

Atıf Şekli: Aykut, İsmail Sarp. (2015, Eylül 11). “Geleneksel İlişkilere Halk Aşısı: Kamu Diplomasisi”, *Sosyal Bilimler*. sosyalbilimler.org/geleneksel-iliskilere-halk-asisi-kamu-diplomasisi

Geleneksel İlişkilere Halk Aşısı: Kamu Diplomasisi

İsmail Sarp Aykut

Kamu diplomasisi; günümüzdeki önemi tedricen artan ve diğer kavramlar ile de aynı zeminde kesişmeyi sıklıkla başaran bir kavramdır. Güncel politik yönelimler penceresinden değerlendirildiğinde uluslar arası ilişkiler ve siyaset disiplininin bir alt fonksiyonu olarak görülen kamu diplomasisi; küreselleşme ve diğer birçok parametrenin etkisi ile diğer disiplinlere de yaklaşmış, alışveriş içerisine girmiştir. Bu bağlamda kamu diplomasisi nosyonu; disiplinlerin ortak havuzu hâline gelmiş, yöntemsel bir araç olarak somutlanmıştır. Devletlerin, hükümetlerin geleneksel metotlar kullanarak, salt birbirleri arasındaki ilişkileri değil, etkileşim kurdukları ülkelerin halklarını da yönlendirme kaygısı gütmeye başlaması, kamu diplomasinin gelişimini tetikleyici etkiye bulunmuştur.

Kamu diplomasisi kavramı; gelişiminin yakın dönemde gerçekleşmiş olması ve bunun sürdürülmesi sebebi ile; canlı bir varlık olarak yaşamaya devam ederken, yeni enformasyon kaynaklarına da yoğun bir şekilde ihtiyaç duymaktadır. Çok çabuk şekillerde ve yer yer eşitsiz bir biçimde değişen koşullar veri alınır ise; kamu diplomasisi alanı bir hükümet, devlet ve kamuoyu için vazgeçilmez derecede ve en az geleneksel yöntemler kadar kritik hâle evrilmiştir.

Bu çalışmada arzulanan ise; kamu diplomasisi kavramına tanımsal ve tarihsel bir bakış açısı geliştirmek, diğer disiplinler ile olan güncel yönelimlerine değinmektir. Çalışma; kamu diplomasisinin özellikle halkla ilişkiler bilimi ile birlikte kullanılır ve anılır olduğu eksene katkı yapmayı özendiren bir tarz ile yapıp, kavram üzerine yeni tartışmalar örgütlemeyi kendisine hedef olarak seçmiştir.

Kamu, Diplomasi ve Dış Politika Kavramlarına Dair

Kamu diplomasisi tanımına geçmeden önce bu bütünlüğü oluşturan parçalara eğilmek gerekiyor. Kamu ve diplomasi olguları; kamu diplomasisi yaklaşımının temelini oluşturan en önemli iki dinamik olmanın yanı sıra; kavramın varlığının ön koşullarını da oluşturan iki temel etken. Kamu olgusu; sözlük anlamı olarak, hizmet verme işini yürüten tüm devlet organlarına verilen genel ismi ya da bir ülke içerisinde yaşayan ve tüm halklar tarafından

oluşturulan bir toplamı işaret ediyor. Bu anlamda kamunun devlet ve halk kavramlarını çağrıştırdığını pekâlâ ifade edebiliriz. Bir diğer önemli olgunun ise diplomasi olduğunun altını çizmemiz gerekiyor. Diplomasi; bir uluslararası ilişkiler kavramı olarak öne çıkan ve hükümetler arası ilişkileri kurgulayan, düzenleyen ve ilişkisel hale getiren bir dış politika aracı olarak kabul ediliyor. Bu anlamdaki bir tanım ise geleneksel bağlamda bir diplomasi tanımı olmaktan öteye geçmiyor.

Günümüzdeki gelişmeler; küreselleşme, teknolojik ve endüstriyel gelişmeler ya da bilgisayar ve iletişim ilerlemeler (sosyal medya, dijital ortamlar vb.) minvalinde dikkate alındığında, yerkünün herhangi bir mecrasında meydana gelen bir olayın diğer coğrafyalardaki etkisinin ne ölçüde yoğun olacağını ve ivedilikle yayılacağını öngörmek zor değil. Bu durum hükümetler arası yürütülen geleneksel diplomasi kavramının değişik anlamlar yüklenmesini de bir ölçüde zorunlu kılıyor. Kamu diplomasisi kavramının; ortaya çıkış koşullarının böyle bir nesnellikte olgunlaştığını söylemek mümkün görünüyor.

