

iletis.im

GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM DERGİSİ
GALATASARAY UNIVERSITY JOURNAL OF COMMUNICATION
UNIVERSITE GALATASARAY REVUE DE COMMUNICATION



OCAK
JANUARY 2021
JANVIER

Özel Sayı: 6

Yeni Kamu Diplomasisi: Diyalog ve İlişki İnşa Etme

Özel Sayı Editörü: Gaye Aslı Sancar Demren

Türkiye’de Düşünce Kuruluşlarının Dış Politika Bağlamında
Kamu Diplomasisi İşlevleri
Umur Bedir

Bollywood Sinemasını Kamu Diplomasisi Bağlamında Yeniden İncelemek:
Bajrançi Bhaijaan Üzerine Bir İnceleme
Zindan Çakıcı, Emre Meriç

İskandinavya’nın Bilim Diplomasisindeki Rolü: Nobel Ödülleri Örneği
Yeliz Kulalı Martin

Bilim Diplomasisi ve Bilim Halkla İlişkileri Bağlamında “American
Association for the Advancement of Science” (AAAS) ve “Royal Society”
Örnekleri Üzerinden Türkiye İçin Bir Model Önerisi
Gonca Yıldırım, Deniz Akbulut

Kamu Diplomasisinde İnsani Diplomasi Temelli Diyalog: Uluslararası İnsani
Diplomasi Aktörlerinin Twitter Hesapları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz
Yaşar Şekerçi

Dijital Diplomaside Instagram Aracılığıyla Sosyal Medya Fenomenlerinin
Kullanımı: Troya Ören Yeri Örneği
İlgar Seyidov, Beris Artan Özoran

İleti-ş-im özel sayı: 6 • ocak/january/janvier 2021

Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Bilimsel Hakemli Dergidir.

Bu esere ilişkin olarak Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndan doğan haklar saklıdır. Burada yer alan makalelerde ileri sürülen görüşler yazarlarına aittir. Yayın Kurulu, makalelerde ileri sürülen görüşlerden dolayı herhangi bir sorumluluk üstlenmemektedir.

İleti-ş-im, Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından, yılda iki kez Haziran ve Aralık aylarında yayınlanan, hakemli ve açık erişimli bir akademik dergidir. İleti-ş-im, ULAKBİM TR Dizin - Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı, Directory of Open Access Journals (DOAJ), EBSCO Communication & Mass Media Complete (CMMC) ve Index Copernicus tarafından taranmaktadır.

İleti-ş-im is a peer-reviewed open access journal published biannually every June and December by Galatasaray University Faculty of Communication. İleti-ş-im is indexed by ULAKBİM Social and Human Sciences Database, Directory of Open Access Journals (DOAJ), EBSCO Communication & Mass Media Complete (CMMC) and Index Copernicus.

İleti-ş-im est une revue scientifique en libre accès à comité de lecture, publiée semestriellement en juin et en décembre par la Faculté de Communication de l'Université Galatasaray. İleti-ş-im est indexé par ULAKBİM Base de données des sciences sociales et humaines, Directory of Open Access Journals (DOAJ), EBSCO Communication & Mass Media Complete (CMMC) et Index Copernicus.

Editor / Editor / Directeur de la publication

Vildan Mahmutoğlu

Editor Yardımcıları / Assistant Editors / Secrétariat d'édition

İdil Engindeniz
Betül Aydoğan

Sekreteryaya

Yaşar Şekerci
Onurcan Güden

İleti-ş-im Dergisi Yayın Kurulu

Prof. Dr. İnci ÇINARLI (Başkan)
Doç. Dr. Vildan MAHMUTOĞLU (Editör)
Prof. Dr. Kerem RIZVANOĞLU
Doç. Dr. Nebahat AKGÜN ÇOMAK
Doç. Dr. Elgiz YILMAZ ALTUNTAŞ
Doç. Dr. Fülürya YUSUFOĞLU

Yayın Danışma Kurulu / Advisory Board / Comité Scientifique

Ümit ATABEK / Yaşar Üniversitesi
Oya Şaki AYDIN, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Suavi AYDIN / Hacettepe Üniversitesi
Abdel BENCHENNA, Université Paris 13
Mutlu BINARK, Hacettepe Üniversitesi
Kadri BOUALEM, Université du Québec a Montréal
Michel BOURSE, Galatasaray Üniversitesi
Patrick BRUNETEAUX, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
Seçil BÜKER, Gazi Üniversitesi
Mete ÇAMDERELİ, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Özden CANKAYA, Aydın Üniversitesi
Dilruba ÇATALBAŞ ÜRPER, Galatasaray Üniversitesi
Özlem DANACI YÜCE / Galatasaray Üniversitesi
Pierre DUMONT, Université Paul Valéry
Çiler DURSUN, Ankara Üniversitesi
Gino GRAMACCIA / Université Bordeaux Montaigne
Martine JOLY, Université Paris-Sorbonne
Raşit KAYA, Ortadoğu Teknik Üniversitesi
Şükran KUYUCAK ESEN, Marmara Üniversitesi
Thierry LANCIEN, Université Bordeaux Montaigne
Yves LAVOINNE, Université Robert Schuman
Gül Rengin KÜÇÜKERDOĞAN, Hasan Kalyoncu Üniversitesi
Tristian MATTELART, Université Paris 8
Dominique MARCHETTI, Centre Jacques Berque
Oğuzhan ÖZCAN, Koç Üniversitesi
Ruken ÖZTÜRK / Ankara Üniversitesi
Nil ÖZÇAĞLAR TOULOUSE / Université Lille Nord de France
Tarik SABRY, University of Westminster
Jean-François TETU, Université de Lyon 2
Nilüfer TİMİSİ, İstanbul Üniversitesi
Nurçay TÜRKÖĞLU, Arel Üniversitesi
Billur ULGER / Yeditepe Üniversitesi
Ayşegül YARAMAN, Marmara Üniversitesi
Helene-Marie-MONTAGNAC / Université Bordeaux Montaigne

ISSN 1305-2411

E-ISSN 2548-124X

Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi adına sahibi / Owner, in the name of Faculty of Communication / Propriétaire au nom de la Faculté de Communication

İnci Çınarlı, Dekan / Dean / Doyenne



Özel Sayı Editörü

Gaye Aslı Sancar Demren

Özel Sayı Editör Yardımcıları

Betül Aydoğan
Yaşar Şekerci
Onurcan Güden

Sayfa Tasarımı-Uygulama / Page Design - Application / Mise-en Page

Özgür Öztürk

Kapak Tasarım / Cover Design / Design de la Couverture

Kerem Rizvanoğlu

İleti-ş-im

Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi
Çırağan Caddesi, No: 36 34349
Ortaköy/İstanbul
<http://iletisimdersigi.gsu.edu.tr>
Tel: +90 212 227 44 80
Faks: +90 212 227 51 48

Baskı - Cilt / Published in / Editeur

Yazın Basın Yayın Matbaacılık Trz. Tic. Ltd.Şti.
(Sertifika No: 12028)
Çifttehavuzlar Cd. Maltepe Mh. Prestij İş Merkezi
No: 27/806 K:9 Zeytinburnu/İstanbul
Beta Basım Yayımlar Dağıtım A.Ş.
Tel: +90 212 511 54 32
Faks: +90 212 513 87 85

İÇİNDEKİLER

- 4** **Sunuş**
Gaye Aslı Sancar Demren
- 7** ***Türkiye’de Düşünce Kuruluşlarının Dış Politika Bağlamında Kamu Diplomasisi İşlevleri***
Umur Bedir
- 36** ***Bollywood Sinemasını Kamu Diplomasisi Bağlamında Yeniden İzlemek: Bajrangı Bhaijaan Üzerine Bir İnceleme***
Zindan Çakıcı, Emre Meriç
- 57** ***İskandinavya’nın Bilim Diplomasisindeki Rolü: Nobel Ödülleri Örneği***
Yeliz Kulalı Martin
- 75** ***Bilim Diplomasisi ve Bilim Halkla İlişkileri Bağlamında “American Association for the Advancement of Science” (AAAS) ve “Royal Society” Örnekleri Üzerinden Türkiye İçin Bir Model Önerisi***
Gonca Yıldırım, Deniz Akbulut
- 107** ***Kamu Diplomasisinde İnsani Diplomasi Temelli Diyalog: Uluslararası İnsani Diplomasi Aktörlerinin Twitter Hesapları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz***
Yaşar Şekerci
- 139** ***Dijital Diplomaside Instagram Aracılığıyla Sosyal Medya Fenomenlerinin Kullanımı: Troya Ören Yeri Örneği***
İlgar Seyidov, Beris Artan Özoran

Sunuş

Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi olarak “Yeni Kamu Diplomasisi: Diyalog ve İlişki İnşa Etme” konulu özel sayımızı yayınlamanın gururunu yaşıyoruz. Kamu diplomasisi alanına verdiğimiz önem, bu dersi Stratejik İletişim Yönetimi Tezli Yüksek Lisans Programı kapsamında lisansüstü derecesinde müfredata koyan ilk Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı olmamızla başladı ve yıllardır alanla ilgili özgün tezler yaratan, bu alanda çalışan akademisyenleri yetiştirme misyonu ile devam ediyor.

Yine Fakültemiz tarafından düzenlenen Stratejik İletişim Yönetimi Konferansları kapsamında 18 Aralık 2019 tarihinde gerçekleşen “Yeni Kamu Diplomasisi Diyalog ve İlişki İnşa Etme” konulu konferans kamu diplomasisi alanında çalışan akademisyenleri Galatasaray Üniversitesi çatısı altında bir araya getirmiştir.

Özel Sayımızda yer alan ilk 3 makale de gerçekleştirdiğimiz konferansın çıktısı olarak alana katkı sağlamaktadır. “Türkiye’de Düşünce Kuruluşlarının Dış Politika Bağlamında Kamu Diplomasisi İşlevleri” başlıklı çalışmada Umur Bedir, Türkiye’de düşünce kuruluşlarının kamu diplomasisi için hangi faaliyetlerde bulduklarını ve faaliyetlerini hangi amaçla gerçekleştirdiklerini ele almaktadır.

Kamu diplomasisinde önemli bir araç olan sinemanın yumuşak güç unsuru olarak verdiği mesajları ele aldıkları “Bollywood Sinemasını Kamu Diplomasisi Bağlamında Yeniden İzlemek: Bajrangi Bhaijaan Üzerine Bir İnceleme” başlıklı yazılarında Zindan Çakıcı ve Emre Meriç Bajrangi Bhaijaan filminin göstergebilimsel analizi ile Bollywood’un Hindistan’a dair birçok yumuşak güç unsurunu nasıl tanıttığı ve Pakistanlıları nasıl temsil ettiğini analiz etmişlerdir.

Kamu diplomasisinde az çalışılmış bir alan olan bilim diplomasisi konusu ise Yeliz Kulalı’nın “İskandinavya’nın Bilim Diplomasisindeki Rolü: Nobel Ödülleri Örneği” başlıklı yazısında öne çıkmaktadır. Yazısında Nobel Ödülleri’nin, İskandinav coğrafyasının bilim diplomasisi hedeflerinde nasıl bir yer tuttuğunu analiz eden Kulalı, İskandinav ülkelerinin genel dış politika hedefleri bağlamında her sene Stockholm’de verilen Nobel ödüllerinin bu ülkelerin imajı üzerindeki rolünü tartışmaktadır.

Bilim diplomasisi ile ilgili bir diğer yazıda Gonca Yıldırım ve Deniz Akbulut dünyanın önde gelen iki kurumu üzerinden Türkiye için bir model önermektedirler. “Bilim Diplomasisi ve Bilim Halk-

la İlişkileri Bağlamında American Association for the Advancement of Science (AAAS) ve Royal Society Örnekleri Üzerinden Türkiye İçin Bir Model Önerisi” başlıklı yazılarında Yıldırım ve Akbulut, ‘bilim diplomasisi’ aracılığıyla uluslararası sorunların çözümü için ortak kararların alınması ve yürütülmesi için bilimsel iş birliklerinin kurulabileceğinin altını çizerek Türkiye Bilim Diplomasisi Kurumu kurulmasını önermektedirler.

“Kamu Diplomasisinde İnsani Diplomasi Temelli Diyalog: Uluslararası İnsani Diplomasi Aktörlerinin Twitter Hesapları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz” başlıklı yazısında Yaşar Şekerci, dünyada en çok yardım yapan ve uluslararası insani diplomasinin ana aktörleri olan Türk Kızılayı, Amerikan Kızılhaçı, İngiliz Kızılhaçı, Alman Kızılhaçı ve Kanada Kızılhaçı’nın sosyal ağları insani diplomasi açısından hangi düzeyde kullandıklarını ve kullanıcılarla diyalog temelli etkileşime girip girmediklerini ele almaktadır.

Yeni kamu diplomasisi bağlamında karşımıza çıkan bir diğer önemli kavram olan dijital diplomasi ülkelerin mesajlarını yabancı hedef kitlelere iletmek için önemli bir rol oynamaktadır. Özel sayımızın son yazısı olan “Dijital Diplomaside Instagram Aracılığıyla Sosyal Medya Fenomenlerinin Kullanımı: Troya Ören Yeri Örneği” başlıklı yazılarında İlgar Seyidov ve Beris Artan Özoran Troya Ören Yeri’nin UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi’ne alınmasının 20’nci yılı nedeniyle Turizm ve Kültür Bakanlığı tarafından bölgeye davet edilen sosyal medya fenomenlerinin Türkiye’nin tanıtımı için Instagram üzerinden gerçekleştirdiği paylaşımları analiz etmektedirler.

Özel sayımıza katkıda bulunan tüm yazarlarımıza, hakemlerimize, yayın kurulumuza ve özverili çalışmalarını için editör yardımcılara teşekkür ederek, yayınladığımız tüm yazıların kamu diplomasisi alanında çalışanlara referans olmasını dileriz...

Doç. Dr. Gaye Aslı SANCAR DEMREN

Özel Sayı Editörü

Türkiye’de Düşünce Kuruluşlarının Dış Politika Bağlamında Kamu Diplomasisi İşlevleri¹

Umur Bedir

Dr. Öğr. Üyesi

umurbedir@aydin.edu.tr

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi

Orcid: 0000-0002-6313-4028

Abstract

Functions of Think Tanks in Turkey in The Context of Public Diplomacy and Foreign Policy

The most known function of think tanks is to develop alternative policy advice for governments and decision-makers. However, think tanks are also intellectual organizations that produce not only concrete research outputs such as books, reports, analysis, policy notes, press releases, but also “relational processes and interactions” among different actors, such as national and international politicians, bureaucrats, business, academics, opinion leaders, media, and civil society. These relational positions make think tanks an important actor of public diplomacy. Think tanks in Turkey can engage in public diplomacy activities to explain Turkey’s foreign policy argument and paradigm to their international counterparts, keeping the country’s image strong abroad, they have functions such as develop civil, intellectual, political, and cultural relations to pave the way for the country’s official foreign policy moves. They provide information about developments in Turkey to foreign academic and diplomatic communities, media, and business and to present their opinions and suggestions on developments in different countries. For these purposes, think tanks publishing content in foreign languages, participate in international policy networks, and organize joint projects, meetings, and events to keep their relations with external stakeholders strong. The main objective of the study

¹ Bu araştırma yazarın 2017 yılında tamamlanan “Türkiye’de Muhafazakâr Düşünce Kuruluşlarının Kamuoyu Oluşturma Faaliyetleri” başlıklı doktora tezi kapsamında gerçekleştirildiği saha çalışmalarının bulgularından yararlanılarak hazırlanmıştır.

is to reveal what kind of activities Turkey-based think tanks are carried out in the context of public diplomacy and what are their basic motivations and success criteria in these activities. In this context, the findings of in-depth interviews with 15 Turkey-based think tanks were used.

keywords: *Think tanks, public diplomacy, foreign policy, international relations, political communication*

Resumé

Fonctions des Think Tanks en Turquie Dans le Contexte de la Diplomatie Publique et de la Politique Étrangère

La fonction la plus connue des think tanks est de développer des conseils politiques alternatifs pour les gouvernements et les décideurs. Cependant, les think tanks sont également des organisations intellectuelles qui produisent non seulement des résultats de recherche concrets tels que des livres, des rapports, des analyses, des notes de politique, des communiqués de presse, mais aussi des « processus relationnels et des interactions » entre différents acteurs, tels que les politiciens nationaux et internationaux, les bureaucrates, entreprises, universitaires, leaders d'opinion, médias et société civile. Ces positions relationnelles font des think tanks un acteur important de la diplomatie publique. Les think tanks en Turquie peuvent s'engager dans des activités de diplomatie publique pour expliquer l'argument et le paradigme de la politique étrangère de la Turquie à leurs homologues internationaux, en gardant l'image du pays forte à l'étranger, ils ont des fonctions telles que le développement des relations civiles, intellectuelles, politiques et culturelles pour ouvrir la voie à la politique étrangère officielle du pays évolue. Ils fournissent des informations sur les développements en Turquie aux communautés académiques et diplomatiques étrangères, aux médias et aux entreprises et présentent leurs opinions et suggestions sur les développements dans différents pays. À ces fins, les groupes de réflexion publient du contenu en langues étrangères, participent à des réseaux internationaux de politique et organisent des projets, des réunions et des événements communs pour maintenir leurs relations avec les parties prenantes externes solides. L'objectif principal de l'étude est de révéler le type d'activités menées par les groupes de réflexion basés en Turquie dans le contexte de la diplomatie publique, ainsi que leurs motivations fondamentales et leurs critères de réussite dans ces activités. Dans ce contexte, les résultats d'entretiens approfondis avec 15 think tanks basés en Turquie ont été utilisés.

mots-clés: *Think tanks, diplomatie publique, politique étrangère, relations internationales, communication politique*

Öz

Düşünce kuruluşlarının en bilinen işlevi hükümetler ve karar alıcılar için alternatif politika önerileri geliştirmektir. Ancak bu kuruluşlar yalnızca fikirler veya kitap, rapor, analiz, politika notu, basın bildirisi gibi somut araştırma çıktıları değil, aynı zamanda ulusal ve uluslararası alanda siyasetçiler, bürokratlar, iş insanları, akademisyenler, kanaat önderleri, medya ve sivil toplum temsilcileri gibi farklı aktörler arasında "ilişkisel süreçler ve etkileşimler" de üreten entelektüel yapılardır. Bu ilişkiye açık konumları düşünce kuruluşlarını kamu diplomasisinin de önemli birer aracı haline getirir. Türkiye'deki düşünce kuruluşları, Türkiye'nin dış politika argümanlarını, paradigmasını uluslararası muhataplarına anlatmak, ülkenin imajını yurt dışında güçlü tutmak, ülkenin dış politika hamlelerinin önünü açacak sivil, entelektüel, siyasi ve kültürel ilişkiler geliştirmek, Türkiye'deki gelişmelerle ilgili yurt dışındaki akademik, diplomatik çevrelere, medyaya ve iş insanlarına bilgi sağlamak, farklı ülkelerde yaşanan gelişmelerle ilgili görüş ve önerilerini sunmak amacıyla kamu diplomasisi faaliyeti yürütebilirler. Söz konusu amaçlar doğrultusunda düşünce kuruluşları yabancı dilde yayınlar yapmakta, uluslararası politika ağlarına dâhil olmakta, dış paydaşlarla ilişkilerini güçlü tutacak ortak projeler, toplantılar ve etkinlikler gerçekleştirmektedirler. Araştırmanın temel amacı Türkiye merkezli düşünce kuruluşlarının kamu diplomasisine yönelik ne tür faaliyetlerde bulduklarını, bu faaliyetlerdeki temel motivasyonlarının ve başarı kriterlerinin ne olduğunu ortaya koymaktır. Bu kapsamda 15 adet düşünce kuruluşuyla gerçekleştirilen derinlemesine görüşmenin bulgularından ve bu kuruluşların yayımladığı faaliyet raporlarından yararlanılmıştır.

anahtar kelimeler: Düşünce Kuruluşları, kamu diplomasisi, dış politika, uluslararası ilişkiler, siyasal iletişim

Giriş

Düşünce kuruluşları en kapsayıcı tanımıyla “kamu politikaları araştırmaları ve analizleri yapan”, bu yolla kamuoyunu ve siyasal karar alıcıları bilgilendirerek politik tercihlerini etkilemeye çalışan ve “bağımsız olabileceği gibi, siyasal partilere, hükümetlere, çıkar gruplarına veya özel şirketlere bağlı olarak çalışabilen” sivil organizasyonlardır (McGann, 2015, s. 8). ABD ve Birleşik Krallık’ta 19. yüzyılın sonlarında ortaya çıkan düşünce kuruluşları, 20. yüzyıl boyunca, özellikle de 1980’lerin ardından tüm dünyaya ölçeğinde yaygınlaşmıştır. Öyle ki, dünyadaki mevcut düşünce kuruluşlarının üçte ikisi bu dönemde ortaya çıkmıştır. Düşünce kuruluşlarının varlığı Güney Doğu Asya’ya, Latin Amerika’ya, Arap Yarımadasındaki ve Afrika’daki gelişmekte olan ülkelere kadar yayılmıştır (Rich, 2004, s. 44). Bu dönemde Birleşmiş Milletler (BM), Dünya Bankası (DB), Uluslararası Para Fonu (IMF), Dünya Ticaret Örgütü (DTO), Avrupa Komisyonu (AK) ve çeşitli uluslararası özel fonlar, merkezin dışında kalan (özellikle Sovyet sonrası dönemde Doğu ve Orta Avrupa’daki) ülkelerde Batı tipi düşünce kuruluşlarının gelişmesine destek verdi. Bu kuruluşlar ise buldukları ülkelerde, yeni tek kutuplu dünya düzeninin hegemonyasına dayanan Batılı liberal değerlerin ve piyasa ekonomisi mantığının çevre ülkelere ihraç edilmesinde önemli rol oynadı (Krastev, 2000, s. 275). Düşünce kuruluşlarının yaygınlaşmasında küreselleşmenin etkisiyle kapalı rejimlerin dışarıya açılması, yerel seçkinlerin güçlenmesi, politikanın karmaşıklaşmasıyla ekonomide, dış ilişkilerde, yönetim süreçlerinde ve farklı siyasal konularda bilgiye olan ihtiyacın artması ve okur-yazarlık oranının artması belirleyici olmuştur (Stone, 2004, s. 6).

1980’lerin ardından düşünce kuruluşları alanında gözlemlenen bir diğer önemli dönüşüm ise bu kuruluşların araştırma konuları, organizasyonları veya çalışma şekilleri bağlamında giderek uluslararasılaşmasıdır. Küreselleşmenin etkisiyle siyasi, ekonomik, toplumsal vs. sorunlar da uluslararası bir nitelik göstermeye başlamış, iletişim ve ulaşım teknolojileri gelişmiş, buna paralel olarak, düşünce kuruluşları da ulus ötesi hareketliliğe, iş birliğine ve ortak araştırmalara daha yatkın hale gelmiştir. Bunda en büyük pay bağımsız araştırmaları fonlayan, araştırma, analiz veya ideolojik argümana ihtiyaç duyan ulus ötesi şirketlerin, vakıfların ve devlete bağlı olmayan diğer kuruluşların artması ve çeşitlenmesidir. Bu bağlamda büyük kuruluşlar, dünyanın farklı yerlerinde temsilcilik açabilmekte, benzer konular üzerine çalışan veya benzer ideolojileri savunan kuruluşlar birleşerek uluslararası ‘düşünce kuruluşu ağları’ oluşturabilmektedir (Stone, 2004, s. 40). Hatta bu süreçle beraber, düşünce kuruluşları ülkelerin dış politikaları üzerindeki etkisini arttırmaya, aynı zamanda yabancı ülkelerin karar alıcılarını, kamuoylarını, ekonomik, siyasi ve kültürel elitlerini etkileyen bir yumuşak güç unsuru ve kamu diplomasisinin bir aracı olarak işlev kazanmaya başlamışlardır. Öyle ki günümüzde düşünce kuruluşları yabancı ülkelere gerçekleştirilen diplomatik ziyaretlerin önemli birer parçası olmuş ve resmi heyetlere eşlik eder hale gelmiştir.

Çoğunlukla geleneksel devlet merkezli diplomasiye karşıtlık üzerinden okunan kamu diplomasisi kavramı, özellikle küreselleşmenin etkisini hızla

arttırdığı dünya konjonktüründe, “uluslararası ilişkiler alanında yaşanan dönüşümlerin yansıması olarak, devletlerin diplomatik pratiklerinde yaşanan geniş ölçekli değişimlere” gönderme yapar. Geçmişte yalnızca Dışişleri Bakanlıkları ve Konsolosluklar arasında yürüyen geleneksel diplomasiyi temsil rejimi, kamu diplomasisi ile beraber şirketlerin, çıkar gruplarının, medyanın, sivil toplum temsilcilerinin ve bireylerin de dahil olmasıyla yeni bir boyut kazanmıştır (Melissen, 2005, xix). Ülkelerin resmî kurumları arasında gerçekleşen geleneksel diplomasiyi dışında, kamu diplomasisi hükümetlerin, “diğer ülkelerin halklarını etkilemek ve onlarla iletişime geçmek için kaynaklarını harekete geçirdiği bir araçtır”. Kamu diplomasisinde temel amaç, diğer ülkeler ve onların farklı toplum katmanları üzerinde “soft power (yumuşak güç)”² kurmaktır (Sancar, 2014, s. 169). Dolayısıyla klasik diplomasiye devletten-devlete resmi ilişki süreci, kamu diplomasisinde devletten-diğer halklara ve halklardan-halklara yönelik çok boyutlu ve çok aktörlü iletişimsel süreçlerle genişlemektedir. Bu noktada yalnızca hükümetler değil uluslararası organizasyonlar, sivil oluşumlar, medya ve hatta şahıslar da süreçlere dâhil olabilmekte, kültür, eğitim, medya, sanat, spor, bilim, teknoloji kamu diplomasisi uygulamaları çerçevesinde işlevsel olabilmektedir (Yıldırım, 2015). Yeni kamu diplomasisi anlayışında “dış kamuların yanı sıra iç kamular da hedef kitle olarak kabul edilse de” araştırmamızda düşünce kuruluşları yalnızca dış kamulara ve dış politikaya yönelik faaliyetleri bağlamında ele alınmıştır (Köksoy, 2019, s. 15).

Literatürden en yaygın görüş, kamu diplomasisinin resmi dış politika yapımının ayrılmaz bir parçası olduğu ve “ulus devletin kamu diplomasisi süreçlerinden ayrı düşünülmemeyeceği” yönündedir. Bu bağlamda “ülkelerin spesifik uluslararası politikalarının uygulanabilmesi adına elverişli bir ilişkisel ortamı beslemek suretiyle bu politikaların savunuculuğunu yapmak kamu diplomasisinin olmazsa olmazı sayılır. Ancak bu hâkim görüşe karşı çıkan kimi bakış açılarını da görmek mümkündür. Bunlar ise devletin önceliğine karşı çıkmakta, devletin daha çok kamu diplomasisinin sponsoru ve iletişimsel aktörlerden birisi olarak konumlanması gerektiğini savunmaktadır (Wang, 2005, s. 93). Düşünce kuruluşları da günümüzde yalnızca bilgi ve politika önerileri değil, aynı zamanda ulusal ve uluslararası düzeyde karar alıcılar, medya, sivil toplum, kanaat önderleri, iş insanları, entelektüeller gibi farklı toplumsal katmanlar arasında ilişkisel süreçler üretmekte ve bu yönüyle kamu diplomasisinin bir aracı haline gelmektedir. Bu araştırmada temel amaç, Türkiye’de düşünce kuruluşlarının kamu diplomasisi faaliyetlerini ve bu faaliyetlerdeki motivasyonlarını ve başarı kriterlerini ortaya koymaktır.

Araştırmada temelde aşağıdaki dört soruya yanıt aranmaktadır:

Türkiye’de düşünce kuruluşları kamu diplomasisi bağlamında ne tür faaliyetlerde bulunmaktadır?

Düşünce kuruluşları hangi amaçlarla kamu diplomasisi faaliyetlerinde bulunmaktadır?

2 Yumuşak güç kavramı, fiziksel güç ve büyük finansal kaynaklar harcamaksızın “amaçlarına ulaşmak için diğerlerini ikna etmek ve güdülemek” anlamına gelir (Nye, 2003)

Düşünce kuruluşlarının kamu diplomasisi faaliyetleri bağlamında başarı kriterleri nelerdir?

İdeolojik yönelimlerine bağlı olarak düşünce kuruluşlarının kamu diplomasisi faaliyetleri nasıl farklılaşmaktadır?

Araştırmanın evrenini Türkiye’de faaliyet göstermekte olan 45 adet düşünce kuruluşu oluşturmaktadır. Örneklem olarak seçilen 15 adet kuruluşun temsilcileriyle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde ilgili kuruluşun geçmişi, genel faaliyetleri ve organizasyon yapısı, bütçe ve proje gelirlerinin yanı sıra, Türkiye’nin dış politikasına dair belirledikleri vizyon, uluslararası partnerlikleri ve iş birlikleri, dış ülkelerdeki karar alıcılarla, sivil toplumla ve medyayla ilişkileri, bu anlamda yürüttükleri ortak projeler, eğitim, toplantı, seminer ve yayın faaliyetleri gibi konularda kapsamlı bilgi alınmıştır. Öte yandan kuruluşların güncel faaliyet raporları incelenmiştir.

Konuya ilişkin alan yazına bakıldığında Türkiye bağlamında düşünce kuruluşlarının dış politikadaki rolleri ve özellikle de güvenlik stratejilerinin belirlenmesindeki etkileri üzerine kısıtlı bir literatürün olduğu görülebilir. Konu üzerine, Serhat Güvenç tarafından kaleme alınan “Türkiye Dış Politikası ve Düşünce Kuruluşları” (2006), “Türkiye’de Düşünce Kuruluşları ve Uluslararası İlişkiler Disiplini” (2007) ve “Seeking Influence In Foreign Policy Making: Turkey’s Experiment With Think Tanks” (2009) başlıklı araştırmalar bu anlamda öncüdür. Güvenç bu çalışmalarda tarihsel süreç içerisinde Türkiye’de düşünce kuruluşlarının dış politikaya etkilerini soğuk savaş öncesi ve sonrası olmak üzere iki dönemde incelemiştir. Dolayısıyla hızla değişen Türkiye’nin düşünce kuruluşu alanının güncel durumunu kapsayacak yeni araştırmalara ihtiyaç vardır. Öte yandan Güvenç’in araştırmaları dokuz adet derinlemesine görüşme içermekte ve sınırlı bir saha araştırmasına dayanmaktadır. Literatürdeki bir diğer önemli çalışma Aras, Toktaş ve Kurt tarafından kaleme alınan. “Araştırma Merkezlerinin Yükselişi: Türkiye’de Dış Politika ve Ulusal Güvenlik Kültürü” başlıklı rapordur (2010). Aras vd. bu raporda 14 düşünce kuruluşunun temsilcileriyle gerçekleştirdikleri derinlemesine görüşmelerin verilerini ortaya koymuş ve daha ziyade güvenlik bağlamına yoğunlaşmıştır. Tüysüzoğlu’nun 2016 yılında yazdığı. “Türk Dış Politikasının İşleyişinde Düşünce Kuruluşlarının Rolü” başlıklı makale ise konuya ilişkin kendinden önceki alan yazını derlemektedir. Bu çalışma ise konuyu özellikle kamu diplomasisi bağlamında ele alması, alandaki güncel durumu ortaya koyması ve geniş bir saha çalışmasına dayanması bağlamında daha önceki araştırmalardan farklılaşmaktadır.

Bu çerçevede araştırmanın ilk bölümünde geçmişten günümüze Türkiye’de düşünce kuruluşlarının dış politikada geleneksel diplomasiye alternatif (ve onun tamamlayıcısı) olarak ne tür roller üstlendiği konuya ilişkin alan yazına vurgu yapılarak aktarılacaktır. İkinci bölümde ise Türkiye merkezli düşünce kuruluşlarının günümüzde kamu diplomasisine yönelik ne tür faaliyetlerde buldukları, bu faaliyetlerdeki temel motivasyonları ve başarı kriterleri örneklenilerek ayrıntılı bir şekilde açıklanacaktır.

Tarihsel Süreç İçerisinde Türkiye Dış Politikası ve Düşünce Kuruluşları

Pek çok araştırmaya göre Türkiye’de Batılı anlamda ilk düşünce kuruluşları 1960’lı yıllarda, “1961 Anayasasının getirdiği çoğulcu ve sivil toplumun önünü açan demokratik siyasal ortamda” şekillenmiştir. Günümüzdeki Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı’nın (TESEV) atası olan Ekonomik ve Sosyal Etüdler Konferans Heyeti (1961), İktisadi Araştırmalar Vakfı (İAV-1962), İktisadi Kalkınma Vakfı (İKV-1965), Dış Politika Enstitüsü (DPE-1974) gibi arkasında yoğun sermaye ve/veya devlet desteği olan ilk kuşak düşünce kuruluşlarının oluşumu söz konusu konjonktür üzerinden mümkün olmuştur (Aydın, 2006; Aras vd.; 2010). Türkiye’de Devlet Planlama Teşkilatı’nın (DPT) kurulmasıyla planlı ekonomiye geçilmesi, 1950’li yılların sonu ve 60’lı yılların başı itibarıyla yerli sermayenin gelişmesi ve farklı sermaye fraksiyonlarının oluşmaya başlaması ilk düşünce kuruluşlarının doğmasına zemin hazırlamıştır. Söz konusu sermaye fraksiyonları, gelişim sürecinde ihtiyaç duyduğu, katma değer yaratan bilginin üretilmesinde, uzman kadronun oluşturulmasında ve ekonomik plan ve politikaların oluşturulması sürecinde etki edebilmek adına taleplerinin devlete iletilmesinde düşünce kuruluşlarından yararlanmışlardır (Tezcek, 2008, s. 60). Örneğin Konferans Heyeti, Nejat Eczacıbaşı tarafından, iş dünyası, bürokrasi ve akademi arasındaki ‘eksik olan’ etkileşimi güçlendirmek üzere kurulmuştur (Aydın, 2006, s. 48)³. Ford Vakfı, Uluslararası Kalkınma Ajansı, OECD, Birleşmiş Milletler ve daha pek çok uluslararası kuruluşun da desteğini almıştır. Benzer şekilde İAV, Prof. Dr. Orhan Dikmen ve Yapı Kredi Bankasının Kurucusu Kazım Taşkent ve Behçet Osmanağaoğlu (İstanbul Ticaret Odası Başkanı) gibi iş insanları tarafından kurulmuştur⁴. İKV ise İstanbul Sanayi Odası ve İstanbul Ticaret Odası gibi KOBİ tabir edilen işletmelerin bağlı olduğu çıkar grupları tarafından kurulmuş ve desteklenmiştir⁵.

Söz konusu sermaye yapıları açısından dış politika ve özellikle de Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) ile imzalanan Ankara Anlaşması ve tam üyelik konuları önemlidir. Siyasi, ekonomik, kültürel boyutları olan AET ile ilişkiler ve şimdiki ismiyle Avrupa Birliği-Türkiye ilişkileri, İKV ve Konferans Heyeti’nin en temel araştırma konularından biri olmuştur. (Günümüzde de özellikle çıkar grupları tarafından desteklenen düşünce kuruluşlarının araştırma gündemlerinin baş sıralarında AB ile entegrasyon meselesi gelmektedir). İKV ilk kurulduğu tarihlerde AET ve Türkiye ilişkilerinin teknik boyutuyla ilgilenmekteydi. Demokratikleşme, hak ve özgürlükler, yargı bağımsızlığı gibi entegrasyonun siyasi boyutları ikinci planda tutuluyordu. Raporlarının içeriği AET’nin ekonomik içtihatlarını Türkiye’ninkilerle karşılaştırmaktan ibaretti. AB ile ilişkilerin siyasi boyutunun düşünce kuruluşlarının konusu olabilmesi Kopenhag Kriterlerinin ortaya çıkmasıyla mümkün olmuştur. Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) ile aynı dönemde ortaya çıkan ve içerisinde

3 Günümüzdeki adıyla Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı’nın kısa tarihçesi ve Vakıf senedi için bakınız: <https://www.tesev.org.tr/tr/turkiye-ekonomik-ve-sosyal-etudler-vakfi/tarihce/>, Erişim 7 Mart 2020

4 İAV kurucularının tam listesi için bakınız: <https://iav.org.tr/kurumsal.aspx>, Erişim 7 Mart 2020

5 İKV’nin Kurucu ve Mütevelli Kurumlarına ulaşmak için bakınız: https://www.ikv.org.tr/ikv.asp?ust_id=12&id=18, Erişim 18 Mart 2020

DPT'den bazı bürokratları da barındıran İKV, 1970'lere kadar dış politika konusuyla ilgilenen tek kuruluş olmasını da büyük oranda siyasi konuları dışarıda tutmasına, devlet yararı gözettiği argümanını diri tutabilmesine ve "dış politikada kendisini geleneksel aktörlere rakip değil, destekleyici ve tamamlayıcı bir öge olarak konumlandırabilmesine" borçludur (Güvenç, 2006, s. 162).

Dış Politika Enstitüsü (DPE-1974)⁶ ve 1980 darbesinin hemen ertesinde iş dünyası öncülüğünde kurulan Siyasi ve Sosyal Araştırmalar Vakfı (SİSAV) gibi oluşumlar, tıpkı İKV gibi, yeni politika önerileri sunmak yerine, uygulanmakta olan politikaları koşulsuz destekleyip, bunların uygulanabilmesi için araçsal bir rol üstlenmekten öteye gidememiştir. Bunun karşılığında vergi muafiyeti, nakdi yardım vb. devlet desteklerinden yararlanmışlardır. Örneğin DPE her ne kadar Türkiye'nin realitelerinden hareket eden, ideolojilerden arınmış bir dış politika şiarıyla ortaya çıkmış olsa da Dışişleri Bakanlığı tarafından kendisine biçilen, 1974 Kıbrıs Harekatının ardından "Türkiye'nin dış politikasını yabancı muhataplara anlatma" misyonunu yerine getirmiştir. Bakanlık, Enstitünün kurulmasına, Dış Politika/Foreign Policy dergisinin Kıbrıs, Ege ve Ortadoğu üzerine özel sayılar hazırlamasına ve bunların Fransa ve ABD'deki araştırma merkezlerine dağıtılmasına öncülük etmiştir. SİSAV ise 1980 darbesinin ardından "Avrupa ile bozulan ilişkilerin daha da kötüye gitmemesi için çalışmak, Avrupa Parlamentosunda (AP) Türkiye aleyhine karar çıkmaması için kulis faaliyetleri yürütmek, darbe sürecinde TBMM ve siyasi partilerin kapatılması sonucu dış politikada oluşan temsil boşluğunu gidermek" gibi çeşitli misyonlar üstlenmiştir (Güvenç, 2006, ss. 163-164).

