

KAMU DİPLOMASİSİ *NEDİR?*



Kamu Diplomasisi Nedir?



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
CUMHURBAŞKANLIĞI
İLETİŞİM
BAŞKANLIĞI

ISBN: 978-625-7377-29-4

KAMU DİPLOMASİSİ NEDİR?

© 2022 CUMHURBAŞKANLIĞI İLETİŞİM BAŞKANLIĞI YAYINLARI



1. Baskı, İstanbul, 2022

İletişim

Kızılırmak Mahallesi Mevlana Bulv. No:144 Çukurambar
Ankara/TÜRKİYE

T +90 312 590 20 00 | webinfo@iletisim.gov.tr

Baskı

Prestij Grafik Rek. ve Mat. San. ve Tic. Ltd. Şti.

T 0 212 489 40 63, İstanbul

Matbaa Sertifika No: 45590

Kamu Diplomasisi Nedir?



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
CUMHURBAŞKANLIĞI
İLETİŞİM
BAŞKANLIĞI

Takdim

İletişim Başkanlığı olarak Türkiye markasını güçlendirmek, ülkemize dair müspet algıyı tahkim etmek, bölgesel ve küresel tezlerimizi uluslararası topluma anlatmak gayesiyle proaktif bir iletişim stratejisiyle çok boyutlu çalışmalar gerçekleştiriyoruz. Hayata geçirdiğimiz faaliyetlerle ülkemizin değerlerini, gelecek tasavvurunu ve emsal niteliklerini tüm dünyaya duyurmayı amaçlıyoruz. Manipülatif bilginin ve provakatif siyasetin egemen olduğu hakikat ötesi çağda ortaya koyduğumuz hakikat mücadelesinin, ülkemiz ve tüm insanlık için müstesna bir nitelik taşıdığına inanıyoruz.

Bilhassa Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın iletişim seferberliği çağrısına istinaden bütünlüklü bir iletişim stratejisi dâhilinde güçlü, itibarlı, güvenilir bir ülke markasının tesisi için kamu diplomasisi faaliyetlerine büyük önem atfediyoruz. Bu doğrultuda hayata geçirdiğimiz çalışmalar uzun vadede ülkemize dair imaj, itibar ve algının güçlendirilmesinde, Türkiye'nin yumuşak gücünün daha aktif hale getirilmesinde kritik önem arz ediyor.

Başkanlığımız tarafından hazırlanan *Kamu Diplomasisi Nedir?* kitabı kamu diplomasisi kavramının teorik çerçevesine yer vermekte, kamu diplomasisinin uygulama alanlarına ve kitlerle iletişim araçlarının süreçteki rolüne değinmekte ve Türkiye'nin başlıca kamu diplomasisi aktörlerini ele almaktadır.

Bu çalışmanın, kamu diplomasisi kavramının geçmişten bugüne genel hatlarıyla anlaşılmasına, küresel güç olma yolunda ilerleyen ülkemizin ve kamu diplomasisi alanında eş güdüm halinde etkin bir politika izleyen kurum ve kuruluşlarımızın tanıtılmasına fayda sağlayacağını ümit ediyorum.

PROF. DR. FAHRETTİN ALTUN
TÜRKİYE CUMHURİYETİ İLETİŞİM BAŞKANI

İçindekiler

Takdim	05
Yumuşak Güç.....	09
Kamu Diplomasisi	11
Geleneksel Kamu Diplomasisi ve Yeni Kamu Diplomasisi	13
Geleneksel Kamu Diplomasisi	14
Yeni Kamu Diplomasisi.....	15
Kamu Diplomasisi Aktörleri	16
Devlet Aktörleri	17
Devlet Dışı Aktörler.....	17
Kamu Diplomasisi Uygulama Alanları.....	19
Eğitim Diplomasisi.....	20
Kültürel Diplomasi.....	20
Dijital Diplomasi.....	21
Gastrodiplomasi	22
İnsani Diplomasi.....	23
Sağlık Diplomasisi.....	24
Vatandaş Diplomasisi.....	25
Spor Diplomasisi	26
Uluslararası Yayıncılık.....	27
Kamu Diplomasisinde Kitle İletişim Araçları	29
Gazete.....	30
Televizyon.....	31
Radyo	32
Sinema ve Diziler.....	33
Sürelî Yayınlar.....	34
Yeni Medya.....	35

Türkiye'de Kamu Diplomasisi	36
Türkiye'nin Başlıca Kamu Diplomasisi Aktörleri	39
Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı	40
Dışişleri Bakanlığı	41
Yunus Emre Enstitüsü (YEE).....	42
Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB).....	43
Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)	44
Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD).....	45
Türk Kızılay	46
Türkiye Maarif Vakfı	47
Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB).....	48
Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT)	49
Anadolu Ajansı (AA)	50
Türk Hava Yolları (THY).....	51
Kaynakça	52

Yumuşak Güç

Güç, en genel anlamıyla diğerlerinin davranışları üzerinde etki yaratabilme kapasitesidir. Uluslararası ilişkilerde güç, nüfus, yüz ölçümü, doğal kaynaklar, ekonomik büyüklük, askeri kapasite ve siyasal istikrar ile ilişkilendirilmektedir.

Yumuşak güç kavramı, ilk kez 1990 yılında Joseph Nye tarafından “Bound to Lead” adlı kitabında kullanılmıştır. Nye, kitabında ülkelerin güçlerini sert ve yumuşak güç olarak ikiye ayırmaktadır.



Sert güç, devletlerin askeri ve ekonomik kapasiteleriyle teşvik, zorlama veya tehdit kullanarak başkalarının davranışlarını değiştirebilmesidir. Yumuşak güç ise, diğerlerinin tercihlerini zorlamadan ziyade cazibeyle şekillendirilme yeteneğidir.

Yumuşak güç kaynakları sayesinde ülkeler, dünya siyasetinde arzu ettiği neticelere ulaşmayı ve savunduğu değerleri benimsetmeyi amaçlamaktadır.

Bir ülkenin yumuşak gücü üç temel kaynağa dayanmaktadır.

Kültür: Kültür, bir ülkenin ortak yaşam ve düşünce birliğini oluşturan maddi ve manevi değerler bütünüdür. Bir ülkenin kültürü, yabancı halklar nezdinde hayranlık uyandırdığı ölçüde o ülkenin yumuşak güç kapasitesine katkıda bulunmaktadır.

Siyasi Değerler: Bir ülkenin demokratik siyasal sistemi, uluslararası iş birliğine verdiği önem, barış ve insan haklarına katkısı yumuşak güç potansiyelini artırmaktadır.

Dış Politika: Bir ülke, dış politikası ile evrensel değerleri birleştirerek küresel politika üzerinde belirleyici bir konuma gelebilir. Dış politikada barışçıl adımlar atan ülkeler, kendilerine duyulan güveni artırarak yumuşak güçlerini tahkim etmektedirler.



Kamu Diplomasisi

Küreselleşmeyle birlikte iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, diplomaside kapsamlı dönüşümlere yol açmıştır. Yeni uluslararası düzende medya, kamuoyu, sivil toplum örgütleri, uluslararası kuruluşlar ve bireyler birer aktör olarak ortaya çıkmış ve karar alıcıları doğrudan etkilemeye başlamıştır.