Diplomasi kavramı; bahsettiğimiz üzere uzun zamandır klasik-geleneksel bir formda yorumlanagelen bir tanıma sahip olduğundan, sıklıkla dış politika kavramı ile karşılaştırılır ve karıştırılır. Buna da açıklık getirmek gerekmektedir. Eğer ki; dış politika ile diplomasi tanımları birbirinden “ayrılan” kavramlar ise aralarında bir aç olduğunu dillendirmemiz de bir o kadar mümkün duruma gelir. Arı’nın (2011) ifadesine göre; dış politika kavramı, uluslararası siyasal sorunlara bir devletin veya genel olarak devletlerin amaçları, hedefleri ve davranışları açısından bakar ve bir devletin uluslar arası sisteme veya devletlere karşı olan tutumunu ve yaklaşımını inceler, değerlendirir. Geleneksel bağlamda diplomasi terimi ise bu formdan daha farklı bir anlayışı ifade eder. Diplomasi; devlet ya da hükümetler arasında vuku bulan ve müzakereler ve karşılıklı anlaşmalar, akitler bütünüdür. Kürkçüoğlu (1980: 312); diplomasinin ayrımını şu şekilde yapar: “Dış ilişkilerin, dış politikanın yürütülme biçimine ilişkin kural ve kaidelerin tümüdür”. Birgi (1983)’ye göre ise diplomasi, bir unsurlar toplamıdır.

Diplomasi kavramı devletlerarası ilişkilerden doğmuştur, bir devletin kendi menfaatlerinin ve prestijinin korunması için;

- Öteki devletler ve milletlerarası kurullar nezdinde kendisini temsil ettirmesi,
- Onlarla antlaşmalar imzalaması ya da anlaşmazlıkları halletmesi gerekmektedir. Bütün bu unsurlar diplomasinin ana hatlarını oluşturmaktadır (Birgi, 1983: 37).

Yeniden bir değerlendirme yapılırsa; şu sonuçlara ulaşacağımız belirgindir. Diplomasi; dış politika anlayışından beslenen fakat, gerek iletişim ya da ilişki kurma eğilimi ve bunun taraflarını oluşturma açısından, gerekse de içerik ve üslup açısından dış politikadan “ayrılan” bir özellik gösterir. Dış politika; politik bir çizgiyi temsil eden ve bunu diğer devlet ve hükümetlere karşı temsil eden makro bir olguyu işaret ederken; diplomasi kavramı ise ikna, müzakere ve münazara proseslerini içeren ve ülkenin makro dış politika çizgisini uygulamaya dönük olarak geliştirilmiş bir aygıttır diyebiliriz.

Diplomasi ve dış politika kavramları bir bütünü tamamlayan ve oluşturan iki temel bileşendir. Bu iki bileşen; birlikte olduğu oranda anlamlı ve homojendir. Bunu veri alarak; geleneksel diplomasi olgusu ile dış siyasetin birbirine geçişkenliği mümkün kılan öznelere olduğunu dillendirebiliriz. Kuşkusuz ki bu geçişkenlik; bir strateji-taktik diyalektiği şeklinde okunabilir. Strateji; amaca ulaşmak gayesi ile takip edilen yol, güzergâh anlamındadır. Buna istinaden stratejinin dış politika olgusuna daha uygun olduğunu söyleyebiliriz. Taktik ise; stratejiye ulaşmak için geliştirilen metot ve diğer lojistik ekipmanları içerdiğinden (ikna, müzakere ve kuvvet algısı) diplomasi'nin taktik olarak değerlendirilebilir olduğunun da altını çizmek gerekir. Kısacası; bu iki nosyon arasındaki “ayrım” da “harmoni” de belirgindir. Bu belirginlik hem ayrılan noktaları hem de birlikteliğin sınırlarını barındırır.

Kamu Diplomasisi: Tarihsel Bir Çerçeve Çizmek

İngilizce’de *public diplomacy* adı ile yer alan kamu diplomasisi kavramı; ilk kez 1965 yılında Birleşik Devletler’in Massachusetts eyaletindeki Tufts Üniversitesi’nde gündem olmuştur. Kavramı gündeme getiren ilk isim ise Fletcher Hukuk ve Diplomasi Okulu Dekanı Edmund Gullion’dur.