Buna karşın, 1980'lerde kurulan dış politika düşünce kuruluşları devlet politikaları lehine araçsal bir işlev üstlenmeye devam etmekle birlikte Kıbrıs ve AB konularının dışına çıkıp Ortadoğu, Balkanlar, Kafkasya ve Türk Dünyası gibi farklı coğrafyalarla da ilgilenme eğilimine girmişlerdir. Daha sonra Dışişleri Bakanı olan Vahit Halefoğlu'nun Başkanlığını yürüttüğü Ortadoğu ve Balkan İncelemeleri Vakfı (OBİV-1984), Balkanlar ve Ortadoğu'daki karar alıcılar ve kanaat önderleri için İngilizce yayın yapan, vergi muafiyeti tanınmış vakıflardan birisidir. 1985 Yılında kurulan Marmara Grubu'nun da çalışma alanları içerisinde Avrasya, Ortadoğu, Doğu Akdeniz gibi bölgesel çalışma alanları ve savunma ve güvenlik gibi uluslararası konular bulunmaktaydı.

Türkiye dış politikası Soğuk Savaş döneminin sonuna kadar, ABD ve NATO çizgisinde ve SSCB'yi çevreleme politikası dahilinde güçlü bir "elit konsensüs" üzerinden yürütülüyordu. Söz konusu politikaya her ne kadar soldan ve İslam Birliği çerçevesinde dindar muhafazakar kesimlerden güçlü bir eleştiri yöneltilmiş olsa da sivil toplum içerisinde buna alternatif bir politika önerisi ortaya çıkamıyordu. Ancak Soğuk Savaş sonrası Türkiye dış politikası, Sovyetler Birliği'nin ve Yugoslavya'nın dağılması sonrasında çevresinde yeni bağımsız devletlerin ortaya çıkması, Bosna'dan Kırım'a, Karabağ'dan Ortadoğu'ya kadar yeni etnik çatışma-

6 DPE'nin kısa geçmişi ve günümüzdeki Yönetim Kurulu için bakınız: <http://foreignpolicy.org.tr/about/> Erişim 10 Mayıs 2020

ların ve savaşların yaşanmasıyla karmaşıklaşmıştır (Kınıklıoğlu, 2009, s. 373). O zamana kadar NATO eksenli ve çoğunlukla bağımlı bir dış politika ve güvenlik algısının yerleşik olduğu Türkiye için, bu tarihlerden sonra hem dış politika alternatiflerinin hem de risk faktörlerinin giderek arttığından bahsedilebilir. Bu durum devletin düşünce kuruluşlarının sağlayacağı bilgi ve analize ve ayrıca kamu diplomasisi girişimlerine duyduğu ihtiyaca paralel olarak 90'lı yıllardan itibaren düşünce kuruluşlarının sayısını ve etkinliğini arttırmıştır. "Uluslararası ilişkiler disiplinde devlet eksenli yaklaşımlar ciddi erozyona uğramakla" birlikte, "iç politik aktörler, uluslararası sistem ve dış politika yapıcılar, dış politika yapım sürecinde artık çok boyutlu ve dinamik bir etkileşim sürecine girmiştir" (Aras vd. 2010, s. 30). Böylece dış politika ve güvenlik gibi konular sivil toplumun katkısına ve müdahalesine daha açık hale gelmiş, önceden 'ulusal çıkarlar' çerçevesinde resmi kurumlar tarafından yürütülen ve siyaset üstü görülen dış politika alanı da siyasal tartışmaların konusu haline gelmiştir.

Soğuk Savaş sonrası karakterize eden en önemli düşünce kuruluşlarından biri Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi'dir (ASAM)⁷. Özellikle Avrasya, Kafkasya, Ortadoğu, Hazar ve Türki Cumhuriyetler odaklı dış politika perspektifi, iç ve dış güvenlik konularına yapılan aşırı vurgu, ekonomide özellikle enerji politikasına yönelik hassasiyetleri ve Kıbrıs meselesi, Kürt sorunu ve Ermeni Soykırımı iddiaları karşısında Türkiye Cumhuriyeti devletinin kökleşmiş argümanlarını hem yurt içinde hem de yurt dışında tavizsiz savunma konusundaki kararlılıkları göz önünde bulundurulduğunda ASAM'ın merkez sağ ve milliyetçi bir çizgide bulunduğunu söylemek mümkündür. Öte yandan bünyesinde emekli ordu mensupları, emekli diplomatlar ve akademisyenleri barındırmış olan ASAM, çalışma konuları, ABD, Ortadoğu, Kafkasya gibi bölge isimleriyle anılan 'masalardan' oluşan örgütlenme biçimi ve stratejik araştırma geleneği çerçevesinde kendinden sonraki düşünce kuruluşları üzerinde de önemli etkide bulunmuştur. Günümüzde hala aktif olan ORSAM, TÜRKSAM, 21YYTE, SDE⁸ gibi dış politika üzerine yoğunlaşan pek çok milliyetçi ya da milliyetçi-muhafazakâr düşünce kuruluşunun kurucuları daha önce ASAM'da önemli görevler almış kişilerdir (Karasar, 212, ss. 64-65).

Liberal eğilimli kuruluşları temsilen dönemin en hızlı çıkış yakalayan düşünce kuruluşu ise 1990'ların ortasında kurulan ve 2000'lerin ortasında ise giderek işlevsizleşmeye başlayan ARI Hareketi olmuştur. İlk kurulduğu süreçte Anavatan Partisi ile organik bağı bulunmasına rağmen 1997 yılında partiden bağımsızlaşan liberal bir gençlik hareketi olarak ARI Hareketi, özellikle AB ve ABD eksenli dış politika, Ermenistan ile sivil diplomatik ilişkilerin geliştirilmesi, Doğu Akdeniz ve Avrasya gibi Türkiye'nin yakın çevresi ve ekonomi, Kıbrıs sorunu, azınlıklar, demokratikleşme gibi konular üzerine çalışmalar yürütmüştür. Özellikle 90'ların sonunda önemli bir kamu diplomasisi aktörü olarak faaliyet göstermiştir. Kemal

7 OBİV ve SİSAV gibi ASAM da günümüzde varlığını sürdürmemektedir.

8 Ayrıca dış politika, bölgesel çalışmalar ve güvenlik gibi alanlarda çalışan ve 15 Temmuz Darbe Girişimi sonrası kapatılan Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu (USAK) da ASAM geleneğine yaslanan bir diğer milliyetçi muhafazakâr düşünce kuruluşudur.

Derviş'in de yoğun desteğini alan oluşum, özellikle AB ve ABD merkezli think tankler ve German Marshall Found, Friedrich Ebert Stiftung gibi pek çok sivil toplum kuruluşuyla, karar alıcılarla yoğun ilişkiler geliştirebilmiş, bu yapılarla üst düzey katılımların da olduğu pek çok ortak konferans ve toplantı düzenlemiştir (European Stability Initiative, 2020).

Bunların dışında milliyetçi bir kuruluş olan KÖK Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Vakfı (KÖKSAV) ise 1991 yılında kurulmuş ve odağında Türki Cumhuriyetler ve Türk toplulukları olmuştur⁹. Milli Görüş Hareketinin 'Adil Düzen', 'kalkınma hamlesi' gibi pek çok söylem ve tezinin üretildiği ve temelleri 1960'ların sonlarında atılan ESAM ise ilk muhafazakâr düşünce kuruluşudur. ESAM 1992 yılından itibaren 'İslam birliği' ve ümmetçilik ekseninde bir dış politika anlayışını merkeze alarak, İslam ülkeleri ve Müslüman toplulukları temel alan kamu diplomasisi faaliyetlerine girişmiştir¹⁰.

Günümüzde de uluslararası toplumla ilişkiye geçme anlamında düşünce kuruluşlarının hangi bölge, ülke ve toplulukları merkeze aldığı veya öncelendiği, bu kuruluşların ideolojik arka planları, siyasi tutumları, Türkiye'nin çıkarları adına ne tür bir dış politika perspektifini savunduğuna bağlı olarak değişmektedir. Örneğin liberal kuruluşlar genellikle AB, İngiltere ve ABD merkezli bir dış politika stratejisi öne sürer. Buna bağlı olarak AB ve ABD merkezli kurumlarından (veya sivil toplum kuruluşlarından) fon alır, bu ülkelerin sivil toplum ağları içerisinde yer alır, projelerinde onların öncelik verdiği araştırma konuları üzerine odaklanır ve/veya onlara Türkiye ile ilgili ihtiyaç duydukları bilgiyi sağlamaya çalışır. Genel olarak kamu diplomasisi girişimlerini bu ülkelere odaklar. Benzer şekilde, Milliyetçi-Muhafazakâr kuruluşlar özellikle Avrasya, Rusya, Kafkaslar, Karadeniz Havzası gibi bölgelere odaklanır. Milliyetçi kuruluşların Türki Cumhuriyetler ve özerk Türk topluluklarıyla yoğun ilişkileri vardır. Muhafazakârlar için ise Ortadoğu, Arap Coğrafyası, Kuzey Afrika, Balkanlar ve Müslüman topluluklarla kurulan ilişkiler önem arz etmektedir.

Yöntem ve Kapsam

Türkiye'de günümüzde aktif olarak faaliyet gösteren yaklaşık 45 adet düşünce kuruluşu bulunmaktadır. Yurt dışı merkezli olup Türkiye'de temsilciliği bulunan, devlet kuruluşları veya devlet üniversiteleri bünyesinde faaliyet gösteren ve aktif olmayan kuruluşlar bu sayının dışında tutulmuştur. Araştırma kapsamında bu kuruluşlardan 15 tanesi ile derinlemesine kişisel görüşmeler gerçekleştirilmiştir¹¹. Bu kuruluşların, kuruldukları yer ve kuruluş tarihleri Tablo 1'de sıralanmıştır:

9 KÖKSAV'ın kuruluş amaçları için bakınız: <http://www.koksav.org.tr/amac-t.htm>, Erişim, 16 Ocak 2020

10 ESAM'ın kısa tarihçesi için bakınız: http://www.esam.org.tr/tarihce_k36.html, Erişim 14 Ocak 2020

11 Doktora tezi kapsamında görüşme gerçekleştirilen kuruluşların sayısı 22'dir. Görüşme gerçekleştirilmesine rağmen geriye kalan altı düşünce kuruluşu, gerek ilgi alanları gerekse de personel ve bütçe yönünden kısıtlılıkları nedeniyle uluslararası faaliyetlerde bulunmadıklarından, ileriki süreçlerde kapatıldıklarından veya işlevsizleştiklerinden bu çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur.

Tablo 1: Örneklem Olarak Belirlenen Düşünce Kuruluşlarının İsimleri, Kısaltmaları, Kuruluş Yerleri ve Kuruluş Tarihleri

No	Adı	Kısaltması	Merkezi	Kuruluş Tarihi
1	Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdlr Vakfı	(TESEV)	İstanbul	1961
2	Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırmaları Vakfı	(TEPAV)	Ankara	2004
3	Liberal Düşünce Topluluğu	(LDT)	Ankara	1992
4	Kamusal Politika ve Demokrasi Çalışmaları Merkezi	(PODEM)	İstanbul	2015
5	Özgürlük Araştırmaları Derneği	(ÖAD)	Ankara	2014
6	Hürriyet, Hukuk, Hoşgörü Hareketi	(3H)	İstanbul	2006
7	Eğitim Reformu Girişimi	(ERG)	İstanbul	2003
8	Ekonomi ve Dış Politika Araştırma Merkezi	(EDAM)	İstanbul	2005
9	Uluslararası İlişkiler ve Stratejik Analizler Merkezi	(TÜRKSAM)	Ankara	2004
10	Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı	(SETA)	Ankara	2005
11	Stratejik Düşünce Enstitüsü	(SDE)	Ankara	2009
12	Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi	(ESAM)	Ankara	1969
13	İlmi Etüdlr Merkezi	(İLEM)	İstanbul	2002
14	Ortadoğu Stratejik Araştırmalar Merkezi	(ORSAM)	Ankara	2004
15	Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi	(TASAM)	İstanbul	2003

Görüşmelerden her biri bir ve bir buçuk saat arası sürmüş ve ilgili kuruluşların İstanbul ve Ankara'daki merkezlerinde gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin tümü Eylül 2015 ve Ocak 2017 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir¹². Ayrıca 2017 sonrasını kapsayan daha güncel veriler elde etmek amacıyla kuruluşların internet siteleri, faaliyet raporları ve e-bültenleri de incelenmiştir. Söz konusu kuruluşlardan görüşme yapacak temsilciler seçilirken başkanları, başkan yardımcıları ve yönetim kurulu üyelerine öncelik verilmiş, bu kişilerle görüşme imkânı bulunmadığı durumlarda birim sorumluları ya da kuruluşun tarihine, faaliyetlerine ve genel işleyişine hâkim olan çalışanlarına yönelmek durumunda kalınmıştır. Görüş-

12 Araştırmanın saha çalışmalarının gerçekleştirildiği süreçten günümüze örneklem alınan kuruluşların tümü varlıklarını ve kamu diplomasisi alanında faaliyetlerini sürdürmektedir. Bununla birlikte söz konusu kuruluşlardan bazılarının yönetim kademelerinde, organizasyonel kapasitelerinde veya faaliyet alanlarında günümüze değin bir takım değişimlerin yaşanmış olabileceği araştırmanın bulguları değerlendirilirken göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin SDE, LDT, 3H, İLEM ve ORSAM gibi kuruluşların yönetim kademelerinde, görüşmelerin gerçekleştirildiği günden bugüne Yönetim Kurulu Başkanı, Başkan veya Genel Koordinatör düzeyinde değişiklikler meydana gelmiştir. Ancak araştırmanın amacı Türkiye'de düşünce kuruluşlarının yönetim ve organizasyon yapısının güncel bir tablosunu ortaya koymaktan ziyade bu kuruluşların kamu diplomasisi bağlamındaki faaliyetlerini ve bu anlamda ne tür işlevler üstlenebildiklerini örneklemektir. Bu doğrultuda, ilgili kuruluşların 2017 ve sonrası süreçteki daha güncel kamu diplomasisi faaliyetlerini örneklemektir adına, internet siteleri ve faaliyet raporları da incelemeye dahil edilmiştir.

melerde ilgili kuruluşun geçmişi, genel faaliyetleri ve organizasyon yapısı, bütçe ve proje gelirleri, Türkiye'nin dış politikasına dair belirledikleri vizyon, uluslararası partnerlikleri ve iş birlikleri, dış ülkelerdeki karar alıcılarla, sivil toplumla ve medyayla ilişkileri, bu anlamda yürüttükleri ortak projeler, eğitim, toplantı, seminer ve yayın faaliyetleri gibi konularda kapsamlı bilgi alınmıştır.

Araştırma non-parametrik bir tasarıma sahip olduğundan, örneklem seçiminde evrenin istatistiksel olarak temsil edilmesi gibi bir kaygı güdülmemiştir. Bunun yerine Türkiye'nin düşünce kuruluşu alanında baskın olan aktörler, personel ve bütçeleri açısından en büyük aktörler (SETA, TEPAV, SDE, TESEV), uluslararası düşünce kuruluşu indekslerinde yer alanlar (TEPAV, TESEV, ERG, EDAM, LDT), kamu diplomasisine yönelik yoğun faaliyetleri bulunanlar (SETA, ESAM, ORSAM), uluslararası fonlardan yararlanan ve yurt dışından sivil toplum kuruluşlarıyla ortak faaliyet yürütenler (TESEV, TEPAV vd.), ve alanda görece daha yeni olan aktörler (ÖAD, PODEM, İLEM, 3H Hareketi vs.) örnekleme dâhil edilmiştir. Araştırmada 'kuramsal örnekleme' yöntemi kullanılmıştır. Seçilen örneklemler üzerinden amaç, Türkiye'deki tüm düşünce kuruluşlarına istatistiksel olarak genellenebilecek bir sonuç elde etmekten ziyade, bu kuruluşların kamu diplomasisine yönelik ne tür faaliyetlerde bulunabildiklerini örneklendirmek ve dış politikadaki işlevleri bağlamında Türkiye'nin düşünce kuruluşu alanının genel bir betimlemesini yapmaktır.

Bulgular

Düşünce Kuruluşlarının Kamu Diplomasisi Faaliyetleri Yürütmekteki Motivasyonları

Türkiye'de düşünce kuruluşları için uluslararası toplum ve daha spesifik olarak farklı ülkelerin sivil toplum örgütleri, kimi siyasi parti ve hareketler, akademisyen, entelektüel ve karar alıcılar giderek başat hedef kitle haline gelmektedir. Türkiye'deki düşünce kuruluşları aşağıda yer alan amaçlar doğrultusunda kamu diplomasisi faaliyetleri yürütürler:

Kuruluşun uluslararası bilinirliğini ve saygınlığını arttırmak

Uluslararası bilinirlik ve saygınlık açısından liberal düşünce kuruluşlarının alanda önemli bir üstünlüğü olduğu söylenebilir. Her ne kadar Türkiye'de liberal düşüncenin önemli bir kitle tabanı olmasa da TESEV, LDT, ERG gibi kuruluşlar özellikle ABD ve Avrupa merkezli yabancı basın, sivil toplumun ve karar alıcıların ilgi alanına girmektedir. Örneğin, EDAM ve TEPAV gibi uluslararası partnerlerini çeşitlendirebilmiş liberal oluşumların temsilcileri yurt dışında, yurt içinde olduğundan daha fazla tanındıklarını söylemektedir (TEPAV Temsilcisi, Kişisel Görüşme 2015; EDAM Temsilcisi, Kişisel Görüşme, 10.11.2016).

Yurt dışındaki kaynaklardan fon sağlamak

Yurt dışındaki kaynaklardan fon sağlamak açısından da liberal düşünce kuruluşlarının açık üstünlüğünden bahsedilebilir. AB kurumlarının ve konsoloslukların, ABD ve Avrupa (özellikle de Almanya) merkezli sivil toplum kuruluşlarının sağladığı fonlar ve proje destekleri, TESEV, TEPAV, EDAM, ERG, PODEM, ÖAD, 3H Hareketi gibi liberal düşünce kuruluşlarının temel gelir kaynağı durumundadır. Liberal kuruluşların söz konusu avantajları aynı zamanda uluslararası bilinirlikleri ve itibarları ile de bağlantılıdır. Öte yandan milliyetçi-muhafazakâr ve muhafazakâr kuruluşlar da kendi dünya görüşleri çerçevesinde yurt dışı kaynaklardan fon sağlayabilmekte ve ortak projelere dâhil olabilmektedir. Örneğin SETA, AB ve “Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı” desteğiyle ve “Leopold Weiss Institute for Research on Contemporary Muslim Life and Thought” ile ortaklaşa olarak her yıl “Avrupa İslamofobi Raporunu” yayımlamaktadır. Ayrıca Rapor her sene Avrupa’da önde gelen karar alıcılar, politikacılar, sivil toplum kuruluşları ve ırkçılık-karşıtı organizasyonlara gönderilmektedir (Bayraklı vd., 2020).¹³

Türkiye ile hedef ülke arasında kültürel, ekonomik, siyasal, dış politik konularda iş birliklerini teşvik etmek, spesifik sorunlar etrafında ortak bakış açısı geliştirmek amacıyla diyalog zemini oluşturmak

Buna en iyi örneklerden biri Milli Görüş hareketine bağlı olarak faaliyet gösteren ESAM isimli kuruluşun “İslam Birliği” ve “Adil Düzen” şiarıyla 1992’den beri düzenlediği “Müslüman Topluluklar Birliği (MTB)” ve “D-8” etkinlikleridir. Resmi olarak 1992 yılından beri düzenlenen MTB etkinliği, dünyanın hemen hemen tüm ülkelerinden üst düzey karar alıcıları, Müslüman kanaat önderlerini, cemaat liderlerini, STK başkanlarını, parti liderlerini, akademisyen ve düşünürleri çeşitli uluslararası siyasal, ekonomik ve kültürel sorunları tartışmak üzere bir araya getirmektedir¹⁴ (ESAM Temsilcisi, Kişisel Görüşme, 31.01.2017). “G8” Organizasyonuna alternatif olarak 1997 yılından beri gerçekleştirilen “D8 (Developing 8)” etkinliği ise “ezilenler dünyasının çekirdeğini” oluşturduğu ifade edilen Türkiye, Pakistan, Bangladeş, Mısır, Nijerya, İran, Endonezya, Malezya gibi ülkeler arasında ekonomik iş birliğini önelemekte ve bu ülkelerden karar alıcıları bir araya getirmektedir¹⁵.

Bu anlamda bir diğer önemli örnek ise “Stratejik Düşünce Enstitüsüdür”. SDE Temsilcisi, Suriye Krizinin ve Arap Baharının etkilerinin devam ettiği 2015 yılı içerisinde 22 ülkeden düşünce kuruluşunun katılımıyla Ortadoğu düşünce kuruluşları platformunu kurduklarını belirtmiştir. Bu platform ile ilgili olarak, “Ortadoğu’daki gelişmeleri tartıştık. Bunlar Libya’dan Suriye’ye kadar, o toplumun temel

13 Sonuncusu 2018’de yayımlanan Avrupa İslamofobi Raporu hakkında detaylı bilgi için bakınız: <https://www.islamophobiaeurope.com/>, Erişim 16 Mayıs 2020

14 MTB Etkinliği ile ilgili daha detaylı bilgi için bakınız: http://www.esam.org.tr/mtb_k51.html, Erişim 7 Nisan 2020

15 D8 Etkinliği hakkında detaylı bilgi için bakınız: http://www.esam.org.tr/d-8_k28.html, Erişim 7 Nisan 2020

siyasi dinamiklerini temsil eden STK'lar ve Türkiye'dekiler arasında bir etkileşim mekanizması doğuruyor" ifadelerini kullanmıştır (SDE Temsilcisi, Kişisel Görüşme, 7.12.2015).

Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi'nin (TASAM) 2016 yılında düzenlediği Sivil Global 2016 Zirvesi de bu bağlamda önemli bir örnektir. Etkinlik kapsamında yerli ve yabancı akademisyenlerin, diplomatların, özel sektör, STK, medya ve düşünce kuruluşu temsilcilerinin katıldığı kıtasal, bölgesel ve sektörel bazda 30'u aşkın forum gerçekleştirmiş, ekonomik ve siyasi iş birliğini arttırmak amacıyla sivil diplomasi ağı oluşturulması hedeflenmiştir (Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi, 2015).¹⁶

Bu anlamda ORSAM'ın 2019 yılında, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB) desteğiyle düzenlediği "Göç ve Diaspora" temalı "Ortadoğu ve Kuzey Afrika Düşünce Kuruluşları Forumu"¹⁷, "2011 Sonrası Irak Sempozyumu"¹⁸ ve 2020 Şubat ayında gerçekleştirilen "Türkiye-Suriye Medya Forumu"¹⁹ gibi etkinlikler örnek verilebilir. Söz konusu etkinlikler yoluyla ORSAM, Türkiye, Ortadoğu ve Kuzey Afrika'dan düşünce kuruluşlarını, medya temsilcilerini ve akademisyenleri belirli sorunlar etrafında bir araya getirmektedir.

Türkiye'nin dış politika argümanlarını, paradigmasını uluslararası muhataplarına anlatmak, ülkenin imajını yurt dışında güçlü tutmak ve resmi kurumların dış politika hamlelerinin önünü açacak sivil, entelektüel, siyasi ve kültürel ilişkiler geliştirmek

Düşünce kuruluşlarının kamu diplomasisine yönelik faaliyetlerinde halen baskın olan eğilim, bu yapıların hükümetler için politika alternatifleri yaratmaktan çok, mevcut resmi dış politikanın uygulanmasına yönelik araçsal bir konuma sahip olmalarıdır. Devlet/hükümet ile oldukça yakın ilişki içerisinde olan (ağırlıklı olarak muhafazakâr ve milliyetçi-muhafazakâr çizgideki) düşünce kuruluşlarının, "dış politika seçeneklerini meşrulaştıracak yayınlar, raporlar, analizler yayınlayarak, devlet

16 TASAM Global Sivil Diplomasi Etkinliklerini 2020 yılında da devam ettirmeyi planlamaktadır. Bu anlamda, bölgesel temaların yanında, sivil diplomasiinin farklı alanlarında da (insani Diplomasi Savunma Diplomasisi Sağlık Diplomasisi İnanç Diplomasisi Kültür ve Sanat Diplomasisi Eğitim Diplomasisi Bilim Diplomasisi İş/Ticaret Diplomasisi Düşünce Diplomasisi Su Diplomasisi Gıda Diplomasisi Enerji Diplomasisi Turizm Diplomasisi Güvenlik Diplomasisi Şehir Diplomasisi Finans Diplomasisi Medya ve Enformasyon Diplomasisi Altyapı Diplomasisi Hizmet Diplomasisi) tematik etkinlikler yürütmektedir. Bu yolla özellikle kamu bürokrasisi için somut politika önerileri geliştirmeyi hedeflemektedir (Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi, 2015).

Sivil Global Projesi hakkında daha fazla bilgi için bakınız: <https://sivilglobal.org/index.php/tr/>, Erişim 4 Haziran 2020

17 ORSAM'ın Cumhurbaşkanlığı tarafından da desteklenen Göç ve Diaspora temalı düşünce kuruluşları forumu hakkında detaylı bilgi için bakınız: <https://www.orsam.org.tr///paketler/ckfinder/dosyalar/files/ForumProgramTr-ArbKitap.pdf>, Erişim 18 Mayıs 2020

18 ORSAM'ın 2011 Sonrası Irak Sempozyumu hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://www.orsam.org.tr///paketler/ckfinder/dosyalar/files/IrakSempozyumProgram.pdf>, Erişim 18 Mayıs 2020

19 ORSAM'ın Türkiye-Suriye Medya Forumu hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: https://www.orsam.org.tr///paketler/ckfinder/dosyalar/files/program_tr5.pdf, Erişim 18 Mayıs 2020

kurumlarından ve hükümete yakın iş dünyası temsilcilerinden kendilerine yönlendirilecek mali kaynaklara odaklandıklarını söyleyebiliriz” (Tüysüzoğlu 2014; 135). Bunun en önemli örneği SETA’dır. SETA temsilcileri (SETA Temsilcisi-2, Kişisel Görüşme, 29.11.2015) çıkarttıkları yabancı dildeki dergi ve yayınlarıyla “Türkiye merkezli duruşlarını, hem Doğu’ya, hem de Batı’ya anlatmak” gayesinde olduklarını ifade ederek “Türkiye’nin argümanlarını ve bakış açısını dünya kamuoyuna duyurmak, Türk dış politikası için bir ‘soft power’ unsuru ve kamu diplomasisi aracı niteliği kazanmanın” temel hedeflerinden biri olduğunu belirtmişlerdir (SETA Temsilcisi-1, Kişisel görüşme, 9.12.2015).

TEPAV da bu anlamda önemli bir düşünce kuruluşudur. Bunun en büyük örneği, G20 Dönem Başkanlığının Türkiye’de olduğu 2015 senesinde, Başbakanlık tarafından T20 (Think20)²⁰ Başkanlığının TEPAV’a verilmesidir. TEPAV’ın T20 etkinliği çerçevesinde öne sürdüğü en önemli konu başlığı, global politikaların belirlenmesinde gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerin dezavantajlı konumunun nasıl giderilebileceği, bu ülkelerin seslerini daha fazla duyurabilmesi için nelerin yapılabileceği olmuştur. Zira bu söylem de hükümet tarafından uluslararası çapta yürütülen ‘dünya beşten büyüktür’ başlıklı kampanyanın içeriğiyle büyük oranda örtüşmektedir (TEPAV Temsilcisi, Kişisel Görüşme; 8.12.2015).

Türkiye’deki siyasal, ekonomik ve toplumsal gelişmelerle ilgili yurt dışındaki akademik, diplomatik çevrelere, medyaya ve iş çevrelerine bilgi sağlamak

Türkiye’den pek çok düşünce kuruluşu, gerçekleştirdikleri projeler ve etkinliklerle uluslararası şirketlere, sivil toplum kuruluşlarına, medyaya ve akademik çevrelere Türkiye’deki önemli siyasal gelişmeler, yatırım ve pazar olanakları gibi konularda bilgi aktarmaktadır. Söz konusu ilişkiler daha ziyade uluslararası bir örgütün Türkiye’deki düşünce kuruluşlarından rapor talep etmesi üzerine gerçekleşmektedir. Örneğin Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Türkiye’deki maden sektöründe işçi sağlığı ve iş güvenliği konusunda, JP. Morgan isimli özel kuruluş Türkiye’de mesleki eğitimin yapılandırılması üzerine, Google firması da internet kullanımının iktisadi etkileri üzerine rapor veya proje talebiyle TEPAV’a başvurmuştur (TEPAV Temsilcisi, Kişisel Görüşme; 8.12.2015). TEPAV’ın 2019 ve 2020 yılları içerisinde, başta AB olmak üzere, DB, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), İngiltere Büyükelçiliği, Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD), UNICEF, JP Morgan, Google, Microsoft, Intel gibi uluslararası kuruluşlar ve şirketler için projeler gerçekleştirdiği veya hala yürütmekte olduğu görülmektedir²¹. Öte

20 T20, global meseleleri tartışmak üzere dünya liderlerini bir araya getiren G20 etkinliğinin, düşünce kuruluşlarından oluşan bir alt grubudur. Bu alt grubun işlevi, dünyadan önemli düşünce kuruluşlarını ve yüksek seviyedeki uzmanları bir araya getirerek, G20 gündeminde olan konular üzerinden daha derinlemesine analizler geliştirmek ve G20’nin daha somut ve sürdürülebilir politikalar üretmesine katkıda bulunmaktır. G20 bünyesinde dört adet daha alt grup vardır. Bunlar iş dünyasını bir araya getiren B20 (Bussines20), sivil topluma yönelik C20 (Civil20), işçi temsilcilerini kapsayan L20 (Labour20) ve gençlik temalı Y20 (Youth20)’dir <http://g20.org.tr/engagement-groups/think-20-t20/>, Erişim 4 Mayıs 2020.

21 TEPAV’ın devam eden projeleri ile ilgili ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://www.tepav.org.tr/tr/proje/durum/g/devam>, Erişim 4 Mayıs 2020

yandan EDAM Temsilcisi de, "IMF, DB ve BM gibi kurumlarla görüş alışverişinde bulduklarını" ifade etmiştir. Bu bağlamda "uluslararası sivil topluma ve karar alıcılara ulaşmanın, onlara Türkiye üzerine güvenilir ve kullanışlı bilgi sağlamanın EDAM'ın temel amaçlarından biri" olduğunu vurgulamıştır (EDAM Temsilcisi, Kişisel Görüşme, 10.11.2016).

Farklı ülkelerde yaşanan gelişmeleri takip ederek, bunlarla ilgili görüş ve önerilerini yurt içindeki ilgili kurum, kuruluşlara ve hedef kitlelere sunmak

Özellikle dış politika alanında çalışmalar yürüten düşünce kuruluşları açısından ilgilendikleri bölgelerdeki ekonomik, siyasal ve toplumsal güncel gelişmeleri, yabancı medya kuruluşlarından ve sahadaki paydaşlarından aldıkları bilgilerden hareketle takip ederek raporlamak ve yorumlamak rutin faaliyetlerden biridir. Bu bilgi ve yorumlar daha sonrasında, başta Dışişleri Bakanlığı olmak üzere ilgili kamu kurumları ve bürokratlarla, medyayla, iş dünyasıyla ve/veya toplumla, rapor, makale, analiz, politika notu, basın bildirisi gibi uygun formatlarda, varsa sipariş eden kurumun isteğine bağlı şekilde kamuya açık ya da kapalı olarak paylaşılmaktadır. Özellikle bölgesel savaş ve çatışmalar, terör saldırıları gibi sansasyonel gelişmeler yaşandığında medyanın düşünce kuruluşları tarafından üretilen bilgi ve yorumlara olan ihtiyacı daha da artmaktadır. Bu gibi durumlarda düşünce kuruluşu uzmanları medyaya demeçler vermekte ve daha fazla görünür olabilmektedir.

Irak, Suriye, İsrail, Lübnan, Ortadoğu, Körfez Ülkeleri, Kuzey Afrika gibi bölgelere odaklı olarak çalışmalar yürüten ve bu bölgelerdeki karar alıcılarla ve sivil toplum kuruluşlarıyla geniş bağlantıları olan ORSAM, bölgesel gelişmeleri takip etmeye dönük haftalık ve aylık bültenler yayımlamaktadır. Öte yandan kuruluş bünyesinde biri iki aylık aktüel bir dergi olan 'Ortadoğu Analiz', diğeri altı aylık akademik bir dergi olan Ortadoğu Etütleri isimli iki adet yayın bulunmaktadır (ORSAM Temsilcisi, Kişisel Görüşme, 7.12.2015). Öte yandan SETA, SDE, TASAV ve TÜRKSAM gibi kuruluşların da benzer şekilde bölgesel düzeyde ve periyodik izleme ve raporlama faaliyetleri bulunmaktadır.

Türkiye'nin veya hedef ülkenin dış politikasını veya siyasal karar alım süreçlerini doğrudan ve dolaylı şekilde etkilemek

Düşünce kuruluşlarının en bilinen hedefi, bilgi, yorum ve entelektüel argümanlar yoluyla, formel ve kişisel tanışıklıklar da dahil enformel kanallarla ülkelerin kamu politikaları ve karar alıcıları üzerinde etki yaratmaktır. Ancak özellikle dış politika alanında ülkelerin kararlarını etkileyebilecek sayısız faktör olduğundan böylesi bir etkiyi ölçümlenmek ve tespit edebilmek bir hayli zordur. Öte yandan Türkiye merkezli düşünce kuruluşları açısından karar alıcılara doğrudan ulaşmak, siyasal ve bürokratik yapının sivil müdahaleye fazlaca açık olmaması ve katı parti disiplinine dayalı siyasal kültür nedeniyle kolay değildir. Gerçekleştirilen görüşmelerde, gerek muhalif veya eleştirel konumdaki, gerekse de ideolojik olarak hükümete

yakın olan düşünce kuruluşlarının ortak sorunu (ve şikâyeti) devlet bürokrasisinin sivil toplumla etkileşime kapallılığıdır. Düşünce kuruluşları bu nedenle doğrudan karar alıcıları etkilemekten ziyade, kamuoyu, sivil toplum, kanaat önderleri, medya, entelektüeller ve akademisyenler üzerinden dolaylı yoldan kamu bürokrasisine etki etmeye çalışmaktadır. Bu amaçla birçok düşünce kuruluşu bünyesinde halkla ilişkiler, uluslararası ilişkiler ve savunuculuk birimleri oluşturmaktadır.

Milliyetçi ve milliyetçi-muhafazakâr düşünce kuruluşlarında temel amaç, Türkiye'nin dış politika hamlelerinin önünü açacak veya resmi bakış açısını yurt dışında temsil edecek sivil girişimlerde bulunmak iken, liberal kuruluşlar Avrupa ve ABD merkezli sivil toplumun ve siyasal toplumun beklentileri çerçevesinde Türkiye'deki karar alım süreçlerini etkileme çabalarına yoğunlaşmaktadır. ÖAD'nin 2019 yılı içerisinde "National Endowment for Democracy" ile ortaklaşa gerçekleştirdiği 'Türkiye'de Yapısal Reformlar Projesi' ve 'Uluslararası Cumhuriyetçiler Enstitüsü Türkiye Ofisi'nin (IRI) desteklediği "Türkiye'de Meclisin ve İfade Hürriyetinin Güçlendirilmesi Projesi" bu anlamda örnek verilebilir (Özgürlük Araştırmaları Derneği, 2020;19-21). Ayrıca TESEV'in 2019 yılında Friedrich Ebert Stiftung, Bernard van Leer Vakfı, Friedrich Naumann Vakfı, İsveç Başkonsolosluğu ve AB desteği ile geliştirdiği 'Kentsel Yönetişim', 'yerel yönetimde kamu ve STK iş birliği', 'veriye dayalı yerel politika' temalı çalışmalar da Türkiye'deki siyasal karar alım süreçlerini etkilemeye dönük faaliyetler olarak görülebilir (TESEV, 2019).

Düşünce Kuruluşlarının Yürüttüğü Kamu Diplomasisi Faaliyetleri

Düşünce kuruluşlarının kamu diplomasisi bağlamında gerçekleştirdikleri faaliyetler aşağıdaki gibi sıralanabilir;

Çeşitli ülkelerin sivil toplum kuruluşlarıyla ortak projeler gerçekleştirmek

Bunun düşünce kuruluşları alanında pek çok örneği vardır. Bu bağlamda, ABD merkezli 'Brookings Institution', 'Carnegie Endowment For International Peace', İngiltere merkezli 'Center For European Reform', Fransa merkezli 'Institut Français des Relations Internationales' (IFRI), Almanya Merkezli 'Robert Bosch Stiftung', 'German Marshall Fund' ve 'Friedrich Ebert Stiftung', Avrupa çapında faaliyet gösteren 'European Council of Foreign Relations' (EFCFR) EDAM'ın bu güne kadar iş birliği yaptığı kuruluşlardan bazılarıdır (EDAM Temsilcisi, Kişisel Görüşme; 2016). PODEM'in iş birliği yaptığı kuruluşlar arasında Almanya merkezli Berghof Vakfı, İngiltere merkezli Cantham House, ve Safer World bulunmaktadır (PODEM Temsilcisi, Kişisel Görüşme; 20.10.2015). 2018 ve 2019 yılları içerisinde ise PODEM'in Avrupa Komisyonu, Norveç Büyükelçiliği, Raoul Wallenberg Enstitüsü gibi kuruluşlardan da destek aldığı görülmektedir (PODEM, 2019). Türkiye'de liberal fikirlerin ve bakış açısının yaygınlaşmasını ve "liberalizme dair kavramların doğru kullanılması" adına faaliyet yürüten bir fikir hareketi olarak LDT ise, her ne kadar faaliyet alanını Türkiye ile sınırlandırmış olsa da uluslararası partnerleriyle ortak çalışmalar yürütmektedir (LDT Temsilcisi, Kişisel Görüşme, 30.10.2015).

LDT'nin Avusturya Ekonomi Merkezi ile Türkiye ayağını organize ettiği ve dünyanın farklı ülkelerinden iş insanlarını, akademisyenleri ve düşünce kuruluşu uzmanlarını bir araya getiren 'Serbest Piyasa Ekonomisi Avrupa Turu' (Free Market Road Show) isimli etkinlik buna örnektir.²² Bunun dışında örneklem olarak alınan neredeyse tüm kuruluşların belirli uluslararası ortaklıkları bulunmaktadır.

