kavram aslında, kamu yönetiminde halkla ilişkiler dallarından biri olarak tanımlanmaktadır. İkisinde de amaç; devletin yapacağı faaliyetleri güçlendirip iletişimi sağlayarak ilişkileri düzenlemektir. Cull’a göre kamu diplomasisi faaliyetleri, dinleme, savunma, uluslararası yayıncılık, değişim diplomasisi ve kültürel diplomasıdır. Gilboa ise, bu kavramı üç model olarak tanımlamaktadır. “soğuk savaş modeli”, “devlet dışı ulus ötesi” ve “iç ilişkiler modelidir”. Yumuşak güç kavramında ise hedeflenen, birilerini etkileme ve kazanma olarak tanımlanmaktadır. Burada kamu diplomasisi, yumuşak güç için önemli bir unsur olmaktadır. Sert güç ve yumuşak güç ayrımına bakıldığında, sert güç daha çok komuta verme davranışıyla ilişkili olurken, yumuşak güç etkileme amaçlı değildir. Yumuşak güç, yaptırım kullanmadan rıza ile istediğini yaptırma olarak tanımlanmaktadır. Nye sert gücü, tehdit ve teşvik kullanımıyla, etkileme ve değiştirme olarak tanımlamaktadır.

Geleneksel kamu diplomasisi ve yeni kamu diplomasisi kavramlarına bakıldığında aralarındaki fark olarak, geleneksel kamu diplomasisinde halk pasif bir şekilde tek yönlü iletişimin sürecine katılmaktadır. Yeni kamu diplomasisi yaklaşımında ise halk aktif bir şekilde iki yönlü iletişim sürecine katılmaktadır. Araştırmacılar burada, STK’lar ile işbirliği halinde olunmasının önemli olduğunu ve üç önemli özellik olarak; “güvenilirlik, uzmanlık ve yeterli ağırlara sahip olunmasının” katkı sunacağını söylemektedir.

Ayrıca bu bölümde kamu diplomasisi aktörleri olarak sivil toplum kuruluşları, yumuşak güç uygulamalarında önemli olmaktadır. Sivil toplum kuruluşları, kamuoylarının gündemlerini belirleyerek devletle için bilgileri sağlamakta ve dış politikadaki kararlarda lobicilik faaliyetlerini yürütmektedir. Üniversiteler ise, eğitim diplomasisiyle devlet ve halk arasında olan sorunların çözülmesini sağlamaktadır. Üniversitelerin araştırma merkezleriyle birlikte bilimsel raporlar, analizler ve yayınlar kamu diplomasisi için önemli olmaktadır. Kanaat önderleri de kamu diplomasisi faaliyetleri için önemli olmaktadır. İç hedef kitlede halk, yurttaş diplomasisiyle devletlerle ilgili mesajların iletilmesinde önemli konumdadır. Medya ve haber ajansları, özel sektör, baskı grupları da kamu diplomasisinde önemli aktörlerdir. Eğitim diplomasisi, kültürel diplomasi, dijital diplomasi, sağlık diplomasisi, vatandaş diplomasisi, spor diplomasisi, ekonomi diplomasisi ve uluslararası yayıncılık devletler tarafından kullanılmakta olan kamu diplomasisi uygulama alanlarıdır. Kullanılan iletişim

araçları ise kamu diplomasisi bağlamında ulaşmak istenen kitleye mesajların iletilmesini sağlamaktadır.

Türkiye’de ise kamu diplomasisi aktörleri olarak, Dışişleri Bakanlığı, Yunus Emre Enstitüsü, Yurtdışı Türkler ve Akrabalar Topluluklar başkanlığı, Türk İş Birliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı, Afet ve Acil Durum Yönetimi başbakanlığı ve Kızılay aktif olarak faaliyetlerini yürütmektedir. 24 Temmuz 2018’de kurulan Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ise asıl amacı olarak, “Türkiye Markasını Güçlendirmek” için iletişim ve işbirlikleri faaliyetleriyle kamu diplomasisine katılmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI: KAMU DİPLOMASİSİ FAALİYETLERİ

Bu bölümde ilk önce Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın sosyal medya kullanıma ait bilgiler verilmiştir. Daha sonra Başkanlığın yumuşak güç diplomasisine değinilerek bağlantılı ve ilişkili kuruluşlara yer verilmiştir. İletişim Başkanlığı'nın gerçekleştirdiği kamu diplomasisi faaliyetleri hakkında bilgiler de verilmiştir.

2.1. CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI'NIN SOSYAL MEDYA KULLANIMI

İletişim araçlarıyla propagandanın yeteneği sayesinde siyasal davranışları ve siyasal kararları alma süreçlerinin şekillenmesi ve bununla birlikte kitle iletişim araçlarını iktidar ortağına getirerek, medyanın döngüsel bir paradigmayla değişimini yaratmaktadır (Gümüş, 2023; 28). Ayrıca kapitalist güçler ve siyasi iktidarlar arasındaki hem olumsuzlukları yaratan hem de iletişimi sağlayan medya, bunların ilişkilerini düzenleyen bir aracı durumuna gelmektedir.

Dijital diplomaside sosyal medya platformlarının etkili araç olarak kullanıldığı söylenebilmektedir. Buradaki diplomasi için farklı olarak beş iletişim stratejisi şunlardır;

- Sosyal medyaya katılımı sağlayan interaktif iletişim,
- İletişimin kişiselleştirilmesi,
- Duygusal mesajlar içermesi,
- Güncel olaylar hakkında bilgi sağlaması,
- İletişimin şeffaf hale getirilmesiyle geniş ağa yayılmasıdır (Korkmaz & Büyük, 2019: 41).

Sosyal medya ortamı sadece kişisel kullanıma yönelik olmamaktadır. Ülkeler de sosyal medya aracılığıyla varlıklarını göstermek ve ulusal fikirlerini dünyayla paylaşmak

için kullanmakta; kararları ve uygulamalarını da sosyal medya ile iletmektedirler. Diplomasi bu nedenle sosyal medya ortamında yürütülmekte ve dijital ortamlara aktarılmaktadır. Facebook, Twitter ve Instagram gibi uluslararası alanda kullanılan sosyal medya platformları diplomatik iletişim araçları haline gelmektedir (Korkmaz & Böyük, 2019: 38). Ülkeler ve dışişleri bakanlıklarının, oluşturduğu sosyal medya hesapları aracılığıyla kültürel propagandaları, siyasi açıklamaları, ülkelerinin güncel konulara ilişkin görüşlerini ve düşüncelerini paylaşmaktadırlar. Günümüzde sosyal medya platformları, görüşlerin ifade edilmesi ve görüşlerin paylaşılması için güçlü bilgi yayma araçları olarak kabul edilmektedir. İnsanlar dünyayla bağlantı kurmak ve anında güncellemeler almak için ana haber kaynağı olarak bu araçlara güvenmektedirler.

Sosyal ağlarda yapılan paylaşımlarla yöneticiler ve politikacılar toplumda önemli kesime ulaşabilmekte, ihtiyaçları tespit edebilmekte, siyaset konusunda kendi fikirlerini oluşturma fırsatı yakalamakta ve giderek daha fazla vatandaşla iletişim kurabilmektedir (Erkek 2016: 143). Bununla beraber kamudaki hizmetler kamuoyunun gözü önünde gerçekleşmekte olup, üretimine katılımı, kamusal bilgiye erişimi, hesap verilebilirlik ve şeffaf olma gibi yönetim prensipleri daha da uygulanabilir nitelikte olmaktadır.

Kurumlar burada, beklentilerini karşılamak için hedef kitleyle kuracağı kurumsal iletişimle, dijital platformların kurumlar için sunmuş olduğu yeni iletişim araçları olarak sosyal medya, kurumsal internet siteleri, e-posta gibi uygulamalardan yararlanmaktadırlar (Akıncı Vural ve Maden, 2011: 189).

Kamuoyunun oluşumunda ve siyasi kararların alınmasında sosyal ağlar önemli olmaktadır. Bilgisayar ve internetteki ilerlemeler kişilerin siyasi durumlara katılmasını sağlamaktadır. Yeni medya, karşılıklı yapılan iletişimi beraberinde getirmekte, paylaşımları ve görünürlüğü artırmaktadır. Kendi özellikleri onları bu durumda önemli bir konuma yerleştirmektedir (Yurdakul, 2016:89). Yeni medya araçlarının, kamuoyu oluşturmada ve etkileme sürecindeki önemi her geçen gün artırmaktadır. Bu yeni ortamda kamu diplomasisi faaliyetleri daha da kişiselleşmektedir. Sosyal ağ oluşturma, blog yazma, mikro blog oluşturma ve diğer yeni medya araçları, bireysel vatandaşlara, kişisel olmayan ulus devletlerden ziyade “benim gibi biri” olarak algılanan kamu diplomasisi temsilcileriyle iletişim kurma fırsatı vermektedir. Dahası, eskiden tek yönlü

iletişim, yerini sanal bağlantı ve etkileşim yoluyla bilgi ve deneyim paylaşımına bırakmaktadır.

Ülkelerin markalaşma sürecinde siyasi aktörlerin imajı, ülkelerin içteki ve dıştaki siyasi iletişimiyle doğrudan ilişkilidir. Kamuoyunun algısını oluşturmada, oluşturulan imajın dünya çapında yayılmasını sağlayacak ilişkili medya araçlarıyla, iletilen mesajlar önemli olmaktadır (Kılıçaslan, 2020: 23). Burada sosyal medya platformları, kurumların halk ile yakın ilişkiler kurmasına olanak sağlamakta ve sosyal medyayla beraber oluşturulan ilişkinin sonucunda kamuoyu, şirketlerin karar alma mekanizmalarında önemli bir rol oynamaktadır (Koçyiğit, 2022: 62). Bu bağlamda vatandaş, kurumların karar almasını etkilemekte ve katılım yönetimi anlayışı sosyal medya ile birlikte gelişmektedir.

Bu bağlamda iletişimin değişimi ve gelişimi geçmişse dayansa da teknolojik gelişmeler sayesinde bu alan her geçen gün daha fazla değişime ve gelişime uğramaktadır. Bununla birlikte iletişim, teknolojik olarak yeni boyut kazanmış ve teknik araçlarla bir bütün haline gelmiştir. Bu ilişkinin bir sonucu olarak uygulamalar iletişime yeni boyut kazandırarak değerini artırmıştır. Birçok kurum tarafından farklı uygulamalar kullanılmaya başlanmıştır. Bu nedenle iletişim işlevi bulunan CİB, yaygın ve popöler olan sosyal medyayı aktif olarak kullanmaya çalışmaktadır (Özdemir ve Taşcıoğlu, 2022: 65).

Sosyal medya ilk popöler hale geldiği zamanlarda, bireylerin kişisel kullanımına yönelik platform olmanın dışında, kurumsal düzeydeki ilk uygulamaları özel sektör firmaları oluşturmuştur. Ancak zamanla kamu ve özel sektördeki bazı kurum ve kuruluşların sosyal medyaya katılma isteği oluşmuştur. Bununla birlikte, “Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı” dönemin gerekli sosyal medya uygulamalarına katılmakta ve bu platformlarda aktif olmaktadır. Burada sıklıkla kullanılan uygulamalar; Facebook, Twitter (X), İstagram ve Youtube’dır.

Ayrıca, sosyal medyaya katılımlarının yanı sıra kurumların kullanımına yönelik politikaların geliştirilmesinden de etkilenmektedir. Bundan dolayı ulusal bir politikanın gerekliliği gibi bütün kurumların kendi politikasını geliştirmesi gerekmektedir (Sayan, 2021: 335). Bu bağlamda sosyal medya ile birlikte algıları tarafından kişiler, aynı mesajı farklı olarak yorumlayabilmektedir. Sosyal medyadaki negatif algının pozitif

çevrilebilmesi için içeriklerin dikkatli şekilde paylaşılması, çelişki ve hataların örneklerle sunulması gerekmektedir.

Türk kamu kuruluşları internete hızla adapte olmuştur. Fakat ağ ile yapılan bilgi alışverişinin amacı esas olarak kurumu tanıtmaktır. Yasal yükümlülüklerden kaynaklanan bilgi gereksinimlerinin yanı sıra, tanınma için oldukça fazla talep bulunmaktadır (Yağmurlu, 2011: 8). Türkiye de yenilik boyutlu yatırımlarla iletişim altyapısı güçlendirmek istemektedir. Türk markası ve dünyaya sunduğu dijital kamu hizmetleri etkileyici olması beklenmektedir. Bununla beraber Türkiye, dijital dönüşüm için öncü ülkelerden olma hedefiyle ve Cumhurbaşkanı'nın bu konudaki vizyonu, Cumhurbaşkanlığı'na bağlı olarak oluşturulan dijital dönüşüm ofisinde gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır.

“Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın” resmi olan sosyal medya hesapları:

- Facebook hesapları, “<https://www.facebook.com/iletisimbaskanligi/>”
- Instagram hesapları, “<https://www.instagram.com/iletisim/>”
- Twitter (X) hesapları, “<https://twitter.com/iletisim>”
- Youtube hesapları, <https://www.youtube.com/@iletisimbaskanligi>”

CİB bu uygulamalar aracılığıyla iletişimi sağlamaktadır. Bu ana sosyal medya araçları aracılığıyla CİB, amaç ve hedefleri dâhilinde genellikle iletişimsel faaliyetleri gerçekleştirmekte, bilgi paylaşımında bulunarak, vatandaşlara bilgi verici mesajlar iletmekte, haberler, fotoğraflar ve videolar paylaşmaktadır. CİB dört sosyal medya mecrasında yer alarak geniş kitlelere hitap etmektedir (Özdemir & Taşcıoğlu, 2022: 76).

Başkanlığın görev alanına yönelik geniş kapsamlı etkinlikler ile ilgili paylaşımlara ve Türkiye'nin gündemine dair konuşmalara, uluslararası yapılan etkinliklere, Cumhurbaşkanı'nın gerçekleştirdiği telefon görüşmelerine ve ilgili haberlere yer verildiği tespit edilmiştir. Ayrıca kurumun Youtube hesabından İletişim Başkanlığı'nın gerçekleştirdiği etkinliklerine, kurumun kampanyalarına, belirli gün ve haftalardaki faaliyetlerine ve konferanslarına da yer verilmektedir. Başkanlığın Instagram hesabında ise güncel olarak yapılan, Cumhurbaşkanı'nın katıldığı konferanslar, açılışlar ve

konuşmalarına yer verildiği görülmektedir. Ayrıca Fahrettin Altun'un sempozyumlarda, ödül törenlerinde, sergilerde ve toplantılardaki açıklamalarına da yer verilmektedir.

Bu bilgilere bakılacak olursa İletişim Başkanlığı'nın sosyal medya hesaplarında genellikle Cumhurbaşkanıyla alakalı haberler, açıklamalar, bilgilendirmeler ve duyurular olarak paylaşımlar yapılmaktadır. Paylaşımlar genellikle Cumhurbaşkanı'nın yaptığı açıklamaları, karşılamalar ve resmi ziyaretler, toplantılar, görüşmeler gibi konulardan oluşmaktadır. Ayrıca diğer içeriklerin büyük çoğunluğu güncel açıklamalarda ve duyurulardan oluşmaktadır.

2.2. CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI'NIN YUMUŞAK GÜÇ DİPLOMASİSİ

Kamu diplomasisi araçları birleştirerek iletişim ortamlarını yaratabilen ülkeler, dünya kamuoyunun ilgisi çekerek ön planda olmaktadır. Kamu diplomasisinin yumuşak güç araçları, muhataplarını ikna etmeye çalışırken, diplomasi için yeni yöntemler getirmekte ve devletlere geleneksel diplomatik yöntemlerinden farklı etki alanlarını ortaya çıkarmaktadır (Kömür, 2020: 102).

Yumuşak güç için, takip edilen iç ve dış siyasi değerlerin uluslararası alanda geçerli olması sağlanmalıdır. Dış politikada uluslararası hukuka saygı gösterilmesi, iç politikada demokrasinin yeniden düzenlenmesi, insan haklarının, fikir özgürlüğünün, eşitliğin sağlanması gibi konuların düzenlenmesi, Türkiye'nin uluslararası alanlarda daha fazla söz sahibi olmasının önünü açmaktadır (Çavuş, 2012: 29). Yumuşak güç açısından Türkiye adaletli tecrübesi, geleneksel mirası ve gelişmiş bilgi birikimleriyle bölgesel çekim merkezi olabilecek ülke olmaktadır (Karagül, 2013: 84). Türkiye, Osmanlı geçmişinden gelen kültürel mirasının merkezinde yer almakla birlikte Balkan ülkeleri, Kafkaslar ve Orta Doğu da etkilerini sürdürmeye devam etmektedir. Dil, müzik, yöresel yemekler, dini değerler gibi bölgesel farklılıklara sahip pek çok yerde varlığını koruyan kültürün, Türkiye'nin bölgedeki yumuşak gücüne önemli katkıları olmaktadır.

Türkiye, uluslararası sistemdeki varlığı ve algısı bağlamında, iknaya başvurarak diğerlerine istediğini yaptırabilme yeteneği olarak tanımlanan yumuşak gücün yanı sıra yapıcı bir dış politika uygulaması olan ekonomik işbirliğinden, ulusal kurumlar, kuruluşlar ve sivil toplum kuruluşları ile birlikte yararlanmaktadır. Ayrıca yabancı öğrenciler ile birlikte sağlanan uluslararası yükseköğrenim de yumuşak gücün bir parçası olarak değerlendirilebilir (Büyükgöze, 2016: 47).

Son zamanlarda Türkiye'nin dış politikasındaki yumuşak gücü artmış ve uluslararası alanlarda öne çıkan ülke haline gelmiştir. Kamu diplomasisinde, kamuoyunun desteğini kazanmak, diplomasinin kalitesini artırmak, dış politikalarda unutulmuş ya da düşman ilan edilen bölgeleri öne çıkarmak kamu diplomasisi için katkılar sağlamaktadır (Eren, 2023: 258). Kurtuluş Savaşı'na ve sonrasında cumhuriyetin kuruluşuna ilham kaynağı olmasıyla Türkiye, sömürgeleşmiş ülkeler tarafından benimsenmiş ve İslam dünyasıyla beraber diğer ülkelere de ulus inşası sürecinde ilham kaynağı haline gelmiştir. Bunun nedeni Türkiye'nin varlığı ve yaptıkları olmaktadır. Böylece Türkiye'nin sahip olduğu yumuşak gücü fark edilerek dünyada artmaya devam eden milliyetçilik anlayışı ve sömürgecilik için mücadelede önemi artmıştır.

Kamu diplomasisi bağlamında 2002 yılından sonra yumuşak gücünü harekete geçirerek imajını daha net ifade etmeye başlayan Türkiye, değerini, gelecek vizyonunu ve kültür özelliklerini dünyaya iletebilmek için çalışmalar yürütmektedir. Böylece Türkiye, kamu diplomasisi politikası ve yumuşak gücüyle ilk kez imajını şekillendirecek konuma gelmektedir (AA, 2023).