Bazı akademisyen ve araştırmacıların “yumuşak güç” adını vererek tanımladığı ve gelişimini Soğuk Savaş döneminde de sürdüren kamu diplomasisi kavramı; ülkelerin şimdiki koşullarının sürdürülmesi ve çıkarlarının korunması/sürdürülmesi hedefini gözetten bir fenomen hâline gelmiştir. İlk örnekleri Birinci Dünya Savaşı yıllarına uzanan kavramın 1939-45 yıllarına tekabül eden konjonktürdeki değişimi ve palazlanması yine bir savaşın gölgesi altındadır. İkinci Dünya Savaşı esnasında; savaşın yıkıcılığının halklar arasına da iştirak etmesi ve akabinde milyonlarca sivil kaybın yaşanması, ulusların savaş sonrası güvenliğini antlaşmalar zemininde sağlama alma ve bunu düzenleme konusunda iştahlı hale gelmelerine neden olmuştur. Buna istinaden; uluslar arası güvenlik algısının sağlanması ve ülke çıkarlarının korunması için ihtiyaç duyulan unsurun ortaya çıkmasının koşulları da perçinlenmiş oldu. İşte; kamu diplomasisi bu arayışın bir sonucu, bir çıktısıdır.

Kamu diplomasisi kavramı; günümüz koşullarının gelişen ve hızla değişen yapısı içerisinde klasik/geleneksel diplomasi olgusunun ötesine geçmiş; devletlerin, hükümetlerin makro politikalarında yeni araçlar edinmesinin gerekliliğini göstermiştir. Kitle iletişim araçları, teknolojik altyapı, enformasyon üretim ve iletim hızı, kültürel aktarımların yoğunluğu, anamalcı düzenin gelişimi ile koşut olarak; profili ve niteliği değişen endüstriyel ve ticari faaliyetler vb. veri olarak alındığında; kamu diplomasisi kavramının önemli bir gediği doldurduğu ortaya çıkacaktır. Çünkü; kamu diplomasisi, devletlerin klasik diplomasi paradigmasından farklı olarak; devletlerin ve hükümetlerin diğer ülkelerdeki kamuoyunu etkilemek amacı ile yaptığı tüm etkinlikleri için kullandığı bir araçtır. Bu araç devletler tarafından kullanılırken de takdir edileceği üzere çeşitli alt

aygıtları ve metotları denemekte, buna yönelik çalışmalar yapmaktadır. Kanımca bu aygıtlar; iletişim nesne ve tekniklerinden, kurum, kuruluş ve kimi yöntem ve disiplinlere kadar geniş bir spektrum içerisinde değerlendirilmelidir.

Kamu diplomasisi; devletlerin kamuoyuna müdahale edebilmek, halk ile temas kurabilmek ve bunun sonucunda geri bildirim alabilmek amacı ile uyguladığı yöntemsel ve modern bir diplomasi atağıdır. “Kamu diplomasisi; bir hükümetin başka bir ülkenin halkını ve aydınlarını, bu ülkenin politikalarını kendi avantajına döndürmek amacıyla etkilemeye çalışmasıdır” (Potter, 2002: 3). Buna göre; kamu diplomasisinin temel amacının, ilişki kurulan ülke ve ulusları ile bir bağ kurmak ve onları etkilemenin yollarını bulmak olduğunun altını çizmeliyiz. Szondi ise kamu diplomasisini; uluslar arası devletsel/hükümetisel iletişim ve yabancı kamular ile etkileşim/iletişim kurma olarak değerlendirir (Szondi, 2008: 13). Kamu diplomasisi kavramı kısaca; bir devletin tüm faaliyetlerinin, pratiklerinin ya da güncel siyasi açılımlarının ilişki kurulan ülke halklarına yani; kamuoyuna anlatılması ve bunun üzerinden çeşitli iletişim araçları ve metotları ile farkındalık yaratma etkinliklerinin örgütlenmesidir. “Kamu diplomasisi hükümetlerin, diğer ülkelerin hükümetlerinden ziyade onların halklarını etkilemek ve onlarla iletişime geçmek için kaynaklarını harekete geçirdiği bir araçtır” (Sancar, 2012: 169). “Kamu diplomasisinin ana amacı, köklü ilişkiler inşa etmektir. Başka ülkelerin gereksinimlerini, kültürlerini, insanlarını anlamak; bakış açılarını paylaşmak, yanlış algıları düzeltmek, ortak paydalar bulmak kamu diplomasisinin temel amacıdır. Kamu diplomasisi; bir ülkenin imajının ve tanınırlığının, bireysel etkileşim için uygun ortam yaratabilecek bir güç olduğu hipotezine dayalıdır” (Leonard *vd.*, 2002: 8-9).