ORSAM Temsilcisine göre, sayılan önemli uluslararası kuruluşlar, Ortadoğu veya Türkiye'nin içinde bulunduğu bölgelerden davetlilerin katılacağı uluslararası toplantı ve seminerler gerçekleştireceklerinde veya saha çalışmaları yapacaklarında Türkiye'den ortaklık kurabileceği partnerler aramaktadırlar. Böylece hem uluslararası iş birliklerinin gelişmesini, hem de lojistik ve maliyet açısından organizasyonun kolaylaşmasını hedeflemektedirler (ORSAM Temsilcisi, Kişisel Görüşme, 7.12.2015).

Uluslararası kuruluşların araştırma fonlarına başvurmak

Türkiye'de çoğu düşünce kuruluşu uluslararası kurumlardan, sivil toplum örgütlerinden ve yabancı hükümetlerden araştırma fonları almaktadır. Özellikle liberal düşünce kuruluşları için bu tür fonlar temel gelir kaynağı durumundadır. Bu bağlamda 3H, TESEV, PODEM, ÖAD, EDAM, ERG, TEPAV gibi liberal düşünce kuruluşları, Friedrich Naumann Foundation, Conrad Adenauer Stiftung, Friedrich Ebert Stiftung gibi Alman vakıfları, Açık Toplum Vakfı, Hollanda, Kanada, İsviçre, İngiltere ve ABD Konsolosluklarının açtığı araştırma programları, AB Projeleri, DB, OECD, BM, UNICEF gibi kurumlardan fon alabilmektedirler. Buna karşın SDE gibi düşünce kuruluşları AB kurumlarından ve Avrupa merkezli vakıflardan fon almayı bağımsızlıklarına gölge düşüreceği ve kendi ilkeleriyle bağdaşmadığı gerekçesiyle kabul etmemektedir (SDE Temsilcisi, Kişisel Görüşme; 7.12.2015). Ancak çoğu muhafazakâr ve milliyetçi muhafazakâr kuruluş (örneğin SETA, ORSAM vs.) bu konuda daha esnek bir bakış açısına sahiptir.

Uluslararası düşünce kuruluşu ağlarına dâhil olmak

Özellikle 1980'lerden sonra dünya çapında benzer konular üzerinde çalışan veya benzer ideolojileri ve çözüm önerilerini savunan düşünce kuruluşları bir araya gelerek uluslararası politika ağları oluşturma eğilimine girmişlerdir. Bu ağların temel amacı; belirli küresel nitelikteki sorunlara ilişkin tartışmalar yürüterek üyeler arasında ortak bakış açısı ve koordinasyon geliştirmek, ortak araştırmalar ve projeler gerçekleştirmek, ekonomik ve kültürel dayanışmayı ve iş birliğini arttırmaktır. Türkiye'de de bilhassa ÖAD ve 3H Hareketi ve ERG gibi liberal kuruluşlar uluslararası sivil toplum veya düşünce kuruluşu ağlarının parçası konumundadır ve her sene bu sivil toplum ağları tarafından düzenlenen forum, sempozyum ve etkinliklere temsilcilerini göndermektedirler.

²² Etkinlik hakkında detaylı bilgi için bakınız; <http://www.liberal.org.tr/sayfa/kat.php?kat=1&akat=34>, Erişim 28 Mayıs 2020

Örneğin 3H Hareketi 'Uluslararası Liberal Gençlik Federasyonu' (IFLRY), 'Özgürlük İçin Avrupalı Öğrenciler' (ESFL) ve ABD merkezli liberal sivil toplum çatı örgütü olan 'Atlas Network' gibi liberal ağların üyesidir (3H Hareketi Temsilcisi, Kişisel Görüşme; 8.9.2015). ÖAD, 'Atlas Network', 'Denge ve Denetleme Ağı' ve 'Network of Free Society' üyesidir (ÖAD Temsilcisi, Kişisel Görüşme; 1.10.2015). Öte yandan 2019 yılında Avrupa Liberal Forumunun da tam üyesi olmuştur (Özgürlük Araştırmaları Derneği, 2020; 55). ERG ise Denge ve Denetleme Ağı', 'Çocuğa Karşı Şiddeti Önlemek İçin Ortaklık Ağı', 'Network of Education Policy Centers', 'Network of European Foundations', 'Initiative for Learning Democracy In Europe' gibi özellikle eğitim konusuna odaklanan ağların parçasıdır²³. EDAM ise 'European Policy Institutes Network' (EPIN) isimli farklı ülkelerden 31 düşünce kuruluşunun içinde bulunduğu bir uluslararası ağın parçasıdır (EDAM Temsilcisi, Kişisel Görüşme; 10.11.2016)

Farklı dillerde hedeflenen ülke ve bölgelere yönelik dergi, internet sitesi ve içerik yayımlamak

Düşünce kuruluşları Türkiye'nin tezlerini yurt dışındaki muhataplarına anlatmak, diğer ülkelerin karar alıcılarını ve kamuoyunu etkilemek amacıyla yabancı dillerde dergi, internet sitesi ve rapor, analiz gibi içerikler yayımlayabilmektedirler. Örneğin SETA İngilizce yayın yapan 'Insight Turkey' ve Arapça yayınlanan 'Ru'ye Turkiyye' isimli iki dergi çıkartmaktadır. Öte yandan SETA, TEPAV, SDE, TESEV gibi büyük kuruluşlar başta olmak üzere pek çok düşünce kuruluşu, internet sitelerinin ve içeriklerinin büyük kısmını Türkçe ve İngilizce olarak yayımlamaktadır.

Yurt dışında ofis ve temsilcilik açmak

Düşünce kuruluşları yurt dışındaki ofis ve temsilcilikleri vasıtasıyla, farklı ülkelerdeki gelişmeleri daha yakından takip edebilmekte ve buradaki iş birliklerini koordine edebilmektedir. Mali kısıtlılıklardan ötürü, Türkiye'deki düşünce kuruluşlarının çok az bir kısmı yurt dışında ofis veya temsilciliğe sahiptir. Bunlardan biri geniş mali olanaklara sahip olan SETA'dır. Kuruluşun Washington DC ve Kahire'de ofisleri bulunmaktadır. Avrupa Birliği konularında uzmanlaşmış olan İKV'nin ise 1982'den beri Brüksel'de temsilciliği bulunmaktadır.

Farklı ülkelerden öğrenciler için staj, eğitim, dil okulu ve değişim programları düzenlemek

Düşünce kuruluşlarının kamu diplomasisi bağlamında yabancı öğrencilere yönelik eğitim faaliyetlerinde de bulunabilmektedir. Örneğin TÜRKSAM yurt dışından (özellikle de Türk dünyasından) akademisyen ve öğrencilere yönelik eğitim ve staj programları düzenlemekte, konuk araştırmacıları davet etmektedir. Staj programı kapsamında öğrencilerin belirli bölgeler üzerine uzmanlaşması, bu

²³ ERG'nin destekçileri ve dâhil olduğu uluslararası sivil toplum ağlarına ilişkin daha detaylı bilgi için bakınız: Erişim <https://www.egitimreformugirisimi.org/destekciler/>, Erişim 6 Mayıs 2020

bölgelerdeki gelişmeleri takip ettikleri bültenler hazırlamaları ve araştırma tecrübesi kazanmaları da hedeflenmektedir (TÜRKSAM Temsilcisi, Kişisel Görüşme, 31.1.2017). İLEM de diğer ülkelerden lisansüstü öğrencilere yönelik eğitim ve seminer programları düzenlemektedir (İLEM Temsilcisi, Kişisel Görüşme, 28.9.2015).

Uluslararası ve yerel aktörleri belirli sorunlar etrafında bir araya getirmeye dönük toplantılar, seminer ve konferanslar organize etmek

Düşünce kuruluşları, dış politikaya dair belirli bölgesel sorunları, olası iş birliklerini masaya yatırmak üzere Türkiye’den veya ilgili bölgeden sivil ve bürokratik aktörleri bir araya getiren toplantılar düzenleyebilmektedir. SDE’nin 2019 yılı içerisinde, Türkiye İktisadi Kalkınma Ajansı (TİKA), Türk Tarih Kurumu gibi kuruluşlarla ortak gerçekleştirdiği toplantılar buna örnek olarak gösterilebilir. SDE söz konusu toplantılarda Balkanlar²⁴, Kafkaslar²⁵, Keşmir Sorunu²⁶, Irak’ta yaşanan halk hareketleri²⁷ gibi konularda Türkiye’den ve ilgili bölgelerden bürokratları, akademisyenleri, din adamlarını ve sivil toplum temsilcilerini bir araya getirmiştir. PODEM ise ‘Türkiye-Avrupa Birliği Ortak Zemin ve Diyalog Çalışması’ başlıklı basına kapalı toplantılar kapsamında, Türkiye ve AB ülkelerinden üst düzey bürokratları bir araya getirerek, son süreçte öne çıkan sorunların tartışıldığı bir diyalog zemini oluşturmaya çalışmıştır (PODEM, 2019; 26)

Farklı ülkelerin düşünce kuruluşlarına ve diplomatik misyonlarına ziyaretlerde bulunmak

Günümüzde düşünce kuruluşları temsilcileri resmi heyetlerin yurt dışı ziyaretlerine eşlik edebilmekte veya Türkiye’yi ziyaret eden uluslararası resmi heyetler programlarına Türkiye’deki düşünce kuruluşlarını da eklemektedir. Ayrıca farklı ülkelerin düşünce kuruluşları, belirli ortak sorunlar etrafında görüş alışverişinde bulunmak ve ülkeler arasında siyasal, ekonomik ve kültürel işbirliklerini geliştirmek amacıyla karşılıklı ziyaretler gerçekleştirebilmekte, ortak düşünce kuruluşu forumları kapsamında bir araya gelebilmektedir.

Örneğin 2010 yılı içerisinde Çin Halk Cumhuriyeti, ‘Doğu Türkistan Sorununun’ Türkiye kamuoyunda yankı bulmasının Türkiye-Çin ilişkileri üzerinde yarattığı

24 SDE’nin TİKA desteğinde gerçekleştirdiği Balkan buluşması hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://www.sde.org.tr/kongre/tika-ve-sde-15-balkan-ulkесinin-fikir-adamlarini-ankarada-bulusturdu-faaliyeti-7431>, Erişim 2 Haziran 2020

25 SDE’nin ‘Kafkasya’nın Geleceği İçin Strateji Çalıştayı’ hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://www.sde.org.tr/sempozyum-calistay/sd-kongre-baku-programinda-kafkasyanın-gelecegi-icin-strateji-calistayi-faaliyeti-7430>, Erişim 2 Haziran 2020

26 SDE’nin Lahor Barış Araştırmaları Merkezi iş birliğinde düzenlediği Keşmir krizi hakkındaki konferansla ilgili ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://www.sde.org.tr/kongre/kesmir-krizi-barisa-yonelik-tehditler-ve-uluslararası-toplumun-rolu-faaliyeti-12173>, Erişim 2 Haziran 2020

27 SDE’nin ‘Yol Ayrımındaki Irak: Değişim ve Sonuçlar’ başlıklı çalıştayı için bakınız: <https://www.sde.org.tr/sempozyum-calistay/yol-ayrimindaki-irak-degisim-ve-sonuclar-faaliyeti-14452>, Erişim 2 Haziran 2020

olumsuz etkileri gidermek adına “Türkiye’de Çin’i Yaşayın” projesini uygulamaya koymuştur. Bu kapsamda Çin’den diplomatları, düşünce kuruluşu uzmanlarını ve iş insanlarını kapsayan bir heyet, dönemin dış politikada en etkili düşünce kuruluşlarından bazılarıyla ve özellikle de yurt dışındaki Türk topluluklar konusunda en hassas olan ve Doğu Türkistan (Uygur Türkleri) sorunu ile yakından ilgilenen TÜRSAM ile de toplantılar gerçekleştirmiştir. (Ekrem, akademiye.org)

Düşünce Kuruluşlarının Kamu Diplomasisi Bağlamında Başarı Kriterleri

Türkiye’de düşünce kuruluşlarının uluslararası topluma ulaşmak anlamında göz önünde bulundurdıkları başarı kriterleri şunlardır;

Dış ilişkilerden sorumlu kurumlarla geliştirilen ilişkiler

Türkiye’deki dış politika alanında çalışan düşünce kuruluşları açısından Dışişleri Bakanlığı, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB), Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA), Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK), Genelkurmay gibi ilgili kamu kurumlarıyla geliştirilen ilişkiler önem arz etmektedir. Bu kuruluşlar (özellikle de Dışişleri Bakanlığı, TİKA ve YTB) Türkiye’nin kamu diplomasisi faaliyetlerini koordine etmekle birlikte, düşünce kuruluşlarının gerçekleştirdiği proje ve organizasyonların da en önemli finansörü konumundadır. Bu tür kurumlardan fonlar ve proje desteği almanın dışında, gelen bilgi ve görüş talepleri ve kurulan formal ve enformel ilişkiler düşünce kuruluşlarının dış politikadaki etki düzeyini de belirlemektedir. SETA, SDE, ORSAM, TASAM gibi sağ kanat, muhafazakâr ve milliyetçi-muhafazakâr ideolojiye sahip kuruluşlar, mevcut devlet politikalarına daha yakın olduklarından kamu bürokrasisine erişim ve kamu kurumlarından kaynak sağlama konusunda avantajlıdır. Özellikle bu tür kuruluşların başkanları ve yönetiminde yer alan kişilerin pek çoğu emekli büyükelçi, ordu mensubu ve bürokratlardan oluştuğu için kamu bürokrasisi ile kişisel bağlantıları da daha yoğun olmaktadır. Buna karşın TESEV ve ERG gibi liberal kuruluşların temsilcileri ise (özellikle Gezi Protestoları veya 15 Temmuz Darbe Girişimi gibi olaylardan sonra) kamu bürokrasisinin kendileri adına giderek daha kapalı hale geldiğini ifade etmektedirler (TESEV Temsilcisi, Kişisel Görüşme, 21.10.2015; ERG Temsilcisi Kişisel Görüşme, 14.9.2015).

Gerçekleştirilen uluslararası toplantılara üst düzeyde katılımların olması

Düşünce kuruluşları, kendi gerçekleştirdikleri toplantılara, yurt içi ve yurt dışından üst düzey karar alıcılar başta olmak üzere, uluslararası kurumların temsilcilerinin, medyanın, sivil toplumun katılımını önemsemekte ve bunu organizasyonun kamu diplomasisi bağlamındaki başarısının ve etki düzeyinin bir göstergesi olarak değerlendirmektedir. ORSAM Temsilcisi yakın zamanda düzenledikleri bir organizasyonu örnek göstererek şu ifadeleri kullanmaktadır: “Mesela geçmişte Suriyeli mülteciler ile ilgili bir çalıştay yaptık. Katılım çok iyiydi: karar alıcılardan,

sivil toplumdaki uluslararası STK'lardan, Mülteciler Yüksek Komiserliği'nden temsilciler geldi. Oradaki o etkileşim daha önemli. Farklı paydaşları bir araya getirmek. Oradaki toplantılar daha verimli oluyor, herkes açık ve net konuşuyor" (ORSAM Temsilcisi, Kişisel Görüşme, 7.12.2015).

Türkiye'deki gelişmelerle ilgili içeriden bilgi almak isteyen uluslararası basın-yayın organlarının Türkiye'den hangi düşünce kuruluşlarını tercih ettiği

Yabancı basın kuruluşları Türkiye ile ilgili çeşitli gündemler oluştuğunda Türkiye'deki düşünce kuruluşlarından bilgi, görüş ve analiz talep etmektedir. Örneğin özellikle okul öncesi eğitim politikaları üzerine çalışan ERG, Türkiye'de 'eğitimde imam hatipleşme', 'zorunlu din dersi', 'PISA sonuçları' gibi kritik gündemler olduğunda The New York Times, AFP, Financial Time, The Wall Street Journal, Reuters, The Economist gibi yabancı basın kuruluşlarının kendilerine mikrofon uzattığını belirtmektedir (ERG, Kişisel Görüşme, 14.9.2015). Öte yandan TEPAV, TESEV, ERG, EDAM, SETA gibi kuruluşlar da medya görünürlüğü düzeylerini ölçümlemekte, bunu bir başarı kriteri ve uluslararası etki ve saygınlığın bir göstergesi olarak görmektedir.

Uluslararası düşünce kuruluşu indekslerinde küresel veya bölgesel sıralamaya girebilmek

Düşünce kuruluşlarının uluslararası bilinirliğini ve saygınlığını ifade eden en önemli göstergelerden biri 'Think Tanks and Civil Societies Program' tarafından her yıl yayımlanan 'Global Go To Think Tank' indeksinde yer bulabilmektir. Bu kapsamda örneğin 2018 raporunda TESEV Dünyanın En İyi Düşünce Kuruluşları İndeksinde 79. Ortadoğu ve Kuzey Afrika (MENA) bölgesinde ise 11. olmuştur. LDT ise dünyada 90. MENA bölgesinde 15. sırada yer almıştır. MENA bölgesinde EDAM 17. ve TEPAV 79. sıradadır. Aynı kuruluşun 2018 raporunda, Savunma ve Ulusal Güvenlik alanında çalışan en iyi düşünce kuruluşları kategorisinde EDAM 20. sıradadır. Eğitim Politikaları indeksinde ERG 47. ve yine Sabancı Üniversitesi bünyesinde bulunan ve onun kardeş kuruluşu olan İPM 30. sırada yer almıştır. Dış Politika ve Uluslararası İlişkiler kategorisinde ise TEPAV 50. ve EDAM, 110. sıradadır (McGann, 2019). Söz konusu indekslerde yer bulan düşünce kuruluşları bunu kendi internet sitelerinde açıklamaktadır. Öte yandan uluslararası indekslerde yer alabilmek açısından liberal kuruluşların daha avantajlı olduğu göze çarpmaktadır.

Düşünce kuruluşu uzmanlarının kamu bürokrasisine ve siyasete geçiş yapması

Düşünce kuruluşu uzmanlarının kamu bürokrasisine geçmesi günümüzde çok sık karşılaşılan bir durumdur. SETA ve SDE bu konuda başı çeken düşünce kuruluşlarıdır. SETA'da uzman olarak çalıştıktan sonra, Başbakanlık, Cumhurbaşkanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Anadolu Ajansı ve TRT gibi kurumlara geçenler olmuş-

tur28. SETA temsilcileri ise, Vakfın geleceğin siyasetçileri ve bürokratları için bir okul işlevi görmesini, devletin ileri gelenlerinin yetişmiş insan ihtiyacını karşılamak adına SETA'ya başvurmasını kendi başarıları olarak değerlendirmektedir. Ancak kuruluşun bir kariyer sıçrama tahtası olarak görülmesini, devlet kurumlarına ve Ak Partiye geçişin kurumun işleyişini aksatmasını ve bu kişilerin SETA kimliğini bir kenara bırakmasını doğru bulmamaktadırlar (SETA Temsilcisi-2, Kişisel Görüşme, 29.11.2015).

İstihdam edilen uzmanların niteliği

Türkiye'de özellikle dış politika alanında çalışan düşünce kuruluşları için belirli bölgeler üzerinde uzmanlaşmış, bölge dillerine hâkim, yurt içi ve yurt dışından önemli üniversitelerde siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler, bölgesel çalışmalar gibi alanlarda lisans veya lisansüstü düzeyde eğitim almış kalifiye uzmanlar istihdam etmek önemli bir başarı kriteridir. Bunun yanında daha önce kamu bürokrasisinde ve uluslararası kurumlarda ve sivil toplum kuruluşlarında görev almış, bu yönüyle kişisel bağlantıları ve sosyal sermayesi güçlü olan kişilerle çalışmak da düşünce kuruluşlarına önemli avantajlar sağlamaktadır. Dış politika, bölgesel çalışmalar ve kamu diplomasisi faaliyetleriyle ilgilenen neredeyse bütün düşünce kuruluşları, istihdam edecekleri personelleri belirlerken söz konusu kriterleri göz önünde bulundurmaktadır.

Kuruluşun yabancı dildeki yayınlarının yurt dışında atif alması, dolaşıma girmesi ve ilgi uyandırması

Özellikle dış politika üzerine araştırma yürüten düşünce kuruluşları, ürettikleri yayınların yurt içi ve yurt dışında etkin şekilde dağıtılmasına da önem vermektedir. Bu bağlamda, yayınların gerek medyada gerekse de diğer bilimsel çalışmalarda aldığı atif sayısı, karar alıcı konumda olan kişilerin bu yayınlarla ilgili kuruluşa geri dönüş sağlaması bir başarı kriteri olarak görülmektedir. Örneğin SETA Temsilcisi-2 bu bağlamda, yurt içinde ve yurt dışında ürettikleri yayınlara çokça atif aldıklarını vurgulamakta ve SETA'nın uzun vadede en önemli katkısının akademiye ve bilimsel literatüre olacağını savunmaktadır (SETA Temsilcisi-2, Kişisel Görüşme, 29.11.2015). TESEV ise 2019 faaliyet raporunda, Dünya Ekonomik Forumu ve Columbia Üniversitesi ile yaptıkları içerik ortaklığı anlaşmaları yoluyla ürettikleri yayınların bu kuruluşların veri tabanlarında da yayımlanmaya başlayacağını duyurmuştur (TESEV, 2019, s. 33).

28 Taha Özhan 7 Haziran ve 1 Kasım seçimlerinde AK Parti Malatya Milletvekili olarak meclise de girmiştir. Günümüzde Cumhurbaşkanlığı Sözcüsü olan İbrahim Kalın 2010 yılında Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğüne, 2012 Yılında Başbakanlık Müsteşar Yardımcılığına, 2014 yılında ise Cumhurbaşkanlığı Genel Sekreter Yardımcılığı görevine getirilmiştir. SETA Eski Siyaset Araştırmaları Direktörü Hatem Ete ve Eski Dış Politika Araştırmaları Direktörü Talip Küçükcan gibi isimlerin Ahmet Davutoğlu'nun Başbakan olması sonrası yedi kişilik Danışman ekibinin içinde yer alması da buna örnek verilebilir. Yine SETA kökenli olan Fahrettin Altun Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı olarak atanmıştır. SDE Eski Başkanı Yasin Aktay da AK Parti'den siyasete katılan isimlerdendir. Yine SDE Eski Başkanı Birol Akgün ise yurt dışında Türkiye Cumhuriyeti adına okul açan Maarif Vakfı'nın Yönetim Kurulu Başkanlığına getirilmiştir.

Uluslararası partnerlikler ve iş birlikleri (Uluslararası bir kuruluşun veya yabancı bir şirketin Türkiye ile ilgili bilgi ve projeye ihtiyaç duyduğunda Türkiye'den hangi kuruluşa başvurduğu; Uluslararası araştırma fonlarından sağlanan hibelerin sayısı ve miktarı; Uluslararası bir kurum, STK veya organizasyonun bir toplantı için Türkiye'den hangi düşünce kuruluşunu davet ettiği; Yabancı ülkelerin Türkiye'ye dönük diplomatik ziyaretlerinde hangi düşünce kuruluşunu ziyaret ettiği).

Uluslararası kurum ve kuruluşlar gerçekleştirecekleri yukarıda sıralanan türde etkinlik, faaliyet ve projeler için Türkiye'den uygun bir partner ararken birkaç faktörü göz önünde bulundurlar; Bu anlamda, ülkenin politikaları, dış siyaseti ve kamuoyu üzerinde etkili, uluslararası güvenilirliğe, prestije ve görünürlüğe sahip, ortak dünya görüşü ve değerler çerçevesinde buluşabilecekleri, ilgili konuda yeterli düzeyde uzmanlığa ve bilgi birikimine sahip ve organizasyonel kapasitesi yüksek olan düşünce kuruluşlarını tercih etme eğilimindedirler. Bu nedenle Türkiye'deki düşünce kuruluşları için yurt dışından STK'lar, şirketler, kurum ve kuruluşlar ile geliştirilen ortak projeler, etkinlikler ve karşılıklı ziyaretler önemli bir başarı kriteri olmaktadır.

Sonuç

Araştırma, Türkiye'deki düşünce kuruluşlarının, kamu diplomasisi bağlamında ne tür faaliyetlerde buldukları, bu faaliyetlerle neleri amaçladıkları, başarı kriterlerinin neler olduğu ve ideolojik yönelimlerine bağlı olarak nasıl farklılaştıkları sorularına odaklanmıştır. Bu bağlamda düşünce kuruluşlarının, Türkiye'nin dış politika tezlerini uluslararası muhataplarına anlatmak, ülkenin imajını yurt dışında güçlü tutmak, ülkenin dış politika hamlelerinin önünü açacak sivil, entelektüel, siyasi ve kültürel ilişkiler geliştirmek, Türkiye'deki gelişmelerle ilgili yurt dışındaki akademik, diplomatik çevrelere, medyaya ve iş insanlarına bilgi sağlamak, farklı ülkelerde yaşanan gelişmelerle ilgili görüş ve önerilerini sunmak, Türkiye ve diğer ülkelerden sivil ve resmi aktörleri belirli sorunlar üzerinden bir araya getirerek diyalog zemini yaratmak amacıyla kamu diplomasisi faaliyeti yürütebildikleri görülmüştür. Bunun yanında kuruluşlarının uluslararası görünürlük ve itibarını arttırmak, uluslararası kurumlardan ve sivil toplum kuruluşlarından fon sağlayarak mali kaynaklarını çeşitlendirmek gibi kendilerine dönük amaçlarla da kamu diplomasisinin bir parçası olabildikleri görülmüştür.

Yabancı dilde yayınlar yapmak, yurt dışında temsilcilik açmak, uluslararası politika ağlarına dâhil olmak, dış paydaşlarla ilişkilerini güçlü tutacak ortak projeler, toplantılar ve etkinlikler gerçekleştirmek, uluslararası araştırma projelerine başvurmak, düşünce kuruluşlarının kamu diplomasisi bağlamında gerçekleştirdikleri en temel faaliyetlerdir. Öte yandan ilgilendikleri bölge ülkelerindeki siyasi, ekonomik, toplumsal gelişmelerle ilgili bilgi toplayarak bu bilgileri yurt içindeki paydaşlarına raporlamak veya tam tersi şekilde iş birliği içerisinde oldukları kuruluşlara Türkiye'deki gelişmelerle ilgili bilgi sağlamak da düşünce kuruluşlarının temel işlevleri arasındadır. Bunun yanında, yurt dışından öğrencilere yönelik eğitim, seminer ve

staj programları düzenleyen kuruluşlar da bulunmaktadır. Elbette ki bu faaliyetlerin içeriği kuruluşların ideolojik konumlanışlarına, hedef kitlelerine, çalışma alanlarına ve mali kaynaklarının büyüklüğüne göre değişiklik göstermektedir.

Düşünce kuruluşları açısından kamu diplomasisi faaliyetlerinin ne oranda hedefine ulaştığını ortaya koyan göstergeler de farklılaşmaktadır. Yurt dışı kurum ve kuruluşlardan sağlanan fonlar ve proje gelirleri, yurt içinde ve yurt dışında dış ilişkilerden sorumlu kurum ve kuruluşlarla, formel veya enformel düzeyde kurulan düzenli ilişkiler, ortaklıklar ve gerçekleştirilen ziyaretler, düzenlenen uluslararası toplantı ve etkinliklere üst düzey katılımlar, uluslararası medyada görünürlük, uluslararası düşünce kuruluşu indekslerinde sıralamaya girebilmek, üretilen yabancı dilde yayınların sirkülasyonu gibi pek çok başlık, düşünce kuruluşları açısından başarı kriterleri olabilmektedir.

Düşünce kuruluşlarının yerel ve uluslararası düzeyde farklı toplumsal gruplar ve çıkarlar arasında iletişimsel süreçler yaratan bir aracı olarak konumlanması, Osborne'un (2004, ss. 440-443) "mediators" olarak isimlendirdiği yeni bir entelektüel tipolojisinin başat konuma geldiğine işaret eder. Osborne'a göre mediator, "'şeylere' hareket katan biridir. Mekânsal olarak aracılık eden, iki veya daha fazla çıkar arasında konumlanan pasif bir aracı değildir. Tavsiye ve fikirden çok bağlantılar ve süreçler üretir". Büyük fikirler ve anlatılarla değil, aracılındırılabilecek, fark yaratabilecek, araçsal ve kullanışlı fikirlerle ilgilenir. Foucault ve Bauman'ın entelektüel kategorileştirmelerinden hareketle, hem 'fildişi kule' entelektüelinin, hem de pozitivist ve işlevsel araştırmalar yürüten 'uzman' entelektüelin dışında mediator'ler, Osborne'a göre günümüz katılıma ve tartışmaya dayalı siyasal kültüründe giderek önem kazanmaktadır.

Araştırma aynı zamanda ideolojik yönelimleri bağlamında düşünce kuruluşlarının kamu politikası faaliyetlerinin, bu anlamda odaklandıkları coğrafyaların, amaçlarının ve başarı kriterlerinin değişebildiğini ortaya koymaktadır. Türkiye'de düşünce kuruluşları, ideolojileri ve bağlı oldukları siyasal gelenek anlamında liberal, milliyetçi, milliyetçi-muhafazakâr ve muhafazakâr olarak dört gruba ayrılabilir. TESEV, TEPAV, ERG vs. gibi liberal kuruluşlar, Avrupa ve ABD merkezli sivil toplum kuruluşlarından fon almak, ortak araştırmalar ve organizasyonlar düzenlemek, uluslararası karar alıcılara ulaşmak ve uluslararası düşünce kuruluşu indekslerinde yer almak konusunda diğer kategorilere göre çok daha avantajlıdır. Kamu diplomasisi faaliyetlerinde liberal kuruluşların temel amacı daha ziyade, ekonomi, AB, demokratikleşme, azınlıklar, ifade özgürlüğü gibi yabancı muhataplarının Türkiye hakkında merak ettiği konularda onlara güvenilir bilgi sağlamaktır.

Buna karşın SETA, SDE, TÜRKSAM, ORSAM ve TASAM gibi kuruluşlar için kamu diplomasisi faaliyetlerinin temel amacı, Türkiye'nin resmi dış politikasını desteklemek, Türkiye'nin argümanlarını diğer ülkelere anlatmak ve bu yolla geleneksel resmi diplomatik aktörlerin önünü açacak iletişimsel süreçler yönetmektir. Söz konusu kuruluşların vizyon çerçevelerinde görülen "yerli ve milli dış

politika”, “Türkiye merkezli bakış açısı ve özgün stratejiler geliştirmek” gibi hedeflerin temel anlamı da budur. Öte yandan özellikle muhafazakâr kuruluşlar ve kısmen de milliyetçi ve milliyetçi-muhafazakâr yapılar, Türkiye’deki dış politikadan sorumlu kurumlara ve karar alıcılara erişim ve bunlardan fon almak konusunda liberallere nazaran daha avantajlıdırlar. Hatta başta milliyetçiler olmak üzere bu kategorilerden bazı kuruluşlar yabancı kaynaklardan özellikle AB kurumlarından ve Avrupa merkezli vakıflardan fon almamayı bir prensip olarak benimsemiştir. Buradan hareketle, genel olarak liberaller dışında kalan düşünce kuruluşlarının devlet eksenli bir kamu diplomasisi anlayışını merkeze aldıkları ve bu bağlamda devlet/hükümet adına resmi dış politikayı destekleme amacı güden Soğuk Savaş öncesinin düşünce kuruluşu geleneğini büyük oranda devam ettirdikleri söylenebilir²⁹.

Öte yandan ideolojilerinden bağımsız olarak, Türkiye’nin düşünce kuruluşu alanında baskın olan aktörlerin neredeyse tamamı, büyük sermaye grupları ve şahıslar tarafından fonlanmakta, bünyesinde gazetecileri, şirket yöneticilerini, sivil ve askeri bürokratları barındırmakta ve kaçınılmaz olarak bu dar ekonomik, siyasal ve kültürel ‘iktidar seçkinleri’ sınıfının yerel ve uluslararası çıkarlarının taşıyıcısı olarak konumlanmaktadır. (Elbette ki bu ifade düşünce kuruluşları alanının tamamıyla özerklikten yoksun olduğu, kendine özgü dinamikleri, amaçları, faaliyet tarzı, rekabet koşulları olmadığı ve kendi dışındaki iktidar yapıları tarafından doğrudan belirlendiği anlamına gelmemelidir). Ayrıca siyasal ve ekonomik güç odaklarına yaslanan bu kuruluşlar, politik süreçlere etki etmek ve medya görünürlüğü kazanmak anlamında, küçük çaplı örgütlenmelere göre daha avantajlı konumdadır. Bu bağlamda, farklı fikirler ve çıkarlar arasındaki açık rekabete dayalı, adil ve eşitlikçi bir fikir piyasası mümkün olamamaktadır (Plewhe, 2008, s. 6). Dolayısıyla düşünce kuruluşlarının sayısının ve kamu politikalarının belirlenmesindeki etkilerinin artması siyasal sistemin demokratik ve şeffaf işlediğinin göstergesi olmadığı gibi, düşünce kuruluşlarının kamu diplomasisi süreçlerine daha fazla entegre olmaları da dış politikada çoğulcu bir yaklaşımın işareti olarak görülemez. Tam aksine bu tür ‘elit’ organizasyonların etkisindeki artış, dış politika yapım süreçlerindeki ‘oligarşik’ eğilimi güçlendirme tehlikesi taşır.

Kaynakça

Aras, B., Toktaş, Ş. ve Kurt Ü. (2010). Araştırma Merkezlerinin Yükselişi: Türkiye’de Dış Politika ve Ulusal Güvenlik Kültürü. Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA).

Aydın, A. (2006). The Genesis of Think Tank Culture: Past, Present and Future?. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ortadoğu Teknik Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü.

29 Ancak böylesi bir genel eğilimin varlığından bahsederken istisnaların gözden kaçırılmaması önemlidir. Bulguların da gösterdiği üzere Muhafazakâr düşünce kuruluşları içerisinde ESAM ve İLEM özgün bir konuma sahiptir. Öte yandan liberal kuruluşlarda ise LDT ve TEPAV’ın konumu da içinde buldukları kategoriden farklı kimi özellikler taşır.

- Bayraklı, E., Hafez, F. (2020). European Islamophobia Report 2019. SETA, Erişim 16 Mayıs 2020, https://www.islamophobiaeurope.com/wp-content/uploads/2020/06/EIR_2019.pdf
- Dış Politika Enstitüsü (DPE). (2020). About, Erişim 10 Mayıs 2020, <http://foreignpolicy.org.tr/about/>
- Eğitim Reformu Girişimi (ERG), Destekçiler, Erişim 6 Mayıs 2020, <https://www.egitimreformugirisimi.org/destekciler/>
- Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi (ESAM), D-8 (Developing 8), Erişim, 7 Nisan 2020, http://www.esam.org.tr/d-8_k28.html
- Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi (ESAM), Müslüman Topluluklar Birliği, Erişim 7 Nisan 2020, http://www.esam.org.tr/mtb_k51.html
- Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi (ESAM), Tarihçe, 14 Ocak 2020, http://www.esam.org.tr/tarihce_k36.html
- Ekrem, E. (2017), Türk ve Çin İlişkileri: Düşünce Kuruluşları Arasında İşbirliği, Erişim 14 Mayıs 2020, <https://akademiye.org/tr/?p=584>
- European Stability Initiative, (ESI), ARI Hareketi, Erişim 6 Ocak 2020, https://www.esiweb.org/index.php?lang=tr&id=322&debate_ID=4&slide_ID=34
- G20 Turkey, Think 20 (G20): Information Note On T20 Turkey, Erişim, 4 Mayıs 2020, <http://g20.org.tr/engagement-groups/think-20-t20/>
- Güvenç, S. (2006). Türkiye Dış Politikası ve Düşünce Kuruluşları. Semra Cerit Mazlum ve Erhan Doğan (Ed.). Sivil Toplum ve Dış Politika: Yeni Sorunlar, Yeni Aktörler içinde İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Güvenç. S. (2009). Seeking Influence In Foreign Policy Making: Turkey's Experiment With Think Tanks. XXI IPSA World Congress of Political Science
- İktisadi Araştırmalar Vakfı (İAV), Kurucular, Erişim 7 Mart 2020 <https://iav.org.tr/kurumsal.aspx>
- İktisadi Kalkınma Vakfı (İKV), Kurucu ve Mütevelli Kurumlar, Erişim 18 Mart 2020, https://www.ikv.org.tr/ikv.asp?ust_id=12&id=18
- Karasar, H. A. (2012). Türk Düşünce Kuruluşlarının 'Anası': Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi. Hasan Ali Karasar ve Hasan Kanbolat (Ed.). Avrasya'da Stratejik Düşünce Kültürü ve Kuruluşları içinde (s.47-70). Ankara ve İstanbul: Nobel Yayınları.
- Kınıklıoğlu, S (2009), Türkiye'de Düşünce Kuruluşları Meselesi", Kanbolat H., Karasar, H. A. (Ed.), Türkiye'de Stratejik Düşünce Kültürü ve Stratejik Araştırma Merkezleri: Başlangıcından Bugüne Türk Düşünce Kuruluşları. Ankara: Nobel Yay.
- KÖK Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Vakfı (KÖKSAV), KÖKSAV'ın Kuruluş Amacı, Erişim 16 Ocak 2020, <http://www.koksav.org.tr/amac-t.htm>
- Köksoy, E. (2019). Kamu Diplomasisi Yöntemi ve Stratejisi, Kamu Dilomasisinde Yeni Yönelimler, Oğuz Göksu (Ed.), Konya: Literatürk Yay.

Krastev, (2000). The Liberal Estate: Reflections On The Politics of Think Tanks in Central and Eastern Europe, James G. McGann, R. Kent Weaver (Ed.). Think Tanks and Civil Societies içinde, (s. 273-293). New Jersey: Transection Publisher.

Liberal Düşünce Topluluğu (LDT), Uluslararası Toplantılar, Faaliyetler, Erişim 28 Mayıs 2020 <http://www.liberal.org.tr/sayfa/kat.php?kat=1&akat=34>

McGann, J. G. (2015). 2014 Global Go To Think Tank Index Report. Think Tank and Civil Society Program (TTCSP), University of Pennsylvania.

McGann, J. G. (2019), 2018 Global Go To Think Tank Index Report, Think Tanks and Civil Societies Program (TTCSP), University of Pennsylvania, Erişim 4 Şubat 2020, https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1017&context=think_tanks

Melissen. J. (2005). The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice. Jan Melissen (Ed.), The New Public Diplomacy: Soft Power In International Relations içinde, (s. 3-28), New York: Palgrave MacMillan.

Nye, J. S. (2003). Soft Power: Propaganda Isn't The Way, The New York Times. Erişim 12 Ocak 2020, <https://www.nytimes.com/2003/01/10/opinion/IHT-soft-power-propaganda-isnt-the-way.html>

Osborne, T. (2004). On Mediators: Intellectuals and Ideas Trade içinde The Knowledge Society. Economy And Society, 33:4, 430-447.