Kamu diplomasisi, tarih boyunca farklı isimler altında uygulanmış olsa da kamu diplomasisinin kavramsallaştırılması 1965 yılında Tufts Üniversitesi Fletcher Hukuk ve Diploması Okulu Dekanı Edmund Gullion tarafından yapılmıştır. Gullion'a göre kamu diplomasisi, uluslararası ilişkilerin geleneksel, klasik diplomasi dışındaki alanlarını kapsamaktadır.

Kamu diplomasisi, diğer ülkelerin ihtiyaçlarını, kültürlerini, halklarını anlama; mesajların aktarılması, hatalı algılamaların düzeltilmesi, ortak amaçlar için uygun zeminlerin tespit edilmesi hedefleri ile ortaya konulan ilişki geliştirme yöntemidir. Bir başka ifadeyle, devlet ve devlet dışı aktörler tarafından diğer ülkelerin halkları ile kurulan pozitif ilişkiler bütünüdür.

Kamu diplomasisi, diğer ülke halklarını, değerlerini, geleneklerini, toplumsal yapısını, inançlarını tanıma olanağı sağlar. Bu da toplumlar arasında yanlış anlamaların ve n yargıların giderilmesini, ortak paydalar bulunmasını ve uzlaşma ortamı yaratılmasını sağlamaktadır.



Geleneksel Kamu Diplomasisi ve Yeni Kamu Diplomasisi

	Geleneksel Kamu Diplomasisi	Yeni Kamu Diplomasisi
1) Uluslararası aktörün kimliği	Devlet	Devlet ve devlet dışı
2) Kanal	Geleneksel kitle iletişim araçları	Uydu, internet, gerçek zamanlı haberler, mobil telefonlar
3) Medya ortamı	Yurt içi ve uluslararası haber çevreleri arasında net bir çizgi mevcut	Yurt içi ve uluslararası haber çevreleri arasında net bir çizgi yok
4) Yaklaşım kaynağı	Politik savunuculuk ve propaganda teorisi	Kurumsal markalaşma ve ağ teorisi
5) İletişim modeli	Tek yönlü, asimetrik, bilgiye dayalı	İki yönlü, simetrik, diyaloga dayalı
6) Rolün yapısı	Yukarıdan aşağıya, aktörden yabancı ülke halkına	Yatay, aktör tarafından kolaylaştırılan
7) Rolün niteliği	Hedeflenen mesajlaşma	İlişki inşa etme
8) Genel amaç	Hedef kitlelerde davranış değişikliği yaratma	Ülkenin politik ve ekonomik çıkarlarını yükseltecek uygun çevre ve olumlu izlenim yaratma

Geleneksel Kamu Diplomasisi

- Tek yönlü bir iletişim modelini temel almaktadır.
- Hükûmetlerin uluslararası kamuoyuna ve seçkinlerin düşüncelerine hitap etmesiyle ilgilidir.
- Bir ülkenin ulusal amaç ve dış politikalarının farklı kamuoylarına tanıtılması çabalarını ifade eder.
- Farklı ülke kamuoylarında ulusal dış politikaya yönelik desteği artırmak için bilgilendirmeyi ve ilgi çekmeyi hedefler.



Yeni Kamu Diplomasisi

- Hükûmet dışı uluslararası aktörler kamu diplomasisi faaliyetlerinde aktif rol alır.
- Vatandaşlar ve sivil toplum örgütleri etkindir.
- Gerçek zamanlı ve global teknolojiler kullanılmaktadır.
- Kurumsal markalaşma ve ağ iletişim teorisinden faydalanılmaktadır.
- “İnsandan insana” etkileşim söz konusudur.



Kamu Diplomasisi Aktörleri

Kamu diplomasisi ilk ortaya çıktığında kaynağı hükûmet olan bir iletişim süreciydi. Ancak gelişen iletişim teknolojileriyle birlikte kamu diplomasisinde kaynak artık sadece devlet olmaktan çıkmıştır.

Günümüzde üniversiteler, kanaat önderleri, medya ve haber ajansları, küresel işletmeler ve özel sektör kuruluşları, baskı grupları, uluslararası örgütler ve bireyler kamu diplomasisinin başlıca aktörleri kabul edilmektedir.



Devlet Aktörleri

Uluslararası kamuoyuna ulaşmak üzere devlet tarafından finansmanı sağlanan, sınırları kanunlarla belirlenen ve hedef kitle ile ilişki inşa eden, devlet adına kamu diplomasisi faaliyetlerini yürütmeye yetkili aktörlerdir.

Devlet Dışı Aktörler

Küreselleşme ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte kamu diplomasisi alanında çok sayıda devlet dışı aktör ortaya çıkmış, bu aktörler devletlerden bağımsız olarak çalışmalarını yürütmeye başlamıştır.

Sivil Toplum Örgütleri

Sivil toplum örgütlerinin söylem ve eylemlerine güven duyan bireyler, onların verdiği mesajları daha kolay kabul etmekte, iş birliği çağrılarına olumlu cevap vermektedir. Kamu diplomasi aktörü olarak sivil toplum örgütlerinin öne çıkması, toplumun ulaşılamayan noktalarına nüfuz edilebilmesi açısından önem arz etmektedir.

Üniversiteler

Üniversiteler, bünyelerinde bulunan araştırma merkezlerinin hazırladıkları bilimsel rapor, analiz ve yayınlarla kamu diplomasisi mesajlarının sağlıklı şekilde iletilmesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca, düzenledikleri uluslararası konferans, seminer, çalıştay ve kongre gibi etkinliklerde bilim insanları, mesajların alıcı ve vericileri konumunda yer almaktadır.

Kanaat Önderleri

Kanaat önderleri, sosyal mesajları bireylere ve toplumlara anlayacakları dilde aktaran liderlerdir. Kanaat önderleri, hitap ettiği gruptaki diğer bireyler gibi yaşadığından grup üzerinde hayli etkilidir. Kamu diplomasisi ise hedef ülkedeki kanaat önderleri aracılığıyla o ülkenin vatandaşlarını dolaylı yoldan etkilemeyi amaçlamaktadır.

Medya ve Haber Ajansları

Medya ve haber ajansları kamuoyunu inşa eden araçlar olup ortak bir kanaatin oluşmasında önemli rol oynamaktadır.

Özel Sektör Temsilcileri ve Küresel İşletmeler

Şirketlerin menşei ülkeleri, yapılan faaliyetlerden sadece kâr elde etmemekte; diğer ülkelere kendi kültürlerini, değerlerini de yaymaktadır. (Örn: THY, Apple, Coca Cola, McDonalds)

Uluslararası Örgütler

BM, NATO, Türk Devletleri Teşkilatı (TDT), Afrika Birliği gibi uluslararası örgütler, devletlerin kamu diplomasisi uygulamalarına destek verebilmektedir.

Baskı Grupları

Devletten bağımsız nitelik taşıyan ve sivil toplum kuruluşu hüviyetine sahip sendikalar, ticaret odaları gibi baskı grupları, verdiği mesajlar ile kamu diplomasisi açısından etkili olabilmektedir.