Türkiye'nin insani diplomatik çabaları konusunda farkındalık yaratmayı, ülkenin statüsünü güçlendirmeyi, sağlık, turizm, bilim ve gastro diplomasisine kadar her türlü diplomasi alanında Türkiye'nin kurumsallık derecesini yabancı kitlelere doğru bir şekilde aktarmayı hedeflemektedir. Türkiye, uluslararası diplomasiyle tarafların arasında olan yapıcı yönünü uluslararası kuruluşlarla desteklemekte, kuruluşlarla işbirliği yaparak dış politikasını geçerli kılmakta, arabuluculuk rolünü kolaylaştırarak ve temel yumuşak güç faktörlerden biri olan meşruiyeti elde etmektedir.

Türkiye'nin yumuşak gücü olarak entelektüellik, kurumsallık ve sosyal boyutu olarak 3 kategoride incelemek mümkündür. Entelektüel olarak yumuşak güç; Türk bilim

adamlarının, yazarlarının ve aydınlarının küresel etkisini, katkısını ve neticesinde küresel entelektüel liderliğini ifade etmektedir. İkinci kategorideki kurumsallık, hızlı bir başarılar elde ederek dünyanın farklı yerlerinde ön plana çıkmaktadır. THY, YTB, TİKA, AA, TRT ve YEE gibi kurumlar Türkiye'nin, kamu diplomasisindeki faaliyetlerine ve kurumsal olarak yumuşak gücünde katkı sağlamaktadır. Üçüncüsü ise, Türkiye'nin sosyal boyutlu yumuşak gücü çoğunlukla yurt dışında faaliyetleri olan dernekler, vakıflar ve STK'lar ile ilgili olmaktadır. Türk sosyolojisi tamamen dış dünyaya açık olmakta ve geniş bir coğrafyada faaliyetlerini göstermektedir (Özkan, 2022: 99-100).

Türkiye'nin bölgesinde barışçı politikalarını uyguladığı, bölgesel ve küresel barışı teşvik eden, ticari ve ekonomik işbirliği yoluyla kalkınma süreçlerini, kültürel işbirlikleri ve iletişim yoluyla medeniyeti inşa eden açık diplomasi yöntemini uygulamaktadır. Dış politikasında izlediği komşularıyla sorunsuz, çok taraflı denge ve güvenlik demokrasisi ilkeleri yumuşak gücünü güçlendirmektedir (Karagül, 2013: 86).

Türkiye'nin farklı coğrafyalarda, kamuoyunda bağımsızlığı ve birbirine zıt imajıyla algıları vardır. Bununla beraber Türkiye'nin kamu diplomasisinde farklı olarak bölgesel mesajlar vermesi gerekmektedir. Fahrettin Altun burada, Türkiye'nin kamu diplomasisi çalışmalarında doğru ve hakikatli yaklaşımın kabul edildiği, stratejik iletişim açısından ülke markalaşmasına gerekli önemin verildiğini ve Türkiye'nin markasını iletişim yöntemleriyle yükseltmeye odaklanıldığını söylemektedir (Göksu, 2023: 851).

İletişim Başkanlığı'nın, 21.yüzyıldaki kamu diplomasisiyle beraber yumuşak gücü, belirli hedefteki gruplara karşı yapısal olarak, araç ve mesaj konularında daha yoğun araştırmalar yürütmesi, Türkiye'nin yumuşak gücünü, kültürel değerlerini ve tüm iletişim yöntem ve tekniklerini geliştirmektedir. Kendini ulusal bir örgütün kamu diplomasisi politika lideri olarak konumlandırmak ve tüm kurumlar ve kuruluşlar ile çalışarak tartışma ve eylem birliği oluşturmak için İletişim Başkanlığı faaliyetlerini yürütmektedir.

Türkiye Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, bağlantılı ve ilişkili kuruluşlarla yumuşak güç faaliyetleri detaylı olarak alt başlıklarda incelenmiştir.

Tablo 4. İletişim Başkanlığı İlişkili Ve Bağlı Kuruluşlar

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı		
İlişkili Kuruluş	Bağlantılı kuruluşlar	
TRT	Anadolu Ajansı	Basın İlan Kurumu

2.2.1. Bağlantılı Kuruluşlar

Bağlantılı kuruluşlardan biri olan Anadolu Ajansı (AA):

Anadolu Ajansı 6 Nisan 1920 tarihinde Ankara’da, Türkiye Büyük Millet Meclisi’nin açılış hazırlıkları kapsamında, Kuvay-ı Milliye hareketinin ülkeye ve dünyaya duyurulması amacı ile kurulmuştur. Konuyla ilgili yapılan açıklamada, Milli Kurtuluş Savaşının büyük lideri Mustafa Kemal, Anadolu ve Rumeli Müdafaa-ı Hukuk Cemiyeti temsil organı adına Anadolu Ajansı’nın, Rumeli-Anadolu arasındaki milli savaşı boyunca kamuoyunu doğru, yerli ve yabancı haberlerle aydınlatma ihtiyacı göz önünde bulundurularak oluşturulduğu ileri sürülmüştür (Türk, 1977: 61-62). Ankara duvarlarına asılan ve halkı bilgilendiren bültenler diğer yerlere telgraf ile gönderiliyordu. AA, milli mücadele sürecinde kamuoyunu yanıltıcı, milli birliği tehdit eden yerli ve yabancı yayınlara karşı ülkeyi uyarmaktaydı (Bengi, 2019: 470).

Kuruluş toplantısında kurumun önemli görevi yerine getirmesine karar verildi. Derlenen bültenlerin amacı sadece milli hareketin gelişimi hakkında bilgi vermek değil, aynı zamanda dış kamuoyundan ve basından bilgi alıp haber bültenleriyle beraber hedefteki kitleye ulaştırmaktır. O zamanlarda ajansa duyulan ihtiyaç fazla olduğundan Mustafa Kemal bir ajans kurma düşüncesini hemen kabul etti ve bir an önce kurulduğunu duyurmuştur.

Anadolu Ajansı, TRT’den sonra Türk kamu diplomasisinin, özellikle de medya diplomasisinin en etkili kurumlarından biri olmaktadır. Kısacası Anadolu Ajansı,

uluslararası alanlarda faaliyetlerini gerçekleştiren ajans olarak, ülkemizde dış haberlerin şekillenmesinde en önemli kaynaklardan biri haline gelmektedir (Eren, 2020: 127).

Anayasa'nın güvence altına aldığı tarafsız ve özerk olma himayesinde, kamu yayıncılığına yönelik bir çerçeve oluşturulmuş ve kamu yayıncılığının siyasal iletişimdeki rolü güçlendirilerek, şimdi ve gelecek için baskı yaratabilecek siyasi denetimden arındırılmaya çalışılmıştır (Şahin, 2014: 124).

AA resmi sosyal medya hesaplarıyla; güncel yayınlarını Twitter, YouTube, Facebook ve Instagram üzerinden paylaşmakta ve bu platformları iş amaçlı olarak aktif olarak kullanmaktadır. Dijital diploması sayılabilecek faaliyetleriyle AA; sosyal medyadaki İngilizce hesabı aracılığıyla geniş kitlelere ulaşmayı hedeflemektedir.

Kamu diplomasisi neticesinde AA, Türkiye'nin sahip olduğu tarihini, kültürünü ve dış politikasındaki vizyonunu küresel bir boyutla dünya kamuoyuna sunmaya Türkiye ile ilgili olumsuz olan içerikleri azaltmaya çalışmaktadır.

AA aynı zamanda TİKA, YTB YEE ve THY'nin faaliyetlerini de farklı dillerdeki içeriklere dikkat ederek kamuoyunun gündemine taşımaktadır. Benzer şekilde Türkiye hakkında olumlu izlenim yaratan bireylerden, özel şirketlerden, sivil toplum kuruluşlarından ve kurumlardan haberler paylaşmaktadır. AA, Türkiye'de yayınlanan haberlerin yanında çeşitli dillerde üretilen kitaplar, yabancı ülkelere yönelik eğitimler, fotoğraf yarışmaları gibi etkinlikleriyle kamu diplomasisine de önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır (Yılmaz, 2017:493).

Ayrıca Anadolu Ajansı'nın yayınları, çeşitli dillerde yayına hazır eserleriyle Türk bakış açısını diğer milletlere aktarmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda Türkçe, Arapça ve İngilizce olarak her yıl hazırlanan Anadolu Ajansı yıllıkları, yurt içinde ve yurt dışında gerçekleşen olayları kapsamakta ve arşiv niteliğinde olmaktadır (AA, 2021).

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ile işbirliği halinde olan, AA, iletişim fakültesindeki öğrencilerinin eğitimi için "Uygulamalı Stüdyo Eğitimleri" vermektedir. Ayrıca Anadolu Ajansı 13 dilde yayınlarını yapmaktadır. Bunlar; Türkçe, İngilizce, Arapça, Boşnakça, Rusça, Fransızca, Kürtçe, Farsça, Arnavutça, Makedonca, Endonezce

ve İspanyolca'dır. Ajansın 12 diğer milletten 3.000'den fazla çalışanı bulunmaktadır. Günde ortalama olarak 2000 haberle fotoğraf, yaklaşık 10 tane infografik ve 400'den fazla video yayınlamaktadır. Ayrıca günde 20'ye yakın canlı yayın gerçekleştirmekte ve yurt dışında olan 41 ofisle beraber 100 ülkede temsilciliğe sahiptir.

Devletin ajanslarına karşı eleştiriler hem Türkiye'de hem de dünyanın birçok yerinde tartışmalı konu olmaktadır. Uygulamalar, habercilik tarzı, haber tercihleri vb. devletler tarafından yönetilen kuruluşların soruşturulması ve tarafsızlık eksikliğiyle suçlanması yaygın olarak görülmektedir. Anadolu Ajansı'na yönelik en yaygın eleştiri, onun bir kamu basını olmaktan çok, hükümetin propaganda aracı olarak işlev görmesidir. İktidardaki siyasi yapı dışındaki partiler haber içeriklerinde yer almamakta, sunumları genellikle olumsuz bilgilerle şekillenmekte ve iddiaları seçilmiş veya ihmal edilmiş olan içeriklere dayanmaktadır.

CİB'in bağlantılı olduğu diğer kuruluş, Basın İlan Kurumu;

BİK'in temel görevi, yasal yükümlülükleri gereği devletin düzenli olarak yayımlanan gazete ve dergilerinde gerekli şartları sağlayan resmi duyuruların yayınlanmasını sağlamaktır. Ayrıca kurum, belirli şikâyetlerle ilgili olarak gazete ve dergilerin periyodik olarak denetlemesini de yapmaktadır. Diğer görevleri ve sorumlulukları arasında kurumlar ve gazete çalışanları için kredi sağlanması, çalışanların vefatı durumunda yakınları ve ihtiyaç sahiplerine nakdi yardım sağlanması bulunmaktadır (Engin & Tunca, 2023: 58). Ülkenin farklı yerlerinde kurum ile ilişkili olarak faaliyet gösteren şubeler, ilgili illerde resmi ihbar ve tebligatların alınmasına, bunların ilan sırasına göre yayınlanmasına, kota ve dağıtım tablolarıyla faturaların oluşturulmasına, tahsilat yapılmasına aracılık etmektedir.

DP döneminde yaşanmış olan basın devinin artık yaşanmayacağı iletişimsel ve demokratik bir ortamın yaratılmasının olağan görüldüğü dönemde kurulan BİK, kitle iletişim yardımıyla modernleşmeyi sağlamaya inanmaktadır. Demokratik yasal çerçevenin oluşturulmasıyla basının gözetim sorumluluklarını yerine getirebileceği ve siyasi iktidarlara kamusal çıkarları gerçekleştirme konusunda baskı yapabileceği düşünülmektedir (Kızılca & Kızılca, 2022: 16).

Nitekim liberal-demokratik teorilerde basın özgürlüğü ihtiyacının kabul edilmemesinde temel neden olarak, sansürlü medyanın siyasi iktidarı yakın takibinden ve yönetilenler için hesap verebilir hale getirdiği inancı olmaktadır. Ancak kanunda BİK'in kuruluşuna esas olarak tanımlanan, basına verilen destek, toplumsal hukukun üstünlüğü kavramının bir uzantısı olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında basın özgürlüğü koşullarını oluşturmak ve kamuoyunda çoğulculuğu oluşturmak devletin görevi haline gelmektedir.

Basın İlan Kurumu, hem kurum içinde hem de kendi alanında farklı sosyal faaliyetleri hayata geçirerek halkla ilişkiler örnekleri sunmaktadır. Örnek olarak gazeteler, dergiler, basın dernekleri ve sendikalara beş yıla, çalışanlara ise iki yıla varan vadelerle kredi seçenekleri sunulmasının yanında maddi kaynaklar da sağlanmaktadır (Basın İlan Kurumu Faaliyet Raporu, 2018).

BİK, halkla ilişkilerin olgusunu temel alarak, hem kurum içi hem de kurum dışı çalışanlarına daha verimli, etkili ve daha hızlı kararlar almalarının yanı sıra organizasyonlarla birlikte kendisi ya da diğer kesimler ilgili kararlar almaları konusunda faydalar sunmaktadır. Bir kararı uygularken hızlı hareket etmek için farklı eğitim faaliyetleriyle işbirliği yaparak, koordine eder ve düzenlemektedir.

Ayrıca kurum sosyal medya hesapları aracılığıyla kurumsal duyuruları, katıldığı toplantıları, ziyaretleri ve sempozyumları hakkında bilgilendirici içerikler paylaşarak kamuoyunu bilgilendirmektedir.

Hedefteki kitlelerle doğru, verimli, etkin ve verimli bir iletişimin oluşturulması için reklam, duyuru ve ilanlar önemli olmaktadır. Kurumun tanıtılmasında, imajının ve kültürünün yansıtılmasında bu unsurlar ile birlikte hedefteki kitlede etkinlikler sağlanmaktadır. Günümüzde BİK, hedef kitlelerine ulaşmalarında bir köprü görevi görmektedir. BİK bağlamında halkla ilişkiler kavramına bakıldığında, kurumun sahip olduğu aracılık görevlerinin adil bir şekilde, verimli, kaliteli ve hızlı olarak yerine getirilmesi, ilişki içinde olduğu hedef gruplarda kendi imajını pozitif yönde etkileyerek algısını oluşturmaktadır.

Yayın kuruluşlarının, hukuka ve seçim usulüne uygun olarak faaliyet gösteren BİK'in kararlarına karşı mahkemeye itiraz hakkı vardır. Yargı organları, talep edilmesi halinde, kurumun verdiği bazı kararları iptal edebilmektedir. BİK, yetkisini amaçlarından farklı olarak kullanılması halinde dergi, öncelikle kararı veren makama, yönetim kuruluna itirazda bulunarak karara da itiraz edebilmektedir. BİK'in idari tedbirine ek olarak, yetkili idare mahkemesine İdare Kanunu'nun 9. maddesince iptal davasını açarak bu yetkinin kötüye kullanılmasının önüne geçilebilmektedir (Kösedağ, 2018: 509).

BİK'in temel işlevi, resmi ilanların ve duyuruların yayınlanması ve bunları yayınlama hakkına sahip gazetelere ve dergilere dağıtılmasını sağlamaktır. Resmi bültenlerden ve gazete ilanlarından elde edilen gelirler, yerel gazetelerin yayın hayatına devam etmesini sağlamakta önemli olan gelir kaynaklarındandır.

Bu bakımdan demokrasinin temelindeki çok fikirliliğin korunmasında rol oynayan yerel basındaki resmi ilanlar ve reklamlar ile elde edilen gelirler, yerel basınların devamı açısından oldukça önemli olmaktadır.

2.2.2. İlişkili Kuruluş

İlişkili kuruluş olarak, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT):

Türkiye ilk kez 2006'da "Türk Sesi" radyo istasyonuna giriş yapmıştır. Daha sonra 2008'de "trt-world.com.tr" web sitesini açarak 35 dilde yayın yapmış ve devlet televizyonu TRT'yi kamu diplomasisi kapsamında yeniden düzenlemiştir. 2009 yılında TRT Avaz kanalı yeniden inşa edilerek Balkanlar'dan Orta Doğu'ya kadar büyük bir coğrafyanın ilgisini çekmeye başlamıştır (Ekşi, 2017: 13). Bu bağlamda son yıllarda olan yayınlarıyla birçok programı ekrana taşıyan TRT, aynı zamanda modern dijital yayıncılığın gerekli kıldığı yeni medyanın faydalarını kullanan, güçlü ve etkin bir yapı da oluşturmuştur. Uluslararası gazeteciliğe sağladığı üslup, geniş, kaliteli ve küresel olarak içeriğiyle Türkiye'den dünyaya yabancı dildeki kanal ve platformlarda yayılan, uluslararası etkiler sağlayan yayıncılık yaklaşımını benimsemiştir (TRT Faaliyet Raporu, 2022: 14).

Kamu yayıncılığının sorumluluğunu üstlenen TRT, Türkiye'nin değerini, geçmişini, kültürlerini ve seslerini dünyaya iletmeye çalışmaktadır. TRT, TV ve radyo yayınlarının yanı sıra dijital yayıncılığın gerekli kıldığı yeni medyanın ayrıcalıklarını da kullanmakta ve uluslararası tüm platformlarda yayın yapmaya devam etmektedir.

TRT, kamu yayıncılığı ortamında eğitici, kültürel, belgesel, müzik, spor, drama ve eğlence programlarıyla yut içi ve yurt dışında her yaştan izleyiciye ulaşabilmektedir. TRT'nin radyo yayıncılığında, yerel ülke çapında ve uluslararası olmak üzere yaklaşık 20 tane radyo kanalıyla halkın çeşitli ihtiyaçlarına yönelik haberleri, bilgilendirmeleri, eğitimleri, kültürleri, müzik ve eğlence içerikleri sunarak yayıncılık yapmaktadır.

Türk kamu diplomasisinin giderek artması, yeni alanlara ulaşması ve önyargıları kırarak pozitif bir imaj yaratması, medya alanı eksikliğini TRT World kanalının yayına başlamasıyla giderilmiştir. TRT World ile Türkiye'nin, uluslararası sahnedeki varlığını artırabileceği ve kendisini iyi ifade edebileceği bir araç olarak kabul edilmektedir. İngilizce olarak yayın yapan TRT World, Türkiye'nin küresel ölçekte de aktör olma hedefini gerçekleştirmesi için TRT'nin kamu diplomasisi kapsamında faaliyet gösteren önemli kanallarından biri olmaktadır (Arslan, 2019).

TRT, hükümet duyurularını ancak hükümeti zorunlu kılmak koşuluyla yayınlamakla yükümlü olmaktadır. Ancak programda bunun hükümetin açıklamaları meselesi olduğunu belirtmektedir. Hükümet beyannamelerinin metinleri, hükümetin yazılı yayın talebi üzerine sunulmalı ve yetkililerin imzasını içermelidir. TRT'nin yalnızca olağanüstü hallerde, sıkıyönetimde, seferberlik ilanında ve savaş konularındaki hükümetin konuşmalarını yayınlaması gerekmektedir. Hükümet konuşmalarının yayın talepleri Başbakan ile onun atadığı bir bakanın imzasıyla iletilmektedir. TRT'nin, radyo televizyon programları olabildiğince çok yönlü ve yayın görevlerine dayalı olarak düzenlenmektedir (Avşar, 2005: 119).