Ülkemizde kamu diplomasisi faaliyetlerinin gelişim göstermesi ile birlikte buna yönelik yeni kurumsal merkezler de devreye sokulmuştur. Bunların başında gelen kurum; Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü’dür. Bu kuruluş; siyasal iletişim faaliyetleri, medya tanıtım çalışmaları ve panel, çalıştay gibi kamu diplomasisi etkinlikleri organize eden bir kuruluştur. Bu kuruluş vizyonunu şu şekilde aktarmaktadır. Gerek ülkenin güçlü mirasını ve çağdaş tecrübesini gerekse son yıllarda bölgesel ve küresel siyasette ülkenin artan etkisinden yola çıkarak, Türkiye’nin yeni hikayesini etkin bir şekilde anlatmayı, farklı kesimlerle diyaloga geçmeyi ve çok taraflı bir iletişim ekseninde faaliyet yürütmeyi amaçlamaktadır (Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, 2014). Görüldüğü üzere; kamu diplomasisi çalışması sürdüren oluşumlar, kendilerine ülkenin dış dünyadaki görünürlüğünü arttırmak gibi bir hedef seçmişlerdir. “Bu bağlamda Kamu Diplomasisi için, ‘başka ülkelerin halkları üzerinde, klasik diplomatik yöntemlerin yanında; olumlu algı yaratılması ve ülke çıkarları doğrultusunda yönetilmesi amacı ile girişilen, uzun dönemli fayda sağlayan ve farklı yollardan marka/imaj yönetimi, algı yönetimi, halkla ilişkiler, uluslar arası ilişkileri diplomasi gibi alanlarda ilerleyen birçok çalışmanın, bir bütün hâlinde istenilen sonucu vermesini sağlayan bir süreçtir’ tanımı yapılabilir” (Erzen, 2014: 60).

Kamu diplomasisi çalışması yürüten merkezler; yürüttükleri çalışmalar uyarınca bulundukları ülkenin tanıtımında önemli roller üstlenirler. Çok geniş bir yelpaze boyunca yapılan tüm bu çalışmalar; bilim ve teknolojiye spora, spordan da kültür/sanat, eğitim ve akademiye kadar birçok alanı dış ülkeye ve onun halkına gösterme, onları bilgilendirme ve onlar ile verili ülke arasında harmoni oluşturma kaygısı taşır. Bu; özetle bir potansiyel oluşturma ve oluşan bu potansiyeli başka ülkelerin tüm kanallarında pazarlama çabasıdır. Bu çaba akıllara şu soruyu da getirmektedir. Kamu diplomasisi faaliyeti yürüten kurullar; bu uygulama alanları hakkında nasıl bir çalışma örgütlerler? Yukarıda bahsettiğimiz potansiyeller, nasıl bir çeşitlilik gösterir?

Kamu diplomasisi yukarıda da bahsettiğimiz gibi; bir çok pratik örnek ile iç içe geçmiş ve bunları kendisine uygulama alanı olarak tarif etmiştir. Bunlar; eğitim-akademik ilişkiler, kültür-sanat, sportif ilişkiler, sosyal medya ve internet gibi çeşitli mecralara ulaşan geniş bir alanı kapsamaktadır. “Ülkelerin, uluslar arası alanda başka ülkelerin halklarını etkileme konusunda kullandığı uygulama alanları; eğitim, kültür, teknoloji ve internet olarak sıralanmakta ve her biri kendi alanında ülke itibarı açısından önemli kazançlar sağlamaktadırlar” (Erzen, 2014: 129). Bu perspektif ile kamu diplomasisi için şöyle de denilebilir. Kavram; bu uygulama alanları ile ülke tanıtımına hizmet ederken; aynı zamanda da kullandığı araçlar ile de amaca ulaşmaya çalışır. Buradaki amaç hiç kuşkusuz ki ülkenin dış dünyadaki temsiliyetini sağlama, kamuoyunu etkileme, yönlendirme ve sivililer ile olan diyalogun arttırılmasıdır. Bu uygulama alanları üzerinde bir çalışma örgütlemeye dönük hamleler yapan bir kamu diplomasisi programı; bunu çeşitli kanallar vasıtası ile yerine getirir, somutlaştırır. Bu da kamu diplomasisinin interdisipliner bir alan, bir eylem alanı olduğunu gösterir.

İnterdisipliner Bir Alan: Kamu Diplomasisi

Kamu Diplomasisi; canlı ve güncel bir kavram olarak gelişmeye, ilavelere ve yeni yaklaşımlara açık ve esnek bir kavramdır. Kamu diplomasisinin bu forma kavuşmuş bir bilim olarak öne çıkmasının çeşitli sebepleri olduğunu söyleyebiliriz. Kuşkusuz ki bunlardan en önemlisi kamu diplomasisinin yetkinleşmesine yardımcı olan diğer bilimler ve nosyonlardır.