Bireyler

Bireyler, yabancı halklarla hızlı ve kolay bir şekilde iletişime geçebilmeleri nedeniyle önemli bir kamu diplomasi aktörü haline gelmişlerdir. Ayrıca bireyler, buldukları ülkelerde vatandaşları oldukları ülkenin değerlerini, tarihi, kültürü ve politikalarını anlatarak ülkelerinin kamu diplomasisi faaliyetlerine katkıda bulunmaktadır.

Kamu Diplomasisi Uygulama Alanları

Ülkeler, uluslararası alanda diğer ülkelerin halklarını etkileme ve yabancı halklarla ilişki inşa etme amacıyla birçok uygulama alanını kullanmaktadır.

Devletlerin başvurduğu kamu diplomasisi uygulama alanlarından başlıcaları aşağıda sunulmaktadır.

- Eğitim Diplomasisi
- Kültürel Diplomasi
- Dijital Diplomasi
- Gastrodiplomasi
- İnsani Diplomasi
- Sağlık Diplomasisi
- Vatandaş Diplomasisi
- Spor Diplomasisi
- Uluslararası Yayıncılık

Eğitim Diplomasisi

Eđitim diplomasisi, bir űlkenin diđer űlkelerin vatandařları ile eđitim faaliyetleri yoluyla iletiřim kurması olarak tanımlanabilir. űlkelerin yumuřak gűç unsurlarından biri olan eđitim diplomasisi; yerel, űlkeler arası, bűlgesel ve kűresel dűzeyde yűrűtűlmektedir. Eđitim diplomasisinin bařlıca araçları yurt dıřında açılan okullar, enstitűler, burslar, deđiřim programları, dil űđretimi, űniversite kűrsűleri ve eđitim műřavirlikleridir.

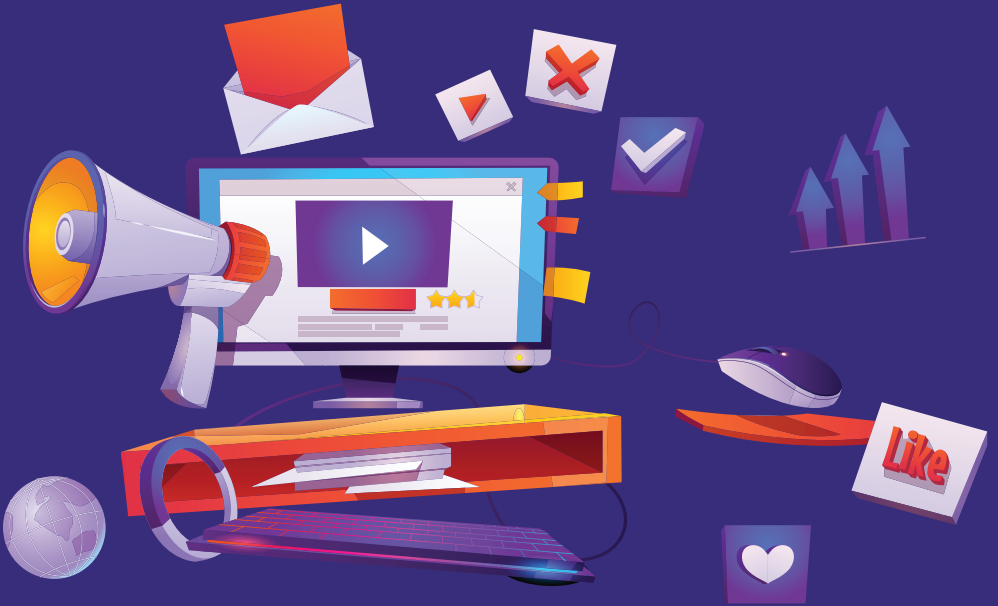
Kűltűrel Diplomasisi

Kűltűrel diplomasisi, bir devletin dıř politika veya diplomasisi hedeflerine ulařması için kűltűrűnű yayması ve yabancı hedef kitleyi pozitif yűnde etkilemek için iletiřim kurmasıdır. Kűltűrel diplomasisi, politikalara, evrensel deđerlere ve çıkarlara katkı sađladıđında etkinliđi artar. Őrn. Yunus Emre Enstitűsű, British Council, Alliance Française, Goethe-Institut, Istituto Italiano di Cultura.



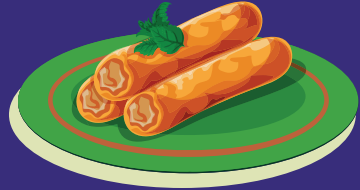
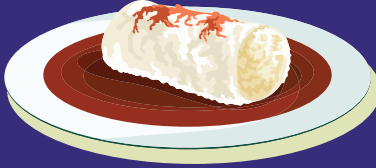
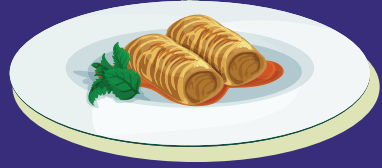
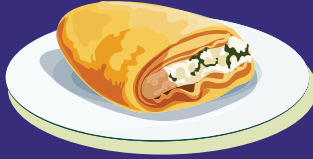
Dijital Diplomasi

Dijital diplomasi, internet uygulamaları aracılığıyla kamu diplomasisi etkinliğinin gerçekleştirilebileceği, düzenlenen etkinliklerin duyurulabileceği güncel bir diplomasi alanını ifade etmektedir. Dijital diplomasi, internet diplomasisi, twiplomasi (twitter diplomasisi), e-diplomasi (elektronik diplomasi), siber diplomasi gibi farklı isimlerle de anılabilmektedir. Dünya liderleri, diplomatlar, şirket yöneticileri, kaanat önderleri ve hatta bireyler sosyal medyayı kullanarak interaktif bir şekilde bilgi ve fikir alışverişi yapmaktadırlar.



Gastrodiplomasi

Gastrodiplomasi, yabancı ülke halkları ile karşılıklı ilişkilerin geliştirilmesinde yemek kültürünün kullanılmasını esas alan bir kamu diplomasisi uygulama alanıdır. Özünde mutfak kültürü yoluyla farklı kültürlerle iletişim kurulmasını amaçlamaktadır. Gastrodiplomasi kampanyalarıyla klasik diplomasiye kıyasla daha kalıcı kültürel etkileşimler oluşturulabilmekte ve nihayetinde ekonomik getiri sağlanabilmektedir. Günümüzde ülkeler gastrodiplomasiyi ekonomik ilişkilerin önünü açmada stratejik bir araç olarak kullanmaktadırlar.



İnsani Diplomasi

İnsani diplomasi; insani yardımlar, kalkınma yardımları, çatışma çözümü ve arabuluculuk, barışın inşası ve korunması gibi kavramları kapsayan ve her durumda insani prensipleri gözeterek kanaat önderlerini ve karar alıcı mekanizmaları, zarar görmüş insanların yararına harekete geçirmektir. Bu kapsamda insani diplomasi, çeşitli coğrafyalarda savaş, çatışma veya doğal afetler gibi nedenlerle ortaya çıkan insani krizler karşısında, krizlerden etkilenenlere yönelik insani koşulların oluşturulması ve bu koşulların kalıcı hale getirilmesi adına gerçekleştirilen her türlü faaliyet, iş birliği ve uluslararası düzeyde yaratılan farkındalık gibi girişimleri içeren bir kamu diplomasisi faaliyetidir.