Uluslararası ve yabancı radyo televizyon kuruluşlarıyla ilişkilerin düzenlenmesi; yayınları, kolay anlaşılır dil ile yapılmasını sağlayacak önlemlerden sorumlu olmaktadır. Burada TRT, ülke genelinde radyo televizyon istasyon ve tesislerinin kurulması ve işletilmesiyle görevlendirilmekle birlikte, bu görevi devletin adına yerine getirmektedir

ki bu da radyo ve televizyon tekelinin hâlâ devlette olduğu anlamına gelmektedir (İçel, 1975: 125).

Aslında TRT, televizyon kanallarının sayısını artırarak, işbirliği, kamu talebi, siyasi ve endüstriyel destek yoluyla güç kazanmasıyla adil, verimli, erişilebilir, ihtiyaca uygun olarak hizmetlerini sunarak, kapasitesini artırması ile vatandaşların memnuniyetini sağlayarak, kamusal değer yaratacaktır (Ökten, 2019: 2420).

TRT, bir kamu hizmeti sağlayıcısı olarak görevlerin yerine getirilmesinde belli değerlere göre faaliyetlerini yürütmektedir. Başta yapımcılar olarak her düzeydeki yayıncılık ve yönetimin bu çalışmaları yürütmeye önemli bir rolü olmaktadır. TRT de insan kaynağının bölümlerini oluşturan personelin örgün eğitiminde ve staj dönemindeki öğrendiği ve uyguladığı esas ilkeleri özetlemek gerekmektedir (Menlikli, 2006: 21-22).

Dünya’da farklı yerlerdeki ofislerinde binlerce video haberler, canlı bağlantılar ve yazılı haberleri; ülkeyi, vatandaşlarını veya soydaşlarını bulunduğu yerlerde doğrudan etkileyen yerel ya da bölgesel olayları hızlı ve doğru bir şekilde raporlayarak, televizyonda, radyoda, web sitesinde ve sosyal medyada değerlendirmişlerdir (TRT Faaliyet Raporu, 2022: 28). Temsilciler tarafından hazırlanmış olan haberler ve programlarla vatandaşların ve yurttaşların yaşadığı ülkelerde yaşadıkları sorunları gündeme getirerek, çözüm bulmak için harekete geçilmesi sağlanmıştır.

Türkiye, TRT World Forumla birlikte dünya çapında barışı, güvenliği ve refahı teşvik edecek kalıcı platform olmak istemektedir. Aslında arka planda 21. yüzyılın sorunlarının çözümünde kolektif eylemler olduğu inancı yer almaktadır. Forumun amacı, dünyanın birlikte çalışabileceği alanı yaratarak küresel barışın, güvenliğin ve refahın sağlanmasında araç olmaktır. Forumun oluşturduğu tartışma ortamı içerisinde ezilenler ve susturulanlar da dâhil olmak üzere herkes, karar alma süreçlerinde sesini duyurma olanağına sahip olmaktadır (Şehitoğlu & Eren, 2022: 196).

Aynı zamanda TRT’nin kamusal değer yaratmasında ve kamuoyuna az sorumluluk olarak gelirleri elde etmesinde ve öz kaynak kullanımını geliştirme konusunda yeterli olmadığı ancak gelişmeye ihtiyaç duyduğu da görülmektedir.

Resmi Gazete ‘de yayımlanan 24 Temmuz 2018’de 30488 No’lu Cumhurbaşkanlığı Genelgesi ile TRT Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’na bağlanmıştır.

2.3. CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI’NIN UYGULADIĞI KAMU DİPLOMASİSİ FAALİYETLERİ

Kurum, kamu diplomasisi sayılabilecek pek çok faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda Cumhuriyet’in ilk günlerinin önemli olan başarılı eylemlerinden biri olarak “Kemalist Türkiye” dergisinin ortaya çıkışı olmaktadır. 1934 ile 1948 yılları arasında yayınlanan derginin temel amacı Batı’ya yeni ve modern Türkiye’yi anlatmaktır. Dergi Fransızca olarak yayınlanmıştır. Ayrıca derginin İngilizce ve Almanca olarak yayınlanan sayıları da vardır (Koçer, 2019: 97).

İletişim Başkanlığı, uluslararası basın temsilcilerinin Türkiye’de yapacakları faaliyetlerini kolaylaştırabilmek için farklı faaliyetler yürütmektedir. Medya temsilcilerinin faaliyetleri, sosyal programlar, basın gezileri, basın açıklamaları, özel haberler ve diğer faaliyetler, iletişim danışmanlarının iletişim faaliyetleri ve basın merkezi ile basın koordinasyon noktalarının kurulması olarak ele alınmaktadır (Çetin, 2022: 248).

CİB’in web sitesinde pozitif iletişim kampanyaları başlığı altında toplanan çalışmalar aşağıda sıralanmıştır. Dijital gösterim merkezlerinde, üç boyutlu hologram teknolojisini kullanan sanal gerçeklik videoları ile oluşturulan dijital sergiler bulunmaktadır. 15 Temmuz, 30 ağustos gibi önemli olan günlerin kamuoyuna gösterilmesi amacıyla çalışmalar yapılmaktadır (iletisim.gov.tr).

Kanal İstanbul projesi ile yurt içinde ve yurt dışında bilgilendirici faaliyetler içerisinde görsel ya da yazılı içerikleri oluşturarak, konuyla alakalı açıklamaları ve gerçeklerin bilimsel bilgisine dayalı olarak başta kitaplar, videolar ve infografikler olarak farklı iletişim faaliyetlerini hayata geçirmektedir.

İletişim Başkanlığı, ulusal ve uluslararası bayramlar ve haftalarda bilgilendirmek, farkındalık yaratmak ve toplumsal hafızayı canlı tutmak amacıyla özel günler ve haftalarda farklı iletişim faaliyetlerini yürütmektedir. Bu etkinlikler arasında dijital çağın olanakları kullanılarak üretilen kitap, bilgilendirici videolar, dijital sergi salonları, konser, ışık gösterileri ve harita sunumları olarak faaliyetler göstermektedir.

Sağlık Reformu ve Turizm çalışmalarında İletişim Başkanlığı ilişkili kuruluşlarla iş birliği yaparak Türkiye’deki sağlık reformları konusunda bilgilendirme faaliyetlerini ve yurt içinde ve yurt dışında sağlık turizmi merkezlerinin tanıtılmasına yönelik iletişim programlarını düzenlemektedir.

Gastro diplomatik başlığında Türk Gastro diplomasi stratejisinin belirlenmesi amacıyla ilişkili tüm kurumlar ile İletişim Başkanlığı iş birliği içerisinde araştırmalar yürütmektedir. Bu kapsamda İletişim Başkanlığı, Gastro diplomasinin 1. toplantısını 8 Ekim 2020 tarihinde ilgili olan tüm kurumlarının katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Ayrıca Akdeniz bölgesinde ünlü olan 12 şefin, Türk yemeklerini dünyanın her yerinden takipçileriyle çevrimiçi olarak bir araya getirdiği bir projeyi de hayata geçirmiştir.

Küresel boyuttaki krizlerin ve güvensizliklerin yanı sıra diğer ülkelerde uzun süren krizler, girişimcilik, çok boyutlu diplomasi ve iletişimin stratejik kullanımını Türkiye’yi için bir öncelik haline getirmektedir. Bu bağlamda İletişim Başkanlığı, gerçeklerin ortaya çıkarılması, Türkiye’ye karşı propagandaları ve bilgi kirliliğiyle mücadele edilmesi için gerekli hizmetleri sunmaktadır (Yazar, 2021: 88). Hakikat sonrası dönemde, yanlış bilgilendirme karmaşık şekillerde gerçekleşmektedir. Veri kirliliğine ve yanlış beyana karşı; İletişim Bakanlığı, sosyal medyadaki sahte haberler ve neyin doğru olduğunu anlamak amacıyla yeni platformlar üzerinde çalışmalar yürütmektedir.

Türkiye’nin Tanıtımı başlığı altında, “Türkiye Markasını Güçlendirme” amacıyla İletişim Başkanlığı, ilişkili kurumlar ve kuruluşlarla işbirliği yaparak Türk kültürünün, sanatının ve turizminin yurt içinde ve yurt dışında tanıtılmasına yönelik faaliyetleri sağlamaktadır. İletişim Başkanlığı, Türkiye’yi tanıtmaya faaliyetleri kapsamında, farklı dillerde üretilen kitap, sergi, belgeseller ve videolar, konser ve dijital gösteriler başta olmak üzere, dijital teknolojinin ve kamu diplomasisinin tüm olanaklarını kullanarak, yenilikçi projeler hayata geçirmeye çalışmaktadır.

Ayrıca kamu diplomasisi ile ilgili olarak İletişim Başkanlığı kendi sitesinde alt kategoride bulunan “Türk Kültür Portalı’na” da yer vermektedir. Kültür Portalı, Türk kamu diplomasisini markalaştırmaya yönelik olarak kültürünü görsel şekilde sunmaktadır. Bu bilgiler il turizm ofislerinden toplanmaktadır. 81 ilin kültür özellikleri, görseller fotoğraflar ve videolar olarak sunulmaktadır (Kılıçaslan, 2020: 80).

İletişim Başkanı Altun, Türkiye’nin uluslararası boyutta yürüttüğü kamu diplomasisi çalışmalarıyla yanlışlıkların, eksikliklerin ve hataların Türkiye anlayışını düzeltmeye çalıştığını belirterek, Türk kamu diplomasisi proje ve uygulamalarının da hızlandırılarak faaliyete geçirildiğini söylemektedir. Altun, Türkiye’nin milli markasını güçlendirme çabaları için TİKA, YEE, Maarif Vakfı, üniversiteler, Akraba Toplulukları, Diyanet İşleri, AFAD ve Türk Kızılay’ı gibi kamu kurumları ile çalışmalar yaptığını da bildirmektedir (iletisim.gov.tr, 2023).

Koordinasyon Kurulu’nun 2022’de gerçekleştirilen 3. toplantısında Fahrettin Altun, iletişim çağına vurgu yaparak, kamu diplomasisi çalışmalarının önemiyle, dış politikayı oluşturan, hakikat, hukuk ve insan odaklı yaklaşımı benimsediklerini, Türk Devletleri Örgütü’ne üye ülkelerle işbirliğinin kamu diplomasisiyle medyada geliştiğini vurgulamaktadır (Gülal & Durakçay, 2023: 533).

Yapılan faaliyetlerde olumlu iletişim kampanyaları çerçevesinde İletişim Başkanlığı, Türkiye’nin uluslararası kitleye tanıtımı için çeşitli amaçlara yönelik içeriklerin sosyal medyada paylaşılması, Türkiye’yi tanıtacak sembolik ürünlerin tasarlanması gibi çeşitli iletişim öğelerini içeren “TurKEYfor” kampanyasını düzenlemiştir (Çetin, 2022: 247).

Kamu Diplomasisinin Stratejik Belge ve Eylem Planında, bütünleşmiş iletişim stratejileri ve koordinasyonlarıyla kamu diplomasisi alanındaki çalışmaların verimli bir şekilde hızlı olmasını sağlamak amacıyla oluşturulmuş olan bu alandaki ilk siyasi belgedir. Stratejik belgenin esas amacı; ülkeyi uluslararası alanlarda etkili, verimli ve sistemli bir şekilde tanıtmak, yabancı kamuoyunda ülke hakkında olumlu bir algı oluşturarak Türk markasını güçlendirmek olarak tanımlanmaktadır (iletisim.gov.tr, 2022: 37).

İletişim Başkanlığı, uluslararası basın temsilcilerinin Türkiye olan faaliyetlerini kolaylaştırma çalışmaları için de faaliyetlerini yürütmektedir. Uluslararası medya temsilcilerinin faaliyetlerinde; sosyal programlar, basın gezileri, basın açıklamaları, özel haberler ve diğer faaliyetleri, iletişim danışmanlarının iletişim faaliyetleri ve basın merkezleri/basın koordinasyon noktalarının kurulmasına yer verilmektedir.

Kamu diplomasisi faaliyetinin ülkenin stratejik başarılarından biri haline geldiğini söyleyen Altun, Türkiye'nin kamu diplomasisi izleme sisteminin yanı sıra ulusal kamu diplomasisi stratejisi belgeleri ve eylem planlarını da içeren kamu diplomasisi koordinasyon sistemi olduğunu kaydetmektedir. Kamu diplomasisini daha etkili ve verimli bir şekilde yürütmek için KADİZ'i oluşturduklarını söylemektedir (iletisim.gov.tr, 2023).

KADİZ, her türlü ilgi grubuna ait kurumlar ile kuruluşların görüşleri ve eleştirilerine açık olup, görüş ve öneriler sistemin iletişim araçları üzerinden iletilebilmektedir. Sistemin iyi bir şekilde çalışmasını sağlamak için tüm başvurular dikkate alınmaktadır.

Tablo 5. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığındaki Komiteler ve Çalışma Grupları

KOMİTELER		ÇALIŞMA GRUPLARI
1	Bilim Diplomasisi	
2	Çevre ve İklim Değişikliği	Çevre İklim Değişikliği
3	Dezenformasyonla Mücadele	
4	Diaspora Diplomasisi	
5	Dijital Diplomasi	
6	Eğitim Diplomasisi	Burslar Değişim Programları
7	Ekonomik ve Ticari Diplomasi	İhracat & İthalat Teknoloji ve AR&GE Yatırım
8	Enerji Diplomasisi	
9	Gastrodiplomasi	
10	Hukuk, Adalet, İnsan Hakları ve Yargı	
11	İnanç Diplomasisi	
12	İnsani Diplomasi	
13	Kültürel Diplomasi	Dizi ve Sinema Gençlik ve Popüler Kültür Müzik Sanat
14	Sağlık Diplomasisi	
15	Savunma Diplomasisi	
16	Spor Diplomasisi	Geleneksel Sporlar
17	Tarım ve Gıda Diplomasisi	
18	Turizm Diplomasisi	
19	Uluslararası Göç	
20	Uluslararası Yayıncılık	
21	Vatandaş Diplomasisi	
Özel Komiteler		Çalışma Grupları
22	1915 Olayları ve Asılsız İddialara Karşı Mücadele	
23	Ülke Markalaşması	
24	Uluslararası Politika ve Güvenlik	Terörle Mücadele Doğu Akdeniz NATO
25	AB/ABD Çalışmaları	Lobicilik
26	Parlamentar Diplomasi	

Kaynak: (iletisim.gov.tr, 2021).

“KADİZ”, hükümetler ve komisyonlar tarafından oluşturulan bir kamu diplomasisi koordinasyon mekanizması olarak, kamu diplomasisi stratejileri belgeleriyle eylem planları, izleme sistemi, ölçme ve değerlendirme sistemleri ve programları içermektedir. Bu sistem, 22 adet stratejik belge ve eylem planını kapsamaktadır. Belgenin hazırlanması sırasında 61 kurum ile kuruluşan 461 kişinin katıldığı 33 komite toplantısı gerçekleştirilmiştir. Araştırma ile birlikte 5 tanesi özel komisyon olarak toplamda 26 kamu diplomasisi komitesi oluşturulmuştur. Bunlar; yukarıdaki tabloda gösterilen

diplomasi komiteleridir. İletişim Başkanlığı'nın koordine ettiği komitelerin başkanlığını alanlarla ilgili bir kurum üstlenmektedir. Özel komitelere bakıldığında uluslararası politika ve güvenlik alanlarında çalışma grupları olarak terörle mücadele, Doğu Akdeniz, NATO ve lobicilik faaliyetlerinin yapıldığı görülmektedir. Ayrıca Başkanlığın diğer komitelerde de farklı stratejik faaliyetleri olduğu da söylenebilmektedir.

İletişim Başkanlığı tarafından oluşturulan CİMER ile birlikte, halkın aracısız bir şekilde devlet ile iletişimi sağlanırken, diğer yandan da millet ile ülke arasında bir köprü görevi görerek halkla ilişkiler aracılığıyla ortak noktada buluşması mümkün olmaktadır.

Halkın isteklerini ilgili olan kurumlara ileterek, bu talepler aracılığıyla elde edilen sonuçlar tüm kamu kurumlarının üst yöneticilerine, kararların insanları ötekileştirmeden alınmasını sağlamak amacıyla düzenli bir şekilde gönderilmektedir. Özellikle raporlama sırasında gençlerin isteklerine öncelik verilmekte şikâyetleri, talepleri ve önerilerine geri dönüşler sağlanmaktadır (İletişim Başkanlığı, 2023: 217).

Ayrıca Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın "Stratejik İletişim Çalışmaları" başlığı altında yapılan kamu diplomasisi faaliyetleri üçüncü bölümde detaylı olarak ele alınmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAMU DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI'NIN DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. Türk Kamu Diplomasisi İçeriklerinin Analizi

Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerine bakılacak olursa tarihi Osmanlı Devleti'ne dayandığı söylenebilmektedir. 18. yüzyıla kadar serbest diplomasi anlayışını benimseyen Osmanlı, bu anlayışın değişmesi ve diplomatik reformun gerekliliğini anlamıştır. Burada karşılıklı olarak yapılan diplomasiye geçişin ilk adımı Batılı ülkelere daimi büyükelçiliklerin açılması olmuştur. Daha güvenilir bilginin anında elde edilmesi olan bu büyükelçiliklerin açılmasının amacı, ilgili diplomasi süreçlerinde önemli bir nokta haline gelmiştir. III. Selim zamanında ikamet elçiliği araştırılarak denge diplomasisi uygulanmaya başlamıştır. Bu uygulamanın sonucunda Avrupa'ya ilk büyükelçiler gönderilerek devlet işlerinin karşılıklı yürütülmesi sağlanmıştır. Bu bağlamda Osmanlı İmparatorluğu yüzyıllardır sürdürdüğü geçici diplomasiyi terk ederek dünyaya yönelik yeni diplomasiyi dengelemeye başlarken, uluslararası diplomasinin kurallarını da kabullenmiştir.

Atatürk'ün seçim beyannamesindeki “Yurtta Sulh, Cihanda Sulh” ifadesi Türk dış politikasının ana ilkelerinden biridir. Bu ifade 1931'de yayınlanmış olmasına rağmen pratikteki uygulaması Cumhuriyetin kuruluşuna kadar uzanmaktadır. Cumhuriyet döneminin başlarında dış politikada elde edilen başarı, koşulların gelişmesini beklerken durumu kendi lehine çevirebilen ve çıkarları doğrultusunda ülkeler ile işbirliği halinde harekete geçen Atatürk'ün politikasının sonucu olmaktadır. Böylece Türkiye Cumhuriyeti, içte büyük çaplı reformlar ile devrimlerin yaratılmasına, enerji ve kaynakları bu doğrultuda kullanmasına olanak sağlayacak bir dış ortam yaratabilmektedir.