Kamu diplomasisi; birçok bilim ile yakından ilişkili ve bunlar ile iç içeleşmiş, canlı bir organizmadır. “Kamu diplomasisi gerek kullandığı kaynak ve araçlar gerek uygulama yöntemleri sebebi ile birçok farklı disiplinle ilişkilendirilmektedir” (Erzen, 2014: 100). İçerisinde halkla ilişkiler ve tanıtım, pazarlama bilimi, tarih, siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler ve psikolojiye kadar bir çok disiplini ortaklaştıran, buluşturan öğeyi barındıran kamu diplomasisi; tüm bunların ortak bir potada eritildiği ya da daha doğru bir ifade ile bu “diğer” bilimlerin kendisine yedirildiği bir zemin içerisinde kodlanmıştır. Bu bağlamda şu pekâlâ söylenebilir. Bir ülkenin, dış dünyadaki temsiliyetini sağlarken, başka kamuoylarını

etkileme, yönlendirme ve dış ülkedeki siviller ile olan diyalogun arttırılması amacını taşıyan kavram; tüm bu disiplinlerden yararlanır ve karşılıklı bir alışveriş içerisine girer. Çünkü; Nye'nin de ifadesinde olduğu gibi, yumuşak güç; "Bir ülkenin dünya siyasetinde istediği sonuçlara, onun değerlerine hayran olan, onu örnek alan, refah seviyesine ve fırsatlarına özenen ülkelerin kendisini izlemesiyle ulaşmasıdır" (Nye, 2005: 14). Bu veriye göre; bunu sağlamak da bir noktada kamu diplomasisinin ilerletilmesine alan açan çeşitli araç ve yöntemlerin gelişkinliğine bağlı sayılabilir. Çünkü halklar arasındaki ve hükümet-halk diyalogunun artırılıp, ülkelerin istediği sonuçlara ulaşma fikrinin araç kullanmadan gerçekleşmesi mümkün değildir.

Kullandığı metotlar ve uygulanma biçimleri ile, hitap etme ve kapsama ya da ikna ve yönlendirme temalarını hareket ettirmek amacını taşıyan kavram; bir anlamda çağın gereklerine uymak durumundadır. İletişim bilimlerinin ve teknolojik yayılmanın alıp başını gittiği bu konjonktürde, sosyal bilimlerin alanlarının içiştirilmesi de bir o kadar vahimdir. Çünkü; bulunduğumuz aktüel nokta, disiplinlerin ayrı ayrı değil, bir aradalığını dayatmaktadır.

Kamu diplomasisi; bu disiplinlerden etkilenirken, bazı faydaları da gözetmek durumundadır. Faydalar; müdahale edilmeye gayret edilen farklı halkların yakınlaşması ve bu minvalde cereyan eden olumlu gelişmeler olarak özetlenebilir. Bu disiplin; çeşitli uygulama alanları vasıtası ile boşlukları doldurur. Bunlar; eğitim, spor, kültür-sanat ve yeni medyayı vb. kapsayan geniş bir yelpazeye yayılmış alanlardır. Kavram ayrıca, Cull'a göre; dinleme, savunma, kültürel diplomasi, değiş tokuş diplomasisi ve uluslar arası yayıncılık gibi türleri içerir (alıntılardan Erzen, 2014: 55). Hem bu türler hem de alanlar birbiri ile sürekli ve karşılıklı bir paylaşım içerisindedir.

Kamu diplomasisi; yukarıda bahsedilen alanlarda birçok çalışma başlığını da harekete geçirmektedir. Bunların arasında öğrenci değişim ve entegrasyon programları, bir küresel marka ya da ekol/akım olmuş bir gelenek, kültür simgesi, bir sinema, sanat faaliyetleri, organizasyonlar, etkinlikler vb. vardır. Spor alanında ise; bir kültürel birleşme alanı oluşturma ve sivil diyalogun pekişmesi açısından uluslar arası turnuvalar ya da organize olmuş kurumlar (FIBA, FIFA ya da düzenlenen Dünya şampiyonaları vb.) örnek gösterilebilir. Bunların hepsi bir kamu diplomasisi uygulama alanı olmasının dışında reklam ve halkla ilişkilerin de doğrudan ilintili olduğu ve kamu diplomasisi ile bütünleştiği alanlar olarak görülebilir. Bunun haricinde; geleneksel medyadan yeni medyaya ve yayınlardan günlük gazetelere değin birçok iletişim aygıtını kullanmayı ihmal etmeyen bir kamu diplomasisi politikasının vereceği mesajların niteliği oldukça önem taşımaktadır. Bu mesajların en belirgin olanı ise kuşkusuz ki bir bilgisayar oyunu olan *Call of Duty*'dir. ABD kökenli Activision firmasının ürettiği *Call of Duty* isimli oyun ise konuyu Kamu Diplomasisi açısından farklı noktalara taşımaktadır" (Erzen, 2014: 145). Bu oyun; ABD ordusunun düzenlediği askeri operasyonların meşruiyetini sağlamaya dönük teknolojik ve sanal bir hamledir. *Call of Duty* dışında *Madal of Honor*, *Vietnam*, *Rambo* vb. gibi bir çok oyun; popüler