Plehwe, D. (2008). Forging a Neoliberal Knowledge Elite (Perspective) and Restricted Pluralism: The History of The Mont Pelerin Society Networks of Intellectuals and Think Tanks. New York: Social Science Research Council.

PODEM. (2019). Yıllık Faaliyet Raporu 2018, Erişim 21 Mayıs 2020, http://podem.org.tr/img/researches/2018-yili-faaliyetraporu/PODEM2018_FaaliyetRaporu.pdf

Rich, A. (2004). Think Tank, Public Policy and The Politics of Expertise. Cambridge University Press.

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

Stone, D. (2004a). Introduction: Think Tanks, Policy Advice and Governance. Diane Stone, Andrew Denham (Ed.). Think Tank Traditions: Policy Research and The Politics of Ideas içinde, (1-18), Manchester: Manchester University Press.

Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi. (2015). Global Sivil Diplomasi İnşası Programı. Stratejik Vizyon Belgesi. Sivil Global 2015-2023-2053, Erişim 4 Haziran 2020, https://tasam.org/Files/Etkinlik/File/VizyonBelgesi/SGP_vizyon_TR_pdf_b884b19c-0858-4120-848e-2dfb15f79335.pdf

Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı (TESEV), Tarihçe, Erişim 7 Mart 2020, <https://www.tesev.org.tr/tr/turkiye-ekonomik-ve-sosyal-etudler-vakfi/tarihce>

Tüysüzoğlu, G. (2014). Türk Dış Politikası'nın İşleyişinde Düşünce Kuruluşlarının

Rolü. Uluslararası İlişkiler Konseyi (UİK) 10. Yıl Kongresi (Türkiye’de Uluslararası İlişkilerin Dünü, Bugünü Geleceği), İzmir, 17-20 Nisan

Wang, J. (2006). Managing National Reputation and International Relations In The Global Era: Public Diplomacy Revisited. *Public Relations Review*, 32, 91-96.

Özgürlük Araştırmaları Derneği, (2020), Faaliyet Raporu 2019, Erişim 18 Haziran 2020, <https://oad.org.tr/Content/BlogResimleri/pdf/20202191271294Taslak%201a%20-%20%20%20C3%96AD%20Y%C4%B1II%C4%B1k%20Rapor%20-%202019.pdf>

TESEV. (2019). Tesev Faaliyet Raporu 2019. Erişim 2 Haziran 2020, https://www.tesev.org.tr/wp-content/uploads/rapor_faaliyet_raporu_2019.pdf

Yıldırım, G. (2015). Kültürel Diplomasi Ekseninde Uluslararası Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi. İstanbul: Beta Yayınları.

Bollywood Sinemasını Kamu Diplomasisi Bağlamında Yeniden İzlemek: Bajrangî Bhaijaan Üzerine Bir İnceleme¹

Zindan Çakıcı

Araştırma Görevlisi
zindan.cakici@uskudar.edu.tr
Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi
ORCID: 0000-0002-8916-0582

Emre Meriç

Araştırma Görevlisi
emre.meric@fbu.edu.tr
Fenerbahçe Üniversitesi İletişim Fakültesi
ORCID: 0000-0001-8006-7149

Abstract

Re-watching Bollywood Cinema in the Context of Public Diplomacy: An Analysis on “Bajrangî Bhaijaan”

Bollywood cinema is one of India’s most important public diplomacy instruments that spreads its own culture, art, and religious aspects. India promotes its own country with Bollywood cinema and exports its cultural goods to other countries through this film industry. In this study, how Bollywood portrays Pakistanis while introducing many of India’s soft power elements was researched with the semiotic analysis of Bajrangî Bhaijaan (2015). As a result of the study, it was shown that while Indian culture, art, and religious elements were portrayed with positive images in the film, Pakistanis and Muslims were represented as patriarchal, angry, and conservative.

keywords: Public diplomacy, Bollywood, Bajrangî Bhaijaan, representation

¹ 18 Aralık 2019 tarihinde gerçekleştirilen Galatasaray Üniversitesi Stratejik İletişim Yönetimi Konferansları (GSÜStrat) II: “Yeni Kamu Diplomasisi: Diyalog ve İlişki İnşa Etme” başlıklı ulusal konferansta sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

DOI:10.16878/gsuilet.867952

Résumé

Repenser le cinéma de Bollywood dans le contexte de la diplomatie publique: une étude sur Bajrangi Bhaijaan

Le cinéma de Bollywood est l'un des principaux outils de diplomatie publique dans lesquels l'Inde promeut sa propre culture, son art et ses éléments religieux. L'Inde fait la promotion de son propre pays à travers le cinéma Bollywood et commercialise ses produits culturels dans d'autres pays par le biais de cette industrie cinématographique. Cette recherche présente les nombreux éléments de puissance douce de Bollywood sur l'Inde avec l'analyse sémiotique du film Bajrangi Bhaijaan; Il a été analysé comment les Pakistanais sont représentés. À la suite de la recherche, il a été constaté que si la culture, l'art et les éléments religieux de l'Inde étaient présentés avec des images positives dans le film, les Pakistanais et aussi les musulmans étaient représentés comme "patriarcaux", "en colère" et "conservateurs".

mots-clés: Diplomatie publique, Bollywood, Bajrangi Bhaijaan, représentation

Öz

Bollywood sineması, Hindistan'ın kendi kültürünü, sanatını ve dinsel öğelerini tanıttığı önemli kamu diplomasisi araçlarından biridir. Hindistan, Bollywood sineması üzerinden hem kendi ülkesini tanıtmakta hem de kültürel ürünlerini bu sinema endüstrisi aracılığıyla diğer ülkelere pazarlamaktadır. Bu araştırma, Bajrangi Bhaijaan filminin göstergebilimsel analizi ile Bollywood'un Hindistan'a dair birçok yumuşak güç unsurunu tanıtırken; Pakistanlıları nasıl temsil ettiğini analiz etmiştir. İnceleme sonucunda, filmde Hindistan'ın kültürü, sanatı ve dinsel öğeleri olumlu imgeler ile sunulurken, Pakistanlıların ve bununla birlikte Müslümanların, "ataerkil", "öfkeli" ve "tutucu" olarak temsil edildiği görülmüştür.

anahtar kelimeler: Kamu diplomasisi, Bollywood, Bajrangi Bhaijaan, temsil

GiriŖ

18. yüzyıldan itibaren dıŖ kamuoyu ile ortak paydalar bulma ve köklü iliŖkiler inŖa etme sürecinin artması, kamu diplomasisinin önemli bir alan olarak ortaya çıkmasını saęlamıŖtır. Ağ toplumunun görünür olmaya baŖlaması ile sert güc yerini yumuŖak güc unsurlarına bırakmıŖ ve kamu diplomasisi stratejik bir faaliyet alanı olarak gündemde daha fazla yer almaya baŖlamıŖtır. Stratejik bir iletiŖim aracı olarak kamu diplomasisi, dıŖ kamuoyu ile uzun süreli ve köklü iliŖkilerin inŖa edildiği bir süreci ifade etmektedir. Bu süreçte, diğer ülke halklarının kültürünü, beklentilerini ve bakıŖ açılarını anlamaya çalıŖmak, kamu diplomasisi pratiklerinin başarıya ulaŖması adına önem teŖkil etmektedir. Bununla birlikte, kamu diplomasisi süreçlerinde stratejik bir yaklaŖıma sahip olmak, ülke menfaatleri açasından oldukça önemlidir. Bu yönüyle de kamu diplomasisi, özellikle dıŖ iliŖkilerde pek çok ülke için önemli bir alan haline gelmiŖtir.

Kamu diplomasisi, propagandanın veya diplomatik reklamcılığın bir uzantısı olarak ortaya çıkmıŖtır. Fakat, kamu diplomasisi ve propaganda kavramlarının tanımlarına, kullanım amaçlarına, kullandıkları araçlara ve yöntemlere bakıldığında, iki kavram arasında farklılıklar olduğu görölmektedir (Pamment, 2013, s. 2). Kamu diplomasisinde bilgilerin doğru ve güvenilir olması, stratejik iletiŖim süreçlerinin sağlıklı iŖlemesi adına oldukça önemlidir. Propaganda da ise verilen bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliği önem taŖımamaktadır. Kamu diplomasisi bu açıdan propagandadan farklılaŖmaktadır (Romarheim, 2005, s. 13). Propaganda, çoğu zaman güvenilirlikten yoksundur ve kamu diplomasisi olarak kullanıldığında ters tepmektedir. Bununla birlikte, kamu diplomasisi, amacına uygun bir Ŗekilde kullanılmayıp, kamuoyunu doğru bilgilendirmeyerek "ahlaka" aykırı bir niyet ile kullanıldığında ise propaganda halini almaktadır (Cull, 2007, s. 20). Doğru bilgiye dayanmayan kamu diplomasisi faaliyetleri, sadece inandırıcılığını kaybetmekle kalmayıp ölkelerin mevcut olumlu imajlarına da zarar verebilir. Bu süreçlerde önemli olan, doğru bilgi yayıp uzun süreli iliŖkiler kurmaktır. Bu nedenle, kamu diplomasisi faaliyetlerinin, dezenformasyon yayma süreçleri ile karıŖtırılmaması gerekir (Temel, 2010, s. 36).

İngiltere'den bağımsızlığını 15 Ağustos 1947'de kazanan Hindistan, bağımsızlığını kazanmasından itibaren "kültürel iliŖkiler" yoluyla tanınırlılığını arttırmayı amaçlamaktadır. Günümüzde, yumuŖak güc unsurlarını dıŖ kamuoyuna aktarma potansiyeli bulunan Hindistan'ın etkili araçlarından birisi de Bollywood sinemasıdır. Hindistan, Amerika'nın Hollywood filmleri vasıtası ile yaptığı gibi kendi toplumunun düşüncelerini, inançlarını, sosyal, siyasal ve kültürel değerlerini Bollywood üzerinden dıŖ kamuoyuna pazarlamaktadır. Hindistan, Bollywood ile hem gelecekteki danslarını, giysilerini, müziklerini, mimari üsluplarını ve inançlarını hem de dıŖ politikadaki eylemlerine meŖruiyet zemini yaratan fikirleri dıŖ kamuoyuna tanıtmaktadır.

Fakat, Hindistan'ın bağımsızlığını kazanması ile görünür olmaya baŖlayan

ve Soğuk Savaş döneminin sona ermesiyle küresel bir boyut kazanan Bollywood sinemasının kamu diplomasisi süreçlerinde Pakistanlılara dair nasıl bir gerçeklik inşa ettiğini inceleyen akademik çalışmaların sayısı oldukça azdır. Göstergebilimsel analizin kullanıldığı bu araştırmanın amacı; Hindistan'ın, Bollywood sinemasındaki Pakistanlı temsili üzerinden kendini siyasal ve kültürel bağlamda nasıl ön plana çıkarmaya çalıştığını Bajrangi Bhaijaan filmi üzerinden analiz etmektir.

Kamu Diplomasisine Genel Bir Bakış

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren literatürde daha fazla yer almaya başlayan kamu diplomasisinin izlerine, 19. yüzyılda devletler tarafından gerçekleştirilen geleneksel diplomasi faaliyetlerinde rastlanılmaktadır. Joseph Nye'a göre, Fransa'nın Prusya ile savaşının ardından imajını düzeltmek için 1883 yılında Alliance Française'ı kurarak yurt dışında dil ve kültür faaliyetleri düzenlemesi, kamu diplomasisinin ilk örneklerinden biri olarak kabul edilmektedir (Nye, 2008, s. 101). Bu tarihten itibaren dış kamuoyu, dış politikayı belirleme süreçlerinde etkili bir faktör haline gelmiştir. Devletler, dış politikanın oluşum ve uygulama sürecinde etkin rol oynayan dış kamuoyunu dikkate almaya başlamıştır. Ayrıca, dış kamuoyunun güveninin kazanılması ve zihninde olumlu bir imaj oluşturulması daha önemli hale gelmiştir (Karadağ, 2019, s. 88-114).

Kamu diplomasisi kavramı ilk kez ABD'deki Tufts Üniversitesi Fletcher Hukuk ve Diplomasi Okulu Dekanı Edmung Gullion tarafından 1965 yılında kullanılmıştır. Edmung Gullion, kamu diplomasisi faaliyetlerini "bilgi ve fikirlerin uluslar ötesi akışı" olarak tarif etmiştir. Dış politikaların oluşum ve uygulama süreçlerinde bilgilerin ve fikirlerin ulusötesi akışı, dış kamuoyunun tutum ve algılarını etkileyen bir sürece işaret etmektedir (Sancar, 2012, s. 79). Manheim'e göre, kamu diplomasisi "algıları yönetebilme ve yabancı kamu sektörlerini temel hedefler doğrultusunda yönlendirebilme sanatı"dır (Manheim, 2001, s. 75). Potter ise, kamu diplomasisini "hükümetlerin başka ülkelerin halkını, kanaat önderlerini ve aydınlarını kendi politikaları doğrultusunda olumlu olarak etkileyebilmesi" şeklinde tanımlamıştır (Potter, 2002, s. 2).

Hükümetlerin diğer ülkelerde kamuoyu oluşturması, bu ülkelerin kamu ve özel kuruluşları ile etkileşimde bulunması, diplomatları ve yabancı meslektaşları ile sürdürülebilir iletişim sağlaması temel kamu diplomasisi faaliyetlerindedir. Bu faaliyetler, geleneksel diplomasi çalışmalarından farklı olarak, bilgi ve fikirlerin ulus ötesi akışını sağlayarak dış kamuoyunun tutum ve algılarını etkileyebilir (Sancar, 2012, s. 91). Genel anlamı ile kamu diplomasisi "yabancı kamuoyuna yönelik faaliyetlerde bulunmak ve yabancı kamuoyu ile etkileşim halinde olmak" şeklinde tanımlanmaktadır (Kocabıyık, 2019, s. 166). Anna Tiedeman'a göre kamu diplomasisi, politika geliştirme ve dış ilişkilerin yönlendirilmesi açısından kritik öneme sahip bir iletişim sürecidir. Bu iletişim süreci, hükümetlerin kendi ulusunun ideallerini, düşüncelerini, kültürünü, kurumlarını ve ulusal hedeflerini diğer ülkelerin kamuoyuna anlatmak için gerçekleştirdiği tüm iletişim faaliyetlerini ifade etmektedir (Tiedeman, 2004, s. 6).

Kamu diplomasisi 1970'lerden itibaren gündemde daha fazla yer almaya başlayan stratejik bir faaliyet alanına dönüşmüştür. 11 Eylül saldırılarından sonra bir tür popülizm kaynağı olarak yükselişe geöen Anti-Amerikancılık, ABD'yi uluslararası kamuoyunda yükselen nefrete karşı öözüm yolları aramaya itmiştir (Karagöz, 2016, s. 49). Kamu diplomasisi faaliyetleri, ABD'de meydana gelen diplomatik sorunlar ile yüzleşmek ve bu sorunlara öözitli öözüm önerileri geliştirmek adına stratejik bir iletişim yöntemi olarak görölmeye başlanmıştır. Özellikle, Obama döneminde yayınlanan NFSC (The National Framework for Strategic Communication) raporunda, kamu diplomasisi süreçlerinde etkili bir stratejik iletişimin gerekliliği üzerinde durulmuş ve buna yönelik politikaların geliştirilmesinin gerekliliği vurgulanmıştır. Ayrıca, NFSC raporu uluslararası iletişim süreçlerinde sadece elitlerin değil sıradan insanların düşünce ve şikayetlerinin de dinlenmesi gerektiğini belirtmiştir (Taylor, 2009, s. 12).

Kamu diplomasisi süreçlerinde "dış kamuoyunun eğitilmesi, bilgilendirilmesi ve bu süreçlere dâhil edilmesi" gerekmektedir (Efegil, 2018, s. 5). Bu süreçte kamu diplomasisi stratejik bir iletişim aracı olarak değerlendirilmektedir. Stratejik bir iletişim aracı olarak kamu diplomasisi, "kamuoyunu anlamaya öalışmak, bilgilendirmek ve etkilemek" üzerine yapılan faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Tuch, 1990, s. 3). Kamu diplomasisi süreçlerinde stratejik bir yaklaşıma sahip olmak, ülke menfaatleri aöısından da oldukça önemlidir. Bu yönüyle de kamu diplomasisi özellikle dış ilişkilerde pek öok ülke için önemli bir alan haline gelmiştir.

Mark Leonard'a göre, kamu diplomasisinin üç temel unsuru vardır. Bu unsurlardan ilki, iletişimin sürekliliğidir. Leonard, birçok devletin kendi ölkeleriyle ilgili kararları sadece kendi halkına açıkladıklarından dolayı yabancı kamuoyu ile iletişimin süreklilik arz etmediğini dile getirmektedir. Leonard'a göre, kamu diplomasisi süreçlerinin sağlıklı işlemeği için iletişimin sürekliliği esas unsur olmalıdır. Bu süreç zarfında dış kamuoyu, ülkenin politikaları konusunda bilgilendirilmelidir. Leonard'a göre kamu diplomasisinin ikinci unsuru stratejik iletişim süreçleri ile ilişkilidir. Stratejik iletişim süreçlerini doğru bir şekilde yöneten ölkelerin, yabancı kamuoyunun desteğini alabildiğini belirten Leonard, ölkelerin stratejik iletişimlerinin gücü oranında uluslararası alanda bilinirliklerini artırabileceğini ifade etmektedir. Leonard'a göre, kamu diplomasisinin üçüncü unsuru, sivillerin yaptığı günlük iletişim süreçleri ile ilgilidir. Hükümetler, kişiler ya da gruplar temel hedef kitlelerine yönelik gerçekleştirdikleri kamu diplomasisi faaliyetlerinde; burslar, değişim programları, eğitimler, seminerler ve konferanslar gibi öalışmalarla kalıcı ilişkiler inşa edebilir (Leonard, 2002, s. 8-9).

Hans Nathan Tuch'a göre kamu diplomasisi, "hükümetlerin dış kamuoyu ile etkileşimde bulunarak politika değişikliklerine gitmesini, hükümetlerin farklı ölkelerdeki özel kuruluşlar ile hükümet dışı etkileşimde bulunmasını, medyanın uluslararası diplomasi süreçlerindeki rolünü ve tüm bu süreçlerin politika oluşturma ve uygulama üzerindeki etkisini" kapsamaktadır (Tuch, 1990, s. 9). Gifford

Malone'a göre kamu diplomasisi süreçlerinin çift yönlü yapılandırılması gerekmektedir. Çünkü, bir ülkenin kendi toplumu veya politikaları konusunda dış kamuoyunda istediği gibi bir anlayış geliştirebilmesi için öncelikle "iletişime geçtiği halkın kültürel özelliklerini, psikolojisini ve dilini öğrenmesi gerekmektedir." (Malone, 1988, s. 12). Bu süreç, kamu diplomasisi faaliyetlerinde çift yönlü bir iletişim modelinin kullanılmasını zorunlu kılmaktadır.

Joseph Nye, kamu diplomasisini yumuşak gücün bir kullanım alanı olarak görmüş ve kavramı geleneksel diplomasi faaliyetlerinden farklı bir şekilde konumlandırmıştır. Joseph Nye'a göre, devletler her ne kadar yabancı liderler ile yakın ilişkiler kursalar da halk nezdinde olumlu bir izlenim bırakamadıkları sürece diplomatik etkilerinin sınırlı kalacağını ifade etmiştir (Nye, 2005, s. 106). Buradan hareketle, dış kamuoyuna yönelik gerçekleşen kamu diplomasisi çalışmalarının, devletler ve liderler arasında gerçekleşen geleneksel diplomatik süreçlerden daha önemli hale geldiği söylenebilir.

Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç Kavramı

Joseph Nye, 1990 yılında yayımlanan *Bound to Lead* adlı kitapta ilk kez "yumuşak güç" kavramını tanımlamıştır. Bu kavramın etkin olduğu ortamda, uluslararası örgütlerin ve medyanın etkisi artmış; askeri kapasitenin ve klasik orduların yani "sert/kaba güç" unsurlarının etkinliği azalmıştır. Zorbalk yerine iş birliğini ön plana çıkaran Nye, yumuşak gücü; "Eğer istediğim şeyi istemeni sağlayabilirsem, o zaman yapmak istediğim şeyi yapmaya seni zorlamama gerek yoktur." şeklinde ifade etmiştir (Nye, 2003, s. 10-11).

"Yumuşak güç" kavramı, devletlerin hem kendi ulusal çıkarlarını hem de etkilemek istedikleri dış kamuoyunun çıkarlarını göz önünde bulundurarak kurdukları uzun süreli ve köklü ilişkilerin tümü olarak tanımlanabilir (Leonard, 2002, s. 8-9). Yumuşak gücün kullanımında birçok unsur ön plana çıkmaktadır. Bu unsurlar "bir ülkenin askeri veya ekonomik gücünden çok ülkenin kültürü, sanatı, sineması, mimarisi, müziği, eğitim sistemi, özgürlükleri, demokrasisi, sosyal sermayesi, tarihi birikimi, bilim ve teknoloji altyapısı, inovasyon kapasitesi, diplomatik becerisi ve kendini anlatabilme yeteneği"nin toplamıdır. Bu unsurları içinde barındıran ve etkili bir şekilde kullanan bir ülke, cazibe merkezi haline gelir (Sandıklı, 2014, s. 190).

Yumuşak güç; aktöre iliştilmiş güç ile aktöre doğrudan etkisi olmayan güç kullanımı olarak ikiye ayrılmaktadır. Sahip olunan bilgi ve kültür gibi önemli unsurlar ile bir ülkenin kamuoyuna doğrudan etki edilebileceği gibi; uluslararası örgütler ve kurumlar ile de dış kamuoyuna etki edilebilmektedir. Nye'a göre, günümüz bilgi çağında devlet, medya ile kamuoyunu yönlendirebileceği gibi kamuoyu da medya ile devleti etkileyebilmektedir. Bu süreç çift yönlü bir iletişim ile mümkün olabilmektedir (Nye, 2008, s. 29).

Devletler, kamu diplomasisi süreçlerinde dış kamuoyuna etki edebilmek adına yumuşak güçten yararlanmaktadır. Jan Melissen, kamu diplomasisini “devletten-halka” ve “halktan-halka” olmak üzere iki ana çerçevede bir araya getirmiştir. Kalın’a göre; “devlet-halk” eksenindeki iletişim faaliyetlerinde; devlet, resmi araçları ve kanalları kullanarak izlediği politikaları ve yaptığı faaliyetleri yabancı kamuya anlatmaktadır (Kalın, 2011, s. 3). Halktan-halka doğrudan iletişim faaliyetlerinde ise STK’lar, araştırma merkezleri, basın ve kanaat önderleri gibi devlet dışı aktörler kullanılmaktadır. Buradan hareketle, kamu diplomasisi “diplomatlar” ve “yabancı kamuoyları” arasında geçen iletişim faaliyetlerinin ötesine geçmiştir (Melissen, 2005, s. 19).

Kamu Diplomasisi ve Propaganda

Kamu diplomasisi ve propaganda kavramlarının tanımlarına, kullanım amaçlarına, kullandıkları araçlara ve yöntemlere bakıldığında, iki kavram arasında büyük farklılıklar olduğu görülmektedir (Pamment, 2013, s. 2). Welch’e göre propaganda, belirli bir amaç doğrultusunda, doğrudan veya dolaylı şekilde kitlelerin fikirlerini herhangi bir konuda şekillendirme girişimidir (Melissen, 2005, s. 16-17). Propaganda, belli bir amaca ulaşmak adına önceden seçilmiş bilgileri kitlelere kabul ettirmeyi hedeflemektedir. Bu hedefleri takip ederken, etkili ve kalıcı olacağına inanılan semboller geliştirilerek, kitleleri aktif sürece katmayı amaçlamaktadır. Propaganda, bireye seçenek sunmamakla birlikte gerçek dışı tepkiler ve inançlar oluşturarak bireyin duygularına yönelmektedir (Özkan, 2007, s. 167).

Kamu diplomasisi, doğru ve güvenilir bilgilere dayanması açısından propagandadan ayrılmaktadır (Romarheim, 2005, s. 13). Kamu diplomasisi, doğru bilgiye yer vermeyerek dış kamuoyunu yanlış yönlendirmesi ile propaganda halini alır (Cull, 2007, s. 20). Doğru bilgiye dayanmayan kamu diplomasisi faaliyetleri sadece inandırıcılığını kaybetmekle kalmayıp ülkelerin mevcut olumlu imajlarına da zarar verebilir. Bu süreçlerde önemli olan, doğru bilgi yayıp kalıcı ilişkiler kurmaktır. Kamu diplomasisi faaliyetlerinin, dezenformasyon yayma süreçleri ile karıştırılmaması gerekir (Temel, 2010, s. 36). Kamu diplomasisi, hitap ettiği halkı kitle olarak ele almamakla birlikte farklı anlayış ve düşüncelere sahip bireyleri anlamaya çalışarak, ortak bir iletişim dili oluşturmaya çalışmaktadır. Bu süreçte kullandığı iletişim iki yönlüdür ve karşılıklı belirleyicilik esastır. Ayrıca, kamu diplomasisinin yarattığı etkide de bir karşılıklı belirleyicilik mevcuttur. Güvenilir ilişki ortamının kurulması ile her iki taraf da bundan olumlu şekilde faydalanmaktadır. Propaganda ise amaca giden yolda hedef olarak belirlediği kişi, grup ve ideolojiye doğrudan saldırır ve onları güçsüzleştirmeye çalışarak kendine taraftar toplamaya çalışır (Ayhan, 2007, s. 39).

Melissen’e göre, Birinci Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan yeni diplomasi anlayışı, propaganda gibi tek taraflı değildir (Melissen, 2005, s. 18). Bu dönemde “yabancı izleyicileri de angaje edecek” iki taraflı bir iletişim stratejisi gündeme gelmiştir (Yanardağoğlu, 2014, s. 116). Pamment de benzer olarak kamu diplo-

masisini propagandadan farklı olarak “diyalojik, geniş kapsamlı ve iş birliği yanlısı” olarak nitelendirmektedir (Pamment, 2013, s. 3). Kamu diplomasisinde propagandada olduğu gibi tek yönlü bir iletişim değil, çift taraflı bir iletişim ve etkileşim görülmektedir. Kamuoyunun dinlenmesi ve önceliklerinin belirlenmesi kamu diplomasisinin birincil hedefidir.

Hindistan’ın Yumuşak Güç Politikası ve Kaynakları

Hindistan hem tarihsel süreçte eski uygarlıklar hem de modern dönemin Batılı sömürge imparatorlukları için bir cazibe merkezi olmuştur. Hindistan’ı işgal eden modern dönemin Batılı sömürge imparatorlukları zenginleşip dünyanın diğer ulusları üzerinde iktidar sahibi olurken, Hindistan gittikçe fakirleşmiştir (Yıldırım, 2013, s. 194). İngiltere’den bağımsızlığını 15 Ağustos 1947’de kazanan Hindistan, yabancı yatırımcılara uygun hukuki ve ekonomik bir zemin hazırlamak için geliştirdiği politikaları sayesinde güçlü bir ekonomiye sahip olmaya başlamıştır (Önal, 2019, s. 333). Günümüzde Pakistan, Çin ve Afganistan’a olan coğrafi yakınlığı sebebiyle önemli bir stratejik konuma sahip olan Hindistan, Soğuk Savaş döneminde bağlantısızlar hareketinin önemli bir figürü olarak Doğu Bloğuna yakın bir duruş sergilemiştir. Fakat, SSCB’nin dağılması sonucunda Orta Asya’da ortaya çıkan siyasi istikrarsızlıklar, Hindistan’ın güvenlik endişelerini artırmıştır (Purtaş, 2006, s. 57). Hindistan bu süreç sonucunda dış politikada; toprak bütünlüğü ve egemenliğe karşılıklı saygı, saldırmazlık, eşitlik ve karşılıklı çıkar politikalarını ön plana çıkarmaya başlamıştır (Önal, 2019, s. 333).

Bağımsızlığından itibaren “kültürel ilişkiler” yoluyla tanınırlığını arttırmayı amaçlayan Hindistan, 2006 yılında Dışişleri Bakanlığı’na bağlı olarak kurduğu Kamu Diplomasisi Bölümü’nün yanı sıra Hindistan Kültürel İlişkiler Konseyi (ICCR), Turizm Bakanlığı ve diğer bakanlıklar ile sistemli bir şekilde hedeflerine ulaşmak için yumuşak güç kaynaklarını kullanma politikalarına hız vermiştir (Önal, 2019, s. 335). Hindistan’ın yumuşak gücünü oluşturan birçok unsur olsa da ülkenin küresel statüsünü güçlendirmesine ve marka bilinirliğini artırmasına yardımcı olan gerçek yumuşak güç kaynaklarının hangileri olduğunu belirlemek oldukça zordur. Tanrıların ülkesi olarak tanımlanan Hindistan’da Hinduizm, Budizm, Jainizm ve Sihizm başta olmak üzere Hristiyanlık, Yahudilik ve İslam gibi birçok dini inanç bulunmaktadır (Mohapatra, 1990, s. 119-138). Hindistan’ın uzun yıllar İngiliz sömürgesinde kalmasından dolayı ülkedeki İngiliz dilinin kullanım yaygınlığı ve İngilizce eğitim veren köklü eğitim kurumlarının varlığı, düşük öğrenim harçları ve düşük yaşam maliyeti, uluslararası öğrencileri ülkeye çeken önemli yumuşak güç unsurlarıdır. Hindistan’ın her geçen gün büyüyen sağlık sektörü, artan yabancı yatırımcılarıyla büyüyen çok uluslu şirketleri, Hint mutfağı, yogası ve antik bir sağlık sistemi olan Ayurvedası, ülkenin diğer yumuşak güç unsurları olarak sıralanabilir. Ayrıca, Hindistan 2004 yılında denizaşırı ülkelerde yaşayan ve çalışan geniş çaplı Hint diasporası ile diyalog halinde olmak amacıyla Yurtdışı İşleri Bakanlığı’nı kurmuş ve kamu diplomasisi çalışmalarını denizaşırı ülkelerde yaşayan Hint diasporası ile birlikte yürütmeye başlamıştır (Önal, 2019, s. 334). Bununla birlikte, Hindistan hükümeti; Avrupa, Amerika ve Asya’daki

ölkelerde kurduğu kültür merkezlerindeki Hintçe dil kursları, film festivalleri, kitap fuarları ve sanat sergileri ile Hindistan'ın çok kültürlü toplum imajını tanıtmaya başlamıştır (Sertel, 2015, s. 299-300).

Hindistan Dışışleri Bakanlığı, 2006 Davos zirvesinde Kaşmir şallarını, Hint müziklerini ve Bollywood sinemasını tanıtırken, 2007 yılında "İnanılmaz Hindistan" (Incredible India) kampanyasıyla Hindistan'ın marka bilinirliğini artırmayı amaçlamıştır. Bununla birlikte, sivil toplum örgütleriyle işbirliği içerisinde olan Hindistan'ın, Birleşmiş Milletler içerisinde yer alan ölkelerin desteği ile 21 Haziran'ı Uluslararası Yoga Günü ilan etmesi, Uzakdoğu hükümet gezilerinde Budizm inanç ortaklıklarını kullanması, Pakistan'la ticaret ve seyahat bağları konusunda önemli adımlar atması ve Afgan öğrencilerine burs sağlaması, Hindistan'ın marka bilinirliğini artırmak için gerçekleştirdiği önemli çalışmalar arasında gösterilebilir (Önal, 2019, s. 335).

Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Bollywood

Algıları şekillendiren ve bellekleri arzulanan politik hedeflere ulaştırabilen sinema, içinde bulunduğumuz küreselleşme sürecinde; devletler, hükümetler, kişiler ya da grupların kendi düşüncelerini, fikirlerini, inançlarını, sosyal, siyasal ve kültürel değerlerini öteki toplumlara ulaştırabilmesi ve onları etkileyebilmesi nedeniyle önemli bir yumuşak güç kaynağıdır (Pınar, 2017, s. 263). Yumuşak güç unsurlarını dış kamuoyuna aktarma potansiyeli bulunan Hindistan'ın etkili araçlarından birisi de Bollywood sinemasıdır. Günümüzde, Hindistan film endüstrisi olan Bollywood, sinema sektöründe önemli bir konumda olup tüm dünyaya ulaşabilmekte, hedef kitlelerin algılarını ve düşünce yapılarını etkileyebilmektedir (Şentürk ve Kozluklu, 2020, s. 73).

Tarihsel olarak kolonyalizm ve postkolonyalizm sürecinde doğan Bollywood, geçmişten günümüze büyük ilerlemeler katetmiştir. Hindistan, sinema ile ilk olarak 1898 yılında Hiralal Sen tarafından yönetilen *The Flower of Persia* adlı kısa film ile tanışmıştır. Matbaacı ve düşünür Dhundiraj Govind Phalke, 1910'da İsa'nın Hayatı adlı kısa Fransız filmini izlerken Krishna gibi Hint dinî figürleri üzerine de filmler yapılabileceğini düşünür. Phalke tarafından yönetilen ilk uzun metrajlı Hint filmi "Raja Harishchandra", 1913'te Hindistan'da gösterime girdikten sonra gişede büyük bir başarı elde eder. Bu nedenle, 2013 yılı Bollywood'un 100. yılı olarak kutlanmıştır (Saran, 2012, s. 41). Hindistan'daki ilk sesli film olan *Alam Ara* (Dünya Güzeli) ise 1930 yılında çekilmiştir. Bu tarihten sonra Hindistan sineması, ses teknolojisindeki gelişmeler ve şehirlerde artan film stüdyoları ile 20.yüzyılda gelişmeye devam ederek popüler bir eğlence aracı haline gelmiştir (İri, 2014, s. 24).

Hindistan'da, 1949 yılında Filmler Departmanı ve 1960 yılında Maliye Bakanlığı'na bağlı film yapımcılarına finansal destek sağlayan Film Finans Kurumu kurulmuştur (Gülhanım, 2009, s. 2). Bugün üretilen film sayısı bakımından dünyanın en büyük film endüstrilerinden biri olan Hint film endüstrisinin ana merkezleri

ise Hyderabad, Bangalore, Mumbai, Chennai ve Kalkata'dır. Mumbai, Hintçe çekilen ve Bollywood adı verilen popüler Hint sinemasının doğduğu yerdir. Hindistan'da, Bollywood'un yanı sıra bölgesel dillerde filmler yapan bölgesel sinema endüstrileri de bulunmaktadır. Günümüzde, Hindistan film endüstrisinin ekonomik büyüklüğü yaklaşık 1,83 milyar dolardır. Bollywood film endüstrisi günümüzde artan film stüdyoları, bütçe, uluslararası ortak yapımlar ve dijital sinema kompleksleri ile küresel bir boyut kazanmıştır. Hint film endüstrisinin küreselleşmeye başlaması; ülke turizminin gelişmesi ve yeni iş sahalarının ortaya çıkmasının yanı sıra teknolojik ve kültürel birçok kazanımın ortaya çıkması açısından önemli avantajlar sağlamıştır (İri, 2014, s. 30).

Bollywood Sineması ve Pakistanlı Temsili

İngiltere'nin 1947 yılında Hint alt kıtasındaki askeri mevcudiyetine son vermesi ile bölgede Pakistan ve Hindistan olmak üzere iki ülke kurulmuştur (Muqarab, 2011, s. 5). Bu ülkelerin kuruluş sürecinde meydana gelen çatışmalardan dolayı bir milyondan fazla insan hayatını kaybetmiştir (Özev, 2012, s. 153). Bu tarihten sonra, Hindistan ile Pakistan arasında 1965 ve 1971 yıllarında, Doğu Pakistan ve Keşmir bölgeleri için iki savaş daha yaşanmıştır (Sehgal, 2011, s. 188-195). Hindistan ve Pakistan arasında gerçekleşen bu çatışmalar, iki ülkenin ekonomik ve politik yapısı üzerinde olumsuz etkiler bırakmıştır (Bhat, 2018, s. 43). İki ülke arasındaki bu tarihsel gerginlik sinemaya da yansımıştır. Örneğin; Dishoom (2016), Raanjhanaa (2013) ve Neerja (2016) gibi Hindistan filmleri, Ghar Kab Aao Gay (2000) ve Saya e Khuda e Zuljalal (2016) gibi Pakistan filmleri, iki ülke arasındaki gerilimleri konu alan filmlerden bazılarıdır.

Geçmişten günümüze insanlar, var olan toplumsal iktidarı devam ettirmek için kendisini politik görüş, cinsiyet, inanç ve değerler bağlamında tanımlarken kendisi gibi olmayana daima olumsuz bir referans olarak kullanmıştır (Özensel, 2020, s. 370). Sinema, bir propaganda aracı olarak kullanıldığı takdirde toplumda var olan ötekileştirici söylemsel pratikleri yeniden üreten ve kuvvetlendiren bir aygıt olarak değerlendirilebilir (Merskin, 2004, s. 159). Ülke imajının ve bilinirliğinin artması için Hindistan'a dair birçok yumuşak güç unsurunun tanıtıldığı ve pazarlandığı Bollywood sineması da bu süreçte Pakistanlıları bir "öteki" olarak temsil edebilmektedir (Kumar 2013, s. 463). Atif ve Shaliq (2019), Mushtaq, Baig ve Iftikhar (2016) ve Hafeez (2017)'in çalışmaları da Bollywood sinemasının, Pakistanlıları olumsuz bir şekilde temsil ettiğini göstermiştir. Sial, Arafat ve Zafar'ın çalışması, Bollywood sinemasındaki Agent Vinod, Ek Tha Tiger ve The Attacks of 26/11 filmlerinin, Pakistanlıları terörist ve kötü adam olarak yansıttığını göstermiştir (2019, s. 135). Ayrıca, Rasul'un (2015, s. 3) çalışmasında, Pakistanlıların Border (1997), LOC: Kargil (2003) ve Lakshya (2004) gibi Bollywood filmlerinde düşman olarak tasvir edildiği görülmüştür. Yayınlandığı dönemde çok fazla izlenen Fanaa (2006), Kurbaan (2009) ve Gadar: Ek Prem Katha (2001) gibi filmler de doğrudan Pakistan karşıtı olarak üretilen ve Pakistanlıların terörist, düşman ve tehlikeli olarak temsil edildiği diğer filmlerdir (Khatun, 2016, s. 48). Bollywood sinemasında

görünürde olumlu fakat derin bir okuma sonucunda propaganda sinemasına yakın bir yaklaşım ile üretilen ve Pakistanlıların olumsuz olarak temsil edildiği filmler de bulunmaktadır. Bu araştırma, 1947'den sonra uluslararası arenada yeni bir kimlik inşa süreci içerisine giren Hindistan'ın, Bollywood filmlerindeki Pakistanlı temsil-leri üzerinden nasıl kendini siyasal ve kültürel bağlamda öne çıkardığını Bajrangî Bhajjaan filmi üzerinden incelemektedir.