Bu sayede Türkiye Cumhuriyeti, gelecek için çıkarlarını sakın ve düşünceli şekilde belirleyerek, hareket edebilmelidir. Özellikleri ve uygulamada yakaladığı başarılar ile Atatürk dönemindeki dış politika diğer ülkelere örnek olması bağlamında bağımsızlık ve refahın garantisinin savaş yerine barış olduğunu sunmaktadır (mfa.gov.tr).

Soğuk Savaş zamanında Türkiye, Amerikan politikasının yöntemini belirlemiş ve faaliyetlerini buna göre yapmıştır. O dönemlerin ekonomik refahı ve siyasi ortamı Türkiye'nin iç politikasının da etkilenmesine neden olmuştur. Bu durum ülkenin dış politikasını da etkilemiş kamu diplomasisi için yapılanmanın olmadığını ortaya çıkarmıştır. 1960'da Türkiye, ABD siyasi ekseninden ayrılarak kendi politikalarını gerçekleştirme yönünde adımlar atmıştır (Aydın & Poyraz, 2020: 19).

Turgut Özal'ın döneminde ise Türkiye, yeni dış politikasıyla daha etkili politikalar uygulamaya çalışmıştır. Buradaki dış politikanın yoğunluğu 1990'lı yıllarda Demirel ve İnönü koalisyonunda da sürdürülmüştür. Özal'ın vefatından sonra Demirel'in Cumhurbaşkanlığı ile iktidarda olan Tansu Çiller ve daha sonra Necmettin Erbakan Başbakanlık görevini sürdürerek dış politikayı etkili olarak kullanmışlardır. Ancak ülkenin siyasi durumu dış politikayı etkileyerek, dış siyasi ilişkilerin etkinliğinin azalmasına neden olmuştur. 21. yüzyıla girerken Türkiye'de DSP ve MHP arasında yeni koalisyon döneminin başlamasıyla politikalar belirlenerek uygulanmıştır. Bu durumdan etkilenen Dışişleri Bakanlığı, dış politikada birbiriyle çelişen faaliyetlerle uğraşmıştır (Aydın & Poyraz, 2020: 19).

1990'larda Türkiye'nin gündemine gelen ve özellikle 2000 yılından sonra faaliyetlerinde yoğun bir şekilde kullanılan kamu diplomasisi, 2010 yılında Başbakanlık bünyesinde "Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün" kurulmasıyla resmi kurumsal nitelik kazanmıştır (Çetin, 2022: 242). Ayrıca Türkiye, 2002'den beri arabuluculuğu ve basitleştirici diplomasi ile yeni imaj yaratabilmek için uluslararası ilişkilerdeki katılımını artırmaktadır.

Kalın, Türkiye'nin demokrasisini ve sivil toplumunun canlı yapısının, Türkiye'nin yumuşak gücünün önemli bir temelini oluşturduğunu söylemektedir. Türk toplumunda farklı kesimlerin adil dağıtımı, katılımı, temsili, şeffaflığı ve hesap verebilirliği yönündeki talepleri, Türk demokrasisinin beslenmesinde ve gelişmesi yönünde zorlayan

temel nedenler olmaktadır (Kalın, 2012). Ayrıca burada Türkiye'nin coğrafi konumuyla Balkanlar ve Orta Doğu'da cazibe merkezi olması, özgürlük ve güvenlik arasında tutarlı dengeyi kurmada ve demokrasi alanlarını genişletebilmesine bağlı olmaktadır.

Türkiye, bölgesel işbirlikleri ile birlikte Balkanlarda siyasi sorunları çözmek ve işbirliğini teşvik etmek amacıyla 2009 yılından bu yana çok yönlü diyalogu da hayata geçirmektedir. En somut ve uzun süreli sonuçları sağlayan girişim; Türkiye, Bosna Hersek ve Sırbistan arasında sağlanan üçlü diyalog olmaktadır. İşbirlikleri, güvenlik açısından, turizm, ekonomik, kültürel ve eğitim alanlarında yoğunlaşmıştır. Ayrıca bu bölgedeki ülkelerin vizeleri kaldırmasıyla toplumlararası iletişim de artmaktadır (Ekinci, 2011: 427- 428).

Toplumların birbirine bağımlılığının arttığı, uluslararası politikanın devletlerarası ilişkileri gerektirdiği küreselleşme çağında, uluslararası kuruluşların Türkiye'nin dış politikasındaki rolü giderek artıracakı ön görülmektedir. Dünya şartlarına uyum sağlayarak Türkiye'nin, dünyanın diğer ülkeleri gibi uluslararası kuruluşlara katılması ve aktif bir şekilde siyasetini yapması dış politikadaki önemin artmasını sağlayacaktır.

Türkiye askeri, ekonomik, sosyal, siyasi ve evrensel nitelikteki birçok bölgesel veya dünya çapında uluslararası kuruluşa katılmaktadır. Bu kuruluşlar Türk dış politikasını etkileyebilmekte ve sıklıkla dış politikadaki gündemleri yönlendirmektedir (Aksu, 2022: 85).

Türkiye'nin güçlü tarih ve kültür bağlarının bulunduğu Orta Asya ile Güney Kafkasya ülkelerinin bağımsızlık ilanı, Türkiye'nin dış politikasını etkin olarak kullanabilmesi için önemli kamu diplomasisi alanını oluşturmuştur. Ayrıca Türkiye, bölgedeki bağımsız ülkeleri tanıyan ilk ülke olmasıyla, özellikle Azerbaycan Cumhuriyeti ile kültür, sosyal ve ekonomi alanlarında güçlü işbirlikleri kurmayı, ilişkileri güçlendirmeyi ve bu alanların kalkınmasına destek olmayı amaçlayan bir dış politika uygulamaya başlamıştır (Selvi & Şahin, 2022: 252).

Ayrıca Türk kamu diplomasisinin kamusal özel ve sivil faaliyetlerle güçlü olduğu söylenmektedir. Türk STK'larının Türkiye'nin dış politikası için kamu diplomasisine en önemli katkılarından biri de ülkedeki kamu kurumları ve kuruluşlarının faaliyetlerini

desteklemeleri, tamamlayıcı faaliyetleri ve gönüllü hizmetleri sunmaları olmaktadır. Bunun en önemli örneği “Suriye/Mülteci Sorunu” dur. İnsani yardım konusunda h devlet ile vatandaş yardımlarının ihtiyaç sahiplerine ulaşması için STK’lar bölgede birçok çalışma yapmaktadır (Eren, 2017: 48).

Kıbrıs için çözümler ve 1915 olaylarını araştırmak üzere üçüncü ülkelerden ve Ermenistan’dan tarihçilerin katılımıyla bir komisyonun kurulması önerisiyle önemli girişimlerde bulunan Türkiye, uluslararası toplumdan anlamlı bir yanıt alamadığında, kamu diplomasisi kapasitesinin yetersiz olması nedeniyle ülke elbette hayal kırıklığına uğrayacak ve sonraki cesur adımı atmakta zorlanacaktır. Avrupa Birliği’nin kamu diplomasisinde özel bir yeri vardır. Türkiye’nin daha özgür ve barış dolu bir gelecek toplumuna seçimini hızlandıran ve Atatürk Cumhuriyeti’ni taçlandıran AB üyeliği, AB ülkeleri kamuoyunun bunu desteklemesi durumunda gerçekleşebilmektedir (Sanberk & Altınay, 2008).

Ayrıca Türkiye dış politikada, bölgesel ve dünya çapındaki politikasının yeni performansını uluslararası toplumlara aktarabilmek için çalışmalar yürütmektedir. Başbakanlık bünyesindeki Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, değişik gruplar ile diyalogu oluşturmak ve dış politikanın anlaşılmasını teşvik etmek amacıyla projelerini yurt dışında ve yurt içinde geliştirmektedir. Bunlar sayesinde Türkiye’nin uluslararası toplumlarda görünürlüğünün artırılması ve Türkiye’nin yumuşak gücüne önemli temel oluşturulması amaçlanmaktadır.

Devletlerin kamu diplomasisinde, ilişkili tüm kuruluşların farklı görevleri bulunmaktadır. Türk kamu diplomasisi ele alındığında, KDK ile işbirliği yapan kurumların pozisyonları arasında bulunan Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık, Dışişleri ve Kültür/Turizm Bakanlığı faaliyetlerin kararını vermede ve uygulanmasında rol oynamaktadır. TRT ve Anadolu Ajansı, Türksoy’un uluslararası yayın aşamasını ve kültürel yapısını oluşturmakta, TİKA ise destek ve geliştirme faaliyetlerini sunmaktadır. Tasam ve Sata gibi kuruluşlar ise araştırma ve projeleriyle Türk kamu diplomasisini desteklemektedir (Karadeniz, 2022: 566).

Ayrıca Dışişleri Bakanlığı’na bağlı olarak faaliyet gösteren Stratejik Araştırmalar Merkezi, Türk kamu diplomasisinin uygulamalarına ilişkin araştırmalar yürütmekte,

üniversiteler ile yurt içi ve yurt dışı kurumlar arasında etkinlikler düzenlemektedir. SAM, güvenilir bilgi ve analiz için fikir kuruluşu olarak hizmet vermenin yanı sıra, bölgesel ve dünya çapında politikayla ilgilenen herkesin tartışabileceği açık platform olmaktadır (Ceyhan, 2016: 131)

Türk kamu diplomasisinin geliştirilmesi için STK'lerden da yararlanılmalıdır. Yabancılar yönelik çalışmalar STK'lar ile işbirliği içinde Türkiye'nin tanıtımı ve bilgilendirilmesi amacıyla yürütülmelidir. Ayrıca Türkiye'nin bunu devlet kurumları ile koordinasyon ve işbirliği içinde yapması gerektiği de söylenmektedir (Özgöker, 2020: 94).

Ayrıca, Türk eğitim sektöründe etkin kamu diplomasisinin eksikliği de görülmektedir. Fakat Türkiye'nin tarihi değerleri ve kültür zenginlikleri önemli potansiyel göstermektedir. Türkiye bunları sağlayacak kamusal diplomatik vizyona sahip olması halinde önemli faaliyetleri yürütecek ülke konumunda olmaktadır. 21.yüzyılın zorlu rekabetinde Türkiye'nin gerekli tedbirleri bir an önce alması gerektiği söylenebilmektedir (Özkan, 2015: 42).

Kamu diplomasisi faaliyeti olarak, "Diplomasinin Yeniden İnşası" temasıyla, Antalya Diplomasi Forumunun toplantısına 75 ülkenin hükümet başkanları, bakanları, diplomatları, iş dünyasının temsilcileri, basın ve akademisyenlerden oluşan 3.260 kayıtlı katılımcı katılmıştır. Farklı ülkelerden misafirlerin aktif olarak katıldığı forumda, her yıl düzenlenen etkinlik temel alınarak dünya gündemi ve Türkiye ihracatına dair konular tartışılarak Türkiye için pozitif imaj, yani Türk kamu diplomasisi uygulanmaktadır (Akıllı, 2023).

İletişim Başkanlığı kamu diplomasisi faaliyetlerden sorumlu konumdadır. Kurumun faaliyetleri arasında, kamu diplomasisinde ve dış politikalar konusunda bilgilendirmeyi amaçlayan üniversitelerin programları, uzmanların dâhil olduğu siyasi iletişim faaliyeti sayılan toplantı, panel ve konferansların, gazetecilerin gezileri de dâhil olmak üzere medya tanıtım faaliyetleri yer almaktadır. Ayrıca kitle iletişim araçları, kültürel etkinlikler ve tanıtım faaliyetleri de yürütülmektedir. Kurumun internet sitesinde daha çok yaptığı çalışmaların duyuruları, faaliyetlerine ilişkin bilgiler, Türkiye'nin dış

politikasına ve diğer kurumların uluslararası faaliyetlerine ilişkin haberlere yer verilmektedir (iletisim.gov.tr, 2022).

Türkiye’de kamu kurumları kamu diplomasisi kapsamında faaliyetler göstermektedir. Bunlar; Cumhurbaşkanlığı, Dışişleri Bakanlığı, TRT, Kültür Turizm Bakanlığı, MEB, ABGS, TİKA, KDK, AA, YEE olarak faaliyetleri yürüten bağlı kuruluşlardır. Ayrıca Kızılay, AFAD gibi kurumlar da bunlara dâhildir. Bu kurumlar aynı zamanda STK’lar, yardım kuruluşları, eğitim kurumları, özel şirketler, kültür ve sanat kurumları, medya ve gazetecilik kurumları, kanaat liderleri ve vatandaşlar kamu diplomasisinin sivil taraflarını oluşturan kısımlardır. Bunlar, Türkiye’nin uluslararası kamuoyunun ilişkilerini oluştururken aynı zamanda Türkiye’nin uluslararası toplumlardaki marka imajını inşa etmektedir.

Türkiye’nin dış politikasında katkı sağlayan aktör ve araçların sayısı arttıkça daha iyi koordinasyona ihtiyaç duyulmaktadır. Türkiye’nin artık farklı seçmen gruplarından gelenler ve STK’lar, ticari birlikler gibi grupların aracılığıyla iletilen talepleri uyumlu hale getirecek mekanizmaları geliştirmesi gerekmektedir (Fidan, 2013). Aynı zamanda Türkiye’nin yumuşak gücünü oluşturan yeni araçların kullanımında görevli kuruluşların koordinasyona ihtiyacı oluşmaktadır. Eğer gerekli koordinasyon sağlanmazsa kopyalar ve verimsizlikler ortaya çıkmaktadır.

Etkili kamu diplomasisiyle Türkiye, dünyaya açılan ülke konumuna gelebilmektedir. Türkiye’nin çok yönlülüğüyle dış politikasının uluslararası alanda devamı, “Türkiye’nin Yüzyıl Vizyonu” ve “Milli Teknolojik Hamleleri” gibi önemli olan girişimlerle desteklenmelidir. Sadece Türkiye’nin geleceği için olmayan vizyonu aynı zamanda tüm dünyayı kapsamaktadır.

3.2. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirme

3.2.1. CİB’in Diğer Kuruluşlarla İlişkisinin Değerlendirilmesi

İletişim Başkanlığı'na göre dezenformasyonla mücadele için ortak çabaya ve sorumluluğa gerek vardır. Hakikat idealini ortaklaşa savunarak sistematik dezenformasyonlara direnen İletişim Başkanlığı, haber kuruluşlarının çarpıtmaya ve hegemonik anlatılara karşı kolektif mücadelede merkezi bir rol oynadığı söylenebilmektedir. “Dezenformasyonla Mücadele Merkezi”; İletişim Başkanlığı'nın bünyesinde sahte haberlerle mücadele etmek amacıyla kurulmuştur. Merkez, yurt içi ve yurt dışındaki algılama operasyonları, komplo teorileri ve manipülasyonlar olarak dezenformasyonu erken tespit edip müdahale etmeyi amaçlamaktadır. Burada, sosyal medyada paylaşılan içerikler ile birlikte günlük ve haftalık bültenlere de yer verilmektedir.

Türkiye kamu diplomasisinin araçlarından biri de medya olmaktadır. Medya, kamu diplomasisi için bilgiyi istenen kitleye aktarmada kullanılan bir yöntemdir. Sosyal ve bireysel tutumlar ile algılar kamu diplomasisinde önemli olmaktadır. Bu nedenle medya, bunları şekillendiren fikir ve düşüncelere katkı sağlamakta ve günümüzde kamu diplomasisi aracı olarak da kullanılmaktadır. Türkiye’de bu faaliyetleri yerine getiren televizyon kanalı olan TRT ile haber ajansı olan AA’dır. Kamu yayıncılığını sağlayan TRT ve AA Türkiye’nin küresel dünyadaki yeri için çalışmalar yapmaktadır.

Öncelikle TRT’de faaliyetlerini yürüten bütün kanallar, ülkenin kamu diplomasisinde önemli araçlar olmaktadır. Fakat TRT, kanallarında Türkçe programlarıyla yurt dışında yaşayan Türk vatandaşlarını da hedef almaktadır. TRT’de dünya çapında bir kanala duyulan ihtiyaç üzerine çeşitli çalışmalar yapılmış ve bunun kamu diplomasisi için gerekli olduğu düşünülmüştür. Bu bağlamda TRT World ile birlikte dünya olaylarına Türkiye perspektifinden bakmak ve dünya gündemi oluşturma hedeflenmektedir. Burada uygulanan girişimler, “uluslararası gündemi belirlemeyi” ve “değişim içerisinde olan dünyada medyanın sorumluluklarına odaklanmayı” vurgulamaktadır. Buna örnek olarak, 15 Temmuz tarihinde yayınlarını yapan TRT World, kamu diplomasisi için, Türkiye’nin dış dünyaya açılmasını sağlayarak yabancı çalışanları ve gazetecileri ile önemli bir rol üstlendiği düşünülmektedir.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı ile birlikte AA’nın uluslararası alanda rekabet gücünü ve marka değerlerini artırılması için çalışmalar yapması ülke imajı için

olumlu olmaktadır. Bu bağlamda İletişim Başkanlığı ve AA ortak olarak savaşlara, krizlere, ekonomik, finansal, diplomatik ve sosyal hayatla ilgili içerikler oluşturmak amacıyla çalışmalar yürütmektedir.

AA, İletişim Başkanlığı ile birlikte gazeteciler için bilgiyi ulaştırmak, egemen söylemlere karşı çıkmak ve yanlış haberlerle mücadele etmek amacıyla kurumsallaşma çalışmaları yürütmeye çalışmaktadır. Dünya standartlarındaki projelerin geliştirilmesi ve AA'nın küresel bir haber ajansına dönüşmesi Türk kamu diplomasisi açısından da önemli olmasını sağlayacaktır. Anadolu Ajansı'nın küresel bir haber ajansına dönüşmesi için gerekli çalışmaları yapması gerekmektedir.

Ayrıca kurumun yurtdışı ve taşra teşkilatı ise, toplamda yurtdışı teşkilatı 39 ülkeden ve doğrudan merkeze bağılı olan bölge müdürlükleri 19 ilden oluşmaktadır. Başkanlık bu ülkelerde ikili ilişkiler için faaliyetlerini kamu diplomasisi bağlamında gerçekleştirmektedir.

İletişim Başkanlığı, Stratejik İletişim ve Kriz Yönetimi Dairesi Başkanlığı ile birlikte stratejik iletişim ve acil durum yönetimlerine ilişkin stratejik politikaları belirleyerek bu neticede yürütölen faaliyetlere göre uluslararası düzeyde bütün kamu kurumları ve kuruluşları arasındaki koordinasyonu sağlamaktadır.

Basın ve Yayın Dairesi Başkanlığı ile kamuya sunulan faaliyetleri ve hizmetleri etkili bir şekilde yansıtan ve bunların toplum üzerindeki etkisini belirleyen araştırmalar yapmaktadır. Ayrıca yabancı ve Türk medyasına basın kartları dağıtarak ve haberleri ilişkili kurumlara ve kuruluşlara ulaştırıp kamuoyuna dağıtarak kamu diplomasisi faaliyetlerine katılmaktadır.

Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığı'nda, kamuoyunun şikâyetleri, talepleri, görüşleri ve önerilerinin değerlendirilmesi, tamamlanması ve hızlı şekilde yanıt verilmesi sağlanmaktadır. Ayrıca medya ve halkla ilişkilerin faaliyetlerini belirleyip, yürütölmesini sağlayarak kamu diplomasisi faaliyetlerine katılmaktadır.