Sağlık Diplomasisi

Sağlık diplomasisi, uluslararası boyutta sağlık alanının düzenlenmesi ve yönetilmesi şeklinde tanımlanan çok katmanlı ve çok ortaklı bir yumuşak güç unsurudur. Sağlık diplomasisi, sağlık konusunda devletler arasında geçen geleneksel diplomasi süreçlerini, devlet dışı aktörlerin de yer aldığı uluslararası düzeydeki müzakereler ve geleneksel diplomasi dışında kalan devlet ve devlet dışı aktörlerin etkileşime geçtiği proje uygulamalarını kapsamaktadır.

Küresel salgın, hastalıklar, doğal afetler, iç savaşlar gibi olaylar sağlığın uluslararası bir mesele haline gelmesine sebebiyet vermiş; bu kapsamda artan insani yardım faaliyetleri, bahsi geçen tehditlerle mücadele amacıyla kurulan iş birlikleri vb. unsurlar sağlık diplomasisi kavramını ortaya çıkarmıştır. Bu anlamda sağlık diplomasisi, uluslararası sağlık yardımı ve uluslararası siyasi ilişkilerin ara yüzünü oluşturan bir araçtır.



Vatandaş Diplomasisi

Günümüzde vatandaşlar, dış politika üretimi ve bu politikaların tanıtımı sürecinde aktif birer aktör haline gelmişlerdir. Vatandaş diplomasisi, ilgili ülke vatandaşları tarafından üzerlerine atfedilen herhangi bir yasal sorumluluk veya görev olmadan bireysel olarak ifa edilen bir diplomasi türü olarak tanımlanmaktadır.

Vatandaş diplomasisinde bireyler; ülkenin imajını, değerlerini, tarihini, kültürünü ve politikalarını yansıtmakta ve buldukları ülkeyle yurттаşı oldukları ülke arasındaki ilişkileri ileri seviyeye taşıyan bir kamu diplomasisi aktörü olarak öne çıkmaktadırlar.

Vatandaşların aktif olarak rol aldıkları vatandaş diplomasisi, toplumlar arasında ön yargıların kırılmasını ve ülkeler arasında karşılıklı anlayışın güçlendirilmesini amaçlamaktadır.



Spor Diplomasisi

Spor diplomasisi, devletlerin spor alanındaki çeşitli enstrümanlar vasıtasıyla dış politika hedeflerini gerçekleştirmek, yabancı kamuoylarının zihinlerini ve kalplerini kazanmak ve devletlerarası ilişkileri geliştirmek için kullanılan bir kamu diplomasisi uygulama alanıdır.



Günümüzde spor, devletlerin gerek mega spor organizasyonlarına ev sahibi olarak gerekse sporda başarılı bir devlet olarak kendilerini dünya kamuoyuna tanıtılabildiği ve imajlarını güçlendirebildiği etkili bir araç haline gelmiştir.

Devletlerin yetiştirdiği sporcular, antrenörler ve uluslararası spor örgütlerinde görev alan temsilciler eliyle yürütülen spor

diplomasisinde asli amaç, spor organizasyonları aracılığıyla yabancı kamuoylarını ülkenin ekonomisi, teknolojisi, siyasi yapısı, sosyal ve kültürel yönleri hakkında bilgilendirmek ve ülke hakkında olumlu bir görüşe sahip olmalarını sağlamaktır.

Uluslararası sportif etkinliklerde sporcuların kazandığı madalyalar, hem sporcunun bireysel başarısını hem de o ülkenin bir sporcu yetiştirebilecek düzeyde ekonomik ve toplumsal sisteme sahip olduğunu göstermektedir.

Spor, uluslararası organizasyonlar vasıtasıyla devletlerin farklı alanlarda ortaklıklar kurması için de zemin hazırlamakta; karşılıklı diyalog ve güvenin inşa edilmesine katkı sağlamaktadır. Sporun dostluğu ve kardeşliği pekiştiren yapısı toplumların birbirlerini daha iyi tanımalarına hizmet etmektedir.

Uluslararası Yayıncılık

Ulusal televizyon, radyo ve internet aracılığıyla uluslararası kamuoyuna ulaşma çabasıdır. Yayınların izlenmesi sunulan içeriğin doyurucu, tarafsız ve kapsayıcı olmasıyla mümkündür. TRT World, BBC, France 24 ve Al Jazeera bu tür yayın organlarına örnektir.

Uluslararası yayıncılık kavramı; devlet destekli haber, enformasyon ve eğlence içeren mesajların, bu yayının yapılmasını destekleyen devletin sınırları dışındaki kamuoyuna iletilmesi şeklinde tanımlanabilir. Sistematik olarak ülkelerin yurt dışındaki hedef kitleye ulaşmaya yönelik bilgi yayım süreci olarak ifade edilen uluslararası yayıncılık, uzun süredir kamu diplomasisinin bir parçası ve aracı olarak kabul edilmektedir.





Kamu Diplomasisinde Kitle İletişim Araçları

- Gazete
- Televizyon
- Radyo
- Sinema ve Diziler
- Süreli Yayınlar
- Yeni Medya

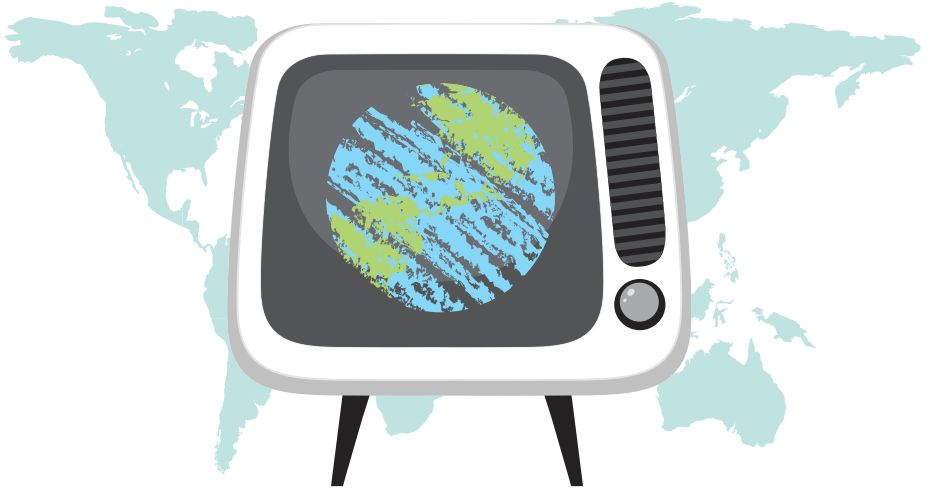
Gazete

Matbaanın bulunması ve yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmasıyla birlikte geniş kitlelere ulaşan gazeteler, zaman içerisinde etki gücünü artırmıştır. Uluslararası ölçekte yayın imkanına kavuşan gazeteler, verilen mülakatlar ve yayınlanan haberler sayesinde önemli bir kamu diplomasisi aracı haline gelmiştir. (Örn: The New York Times, Le Monde Diplomatique, The Washington Post, The Guardian vb.)