Araştırma Yöntemi

Saussure ve Peirce tarafından temelleri atılan göstergebilim, kitle iletişim sürecinde aktarılan dilsel veya görsel gösterge dizgelerini çözümlmek için kullanılan bir yöntemdir (Bignell, 2002, s. 5-6). Göstergebilimin amacı sonsuz çeşitlilikteki göstergeleri ortaya çıkararak, yapıların görünen yüzünün altında yer alan gizil anlamları ortaya çıkarmak ve bu vesileyle "yapıları" anlamaktır (Sancar, 2018, s. 26). Göstergebilimi sinemaya uygulamış olan Christian Metz, göstergebilimsel analizin, sinema filmlerindeki gizil anlamları ortaya çıkarmak için kullanılabileceğini ifade etmiştir (Andrew, 2010, s. 324). Görselliği ve işitselliği bir arada kullandığı için insanlar üzerinde son derece önemli etkiler bırakabilen sinema, sunduğu yan ve düz anlamlar ile belli ideolojik mesajlar aktarabilmektedir (Stojanova, 2017, s. 134-135).

Sinemada anlamın aktarılmasını sağlayan göstergeler bulunmaktadır. Barthes, bu göstergeleri düz anlam ve yan anlam olarak ikiye ayırmaktadır. Anlamlandırma sürecinde yer alan düz anlamıyla gösterenin gönderme yaptığı kavram ifade edilmektedir. Yan anlam ise bir anlam üretme sürecine işaret etmektedir. Yani yan anlamlar, düz anlamın dışında olan ikinci anlamları ifade etmektedir. Düz anlam, nesnenin zihinde yarattığı bir yansıma olarak değerlendirilirken, yan anlam gösterenin izleyicilerin duyguları ve kültürel değerleriyle olan ilişkisine odaklanmaktadır (Batı, 2005, s. 175). Bu çalışma, Bajrangî Bhajjaan filminin Hindistan'ın, ülkesine dair birçok yumuşak güç unsurunu tanıtırken, Pakistanlılara dair nasıl yan ve düz anlamlar oluşturduğunu göstergebilim ile incelemektedir. Bu incelemenin, literatürde belirtilen kavramsal çerçeveye dair sınırlı bir saha sunmakla birlikte, Türkiye'de Bollywood sinemasına dair bu bağlamda gerçekleşecek olan çalışmalar için bir referans niteliği taşıyabileceği umulmaktadır.

Göstergebilimsel Açıdan 'Bajrangî Bhajjaan' Filminin Çözümlemesi

Kabir Khan'ın yönetmenliğini üstlendiği Bajrangî Bhajjaan filmi 2015 yılında vizyona girmiştir. Film'in başrollerini, Bollywood filmlerinin en bilinen isimlerinden Salman Khan, Kareena Kapoor ve Harshaali Malhotra paylaşmıştır. Film, doğduğundan beri konuşamayan 5 yaşındaki Pakistanlı küçük Shahida diğer adı ile Munni'nin (Harshaali Malhotra) annesi ile birlikte tedavi için Hindistan'a gitmesi ile başlar. Munni, tedaviden sonra annesi ile Hindistan'dan Pakistan'a tren ile dönmektedir. Munni, Hindistan sınırında duran trenden çukura düşen bir kuzuya yardım etmek için iner ve hareket eden trene yetişemez. Munni'nin annesi, Pakistan sınırlarına girdikten sonra uyanır ve kızının trende olmadığını fark eder. Anne,

küçük kızını aramak için geri dönmek istese de Pakistan ve Hindistan arasındaki Keşmir sorunundan dolayı Hindistan sınırından tekrar giriş yapamaz ve Pakistan'a geri dönmek zorunda kalır. Munni ise Hindistan'da bir dini festival alanında Bajrangji Bhaijaan'ın müridi olan Pavan (Salman Khan) ile karşılaşır. Pavan, konuşamayan bu küçük kızın kaybolduğunu anlar ve ona yardım etmeye çalışır. Munni'yi ailesine ulaştırmak isteyen Pavan, konuşamayan Munni'nin et yemesi, mescide gitmesi ve Hindistan-Pakistan maçında gol atan Pakistan takımına sevinmesinden dolayı onun Pakistanlı bir Müslüman olduğunu anlar. Pavan, küçük Munni'yi ailesine götürmek istese de Hindistan ve Pakistan arasındaki politik gerginliklerden dolayı sınır kapılarından geçiş izni alamaz. Pavan, Munni ile birlikte Pakistan'a yasadışı bir şekilde giriş yaparak küçük kızı ailesine ulaştırmaya çalışır.

Christian Metz, göstergebilimsel analiz ile bir filmin her bir sahnesi ve bu sahneler arasındaki anlam ilişkileri içinden genelleştirme yapılabilecek bilimsel verilerin elde edebileceğini belirtmektedir (Metz, 2012, s. 131-132). Bajrangji Bhaijaan filminin incelendiği bu çalışmada, 8 sahne üzerinden filmin tamamına dair genelleştirme yapılabilecek veriler elde edilmiştir. Bu veriler, literatürde açıklanan kavramsal çerçeve ile ilişkilendirilerek, analiz edilmiştir.

Tablo 1 Göstergelerin Çözülmesi



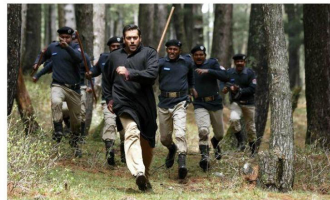
Görsel 1



Görsel 2



Görsel 3



Görsel 4

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Görsel 1; İnsanlar, Doğa, Nesne	Toplantı, Tartışma, Nargile, Cübbe, Şalvar, Takke	Geleneksel Kıyafetler Giyen Muhafazakar Müslümanlar ve Kırsal Yaşam
Görsel 2; İnsanlar ve Nesne	Yolculuk	Nikap Giyen Muhafazakar Müslüman Kadın, Sakallı ve Takkeli Muhafazakar Müslüman Erkek
Görsel 3; İnsanlar ve Nesne	Küçük Kız ve Demir Teller	Pakistan'da Küçük Kız Çocuklarının Küçük Yaşta Kapanmak Zorunda Kalması
Görsel 4; İnsanlar ve Nesne	Asker, Jop ve Koşma	Şiddet Uygulayan Öfkeli Pakistanlı Müslüman Askerler ve Yardımsever Hindistanlı Adam

Birinci ve İkinci Dünya Savaşları'nın ardından özgürlüklerini kazanan devletler, sınırlarını etnik ya da dini kimlikler üzerinden katı çizgilerle tanımlayan Avrupa ulus-devletler sistemini örnek almaya başlamıştır (Arent, 2016, s.19). Pakistan, 14 Ağustos 1947 tarihinde Hindistan'dan bağımsızlığını kazanmıştır. Fakat, Pakistanın bağımsızlığından sonra iki ülke birbirleri için sürekli ve değişmez düşmanlar olarak kalmaya devam etmiştir. Bu tarihten sonra Bollywood sinemasında Pakistanlılar, olumsuz stereotipler ile temsil edilmeye başlanmıştır. Bajrangi Bhaijaan filminin ilk sahnesi (Görsel 1) Pakistan'ın Sultanpur köyünde geçmektedir. Bu sahnede erkekler Munni'nin Hindistan'a tedavi için nasıl gidebileceğini konuşmaktadır. Bu sahnede, erkeklerden biraz daha uzak bir mesafede oturan kadınlar ise çekingen bir şekilde sohbe dahil olmaktadır. Bu sohbede Hindistan ve Pakistan arasındaki gerilimin, bu yolculuk için bir engel teşkil edebileceği hakkında konuşulmaktadır. Sohbet şöyle gerçekleşmektedir:

Dede:Sana kaç zamandır Şahida'yı (Munni) Delhi'deki Hz. Nizam'ın Dergahına götür dedim. Orada dilsizler bile konuşmaya başlıyor. Ben beş yaşına kadar hiç konuşamıyormuşum, beni de oraya götürmüşler.

Baba:Ama artık Delhi Hindistan toprağında?

Dede:Ne olmuş yani Amerika'da değil ya?

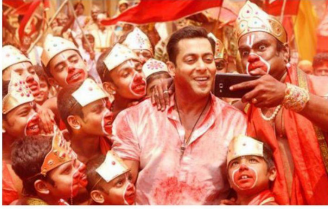
Baba:Amerika'da olsa daha kolay olurdu baba. Eskiden biz tek ülke tek millettik. Ben beş yıl Pakistan ordusuna hizmet ettim. Şimdi

Hintliler bana vize vermez.

Bu sahnede, Pakistanlıların kültürel ve tarihsel bir zenginliğe sahip olan Hindistan'a duydukları özleme ve bu özleme neden olan iki ülke arasındaki gerginliğe vurgu yapılmaktadır. Genel olarak, Görsel 1'in alındığı sahnede, Pakistanlılar çobanlık yapan, kırsal bölgelerde yaşayan, geleneksel tedavi yöntemlerine inanan kişiler olarak temsil edilmektedir. Bu sahnede, kadınların nikaplı ve ev hanımı olduğu, erkeklerin de geleneksel kıyafetler giydiği ve sakallı olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, Pakistan'ın erkek otoritesine dayanan bir toplumsal yapı ile temsil edildiği görülmektedir.

Oryantalizm okumalarında "fantazmatik" ve "erişilmez" bir figür olarak "Doğulu ve Müslüman Kadın", örtülü ve peçeli imajlarla temsil edilmektedir (Özendeş, 1999, s. 160-166). Görsel 2'de de Müslüman kadınların siyah nikap giydikleri görülmektedir. Bu sahnede Pavan ve gazeteci Chand, Pakistan'daki güvenlik güçlerine yakalanmamak için kadın kıyafetleri giymekte ve imam onları kendi eşleri olarak diğer insanlara tanıtmaktadır. Ayrıca, bu sahnede yine Pakistanlı Müslüman erkeklerin sakallı, takkeli ve çok eşli olarak temsil edildiği görülmektedir. Görsel 3'te de benzer olarak 5 yaşındaki Munni'nin Hindistan'da geçen sahnelerde türban takmadığı görülmektedir. Munni Hindistan'da geçen sahnelerde tişört veya sarı giymektedir. Fakat Munni'nin Pakistan'da geçen sahnelerin çoğunda türban taktığı ve geleneksel Pakistan kıyafetleri giydiği görülmektedir. Pakistan'ın kıyafetler üzerinden muhafazakar ve kapalı bir toplum olarak tasvir edildiği bu sahneler, Hindistan'ı "modern", "özgür" ve "eşitlikçi" olarak konumlandırmaktadır.

Oryantalist bakış açısı Müslümanları siyah elbiseli, uzun sakallı ve silahlı olarak tasvir ederken, İslamı da barbar ve despotik olarak tanımlar (Gürler ve Özdemir, 2014, s. 147). Görsel 4'teki Pakistanlı Müslüman asker imgesi, hem oryantalist bakış açısının hem de Hindistan-Pakistan arasındaki tarihsel olarak süregelen gerilimlerin bir yansıması olarak görülebilir. Bajrangi Bhajjaan filminin Hindistan'da geçen sahnelerinde, Hintli askerler Pavan ve Munni'nin Pakistan'a geçmesini sağlayan yardımsever ve kuralcı askerler olarak temsil edilmektedir. Fakat Görsel 4'ün alındığı sahnede, Pakistanlı askerlerin Pavan'a karşı sinirli ve şiddet yanlısı bir tavır takındıkları görülmektedir. Bu sahnede Pakistanlı askerler, Munni'yi ailesine ulaştırmaya çalışan Pavan'ın bir casus olduğunu düşünmektedir. Bundan dolayı, Pavan sahne boyunca Pakistanlı askerler tarafından şiddete maruz kalmaktadır.

Tablo 2: Göstergelerin Çözümlemesi**Görsel 5****Görsel 6****Görsel 7****Görsel 8**

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Görsel 5; İnsanlar, Tapınak ve Nesnelere	Fotoğraf Çekme, Dini Kostümler, Makyaj, Telefon, Selfie	Hindistan Yerel Dansları ve Takip Ettikleri Küresel Trendler ile Hem Modern Hem Geleneksel Olanı Bir Arada Barındırır.
Görsel 6; İnsanlar ve Nesne	Konuşan Eşler	Hindistan Geleneksel Kıyafeti Olan Sarisi, Bindu Sembolü ve Dini Süsleri ile Nikap Giyen Pakistanlı Kadınlardan Farklı Olarak Hem Modern Hem Geleneksel Olanı Bir Arada Barındırır.
Görsel 7; İnsanlar, Ağaç, hayvan	Dua Eden Adam ve Küçük Kız	Hindular Doğa'ya ve Hayvanlara Saygı Duyar.
Görsel 8; İnsan ve Hayvan	Maymun'a yiyecek veren bir insan.	Hindular Hem Doğa'ya ve Hayvanlara Saygı Duyar Hem de Paylaşmayı Severler.

Hindistan, Bollywood üzerinden eğitim sistemini, dinsel yapısını, mutfağını, sağlık sektörünü, danslarını, kıyafetlerini ve müziğini dış ülkelere tanıtmaktadır. Görsel 5'te kendini "Tanrıların Ülkesi" olarak tanımlayan Hindistan'ın, film üzerinden Hinduizm'i tanıttığı görülmektedir. Ayrıca, film sahnesi yerel Hint dansla-

rını, şarkılarını ve elbiselerini “selfie” gibi küresel akımlar ile birlikte göstererek, Hindistan’ın hem geleneksel hem de modern olanı bir arada barındıran bir ülke olduğu mesajını vermektedir. Görsel 6’da da benzer olarak Hindistan’ın küresel olmaya başlayan Sari elbiseleri ve Hindu geleneğinin önemli bir sembolü olan ‘bindi’ işareti ön plana çıkarılmıştır. Bununla birlikte, filmdeki bu sahne erkek otoritesine dayanan Pakistan aile yapısının karşısına modern ve geleneksel olanı bir arada barındıran, eşitlikçi bir Hintli aile imgesi koymaktadır.

Hindistan’ın mutfak kültürünü etkileyen önemli öğelerden biri olan Hinduizm, “Ahimsa” adı verilen “Şiddetsizlik Yasası” ile vejeteryanlığı ahlaklı bir yaşam biçimi olarak tanımlamaktadır (Chapple, 1993, s. 3). Bu bağlamda, Hinduizm dinine mensup insanlar, doğa’ya ve inek gibi hayvanlara kutsal olduklarını düşündükleri için büyük bir saygı duymaktadırlar. Filmin birçok sahnesinde olduğu gibi Görsel 7’de de Pavan doğa’ya ve kutsal olarak kabul edilen ineğe saygısını sunmaktadır. Görsel 8 de benzer olarak “ahlaklı bir yaşam biçimi” olarak vejeteryanlığı benimseyen, paylaşımcı ve doğa’ya saygılı bir Hindu tasviri yapmaktadır. Fakat, filmde et yemek isteyen 5 yaşındaki Munni, Hintli insanlar tarafından garip-senirken, bir çiftçi olarak tasvir edilen Pakistanlı aile “Şiddetsizlik Yasasının” tam karşısına konulmaktadır.

Tablo 3: Karşıtlıklar

Hindistan	Pakistan
Heterojen Toplum	Homojen Toplum
Modern ve Geleneksel	Geleneksel
Sakin ve Kuralcı	Öfkeli ve Kuralcı
Eşitlikçi	Ataerkil
Güvenilir	Güvenilmez
Kent Yaşamı	Kırsal Yaşam
Liberal/Tutucu	Tutucu

Sonuç

Ağ toplumunun etkisi ile “Kamuoyu Yüzyılı” olarak tanımlanmaya başlanan 21. yüzyıl, devletlerin dış kamuoyu ile ortak paydalar bulma ve köklü ilişkiler inşa etme sürecine girdiği bir dönemi tanımlamaktadır. Bu dönemde sert güç yerini yumuşak güç unsurlarına bırakmış ve kamu diplomasisi, stratejik bir faaliyet alanı olarak gündemde daha fazla yer almaya başlamıştır. Günümüzde, yumuşak güç unsurlarını dış kamuoyuna aktarma potansiyeli bulunan Hindistan’ın etkili araçlarından birisi de Bollywood sinemasıdır. Hindistan, Bollywood üzerinden geleneklerini, danslarını, giysilerini, müziklerini, mimari üsluplarını ve inançlarını dış kamuoyuna pazarlamaktadır. Bu araştırma, Bajrangi Bhaijaan filminin göstergebilimsel analizi ile Hindistan’ın, ülkesine dair birçok yumuşak güç unsurunu tanıtırken, Pa-

kistanlıları nasıl temsil ettiğini analiz etmiştir. Filmde, Hindistan'ın kültürü, sanatı ve dinsel öğeleri olumlu imgeler ile tanıtılırken, Pakistanlılar ve bununla birlikte Müslümanlar "ataerkil", "öfkeli" ve "tutucu" gibi portreler ile temsil edilmiştir.

Pakistanlılara dair bu olumsuz temsilin ortaya çıkmasında, Hindistan hükümetinin Bollywood üzerindeki etkisi rol oynayabilir. Anderson (2006), Herman ve Chomsky (2002) ve Schiller (2011) çalışmalarında, devletlerin medya pazarındaki etkisine dair bulgular ortaya koymuştur. Hindistan hükümeti de eğlence vergisini azaltarak ve film üreticilerine düşük faizli krediler sunarak, bu film endüstrisinin büyümesine yardımcı olmuştur. Hindistan hükümeti, bu finansal desteğin yanı sıra sosyal, politik, ekonomik ve ideolojik baskılar ile filmlerin üretim süreçlerini etkileyebilmektedir. Nitekim, Rasul'un çalışması da (2015) Bollywood'un Hindistan hükümetinin bölgedeki siyasi gündemi ile paralel olarak filmler ürettiğini ortaya koymuştur. Bollywood filmlerinde işlenen temaların, dönemin politik anlayışı ile paralel olarak değiştiği görülmektedir. Örnek olarak, LOC: Kargil (2003) ve Lakshya (2004) gibi filmler, Hindistan hükümetinin bu dönemdeki dış politikası ile uyumlu olarak vatanseverlik ve milliyetçilik temalarını işlemiştir. Hindistan ve Pakistan arasındaki gerilimlerin 2003'ten sonra azalması ile de Veer-Zaara (2004) ve Main Hoon Na (2004) gibi iki ülke arasındaki uyumu ve dostluğu pekiştiren filmler üretilmeye başlanmıştır (Rasul, 2015, s. 77-78). Bajrangi Bhaijaan filminin vizyona girdiği 2015 yılında, iki ülke arasında büyük gerilimler yaşanmamıştır. Bajrangi Bhaijaan da görünürde iki ülke arasındaki uyumu ve dostluğu pekiştiren bir film olarak görülebilmektedir. Fakat, derin bir okuma sonucunda filmin, Hindistan'ın birçok yumuşak güç unsurunu tanıtırken, Pakistanlıları olumsuz bir şekilde temsil ettiği görülmüştür.

Kaynakça

- Arent, H. (2016). Totalitarizmin Kaynakları-2 Emperyalizm. (Çev. B. S. Şener) 5. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Anderson, R. (2006) A century of media: a century of war. New York: Peter Lang.
- Ayhan, A. (2007). Propaganda Nedir? İstanbul: Literatürk Yayınları.
- Andrew, J. D., (2010). Büyük Sinema Kuramları (Çev. Zahit Atam), İstanbul: Doruk Yayımcılık.
- Atif, K., Shaliq, Z. (2019). Discourse on Terrorism: Image of Pakistan in Bollywood film, Phantom (1), 164-180.
- Batı, U. (2005). Bir Anlam Yaratma Süreci ve İdeolojik Yapı Olarak Reklamların Göstergebilim Bir Bakış Açısıyla Çözülmesi. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 29, 175-190.
- Bhat, M. A. (2018). The Strategic Cooperation among India, Pakistan, Iran and Central Asia and its implications upon the Regional Stability. The Journal of Iranian Studies, 2 (1), 41-60.

- Bignell, J. (2002), *Media Semiotics: An Introduction*. Manchester University Press, Manchester.
- Cull, N. J. (2007). *Public diplomacy: Lessons from past*. California; Figueroa Press. Erişim: 21 Kasım 2019, <https://kamudiplomasisi.org/pdf/kitaplar/PDPerspectivesLessons.pdf>
- Chapple, C.K. (1993). *Nonviolence to Animals, Earth and Self in Asian Traditions*. State University of New York Press: Albany, NY, USA.
- Efegil, E. (2018). *Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi*, Kamu Diplomasisi Enstitüsü. Erişim: 10 Kasım 2019, <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler/makaleler/94-tuerk-di-poltkasi-ve-kamu-dplomass>
- Karadağ, H. (2016). *Uluslararası İlişkilerde Yeni Bir Boyut Kamu Diplomasisi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Gökırmak, M. (2012). *Küreselleşen Dünyada Diplomasisi: Kamu Diplomasisi, TASAM*. Erişim: 21 Kasım 2019, <http://www.kamudiplomasisi.org/ana-sayfa/44-makaleler/124-kuereselleen-duenyada-diplomasi-kamu-diplomasisi-.pdf>
- Gülhanım, G. (2009). *Sinema Devlet İlişkisi: Dünyadan Örnekler ve Türkiye*. T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, IV Dönem Uzmanlık Tezleri. Erişim: 21 Kasım 2019, <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/Eklen-ti/31141,gulhanimgulpdf.pdf?0>
- Hafeez, E. (2017). *Depiction of Violent Crimes in Bollywood Cinema and its impact on Pakistani Society*, *Jhss*, 8 (1), 21-32.
- Herman, E. S., Chomsky, N. (2002) *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*. New York: Pantheon.
- İri, M. (2014). *Bollywood Sineması: Hindistan'ın Hareketli Resim Sanayii Üzerine Notlar*. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (18), 21-34.
- Kalın, İ. (2011). *Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi, TASAM*, Erişim: 21 Kasım 2019, <https://www.kamudiplomasisi.org/makaleler/makaleler/100-tuerk-d-politikas-ve-kamu-diplomasisi>
- Khatun, N. (2016). *Imagining Muslim Identity in Muslim Political Films*. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 9 (1), 41-60.
- Kumar H. M., S. (2013), 'Constructing the nation's enemy: Hindutva, popular culture and the Muslim "other" in Bollywood cinema', *Third World Quarterly*, 34 (3), 458-469.
- Köksoy, E. (2013). *Halkla İlişkiler Bağlamında Kamu Diplomasisi Yönetimi*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Kocabıyık, H. (2019). *Değişen Diplomasisi Anlayışı, Kamu Diplomasisi ve Türkiye, Avrasya Etüdleri*, 163-196. Erişim 22 Kasım 2019 <http://www.avrasyaetudleri.com/uploads/articles/55/7.pdf>

Leonard, M., Stead, C., and Smewing, C. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Center.

Manheim, J. (2001). Talking Pointsfor Meeting with Staff of Senate Foreign Relations Committee, R. Christopher, *Public Diplomacy Comes of Age içinde, The Washington Quarterly*, printemps, 2002.

Metz, C. (2012). *Sinemada Anlam Üstüne Denemeler* (Çev. Oğuz Adanır), İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

Melissen, J. (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. New York: Palgrave MacMillan.

Merskin, D. (2004). The Construction of Arabs as enemies: Post-September 11 Discourse of George Bush', *Mass Communication and Society*, 7(2), 157-175.

Muqarrab, A. (2011). Pakistan's Foreign Policy: Internal Challenges in New Millennium, *Berkeley Journal of Social Sciences*, 1(2), 1-11.

Mushtaq, S., Baig, F., Iftikhar, G. (2016). Exploring Transition in Indian Perspective about Kashmir Issue through its Mainstream Cinema, *Journal of Pakistan Vision*, 18(1), 172-189.

Mohapatra, A., R., (1990). *Philosophy of Religion an Approach to World Religions*. India: Sterling Pub.

Nye, J. (2003) *Amerikan Gücünün Paradoksu*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Nye, J. (2005). *Yumuşak Güç*. Ankara: Elips Kitap.

Nye, J. (2008). *Public Diplomacy and Soft Power*, *The Annals of American Academy of Political and Social Science*, 616 (94), s.101.

Önal, B. (2019). Hindistan'ın Yumuşak Güç Politikaları ve Türkiye-Hindistan İlişkilerindeki Rolü. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 12(63), 333-240.

Özkan, A. (2007). *Siyasal İletişim Stratejileri*. İstanbul: Tasam Yayınları.

Özendeş, E. (1999). *Fotoğrafta Oryantalizm*, İstanbul: YKY.

Özev, M. (2012). Küresel ve Bölgesel Güçlükler Karşısında Pakistan'ın Demokratiğe Çabaları. *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 8 (16), 147-176.

Özensel, E. (2020). Farklılıkların Birarada Yaşamasında Bir Sorun Alanı Olarak Ötekinin Ötekileştirilmesi, *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 0 (43), s. 369-378.

Pamment, J. (2013). *New Public Diplomacy in the 21st Century*, New York, Routledge.

Potter, E. (2002). *Canada and the New Public Diplomacy*, *Discussion Papers in Diplomacy*, Netherlands Institute of International Relations. Erişim: 23 Kasım 2019 https://www.peacepalacelibrary.nl/ebooks/files/Clingendael_20020700_cli_paper_dip_issue81.pdf

- Pınar, L. (2017). Amerika Birleşik Devletleri'nin Yumuşak Gücü ve Hollywood, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 6(1), 253- 274.
- Purtaş, F. (2006). Avrasya'daki 'Büyük Oyun' Bağlamında Hindistan'ın Orta Asya Politikası, Orta Asya ve Kafkas Araştırmaları Dergisi, 1 (2), 56-84.
- Rasul, A. (2015). Filtered Violence: Propaganda Model and Political Economy of the Indian Film Industry. Journal of Media Critiques, 1(2), 75-92.
- Romarheim, A.G., (2005) Definitions of Strategic Political Communication. Norwegian Institute of International Affairs. Erişim: 23 Kasım 2019 <https://www.files.ethz.ch/isn/27824/689.pdf>
- Sancar, G. A. (2012). Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler. İstanbul: Beta Yayınları.
- Sancar, M. K. (2018). Göstergibilimsel Film Çözümlemelerinin Bergsoncu Eleştirisi. SineFilozofi Dergisi, 3(6), 24-38.
- Saran, R. (2012). History of Indian Cinema. Diamond Pocket Books Ltd, New Delhi.
- Sandıklı, A. (2014). Yumuşak Güç Savaşları, içinde, H. Çomak ve A. Gökalp Kutlu (ed.), Uluslararası Güvenlik Kongresi (183-205), 08-09 Ekim 2013, Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Yayınları.
- Sertel, S. (2015). Demokrat Parti Döneminde Türkiye-Hindistan İlişkileri. International Journal of Social Science, 32 (3), 291-305.
- Sehgal, R. (2011). Kashmir Conflict: Solutions and Demand for Self-determination, International Journal of Humanities and Social Science, 1 (6), 188-195.
- Sial, N., Arafat, Y., Zafar, A. (2019). Pakistan in the Bollywood Movies: A Discourse Analysis. Journal of Indian Studies, 5(1), 125-136.
- Stojanova, C. (2017). The Great War: Cinema, Propaganda, and The Emancipation of Film Language. Acta Universitatis Sapientiae, Film and Media Studies, (14), 131-156.
- Schiller D (2011) The militarization of US communications. In: J. Wasko, G. Murdock, & H. Sousa (Eds.). The handbook of political economy of communications (pp. 264-282). Oxford, UK: Wiley-Blackwell.
- Şentürk K., E., Kozluklu, Ş. (2020). Yumuşak Güç Bağlamında Bollywood Filmlerinin Değerlendirilmesi: İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Nitel Bir Araştırma. Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi, 3 (4), 73-109.
- Taylor, P. (2009) "Public Diplomacy and Strategic Communications". N. Snow and P. Taylor, (Ed.), Routledge Handbook of Public Diplomacy içinde, New York: Routledge International Handbooks.
- Temel, S. (2010). Amerikan Kamu Diplomasisinin 11 Eylül Sonrası Yönetim Anlayışı ve Sergilenen Faaliyetler Odağında İncelenmesi: Kamu Diplomasisindeki

DeęiŖimleri Anlamak, (Yüksek lisans tezi, Kara Harp Okulu, Ankara) EriŖim: 23 Kasım 2019 https://www.academia.edu/6525951/Kamu_diplomasisi

Tiedeman A. (2004). U.S. Public Diplomacy in Middle East, Seminar on Geography, Foreign Policy and the World Order. EriŖim: 23 Kasım 2019 http://media.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/2447/Anna_Tiedeman_Beers.pdf

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

Yanardağoğlu, E. (2014). "Uluslararası İletiŖim ve Kamu Diplomasisi: BBC Dünya Servisi Haber Merkezi Örneği", *İletiŖim, Kuram ve AraŖtırma Dergisi*, (38); 116.

Yıldırım, L. (2013). DıŖ Politika'da YumuŖak Güç ve Seğili Örnek Hindistan. *Ufuk Üniversitesi Kütüphanesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2 (3), 184-209.

İskandinavya'nın Bilim Diplomasisindeki Rolü: Nobel Ödülleri Örneği¹

Yeliz Kulalı Martin

Dr. Öğr. Üyesi

ykulali@gsu.edu.tr

Galatasaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Uluslararası İlişkiler Bölümü

ORCID: 0000-0003-1548-029X

Abstract

Scandinavia's Role in Science Diplomacy: The Case of Nobel Prizes

The science diplomacy field has expanded in the 2000s, parallel with the technological progress, the growing diversity of the international actors, and the progressive weakening of borders through the globalization process. This field appears to be important to the Scandinavians because of their role in the international system. Norway, Sweden, and Denmark have the particularity of adopting soft power tactics in their foreign policy strategy. Furthermore, these States aspire to become the leaders or the brand countries of these subjects in the international system. Sweden and Norway value science by awarding the Nobel prize since 1901 by their political actors or NGOs. Renowned as an eminent distinction in the international plan, the Nobel prize is also subject to wide criticism. In this study, firstly, science diplomacy, as well as the particularities of the foreign policy of Scandinavian countries are treated. Secondly, the contributions of the Nobel prize in science diplomacy are discussed. The reactions, positive or negative, to the awarding of the Nobel prizes have been examined by a descriptive method. A deductive method has been adopted all along with the study. With the results, it is aimed to contribute to the scientific field on the approach of Northern Europe to science diplomacy.

keywords: *Scandinavian region, new science diplomacy, soft power, Nobel prize, country branding*

¹ 18 Aralık 2019 tarihinde gerçekleştirilen Galatasaray Üniversitesi Stratejik İletişim Yönetimi Konferansları (GSÜStrat) II: "Yeni Kamu Diplomasisi: Diyalog ve İlişki İnşaa Etme" başlıklı ulusal konferansta sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Résumé

Le rôle de la Scandinavie dans la diplomatie scientifique: le cas des prix Nobel

Le champs de la Diplomatie Scientifique s'est accéléré dans les années 2000 parallèlement aux progrès technologiques, à la diversité grandissante des acteurs internationaux et à l'atténuation progressive des frontières au travers du processus de mondialisation. Ce champs a une importance particulière pour les scandinaves en raison de leur rôle dans le système international. La Norvège, la Suède et le Danemark ont pour particularité d'avoir adopté dans leur stratégie de politique étrangère des outils de soft power. Plus encore, ces Etats ont pour ambition de devenir des leaders ou brand countries dans le système international sur ces thèmes. La Suède et la Norvège valorisent la science à travers l'attribution du prix Nobel depuis 1901 via leurs acteurs étatiques et les ONG. Reconnue comme une éminente distinction scientifique à l'échelle internationale, le prix Nobel est le sujet à diverses critiques. Dans la partie théorique de ce travail, la diplomatie scientifique ainsi que les spécificités de la politique étrangère des pays scandinaves ont d'abord été abordés. Les contributions du prix Nobel au champs de la diplomatie scientifique sont discutées dans un second temps. Les réactions, tant positives que négatives, à l'attribution des prix Nobel sont traités à travers une méthode descriptive. Une méthode déductive a quant à elle été adoptée tout au long de ce travail. Le présent travail a visé à traiter du sujet de la Diplomatie Scientifique sous le prisme de la politique étrangère des Etats de la région d'Europe du Nord.

mots-clés: Région Scandinave, la nouvelle diplomatie scientifique, soft power, le prix Nobel, country branding

Öz

Bilim diplomasisi, teknolojik gelişmeler, uluslararası sistemdeki aktör çeşitliliği ve sınırların giderek daha şeffaf hale gelmesiyle 2000'li yıllardan itibaren hız kazanmıştır. İskandinavlar için bu alan, özellikle uluslararası sistemdeki rolleri anlamında önemlidir. Genelde dış politikalarında yumuşak güç (soft power) araçlarını kullanan Norveç, İsveç ve Danimarka, bu alanlarda lider ya da ülke markası olma amacı gütmektedirler. Norveç ve İsveç, çeşitli sivil toplum kuruluşları ve devlet içi aktörler aracılığıyla 1901'den günümüze bilimin ödüllendirilmesini Nobel Ödül Töreni aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Ödül töreni, çeşitli bilim dallarına ve eserlere uluslararası ilgi yaratmakla beraber, çeşitli sebeplerden dolayı birçok eleştiri toplamaktadır. Çalışmada bilim diplomasisinin çağımızda geldiği nokta ve İskandinav genel dış politika hedefleri belirtilerek teorik çerçeve belirlenmiş, daha sonra Nobel ödüllerinin bilim diplomasisine sağladığı katkılar tartışılmıştır. İskandinav imajına pozitif rolü olduğu kadar negatif rolü de olan törenle ilgili tanımlayıcı (deskriptif) bir araştırma yapılmıştır. Çalışmanın bütününde tümdengelim yöntemi kullanılmıştır. Varılan sonuçlarla, Kuzey Avrupa coğrafyasının bilim diplomasisine yaklaşımı konusunda bilimsel alana katkı sağlanması amaçlanmıştır.

anahtar kelimeler: İskandinav coğrafyası, yeni bilim diplomasisi, yumuşak güç, Nobel ödülleri, ülke markası

Giriş

Yeni kamu diplomasisinin önemli modellerinden biri, sosyal bilimler ve fen bilimlerini ortak paydada buluşturan bilim diplomasisidir. Yeni gelişen bir kavram olmakla beraber, günümüzde bilim diplomasisi, yeni kamu diplomasisinde olduğu gibi çağın getirilerine göre şekillenmekte, sadece devletin yabancı halklara yönelik stratejilerini değil, hükümet dışı taraflarla olan etkileşimini de artırmaya yönelmektedir. İnternet ve teknolojinin hızlı bir şekilde yaygınlaşması, dünyanın her yerine ulaşımın kolaylaşması, 7 gün 24 saat canlı haber akışı, sivil toplum kuruluşları, sosyal medya ve özel şirketlerin yükselişi bilim diplomasisi kavramına da farklı bir boyut kazandırmıştır (Lord, 2007, s.769). Bu çerçevede bilim, devlet, devlet dışı aktörler ve toplum arasındaki bu ilişkiyi yeni bilim diplomasisi (Lord, 2007, s.770) olarak nitelendirmek yerinde olacaktır.

Nobel 2003 Kimya ödülü sahibi ABD'li Prof. Peter Agre, kazandığı bu ödülün ardından yaptığı açıklamada bilimin dünyadaki kapıları nasıl açtığı ve bu sayede ülkelerin nasıl ortak paydada buluşabildiklerinden bahsetmiştir. Bu çerçevede bilim diplomasisine olan inancını da belirten Agre, bilim ve bilim için düzenlenen çeşitli aktivitelerin uluslararası alanda iş birliği sağladığına ve uluslararası sistemdeki aktörler için sosyal bir çaba olduğuna da değinmiştir (West, 2016, s.153). Peter Agre, Ekim 2019 itibarıyla çeşitli ders ve seminerlere katılmak amacıyla geldiği Türkiye'nin, bilim ve bilim diplomasisi alanlarındaki başarılarından da sıklıkla bahsetmektedir.²

Agre'nin sözlerinden hareketle bilim diplomasisi kavramından kısaca bahsetmek yerinde olacaktır. Bilim diplomasisi alanında uzun süredir araştırmalar yapan Royal Society ve AAAS (American Association for the Advancement of Science) bilim diplomasisinin önemini üç özelliği ile açıklar; dış politika konusundaki hedeflerin bilim aracılığı ile gerçekleştirilmesi, uluslararası bilimsel iş birliğinin kolaylaştırılması ve devletlerarası ilişkilerin geliştirilmesi için bilimsel iş birliğinin artırılması (Ruffini, 2018, s.102). Bu çerçevede, sağlık, teknoloji, enerji gibi birçok sektörde dönüm noktaları yaratan bilimsel buluşlar ya da eserler, sadece bu konularda başarı sağlayan bilim adamları ya da akademisyenler açısından değil, devletler için de büyük önem arz etmektedir.

Sayılan bu üç özellik, alanla ilgili üç temel kavramı da ortaya çıkarır; - bilim için diplomasi (diplomacy for science) - diplomasi için bilim (science for diplomacy), - diplomasinin içinde bilim (science in diplomacy) (Ruffini, 2018, s.102). Bilim için diplomasi kavramı, devletlerin bilim adamlarını yurtdışında görevlendirmesi ya da hükümetlerarası bilimsel iş birliği çalışmaları ile açıklanır. ITER (International Thermonuclear Experimental Reactor) bu alana örnek olarak gösterilir. Diğer bir örnek büyükelçiliklerin yabancı öğrencilerin ya da araştırmacıların eğitimi için sağ-

2 Erişim (30.01.2020): <http://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/odtu-bilim-komitesine-nobelli-transfer-41362861>

ladığı burslardır. Genç akademisyen ya da bilim adamları, burslar sayesinde hem vizyon geliştirmekte hem de kendi ülkelerini başka bir ülkede temsil etmektedir (Ruffini, 2019, s.69). Diploması için bilim ise, kısaca bilimin diplomatik araç olarak kullanılması olarak özetlenebilir. Soğuk Savaş zamanındaki iki kutuplu sisteme rağmen Amerikalı ve Sovyet bilim adamlarının karşılıklı olarak ülke ziyaretlerine devam etmesi bu kategoriye örnek olarak gösterilir. Hatta bilim adamlarının bu dönemde iki blok arasındaki gerilimin düşmesi konusunda arabuluculuk rolü üstlendiğinden dahi bahsedilmektedir. (Ruffini, 2019, s.70). Son olarak, diplomasinin içinde bilim kavramı, güvenlik, sağlık, çevre gibi belirli konularda diplomatların ve bilim adamlarının beraber çalışması olarak özetlenir. IPBES (Intergovernmental Science Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services) bu alana örnek olarak gösterilir (Ruffini, 2019, s.70). Bu temel kavramlara aktör olarak hükümet dışı olan taraflarla etkileşimin de eklenmesi, yeni bilim diplomasisi kavramını ön plana çıkarır.