Öte yandan İletişim Başkanlığı, bir diğer önemli olan iletişim platformu CİMER'i kurumsallaştırarak, uluslararası hale gelmesini sağlayan bu platformu yurt dışındaki

vatandaşlar için de daha erişilebilir hale getirmektedir. CİMER, ifade ve fikir özgürlüğüyle katılımcı yönetimin yaygınlaşması için kamuoyunun verimli, hızlı, şeffaf, vatandaş odağında ve doğru bilgiyle bilgilendirilmesini amaçlamaktadır. Bu ilkelere göre, CİMER’e yapılmış olan başvurular, kamu politikasının kamuoyundaki yansımalarıyla beraber diplomasiye katkı sağlayacaktır.

3.2.2. CİB’in Yapmış Olduğu Paylaşımların Kamu Diplomasisi Açısından Ele Alınması

Araştırma kapsamında Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’nın kamu diplomasisi bağlamında stratejik iletişim faaliyetleri olarak yaptığı 10 kategori içerik analizine bağlı olarak analiz edilmiştir. İletişim Başkanlığı’nın web sitesindeki “Stratejik İletişim Çalışmaları başlığında olan; “Doğal Afet/Salgın, Sınır Ötesi Askeri Operasyonlar”, Azınlıklara Yönelik Çalışmalar, 15 Temmuz Destanı, Terörizmle Mücadele, Göç ve Mülteciler (Suriyeliler), İkili İlişkiler Ve Uluslararası Örgütlerle İş Birliği, enerji ve enerji Güvenliği, Libya/ Doğu Akdeniz ve 1915 Olayları” başlıklı faaliyetlerdir.

CİB’in yapmış olduğu ilk kategori “Doğal Afetler ve Salgınlar” başlığıdır. Kurum burada örnek olarak depremleri ve koronavirüs salgını ele almıştır.

Koronavirüs Salgını başlığında yapılan faaliyetler; Türkiye’nin Kovid-19 ile mücadelesinin anlatılması ve kitabının çıkarılması, Türkiye’nin Kovid-19 ile mücadelesi hakkında kamuya açık bilgilendirme yazısının yazılması, “Covid-19 sonrası küresel düzen” video konferanslarının yapılması, Pandeminin Türkiye’deki hikâyesine ilişkin video araştırması, konuyla ilgili brifingler, “Türkiye’nin Corona-virüsle Etkin Mücadelesi” kitabı, pandemi döneminde yurtdışına tahliye organizasyonları, uluslararası basın temsilcilerine koruyucu ekipmanlar ve temizlik ürünleri içeren destek paketleri, Türkiye’nin korona virüsle mücadelesini savunma pozisyonunda anlatan projesi, uluslararası sağlık yardımlarının Türkiye’de tanıtılması, Türk sağlık yatırımlarının ve salgınla mücadelenin desteklenmesi ve bilinçlendirme projeleri, dijital pandemi izleme sisteminin uygulanması, koronavirüs salgını ile ilgili bilgilendirici videolar, Türkiye

sahnesinde evde tatil Kültürel değerler Covid-19 Konserleri, şehir hastanesi tanıtımları, engelliler haftası tanıtım filmleri ve kamu reklamlarıdır.

Yukarıdaki faaliyetlere bakıldığında yapılan faaliyetler kamu diplomasisi bağlamında değerlendirildiğinde; “Sağlık Diplomasisi” faaliyetleri kapsamına girmektedir. Kamu diplomasisi alanında küresel pandemi, koronavirüs (Covid-19) faaliyetlerine baktığımızda, İletişim Başkanlığı’nın koronavirüs ile mücadele ve bilgilendirme amaçlı faaliyetleri olduğu görülmektedir. Türkiye, güçlü sağlık altyapısıyla, hızlı hareket edebilme kabiliyetiyle, alacağı tedbirlerle ve yapacağı stratejik iletişim faaliyetleriyle örnek ülke konuma gelebilecektir. Ayrıca Başkanlığın basın için koruyucu ve temizlik ürünlerini içeren destek paketlerini göndermesi kamu diplomasisi için olumlu “imaj” kazanmasını sağlamaktadır. Yapılan faaliyetlerin dijital ortamlarda olması da “Dijital Diplomasi” alanında önemli olmaktadır.

Burada İletişim Başkanlığı, doğal afetler için ise ilişkili tüm kurumlar ile işbirliği yaparak toplumu bilgilendirmek ve farkındalığı artırmak için infografikler ve videolar paylaşmaktadır.

Depremler başlığında yapılan faaliyetler; “Büyük Anadolu Depreminin Ardından Projesi” kapsamında yabancı gazeteciler ile birlikte basın turunun gerçekleştirilmesi, uluslararası medya kuruluşlarının Türkiye’ye davet edilmesi ve “Dezenformasyon Bülteninin Yayınlanmasıdır”. Ayrıca diğer faaliyetler olarak, “Asrın Felaketi: 06 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremleri” kitabının yayımlanması, Fahrettin Altun’un, makalesinin Euronews haber portalında yayımlanması, CİMER’de “Deprem Acil” başlığının kullanıma sunulması, Washington ve New York’ta görüşmelerin gerçekleştirilmesi, uluslararası kamuoyuna yönelik “Seninleyiz Türkiye” kampanyasının başlatılmasıdır.

İletişim Başkanlığı tarafından 6 Şubat depremlerinin ardından, küresel dayanışmanın ve yardım seferberliği için, toplam 18 ülkede başlatılmış olan uluslararası dayanışma kampanyasıyla yaşanmış olan afet sonrasında küresel dayanışmanın güçlendirilmesi hedeflediği görülmektedir. İletişim Başkanlığı’nın burada yaptığı faaliyetler “Afet Diplomasisi” alanına girmektedir. Başkanlığın CİMER uygulamasını kullanarak faaliyet yürütmesi de “Dijital Diplomasi” kapsamında değerlendirilebilir. Bu

bağlamda uluslararası kamuoyunda kampanyaların yapılması, yabancı basın ile iletişim halinde olunması da kamu diplomasisi faaliyetlerini oluşturmaktadır.

Sınır Ötesi Askeri Operasyonlar başlığında ise; Bölgesel barış ve huzurun sağlanması ve göç dalgalarının önlenmesi amacı ile Türkiye, terörle kesintisiz mücadelesini sürdürerek sınırları dışındaki askeri operasyonlarına kararlılıkla devam etmektedir. Tüm terör örgütleri ile mücadele, siyasi çözümler yaratılarak etkili şekilde sürdürülmektedir.

Bu başlıkta yapılan faaliyetler; “Uluslararası İdlib Konferansının” düzenlenmesi, Türkiye ve AB için Ortak Sınay-Mülteci Krizi 2.0” panelinin düzenlenmesi, “Türkiye’nin Terörizmle Mücadelesi” kitabının çıkarılması, Türkiye’nin DEAŞ’la olan mücadelesinin anlatılması, Sınır ötesi askeri operasyonların videoları, “Barış Pınarı Harekâtı İletişim Stratejisi” çalıştay, Barış Pınarı Operasyonu’nun Amacı ile ilgili video paylaşımıdır.

Yukarıdaki faaliyetlerde İletişim Başkanlığı, Türkiye’nin terörle mücadele anlayışı kapsamında yürüttüğü sınır ötesi harekâtı hakkında yerli ve yabancı kamuoyunu bilgilendirmek ve terörle mücadele anlayışıyla yürütülen haklı mücadelenin tüm boyutlarının aktarılabilmesi amacı ile birlikte stratejik iletişim faaliyetlerini yürüttüğü görülmektedir. Bu etkinliklerde, farklı dillerde hazırlanmış olan görseller ve yazılı içeriklerle Türkiye’deki faaliyetlerin durumu, temelleri ve başarıları hakkında bilgiler paylaşmakta, konferanslar, çalıştaylar ve toplantılarda Türkiye’nin savunduğu tezler sunulmaktadır. Kamu diplomasisi bağlamında ele alınan sınır ötesi asker operasyonlar “Savunma Diplomasisinin” alanına girmektedir.

“Azınlıklara Yönelik Çalışmalar” başlığında; Farklı dinlere ve etnik kökenlere sahip vatandaşların uyumlu olarak yaşamış olduğu Türkiye’de, azınlıkların dini özgürlükleri ve sosyal hayata yönelik talepleri farklı alanlarda değişiklikler ile karşılanmaktadır. Azınlıklar için yapılan faaliyetler, sadece dini özgürlüklerle sınırlı değil, aynı zamanda eğitimden maddi desteğe kadar farklı alanlarda düzenlemeler devam etmektedir.

Bu başlıkta yapılan faaliyetler; Küresel Ermeni topluluğunun üyelerinin davet edilmesi, “Anadolu’nun Saklı Anıtları Gün Yüzüne Çıkıyor” Projesi, “360 Derece Sanal

Tur” Projesi, Akdamar Kilisesi fotoğraf sergisinin açılması, “Diversity Stories” başlıklı videoların yayımlanmasıdır.

İletişim Başkanlığı’nın bu kısımda yapmış olduğu çalışmalar yukarıdaki faaliyetlere bakıldığında “İnsani Diplomasi” kapsamına girmektedir. Gerçekleştirilen her türlü faaliyetler, iş birlikleri ve uluslararası boyutta sağlanan farkındalıklar gibi girişimlerin olduğu kamu diplomasisi faaliyetleridir. Ayrıca Başkanlık Akdamar Kilisesi gibi faaliyetlerinde “Dini Diplomasiyi” de gerçekleştirmektedir.

“15 Temmuz Destanı” başlığında; dijital gösteri merkezlerinin açılması, “Uluslararası Anti-Darbe Hekatonunun” yayınlanması, koreografi gösterilerinin yapılması, sanal gerçeklik içeriklerinin gösterimi, “Fahir Atakoğlu, 15 Temmuz Destanı Senfonisi”, 15 Temmuz’daki şehitler için hat sergileri ve sosyal medyada anımları için projeler, 15 Panel Webinar Serileri, 15 Temmuz tasarımlı Valide Sultan gemisinin sunulmasıdır. Ayrıca Başkanlığın yaptığı, 15 Temmuz portalının güncellenmesi, 15 Temmuz hatıra kitlerinin yapılması, kamu spotları ve sosyal medya videolarının paylaşılması, havalimanlarında 15 Temmuz videolarının gösterilmesi, ABD’de ve Yunanistan’da 15 Temmuz farkındalık çalışmasının yapılması ve basın buluşmasının gerçekleştirilmesidir. “Demokrasi ve Millî Birlik Günü” ortak basın bildirilerinin yapılması, 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü Anma Programı, “Demokrasi Zaferi Prestij Farkındalık” videosu ve “Yiğitler Belgeseli’nin” yayınlanması, Dronelar ile gökyüzü gösterilerinin gerçekleştirilmesi başkanlığın yaptığı diğer faaliyetlerin arasındadır.

İletişim Başkanlığı burada, “15 Temmuz Demokrasi ve Milli Dayanışma Günü’nün” ulusal ve uluslararası koordinasyonundan sorumlu olduğu görülmektedir. İletişim Başkanlığı, milli destanın farkındalığını artırmayı ve toplumsal hafızanın canlı tutulması amacı ile birlikte stratejik iletişim faaliyetlerini yürütmekte, paneller, farklı dillerde çıkarılan kitaplar, dijital gösterim merkezleri, konserler, kısa filmler ve çeşitli etkinlikler gerçekleştirdiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca İletişim Başkanlığı, 15 Temmuz temalı videolar, mappingler ve drone performansları ile kamu diplomasisi faaliyetlerini yürütmektedir. Yapılan faaliyetlerde ülke itibarı için “Dijital Diplomasinin” önemli

olduğu görülmektedir. Ayrıca ABD ve Yunanistan ile yapılan faaliyetler “İkili İlişkileri” oluşturmaktadır.

“Terörizmle Mücadele” başlığında ise, terör örgütlerinin saldırılarını önlemek için çalışmalarını yürüten Türkiye, aynı zamanda bilgi savaşları girişiminde terör örgütlerinin uluslararası düzeyde yayımladığı uydurma ve çarpıtma bilgilere de müdahale etmektedir. Türkiye, sınırları içerisinde ve dışında terör örgütleri ile mücadelesini sürdürürken, ayrıca terör örgütlerinin amacını gösterecek girişimleri de olmaktadır.

Bu başlıkta yapılan faaliyetler; Türkiye’nin Terörizmle Mücadelesi" Kitabının Çıkarılması. Sivil Katliamlarına Yönelik Video Paylaşımları. Fahrettin Altun’un, Twitter Hesabından Yaptığı Paylaşımlarla, Terörle Mücadeleye İlişkin Değerlendirmeleri. Türkiye’deki Terör Saldırılarının Video Paylaşımları. Türkiye’nin DEAŞ’la Mücadelesi. 6-8 Ekim Olayları Hakkında Video Paylaşımları. Türkiye’nin Terörizm Mücadelesi Kitabının İngilizce Olarak Çıkarılması. Törerle Alakalı İnfografiklerin Paylaşılması.

İletişim Başkanlığı burada, ilişkili tüm kurumların terörle mücadelede bilgilendirici faaliyetlerinin yanında, farklı dillerde hazırlanmış olan yazılı ve görsellerle Türkiye’nin terörle mücadeleye yaklaşımıyla, terör örgütlerine bakışını uluslararası topluma aktaran stratejik iletişim faaliyetlerini yürütmektedir. Burada kamu diplomasisinin temeli olan ve diğerlerinden önemli olarak ekonomik ve kültürel altyapıdır. Ayrıca iletişim ile medya, mevcut olan teknolojiyi kullanma yeteneği ve teknolojik altyapı, terörle mücadelede kamu diplomasisini planlamak ve uygulamak için “teşkilatlanmak” ve ulusal düzeyde “ikna edicilik” olarak açıklanabilir. Burada yapılan faaliyetler “siyasi diplomasiyi” oluşturmaktadır.

“Göç ve Mülteciler (Suriyeliler)” başlığında; geçmişten günümüze, uluslararası boyuttaki krizlerin zorlu koşullarında güvenli sığınma yeri olarak görülen Türkiye, karşılaştığı bütün göç dalgalarında kendi topraklarına sığınmak için gelen mültecileri kabul etmiştir. Bugün Türkiye, dünya genelindeki insani krizlerden dolayı ülkeye sığınan göçmenlere, özellikle de sayıları 3,5 milyonu aşan Suriyeli mültecilere yardım ettiği bilinmektedir. Mülteciler için insani yardımlar yapan Türkiye, eğitimde, sağlıkta, korumada, istihdamı sağlamada ve birçok alanda topraklarındaki Suriyelilere yardım etmek için tüm kaynaklarını kullanmaktadır. Öte yandan dünyadaki insani krizler için de

Türkiye, birçok alanda sağladığı kalkınma yardımları ile gündeme gelmektedir. Milli geliri itibarıyla Türkiye, kalkınma ve insani yardımlarını sağlamak için faaliyetlerini sürdürmektedir.

İletişim Başkanlığı'nın bu başlıkta yaptığı faaliyetler; “Ortak Sınav- Mülteci Krizi 2.0” Panelinin Düzenlenmesi. Mülteciler İçin İş Birliği” Kitabının Çıkarılması. “İkinci Vatan: Türkiye” Belgeselinin Hazırlanması. Turkey: The Most Generous Country In The World Videosunun Paylaşımı. Göç ve Mülteciler Başlığında İnfografiklerin Paylaşılmasıdır.

Ülkenin en kritik sorunları olan göç ile mülteci konularında İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin yaklaşımlarıyla insani politikalarını yerli ve yabancı kitlelere mümkün olduğunca etkin ve doğru bir şekilde aktarma amacıyla stratejik iletişim faaliyetlerini sürdürmektedir. Bununla birlikte hem Türkiye'nin hizmetleriyle yardım kaynakları mültecilere iletilirken hem de Türkiye'nin özellikle Suriye'deki insani krize ilişkin tutumları paylaşılmaktadır. Farklı dillerde hazırlanmış olan, kitap, video, panel, toplantı ve dokümanlar İletişim Başkanlığı'nın faaliyetleri arasındadır. İletişim Başkanlığı ayrıca dünya ve Türkiye'deki kamuoyuyla Suriyeli mültecilere ilişkin bilgi kirlilikleri ve yanlış bilgilendirmeye de ilgilenmektedir. Yapılan faaliyetler “İnsani Diplomasi” alanına girmektedir.

“İkili İlişkiler ve Uluslararası Örgütlerle İş Birliği” başlığında; Uluslararası organizasyonlarda Türkiye, etkinliklerini ve öncülüğünü gün geçtikçe artırma eğilimindedir. Türkiye, BM ile NATO gibi çok taraflı kuruluşlar nezdinde nüfuzunu güçlendirerek aynı zamanda bölgesel kuruluşlarla işbirliklerini de çoğaltmaktadır. Yapılan Faaliyetler; “Türkiye'nin NATO'ya Üyeliğinin 68. Yılı: Stratejik İttifakın Güçlü Üyesi Türkiye Panelinin” düzenlenmesi. WeAreNATO” kampanyasının başlatılması. İletişim Başkanlığı'nın koordinasyonunda İzmir'de düzenlenen etkinlikle tanıtılması. “Stratejik İttifakın Güçlü Üyesi Türkiye” Kitabının Çıkarılması. Türkiye'nin NATO'daki Rolü ve Bölgesel Güvenlik Sınamaları” Panelin Gerçekleştirilmesi. Londra'da 2-4 Aralık tarihleri arasında panel ve çeşitli etkinliklerin düzenlenmesi. NATO 2030: Yeni Bir Çağ İçin Birliktelik” başlıklı raporunun ele alındığı panelin düzenlenmesi. Brüksel'de NATO Zirvesi kapsamında uzmanların katılımıyla “Türkiye ve NATO” başlıklı söyleşin

düzenlenmesi. İngilizce olarak hazırlanan “Türkiye’nin Terörizmle Mücadelesi” kitabının çıkarılması. “Kovid-19 Sonrası Dönemde Güvenin Yeniden İnşası ve Umudun Tazelenmesi: Türkiye’nin Uluslararası Düzene Bakış Açısı” başlıklı mülakatın gerçekleştirilmesi. G-20 Zirvesi. Türkiye’nin NATO içindeki rolü hakkında uzman görüşlerinin video paylaşımları. “Recep Tayyip Erdoğan Birleşmiş Milletler 74. Genel Kurulu Konuşması” kitabının İngilizce ve Türkçe olarak çıkarılmasıdır”.

Bu bölümde İletişim Başkanlığı, Türkiye’nin bölgesel ve küresel konulardaki tezlerini duyurmak amacı ile birlikte panel, konferans, medya kampanyaları gibi farklı etkinlikler düzenleyerek kitaplar yayınlamaktadır. İletişim Başkanlığı’nın yapmış olduğu faaliyetler “Ekonomi Diplomasisi” alanına girmektedir. Bu bağlamda “ülke imajını” oluşturmak ve “cazibe merkezi” haline gelebilmek mümkün olmaktadır. Bu sayede politik ve ekonomik amaçlar gerçekleşerek uluslararası ticaret gelişmekte ve ulusal refah artmaktadır. Ayrıca diğer ülkeler ile yapılan faaliyetler de “ikili ilişkileri” kapsamaktadır.