kültür yaklaşımının, yumuşak güç kavramının bir meşruluk ve zemin yaratma amacına nasıl da hizmet ettiğini kanıtlar ölçekte.

Kamu diplomasisi; propagandadan, markalaşma ve kültürel çalışmalara kadar yayılan, geniş çalışma ve temas etme alanında yetkinleşmek ve bu alanlara rengini çalmak zorundadır. Bu “rengini çalma” hareketliliği ise özellikle bir bilimin yöntemsel zenginliği vesilesi ile aktif hâle getirilir. Bu bilim halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetleridir. Bu bağlamda ilk başta halkla ilişkileri de açıklamak, tanımlamak gerekmektedir. Halkla ilişkiler günümüzde, kapitalist işleyişin önemli bir iktisadi birimi olan işletme örgütleri için daha çok değerlendirilir olmuşsa da siyasal, kamusal ve yönetsel bir alan olarak da işlev görür. “Halkla ilişkiler, yönetimin, kamuoyunun görüşleri hakkında bilgilendirmesini ve yetkin olmasını içerir. Yönetimin kamu yararına hizmet sorumluluğunu belirler” (Peltekoğlu, 1993: 4). Bu şekilde değerlendirildiğinde; halkla ilişkilerin de ilişkisel bir disiplin olduğu sonucuna ve tek bir haliyle yorumlanmasının sakıncasına değinmiş oluyoruz.

Halkla ilişkiler; kamusal alanda etkin olma kaygısı güden, imaj oluşturma ve bunu toplum ile buluşturma amaçlarını taşıyan bir olgudur.

Tüm bu tanımlardan sonra halkla ilişkiler kavramının taşıdığı anlam şöyle özetlenebilir:

- Halkla ilişkiler bir yönetim işlevidir.
- Bir iletişim olgusudur.
- Kamuoyunu etkileme ve yönlendirme sürecidir.
- Planlı ve düzenli bir çalışmadır.
- İşletmenin sosyal sorumluluk çerçevesinde düzenlediği etkinliklerdir.
- Kurumun toplumla bütünleşmesidir.
- Kurumsal imajın oluşması ve gelişimidir (Sabuncuoğlu, 2004: 5).

Yukarıdaki tanımlamalara ve açıklamalara baktığımızda şöyle bir sonuca ulaşmamız mümkün görünüyor. “Kamu Diplomasisi ve halkla ilişkiler disiplinlerinin ilgilendikleri ‘kamuoyu’ ve ‘hedef kitle kavramları’, iki disiplin arasındaki ilişkinin açıklanması konusunda başlangıç noktası sunmaktadır” (Erzen, 2014: 106). Bu perspektif ile bakıldığında; şu açıktır: Kamu diplomasisi ile halkla ilişkilerin ortak zemininde “halk” vardır. Halk kavramı; her iki disiplinin de ulaşmaya, etkilemeye ve kontrolü altına almaya çalıştığı başat güçtür. Kısacası iki kavramda da “insan odaklılık” söz konusudur diyebiliriz. O hâlde; iki kavrama dair tüm çıktılarda “halk” merkeze oturtulmalıdır. “Kamu diplomasisi, başka ülkelerdeki halkların ilgisinin ve sempatisinin uzun dönemli olarak kazanılmasını amaçlamaktadır bu sebeple söz konusu ülke kültürlerinin, düşünce ve davranış kalıplarının anlaşılabilmesi için halkla ilişkiler teknik ve yöntemlerinin uygulanması gerekmektedir”

(Erzen, 2014: 109). “Halkla ilişkiler, uygulamacı ve deneyci nitelikleriyle değer kazanan bir yönetim etkinliğidir” (Bıçakçı, 2006: 93). Halkla ilişkiler metot ve teknikleri, bu imkânı kamu diplomasisi yürütücülerine tanımaktadır. Bu anlamda uygulamalar, hem hedef kitleye yani halka ulaşmada, hem de bu halkın niteliklerine göre hazırlık yapmada önemli bir rol oynar. Bunun dışında siyasal iletişim ve veri aktarma amaçlarını kotarır.