İskandinav ülkeleri geleneksel dış politikalarında yumuşak güç, uluslararası iş birliği, diploması gibi kavramları ön plana çıkararak, uluslararası sistemde girişimcilik ve arabuluculuk konularında aktif rol üstlenmeyi hedeflemektedir (Ingebritsen, 2006, s.11). Bir ülkenin yumuşak gücü, kültürel kaynaklarına, değerlerine ve politikalarına dayanır. Başkalarının tercihlerini şekillendirme ve istenilen çıktılar elde etme amacıyla zorlama yerine görüş alışverişi yöntemini kullanan aktörler için yumuşak güç, sadece bir etki değil, bir etki kaynağı olarak tanımlanır (Nye, 2008, ss.94-95).

Öte yandan, 2000'li yıllardan itibaren literatürde daha sık karşımıza çıkan akıllı güç (smart power), uluslararası sistemde yer alan aktörlerin yumuşak ve sert güç (hard power) unsurlarını birlikte kullanabilme yetisine dayanmaktadır. Kamu diplomasisi, akıllı güç açısından önemli bir araçtır; ancak bu diplomasinin aktörler arasında karşılıklı güven ilişkisi kurabilmesi, buna ilaveten sivil toplum rolünü ön plana çıkarabilme özelliği yumuşak güç üretebilme kapasitesinden gelir (Nye, 2008, s.94). İskandinav ülkeleri, yumuşak güç kavramı üzerine inşa edilmiş olan kamu diplomasisi için günümüzde uygun bir saha araştırması özelliği taşır. Kamu diplomasisinin alt kollarından biri olan bilim diplomasisi konusunda bu bölgenin incelenmesi literatür açısından faydalı olacaktır. Ayrıca uluslararası sistemde gelişmekte olan ülke markalama (country branding) kavramı konusunda yapılan birçok araştırmada da İskandinav ülkeleri çoğu zaman örnek olarak gösterilmektedir.

İskandinavya'nın dünya çapında bir yumuşak güç ya da marka olmaya çalışma yöntemlerinden biri Nobel ödülleri olarak kabul edilir (Ingebritsen, 2006, s.14). Edebiyat, ekonomi, tıp, fizik, kimya ve barış alanlarında başarı elde etmiş insanları ödüllendiren tören, günümüzde sadece İskandinavya'nın uluslararası sistemde üstlenmek istediği rolü gösterme konusunda değil, bilim diplomasisi anlamında da önemli bir etkinliktir ve tüm dünyada tanınmaktadır.

Bu çerçevede çalışmada; "Nobel ödülleri, İskandinav coğrafyasının bilim diplomasisi hedeflerinde nasıl bir yer tutmaktadır?"; "Törenin düzenlenmesi böl-

genin dış politika hedefleri, yumuşak güç konusunda lider olma ya da ülke markası olma çabaları ile ne kadar bağdaşmaktadır?"; "Verilen ödüllerin İskandinav imajı üzerinde pozitif ve negatif rolü nedir?" gibi sorulara yanıt aranacaktır. Bu amaçla, öncelikle İskandinav ülkelerinin genel dış politika hedeflerine yer verilecek, teorik çerçeve tamamlandıktan sonra, her sene Stockholm'de verilen Nobel ödüllerinin bu ülkelerin imajı üzerindeki rolü tartışılacaktır.

Güçlü bir yumuşak güç³ bölgesi: İskandinav coğrafyası

Tarihsel ve coğrafi olarak bakıldığında İskandinavya'yı oluşturan ülkeler Danimarka, İsveç ve Norveç'tir (Hilson, 2015, s.11). Bu devletlerle sınırladığımız İskandinav coğrafyası günümüzde aslında İzlanda ve Finlandiya'nın da bu gruba katılmasıyla Nordik beşlisi⁴ olarak anılır. Özellikle 1990'lı yıllardan itibaren Kuzey Avrupa coğrafyasının bu şekilde anılmasındaki temel sebep, bu beş ülke arasındaki bağın kuvvetinden ileri gelir. Küçük ya da orta ölçekli sayılabilecek bu devletler tarihsel bağlarından da güç olarak, uluslararası sistemde genelde beraber hareket etmekte ve ulusal kimliklerinden ziyade bölgesel kimliklerini çoğu zaman ön planda tutmaktadır. (Nedergaard ve Wivel, 2018, s.6). Söz gelimi Danimarka ya da Finlandiya'da vatandaşlara kimliklerini tanımlama konusunda soru sorulsa, kendini önce Dan ya da Fin olarak ifade edenler olmakla beraber, halkın bir kısmı da kendini öncelikli olarak İskandinav ya da Nordik olarak ifade edebilmektedir. Kendini bu şekilde bölgesel kimliği üzerinden tanımlama hali, Geschichtsregion (tarih bölgesi) kavramıyla açıklanmıştır. Bu kavrama göre, bu beş ülkenin geçmişi ve coğrafi özellikleri o kadar birbiriyile bütünleşmiştir ki, sınırları içinde yaşayan toplum ya da yöneticiler düzeyinde ortak bir bakış açısı geliştiği söylenmektedir. Kavram, siyasi coğrafya kuramcıları tarafından da kullanılmakta ve İskandinavların nerdeyse her konuda beraber karar alma eğilimlerini bu şekilde açıklanmaktadır. (Hilson, 2015, s.15) Bu bölgesel birlik, Kuzey ülkeleriyle ilgili aynı kıtada yer aldığı çoğu Avrupa ülkesinden farklı bir izlenim vermekte, uluslararası sistemden ya da içinde buldukları kıtadan daha uzak, hatta kopuk bir imaj çizmektedir.

Genelde beraber hareket eden İskandinav bölgesinin bilim diplomasisi alanında ne derece rolü bulunduğu ve bu ülkeler tarafından verilen Nobel ödüllerinin bu alana katkı sağlayıp sağlamadığının belirlenebilmesi için öncelikle bu bölümde bu ülkelerin uluslararası sistemdeki genel imajı ve dış politika hedeflerinden bahsetmek yerinde olacaktır. Çizilen bu imaj ve dış politika hedefleri, çalışmanın saha araştırmasını oluşturan Nobel ödüllerinin, bu hedeflere ulaşma konusunda araç olup olmadığı üzerinde sonuçlara varılmasını kolaylaştıracaktır.

3 Yumuşak güç (soft power) konusunda detaylı bilgi için bkz: Joseph S. Nye, Jr., "Soft Power", Foreign Policy, 80, 1990, ss.153-171.

4 Çalışmada Nordik beşlisinin değil, İskandinav coğrafyasını oluşturan üç devletin yer alma sebebi Nobel Ödülleri tarihinin İsveç ve Norveç'e bağlı olmasından kaynaklanmaktadır. Ancak, İskandinav ülkelerini oluşturan bu üç ülke dış politikada karar alma ve uluslararası sistemdeki imajları ile hedefleri konusunda genelde diğer iki ülkeyle beraber hareket ettikleri için çalışmada yer yer genel bir Kuzey ya da Nordik profili çizilmiştir.

Giriş kısmında bahsedildiği üzere İskandinav ülkelerinin genel eğilimleri yumuşak güç, uluslararası iş birliği, diplomasi gibi kavramları ön plana çıkararak, uluslararası sistemde girişimcilik ve arabuluculuk konularında aktif rol üstlenme üzerine kuruludur. Aynı zamanda bu coğrafyadaki ülkeler için dünya çapında ülke markası olmak da öncelikler arasındadır. Bu hedefler ya da eğilimler, bölgedeki devletlerin uluslararası hukuka göre genelde küçük ya da orta-ölçekli devlet olarak kategorize edilmesiyle açıklanabilir. Uluslararası hukuka ve uluslararası ilişkiler disiplinine göre artık zayıf güç anlamını yitiren küçük devlet kavramı, nicel (yü-zölçümü, nüfus oranı vs.) ya da niteliksel (algı unsuru, kendi kendini tanımlama (auto-identification), başka aktöre bağımlılık vs.) kriterlere göre yapılmaktadır (Tür ve Salık, 2017, s.7). Niceliksel ve niteliksel çeşitli kıstaslar göz önüne alındığında, Kuzey Avrupa coğrafyasındaki bu ülkeler belki de sadece İsveç istisna olmak üzere genelde küçük devlet olarak sınıflandırılır (Larsen, 2005, s.15; Steinmetz ve Wivel, 2010, s.199; Jesse ve Dreyer, 2016, s.105).

Bu noktada belirtilmesi gereken esas husus, uluslararası sistemde küçük devlet olarak nitelendirilebilecek ülkelerin genel dış politika eğilimlerinin de yumuşak güç kavramına odaklanmasıdır. Küçük devlet teorisi üzerine uzmanlaşmış Jeanne A.K. Hey, çalışmalarında bu tip devletlerin dış politika tercihlerini şu şekilde sıralar;

Dünya meselelerine düşük bir katılım düzeyi sergilemek, -Dış politika konularına dar bir kapsam ayırmak, -Dış politika davranışlarını kendi coğrafi alanlarına sınırlamak, -Diplomatik ve ekonomik ilişkileri dış politika aracı olarak kullanmayı askeri araçlara tercih etmek, -Uluslararası hukuk, uluslararası normlar ve diğer ahlaki değerlere vurgu yapmak, -Uluslararası anlaşmalara önem vererek olabildiğince uluslararası örgütlere katılmak, -Nötr roller tercih etmek, - Büyük güçlere güvenlik, kaynaklar ve ortaklıklar konusunda güvenmek, - İşbirliğini hedefleyip, çatışmadan kaçınmak, - Fiziki ve siyasi güvenliği sağlamak ve hayatta kalabilmek için oransız dış politika harcamaları yapmak (2003, s.5).

Genelleme olarak kabul edilen ancak ikilemlerle dolu bu kıstasları Kuzey Avrupa coğrafyasına uyarladığımızda, diplomatik ve ekonomik araçların askeri araçlara tercih edilmesi, uluslararası hukuk ve uluslararası normların kullanımına özen gösterilmesi yumuşak güç ve diplomasi kavramlarına örnek olarak alınabilecekken, diğer yandan genelde nötr rollerin tercih edilmesi ve uluslararası iş birliğinin hedeflenmesi kıstasları da çalışmanın ikinci kısmında ele alınan Nobel Ödülleri örneğine uyarlanabilmektedir.

Hey'in belirlediği kıstaslardan yumuşak güç konusuyla ilgili öne çıkan kavramlardan biri Karl Deutsch'un Güvenlik toplumu teorisi. Uluslararası ilişkileri perspektifinden bakıldığında teori, Kuzey Avrupa bölgesel iş birliğine uyarlanmıştır. 1814'ten beri sıcak bir çatışmanın yaşanmadığı bölge için güvenlik toplumu modeli, sadece çatışma olmaması sebebiyle değil, karşılıklı değerlerin ve beraberliğin bütün toplum tarafından kabul edildiği bir bütünleşme duygusu varolduğu için de kullanı-

lır. Beraber hareket etme eğilimi, kuzeyde yoğunlaşmış bir toplumsal bütünleşme duygusudur (Hilson, 2015, s.130). Savaş ya da sıcak çatışmanın olmaması, bu devletlerin ve toplumlarının hızla modernleşmesine katkı sağlamış ve zamanla savaşın giderek daha da düşünülemez bir olay olmasına yol açmıştır (Ingebritsen, 2006, s.12). Güvenlik toplumu teorisi açısından bakıldığında İskandinav coğrafyasının bir yumuşak güç bölgesi olması doğal karşılanır; zira geçmişten günümüze kültürleri ve bütünleşme süreçleri sert güç araçlarının gelişmesinden çok yumuşak güç araçlarının kullanımına yoğunlaşmıştır. Bölge içinde 19. yüzyıldan beri sıcak çatışmanın olmaması, dış politikalarında da genel anlamda bu hedefe odaklanmalarına vesile olmuştur. Diplomatik araçların bu ülkeler tarafından çeşitli devletlerarası anlaşmazlıklarda öncelikli olarak kullanılması bu teoriyle uyumlu bir örnektir.

Diğer yandan, iş birliği ölçütü de küçük devlet teorisi ve İskandinav ülkelerinin dış politika tercihlerine uyarlanabilecekler arasındadır. Bu konuda güncel önemli bir örnek, Norveç'in uluslararası iş birliği sağlama konusunda attığı önemli bir adım olan Svalbard tohum-arşiv deposu uygulamasıdır. 2008 yılında açılan tohum deposu ya da bankası, günümüzde dünyadan yaklaşık yüz-yirmi ülkenin katılım sağladığı dünyanın en büyük tohum arşividir. Küresel ısınma, nükleer savaş riski, doğal afetler gibi olayların vereceği yıkıma karşı koruma amacıyla, devletlerin, topraklarında yetişen bitki, sebze, meyvelerin tohum örnekleri, Norveç'e ait Svalbard takımadasının içinde yer alan Spitsbergen adasında depolanmaktadır.⁵ Maliyeti tamamen Norveç'e ait olan girişim, sadece İskandinavların uluslararası iş birliği konusunda attığı önemli bir adım değil, örneğin Kuzey Kore ve Güney Kore'nin de içinde yer aldığı belki de tek uluslararası iş birliği örneği olarak gösterilir.⁶

Nordiklerin girişimcilik ve arabuluculuk hedefleri üzerinde duran uzmanlardan biri Christine Ingebritsen'dir. Ingebritsen, Kuzey Avrupa ülkelerini moral süperpower (ahlaki süpergüç) olarak tanımlayan uzmanlardandır. (Ingebritsen, 2006, s.2) Küresel çapta bu rolü üstlenen ülkeler için uluslararası örgütlerde aktif rol almak, ikili ya da çok taraflı krizlerde arabuluculuk rolü üstlenmek, insan hakları ve uluslararası hukuk normlarını ön plana çıkarmak ve uluslararası iş birliği yapılabilecek projelerde girişimci davranmak büyük önem taşır. Küresel ajandalarında Birleşmiş Milletler'de (BM) aktif rol üstlenmek, Svalbard tohum deposu, İsrail-Filistin meselesinde Norveç'in aktif arabuluculuk rolü üstlenmesi, Arktik Konseyi'nin kurulması, küresel silahlanmanın azaltılması gibi konular yer alan İskandinavlar, Ingebritsen'e göre ahlaki süpergüç olmaya en yakın adaylardır. (Ingebritsen, 2006, ss.12-14)

Bu bölümde değinilmesi gereken diğer bir konu, bölgedeki ülkelerin yukarıdaki hedeflerin bir sonucu olarak uluslararası sistemde ülke markası olma çabalarıdır. Ülke markalama ya da uluslararası markalaşma konusu artık sadece ekonomi ya da ticaret alanları için değil, uluslararası ilişkiler, kamu diplomasisi gibi sosyal bilim alanlarında da oldukça bahsi geçen bir konudur. Kuzey Avrupa bölgesinin uluslararası sistemde marka olma çabaları dış politika, ekonomi, sanat gibi birçok

5 Erişim (18.03.2020): <https://www.britannica.com/topic/Svalbard-Global-Seed-Vault>

6 Erişim (18.03.2020): www.time.com/doomsday-vault

alandaki oluşturulan Nordik Model'in bir ileri safhası olarak planlanmış, 1971'den beri bölgedeki beş ülkenin ve Aland, Faroe adaları ile Grönland'ın dahil olmasıyla hükümetlerarası resmi bir girişime dönüşmüştür. Bu çerçevede, çalışmanın yukarıdaki kısmında ele aldığımız bütün dış politika eğilimleri ve hedefleri, bölgesel iş birliğinden uluslararası sistemde bir ülke markası / bölge markası olma yolunda evrilmiştir. Markalaşma yolunda öncelikli alanlar sanat, kültür, çevre, teknoloji, sürdürülebilirlik, inovasyon, çocuk hakları vb. olarak belirlenmiştir (Magnus, 2016, s.196). Bu amaç doğrultusunda hem kendi aralarında hem de bölge dışı aktörlerle yarışan Kuzey Avrupa, uluslararası görünürlük, uluslararası etki yaratma ve genel toplum ilgisi kazanma amaçlarını gütmektedir (Magnus, 2016, s.198).

Teorik çerçevede son olarak Strang'ın New Norden (Yeni Kuzey) kavramına değinilmesi İskandinav coğrafyasının günümüzdeki görüntüsüyle ilgili ipuçları vermesi anlamında önemlidir. Bu kavrama göre İskandinavlar, günümüz sistem koşullarına uyum konusunda bir geçiş sürecindedir. Kuzey Avrupa coğrafyası, Baltık Denizi bölgesi gibi esnetilmiş bölgesel tanımlamalar bir tarafa bırakılmış, çekirdek Nordik beşlisi bölgesel anlamda iyice kenetlenmiştir. Ayrıca bu ülkeler tarafından örneğin Dünya Savaşları zamanında kabul edilen uluslararası hukuk prensiplerinden tarafsızlık ilkesi artık uygulanmamakta, yumuşak güç yine öncelik olmakla beraber aktif askeri stratejiler de geliştirilmektedir. Ekonomi konusunda ve dünya meselelerinde de Nordik devletleri daha aktif olarak tanımlamakta ve küresel krizlerde rol üstlenme örneklerini Arktik mevzusu ve uluslararası terör olaylarına karşı mücadele olarak vermektedir. Yeni Kuzey halen çeşitli alanlarda markalaşma hedeflerini de devam ettirmektedir (Strang, 2016, ss.15-17).

Neticede küçük-orta ölçekli devlet kategorisine giren bu ülkeler için uluslararası alanda görülür ve güçlü olmak yukarıda ele alınan teoriler ve kavramlar çerçevesinde şekillenmiştir. Kuzey Avrupa coğrafyasına uyarlanan bu kuramlar, bölgenin dış politika eğilimleri ve sistemde üstlenmek istedikleri rolü açıklayan sadece birkaç teoridir, daha niceleri mevcuttur. Yukarıda belirtilen yumuşak güç araçlarından ikisi, ele alındığı üzere bilim ve diplomasıdır. İkinci kısımda ele alınan Nobel ödülleri, bilim diplomasisi alanında İskandinav ülkeleri açısından saha araştırmalarını oluşturabilecek uygun örneklerden biridir.

Nobel Ödülleri: Özveri mi strateji mi?⁸

1901'den günümüze köklü bir geçmiş

Alfred Nobel, 1893 versiyonu bulunan vasiyetinde - ilk versiyon asla bulunmamıştır- bilimin ödüllendirilmesi konusundaki isteklerini ve bunun ne şekilde olacağını oldukça açık ve detaylı bir şekilde dile getirmekle beraber (Norrby, 2010,

7 Nordik Model ile ilgili daha fazla bilgi için bkz: Mary Hilson, The Nordic Model – Scandinavia since 1945, Reaktion Books, 2017.

8 "Scandinavian motives may sound purely altruistic – however, their role in world politics also may be viewed as strategic." Ingebritsen kavramların orijinalini İskandinavların dış politika hedefleri için kullanmıştır. Bkz: Christine Ingebritsen, Scandinavia in World Politics, Oxford, 2006, s.15.

s.10), İskandinav coğrafyasından çıkan bu fikrin, bu denli uzun soluklu ve küresel çapta popüler bir ödül töreni olacağını hayal etmiş midir bilinmez. Kendisi de bir bilim adamı olan Nobel, çoğunu kimya alanında elde ettiği 355 patente sahip olan; ancak günümüzde daha çok nitrogliserinden üretilen dinamitin mucidi olarak bilinir. Her ne kadar bu icat Royal Swedish Academy'nin Nobel'le ilk iletişimi kurmasına vesile olsa da (Norrby, 2010, s.5), bilimin ödüllendirilmesi konusunda bu kadar çaba sarfetmiş bir bilim insanının, aynı zamanda tarihin en yıkıcı silahlarından birini keşfetmiş olması oldukça ironik kabul edilir. Hatta Nobel'in bilim insanlarını ödüllendirmek amacıyla başlattığı bu girişimin bir nevi "günah çıkarma" niteliğinde olduğunu düşünenler de mevcuttur (Laroche, 1994, s. 603).

1739 yılında Stockholm'de kurulan ve hali hazırda çeşitli alanlarda bilimin teşviki ve ödüllendirilmesi, ayrıca küresel meseleler konusunda hizmet veren Royal Swedish Academy of Sciences⁹, Alfred Nobel'in 1834 yılında komiteye katılmasını istemiştir. Günümüzde halen fizik ve kimya alanlarında Nobel ödüllerini belirleyen bu komitede, Nobel aktif olarak yer almasa da kendisinin daha yakın bağlarının bulunduğu kuruluşun Karolinska Institute¹⁰ olduğu söylenir. Tıp fakültesi olan bu kuruluş, içinde yer alan özel bir komite vesilesiyle halen tıp alanında Nobel alması gereken bilim insanlarını belirlemektedir. Bu noktada Alfred Nobel'in tıp alanında da çalışmaları olduğu, kan nakli ve deneysel tıp konularında yazıları olduğunu da belirtmek yerinde olacaktır (Norrby, 2010, ss.6-9). Bu bilgiler bir yandan Alfred Nobel'in kimya ve tıp alanlarına verdiği önemi göstermesi açısından, diğer yandan bilimin teşviki ve ödüllendirilmesi konularında STK ve üniversitelere ne kadar güvendiğini ifade etmesi anlamında önemlidir. Girişte belirtildiği üzere yeni bilim diploması bilim, devlet, toplum ve devlet dışı aktörlerle etkileşimi sağlama üzerine kurulu olduğundan, aslında Nobel ödüllerinin 20.yüzyılın başından beri bu alana katkı sağlamaya çalışan bir tören olduğu çıkarımında bulunulabilir.

Nobel, 1895 yılında imzaladığı son vasiyetinde - 1896 yılında vefat etmiştir-bilimin ödüllendirilmesi amacıyla yukarıda adı geçen kurumlara mirasının yarısından fazlasını bırakmıştır.¹¹ Ayrıca Nobel, ödüller konusunda, kadın - erkek ya da İsveçli - yabancı gibi ayrımların yapılmamasını da özellikle istemiştir.¹² İskandinavların ilk kısımda bahsedilen genel özelliklerine uyan bu uluslararası iş birliği ruhu, dönemin İsveç Kralı Oscar II'nin hoşuna gitmemiş, yabancılara para ödülünü de kapsayan bu fikir sebebiyle Kral 1901'deki ilk törene katılmamıştır. Ancak bu ilk tepkinin yanında, ileriki yıllarda İsveç ve Norveç Krallarının, fikirlerini değiştirerek, törende ödüllerini kendilerinin takdim ettiğini belirtmekte fayda vardır (Norrby, 2010, ss.14-15).

Vasiyette Nobel'in insanlığa en fazla yarar sağlayana ödülün verilmesini istediği alanlar; kilit kelimenin "keşif" olduğu fizik, kimya ve tıp; kilit kelimenin

9 Erişim (01.03.2020): <https://www.kva.se/en/om-oss>

10 Erişim (05.03.2020): <https://www.nobelprizemedicine.org/>

11 Erişim (24.03.2020): <https://www.nobelprize.org/alfred-nobel/alfred-nobels-will/><<http://www.nobelprize.org/alfred-nobel/alfred-nobels-will/>>

12 Orijinali; "It is my distinct wish that all in this will defined prize awards should be given without any consideration to whether the recipient in swedish or foreigner, man or woman." <https://www.nobelprize.org/alfred-nobel/alfred-nobels-will/> (Erişim tarihi: 24.03.2020)

“idealist bir yaklaşım” olduğu edebiyat ve barış olarak belirlenmiştir. Genel kanının aksine ekonomi alanında verilen ödül direkt Nobel ödülü değil “Alfred Nobel anısına ekonomi dalında Sveriges Riksbank Ödülü” olarak geçmektedir ve 1969 yılında Alfred Nobel’in ailesinin izniyle İsveç Merkez Bankası tarafından eklenmiştir (Norrby, 2010, ss.32-33). Aşağıdaki tabloda hangi ödülün hangi karar mercileri tarafından verildiği ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Tablo 1: Nobel Ödül Kurulları

Kaynak: Erling Norrby, Nobel Prizes and Life Sciences, World Scientific Publishing, 2010, s.17.

Fizik- Kimya	Tıp ya da Fizyoloji	Edebiyat	Barış	Ekonomi
Royal Swedish Academy of Sciences (yaklaşık 350 üye)	Karolinska Institute Nobel Kurulu (50 üye)	Swedish Academy (18 üye)	Norveç parlamentosu	Royal Swedish Academy of Sciences (yaklaşık 350 üye)
2 Nobel Komitesi (5 üye)	Nobel Komitesi (5 üye)	Nobel Komitesi (3-5 üye)	Nobel Komitesi (5 üye)	2 Nobel Komitesi

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi ödüllerden üçü Royal Swedish Academy of Sciences ve Swedish Academy gibi STK’lar, bir diğeri tıp fakültesi üyelerinden oluşan Karolinska Institute ve sonuncusu da Norveç parlamentosu üyeleri tarafından verilmektedir. Ödül kurullarının hepsinin İskandinav ülkelerine bağlı kurumlar olması, çalışmanın ilk kısmında bahsedilen bölgenin bilime verdiği önemi gösterir niteliktedir. Bilim diplomasisi açısından incelendiğinde ise, bir yandan bu kurumların devlet ve devlet dışı aktörlerin etkileşimini yansıtmaları önem taşırken; diğer yandan Norveç ve İsveç’in devlet olarak bilim diplomasisinde ne kadar başarılı olup olmadıklarının bir anlamda analiz edilebilecek olması da çalışmanın ana sorunlarına uygun olarak dikkat çekmektedir.

Tablo 2: NOBEL ÖDÜLLERİ– Adaylıkların Değerlendirilmesi ve Ödül Kazanma Süreçleri

Kaynak: Erling Norrby, Nobel Prizes and Life Sciences, World Scientific Publishing, 2010, s.18.

AY / YIL	ETKİNLİK
Ocak	31 Ocak – Başvurular için son tarih
Şubat	Başvuruların ilk değerlendirilme aşaması
Mart	Başvurular sonrası kısa liste belirlenmesi
Nisan	Değerlendirme süreci

Mayıs	- Aday göstermeye davet edilecek kurum / birey değerlendirme (bir sonraki sene için) - Başvuru değerlendirme süreci - Edebiyat alanında finale kalan son 5 adayın belirlenmesi
Haziran	- Aday göstermeye davet edilecek kurum / birey değerlendirme (bir sonraki sene için) - Başvuru değerlendirme süreci
Temmuz	- Aday göstermeye davet edilecek kurum / birey değerlendirme (bir sonraki sene için) - Başvuru değerlendirme süreci
Ağustos	- Aday göstermeye davet edilecek kurum / birey değerlendirme (bir sonraki sene için) - Başvuru değerlendirme süreci - Tüm değerlendirme sürecinin tamamlanması / sonuçların derlenmesi
Eylül	- Aday göstermeye davet edilecek kurum / birey değerlendirme (bir sonraki sene için) - Son öneriler / görüşler
Ekim	- Son oylama ve duyuru süreci - Davetiyelerin yollanması
Kasım	-
Aralık	- 6-11 Aralık – Konferans ve festivaller - 10 Aralık – Oslo ve Stockholm’de düzenlenen Ödül Törenleri

Yukardaki tabloda görüldüğü gibi Nobel Ödül süreci bütün bir seneye yayılan ve sadece ödül verilecek sene için değil, bir sonraki sene seçim sürecinin de yer aldığı ayrıntılı bir etkinliktir. Süreçte 3 önemli tarih belirlenmiştir. İlk olarak 31 Ocak; - Beş dalda verilecek olan ödüller için son başvuru tarihidir - ikincisi Ekim ayının ilk haftası; - Beş dalda ödül almaya hak kazanan adayların ilan edilmesi; - son olarak 10 Aralık; - Alfred Nobel’in vefatıyla aynı gün olan Ödül Töreni Stockholm ve Oslo’daki farklı etkinliklerle gerçekleştirilir (Norrby, 2010: s.18).

Seçim kriterlerinin her kategori için farklı olduğu ve adayların kim olduğu ya da kazananların değerlendirme sürecinin elli sene boyunca açıklanmadığı ödül süreci, 1901’den günümüze dek devam etmektedir. Sadece bireyler değil gruplar da ödül alabilir; örneğin Uluslararası Kızılhaç Örgütü (1917, 1944, 1963) ve BM Barış Gücü (1988) vb. Kişilerin ya da grupların kendileri bazı dallarda aday olabilirken, bazı dallarda da devletler, STK’lar ya da uluslararası örgütler aday gösterebilmektedir. 1901’den beri 2019 yılı dahil olmak üzere toplamda bugüne dek 597 ödül verilmiştir.¹³ Ödül verilemeyen senelerin ödül miktarları bir sonraki seneye aktarılmakta, senelerce törenin yapılamaması durumlarında ise miktar kurulların sınırlı fonlarına aktarılmaktadır. Ülkemizden Orhan Pamuk 2006 yılında Edebiyat dalında, Prof. Dr. Aziz Sancar 2015 yılında Kimya alanında Nobel kazanmıştır.¹⁴

13 Erişim (24.03.2020): <https://www.nobelprize.org/prizes/facts/nobel-prize-facts/>

14 Erişim (24.03.2020): <https://www.nobelprize.org/prizes/facts/nobel-prize-facts/>

For the greatest benefit to humankind?¹⁵

Giriş kısmında bahsedilen ve Ruffini'nin deyimiyle bilim diplomasisinin 3 ayağını oluşturan "bilim için diplomasi", "diplomasi için bilim" ve son olarak "diplomasi içinde bilim" kavramlarından Nobellerle en çok ilişkilendirilebileni kanaatimizce diplomasi için bilim olabilir. Bunun yanında, çalışmada Nobel ödüllerinin yeni bilim diplomasisinin içinde değerlendirilme sebebi, bir önceki başlıkta belirtildiği üzere bilim, devlet, toplum ve devlet dışı aktörler arası etkileşimin bu tören kapsamında mümkün olabilmesidir. Bu çerçevede Nobel seçici komitelerinde hem devlet içi aktörlerin (Norveç parlamento üyeleri) hem de devlet dışı aktörlerin yer alması (STK'lar olarak Royal Swedish Academy, Karolinska Enstitüsü, Swedish Academy), yeni bilim diplomasisi kapsamına girmektedir.

Diplomasi için bilim çerçevesinden bakıldığında, bilim ve bilimin ödüllendirilmesi Nobel Ödül Töreni örneğinde devletler ve toplumlar arası bir ilişki biçimi yaratmakta, bilim diplomatik bir araca dönüşmektedir. Tören, her sene devlet ve devlet dışı aktörler arasında bilim sayesinde çok taraflı bir ilişki yaratmaktadır. Bilim adamları Nobellerde sadece kendilerini değil dolaylı olarak ülkelerini de temsil etmekte, kişinin başarısı devleti için de önem arz etmektedir. Sadece kazanan bilim adamı, eser ya da ödülü veren komite değil, temsil ettiği devlet de uluslararası sistemde aktör olarak bir rol yaratmış olur - ki bu rol, alınan karara bağlı olarak pozitif ya da negatif olabilir. Sadece bilim diplomasisinin değil kamu diplomasisinin de önemli hedeflerinden birini yansıtan bu durum, aynı zamanda uluslararası bir iş birliği platformu yaratma ortamı sağlamaktadır ve her sene İskandinav bilim diplomasisini gözlemleme şansı yaratmaktadır.

Diğer yandan sadece bilim diplomasisi anlamında değil, çalışmanın ilk bölümünde yer alan İskandinav hedefleri açısından da Nobeller anlam kazanmaktadır. Ingebritsen, global good citizen (küresel çapta iyi bir dünya vatandaşı) (Ingebritsen, 2006, s.13) olma hedefi güden İskandinav ülkeleri için Nobel Ödül Töreni'ni örnek gösterir. Ödüller, özellikle Norveç ve İsveç'in ahlaki süpergüç olabilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu çerçevede İskandinavların tercihi, toplumların ilgisini küresel meselelere yönlendirme açısından normatif bir niteliktedir. Ingebritsen'e göre verilen ödüller, küresel meseleler düşünülerek, en can alıcı konularla ilgili belirli bir plan doğrultusunda verilmeye çalışılır. Nitekim Woodrow Wilson'un 1919'da, BM'nin kurucularından Cordell Hull'un 1945'te, Nelson Mandela'nın 1993'te, Kofi Annan'ın 2001'de ödül alması Ingebritsen'e göre dönem konjonktüründen de kaynaklanmaktadır (Ingebritsen, 2006, s.14). Ödül töreninin popülerliği göz önüne alındığında, bir yandan Ingebritsen'in bahsettiği bu ajanda sayesinde çeşitli uluslararası krizler, tartışmalar, hastalıklar, felaketler gibi konularda uluslararası toplumun ilgisi çekilerek bir kamuoyu ve hassasiyet yaratılmaktadır. Ancak diğer yandan, ödüllerin, kazananlara tarafsızlık ilkesine ne derece uyularak verildiği ya da gerçek hak edenin ödülü alıp almadığı konularında da soru işaretleri yaratabilmektedir.

15 Alfred Nobel'in vasiyetinde yer alan sözü metin başlığında orijinal versiyonu ile yer almaktadır. Türkçe çevirisi: İnsanlığa en büyük katkı sağlayana?

Peter Agre'nin deyimiyle Nobeller, kazananlar ve kazananların eserleri için görünürlük yaratmakta, dünyada bilim konusunda farkındalık uyandırmakta ve son olarak, kazanan bireyler ve temsil ettikleri devletler vasıtasıyla sistemde bir rol edinmektedir (West, 2016, ss.150-155; Calamita ve Portincasa, 2016, ss.491-493). Agre'nin sözleri İskandinav hedeflerine uyarlandığında, ülke markası olma hedefi taşıyan bu ülkeler için, bilim ve ödül töreni vasıtasıyla küresel anlamda ilgi toplamak önemli bir çıktıdır. Neticede sadece ödülü kazanan kişi, grup ya da temsil ettikleri devlet dünyanın ilgisini çekmemekte, alınan karar mercii de dikkatleri üzerinde toplamaktadır. Bir buluşun ya da bir bireyin İskandinav kuruluşları tarafından ödüle layık görülmesi, bu kuruluşların temsil ettiği ülkelerin de bir ölçüde dünyaya bakış açısını yansıtmaktadır ve uyguladıkları bilim diplomasisi anlamında da önemlidir. Bu sebeple yumuşak güç konusunda ülke markası olmak isteyen bu ülkeler için, ödüller konusunda alınan kararlar ayrı bir hassasiyet taşır. Bu çerçevede yanlış alınan ya da küresel çapta tepki toplayan kararlar, bu devletlerin ulusal itibarlarını zedeleyebilme riski taşır.

Küresel çapta bir iş birliği ve diplomatik başarı için, sayılan beş kategoride ödül alan insanların eserleri ya da keşifleri kadar kişilikleri ve düşünceleri de uluslararası topluma örnek olması anlamında önemlidir. Bu konuda son güncel olay 2019 yılı Edebiyat dalında Nobel ödülü verilen Peter Handke örneğidir. Avusturya'lı Handke'nin eserlerinde, 1990'lı yıllarda Eski Yugoslavya coğrafyasında Boşnak halkına karşı işlenen suçları reddeden ifadeler kullanması dünya çapında tepki çekmiştir. Bu seneki törene bu sebeple Türkiye, Hırvatistan, Kosova ve Arnavutluk gibi ülkeler katılmamıştır.¹⁶ Handke örneği Nobel ödül kurullarının verdiği ilk tartışmalı karar değildir; uzun bir ödül geçmişinden bahsedilmektedir ve takdir toplayan kararlar olduğu gibi, oldukça eleştiri toplayan, skandal niteliğinde kararlar da mevcuttur.¹⁷ Skandal niteliğindeki kararların yanında belirtilmesi gereken diğer önemli husus, Nobel kurullarının kararlarının nihai olma özelliği taşımasıdır. Bir kere karar alındı mı geriye dönüş mekanizması mevcut değildir ve yapılan itirazlara seçici kurullar geri dönüş yapmamaktadır (Norrby, 2010, s.21). Ödül alacak isimler ödül töreninden önce açıklandığı için Handke ile ilgili eleştiriler çok önceden başlamış, devletler ve devlet dışı aktörler tarafından karara birçok itiraz gelmiş; ancak uluslararası tepkilere rağmen komite kararından geri dönmemiştir.¹⁸ Bu özellik de en az alınan tartışmalı kararlar kadar uluslararası bir iş birliği platformu olan Nobel ödüllerinin ve İskandinav kuruluşlarının itibarını zedeleyebilir niteliktedir.

Prof. Dr. İlber Ortaylı, Handke skandalıyla ilgili açıklama yaparken, ülkemizin Nobel ödülleriyle ilgili hak ettiği değeri görmediğine de değinmiştir. Ortaylı, Prof. Dr. Aziz Sancar'a verilen ödülün çok geç verildiğini belirtmiş, bu açıklamaya ilave olarak, örneğin Tıp alanında da Türkiye'nin ödül alması gerek-

16 Erişim (25.03.2020): <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-50730048>

17 Örnekler için bkz: NTV – Geçmişten günümüze Nobel Skandalları <https://www.ntv.com.tr/galeri/teknoloji/tepikilerin-golgesinde-peter-handkeye-nobel-edebiyat-odulu-gecmisten-bugune-nobe,zJ4IZvjqrUmctNaB3E53fg> (Erişim tarihi: 26.03.2020)

18 Erişim (24.03.2020): <https://www.bbc.com/news/world-europe-50008701>

liliğinden bahsetmiştir.¹⁹ Nobel kurulları ne kadar hak eden buluşa ya da esere ödül vermektedir, kararları ne kadar objektiftir gibi sorular geçmişten günümüze mevcuttur. Objektiflik kıstasının yanında diğer eleştiriler; ödüllerin, devletlerarası iş birliğinden ziyade devletler ve bireyler arası aşırı rekabet ortamı yarattığının düşünülmesi – ki bu durum İskandinav hedefleriyle ters düşmektedir - matematik dalında ödülün olmaması, ödül para miktarının oldukça yüklü olması, bazı buluşların sonradan niteliksiz ya da çürütülmüş çıkması vb. olarak özetlenebilir²⁰ (Laroche, 1994, s.598).