Enerji ve enerji güvenliği başlığında yapılan faaliyetler ise;

Türkiye, enerjisinde dış ülkelere bağımlılığını azaltmak ve yerli kaynakları kullanmayı artırmak için faaliyetler yürütmektedir. Buna örnek olarak Türkiye’nin, yerli ve milli kaynakları kullanılarak sondaj gemileri ile birlikte “Mavi Vatan” da doğalgaz bulma çalışmaları yapılmaktadır. Yapılan çalışmalar neticesinde Fatih sondaj gemisi Karadeniz’de keşfettiği doğalgaz rezerviyle buna örnek olmaktadır. Öte yandan Türkiye, yenilenebilir enerji kaynakları için ulusal enerji portföyündeki payını artırmaya yönelik faaliyetlerini yürütmektedir. Yapılan faaliyetler; Cumhurbaşkanı’nın doğal Gaz keşfi hakkındaki açıklamaları, Son 18 yılda enerji alanında yapılan yatırımlar, milli enerji politikaları, mavi vatan, enerjik Türkiye infografiği, Türkiye’nin enerji arz güvenliğinde yaşanan ilerlemelerin infografiğinin paylaşılmasıdır.

Başkanlık bu faaliyetlere göre, Türkiye’nin enerjisi ve güvenliği politikası ile enerji sektörüyle ilgili tüm çalışmaları yurt içinde ve yurt dışındaki kitlelere sunmanın yanı sıra, bu sektörde bilgi kirliliğini önlemek amacıyla stratejik iletişimin faaliyetlerini de yürütmektedir. Bu bölümde yapılan faaliyetler “Enerji Diplomasisi” alanına girmektedir. Enerji sorunları uluslararası ilişkilerin etkilenmesine neden olmaktadır. Ayrıca yapılan çalışmalar ile Türkiye’nin enerji diplomasisinin koşulları sağlanarak, değer verecek

şekilde bölgedeki gücü ve öneminin artması sağlanabilmektedir. İletişim Başkanlığı'nın vizyonu olan “Türkiye markasını güçlendirmek” burada etkili olduğu görülmektedir. Ayrıca uygulanan kamu diplomasisinde iletişim stratejisi uygulamaları olan “ulus markalaşması” ve “imaj” da kullanılmaktadır.

Libya-Doğu Akdeniz Başlığında Yapılan Faaliyetler; Akdeniz, bulunduğu konum nedeniyle stratejik bir öneme sahip olmaktadır. Akdeniz, jeostratejik önemini ile birlikte son dönemlerde keşfedilmiş olan enerji kaynakları için de jeoekonomik önemi artmaktadır. Akdeniz'in en uzun olan kıyı şeridinin Türkiye'de olması, Doğu Akdeniz'deki konumu, kıta sahanlığındaki hakları ve çıkarlarının dâhilinde Kıbrıs Türklerinin haklarının hukuksal olarak korunmasını sağlamaktır. Uluslararası hukuka göre Doğu Akdeniz'deki haksız paylaşım sürecinin uluslararası alanda başlamasının ardından Türkiye, uluslararası anlaşmalar dâhilindeki haklarını kullanmaya karar vermiştir.

Bu kapsamda Türkiye ve Libya arasında gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda güvenlik ve askeri işbirliği ile deniz yetki alanına ilişkin mutabakat zaptı hazırlanmıştır. Bununla birlikte Türkiye, Akdeniz'deki dışlanma ve tecrit politikasına hukuksal ve siyasal olarak güçlü yanıt vererek, “Mavi Vatanı” koruma çalışmalarını yürütmüştür.

Bu başlıkta yapılan faaliyetler; “Uluslararası Doğu Akdeniz Konferansının Düzenlenmesi”, “Turkey Talks Webinarları: Doğu Akdeniz'de Türkiye'nin Hakkaniyet ve İş birliği Vizyonun Yapılması”, “Turgut Reis Anma Videosunun Yayınlanması”, “Libya ve Türkiye'nin Doğu Akdeniz Stratejisi Videosunun Yayınlanmasıdır”. Ayrıca diğer faaliyetler; “Türkiye - Libya Mutabakatı Kitabının Çıkarılması”, “Türkiye'nin Doğu Akdeniz Ve Ege'deki Hakları ve İddiaları Kitabının Çıkarılması”, “Strategic Step in the Eastern Mediterranean Equation Kitabının Çıkarılması”, Paylaşılan İnfografikler ve “Mavi Vatan Marşı'nın Yayınlanması” olarak yürütülmektedir.

İletişim Başkanlığı, yukarıdaki faaliyetlere bakıldığında, Türkiye'nin Doğu Akdeniz'deki konumunu, uluslararası hukuk çerçevesinde haklarını ve çıkarlarını korumayı hem yerli hem de yabancı toplumlara göstermek amacıyla kapsamlı olarak stratejik iletişim faaliyetleri yürütmektedir. Bundan dolayı Doğu Akdeniz'deki pozisyonlarını ve Türkiye ile Libya arasındaki mutabakatı konu alan kitaplar ile birlikte

konferanslar ve panelleri düzenlemesinin yanında, Türkiye'nin Akdeniz'deki faaliyetleri ile ilgili bilgiler içeren bilgilendirici kısa videoları ve görselleri de ürettiği görülmektedir. Bu bağlamda çeşitli işlevleri gerçekleştiren İletişim Başkanlığı'nın bu bölümde yaptığı faaliyetler "İkili Diplomasi" alanına girmektedir.

1915 Olayları başlığında; Türkiye, Anadolu bölgesindeki Ermeni ve Türk vatandaşlarının yaşadığı acıları ve kayıpları dikkate alarak 1915 olaylarının, bilimsel olarak ele alınması gerektiğini ve günlük siyasi çıkarlar için kullanılmamasını belirterek, devletin tüm arşivlerinin erişilebilir olduğunu söylemektedir. Bu amaç için 1915 olaylarına üçüncü ülkelerin, tek taraflı eylemlerine dayanan ideolojik yaklaşım yerine, her iki taraf için yapıcı olarak dengeli tutumlar ve diyaloglarla yaklaşılması gerekmektedir. Bu başlıkta yapılan faaliyetler; New York'ta şehit diplomatlar sergisinin açılması, 1915 Olayları uluslararası konferansının düzenlenmesi, 1915'in ardındaki gerçekler videosunun yayınlanması, <https://www.1915.gov.tr/> internet sitesinin kurulması, hakikat çağrısı: "1915 Olaylarının Tarihî Gerçekleri" başlıklı panelin gerçekleşmesi, "Türkiye Karşısı Bir Anlatı: 1915 Olayları" kitabının çıkarılmasıdır.

İletişim Başkanlığı, yukarıdaki yapılan faaliyetlere bakıldığında Türkiye'de 1915 olaylarıyla ilgili tezleri ve çözümleri ortaya koyan stratejik iletişim araştırmaları yürütürken, aynı zamanda yanlış bilgilendirmeler ve kasıtlı olarak konuyu çarpıtma girişimlerini de ele almaktadır. Panel, konferans ve sergilerin yapılmasıyla uluslararası kamuoyunda da diplomasi faaliyetlerini yürütmektedir.

Bununla birlikte İletişim Başkanlığı'nın sözde soykırım iddiasında bulunan Türkiye'ye yönelik iftiralara karşı İngilizce olarak "1915.gov.tr" internet sitesi oluşturulmuştur. Sitenin amacı, tarihsel bir bilgi vermek ve 1915 olaylarını detaylı olarak anlatmaktır. İletişim Başkanlığı'nın yaptığı bu faaliyetler kamu diplomasisinin "Dijital Diplomasi" alanına girmektedir. Ayrıca yapılan faaliyetlerin kurumun resmi internet sitesinde yer alması da dijital araçların kullanımı, kamu diplomasisinin talebi ve dijital çağ açısından önemli olmaktadır.

Burada Türkiye, kamu diplomasisinin bir türü olarak, "Savunuculuk" faaliyetleriyle de, kendisine yönelik asılsız suçlamaları kabul etmemekte, bunu da tarihi belgelere

dayanarak savunduğu gör÷lmektedir. İletişim Başkanlığı'nın yaptığı bu tür kamu diplomasisini, uluslararası konferansla tüm dünyaya duyurduğu söylenebilmektedir

Bu bölümde yapılan analizlere göre; İletişim Başkanlığı'nın gerçekleştirdiği kamu diplomasisi faaliyetleri olarak, sağlık diplomasisi, afet diplomasisi, dijital diplomasi, savunma diplomasisi, dini diplomasi, insani diplomasi, ekonomi diplomasisi, enerji diplomasisi ve ikili diplomasi bağlamında ele almak mümkündür. İletişim başkanlığı ayrıca, teşkilatlanma, ikna etme, cazibe, imaj, savunuculuk ve ÷lke imajı için de çalışmalar yür÷tmektedir.

SONUÇ

Günümüzün değişim yaşayan devlet yapılarında, ulusal ve uluslararası örgütsel yapılar büyüyüp genişledikçe, kamusal diplomatik uygulamaların ve siyasal iletişimin küresel olarak hayata geçirilmesi zorunlu hale gelmiştir. Bu nedenle birlikte ulusal ve uluslararası alanda “kamu diplomasisi” terimi ortaya çıkmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte günümüzde, kamu diplomasisi çok önemli bir güç haline gelmiştir. Kamuoyunu etkileme ve fikirleri şekillendirme gücünden dolayı kamu diplomasisinin güçlü araçları olmaktadır. Kitle iletişim teknolojisindeki yaşanan değişiklikler ve küreselleşme ile birlikte dünyada değişim sürecine girmektedir. Bu sürece uyum sağlamak isteyen bazı devletler de yaşanan süreçlerde yeni roller edinmektedir.

Türkiye, birçok açıdan yumuşak güç girişimlerinin kültürel boyutlarını terk ederek bunun yerine kendisini yetenekli, güçlü ve karizmatik bir liderin öncülüğünde dünya markası olarak konumlandırmak için sosyal medyanın diplomasi potansiyelinden yararlanmaya çalışmaktadır. Bunun içinde Batı ve Doğu kültürleri arasında gelişen bir ekonomik pazar olarak Türkiye’de kamu diplomasisinin izlenmesi önemli olmaktadır.

Türkiye’de dış politika alanında kamu diplomasisi çalışmalarının amacı, Türkiye’nin uluslararası alanda imajını güçlendirmek ve küresel politikadaki değerini arttırmaktır. Bu nedenle farklı konularda farkındalık yaratıp, bireyleri bilinçlendirerek geleneksel ve modern temaları birleştiren Türkiye’nin imajı oluşturmak için araştırmalara ağırlık verilerek, medyanın Türk siyasi hayatındaki önemi vurgulanmıştır.

Türkiye’nin dış politikada son yıllardaki gelişimi ve genişlemesi, Türk kamu diplomasisine yeni iletişim alanları ve fırsatları sunmuştur. Yabancı kamuoyuyla kurulan ilişkiler doğrudan negatif algı ve imajların değiştirilmesi sağlayarak yeni imaj, değer ve politikaların sunulmasına olanak sağlamaktadır.

Türk kamu diplomasisi anlayışının ve kurumsal yapısının, Türkiye'nin dışarıyla iletişimde, imajını yönetmeye ve kamu diplomasisini etkileyen diğer kurumlarını koordine etmeye yeterliyse, ulusal marka kavramı ve felsefesi devlet ve STK işbirliğiyle geliştirilip uygulanabilmektedir. Kamu diplomasisi sistemi ve anlayışında değişimin sağlanması için devlet ve kurumları liderlik ve koordinasyon rolleri üstlenebilmektedir.

Ayrıca Türkiye, kamu diplomasisi yöntemleri arasında olan bir stratejik iletişim politikası da geliştirmiştir. Böylelikle Türk dünyasına yönelik olarak Türkiye'nin kamu diplomasisini geliştirerek, kurumsal ve araçsal düzenlemeler yaptığı da görülmektedir. Aslında Türk kamu diplomasisinin dünyaya sunulmasına yönelik pek çok kurumsal aracın varlığı bilinmektedir. Burada asıl sorun ise bunların bütünleşmiş ve koordineli çalışmaya imkân veren bir yapıdan yoksun olması olarak görülmektedir.

Türkiye, bulunduğu konum ve ekonomisiyle birlikte önemli bir role sahiptir. Eğitim, sağlık, insani yardım, enerji, bilim, kültür, iletişim ve spor alanlarındaki çalışmalar “Türk Devletleri Teşkilatı” çatısı altında siyasi birliğe dönüşmüştür. Bununla beraber Türkiye'nin yumuşak gücü ve kamu diplomasisi faaliyetleri bu alanlarda odaklanmıştır. İletişim Başkanlığı ise buna uygun olarak çalışmalarını yürütmektedir.

2017 yılında yapılan Anayasa değişikliğiyle beraber Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin onaylanması ve 2018 seçimlerinde yürürlüğe girmesiyle 24 Temmuz'da, Resmi Gazete'de yayınlanan 14 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesiyle Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı kurulmuştur. Ayrıca Türk kamu diplomasisi faaliyetlerinin işleyişinin kontrolü ve koordinesi İletişim Başkanlığı'na verilmiştir. İletişim Başkanlığı, iletişimi ulusal çıkarları temel alan stratejik olarak ele almakta, milli ve uluslararası düzeyde ülkenin marka imajını koruyan ve geliştiren araştırmalar yürütmeyi amaçlamaktadır.

İletişim Başkanlığı'nın buradaki amacı, ulusal ve uluslararası kamuoyu, karar vericiler ve medyayla beraber derin ve çok taraflı ilişkileri geliştirerek, Türkiye'nin bütün alanlarda, tüm iletişim araçları ve yöntemleriyle yetkin bir şekilde temsil edilmesini sağlamak ve bununla beraber “Türk markasını güçlendirme” hedefini gerçekleştirmektir.

Başkanlığın, milli iletişim politikası hedefiyle uyumlu, ulusal iletişimin koordinasyonunu sağlayarak fikir birliğini oluşturma, kamu kurumları ve kuruluşları için kamusal iletişimin standartlarını belirleme, kamu diplomasisini uygulama, kurumlar arasında olan iletişimi yönetme gibi birçok faaliyeti de bulunmaktadır. Başkanlık ayrıca devlet ve insanlar arasındaki iletişimin organizasyonu sağlayarak verimli ve yetkin medya sektörünü teşvik etmeye çalışmaktadır.

Bu görevlerin yanı sıra ülkenin uluslararası toplumdaki imajına zarar verebilecek, kamu diplomasisinde Türk ulusal dayanakları oluşturabilecek ve siyasette, ekonomide ve teknolojik alanda büyüyen gücünü yansıtabilecek birçok konuda belirli iletişim stratejilerinin hazırlanmasında İletişim Başkanlığı oldukça kritik öneme sahiptir.

Türkiye, kamu yayıncılığı anlayışıyla faaliyet gösteren TRT aracılığıyla ve yeni kanalları sayesinde bölgesel kamu diplomasisi uygulamaktadır. Bu politikanın geliştirilip derinleştirilmesi ve her şeyden önce programların içeriğinin kamu diplomasisi politikasına uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Ayrıca Türkiye, küresel bir yayıncılık anlayışıyla hareket etmeye çalışmalı, itibarını dünyaya yayabilecek ve anlatabilecek görseller ve yazılı iletişim araçlarını stratejik olarak kullanmalıdır. İletişim Başkanlığının kurulmasıyla, TRT ve AA gibi kurumların söz konusu daireye bağlı olarak faaliyetlerinin sürdürülmesi, yerli ve yabancı kamuoyunda ortak stratejiye göre hareket etme ve kamusal diplomatik faaliyetlerde konuşma birliğinin sağlanmasına olanak sağlamaktadır.

Ayrıca İletişim Başkanlığı, devlet kurumu ve vatandaş arasında sağlanan iletişimin güçlendirilmesi, uluslararası kamuoyunda Türkiye'nin algısının yükseltilmesi ve ülke markasının geleceğinin inşa edilmesi konusunda önemli görevlerini yerine getirmektedir. Kamu kaynaklarının verimli kullanılması konusunda azami hassasiyetle beraber, faaliyetlerini halkın takdirine uyacak bir şekilde yerine getirmeye çalışmaktadır.

Diğer yandan CİMER ile birlikte Anayasa ile güvence altına alınan bilgiye erişim ve dilekçe hakkı etkili ve hızlı şekilde kullanılmaktadır. Bu sayede yurttaşların talepleri, ihbarları ve şikâyetleri doğrudan Cumhurbaşkanlığına iletebilmesi sağlanmaktadır.

Kamu diplomasisi açısından ele alındığında ise öncelikle Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullandığı görülmektedir. Web

sitesinin yanında Başkanlık, Instagram, Facebook Twitter (X) ve Youtube'de gerçekleştirilen faaliyetlerine yer vermektedir. Böylelikle hem yurt içi hem de yurt dışındaki vatandaşlara ulaşmak mümkün olmaktadır. Başkanlığın yaptığı kamu diplomasisi faaliyetlerinde tutarlılık ve süreklilik kamu diplomasisi yönünden önemli olmaktadır.

Türkiye'nin uluslararası alanlarda varlığı ve oluşturulan imajının güçlendirilmesi amacıyla kamu ve kültürel diplomasi yoğunlaştırılarak, ülkenin milli ve uluslararası alanlarda sunduğu tezler ve siyasi tercihler, stratejik faaliyetler kapsamında fiilen uluslararası kitleye ulaşmaktadır. Türkiye'ye ilişkin propaganda faaliyetlerini izlemek, değerlendirmek ve ilgili kamu kurumlarıyla işbirliği yapmak ve gerekli önlemlerini almak gibi konularda İletişim Başkanlığı bu görevlerini yerine getirmektedir. Bu doğrultuda Türkiye'de uluslararası kamuoyunu etkileyen ve faaliyetlerini yürüten İletişim Başkanlığı'nın, sivil toplum kuruluşları üniversiteler ve kişilerle uluslararası işbirlikleri geliştirilmekte, bu bağlamda Türkiye'yi tanıtan araştırma ve projeler yürüttüğü de gözlemlenmiştir.

Araştırmanın sorularına cevap bağlamında;

1- Türkiye kamu diplomasisi alanında güçlü medyaya sahip midir?

Türkiye kamu diplomasisi politikalarını uygularken medyaya da ihtiyaç duymaktadır. Bunun için de Türkiye'de internet haberciliğinin yaygınlaştığı görülmektedir. Hem ulusal hem de uluslararası kamuoyuna ulaşılmasında Anadolu Ajansı büyük rol üstlenmektedir. Ayrıca TRT de yayın politikasını milli ve uluslararası konular ile hedef alanlarına ilişkin hedeflerini, ideolojisini ve siyasi bakış açısını yansıtacak bir dille tanımlamaktadır. Bu bağlamda güçlü medya ile birlikte Türkiye, kamu diplomasisini daha iyi bir şekilde yürüteceği söylenebilmektedir.

2- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın paylaşımlarında hangi temalardan bahsedilmiştir?

Örnek olarak seçilen faaliyetlerde askeri, sağlık, ekonomi, ticari, insani yardımlar, milliyetçilik ve ikili ilişkiler temalarını oluşturduğu gözlemlenmiştir.

3- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın paylaşımlarındaki stratejiler nelerdir?

Bu çalışmada kamu diplomasisinde, yumuşak gücün temsil edilmesinde, Kültür Diplomasisi, Vatandaş Diplomasisi, Dini Diplomasi, Enerji Diplomasisi, Lobicilik, Sağlık Diplomasisi ve Savunuculuk ile faaliyetlerin uygulandığı analiz edilmiştir. Ayrıca farklı STK'lar, kanaat liderleri, medya ile haber ajansları, özel sektörler ve küresel kuruluşlar gibi farklı tarafları da içerdiği gözlemlenmiştir. Kamu diplomasisi yönünden baktığımızda, “bilgilendirme ve tanıtımlar”, “ikili diyaloglar”, “müzakereler”, “ülke markalaşması”, “teşkilatlanma”, “ikna edicilik”, “ülke imajı ile itibarı” ve “sosyal sorumluluklar” gibi iletişim uygulamalarının kullanıldığı da gözlemlenmiştir.

4- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın paylaşımlarının amaçları nelerdir?

Kamuoyu ve ilgili kurumlara doğru bilginin sağlanması için bilgi akışını sağlayarak kamuoyundaki bu etkilerin kamuoyu için belirlenmesini sağlamaktadır. Türkiye'nin yurt dışı tanıtımında faaliyetlerini yönlendirerek, kamu kurumları ve kuruluşlarıyla STK'lar arasında stratejik iletişimde ve tanıtım faaliyetlerinde işbirliğiyle koordinasyonu sağlamaktadır. Ayrıca Başkanlığın, kamu diplomasisinin yöntemleri ve araçlarını kullanarak uluslararası platformda doğru bilgilendirmeyi sağladığı da analiz edilmiştir.

Kamu kurumları ve kuruluşlarının benimsemesi gereken kurumsal iletişim stratejilerini belirleyerek, yabancı bir ülkede Türkiye'nin çıkarlarıyla ilgili eğitim faaliyetlerine katılmak ve Türkiye'nin dış politikasını destekleyerek bilgilendirme ve eğitim faaliyetleri düzenlemektedir. Ayrıca halkın, kamu kurumları ve kuruluşlarının faaliyetleriyle ilgili istekleri, görüşleri ve önerilerini kolaylıkla iletebilmesi için gerekli koşulları sağladığı da gözlemlenmiştir. Başkanlığın buradaki en önemli amacı olan “ülke markasını güçlendirmek” için çeşitli faaliyetler yaptığı sonucuna varılmıştır.

5- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın yapmış olduğu kamu diplomasisi faaliyetleri nelerdir?

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın web sitesinde seçilen “Stratejik İletişim Çalışmaları” başlığı altında yapılan paylaşımlar: Doğal afetler ile salgınlar, askeri operasyonlar, azınlıklar için çalışmalar, 15 Temmuz, terörizm, mülteciler, uluslararası

işbirlikleri, enerji çalışmaları, Libya ve Doğu Akdeniz ile ilgili başlıkların kamu diplomasisi çerçevesinde araçların, yöntemlerin ve tekniklerin kullanımıyla faaliyetler yürütüldüğü gözlemlenmiştir.

6- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın kamu diplomasisine yaklaşımları, görüşleri ve bakış açıları nelerdir?

Kitle iletişimin ve teknolojinin İletişim Başkanlığı'nın ele aldığı konulara doğrudan etkisi, teknolojinin gelişmesiyle hizmetlerin büyümesi, dijitalleşmesinin hızlanması, ulaşılan kamuoyunun genişlemesi, hizmetlerin sağlanması ve güçlü bir veri tabanı altyapısının oluşturulması İletişim Başkanlığı'nın önemli fırsatları olarak görülmektedir. İletişim Başkanlığı için en büyük tehdit ise gelişen teknolojiye ulaşamamak olacaktır.

Ayrıca Başkanlığın kamu diplomasisi yaklaşımı sadece ülkenin çıkarı için değil, bölgenin çıkarları ve uluslararası barışın sağlamasıdır. Temelde kamu diplomasisine yaklaşımı, dünya çapında ve bölgesel olarak barış ve istikrara dayanması açısından da düşünülmektedir.

Bu analizler sonucunda; “Hipotez- 1: İletişimin kamu diplomasisi üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır. Hipotez- 2: Etkin kamu diplomasisi faaliyetleri ile iletişim stratejileri arasında pozitif yönde anlamlı etki vardır. Hipotez- 3: STK'ların kamu diplomasisi üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır. Hipotez- 4: Etkin stratejik iletişim olarak kamu diplomasisi faaliyetleri diğer ülkelerle ilişkiyi pozitif yönde etkilemektedir. Hipotez- 5: Yumuşak güç ile iletişim arasında anlamlı bir ilişki vardır” kabul görmüştür.

Son olarak yapılan bu çalışmada “Cumhurbaşkanlığı İletişim başkanlığı kamu diplomasisi faaliyetlerini nasıl yürütmektedir?” sorusuna cevap olarak elde edilen verilere göre Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, kamu diplomasisi faaliyetlerini her alanda olacak şekilde yürütmeye çalışmaktadır. İletişim Başkanlığı faaliyetlerinde dijital ortamı kullanarak kamuoyuna ulaşmayı hedeflemektedir. Başkanlık resmi web sitesinin yanında sosyal medya hesaplarında aktif olarak videolar, görseller ve infografiklere yer vermektedir. Paylaşılan içerikler daha çok Cumhurbaşkanı'nın gerçekleştirdiği telefon

görüşmeleri, ülke ziyaretleri ve katıldığı konferansların içerikleriyle ilgili olmaktadır. Ayrıca Başkanlık, CİMER ile birlikte dijital diplomasiyi güçlendirerek dijital iletişimin stratejilerini de geliştirecektir. Bu nedenle iç ve dış politikadaki hedeflerini ilerletmesini ve uluslararası alanlarda oluşacak uyumun genişlemesini sağlayacaktır. İletişim Başkanlığı, kamu diplomasisi faaliyetlerini devlet dışı aktörler ile uygulaması halinde geniş bir kitleye ulaşması da mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- Abdurahmanlı, E. & Bağış, E. (2021). Diplomasi Tanımı ve Uluslararası Konjonktürde Mevcut olan Diplomasi Türleri. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 140-160.
- Acar, S. (2017). Realizmin Güç Ve Güvenlik Unsurları Açısından Nükleer Silahlar (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Akçadağ, E. (2010). ABD'nin Kamu Diplomasisi Stratejisi: Akıllı Güç. It Is Taken From <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/abdkdstratejisi.pdf> on december, 31, 2010.
- Akçadağ, E. (2011). Avrupa Birliği Sürecinde Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü. *Politika Dergisi*, 24, 1-15.
- Akçadağ, E. (2012). Yükselen Güç Çin'in Kamu Diplomasisi. *Kamu Diplomasisi*.
- Akgün, A. C. Paltun, D. & Abanoz, M. (2020). Kamu Diplomasi Aracı Olarak Yurttaş Diplomasi: Türkiye'nin Uluslararası İlişkilerdeki Misyonuna Yönelik Erasmus+ Avrupa Gönüllük Programı Örneği. *Intermedia International E-Journal*, 7(13), 338-357.
- Akhundova, J. (2015). Rusya'nın Yumuşak Güç politikaları. İstanbul: Ekin Yayınevi.
- Akıllı, E. (2023). 2022'den 2023'e Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Gündemi. *Kriter Dergisi*, erişim adresi: <https://kriterdergi.com/dis-politika/2022den-2023e-turkiyenin-kamu-diplomasisi-gundemi>.
- Akıncı, N. (2021). Halkla İlişkiler Ve Sağlanan İmkânlar Bağlamında Eğitim Diplomasisi: Türkiye Bursları Programının Değerlendirilmesi. *İletişim çalışmaları*, 95.
- Akkuş, E. G. (2020). Yumuşak Güç Ve Küresel Barış Gücü Arasındaki İlişki. *SAVSAD Savunma ve Savaş Araştırmaları Dergisi*, 30(2), 161-178.
- Akoğlu, H. E. & Mutlu, T. O. (2018). Sporun Kamu Diplomasisi Açısından Türkiye'nin İmajına Etkisi. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 13(2), 277-295.
- Aksu, Z. (2022). Türk Dış Politikası Ve Uluslararası Örgütler. *Uluslararası Stratejik Boyut Dergisi*, 2(2), 79-91

- Aldemir, E. Türk Dış Politikasında Yumuşak Güç Aktörü Olarak Polis Teşkilatı.
- Arslan, E. (2019). Türkiye'Nin Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinde Televizyon yayıncılığı: Trt World örneği (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey)).
- Avar, Y. (2020). 'Dış Politikada Akıllı Güç Kullanımı. Sosyal Bilimler Perspektifinden Güç II. Gazi Kitabevi Yayınları, Ankara, 197-213.
- Avşar, Z. (2005). Kamu Hizmeti Yayıncılığı, Uluslararası Yaklaşımlar Ve Türkiye Radyo Ve Televizyon Kurumu. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi , (1), 93-124.
- Aydın, A. & Poyraz, E. (2020). Mavi Marmara Saldırısı Sonrası Süreçte Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Faaliyetleri. Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(1), 15-29.
- Aydoğan, B. & Aydın, H. (2011). Güç Kavramı, Kamu Diplomasisi ve Güvenlik.
- Barıtcı, F. & Aydeniz, H. (2019). Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Medya: TRT World Örneği (Doctoral Dissertation, Erciyes University).
- Basın İlan Kurumu Yönetim Kurulu 2018 Faaliyet Raporu. Basın İlan Kurumu, 29. Dönem Genel Kurulu 10. Toplantısı. 19-21 Şubat 2019, İstanbul.
- Batora, Jozef (2005), Public Diplomacy in Small and Medium Sized States: Norway and Canada; Netherlands Institute of International Relations.
- Battır, O. (2019). Küreselleşme Çağında Bir Yumuşak Güç Unsuru Olarak Sağlık Diplomasisi. Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(5), 151-161.
- Bekiroğlu, O. (2019). Propaganda, Kamu Diplomasisi ve Nesnellik Sarkacında Uluslararası Yayıncılık: Geçişkenlik Ekseninde Bir İşlevler Dizisi. Erciyes İletişim Dergisi, 6(1), 641-662.
- Bengi, S. H. (2019). Ülkelerin Bağımsızlık Mücadeleleri ve Haber Ajansları İlişkisi–Anadolu Ajansı Örneği. Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi, 35(100), 449-478.
- Bostancıoğlu, H. (2023). Yumuşak Güç Kapsamında Teorik Bir Analiz: Spor Diplomasisi Örneği. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 10(4), 604-617.

- Böyük, M. (2019). Sosyal Medya Ortamlarının Diplomasi İletişiminde Kullanımı: WEİBO Sosyal Medya Platformu Örneği. *Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 37-47.
- Budak, E. (2020). Türk Diasporasına Yönelik Dijital Diplomasi: Yurtdışı Türkler Ve Akraba Topluluklar Başkanlığı Üzerine Bir İnceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(1), 535-558.
- Budak, M. M. (2022). Kamu Diplomasisi ve Dijital İletişim. *Erciyes İletişim Dergisi*, 9(1), 317-335.
- Büyükgöze, H. (2016). Bir Etki Aracı Olarak Türk Yükseköğretiminin “Yumuşak Güç” Bağlamında İncelenmesi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, (1), 41-49.
- Ceyhan, A.İ. (2016). Siyasal İletişimde Kamu Diplomasisi, Doktora Tezi.
- Çavuş, T. (2012). Dış Politikada Yumuşak Güç Kavramı ve Türkiye'nin Yumuşak Güç Kullanımı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 23-37.
- Çetin, O. M. (2022). Bir Kamu Diplomasisi Aktörü Olarak Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 8(2), 233-255.
- Daban, C. (2017). Uluslararası İlişkilerde Siyasal Aktörler, Bürokrasi ve Jeopolitik Bağlamında Diplomasi: Türkiye Cumhuriyeti Örneği. *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 2(2), 22-50.
- Demirkaya, Y. & Çelik, F. (2021). Kamu Destekli Sivil Örgütlenme Gücü: Yunus Emre Enstitüsü (YEE). *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(Özel Sayı), 137-156.
- Dilber, F. (2014). Kitle İletişim Araçları Ve Suç Olgusu. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014 (3), 60-66.
- Ekinci, D. (2011), “Accommodating Energy Security in the Balkans”, Hasret Çomak, Caner Sancaktar (der.), *Uluslararası Balkan Kongresi Bildiriler Kitabı*, Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Yayınları No:413, ss. 418-429.
- Ekinci, E. B. (2023). Osmanlı Hukuku: Adalet ve Mülk (Vol. 97). Arı Sanat Yayınevi.
- Ekşi, M. & Taş, F. D. (2020). Dijital Diplomasi Yeni Bir Tür Diplomasi Midir? *Uluslararası Kriz ve Siyaset Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 213-239.

- Ekşi, M. (2017). Türkiye'nin Türk Dünyasına Yönelik Kamu Diplomasisi: Yeni Araç Ve Mekanizmalar. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi/Journal of Turkish World Studies*.^
- Engin, N. & Tunca, M. Z. (2023). Basında Dijital Dönüşüm Süreci Açısından Basın İlan Kurumu'nun Rolüne İlişkin Nitel Bir Araştırma. *Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 54-74.
- Eren, E. (2017). Sivil Toplumun Dış Politika İnşasındaki Rolü: Türk Kamu Diplomasisi Örneği. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 36-49.
- Eren, E. (2019). Medya Diplomasisi Aktörü Olarak TRT ve Balkanlardaki Örnek Faaliyetleri. *TRT Akademi*, 4(7), 26-41.
- Eren, E. (2020). Cumhurbaşkanlığı Kararnameleri Işığında Türk Kamu Diplomasisinin Yeni Yapısı. *İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 111-132.
- Eren, S. (2023). Kamu Diplomasisi Bağlamında Türkiye'nin Türk Devletlerine Yardımları. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 23(1), 251-266.
- Erkek, S. (2016). Kamu Kurumlarında Sosyal Medya Kullanımı: Sağlık Bakanlığı Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 141-150.
- Ertekin, B. A. (2012). Uluslararası Sistemde Görsel-İşitsel Medyanın Kamu Diplomasisi Ve Kamuoyu Yaratmadaki Önemi: TRT'nin Türkçe Dışında Yayın Yapan Kanalları Üzerine Bir İnceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(42), 323-354.
- Eyigün, C. (2018). Kamu Diplomasisinde Düşünce Kuruluşlarının Rolü: SETA örneği. *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (3), 11-25.
- Fidan, H. (2013), A Work in Progress: The New Turkish Foreign Policy. *Middle East Policy*, 20: 91-96.
- Filiz, Ş. (2021). Kamu Diplomasisi Bağlamında S-400 Kaydının Uluslararası Yayın Kuruluşları Üzerinden İncelenmesi: VOA, RT VE TRT World Örnekleri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8 (2), 777-793.
- Gautam, P. Singh, B. Singh, S. Bika, S. L. & Tiwari, R. P. (2023). Education As a Soft Power Resource: A Systematic Review. *Heliyon*.

- Gilboa, E. (2008). "Searching for a Theory of Public Diplomacy". The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science. 616.
- Göksu, O. (2019). Türkiye'nin Ülke Markasının İnşası Sürecinde Kamu Diplomasisi Ekseninde Sporun Rolü. Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(2), 403-433.
- Göksu, O. (2023). 21. Yüzyılda Türkiye'nin Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Gücü: Yapısı, Araçları ve Mesajları. Erciyes İletişim Dergisi, 10(2), 845-870.
- Gülal, A. G. G. & Durakçay, F. A. (2023). Türkiye Cumhuriyeti'nin Yüzüncü Yılında Kamu Diplomasisi ve İletişim Stratejisi. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 22 (Cumhuriyet'in 100. Yılı Özel Sayısı), 519-544.
- Güler, R. (2018). Stratejik İletişim Güven Odaklı Algı Yönetimi Paradigmaları. 1. Baskı. Ankara: Karakum Yayınevi.
- Gümüş, S. (2023). Sosyal Medyanın Kamusal Alan Temsiliyeti Üzerine Bir Tartışma. 4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi, (22), 21-48.
- Günce, S. (2020). Osmanlı Devleti'nde İlk Daimi Elçilikler ve Diplomasie Olan Etkileri. Osmanlı Medeniyeti Araştırmaları Dergisi, 6(10), 101-114.
- Gürel, N. (2018). Dış Politika Analizi Ve Uluslararası İlişkiler Disiplininin Sorunlarına Katkıları Üzerine Bir İnceleme. Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi, 4(3), 1-17.
- Hatipoğlu, O. G. (2013). Kızılay Derneği'nin Kamusalılığı: Bir Çözümleme Denemesi. Yönetim Bilimleri Dergisi, 11(22), 167-189.
- Işıdan, A. (2022). Uluslararası Öğrencilerin Burslandırılmasında Kamu Kurumlarının Rolü (Yurt Dışı Türkler Ve Akraba Toplulukları Başkanlığı Örneği). Akdeniz Havzası ve Afrika Medeniyetleri Dergisi, 4(1), 1-8.
- İletişim Başkanlığı, (2023). Türkiye İletişim Modeli Hakikatin Peşinde 5 Yıl. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları, 1-310.
- Jia, R. & Li, W. (2020). Public Diplomacy Networks: China's Public Diplomacy Communication Practices in Twitter During Two Sessions. Public Relations Review, 46(1), 101818.
- Kalın, İ. (2012). Türk Dış Politikası Ve Kamu Diplomasisi. Kamu Diplomasisi, 44-56.