Televizyon

Televizyon, izleyici kitle üzerinde kanaat oluşturarak söz konusu ülke hakkında bilgi edinme talebini ve tanınırlığı artırır. Bununla birlikte, ihraç edilen dizi, film, belgesel gibi yayınlarla beraber kültürel değerlerin tanınmasını kolaylaştırır. Bir kamu diplomasi aracı olarak kullanılan televizyon, bu yolla ülkelerin yumuşak gücüne katkı sunar. Bu kapsamda televizyon yayıncılığı; güvenilirliği, bağımsızlığı, editöryal özgürlüğü ve programları evrensel değerlerle örtüştüğü oranda etkisini artırır. TRT World, TRT Kürdi, TRT Arabi, TRT Avaz, BBC, NHK World-Japan ve ARTE gibi kanallar ülkelerinin yumuşak gücüne ve kamu diplomasisi faaliyetlerine katkı sunan televizyon kanallarından bazılarıdır.



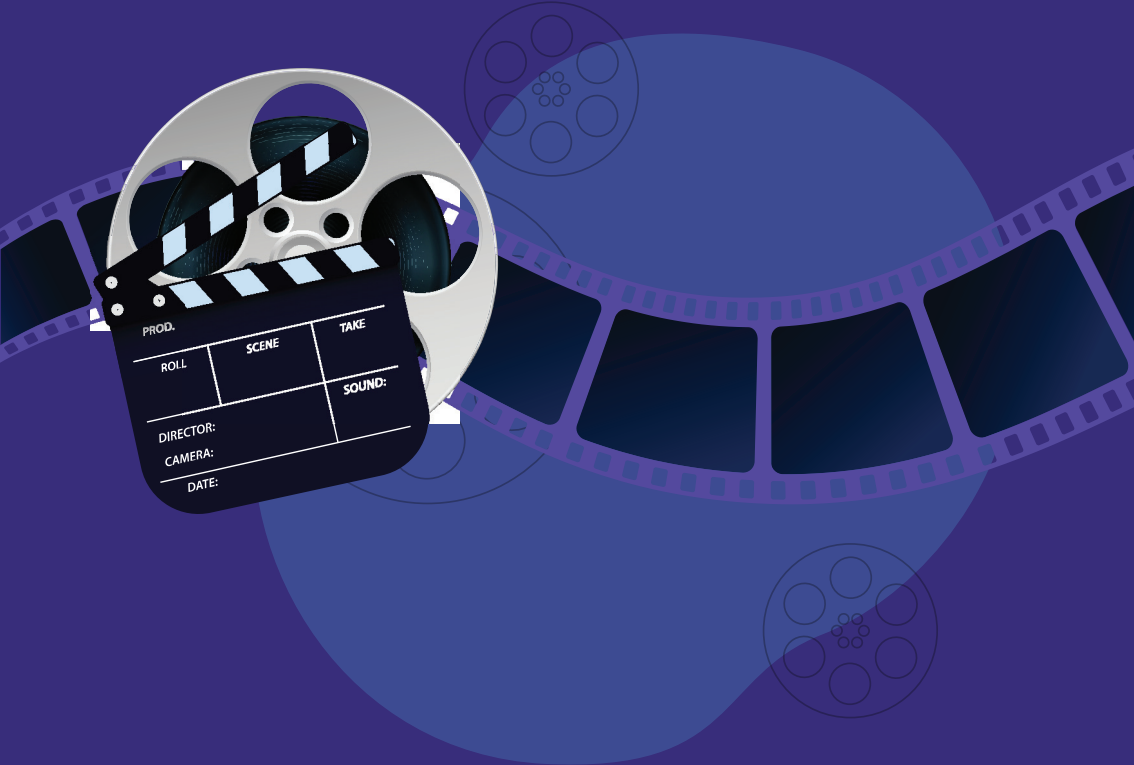
Radyo

Kamuoyu üzerinde uzun dönemdir tesire sahip bir bilgi yayma aracı olan radyolar, ülkeler ve ülkelerin ideolojileri hakkında olumlu itibar oluşturmak için yoğun bir biçimde kullanılır. TRT World, Monte Carlo Doualiya, VOA, BBC World Service ve RFE/RL gibi radyoların yapmış olduğu yayınlar örnek olarak gösterilebilir.



Sinema ve Diziler

Dizi ve filmler, duygulara kolaylıkla hitap edebilmelerinin yanı sıra kamu diplomasisi faaliyetleri kapsamında verilmek istenen mesajları dolaylı olarak hedef kitlelere iletme imkânını haizdir. Bu anlamda, kültürel diplomasi aracı olarak işlev görerek ulusal kültürün geniş kitlelere ulaşmasını sağlar ve kültürel unsurların daha yakından tanıtılmasına katkıda bulunurlar. Bahse konu yapımlar, eğlendirme işlevinin yanı sıra eğitime, hayat ve düşünme tarzını anlama, ön yargıları ortadan kaldırma, anlayış geliştirme, ulusal kültürü popülerleştirme gibi faydalar sağlayarak ülkelerin itibarını artıran birer yumuşak güç unsuru haline gelmiştir.



Sürelî Yayınlar

Devlet veya sivil toplum kuruluşları tarafından yayımlanan sürelî yayınların kültürler arasında diyalog kurulması, geliştirilmesi ve farklı kültürden bireyler arasında iletişimde anlaşılabilirliğin sağlanması gibi işlevleri bulunmaktadır. Bu yayınların yabancı dil seçeneklerinin fazla olması çeşitli alanlarda iş birliği ihdas edilmesini ve değerlerin aktarılmasını kolaylaştırır. Bu yayınlara, TİKA's World, India Perspectives ve NAFAS örnek verilebilir.



Yeni Medya

İnternetin ortaya çıkması ve yaygınlık kazanmasıyla sosyal medya gibi ağ tabanlı iletişim araçları yaygınlaşmış ve etkisi artmıştır. Bu bağlamda, ağ tabanlı kamu diplomasisinde ilişki inşa etme, yönetme ve geliştirme gibi olanaklar mümkün hale gelmiştir. Yeni medyanın başlıca unsurlarından biri olan sosyal medya, son dönemde ülkelerin kamu diplomasisi faaliyetlerinde başvurdukları önemli bir mecra haline gelmiştir. Sosyal medya sayesinde iletilmek istenen mesajlar hızlı bir şekilde, geniş kitlelere ulaştırılabilmektedir. Sosyal medyada sunulan kamu diplomasisi mesajlarının topluma yakın olması; samimi, dürüst ve doğru şekilde uygulanması önem teşkil eder.



Türkiye’de Kamu Diplomasisi

Türkiye, 2000’li yılların başından itibaren yaşadığı demokratik ve ekonomik reformlar neticesinde geniş ve güçlü bir kamu diplomasisi potansiyeline kavuşmuştur.

Kamu diplomasisi alanında Dışişleri Bakanlığı bünyesinde atılan ilk adımları takiben, alanda kurumsallaşmayı sağlayabilmek amacıyla 2010 yılında 2010/3 sayılı Başbakanlık genelgesiyle Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü (KDK) kurulmuştur.

Enformasyonun artan önemine binaen kamu diplomasisini etkin bir biçimde kullanmayı amaç edinen KDK, hem ulusal hem de uluslararası kamuoyuna yönelik tanıtma ve bilgilendirme faaliyetlerini yürütmüştür. Bu dönemde KDK tarafından gerçekleştirilen faaliyetler arasında üniversite programları, siyasal iletişim faaliyetleri ve medya çalışmaları da bulunmaktadır.