İskandinav coğrafyasının bilim diplomasisine yaklaşımı konusunda bir saha araştırması niteliğinde olan ve yukarıda kısaca artıları ve eksileriyle tanıtılan Nobel ödüllerinin güncel rolü acaba ne ölçüde Yeni Kuzey konsepti ile açıklanabilir? Daha önce değinildiği üzere Yeni Kuzey kavramına göre, İskandinavlar günümüzde askeri ve ekonomik konularda daha aktif, diğer bir deyişle sert gücü de artık araç olarak kullanan, tarafsızlık politikalarını büyük ölçüde esnetmiş ülkelere dönüşmüştür. Kuzey coğrafyasının yeniden doğuşu, yeniden markalaşması ve yeniden tanımlanması anlamında bu kavram birçok farklı düşünceye temel oluşturmuştur (Strang, 2016, s.3) ve Soğuk Savaş sonrası Nordik ülkelerin dönüşümü Strang gibi birçok uzman tarafından incelenmiştir. Örneğin, Christopher Browning'ın Rebranding (yeniden markalaşma) konsepti bu dönüşümü İskandinav siyasal elitlerine ve Avrupa ile olan ilişkilerin yumuşamasına bağlamaktadır (Strang, 2016, s.3). Avrupa ile olan ilişkilerin yumuşaması bir yandan İskandinav yumuşak güç hedeflerinin - diplomatik araçların tercih edilmesi, insan hakları ve uluslararası hukuk normlarına göre hareket edilmesi, uluslararası iş birliği hedefi vs. - Avrupa hedefleri halini alması anlamında pozitif bir rol edinebilmektedir (Wivel, 2017, s.494). Diğer yandan, sınırların şeffaflaşması ve İskandinav hedeflerinin Avrupa hedefleri halini alması, çeşitli konularda markalaşmak isteyen bu devletler için bir güç kaybı olarak yorumlanabilmektedir. Ahlaki süpergüç olmak, bir devlet ya da bölgesel iş birliğinin amacı olabilir; ancak bütün bir kıtanın hedefi olduğunda İskandinavların öne çıkan özelliklerini geri planda bırakabilmektedir. Strang'ın yaklaşımına benzer şekilde Wivel, bu dönüşümü Soğuk Savaş sonrası sistemsel dönüşüm, Avrupa dinamikleri ve iç siyasal gelişmelere bağlar (Wivel, 2017, s.495).

Nobel Ödül Töreni geçmişi 1901'den günümüze oldukça uzundur. Ödül verilen kategori, kazanan kişi ya da grup sayısı göz önüne alındığında, toplamda 597'yi bulan bu sayının doğru karar, yanlış karar anlamında değerlendirilmesi neredeyse imkânsızdır ve bu çalışmanın ana sorunsalı bu kararların değerlendirilmesi üzerine kurulmamıştır. Bununla beraber, çalışmanın ikinci kısmında, törenin geçmişinin ve ödüllerin çeşitli pozitif ve negatif sonuçlarının ele alınması, İskandinavların uluslararası sistemde üstlenmek istedikleri role uygunluğunun analizi ve bilim diplomasisi konularında genel bir portre çizmeye olanak vermiştir. Son

19 Erişim (14.02.2019): <https://www.ntv.com.tr/sanat/ilber-ortaylidan-nobel-aciklamasi,01u5Xx-Ap0W12xeyf2ccb>

20 Erişim (14.02.2019): <https://www.ntv.com.tr/galeri/teknoloji/tepikilerin-golgesinde-peter-handkeye-nobel-edebiyat-odulu-gecmisten-bugune-nobe,zJ4IZvjrUmctNaB3E53fg>

kısımda bahsedilen Strang ve Browning'in teorileri, İskandinavların 1990 sonrası dönüşümünü ele aldığı için Nobel komitelerinin güncel kararları konusunda açıklayıcı olabilir; ancak geçmişten günümüze bütün kararları değerlendirme ve genel bir İskandinav bakış açısı belirleme anlamında yetersiz kalacaktır.

Sonuç

Her sene düzenlenen Nobel Ödül Töreni, bilim dallarına küresel çapta dikkat çekme, toplumsal ilgi uyandırma ve bu çerçevede önemli buluşlar yapan kişileri ya da grupları ödüllendirmesi anlamında önemli bir etkinliktir. Bilime ve İskandinav bilim diplomasisine bu anlamda katkıları inkâr edilemez ölçüdedir. Ancak Nobel kurullarının zaman zaman aldığı tartışmalı kararlar oldukça eleştiri toplamaktadır ve İskandinav hedefleriyle ters düşmektedir. Ayrıca bu ülkelerin imajını ve ulusal itibarını zedeleyebilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, İskandinav ülkelerini temsil eden ödül kurullarının, uluslararası bir iş birliği platformu olma amacı güden bu etkinlikte daha hassas bir bakış açısına sahip olması beklenmektedir. Çalışmada sayılan alanlarla ilgili ülke markası ya da bölge markası olma amacı güden devletler için, bu konuda kontrollü hareket etmek önemlidir (Magnus, 2016, s.200).

Ingebritsen'e göre Nobel ödülü İskandinavların elindeki küçük bir çekiçtir ve küresel politikalar konusunda bu devletlerin istediği çıktılar konusunda mesaj vermektedir. Her ne kadar adaylık ölçütleri oldukça belirgin kurallara bağlı olsa da örneğin Norveç parlamentosundan beş üyenin ödül kurullarında yer alması, Norveç'in bilim diplomasisi konusundaki rolünü ifade etmekle beraber, diğer yandan, uluslararası sistemde o dönemde öncelik verdiği konuları, buluşları, bireyleri ya da grupları işaret etmesi olarak da yorumlanır. En basit ifadeyle, ödül alan isimlerin ya da eserlerin, ister istemez Norveç'in ya da İskandinavların dünya görüşünü yansıttığı düşünülmektedir. Bu bakış açısı, Nobel kararlarının zaman zaman tartışmalı ve göreceli olduğu hipotezini destekler niteliktedir. (Ingebritsen, 2006, s.14). Ayrıca Strang'in Yeni Kuzey teorisiyle yaklaşıldığında da Nobel Ödüllerinde verilen kararların, güncel İskandinav stratejilerinden etkilendiği yorumları yapılabilmektedir.

Laroche'a göre ise, bilimin diplomatik bir araç halini aldığı Nobeller, tören sonrasında, yapılan buluşlara daha fazla ilgi uyandırmakta, bilinmeyi daha görünür hale getirmektedir. (Laroche, 1994, s.605). Bu açıdan Nobeller, çalışmanın ikinci kısmında değindiğimiz ve bilim diplomasisiyle ilgili belirlenen üç kavramdan biri olan diplomasi için bilim aracı olma özelliğini yansıtmaktadır. Her sene ödül alan eser ve buluşlarla ilgili, bu tören aracılığıyla farkındalık yaratılması, bilim ve bilimin ödüllendirilmesi açılarından önem arz etmektedir. Aynı zamanda, İskandinavların bilim diplomasisi konusundaki küresel çaptaki rolünü ve bilimin ödüllendirilmesi vasıtasıyla toplumlararası nasıl etkileşim kurulabileceğini, bunun nasıl bir stratejik iletişim aracına dönüşebileceğini özetler niteliktedir. Her sene üstlenilen bu rolün, yeni kamu diplomasisi ve yeni bilim diplomasisi konularında İskandinavların bakış açısını yansıttığı söylenebilir.

Sonuç olarak, bu iki farklı hipotezden ve çalışmamızdan yola çıkarak Nobel Ödül Töreni'nin seneden seneye dünya çapında farklı yankılar uyandırdığı ve İskandinav coğrafyasının imajı ve bilim diplomasisine katkılarıyla ilgili her sene farklı sonuçlar doğurduğu tespitinde bulunulabilir. Bu farklı sonuçların, tartışmaların ya da yorumların en önemli sebepleri; ödül töreninin uzun vadeli geçmişi, dünyadaki uluslararası aktör çeşitliliği, farklı küresel dinamikler ve uluslararası sistemdeki değişen güç dengeleri olarak sıralanabilir.

Kaynakça

- Calamita G. ve Portincasa P. (2016). The power of science diplomacy, a lesson from the Nobel laureate Peter Agre, *European Journal of Clinical Investigation*, 46, 491-493.
- Jesse N.G. ve Dreyer J.R. (2016). *Small States in the International System*, London, Lexington Books.
- Hey J.A.K. (2003). *Introducing Small State Foreign Policy*, Hey J.A.K (Ed), *Small States in World Politics içinde (1-13)*, London: Lynne Rienner Publishers.
- Hilson M. (2017). *The Nordic Model – Scandinavia since 1945*, Reaktion Books.
- Ingebritsen C. (2006). *Scandinavia in World Politics*, Oxford.
- Laroche J. (1994). Le Nobel comme enjeu symbolique dans les relations internationales, *Revue française de science politique*, 4, 1994, 599-628.
- Larsen H. (2005). *Analysing the Foreign Policy of Small States in the EU, UK*, Palgrave.
- Lord K.M. (2007). New Era of Science Diplomacy, *Science*, 315 (5813), 769-770.
- Magnus J. (2016). International Branding of the Nordic Region, *Place Branding and Public Diplomacy*, 12, 195-200.
- Nedergaard P. ve Wivel A. (2018). *The Routledge Handbook of Scandinavian Politics*, London, Routledge.
- Norrby E. (2010). *Nobel Prizes and Life Sciences*, World Scientific Publishing.
- Nye J.S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power, *AAPSS Public Diplomacy in a Changing World*, 616, 94-109.
- Nye J.S. (1990). Soft Power, *Foreign Policy*, 80, 1990, 153-171.
- Ruffini P. (2018). La Diplomatie Scientifique, Entre Enjeux Mondiaux et Interet National, *Hermès La Revue*, 81, 101-109.
- Ruffini P. (2019). Diplomatie scientifique. De Quelques notions de base et questions-clés, *Philosophia Scientiae*, 23 (3), 67-80.

- Steinmetz R. ve Wivel A. (Ed). (2010). Small States in Europe, UK, Ashgate.
- Strang J. (2016). Nordic Cooperation, London: Routledge.
- Tür Ö. ve Salık N. (2017). Uluslararası İlişkilerde Küçük Devletler: Gelişimi, Tanımı, Dış Politika ve İttifak Davranışları, Uluslararası İlişkiler Dergisi, 14 (53).
- West K. (2016). A conversation with Dr. Peter Agre about Nobel prizes and Science Diplomacy, Statistical Journal of the IAOS, 32, 149-155.
- Wivel A. (2017). What happened to the Nordic Model for International Peace and Security?, A Journal of Social Justice, 29, 489-496.
- BBC Online, Erişim 25.03.2020,
<https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-50730048>
- BBC Online, Erişim 24.03.2020,
<https://www.bbc.com/news/world-europe-50008701>
- Britannica sözlük, Erişim 18.03.2020,
<https://www.britannica.com/topic/Svalbard-Global-Seed-Vault>
- Hürriyet gazetesi, Erişim 30.01.2020,
<http://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/odtu-bilim-komitesine-nobelli-transfer-41362861>
- Nobel Prize Official Site, Erişim 24.03.2020,
<https://www.nobelprize.org/alfred-nobel/alfred-nobels-will/>
- Nobel Prize Official Site, Erişim 24.03.2020,
<https://www.nobelprize.org/prizes/facts/nobel-prize-facts/>
- Nobel Tıp Ödülleri Komitesi, Erişim 05.03.2020,
<https://www.nobelprizemedicine.org/>
- NTV Haber, Erişim 14.12.2019,
<https://www.ntv.com.tr/sanat/ilber-ortaylidan-nobel-aciklamasi,01u5Xx-Ap0W12xeyf2ccbg>
- NTV Haber, Erişim 14.12.2019,
<https://www.ntv.com.tr/galeri/teknoloji/tepkilerin-golgesinde-peter-handkeye-nobel-edebiyat-odulu-gecmisten-bugune-nobel,zJ4IZvjqrUmctNaB3E53fg>
- Royal Swedish Academy of Sciences, Erişim 01.03.2020,
<https://www.kva.se/en/om-oss>
- Time Dergisi, Erişim 18.03.2020,
www.time.com/doomsday-vault

Bilim Diplomasisi ve Bilim Halkla İlişkileri Bağlamında “American Association for the Advancement of Science” (AAAS) ve “Royal Society” Örnekleri Üzerinden Türkiye İçin Bir Model Önerisi

Gonca Yıldırım

Dr. Öğr. Üyesi

goncayildirim@aydin.edu.tr

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi

ORCID: 0000-0002-7433-0841

Deniz Akbulut

Dr. Öğr. Üyesi

denizakbulut@aydin.edu.tr

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi

ORCID: 0000-0003-0236-525X

Abstract

“American Association for the Advancement of Science” and “The Royal Society” in the Context of the Science Public Relations and Science Diplomacy Relation: A New Model for Turkey

Advances in information and communication technologies have made science a part of politics and international relations. While international agreements become crucial for the rapid development and spread of science, science has a critical role in solving international problems. The concept of “science diplomacy” that we have encountered in this process, is the establishment of scientific collaborations to make and carry out co-decisions for the solution of international problems. However, “science-public relations” come into play in the execution, spread, and appropriation of these partnerships and studies to all societies. While science diplomacy and science public relations have been deal with together in international academic literature there is little research in this field in Turkey. In the framework of tripartite taxonomy of science diplomacy, this study aims to examine the activities of the world’s leading institutions: American Association for the Advancement of Science

(USA) and The Royal Society (United Kingdom); and deriving from this examination, to offer a model proposal for Turkey. This research proposes to establish the "Turkey Science Diplomacy Institute" based on the developed model following activities and cooperation.

keywords: *Public relations, science public relations, science diplomacy, public diplomacy, public engagement*

Résumé

« Association Américaine pour l'avancement de la Science » et « la Royal Society » dans le contexte de la relation entre les relations publiques scientifiques et la diplomatie scientifique: un nouveau modèle pour la Turquie

Les progrès dans les technologies de l'information et de la communication ont fait de la science une partie intégrante de la politique et des relations internationales. Alors que les accords internationaux deviennent importants pour l'avancement et la diffusion rapides de la science ; La science joue un rôle clé dans la résolution des problèmes internationaux. Le concept de « diplomatie scientifique » que nous rencontrons dans ce processus est l'établissement de collaborations scientifiques afin de prendre et de mettre en œuvre des décisions communes pour la solution des problèmes internationaux. Cependant, les « relations publiques de Science » interviennent dans l'exécution, la diffusion et l'appropriation de ces partenariats et études à toutes les sociétés. Malgré la diplomatie scientifique et les relations publiques de Science sont souvent prises ensemble dans le monde, en Turquie être étudiée dans un domaine moins fréquemment, rend cet article unique. Dans le cadre de la taxonomie tripartite de la diplomatie scientifique, le but de cette étude est d'examiner les activités des principales institutions mondiales: d'AAAS (American Association for the Advancement of Science) et de la Royal Société (The Royal Society) ; et découlant de ce contexte d'offre un modèle pour la Turquie. Dans le cadre des coopérations et activités développés conformément à ce modèle, cette recherche propose d'établir de « l'Institut turc de diplomatie scientifique ».

mots-clés: *Relations publiques, relations publiques scientifiques, diplomatie scientifique, diplomatie publique, participation sociale*

Öz

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler bilimi, politikanın ve uluslararası ilişkilerin bir parçası haline getirmiştir. Bilimin hızla ilerlemesi ve yayılımı için uluslararası anlaşmalar önemli hale gelirken; uluslararası sorunların çözümünde de bilim, anahtar rol oynamaktadır. Bu süreçte karşımıza çıkan "bilim diplomasisi" kavramı da uluslararası sorunların çözümü için ortak kararların alınması ve yürütülmesi adına bilimsel iş birliklerinin kurulmasıdır. Ancak bu ortaklıkların ve çalışmaların yürütülmesi, yayılımı ve tüm toplumlara mal edilmesinde ise "bilim halkla ilişkileri" devreye girmektedir. Uluslararası yazında bilim diplomasisi ve bilim halkla ilişkileri sıklıkla birlikte ele alınırken Türkiye'de henüz az çalışılan bir alan olması bu makaleyi özgün kılmaktadır. Bu çalışmanın amacı, bilim diplomasisinin üçlü taksonomisi çerçevesinde, bu konuda dünyanın önde gelen kurumlarından AAAS (American Association for the Advancement of Science -Amerika Birleşik Devletleri) ve The Royal Society'nin (Birleşik Krallık) faaliyetlerinin incelenmesi ve buradan yola çıkarak Türkiye için bir model önerisi sunmaktır. Geliştirilen bu modele uygun olarak faaliyet ve iş birlikleri kapsamında Türkiye Bilim Diplomasisi Kurumu kurulması önerilmiştir.

anahtar kelimeler: Halkla ilişkiler, bilim halkla ilişkileri, bilim diplomasisi, kamu diplomasisi, toplumsal katılım

Giriş

Bugün karşılaşılan ekonomik, toplumsal, çevresel sorunların birçoğu küresel nedenlere dayanmakta ve küresel çözümler gerektirmektedir. Bu noktada evrensel bir kavram olan bilim, uluslararası ilişkilerin ve siyasetin ana damarlarından biri haline gelmiştir. Ülkelerin gelişmişliklerini gösteren en önemli unsurlardan birisi de hemen her disiplindeki bilim toplulukları, bilim insanları, bilim kuruluşları ve tesisleridir. Bugün farklı ülkelerdeki bilimsel gelişmeler, bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla dünyaya yayılmaktadır ve bilimsel gelişmelerin sonuçları tüm insanlığı etkilemektedir. Bilim insanları, araştırmaları ve bulgularıyla ülkeler arası muğlak konuları aydınlatılabilir ve rasyonel öneriler sunma gücüne sahiptir. “Bilim diplomasisi” kapsamında, başarılı bilimsel çalışmaların sonuçlarını dünyanın kullanımına sunan ülkelerin kendi büyüklükleri, devamlılıkları ve itibarları için de önemli bir “yumuşak güç” unsuru olduğu söylenebilir.

Bilim insanlarının ve bilim üreten kuruluşların kamuoyu ile iletişim kurması ve toplumsal katılımın sağlanması söz konusu olduğunda ise “bilim halkla ilişkileri” devreye girmektedir. Bilimsel faaliyetlerin farkına varılması, desteklenmesi ve bu konuda kamuoyunun desteğinin yaratılması için halkla ilişkiler araçları önemli unsurlardır. Bu doğrultuda ulusal ve uluslararası düzeyde yapılan bilim diplomasisi faaliyetlerinin kamuoyuna geniş çaplı duyurulması ve tanıtılmasında halkla ilişkiler önemli bir araçtır. Dünyaya kıyasla Türkiye’de bilim diplomasisi ve bilim halkla ilişkileri ilişkisini ele alan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu çalışma ile dünyada en eski bilim diplomasisi kurumları olarak gösterilebilecek The Royal Society (Birleşik Krallık) ve American Association for the Advancement of Science (AAAS)’nin (ABD) faaliyetleri karşılaştırmalı olarak incelenmektedir. Bu doğrultuda bu iki kurumun faaliyetleri üzerinden Türkiye’nin uluslararası akademik ve bilimsel iş birliklerinin artırılması ve tanıtılması amacıyla bir bilim diplomasisi modeli ortaya koyulması amaçlanmaktadır.

Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler

Dünyanın ortak sorunları her geçen gün artarken, bu sorunlar ülkeleri birbirine daha fazla yaklaştırmakta ve daha fazla iş birliğine zorlamaktadır. Bu noktada devreye giren iki kavram “kamu diplomasisi” ve “uluslararası halkla ilişkiler”dir. Temelini bilim, sanat, spor, eğitim, turizm, iletişim gibi yumuşak güç unsurlarından alan kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler karşılıklı iş birlikleri kurulması, ortak çıkarlarda buluşulması, diyalog ve müzakere ortamlarının yaratılması noktasında son yıllarda önemi artan stratejiler olarak karşımıza çıkmaktadır. Yıllar içinde toplumsal, ekonomik ve teknolojik koşullar doğrultusunda tanımı ve kapsama alanı değişen kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler her geçen gün farklı fonksiyonlarla yeni boyutlar kazanmaktadır.

Yang vd., (2012, s.653) kamu diplomasisini, bir ulusun başka bir ülkede yaşayan ulus üzerinde olumlu bir imaj geliştirme çabası olarak tanımlarken; Snow’a

(2014, s.67-71) göre devlet kurumları arasında gelişen ve halkla iletişimin çok az olduğu geleneksel diplomasiye karşın kamu diplomasisi çabaları, şeffaf ve açık kaynaklı olacak şekilde tasarlanmıştır. Yeni kamu diplomasisi sivil toplum kuruluşları, özel vatandaşlar ve uygulayıcılar arasında halktan halka iletişimle ilgilidir. Aktif ve katılımcı bir halkı içerir, diyalog ve değiş tokuşa odaklanır ve genellikle daha uzun vadeli davranış değişikliği yaratma amacındadır. Sharp (2005, s.106) kamu diplomasisini, temsil edilenlerin çıkarlarını ilerletmek ve değerlerini genişletmek için bir ülkenin halkıyla doğrudan ilişkilerin sürdürüldüğü süreç olarak görmektedir. Bose vd.'ne (2020, s.734) göre de kamu diplomasisi geleneksel olarak bir ülkenin dış politikası ile ilgilidir. Dolayısıyla halkla ilişkiler yoluyla hem yabancı ulusların hem de yerel halkın farklı ülkelere/halklara karşı olumlu fikir ve imaj yaratma algısını etkileme niyetini kapsar.

Benzer bileşenlere sahip olan halkla ilişkileri stratejik ilişkiler yönetimi olarak tanımlayan Hutton (1999, s.208) halkla ilişkilerin fonksiyonlarını ikna etme, savunma, bilgi paylaşımı, ilişki inşa etme, imaj yapılandırma ve itibar yönetimi olarak sıralamaktadır. Halkla ilişkileri, iletişim yönetimi çerçevesinde kurum ve hedef kitleleri arasında iletişim köprüsü kurma, iş hedeflerine katkıda bulunma, ortak zemin yaratma çabası olarak tanımlayan Peltekoğlu da (2009, s.10), halkla ilişkilerin fonksiyonlarını uluslararası ilişkilerdeki diplomatik iletişim, sivil toplum örgütlerinin destek çabaları, pazarlama iletişimi, çalışanlarla iletişim, vatandaşların/çalışanların kararlara katılımlarının sağlanması gibi geniş çerçevede ele almaktadır.

Karşılıklı halkların zihin ve kalplerinin kazanılması, ortak çıkarlar etrafında buluşulması, diyalog ve etkileşimli ortamların yaratılması, uzlaş ve müzakere yoluyla sorunların çözüme kavuşturulması, katılımcılık ve karşılıklı anlayış koşulları yaratılması gibi fonksiyonlar etrafında buluşan kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler bugün uluslararası ilişkilerin bir parçası haline gelmiştir. Özellikle teknolojik gelişmeler ve devlet dış aktörlerin ortaya çıkması (Hocking, 2005; Cowan ve Arsenault, 2008; Zaharna, 2009) kamu diplomasisinin yeniden tanımlanmasını (Melissen 2005; Zaharna ve Uysal, 2015) ve halkla ilişkilerle daha fazla ilişkilendirilmesini (L'Etang ve Pieczka, 2002; Signitzer ve Coombs, 1992) getirmiştir.

Cowan ve Arsenault (2008, s.12) ortaya koydukları kamu diplomasisi modelinde diyalog ve iş birliğini en önemli iki ayak olarak tanımlamaktadırlar. Kelley (2009, s.73) kamu diplomasisini hedef toplumları etkileme, toplumsal katılım/ iş birliği sağlama ve karşılıklı bilgilendirme olarak ele almaktadır. Zaharna (2009, s.87) da daha iyi bir uluslararası ilişkiler ortamı yaratabilmek için benzer şekilde bilgi aktarımı ve ilişki/iletişim inşasını kamu diplomasisinin doğal süreci olarak ortaya koymaktadır.

Peisert'in kamu diplomasisi için oluşturduğu modelin bir boyutu ise değiş tokuş ve iş birliğidir. Bu boyut da ülkelerin karşılıklı olarak çeşitli sosyal, ekonomik, kültürel, bilimsel sorunlara eğilmesi ve ortak çözümler ortaya koyma çabasına işaret etmektedir (aktaran Signitzer ve Wamser, 2009, s.399). Kamu

diplomasisinin farklı boyutlarını ortaya koyan Nye (2005, s.108), Ross ve Leonard (aktaran Kelley, 2009) ve Szondi'nin (2009) ortak buluşma alanları da "iletişim ve ilişki inşası" olarak karşımıza çıkmaktadır. Topluları tanıma, onlarla ortak çıkarlarda buluşabilmek için bir diyalog ve etkileşim alanı gerekir ki bunu da kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler çabaları çerçevesinde görmek mümkündür.

Üretim, ulaşım ve iletişim teknolojileri ile ivme kazanan küreselleşme ile ülkeler, halklar birbirine daha fazla yaklaşırken uluslararası ilişkilerde devlet-devlet düzeyindeki ilişkiler anlayışından ziyade devlet-halk, halk-halk ilişki boyutları tartışılır olmuştur. Burada devreye giren kamu diplomasisi, sadece üst düzey devlet yetkilileri ile değil aynı zamanda devlet dışındaki aktörler yani düşünce kuruluşları, akademisyenler, bilim insanları, sanatçılar, sporcular, dil-kültür birlikleri gibi sivil oluşumlarla hareket etme prensibindedir. Kavramlar profesyonelleştikçe ve gereksinimler arttıkça kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler de bilim diplomasisi, bilim halkla ilişkileri, bilim iletişimi şeklinde özel alanlarla karşımıza çıkmaktadır.

Bilim Diplomasisi

Dünya artık çok boyutlu ilişkiler ve sistemler üzerinde işlemektedir. İklim, göç, çevresel felaketler, salgın hastalıklar, nükleer silahlanma gibi sorunlarla ülkelerin tek başına mücadele etmesi imkânsız hale gelmiştir. Küreselleşme ve teknoloji ile birlikte zaman ve mekân sorunsalının ortadan kalktığı ancak bir o kadar da tarafların belli olmadığı, belirsizliğin, karmaşıklığın, değişkenliğin hüküm sürdüğü, karışık iş birliklerin yaşandığı bir dönem ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla insanlık tüm disiplinlerin iç içe geçtiği, süreklilik ve entegrasyon gerektiren bir ortamla karşı karşıya kalmaktadır.

Bilim ve teknoloji, -özellikle de bilgi ve iletişim teknolojileri- ile dünya siyaseti ve uluslararası ilişkilerin birbirini etkilediği üzerinde birçok araştırmacı hemfikirlerdir (Weiss, 2005; Krige ve Barth, 2006; Rosenau ve Singh 2002). Bilimsel gelişmeler bilgi ve iletişim teknolojileri ile tüm dünyaya hızla yayılmakla birlikte, bilim ve dünya siyaseti arasındaki ilişkinin analizi ve kavramsallaştırılması da bir o kadar zordur. İşte burada devreye giren "bilim diplomasisi" kavramı her iki sorunun da olası cevabı olarak kabul edilebilir.

Kamu diplomasisinin önemli araçlarından biri olan bilim diplomasisi, farklı ülke insanların iş birlikleri oluşturmasında ve diplomatik bağların kurulmasında faydalı bir araç haline gelmiştir. Aynı zamanda bilim, barışçıl uluslararası ilişkiler için yeni olanaklar sunarken, devletler de bilim diplomasisinin önemini kavramaya başlamıştır. Bu da yabancı devletlerle bağ kurmanın yeni bir yolu olarak bilim diplomasisinin ortaya çıkmasıyla sonuçlanmıştır (Sütçü, 2012, s.11).

Colglazier'e (2018, s.2) göre modern çağda bilim diplomasisi tam anlamıyla II. Dünya Savaşı'ndan sonra nükleer silahlarla ilgili sorunlar ile başlamıştır. Bilim diplomasisi Sovyet ve Batılı bilim insanları arasında nükleer silahların kontrolünü

kolaylaştırmada çok etkili olmuştur. Tarihsel olarak bakıldığında, hükümet dışı bilimsel kurumların bilim politikası ve bilim diplomasisi üzerindeki ikili ve çok taraflı angajmanı, son otuz yılda önemli oranda artmıştır. Majumdar (2018, s.2) diplomasi- nin, herhangi bir ülkenin bütçesini aşan ve büyük yatırımlar gerektiren çağdaş araştırmalar için bilimsel iş birliklerinin kurulmasında önemli rol oynayabileceğini ifade etmektedir. Gluckman vd. (2017, s.3) “Küresel ihtiyaçları ve zorlukları yenmek için tasarlanmış kolektif girişimleri” bilim diplomasisi faaliyetleri olarak tanımlarken; Fedoroff’a (2009, s.10) göre ise diplomasi, bilimin dönüştürücü olabileceği bir politika ve karar verme alanıdır. Turekian vd.’ne göre de (2014, s.4) organik bir çalışma alanı olarak ortaya çıkan bilim diplomasisi, temelde bir ülkenin dış politika hedeflerini iletirmek ve ülkelerin karşılıklı yararına bilimi kullanmalarını amaçlamaktadır. Yani, uluslararası bilimsel iş birliği bilimsel gruplar tarafından yönetilirken, bilim diplomasisi hem dış politika hem de bilimsel iş birliğinde aktif olan hükümet üyelerinden oluşmaktadır. Ancak yıllar içinde özellikle sağlık sorunları, bulaşıcı hastalıklar, iklim değişiklikleri, kitlesel göçler gibi sorunlar küresel çapta yaşanmaya başlandıkça bilim diplomasisinin kapsama alanı da genişlemektedir. Sorunlar karşısında sadece hükümetler değil, hükümet dışı halk sağlığı uzmanları, üniversiteler, vakıflar, dernekler hatta bireysel çabalar öne çıkmaktadır.

Ancak, iş birliğine dayalı uluslararası ilişkilerin inşasında kullanılmasına rağmen, bilim diplomasisinin etkin bir şekilde gerçekleştirilmesi için iyileştirilmesi gereken çeşitli noktalar vardır. Bilimsel diplomasi ile ilgili bakış açısı ve ona yönelik tutumlardaki eksikliklerin giderilmesi yükü hem devletlerin hem de bilim insanlarının üzerindedir. Bu eksikliklerin giderilmesinde de iletişim ve halkla ilişkiler araçlarının kullanılması bilim diplomasisi faaliyetlerinin etkinliğini güçlendirecek ve dolayısıyla bir dış politika aracı olarak bilim diplomasisinin dayanıklılığını artıracaktır.

Turekian’a (2018, s.5) göre bilim diplomasisi geçici değildir. Bilimsel çabanın çoğu planlanmamış etkileşimler tarafından yönlendirilirken, bilim diplomasisinin daha stratejik bir yaklaşımı vardır. Ayrıca bilim diplomasisi kurumlar tarafından yönlendirilir. Bilim diplomasisi hükümetler, üniversiteler, özel sektör ve sivil toplum ile kurumsal düzeyde bir bağlantı gerektirir.

Legrand ve Stone (2018, s.394) bilim diplomasisinin temel aktörlerini ilk sırada Dünya Bankası, BM (Birleşmiş Milletler), Commonwealth (Britanya Milletler Topluluğu) gibi uluslararası kuruluşları; ikinci sırada ulusal sağlık, telekomünikasyon, ulaştırma, enerji, hukuk ve adalet alanlarındaki kamu birimleri ve devlet yetkilileri; üçüncü olarak da devlet dışı aktörler, mesleki kuruluşlar ve bilimsel dernekler şeklinde sıralamaktadırlar.

Anglofon (İngilizce konuşulan ülkeler) dünyasında, “bilim diplomasisi” özel terimi ilk olarak 1990’ların sonlarında ortaya çıkmış ve çok sayıda anlam, gündem, ilişki ve uygulama alanı ortaya koymuştur. Bilim diplomasisi kavramı ilk zamanlarda bilim ve dünya siyaseti arasındaki ara yüzün devlet merkezli yönleriyle eşanlımlı

hale gelmiş ve dış politika uygulayıcılarının ve AAAS ve The Royal Society gibi bilim kuruluşlarının deneyimleriyle şekillenmiştir (Kaltfen ve Acuto, 2018, s.9).

“Bilim, kültürel, ulusal veya dini geçmişe bakılmaksızın insanlar arasında katılım ve fikir alışverişi için bir iletişim ortamı sağlar. Bilim diplomasisi, bilim ve dış politika topluluklarının çıkarları ve motivasyonları arasındaki ortak yaşamı güçlendirmeyi amaçlar” (AAAS-RS Report, 2010, s.VI). “Fedoroff’a göre bilim diplomasisi, insanlığın karşı karşıya olduğu ortak sorunları ele almak, yapıcı ve bilgiye dayalı uluslararası ortaklıklar kurmak için uluslar arasındaki bilimsel etkileşimlerin kullanılmasıdır” (aktaran, AAAS-RS Report, 2010, s.1).

AAAS ve Royal Society tarafından hazırlanan New Frontiers of Science Diplomacy-2010 raporuna göre “bilim diplomasisi” hala değişken bir kavram olarak tanımlanmakta ancak bilim, teknoloji ve yenilik boyutlarıyla politikaya faydalı bir şekilde uygulanabilmektedir. Rapor, bilim diplomasisi için üç boyut önermektedir (AAAS-RS Report, 2010):

- **“Dış politika hedeflerini bilimsel tavsiyelerle bilgilendirmek/desteklemek (science in diplomacy):** Sorunların çözümünde politikacılara yeni bilgilerin, önerilerin sunulması.
- **Uluslararası bilim iş birliğini kolaylaştırmak (diplomacy for science):** Bilimsel iş birliklerini artırmak ve kolaylaştırmak adına diplomasinin gücünden faydalanmak.
- **Ülkeler arasındaki uluslararası ilişkileri geliştirmek için bilim iş birliğini kullanmak (science for diplomacy):** Ülkeler arasındaki ilişkileri güçlendirebilmek, sürdürülebilir bir dünya yaratabilmek amacıyla çeşitli bilimsel etkinlik ve platformlar aracılığıyla ortaklıklar ve iş birlikleri kurulması”.

Bu tanım ve sınıflandırma, eleştirilmesine rağmen bilim diplomasisi üzerine neredeyse tüm politika tartışmalarında ve literatür çalışmalarında mihenk taşı haline gelmiştir (Smith, 2014, s.825). AAAS ve Royal Society dışında diğer sivil toplum örgütleri; Uluslararası Uygulamalı Sistem Analizi Enstitüsü (IIASA), InterAcademy Ortaklığı (IAP), Uluslararası Bilim Konseyi, WHO, UNESCO gibi kuruluşlar da hükümetlere ve halka danışmanlık yapma, bilim akademileri oluşturma, küresel çapta bilimsel çalışmalar yürütme ve öneriler sunmaya odaklanmışlardır. Hatta artık devletler himayesinde ve devletler dışında bilim danışmanlarının oluşturduğu kuruluşlar da son on yıl içinde yükselişe geçmiştir.¹

Dünya sorunlarının çözümünde iş birlikleri, ortak anlaşmalar ve sözleşmeler önemli atılımlardır. Ancak asıl önemli olan ise bu kararların uygulanabilir olmasıdır.

¹ International Network for Government Science Advice (INGSA), The Bureau of Oceans and International Environmental and Scientific Affairs (OES), The Science and Technology Advisor to the State (STAS), The Office of Science and Technology Policy (OSTP), National Academy of Sciences (NAS), The Global Innovation through Science and Technology (GIST) initiative gibi bilim diplomasisini destekleyen kurum ve kuruluş yer almaktadır.

Thompson (2018, s.45) dünyada az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerin ulusal kalkınma ihtiyaçlarını karşılamak ve Ar-Ge programları oluşturmak için yeterli bilgi bankalarına, kaynaklara ve yeteneklere sahip olmadıklarını, bu tür ülkelerin genellikle uluslararası bilimsel araştırmaların/kuruluşların bilgi ve ürünlerine güvendiğini ve bunlardan yararlandıklarını ifade etmektedir. Thompson, ancak hayati önem taşıyan uluslararası bilimsel araştırma ürünlerinin her zaman için uygulanabilir veya erişilebilir olmadığına da dikkat çekmektedir.

Bilim diplomasisini aynı zamanda ülkelerin itibarlarını, saygınlıklarını, gelişmişliklerini gösteren yumuşak güç aracı olarak da ele almak gerekir. Çünkü temelindeki kamu diplomasisi ve halkla ilişkilerin, farklı ülkelerin/halkların kalplerinin ve zihinlerinin kazanılması amacı doğrultusunda bilim diplomasisine yeni bir çerçeve çizen Gluckman vd. (2017, s.7) bilim diplomasisi için üç yeni kategori öngörmektedir: “Bir ülkenin ulusal ihtiyaçlarını doğrudan iletirmek için tasarlanmış eylemler”; “sınır ötesi çıkarları ele almak için tasarlanmış eylemler”; “öncelikle küresel ihtiyaçları ve zorlukları karşılamak için tasarlanmış eylemler”.

Bilimsel bulgular dünya siyasetinde artık daha fazla yer bulmaya başlamıştır. Çalışmalarıyla 1995 Nobel Kimya Ödülü’nü alan Sherwood Rowland (ABD), Mario Molina (Meksika) ve Paul Crutzen (Hollanda) gibi bilim insanları ozon probleminin anlaşılmasına katkıda bulunmuş ve ABD Kongresi’ni sprej kutularında kullanılan ozon tabakasını incelten maddeleri tek taraflı olarak yasaklamaya ikna etmişlerdir. Biyolog George Woodwell ve genç Hintli bir avukat Kilaparti Ramakrishna, BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi’nin (UNFCCC) taslağının hazırlanmasında diplomatlarla birlikte çalışmışlardır (Moomaw, 2018, s.79). Çok sayıda verilebilecek örnek, bilimin ve bilim insanlarının artık bir diplomat gibi rol aldığını göstermektedir. “Diplomasinin bilimsel amaçlarla kullanılması uluslararası bilimsel ve teknolojik iş birliği kanallarının daha kolay bir şekilde tesis edilmesini sağlar. Bilimsel faaliyetlerin diplomatik amaçlarla kullanılması ise bir ülkenin muhatap kamuoyları nezdinde itibarını ve nüfuzunu artırır” (tasam.org, 2016).

Bilim diplomasisinin kapsama alanı o kadar geniştir ki; ulusal güvenlik ihtiyaçları, silah kontrol anlaşması için gerekli güvenin tesisi ve sürdürülmesi, gıda ve tarımla ilgili alanlar, kalkınma programları, ticaret müzakereleri, fikri mülkiyet, telif hakkı, yazılım ve ileri biyolojik konular, teknoloji ve inovasyon büyük ölçüde bilime bağımlıdır ya da bilimsel çalışmalarla yürütülmektedir (Grimes vd. 2014; Gluckman vd., 2017). Bilim ve politika ilişkisi noktasında Thompson (2018, s.46) politikada bilimin kullanılmasının siyasi söylemi güçlendirebileceğine siyasilerin kararlarında ve seçim süreçlerinde halkın güvenini artırebileceğine değinmektedir.