- Karaağaç, Y. (2019). Diplomasi Olgusu Çerçevesinde Propaganda ve Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinin Etkileşimi ve Farklılıkları. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4(2), 690-705.
- Karadağ, H. (2016). Uluslararası İlişkilerde Yeni Bir Boyut Kamu Diplomasisi. Ankara: Nobel.
- Karadeniz, Y. (2022). Türkiye'nin Kamu Diplomasisinde TRT World'ün Rolü. Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi, 4(9), 560-578.
- Karagül, S. (2013). Türkiye'nin Balkanlardaki “Yumuşak Güç” Perspektifi: Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi.
- Karlı, İ. & Özel, M. (2020). Türkiye'nin Uluslararası İmajında Yurttaş Diplomasisinin Rolü: Erasmus+ Değişim Programı Özelinde Polonya Örneği. Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 5(9), 1-17.
- Kavoğlu, S. (2013). Yapılandırmacı Perspektiften Kamu Diplomasisi ve Türkiye: ABD Yazılı Basınından Yansımalar/Public Diplomacy And Turkey From Constructivist Perspective: Reflections From Usa Print Media. Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences, (45), 115.
- Kavoğlu, S. (2022). Kamu Diplomasisi Perspektifinden Uluslararası Yayıncılık: TRT Balkan Üzerine Bir İnceleme. Intermedia International E-journal, 9(17), 306-323.
- Kaya, M. (2019). Eğitim Diplomasisi: Kavramsal Bir Çerçeve. Türkiye Eğitim Dergisi, 4 (1), 1-12.
- Kaya, S. & Mammadzade, A. (2019). Çin'in Orta ve Doğu Avrupa Ülkeleriyle İlişkilerinin Akıllı Güç Kavramı Bağlamında Analizi. Doğu Asya Araştırmaları Dergisi, 2(1), 37-55.
- Kayıhan, İ. Ç. E. L. (1975). Türkiye'de Radyo-Televizyon Rejimi. Journal of Istanbul University Law Faculty, 41(3-4), 121-144.
- Kılıçaslan, E. (2019). Küreselleşme Sürecinde Devletlerarası İlişkiler Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi. İstanbul: Paradigma Akademi.
- Kılıçaslan, E. (2020). Siyasal İletişim Bağlamında “Arap Baharı” Sürecinden Bugüne Suriye Krizi Ve Nato'nun “Akdeniz Diyalogu” Stratejisi. Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi, 4(9), 23-39.

- Kıvılcım, F. (2013). Küreselleşme Olgusu Ve Çokuluslu Şirketlerin Küreselleşme Süreci Üzerindeki Rolü. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 5(2), 1-16.
- Kızılca, G. K. & Kızılca, F. K. (2022). Basın İlan Kurumu ve 2017-2021 Arasında Basına Verilen İlan Durdurma Cezaları. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (36), 6-33.
- Kıçır, İ. (2023). Kamu Diplomasisinde Reklamın Kullanımı: Go Türkiye Örneği. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 12(33), 251-265.
- Killian, E. (2012). Paradigma dan Problematika Diplomasi Ekonomi Indonesia *Jurnal Global & Strategis* 6(2):171-186.
- Kocabıyık, H. (2019). Değişen Diplomasi Anlayışı, Kamu Diplomasisi Ve Türkiye. *Avrasya Etüdleri*, 55(1), 163-196.
- Koçak, A. & Arun, Ö. (2006). İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik dergisi*, 4 (3), 21-28.
- Koçer, D. N. (2019). Türkiye’de “Kamu Diplomasisi” nin Kurumsallaşması: Matbuat İdaresi’nden İletişim Başkanlığı’na. *Konya Sanat*, (2), 87-102.
- Koçyiğit, A. (2022). Kamusal İletişim Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı: İletişim Başkanlığı Twitter Hesabı Üzerine Bir İnceleme. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (8), 56-77.
- Kodaman, T. & Hacıbektaşoğlu, A. (2022). Uluslararası İlişkilerde Güç Olgusu: Sert ve Yumuşak Güç. *Hakkâri Review*, 6(2), 95-122.
- Koyuncu, S. & Medin, B. (2017). Resmî aktörler bağlamında dijital kamu diplomasisi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(4), 1233-1244.
- Koyuncu, S. (2018). Temel Dinamikleri Bakımından Kamu Diplomasisi Yaklaşımları: Türkiye ve ABD. *Harsiyât-İlmî, Harsî ve İçtimaî Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 12-30.
- Köksoy, E. (2014). Kamu Diplomasisi Ve Halkla İlişkiler İlişkisi: Kuramsal Bir Değerlendirme. *Marmara İletişim Dergisi*, (22), 211-231.
- Kömür, G. (2020). Yumuşak Güç Unsuru Olarak Kamu Diplomasisi. *International Journal of Politics and Security*, 2(3), 89-115.

- Kösedağ, M. S. (2018). Yazılı Basında Öz Denetim Sorunu Ve Basın İlan Kurumu'nun Denetim İşlevinin Basın Özgürlüğü Açısından Değerlendirilmesi. *Electronic Turkish Studies*, 13(10).
- Manisalı, E. (2014). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. 4. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları
- Medin, B. & Koyuncu, S. (2017). Bir Yumuşak Güç Aracı Olarak Sinema: Hollywood Örneği. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(3), 836-844.
- Mortaş, H. & Başarır, M. (2023). Türk İnsani Yardım Kuruluşlarının Yurt Dışında Yürüttüğü Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Türk Kamu Diplomasisine Yansıması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 26(2), 283-302.
- Nye Jr, J. S. (2023). *Yumuşak Güç: Dünya Siyasetinde Başarının Araçları*. Serbest Kitaplar.
- Nye, J. S. (2017). *Yumuşak Güç* (Çev. Rayhan İnan Aydın). Ankara: Elips Kitap.
- Oktay, E. & Yıldırım, S. (2021). Türkiye’de Covid-19 Sürecinde Sağlık Politikalarının Oluşturulmasında Sağlık Diplomasisinin Rolü. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 23(41), 591-606.
- Oktay, E. G. (2012). NATO’nun Dönüşümü ve Kamu Diplomasisinin Artan Rolü. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 9(34), 125-149.
- Ökten, S. (2019). Kamu Değeri Yapımı Çerçevesinde Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8(4), 2394-2423.
- Örf Menlikli, Z. (2006). Bir Kamu Hizmeti Yayın Kurumu Olarak TRT’deki Değişim Çalışmalarının Yeni Yönetim Modelleri Açısından İncelenmesi (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Özbey, Ö. Doğan, D. & Çolakoğlu, T. (2021). Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Spor Diplomasisi. *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 105-115
- Özcan, A. B. & Damar, M. (2023). Küreselleşme, STK Diplomasisi ve Türkiye: Eğitim-Bir-Sen Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, (21), 1-12.

- Özçağlayan, M. (2008). Gazetelerin Gelişimi Ve Gazeteciliğin Geleceği (Yeni Teknolojiler Ve Medya Ekonomisi Açısından Genel Bir Değerlendirme). *Marmara İletişim Dergisi*, 13(13), 131-159.
- Özdemir, Ö. C. & Taşcıoğlu, R. (2022). Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Kullanımı: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Üzerine Bir İnceleme. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(53), 65-81.
- Özdemir, Ö. C. & Taşcıoğlu, R. (2022). Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Kullanımı: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Üzerine Bir İnceleme. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(53), 65-81.
- Özdemir, S. Başel, H. & Şenocak, H. (2009). Sivil Toplum Kuruluşları (STK)'nın Artan Önemi ve Üsküdar'da Faaliyet Gösteren Bazı STK'lar Üzerine Bir Araştırma. In *Journal of Social Policy Conferences* (No. 56). Istanbul University.
- Özel, M. (2021). Eğitim Diplomasisi Bağlamında Uluslararası Değişim Programları: Erasmus+ Programı Örneği. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 11(3), 943-966.
- Özgöker, U. (2020). Türkiye'nin Mevcut Uluslararası Sorunları Karşısında Uyguladığı " Kamu Diplomasisi" si Faaliyetleri. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 8(18), 82-96.
- Özkan, A. (2013). 21. Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi İmkânları, Stratejik Rapor No: 70.
- Özkan, A. (2015). Strategic Practices Of Public Diplomacy Policies In Educational Field And Turkey's Potential For Cultural Diplomacy. *Erciyes İletişim Dergisi*, 4(1). 1-12.
- Özkan, F. (2022). Osmanlı Yumuşak Gücü Ve Uluslararası Sistemdeki Yeri. *Trends in Business and Economics*, 36(3), 224-234.
- Özkır, Y. (2018). Türkiye'nin Küresel Sesi: Anadolu Ajansı. Erişim adresi: <https://www.aa.com.tr/tr/analiz-haber/turkiyenin-kuresel-sesi-anadolu-ajansi/1112593>.
- Öztürk, T. E. (2009). Dış Politikadaki Etkin Unsur: Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Etkinliği. *Kamu Diplomasisi Enstitüsü*.

- Paçaoğlu, E. H. (2020). Balkanlar’da Türkiye ve Avrupa Birliği’nin yumuşak gücü. *Anadolu ve Balkan Araştırmaları Dergisi*, 3(6), 35-69.
- Parim, A. & Çetin, C. (2021). Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak TRT Avaz Ve Milliyetçilik. *İletişim ve Diplomasi*, (5), 25-55.
- Parlakpınar, A. G. M. (2014). Yunus Emre Enstitüsü’nün Türkoloji Alanındaki Faaliyetleri. *Proceedings Book*, 274.
- Polat, D. Ş. (2020). Türk İşbirliği Ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)’nın Uluslararası Güvenliğe Katkıları. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(35), 245-281.
- Poyraz, E. & Dinçer, M. (2016). Küreselleşen Dünyada Türkiye’nin Kamu Diplomasisi Faaliyetleri. *Intermedia International e-Journal*, 3(4), 30-48.
- Radha, R. (2021). Sağlık Diplomasisinin Dış Politika Ve Küresel Halk Sağlığı Bağlamında Değerlendirilmesi. *Journal of Academic Value Studies*, 7(2), 127-137.
- Sak, E. (2014). Kamu Diplomasisi ve Çin. *Barış Araştırmaları ve Çatışma Çözümü Dergisi*, 9-25.
- Sanberk, Ö. & Altınay, H. (2008). Kamu diplomasisi ve yumuşak güç. *Sabah Gazetesi*, 8.
- Sancak, İ. (2018). Türkiye’nin Orta Asya Türk Cumhuriyetlerine Yönelik Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinde Turizmin Rolü. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(18), 333-347.
- Sancak, K. (2018). Türkiye-Azerbaycan İlişkilerinde Kamu Diplomasisinin Önemi Ve Türkiye'nin Azerbaycan'da Resmi Kurumlarla Yürüttüğü Kamu Diplomasisi Faaliyetleri. *Gümüşhane University Electronic Journal of the Institute of Social Science/Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 8(22).
- Sancak, K. (2019). Uluslararası Terörle Mücadelede Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Bağlamında Medyanın Önemi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(1), 359-372.
- Sayan, Y. E. (2021). Diyanet İşleri Başkanlığı’nın Sosyal Medya Kullanımı: Başkanlık ve Birimleri Üzerine Bir Araştırma. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 317-340.

- Servaes, J. (2012). Soft Power And Public Diplomacy: The New Frontier For Public Relations And International Communication Between The Us And China. *Public Relations Review*, 38(5), 643-651.
- Şahin, Ç. & Selvi, Y. E. (2022). Türkiye'nin Azerbaycan'a Yönelik Kamu Diplomasisi Ve Etkileri. *Avrasya Etüdleri*, (61), 245-280.
- Şahin, M. (2014). Siyasal İletişimde Anadolu Ajansı'nın Rolü. *İletişim ve Diplomasi*, (4), 107-127.
- Şahin, Y. (2020). Uluslararası İlişkilerde Güce Farklı Yaklaşımlar Ve Türkiye'nin Gücü. *Uluslararası İlişkiler ve Diplomasi*, 3(2), 1-22.
- Şehitoğlu, R. & Eren, E. (2022). Konferans Diplomasisi Perspektifinde Antalya Diplomasi Forumu'nun Uluslararası İlişkilerdeki Rolü. *İletişim ve Diplomasi*, (7), 185-204.
- Şahin, L. & Öztürk, M. (2011, January). Küreselleşme Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşları Ve Türkiye'deki Durumu. In *Journal of Social Policy Conferences* (No. 54, pp. 3-29). Istanbul University.
- Talas, M. (2011). Sivil Toplum Kuruluşları ve Türkiye Perspektifi. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, (29), 387-401.
- Temizel, H. (2008). Kamuoyu Kuramları Ve Kamuoyu Oluşumunda Kitle İletişim Araçları. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8(15), 126-146.
- Tepeciklioğlu, EE, Tepeciklioğlu, AO ve Ünal, BA (2018). Türkiye'nin Sahra-Altı Afrika'da Yürüttüğü Kamu Diplomasisi Faaliyetlerini Sürdürüyor. *Ege Akademik İnceleme*, 18 (4), 605-618.
- Tuna, A. Kamu Diplomasisinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 1-12.
- Türk, H. (1977). Kent Toplumunda Örgütlerarası Ağlar: İlk Perspektifler ve Karşılaştırmalı Araştırma. *Sosyal Ağlarda* (s. 141-159). Akademik Basın.
- Uysal, N. & Schroeder, J. (2019). Turkey's Twitter Public Diplomacy: Towards A "New" Cult Of Personality. *Public Relations Review*, 45(5), 101837.

- Uzun, C. D. (2023). 2022'den 2023'e Türkiye'nin Anayasa Ve Yasama Gündemi. *Kriter Dergisi*, <https://kriterdergi.com/>.
- Ünal Erzen, M. (2014). *Kamu Diplomasisi*. İstanbul: Derin Yayınlar
- Ünalnış, A. N. (2019). Yumuşak Gücün Tesis Edilmesinde Kültürel Diplomasinin Önemi Ve Bir Uygulayıcı Olarak Yunus Emre Enstitüsü. *Bilig*, (91), 137-159.
- Vural, B. A. & Maden, D. (2011). Dijital Platformun Kurumsal İletişim Üzerindeki Etkileri. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (6), 189-206.
- Yağmurlu, A. (2011). Siyasal Katılım ve Halkla İlişkiler: Ankara Merkez İlçe Belediyeleri İnternet Siteleri Üzerine Bir İnceleme. *Türk İdare Dergisi*, 471, 472, 185-204.
- Yağmurlu, A. (2019). Dijital Diplomasi: Kamu Diplomasisi Çerçevesinden Avrupa Birliği Üye Ülkeleri Ve Türkiye Dışişleri Bakanlıkları İnternet Uygulamaları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 1267-1295.
- Yağmurlu, A. (2019). Kamu Diplomasisi Bakışından Spor Diplomasisi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(4), 1367-1380.
- Yağmurlu, A. (2019). Kültürel Diplomasi: Kuram ve Pratikteki Çerçevesi. *Selçuk İletişim*, 12(2), 1210-1238.
- Yağmurlu, A. (2020). Dünya Mirası Ve Kamu Diplomasisi: Göbekli Tepe Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (49), 46-64.
- Yaman, M. & Çakır, E. (2018). Dijitalleşen Dünyada Akıllı Afet Ve Acil Durum Uygulamaları. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 1124-1138.
- Yanardağoglu, E. (2014). Uluslararası İletişim ve Kamu Diplomasisi: BBC Dünya Servisi Haber Merkezi örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2014(38), 115-131.
- Yapıcı, U. (2015). Yumuşak Güç Ölçülebilir Mi? *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 12(47), 5-25.
- Yatağan, A. G. (2018). Sert Güç Unsurlarının Yumuşak Güç Aracı Olarak Etkileri. *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, 28(2), 69-94.

- Yıldırım, K. E. & Yıldırım, A. (2017). Türkiye'nin Yumuşak Güç Sembollerinden Türk İşbirliği Koordinasyon Ajansı Ve Yurtdışı Türkler Ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'na Genel Bakış. Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi, 33(33), 203-219.
- Yıldız E, Duruel MC. Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD) Stratejik Planlarının Değerlendirilmesi. Acil Yardım ve Afet Bilimi Dergisi. Mart 2022;2(1):19-24
- Yılmaz, A. N. & Kılıçoğlu, G. (2017). Balkanlar'da YTB ve TİKA'nın Türk Kamu Diplomasisi Kurumları Olarak Faaliyetleri Ve Türkiye'nin Bölgedeki Yumuşak Gücüne Etkileri. Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2(2), 115-131.
- Yılmaz, A. N. & Kılıçoğlu, G. (2017). Türkiye'nin Afrika'daki Yumuşak Gücü ve Kıtadaki Artan Etkisinin Analizi. İçinde İsmail Ermağan (edt.) Dünya Siyasetinde Afrika, 4.
- Yılmaz, M. & Pacoları, E. (2019). Kamu Diplomasisi Ve Halkla İlişkiler Açısından Yunus Emre Enstitüsü'nün Kosova'daki Faaliyetlerinin Analizi. Social Sciences, 14(4), 1905-1929.
- Yılmazata, M. Eğitim Diplomasisinin Siyasi, Tarihi ve Bilimsel Etkileri. Yurt Dışında Türkoloji ve Türkçe Öğretimi, 139.
- Yurdakul, H. (2016). Medya ve Siyaset Perspektifinden Kamuoyu. Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 1(2), 81-90.
- Yücel, G. (2016). Dijital Diplomasi. TRT Akademi, 1(2), 748-760.

Elektronik Kaynaklar

- AA. (2023). Kuruluşundan Bugüne Anadolu Ajansı. [http://www.aa.com.tr/tr/kurumsal/61996---](http://www.aa.com.tr/tr/kurumsal/61996---tarihce) tarihçe. Erişim tarihi: (12.12.2023).
- AA. (2021). <https://www.aa.com.tr/tr/aa-yayinlari/yillik-2021/2560775>. Erişim Tarihi: (13.12.2023).
- CİB. https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/Kamu_Diplomasisi_Nedir.pdf. Erişim Tarihi: (22.12.2023).
- CİB. <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/iletisim-baskani-altun-4-kamu-diplomasisi-koordinasyon-kurulu-toplantısında-konustu>. Erişim tarihi: (11.12.2023).

- CİB. iletisim.gov.tr, (2021). <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/ulusal-kamu-diplomasisi-strateji-belgesi-ve-eylem-plani-hazirlandi> Erişim tarihi: (11.12.2023).
- İletişim Başkanlığı, (2022). https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/Kamu_Diplomasisi_Nedir.pdf. Erişim tarihi:(12.12.2023).
- İletişim Başkanlığı, (2023). <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/teskilat-semasi>. Erişim tarihi: (12.12.2023).
- Kızılay. <https://www.kizilay.org.tr/neler-yapiyoruz>. Erişim tarihi: (20.12.2023).
- MFA. <https://www.mfa.gov.tr/ataturk-doneminde-turk-dis-politikasi.tr.mfa>. Erişim tarihi: (20.12.2023).
- MFA. <https://www.mfa.gov.tr/ataturk-doneminde-turk-dis-politikasi.tr.mfa>. Erişim Tarihi: (03.01.2024).
- Resmi Gazete, (2018). İletişim Başkanlığı Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/19.5.14.pdf>. Erişim tarihi: (02.01.2024).
- T.C. Dışişleri Bakanlığı, (2022). Bütçe Sunum Kitapçığı, https://www.icisleri.gov.tr/kurumlar/icisleri.gov.tr/IcSite/strateji/Butce/2022_butce_final_SON.pdf Erişim Tarihi: (10.12.2023).
- TİKA Faaliyet Raporu. (2023). https://tika.gov.tr/wp-content/uploads/2024/02/2023-Yili-Performans-Raporu_web.pdf. Erişim Tarihi: (13.12.2023).
- TİKA. https://tika.gov.tr/detail-turk_dunyasinin_isbirligi_kalkinma_alaninda_da_gucleniyor/. Erişim tarihi: (21.12.2023).
- TRT Faaliyet Raporu, (2022). <https://www.trt.net.tr/pdfs/event-reports/2022.pdf>. Erişim Tarihi: (12.12.2023).
- Türk Kızılayı, (2022). <https://www.kizilay.org.tr/kurumsal/tarihcemiz>. Erişim Tarihi: (12.12.2023).