Kamu diplomasisi ile halkla ilişkiler “halk” kavramı üzerinde uzlaşırlarken bunun bir noktada ayırt edilmesi gerektiğinin de altını çizmemiz gerekmektedir. Bu altı çizilmesi gereken mesele ise; iki kavramın halka gitmesindeki ortaklık değil, gidilen halkların coğrafyasındaki farklılıktır. “Kamu diplomasisi ile halkla ilişkiler arasındaki en büyük fark hiç kuşkusuz kamu diplomasisinin hedef kitlesinin diğer devletlerin vatandaşlarının halkları olduğudur” (Sancar, 2012: 112). Bu bağlamda; daha önceden de vurguladığımız üzere halkla ilişkiler; destekleyici, tanıtıcı bir faaliyet olarak görünmektedir. Bu açıdan bakıldığında; kamu diplomasisi için halkla ilişkiler olmazsa olmazdır denilebilir. “Kamu diplomasisi ülkelerin kendi politikalarını ve kültürlerini dış dünyaya aktarma çabası olarak halkla ilişkiler faaliyetleriyle örtüşmektedir” (Yağmurlu, 2011: 33).

Sonuç Yerine

Kamu diplomasisi; günümüzde küreselleşme, modernizm ve son dönemlerde postmodernizm gibi birçok etmenin etkisi altında kalan ve gelişimini bu kavramlar ile alışveriş içerisinde sürdüren bir olgudur, gerçekliktir. Güncel siyasi açılımların, küresel markalaşmanın, ekonomik entegrasyon süreçlerinin, yeni medya aygıtlarının kullanımının, liberal, serbest piyasacı politikaların yaygınlaştığı ve sonul olarak da küreselleşmenin, ülkeler arası sınırların belirginliğini azalttığı bu konjonktürde; farklı ülkeler ve coğrafyalar arasındaki mesafeler de kısalmış, halklar birbirlerine yakınlaşacak imkânı bulmuş ve bunun kritik bir halkası olarak ise kamu diplomasisi öne çıkmıştır. Hükümetler arası ilişkilerin, hükümet-sivil eksenine kayması, diğer ülke halklarını etkileme kaygısı oluşturmuş ve kamu diplomasisi de geleneksel diplomasi gibi önemli bir araç olarak somutlanmıştır.

Artan önem derecesi ile kavram; her ülke için bir mücadele başlığı hâline gelmiş durumdadır. Türkiye; bu konuda hem uluslar arası tanınırlık ve görünürlüğünü arttırmak hem de iyi ilişkiler inşa etmek için bu aracı etkin kullanmak zorundadır. Bu anlamdaki çabalar; başlangıç düzeyinden ileriye gitmemiş durumdadır diyebiliriz. Elbette ki bu çabalar olmayanın değil, “gerçekte vuku bulanın doğru aktarılmasını” da içerir. Bu anlamda da bir “başlangıç” seviyesi söz konusudur. Ülkemiz adına bu da tartışmaya açıktır.

İletişimin global ölçekte kazandığı yetkinlikler; toplumu etkileme ve yönlendirmenin başka bir alanda da mümkün olabileceğini göstermiştir. Kendisini iyi tanıtmak ve diğer halklar ile bağlantılar yakalamak isteyen bir ülke; bunu göz ardı edemez. Bu hem bir zorunluluk hem de güncelliğin ve nesnel koşulların dayatmasıdır denilebilir. Özellikle

soğuk savaş sonrası; Glasnost ve Perestroyka politik hamleleri sonrası oluşan Post-Sovyet dönemi; süper güç kavramını Birleşik Devletler lehine yeniden kurgulamıştır. Bu da değişen dünyada bazı yeni kavramların palazlanmasına sahne olmuştur. Kamu diplomasisinin gelişimi bu anlamda hem bu yeni dönem hem de serpilen yeni uygulama ve gelişmeler ile hükümetlerin “silahı” hâline gelmiştir. Bu veriye dayanarak; ülkelerin ve bilakis Türkiye’nin bu alana eğilmesi şarttır. Görünen odur ki; Rusya, Avrasya, ABD ve AB ilişkileri çalkantılı devam ederken, Türkiye’nin kamu diplomatik müdahalelerde bulunması daha da değerleşmiştir. Bunun nasıl değerlendirilecek oluşu başka bir başlığın tartışma maddesidir.