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi’ne geçişle birlikte, 24 Temmuz 2018 tarihinde 14 No.lu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile İletişim Başkanlığı ihdas edilmiştir. Türkiye markasını güçlendirmek ve kamu diplomasisi faaliyetlerinin bütünlüklü bir stratejiyle yürütülmesini sağlamak üzere İletişim Başkanlığı bünyesinde Kamu Diplomasisi Dairesi kurulmuştur.

Cumhurbaşkanı Sayın Recep Tayyip Erdoğan’ın yaptığı “iletişim seferberliği” çağrısı sonrasında ülkemizin kamu diplomasisi faaliyetlerinin koordinasyonunu sağlamak amacıyla İletişim Başkanlığı uhdesinde ilgili Bakanlık, kurum ve kuruluşlar tarafından yürütülen kamu diplomasisi faaliyetlerinin hızlı, verimli ve etkili bir şekilde gerçekleşmesini sağlamak üzere katılımcı bir çalışma tarzı gözetilerek Kamu Diplomasisi Koordinasyon Sistemi (KADİS) oluşturulmuştur.

Kamu diplomasisi alanında faaliyet gösteren tüm paydaş kurum ve kuruluşların katılımlarıyla Ulusal Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi ve Eylem Planı hazırlanmış ve Kamu Diplomasisi İzleme Sistemi (KADİZ) tanzim edilmiştir.



Ulusal Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi ve Eylem Planı, kamu diplomasisi alanındaki çalışmaların bütünlüklü bir iletişim stratejisi ve koordinasyon ile sonuç odaklı, verimli ve hızlı bir şekilde yürütülmesini teminen oluşturulan bu alandaki ilk politika belgesi olma niteliğini taşımaktadır. Strateji Belgesinin temel amacı; ülkemizin uluslararası alanda tanıtımını etkin, verimli ve sistematik bir şekilde gerçekleştirerek ülkemiz ile ilgili uluslararası kamuoyunda olumlu algı yaratmak ve Türkiye markasını güçlendirmektir.

Türkiye, sahip olduğu güçlü kamu diplomasisi araçlarıyla Türkiye markasını güçlendirme, yabancı halklarla diyalog kanallarını geliştirme, uluslararası kamuoyunda ülkemize yönelik pozitif algı yaratma ve olumsuz algıları ortadan kaldırma amaçları doğrultusunda kamu diplomasisi faaliyetlerini sürdürmektedir.



Kamu Diplomasisi Koordinasyon Kurulu I. Toplantısı



Türk Devletleri Teşkilatı Medya ve Enformasyondan Sorumlu Bakanlar ve Üst Düzey Yetkililer Dördüncü Toplantısı



BM Reformu Panelleri Serisi



ABD'de Dijital Ekranlı Araçlarla 15 Temmuz Farkındalık Çalışması



Ara Güler Dijital Fotoğraf Sergisi



Osman Hamdi Bey Dijital Sergisi



Türk Günü Yürüyüşü



Soykırımları Anma Portalı

Türkiye'nin Başlıca Kamu Diplomasisi Aktörleri

Türkiye, genç ve dinamik nüfusu, kültürel zenginlikleri, insani yardımlar alanında öncü rolü, dış politikadaki ilkesel tutumu, sınırları içerisinde demokrasiyi hâkim kılama kararlılığı, dünyanın kritik bölgeleriyle kurduğu güçlü ilişkiler, bölgesel güç kapasitesi ve küresel meselelerde aktör olma kararlılığı ile kamu diplomasisi açısından önemli bir potansiyele sahiptir.

Küresel siyasette başat rol oynamaya çalışan diğer ülkeler gibi Türkiye de kamu diplomasisi alanına büyük önem atfetmekte; güç ve potansiyelini etkin bir strateji temelinde hayata geçirmek için kamu kurum ve kuruluşlarıyla etkili kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmektedir.

- Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı
- Dışişleri Bakanlığı
- Yunus Emre Enstitüsü (YEE)
- Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB)
- Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)
- Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD)
- Türk Kızılay
- Türkiye Maarif Vakfı
- Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB)
- Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT)
- Anadolu Ajansı (AA)
- Türk Hava Yolları (THY)

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Türkiye'nin yumuşak gücünü oluşturan değerlerin uluslararası alanda benimsenmesi, dış politika gündemini belirleyen konularla ilgili araştırma yapılması, uluslararası kamuoyuna doğru bilginin sunulması ve kamu diplomasisi aktörleriyle iş birliği kurarak organizasyonel faaliyetlerin düzenlenmesi için gerekli çalışmaları gerçekleştirmektedir.

Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetlerinin bütünlüklü bir stratejiyle yürütülmesinin sağlanmasında merkezi bir rol üstlenen Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, kamu diplomasisi uygulama alanlarıyla ilgili analitik bir bakış açısı sunmakta ve yabancı halklarla diyaloga geçmek için yumuşak güç enstrümanlarını kullanarak dış politika hedeflerine göre stratejiler geliştirmektedir.



Dışışleri Bakanlığı

Ülkemizin dış politikasının uygulanması ve diplomatik ilişkilerin yürütülmesinden sorumlu olan Dışışleri Bakanlığı, ülkemizin kamu diplomasisi alanındaki etkinliğinin artırılması amacıyla da çalışmalar yürütmektedir.

Yurt dışı temsilciliklerimiz vasıtasıyla faaliyetlerini yürüten Dışışleri Bakanlığı; kültürel, sanatsal ve sosyal etkinlikler düzenlemektedir. Dışışleri Bakanlığı bünyesinde faaliyet gösteren Diplomasi Akademisi, yabancı ülkelerden ülkemize davet edilen diplomatlara yönelik eğitim programları düzenleyerek kamu diplomasisi açısından önemli bir görev üstlenmekte ve ülkemizin doğru şekilde tanıtılmasına katkıda bulunmaktadır.

Ayrıca, 2021 yılında ilki düzenlenen Antalya Diplomasi Forumu, küresel ve bölgesel meseleler hakkında görüş alışverişini sağlamayı, sorunlara çözüm önerileri üzerinde durmayı sağlayan bir platform olarak Türkiye'nin bölgesel ve küresel marka değerine katkıda bulunmaktadır.



Yunus Emre Enstitüsü (YEE)

Türkiye'nin kültürel diplomasisinde önemli bir yer teşkil eden Yunus Emre Enstitüsü, Türkiye'nin dilini, tarihini, kültürünü ve sanatını tanıtmak, dünyanın geri kalanıyla iş birliğini geliştirmek ve ülkemizin yaşamı hakkında doğru bir bilgi sağlamak için çalışmalar yapmaktadır.

Yurt dışında 60'tan fazla kültür merkezi bulunan Yunus Emre Enstitüsü, Türkçe eğitim vermekte, farklı ülkelerdeki eğitim kurumlarıyla iş birlikleri çerçevesinde Türkoloji bölümlerini ve Türkçe eğitimini desteklemekte; kültür, sanat eserlerimizin paylaşılmasına yönelik çeşitli faaliyetler gerçekleştirmektedir.



Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB)

YTB, küresel olarak dağılmış Türk nüfuslar ile ulus ötesinde dayanışma bağları oluşturmak, yurt dışında yaşayan vatandaşlarımızın Türkiye'ye aidiyetlerini korumak, anadil, kültür ve kimliklerini muhafaza etmek ve ikamet ettikleri ülkelerde toplumsal statülerini güçlendirmek için faaliyetler yürütmektedir.

Dünyanın en kapsamlı burs programlarından biri olan Türkiye Bursları ile uluslararası öğrencilere Türkiye'nin prestijli üniversitelerinde eğitim, barınma ve burs imkanı verilmekte, böylece uluslararası öğrenciler ile ülkemiz arasında bir köprü kurulmaktadır. Yurt dışında yaşayan Türk gençlerine yönelik çalışmalar yapılmakta ve gençler için İnsan Hakları Eğitim Programı, Türkiye Stajları, Genç Liderler ve Gençlik Köprüleri gibi programlar yurt dışında yaşayan gençlerimizin hem yaşadıkları ülke dilinde hem de anadillerinde yetkinlik kazanmaları gayesiyle çift dilli eğitim teşvik edilmektedir. YTB ayrıca soydaş ve akraba topluluklarla ekonomik, sosyal ve kültürel bağlar geliştirmek üzere çalışmalar yürütmektedir.



Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA)

Kamu diplomasisi alanında faaliyet gösteren ilk kurumlardan birisi olan TİKA, Türkiye'nin tanıtımı ile Türkçe kullanımının yaygınlaştırılması amacıyla gelişmekte olan ülkelere destek sağlamaktadır.

TİKA, Türkiye'nin dış politika perspektifi doğrultusunda Türkçe konuşan ülkelerle ilişkileri geliştirmek, Türkiye'nin uluslararası vizyonunu paylaşmak, soydaşlarımızla eğitim, sosyal, ekonomik ve kültürel birçok alanda çalışmaya imza atmak üzere beş kıtada 150'ye yakın ülkede kalkınma merkezli iş birliği çalışmaları gerçekleştirmekte ve kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmektedir.



Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD)

AFAD, afet ve toplumsal olaylarda hem yurt içinde hem de yurt dışında icra ettiği yardım faaliyetleriyle kamu diplomasisi alanında öncü kurumlarımızdandır.

AFAD; deprem, sel vb. afetlerden etkilenen ülkelere sağlanan yardımlarla insani diplomasi alanında önemli çalışmalara imza atmaktadır.

AFAD ayrıca 2021 yılından günümüze Türkiye'nin iç savaşta etkilenen Suriyelilere yönelik yardımlarının koordinasyonunu da üstlenmektedir.



Türk Kızılay

İnsani yardım çalışmalarında sadece Türkiye için değil aynı zamanda tüm dünya için de mühim bir yer teşkil eden Türk Kızılay, hem Türkiye’de hem de yurt dışında yaşanan afetler ve krizlerde çeşitli sorumluluklar üstlenmektedir.

Türk Kızılay son 10 yılda 138 farklı ülkede doğal ve insan kaynaklı afetlere müdahale etmiş; kuruluşundan bugüne 147 ülkeye yardım eli uzatmıştır. Filistin, Sudan, Endonezya, Sri Lanka, Kırgızistan, Kosova, Somali, Pakistan gibi ülkelerde konut, okul, toplum merkezi, ibadethane, kamu tesisi gibi kalıcı tesis inşası ve geçim kaynağı temini için yatırımlar yapmıştır.

Türkiye’ye sığınan zorunlu göç mağdurlarına yönelik çalışmalar da sürdüren Türk Kızılay, yürüttüğü insani operasyonlarla Türkiye’yi uluslararası alanda ehemmiyetli bir yere konumlandırmakta ve Türkiye’nin insana verdiği kıymeti uygulamalarla dünyaya sergilemektedir.



Türkiye Maarif Vakfı

2016 yılında kurulan, kültür ve medeniyet etkileşimini “ortak iyi”ye ulaştıracak bir yol olarak gören Türkiye Maarif Vakfı, yurt dışında insanlığın ortak birikim ve değerlerini esas alarak örgün ve yaygın eğitim hizmetleri sağlamakta ve okul öncesi eğitimden üniversite eğitime kadar tüm eğitim süreçlerinde burslar vermektedir. Okullar, eğitim kurumları ve yurtlar gibi tesisler açmakta, yurt içi de dâhil olmak üzere bu kurumlarda görev alabilecek öğretmenleri yetiştirmekte ve bilimsel yayınlar yapmaktadır.

Türkiye Maarif Vakfı, birbirine bağlı bir dünyada ülkemizin üstlenmiş olduğu barış ve istikrar rolünü anlatmak ve karşılıklı anlayış ve güven çerçevesinde sosyal uyum ve diyalogu hayata geçirmek üzere ülkemize hizmet etmektedir.



Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB)

Diyanet İşleri Başkanlığı, inanç diplomasisi alanında gerçekleştirdiği faaliyetlerle dünyanın hemen her noktasında yabancı kamuoylarına ulaşmada önemli bir misyon üstlenmektedir.

Diyanet İşleri Başkanlığı, düzenlediği uluslararası toplantı ve sempozyumlar, yurt dışında tertiplendiği vekaletle kurban kesme organizasyonları, yabancı uyruklu Müslüman öğrencilerin ülkemizde misafir edilmesi, İlahiyat alanında verilen yüksek öğrenim bursları, çeşitli dillere çevrilen dini yayınlar, kardeş şehir projeleri kapsamında ilgili ülkelerde cami ve mescit gibi ibadethanelerin inşası ve restorasyonları gibi faaliyetlerle Türk kamu diplomasisine önemli katkılar sağlamaktadır.

Diyanet İşleri Başkanlığının faaliyetlerine destek olmak ve din hizmetlerinin geniş kitlelere ulaştırılması amacıyla kurulan Türkiye Diyanet Vakfı ise, 49 ülkede faaliyet göstermektedir. Dünyanın dört bir yanında eğitim, kültür, hayır, dini ve sosyal faaliyetler yapan vakıf, ülkemizin yumuşak gücüne katkı sağlamakta, dil, din ırk, cinsiyet ayırt etmeksizin faaliyetlerini sürdürerek inanç diplomasisi alanında faaliyetler yürütmektedir.



Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT)

TRT, 41 dil ve lehçede gerçekleştirdiği yayınlarla tüm dünyaya bilgi ve haber sunmaktadır. İngilizce yayın yaparak uluslararası dinleyicilerle buluşan ve küresel bir izleyici kitlesine sahip TRT World ve TRT World Radio başta olmak üzere; TRT Avaz, TRT Arabi, TRT Kürdi, TRT Russian, TRT Deutsch, TRT Français ve TRT Balkan kanalları vasıtasıyla farklı coğrafyalara hitap etmekte, bu sayede kamu diplomasisi faaliyetlerine katkı sağlamaktadır.



Anadolu Ajansı (AA)

6 Nisan 1920'de kurulan Türkiye'nin en köklü haber ajansı olan Anadolu Ajansı'nın 100 ülkede temsilciliği ve 41 merkezde ofisi bulunmaktadır.

Türkiye'nin değerlerinin anlatılmasına yardımcı rolü ve küresel erişimi ile Anadolu Ajansı, 13 dilde yaptığı yayınlarla Türkiye'nin kamu diplomasisinde önemli bir role sahiptir.



Türk Hava Yolları (THY)

Ülkelerin önde gelen şirketlere sahip olması ve bu şirketlerin yabancı ülkelerdeki faaliyetleri, ülkelere ekonomik çıkar sağlamanın yanı sıra ülkenin yumuşak gücünü artırmasına ve tanınmasına da imkan sağlamaktadır. Türkiye'nin bayrak taşıyıcı hava yolu şirketi olan THY, geniş uçuş ağına sahip uluslararası şirket profili sayesinde ulaştığı destinasyonların yanı sıra sponsorluklarıyla da hem Türkiye markasına hem de ülke tanıtımına katkı sağlamaktadır.

Dünyaca tanınan isimlerle reklamlar yapan ve global yapıyla dış paydaşlarla ilişkiler kuran Türk Hava Yolları, uluslararası yönetim işlevi ile Türkiye'nin uluslararası toplumla diyalogunda bir köprü oluşturmakta ve değerlerimizin aktarılmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca THY; basketbolda EuroLeague, golfte Turkish Airlines Open, Turkish Airlines World Golf Cup, futbolda FK Sarajevo, River Plate, buz hokeyinde IFK Helsinki gibi uluslararası etkinlik ve spor kulübü sponsorluklarıyla da Türk markasının itibarını artırmaktadır.



Kaynakça

- Aydemir, E. (2016). Dış Politikada Yumuşak Güç ve Medya. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Aydemir, E. (2018). Kamu Diplomasisi: Ülkeler, Avrupa Birliği, Kurumlar ve Uygulamalar. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Cull, N. J. (2009). Public Diplomacy: Lessons from the Past. Los Angeles: Figueroa Press.
- Cull, N. J. (2010). "Public Diplomacy: Seven Lessons for Its Future From Its Past", Place Branding and Public Diplomacy. Vol 6, No 1,11-17.
- Değirmencioğlu, N. & Yalçın Ö. (2020). Radyoda Dış Yayıncılık, Ankara: TRT Akademi.
- Gökırmak, M. (2011). "Küreselleşen Dünyada Diplomasi: Kamu Diplomasisi". Küreselleşen Dünyada Değişimin Farklı Yüzleri; Disiplinlerarası Bir Yaklaşım (Ed: Neslihan Sam, Ali Rıza Sam). Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Ersoy Öztürk, T., Dış Politikada Etkin Unsurlar Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi Etkinliği. <http://kamudiplomasisi.org/pdf/tugceersoyozturk.pdf> (Erişim tarihi : 22.09.2022)
- Göksu, O. (2019). "Kamu Diplomasisi Perspektifiyle Gaziantep'in Suriyeli Mültecilere Yönelik Planları, Eylemleri ve Uygulamaları", Kamu Diplomasisinde Yeni Yönelimler. Ed. Oğuz Göksu, Konya: Literatürk, s.199-223.
- Ökmen, Y. E. ve Göksu, O. (2019). "Kültürel Diplomasisi Bağlamında Türk Dizilerinin İhracatı ve Kültür Aktarımına Katkısı: 'Diriliş Ertuğrul' Örneği", Kamu Diplomasisinde Yeni Yönelimler. Ed. Oğuz Göksu, Konya: Literatürk, 247-291.
- Gregory, B. (2011). American Public Diplomacy: Enduring Characteristics, Elusive Transformation, The Hague Journal of Diplomacy, 6:3/4: 353-369.
- Karadağ, H. (2020). Uluslararası İlişkilerde Yeni Bir Boyut Kamu Diplomasisi. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Mark, S. (2009). "A Greater Role For Cultural Diplomacy", Discussion Papers in Diplomacy. Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'.
- Leonard, M. (2002). Public Diplomacy. London: The Foreign Policy Center.
- Nye, J. S. (1990). Soft Power. Foreign Policy, No. 80, 153-171.
- Nye, J. S. (2005). Dünya Siyasetinde Başarının Yolu Yumuşak Güç. Çev. Reyhan İnan Aydın, Ankara: Elips Kitap.
- Nye, J. S. ve Welch, D. (2013). Küresel Çatışmayı ve İşbirliğini Anlamak. Çev. Renan Akman, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Okumuş, M. (2021). Bir Dini Diplomasi Aktörü Olarak Diyanet İşleri Başkanlığı'nın Dijital Hesaplarının Diyalogsal İlişki, Medya ve Din Araştırmaları Dergisi Cilt :4, No :1, 153-170

Özkan, A. (2015). 21. Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi İmkânları. Stratejik Rapor, No: 70, İstanbul: TASAM Yayınları

Özkan, A. (2016). Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Park, S. J. ve Lim, Y. S. (2014). "Information Networks and Social Media Use in Public Diplomacy: a Comparative Analysis of South Korea and Japan", *Asian Journal of Communication*. Vol 24, Issue 1, 79-98.

Rugh, W. A. (2014). *Front Line Public Diplomacy: How US Embassies Communicate with Foreign Publics*. New York: Palgrave Macmillan.

Sancar, G. A. (2012). *Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beta Basım Yayım.

Signitzer, B ve Wamser, C. (2006). *Public Diplomacy: A Specific Governmental Public Relations Functions*", *Public Relations Theory II*. (Der.) Carl Botan ve Vincent Hazelton. New Jersey: Lawrence Erlbaum.

Snow, N. (2009). "Rethinking Public Diplomacy", *Handbook of Public Diplomacy*, Ed. Nancy Snow ve Philip M. Taylor, New York: Routledge, 3-11.

Szondi, G. (2009). "Central and Eastern European Public Diplomacy." Ed : Snow N., ve Taylor, P.) *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, Routledge. 292-313.

Tiedeman, A. (2005). *Branding America: An Examination of U.S. Public Diplomacy Efforts After September 11, 2001.*, Master Thesis., Tufts University the Fletcher School of Law and Diplomacy.

Tuch, H. N. (1990). *Communicating With the World: U.S. Public Diplomacy Overseas*. New York: St.Martin's Press.

Yağmurlu, A. (2019). *Dijital Diplomasi: Kamu Diplomasisi Çerçevesinden Avrupa Birliği Üye Ülkeleri ve Türkiye Dışişleri Bakanlıkları İnternet Uygulamaları*. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Cilt:7 No:2, 1267-1295.

Yılmaz, A. N., & Kılıçoğlu, G. (2019). *İpeğe Sarılmış Çelik: Türkiye'nin Yumuşak Gücü ve Kamu Diplomasisi*. Ankara: Berikan Yayınevi.

Zhang, J. (2013). "A Strategic Issue Management (SIM) Approach to Social Media Use in Public Diplomacy", *American Behavioral Scientist*. Vol: 57 No:9, 312-1331.

Zöllner, O. (2009). "German Public Diplomacy: The Dialogue of Cultures", *Handbook of Public Diplomacy*, Ed. Nancy Snow ve Philip M. Taylor. New York: Routledge, 260-269.



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
CUMHURBAŞKANLIĞI
İLETİŞİM
BAŞKANLIĞI

KAMU DİPLOMASİSİ *NEDİR?*



ISBN: 978-625-7377-29-4



9 786257 377294