Kamu diplomasisinin, ülkeler arasında bir köprü işlevi görmesinde belirtildiği üzere iletişim, halkla ilişkiler, reklam vb. birçok disiplinin yoğun katkısı mevcuttur. Bu anlamda ülkeler; bu araçları, algı yönetimi, imaj transferi ya da imaj oluşturma, toplumsal meşruiyeti sağlama, dış kamuoyunu ikna etme, iyi bir intiba kotarma, ülke çıkarlarını koruma ve oluşmuş ya da rüşeym hâlinde olan ön yargıları kırma vb. amaçları gözeterek kullanır ve kamusal diplomatik faaliyet yürütürler. Artık saptayabiliriz ki; bu aygıt, yani “yumuşak güç kaynakları” iyi değerlendirilmelidir.

Çıkarsama yapılabildiği kadarıyla; bu kaynakları kullanmaya çalışan sivil, kamu ve özel sektör kuruluşları ve bunların yönlendiricisi olan aktörler bir arada çalışmayı ve iletişim ağı oluşturmaya teşvik edilmeli; halkla ilişkiler profesyonellerinden de mümkün mertebe yardım alınmalıdır. Çünkü bahsettiğimiz üzere; kamu diplomasisi bir çalışma alanı olarak gelişmiş ve gelişmeye açık bir alan olarak ülkedeki ve diğer coğrafyalardaki varlığını sürdürmektedir. Hiç kuşkusuz ki; bir ülkeye uluslar arası alanda bir rol biçme çabası güden ve bunu sürdürmeye çalışan her siyasal iktidar; kamu diplomasisini kendisine kılavuz edinmiş ya da edinmek durumdadır.

Kaynakça

Arı, Tayyar. (2011). Uluslararası Politika. <http://www.filozof.net/Turkce/siyasi-tarih/3990>

Bıçakçı, İlker. (2006). *İletişim ve Halkla İlişkiler: Eleştirel Bir Yaklaşım*. İstanbul: Mediacat.

Birgi, Muharrem Nuri. (1983). “Diplomasi Mesleği.” *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 1, 37-49.

Erzen, Meltem Ünal. (2014). *Kamu Diplomasisi*. İstanbul: Derin Yayınları.

Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü. “Vizyon-Misyon.” <http://kdk.gov.tr/kurumsal/vizyon-misyon/8>, Erişim: 30 Kasım 2014.

Kürkçüoğlu, Ömer. (1980). “‘Dış Politika’ Nedir? Türkiye’deki Dünü ve Bugünü.” *AÜBSF Dergisi*, 35(1), 309-35.

Leonard, Mark., Stead, Catherine., and Smewing, Conrad. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Center.

Nye, Joseph. (2005). *Yumuşak Güç*, Çev. Rayhan İnan Aydın, Ankara: Elips Kitap.

Peltekoğlu, Filiz Balta. (1993). *Halkla İlişkiler Nedir?* İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayınları.

Potter, Evan. (2002). “Canada and The New Public Diplomacy.” *International Journal*, 58(1), 43-64. DOI: 10.2307/40203812

Sabuncuoğlu, Zeyyat. (2004). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*. İstanbul: Aktüel Yayınları.

Sancar, Gaye Aslı. (2012). *Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beta Basım Yayın.

Szondi, Gyorgy. (2008). “Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences”, *Discussion Papers in Diplomacy. Netherlands Institute of International Relations Clingendael*, No: 112, Netherlands.

Yağmurlu, Aslı. (2011). “Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi.” *İletişim Araştırmaları Dergisi*. 5(1), 9-39. Ankara: A.Ü. İletişim Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları.

Kayda Değer Akademik Metinler mottosuyla, 10 Ağustos 2015 tarihinde yayın hayatına başlayan *sosyalbilimler.org*, sosyal bilimler meselelerine yoğunlaşan, gönüllülük odaklı, açık erişim, akademik bir web sitedir. Hakkında detaylı bilgi almak için sosyalbilimler.org/hakkinda sayfasını, ekibimizde gönüllü olarak görev almak için sosyalbilimler.org/basvuru sayfasını ziyaret edebilirsiniz.

Facebook, Twitter, Instagram ve YouTube’da @sosbilorg kullanıcı adıyla *Sosyal Bilimler*’i takip edebilirsiniz.

sosyalbilimler.org/abonelik sayfasından e-bülten abonesi olarak, her pazar günü, o hafta içinde *sosyalbilimler.org*’da yayımlanan çalışmaların tamamını size gönderilecek bir e-posta ile alabilirsiniz.

sosyalbilimler.org’da yayımlanan metin, video ve podcastlerin paylaşıldığı Telegram grubuna t.me/sosbilorg adresinden katılabilirsiniz.