Her ne kadar siyasiler kendi amaçları için bilimden faydalansalar da bilimin ve bilim insanlarının siyasileşmemesi, bilgileri doğru ve tarafsızca aktarabilmesi son derece önemlidir. Aksi durum bilimi evrensellikten, objektiflikten uzaklaştırır. Sadece siyasileşmesi değil, bilimin magazinsel boyutlarda tartışılır olması da bilimsel bulgulara ve araştırmalara gölge düşürür. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin

gelişen dünyasında bilimsel çalışmaların ve girişimlerin çarpıtılmadan doğru ve sağlıklı bir şekilde aktarılması, bilim diplomasisinin desteklenmesi ise bilim halkla ilişkilerini gerektirmektedir.

Bilim Halkla İlişkileri²

Teknolojinin, küresel rekabetin, ulusal çıkarların evrimiyle birlikte; birçok ülke artık bilimin gücüne ve rekabet avantajı sağlayabilmek için ikna, çekicilik ve yumuşak güç aracı olarak da iletişimin gücüne inanmaya başlamıştır (Kanagarajan ve Sony, 2020, s.131) Enformasyon toplumunun yükselişi ile birlikte bilimsel faaliyetlerin önemi artmış ve 1970'lerden itibaren dünyada, "bilim iletişimi" önemli bir kavram olarak ortaya çıkmıştır. Bilim iletişimi, bilginin kamuoyuna iletilmesi ve bilime karşı ilginin ve farkındalığın artması amacıyla faaliyet gösteren bir iletişim alanıdır. Bilim iletişimi faaliyetleri, toplumun bilimi anlaması (Public Understanding of Science), toplumun bilimin farkına varması, toplumun bilimle bağlantısı/ bilime katılımı (Public Engagement with Science and Technology) gibi çeşitli yaklaşımlar doğrultusunda değerlendirilmektedir (Burakgazi, 2017, s.235). İlk kez Thomas ve Durant (1987), günümüzde de halen geçerli olan "halkın bilim anlayışını neden teşvik etmeliyiz?" sorusunu tartışmaya açmıştır. Bu tartışmaların geneline toplumsal katılımın, demokratik bir bilim politikasının bir parçası olup olmayacağı konusu hakimdir (Stigoe, vd.; 2014, s.4). Schafer, bu yaklaşımların farklılıklarının "bilim iletişiminin nasıl yapılması gerektiği" konusundan kaynaklandığını belirterek günümüzde Batı'da toplumun bilimi anlaması anlayışından toplumun bilime katılımı anlayışına bir geçiş olduğunu öne sürmektedir (2009, s. 475-476). Bu geçiş daha vatandaş odaklı, daha açık, eşitlikçi ve katılımcı bir bilim anlayışı olarak nitelendirilmektedir (Jasanoff, 2003, s.243). Avrupa Halkın Bilime Katılımı Komisyonu da yayınladığı raporda bu geçişi doğrulamakta ve bu konuda birçok bilim insanının toplumla sosyal yansıma ve diyalog halinde bulunduğunu gösteren birçok pratik uygulama örneğinin bulunduğunu ifade etmektedir. Bununla birlikte rapora göre bilim politikası ve araştırması konusunda toplumun söz hakkı olabileceği, bilimsel uygulamayı yönetecek değerler, kodlar ve normlardan oluşan bir yazılıma ihtiyaç vardır (Report of the Science and Society Session, 2007, s.12-16). Entradas ve Bauer (2016, s.16) gerçekleştirdikleri araştırmaya göre bilim üreten kuruluşun büyüklüğü, halkın katılımına yönelik sahip olduğu fon ve iletişim personelinin istihdamı gibi etkenler kuruluşun faaliyetlerine halkın katılımı konusunda büyük farklılık yaratmaktadır.

Toplumun bilime katılımı anlayışı, bilim üreten kurumları ve bilim insanlarını toplumla güvene dayalı çift yönlü simetrik iletişim modeli doğrultusunda diyalog kurmaya sevk etmektedir. Bu durum karşımıza bilim halkla ilişkileri kavramını çıkarmaktadır. Bilim üreten kuruluşlar toplumla uzun vadeli kamu yararına dayalı etkileşimli bir ilişki kurmak, bilim üretimi süreçlerine toplumun katılımını sağlamak ve buna bağlı olarak itibarını yükseltmek için bilim halkla ilişkilerine ihtiyaç duymaktadır. Bilim üreten kuruluşlar ve bilim insanları kamuoyunu bilgilendirme,

bilinçlendirmek ve hedef kitlelerle bağlantı kurmak için öncelikle kitle iletişim araçlarının ilgisini çekmek zorundadır. Aynı zamanda günümüzde üniversiteler ve araştırma kuruluşlarının kendilerini müşterinin ihtiyaçlarını karşılayan ve uluslararası rekabet için modern bir izlenim veren hizmet işletmeleri olarak sunmaları beklenmektedir (Lederbogen ve Trebbe, 2003, s.333). Bu sebeple birçok bilim üreten kuruluşun medya, politikacılar ve geniş halk kesimleriyle iletişim işlevini geliştirmeye yönelik olarak basın, halkla ilişkiler ve iletişim ofisleri bulunmaktadır (Borcheld, 2008, s.145). Bu durum artık ulusal ve uluslararası düzeyde üniversiteler düzeyinde genel bir politika haline gelmiştir (Neresini ve Bucchi, 2011, s.66).

Bilim halkla ilişkileri, bilim kuruluşlarının ve insanların söz konusu hedefler doğrultusunda kullandıkları en temel iletişim uygulamalarını içermekte ve bilimsel gelişmeler konusunda ele alınan birçok konuyu başta basın bültenleri olmak üzere birçok halkla ilişkiler aracı ile kamuoyuna aktarmaya çalışmaktadır. Bilim halkla ilişkileri hedef kitleye yönelik olarak sadece bilgilendirme ve bilinçlendirme amaçlı faaliyetler yapmaz, aynı zamanda bilim üreten kuruluşun tüm hedef kitleleri ile uzun vadede iletişim süreçlerini yönetir, kuruluşun tanıtım, lobicilik, kriz iletişimi, imaj ve itibar yönetimi gibi uygulamalarını da gerçekleştirir.

Bilim üreten kuruluşların başında gelen üniversiteler, yeni öğrenci adaylarına yönelik tanıtım yapmak, bilimsel çalışmalarını duyurmak ve bu çalışmalar için çeşitli kuruluşlardan fon/bağış almak, imaj oluşturmak ve sürdürmek, itibar inşa etmek, sivil toplum kuruluşlarının/ yerel yönetimlerin/ kamuoyunun desteğini almak veya bilim karşıtı gruplarla mücadele etmek ve lobi çalışmaları için halkla ilişkiler araçlarını kullanmaktadır (Borcheld, 2008, s.147). Bunun dışında üniversiteler misyonlarının bir parçası olarak, akademisyenleri araştırmalarını yaymaya, topluluklarla ilişki kurmaya ve kamu politikası oluşturma ve tartışmalarına katkıda bulunmaya teşvik eder. Öte yandan üniversite bünyesinde bulunan medya ofisleri üniversitelerdeki konumlarına, büyüklüklerine ve görev alanlarına ve üniversitelerinin özel tarihlerine ve mevcut yerlerine göre farklı şekillerde üniversite hakkında bilgi yayarken, gazeteciler ve akademisyenler arasındaki iletişimi yönetirken değişen düzeylerde gözetim ve düzenleme politikaları uygular (Rowe & Brass, 2011, s.5). Türkiye’de de bilim üreten kuruluşların bilim halkla ilişkileri kapsamında en çok basın bülteni, basın toplantıları, dijital kanallar (web sitesi, e-posta, sosyal medya kanalları), festivaller, etkinlikler, sponsorluklar gibi birçok halkla ilişkiler aracını kullandığı görülmektedir.

Özellikle medya ilişkileri konusunda bilimsel gelişmeleri kamuoyuna anlatmak, kamuoyu ile iletişim kurmak ve kamusal görünürlük elde etmek için bilim insanları, bilim halkla ilişkiler uygulayıcılarına ihtiyaç duymaktadır. Bilimsel bilgiyi anlamını bozmadan kamuoyunun anlayabileceği sadelikte metne dökmek oldukça güç bir iştir. Halkla ilişkiler uygulayıcıları bilimsel araştırmaları medya mensuplarının ilgi duyabileceği ve kamuoyunun anlayabileceği biçimde medyaya aktarmayı sağladıkları için halkla ilişkiler uygulayıcıları için “bilgi çevirmenleri”³

terimi kullanılmaktadır (Lievrouw ve Carley, 1990'dan akt. Duke, 2002, s.312). Özellikle bilim halkla ilişkileri kapsamında yapılan medya ilişkileri, kamu yararı temelli toplumun bilimsel farkındalığını artırmak ve bilime katılımı teşvik etmek için yapılırsa bilim kuruluşları ve bilim insanları ile medya mensupları arasında sağlıklı bir ilişki kurulmasına yardımcı olan önemli bir faktör haline gelmektedir.

Ülkemizde bilim halkla ilişkileri kavramı konusunda çalışmalar sınırlı sayıda olmasına karşın dünyada bilim halkla ilişkilerinin standartlaşması ve geliştirilmesi için kurulmuş birçok organizasyon bulunmaktadır. Bunlar arasında STEMPRA (Bilim, Teknoloji, Mühendislik ve İlaç Halkla İlişkiler Derneği - 1983) ve NASW (Ulusal Bilim Yazarları Derneği – 1934) öncü kuruluşlar olarak sayılabilir. Bu kuruluşların misyonları incelendiğinde yaptıkları halkla ilişkiler uygulamalarında, bilimsel bilgilerin doğru ve etik bir biçimde aktarılması, bu konuda üyelerin gerekli donanımına sahip olması ve bilim halkla ilişkileri uygulayıcıları ile bilim muhabirlerini bir araya getirmek ve aynı dili konuşmalarını sağlamak gibi amaçlar sıralanmaktadır (stemptra.org/uk, 2020; nasw.org, 2020). Ülkemizde özellikle Ortadoğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ)'nin bilim halkla ilişkileri konusunda öncü nitelikte (ODTÜ Bilim Kafe, gezici bilim otobüsü, festivaller, şenlikler, açık dersler vb.) çalışmaları bulunmaktadır. Ayrıca rekabet unsurundan ötürü birçok üniversitenin medya ilişkileri, etkinlik yönetimi ve dijital halkla ilişkiler konularında halkla ilişkiler şirketlerinden danışmanlık hizmeti aldığı görülmektedir.

Küresel ilişkilerde bilim iletişimi, uluslararası anlaşmalar ve gelişmelerde bilim ve siyaseti birleştirme özelliğiyle, iş birliği ortamı yaratarak uluslararası rekabeti şiddetlendirme veya hızlandırma potansiyeline sahiptir (Kaltofen & Acuto, 2018, s.8). Uluslararası diplomaside bilim iletişimi için sorunları ve olasılıkları ortaya koyan Leach, bilim iletişiminin bilim ve teknolojinin tanıtımından ve pazarlama faaliyetlerine, bilim ve teknoloji eğitime ve hatta kendi dillerinde ve diğer dillerde temel iletişim becerilerine sahip araştırmacılara yardımcı olan programlara kadar oldukça geniş bir yelpazede değişiklik gösterdiğini ifade etmektedir (Leach, 2015, s.167).

Tablo 1'de Leach, bilim diplomasisi ile ilgili üç yaklaşım kapsamında bilim diplomasisi ve bilim iletişimi ilişkisini göstermektedir. Bu tabloya göre bilim halkla ilişkileri, bilim iletişimi kapsamında bilimi halkın benimseyeceği şekle sokma (bilimin popülerleşmesi) konusunda faaliyet gösteren bir araç olarak ele alınmaktadır.

Tablo 1: Bilim Diplomasinin Farklı Boyutları Açısından Bilim İletişimi ve Bilim Halkla İlişkilerin Rolü (Leach, 2015, s. 165)

Yöner/ Hareketler	Profesyonel Bilim İletişimi	Bilimi Halkın Benimseyeceği Şekle Sokma	Bilim İletişimi Politikası
Bilim için Diplomasi	Bilimde büyük ölçekli uluslararası işbirliği kumak için iletişim kuran araştırmacılar.	Büyük ölçekli uluslararası projelerin çıktıkları hakkında farkındalık yaratan halkla ilişkiler ve gazetecilik faaliyetleri.	Araştırmacılara örgütsel iletişim, müzakere ve fikri mülkiyet konularında beceri kazandırmaya yönelik ulusal girişimler.
Diplomaside Bilim	Araştırma organlarının politika sorunlarını çözmek için araştırma potansiyelini iletme, diyalogu açma ve bilim ve teknolojinin düzenlenmesi hakkında tavsiyelerde bulunma girişimleri.	Politika yapıcılarını araştırma sonuçları ve sonuçları için kilit bir hedefkitle olarak hedeflemek.	Araştırmacıları politika yapıcılarla iletişim kumaya ve araştırmayı hükümet süreçlerine yerleştirmeye teşvik eden ulusal girişimler.
Diplomasi için Bilim	Araştırmacıların, kısıtlamalara rağmen ulusal ayrımlarda işbirlikçilerle iletişim kumması.	Bilim ve teknoloji hakkında yüksek düzeyde genel bilimsel okuryazarlık, farkındalık ve diyalogu teşvik eden popülarleştirme.	Uluslararası işbirliği kapasitesini artırmak ve tartışmalı bilim ve teknoloji hakkında uluslararası diyalogu kolaylaştırmak için iletişim becerileri, kültürel programlar ve dil programları yoluyla uluslararası araştırmalar için ulusal teşvik ve destek.

Birçok ülke, bilim iletişiminin bilim diplomasisinde stratejik bir araç olarak rolünün ortaya çıkmasıyla dışişleri bakanlıkları vb birimlerde bilim danışmanları istihdam etmeye başlamıştır (Gluckman vd., 2017, s.1). Bilim halkla ilişkilerinin bilim diplomasisi ile ilişkisine bakıldığında, her birinin fonksiyonu ve kapsama alanı farklı görünse de uluslararası bilimsel çalışmaların hedefine ulaşmasında her iki sistemin de entegre çalışmaları gerçeği öne çıkmaktadır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Türkiye’de kamu/bilim diplomasisi ile ilgili yoğun çalışmalar yapılırken bilim halkla ilişkileri ve bilim diplomasisini birleştiren çalışma sayısı oldukça sınırlıdır. Bu çalışmanın amacı bilim diplomasisi ve bilim halkla ilişkilerinin ilişkisi bağlamında bir durum çalışması⁴ sunmak ve Türkiye için bir bilim diplomasisi modeli ortaya koymaktır. Bu analiz çerçevesinde, dünyanın köklü bilim diplomasisi organizasyonları AAAS (American Association for the Advancement of Science) ve Royal Society’in faaliyetleri incelenerek Türkiye için sürdürülebilir ve kalıcı bir bilim diplomasisi organizasyonu için öneriler sunma amacı güdülmektedir.

4 Nicel veya nitel yaklaşımla durum çalışmasında bir birey, bir kurum, bir grup veya bir ortam ele alınabilir. Amaç belli bir duruma ilişkin sonuçları, varolanları ortaya koymaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.73).

Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Dünya çapında bilim diplomasisi alanında çalışan yüzlerce kurum ve platform bulunmaktadır. Ancak tüm bu yapıların incelenmesi, zaman kısıtlaması olduğu için ve hepsinin bilgilerine ulaşmak mümkün olmadığından, amaçlı örneklem⁵ yöntemi ile sadece Avrupa'dan Royal Society ve ABD'den AAAS inceleme kapsamına alınmıştır. Bu kurumların seçilmesinde, kâr amacı gütmeyen en eski iki bilim topluluğu olmaları ve çalışmalarının diğer kurumlara göre kapsamlı olması etkili olmuştur.

Bu iki kurumun bir halkla ilişkiler aracı olarak kurumsal web siteleri üzerinden mevcut faaliyetlerinin incelenmesi bu çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. İncelenen kurumlara ilişkin bilgiler kısaca aşağıdaki gibidir:

The Royal Society (RS): The Royal Society kendisini "Birleşik Krallık'ın insanlığın yararına bilimde mükemmelliği teşvik etmeye kendini adanmış bağımsız bilim akademisi" olarak tanımlamaktadır. Kuruluşu 1660'lı yıllara dayanan Royal Society hikayesini, modern bilimin hikayesi ile özdeşleştirmektedir. Topluluğun ilk yılları, bilimin yürütülmesi ve iletişimde devrim niteliğinde ilerlemeler kaydetmiştir (royalsociety.org, 2020).

Topluluk bilim tarihindeki en temel, önemli ve yaşamı değiştiren keşiflerin bazılarında rol oynamış ve birçok araştırma alanında bilime büyük katkılar sunmuştur. Yayınları ve üyeleri arasında I. Newton, B. Franklin, J. Cook, C. Babbage, P. Chadwick, C. Darwin, A. Einstein, S. Hawking'den bugün J. B. Burnell, S. Wilson ve T. Berners-Lee gibi binlerce bilim insanı ve bilimsel çalışma yer almaktadır. "Dernek, mükemmel bilimin yürütülmesi, Birleşik Krallık'taki araştırmacılar için en iyi ortamın kurulması ve uygun şekilde finanse edilmesi için akademi, endüstri, hükümet, parlamento ve ilgili tüm birim ve kurumlarla iş birliğini hedeflemektedir. Kuruluş, Birleşik Krallık ekonomisine katkıda bulunacak, topluma fayda sağlayacak araştırmacıları, bilimsel ve teknolojik yenilikleri geliştirmeye yönelik tüm çalışmalarını desteklemeyi kendisine misyon edinmiştir. Dernek 2017-2022 stratejik hedefleri arasında ayrıca çeşitli uluslar arasında ortaklıklar kurmayı, uluslararası ilişkileri geliştirmeyi sıralarken; bilimsel anlayışı destekleyen, bilimsel kaliteyi iyileştiren ve küresel sorunları ele alan ortaklıklar ve ağlar kurulması amacıyla uluslararası çalışmalara önem vereceğini de ifade etmektedir. Diğer yandan dernek, toplumdaki farklı gruplarla ve halklarla etkileşim yoluyla, daha geniş kitleleri bilgilendirmeyi ve bu kitlelerin bilimin bir parçası haline getirmeyi amaçlamaktadır" (royalsociety.org, 2020).

1662'de açılışını İngiltere Kralı 2. Charles'ın yaptığı topluluk, neredeyse başından beri kraliyet himayesine sahip olmasına rağmen İngiliz devletinden bağımsız olarak gönüllü bir organizasyon olarak kalmıştır. Topluluk devletten Enerji ve Endüstriyel Strateji Departmanından (BEIS) hibe alırken, bağımsızlığını

5 "Amaçlı örneklem, zengin bilgiye sahip olduğu durumların derinlemesine çalışılmasına olanak vermektedir" (İslamoğlu, 2009, s.183; Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.118).

sürdürmek amacıyla çeşitli vakıflardan, şirketlerden ve bireysel bağışçılardan da destek almaktadır ve bu destekleri de şeffaf raporlar olarak sunmaktadır. (britannica.com/topic/Royal-Society, 2020). Topluluğun 75'i Nobel Ödülü sahibi olmak üzere, yaklaşık 1.700 üyesi vardır.

AAAS (American Association for the Advancement of Science/Amerikan Bilim Gelişimi Derneği): “AAAS, bilim insanları arasında iş birliğini teşvik etme, bilimsel özgürlüğü savunma, bilimsel sorumluluğu teşvik etme ve insanlık için bilimsel eğitim ve bilime erişimi destekleme hedeflerine sahip uluslararası kâr amacı gütmeyen bir kuruluştur. AAAS misyonunu “tüm insanların yararına dünyaya çapında bilim, mühendislik ve yeniliği ilerletmek” şeklinde ifade etmektedir. AAAS (1848), ulusal düzeyde bilim ve mühendisliğin gelişimini desteklemek ve tüm disiplinlerinin çıkarlarını temsil etmek için kurulan bilim organizasyonu olarak kabul edilmektedir. AAAS'ın hedefleri arasında, bilim insanları ve halk arasındaki iletişimi geliştirmek; bilimin bütünlüğünü ve kullanımını teşvik ederek bilim ve teknoloji girişimlerine desteğini güçlendirmek bulunmaktadır. Ayrıca, kamu politikalarında bilimin kullanımını teşvik etmek, bilim ve teknolojiye iş gücünü çeşitlendirmek, herkes için bilim ve teknolojiye eğitimi teşvik etmek, bilim ve teknolojiye halkın katılımını artırmak, bilimde uluslararası iş birliğini ilerletmek gibi birçok hedef doğrultusunda çalışmalar yapılmaktadır” (aaas.org, 2020).

1847'de Boston, Massachusetts'te, bir dizi jeolog ve doğa bilimci tarafından kurulan AAAS'ın bugün dünya çapında 91'den fazla ülkeden 130.000'den fazla bireysel üyesi vardır. Tüm ana bilim dallarını temsil eden AAAS, yaklaşık 300 bilimsel topluluk, meslek örgütü ve eyalet ve şehir bilim akademileri ile koordineli olarak çalışmalar yürütmektedir (britannica.com, 2020; Mitcham, 2005, s.64). AAAS'ın en büyük finansman kaynağı ABD hükümeti olmakla birlikte; Howard Hughes Tıp Enstitüsü; John D. ve Catherine T. MacArthur Vakfı; Verizon Vakfı; Rockefeller Vakfı; New York Carnegie Corporation ve Ulusal Bilim Vakfı gibi birçok kurum tarafından da desteklenmektedir (influencewatch.org, 2020).

Araştırma Yöntemi

Söz konusu iki kurumun faaliyetleri web siteleri üzerinden niteliksel içerik analizi ile karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Bu kapsamda AAAS ve Royal Society'nin ortaya koyduğu “üç bilim diplomasisi boyutu” baz alınarak ana kategoriler oluşturulmuş ve alt bileşenleri doğrultusunda analiz edilmiştir. Bunlara ek olarak bilim halkla ilişkileri de bu analizde dördüncü boyut olarak ele alınmıştır. Buna göre bu boyutlar ve alt bileşenleri aşağıdaki gibidir:

- **Dış politika hedeflerini bilimsel tavsiyelerle bilgilendirmek/desteklemek (diplomaside bilim/science in diplomacy):**

Diplomaside bilim, dış politika hedeflerini bilgilendirmek ve desteklemek için gerekli tavsiyeleri sağlamada bilim ve teknolojinin rolünü tanımlar. Diplomaside bilimin işlevi, kaliteli bilimsel

tavsiyelerin politika yapıcılar tarafından etkili bir şekilde alınmasını sağlamaktır (National Research Council, 2002). Küresel sorunların çözümünde politikacılara yeni bilgiler sunulması, dış politika hedeflerine ulaşılması ve politikaların sağlıklı yürütülebilmesinde bilimsel çalışmaların eklenmesidir (AAAS-RS Report, 2010, s.V-VI).

• **Uluslararası bilim iş birliğini kolaylaştırmak (bilim için diplomasi /diplomacy for science):** Bu kavram da uluslararası bilimsel iş birliğinin teşvik edilmesini ifade etmektedir. İş birlikleri artık yalnızca tarihsel, kurumsal veya kültürel bağlantılara dayanmamaktadır. Küresel politika zorlukları, yalnızca bilim ve teknolojiden değil, aynı zamanda ekonomik, sosyal, politik ve davranış bilimlerinden de yararlanılarak bütüncül bir şekilde ele alınmalıdır. Disiplinlerarası iş birliği çok daha önemli hale gelmiştir. Örneğin Covid-19 tedavisinde ortak mücadele için çeşitli ülke ve kuruluşların ortaklıklar ve konsorsiyum oluşturması buna örnek verilebilir (AAAS-RS Report, 2010, s.V-VI):

• **Ülkeler arasındaki uluslararası ilişkileri geliştirmek için bilim iş birliğini kullanmak (diplomasi için bilim/science for diplomacy):** Bilimin, gerginlik durumlarında uluslararası ilişkilerin kurulmasına ve iyileştirilmesine yardımcı olmak için kullanılmasıdır. Bilim, askeri teknolojiler gibi sert güç yeteneklerinin geliştirilmesinde her zaman bir rol oynamıştır. Ancak "science for diplomacy", hem ulusal bir değer hem de ulusal çıkarları aşan evrensel bir faaliyet olarak bilimin "yumuşak gücünden" yararlanır. Bilim festival ve fuarları, bilimsel iş birliği anlaşmaları, eğitim bursları, yeni kurumlar oluşturulması, müzakerelerde akademisyen ve bilim insanlarının arabulucu olarak görev alması, bilim iş birliği anlaşmaları vb. çalışmalar bilim diplomasisi adına ağ kurma ve ortaklıkları teşvik etme mekanizmaları bu kapsamda değerlendirilebilir (AAAS-RS Report, 2010, s.V-VI).

• **Bilim Halkla İlişkileri/science public relations:** Bilimin diplomaside etkin ve etkili bir rol oynayabilmesi için, bilim adamlarının politikacılara çalışmalarında bilimin rolü ve ihtiyacı hakkında küresel perspektif ve analitik düşünme anlayışı sağlaması ve iki grup arasında güven odaklı açık bir iletişim ve etkileşim süreci gerektirmektedir (Forman, 2015: 2). Bu perspektiften bakıldığında bilim halkla ilişkileri, bilim üreten kuruluşun ve bilim insanının ürettiği bilgiyi ulusal ve uluslararası düzeyde topluma aktarmak ve toplumla bağlantı kurmak için yararlandığı iletişim yöntemi olarak tanımlanabilir. Ayrıca bilim halkla ilişkileri, bilim üreten kuruluşların/ bilim insanlarının tüm paydaşlarıyla güven temelli ilişki kurması için gerekli olan temel bir

iletişim alanı olarak konumlanmaktadır. Bu bağlamda tüm halkla ilişkiler araçlarını kullanarak bilimin kamuoyuna anlaşılabilir bir şekilde aktarımı ve kamuoyunun bilim süreçlerine aktif olarak katılımı sağlanmaktadır.

Elde Edilen Bulgular

Seçilen iki kurumun kurumsal web siteleri niteliksel içerik analizi yöntemi ile ele alınmış, kurumların faaliyetleri belirtilen boyutlar dahilinde incelenmiştir.

The Royal Society

Royal Society'nin (Tablo 2) çalışmalarının kapsamlı ve çok yönlü olduğu görülmektedir. Örneğin bunlardan biri olan "Halk Etkinlikleri" halka açık şekilde gerçekleştirilen etkinliklerdir. Bu faaliyetler bilim diplomasisinin önemli ayaklarından birisi olan toplumsal katılımı destekleyen, alanında uzman kişilerin katıldığı söyleşiler şeklinde olup halkın da etkileşim içinde olabileceği etkinliklerdir. Bu faaliyetlere Stephen Fry ve Venki Ramakrishnan ile bir akşam; Antoine Petit ve Martin Stratmann ile görüşmeler gibi toplantılar örnek verilebilir. "Bilimsel toplantılar" adı altında çevrim içi ve çevrim dışı gerçekleşen bu etkinlikler yine halka da açık olup farklı konular etrafında sürdürülen toplantılardır. "Online Çevrimiçi Yaz Bilim" etkinlikleri de halka açık, etkileşimli online/offline etkinliklerdir (royal-society.org, 2020)

The Royal Society'de burs olarak çok sayıda bilimsel desteğin verildiği görülmektedir. Yaklaşık 20 farklı burs çeşidi gözlenmiştir. Dünyanın çeşitli bölge ve bilim insanlarını kapsayan bursların hem ülkeler arasındaki sorunların çözümünde, hem bilimin gelişiminde, iş birliği ve ortaklıklar kurmada hem de bilimsel halkla ilişkilerin gelişiminde önemli rol oynadığı görülmektedir. Örneğin; endüstri bursları, sektörler arasında endüstri ve akademiden yetenekli bilim insanlarının ve mühendislerin hareketliliğini sağlamaktadır. Royal Society Wolfson Misafir Bursu, uluslararası iş birlikçi bağlantıları teşvik etme ve ev sahibi kuruluşta ve daha geniş kapsamlı bilimsel araştırmaları zenginleştirme fırsatı sunmaktadır.

Tablo 2 : The Royal Society Bilim Diploması ve Bilim Halkla İlişkileri

The Royal Society			
Diplomasıde Bilim	Bilim için Diploması	Diploması için bilim	Bilim Halkla İlişkileri
Hibeler (Burslar)	Hibeler (Burslar)	Bilimsel toplantılar	Halka açık olaylar
Ödüller	Ödüller	Online Çevrimiçi Yaz Bilimi	Bilimsel toplantılar
Eğitim, rehberlik ve ortaklık	Küresel Yetenek Vizesi	Sen ve gezegen	Online Çevrimiçi Yaz Bilimi
Tüm projeler	Tüm projeler	Hibeler (Burslar)	Sen ve gezegen
Brexit ve İngiltere bilimi	Uluslararası Çalışma	Ödüller	Hibeler (Burslar)
Uluslararası Çalışma		Eğitim, rehberlik ve ortaklık	Ödüller
		Flexi-Grant®	Eğitim, rehberlik ve ortaklık
		Tüm projeler	Flexi-Grant®
		Tüm raporlar ve yayınlar	Tüm projeler
		Koleksiyonlar	Tüm raporlar ve yayınlar
		Tüm dergiler	Tüm dergiler
		Yazarlar	Yazarlar
		Kütüphaneciler	Kütüphaneciler
		Ücretsiz içerik	Ücretsiz içerik
		Dijital kaynaklar	Koleksiyonlar
		Araştırma projeler	Dijital kaynaklar
		Uluslararası çalışma	Araştırma projeler
		Fonlar ve finans	Fonlar ve finans
			Yenilikler /Ne var ne yok

FLAIR (Future Leaders – African Independent Research) Bursları alanlarında lider olma potansiyeline sahip, yetenekli Afrikalı genç araştırmacılar içindir. Diğer bursların bazılarını şöyle sıralamak mümkündür: Dorothy Hodgkin Bursu, Royal Society Wolfson Bursu, İkamet Eden Yabancı Girişimci Bursu, Newton Uluslararası Bursları, STEM (Fen, Teknoloji, Mühendislik ve Matematik) vb (royal-society.org, 2020).

Benzer şekilde bilimin gelişimi ve bilimsel çalışmaların teşviki için The Royal Society çok sayıda farklı alanlarda (Fen/sosyal bilimler, teknoloji vb) ödüller vermektedir. Çok sayıda ödülün birkaçı şunlardır: Apex ödülleri; bilim, mühendislik ve sosyal bilimler ve beşeri bilimler şeklinde disiplinler arasında iş birliğini teşvik etmek amacıyla verilirken; Royal Society Africa Ödülü, bilime yenilikçi katkıda bulunan Afrika merkezli araştırmaları ve bilim insanlarını ödüllendirmektedir. Copley Madalyası Topluluğun en eski ve en prestijli ödülüdür (royalsociety.org, 2020).

“Eğitim, rehberlik ve ortaklık” programları ise Birleşik Krallık’taki bilim topluluklarını destekleyip ve finansman, eğitim ve rehberlik yoluyla bilimde mükemmelliği teşvik etmektedir. Ayrıca bu program, bilim insanları ile hükümet ve endüstri arasındaki ilişkilerin geliştirilmesine yardımcı olmaktadır. Öte

yandan herkesin bilimle iç içe olması, her kesimden insanın bilimsel faaliyetlerle yakınlaşması için çalışmalar yürütmektedirler. Bu programlardan bazıları da şöyledir: Royal Society Okulları Ağı, halkın katılımı için iletişim becerileri, bağımsız araştırmacılar için halkın katılımı, bilim insanlarıyla tanışma, medya becerileri eğitimi, inovasyon ve bilim kursları, mentorluk programı vb. (royalsociety.org, 2020).

Site içinde akademik olarak birçok rapor, proje, araştırma ve makale süreç ve sonuçları da yer almaktadır. “Tarım ve gıda”, “ekonomi ve kalkınma”, “enerji, çevre ve iklim”, “sanayi ve yenilik”, “düşük karbonlu enerji programı”, “dijital teknoloji ve gezegen” vb. konularında çok sayıda rapor ve proje süreç ve sonuçları yer almaktadır.

Royal Society’nin açık erişimli, uluslararası hakemli dergileri de yüksek kalitede bilimsel yayınlar sunmaktadır. Royal Society, tüm bilimsel disiplinleri kapsayan süreli/süresiz hakemli dergiler yayınlarken, bilimsel bulguların ve fikirlerin yayılması, keşfi ve korunmasını da misyon edinmektedir. İlk kez 1665’te yayınlanan Philosophical Transactions halen yayınlanan dünyanın en eski süreli bilimsel yayınıdır. Cemiyetin herkese açık erişim sunan dergi portföyü tüm bilim ve bilim tarihini kapsamaktadır. Ayrıca “Kütüphane ve Arşivler”de, binlerce bilimsel illüstrasyonunu, fotoğrafını, el yazmasını ve kitabı dijitalleştirmiş ve halkın erişimine ücretsiz olarak sunmaktadır. Tüm bu yayınlar ve halka ulaşımı da bilim diplomasisi ve bilim halkla ilişkileri için önemli kaynaklardır. Royal Society, bilim tarihi ve ilgili disiplinlerdeki akademik araştırmacıları desteklemekte ve genellikle Sanat ve Beşeri Bilimler Araştırma Konseyi (AHRC) tarafından finanse edilen aktif araştırma projelerine ev sahipliği yapmaktadır (royalsociety.org, 2020).

Uluslararası çalışmalar konusunda da Commonwealth (Britanya Milletler Topluluğu) küresel bilim topluluğunun önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Dernek, bilim insanları arasında ortaklıklar geliştirmeye yardımcı olup dünyanın dört bir yanından bilim insanlarını ve politika yapımcıları bir araya getirmeye çalışmaktadır. Politik karar vericilere küresel konularda tavsiyelerde bulunmak için topluluk üyeleri ve yabancı üyeler de dâhil olmak üzere uluslararası bilim insanlarının uzmanlıklarını tüm dünyaya yaymaktadır. Sitede yer alan blog yazıları, günlük haberler/olaylar, Covid-19 gelişmeleri ile de halkla anlık ve güncel iletişim sağlanmaktadır.

Royal Society’nin, çeşitlilik, eğitim, hibeler, bilim tarihi, sanayi, uluslararası iş birlikleri, akademik-bilimsel yayınlar, bilimsel toplantılar, halk katılımı ile bilim diplomasisinin üç temel taksonomisine uygun faaliyetler yürütmekle birlikte, bilim halkla ilişkileri konusunda da kayda değer çalışmalar yaptığı görülmektedir (royalsociety.org, 2020).

American Association for the Advancement of Science/Amerikan Bilim Gelişimi Derneği (AAAS)

AAAS'ın web sitesi incelendiğinde tüm faaliyetlerin dokuz ana başlık altında sıralandığı görülmektedir. Söz konusu ana başlıkların altında sıralanan alt faaliyetler incelendiğinde içerik analizine konu olan dört boyuta da uygun faaliyetler yapıldığı görülmektedir (Tablo 3).

İlk başlık olan "Kanıt Savunuculuğu" faaliyetleri genel olarak Diplomaside Bilim yaklaşımı kapsamında gerçekleştirilmektedir. Örneğin, "Kamu Hususlarında Kanıt Savunuculuğu" başlığı altında kamu kararlarını desteklemek için kamu kuruluşları temsilcilerine açık, özel ve zamanında bilimsel kanıtlar konusunda bilgi sağlama ve politika oluşturma sürecini güçlendirme amaçlı faaliyetler yapılmaktadır. Aynı başlık altında bulunan "Bilim Adamlarını ve Mühendisleri Politikaya Dahil Etme" (ESEP) projesi, hükümetin her düzeyinde (uluslararası, federal, eyalet ve yerel) politika oluşturma sürecine etkin bir şekilde katılmaları için bilim insanlarını ve mühendisleri güçlendirmek adına bir araya gelen kuruluşların bir ittifakıdır. AAAS bünyesinde bulunan "Devlet İlişkileri Ofisi", güncel bilim ve teknoloji konularında ABD Kongresine zamanında, objektif bilgi sağlar ve bilim ve mühendislik topluluğunun yasa koyucularla etkili bir şekilde çalışmasına yardımcı olur. Bu başlık altında bulunan "Bilim ve Teknoloji Politikası Bursları" ise günümüzün en acil toplumsal zorluklarını ele almak için bilgi ve becerilerini kullanan seçkin bilim insanlarına ve mühendislere, federal politika yapma hakkında ilk elden bilgi amacını taşımaktadır. AAAS bünyesinde bulunan "Bilim, Politika ve Toplum Programları Ofisi" (OSPSP) dört boyuta da uygun faaliyetler göstermektedir. Ofis, bilim ve bilim insanlarını STEM eğitimi, hükümet, işgücü kapasitesi, din ve hukuk dahil olmak üzere birçok toplulukla birleştirmektedir. Bilimsel araştırmaya yatırım konusunda kamu kuruluşlarına tavsiyelerde bulunmaktadır. Toplumun hizmetinde bilimin rolünü geliştirmek amacıyla seminerler, kurslar, ödüller ve açık dersler gibi bilim halkla ilişkileri araçları yoğun şekilde kullanılmaktadır. Burada dikkat çeken bir husus da derneğin özel şirketlerle olan iş birlikleridir. Örneğin çocuklar ve genç yetişkinler için bilim kitaplarının en iyilerine Subaru marka araba ödülü verilmektedir. Subaru, kurumsal web sitesinde "Subaru loves learning⁶" sloganı ile AAAS ile olan faaliyetlerini kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri olarak duyurmaktadır. Yine L'Oréal şirketi ABD'de on altıncı yılını kutlayan Bilimde Kadınlar İçin programı, araştırma ve kariyerlerini ilerletmeleri için 80 doktora sonrası kadın bilim insanına 4 milyon doların üzerinde hibe vermiştir (aaas.org, 2020).

STEM'de kariyer başlığı altında yer alan faaliyetler kapsamında ise bilim insanları, AAAS eğitimlerinden ve halk katılımı, iletişim, ağ oluşturma, bilim politikası ve daha fazlası hakkındaki kurslardan yararlanarak kariyerlerini geliştirebilme imkanına sahiptir. Diplomaside Bilim ve Bilim Halkla İlişkileri kapsamında ele alınabilecek olan bu çalışmalar arasında yukarıda bahsedilen "Bilim, Politika ve Toplum Programları Ofisi"nin faaliyetleri geniş yer kapsamaktadır. "Çeşitlilik,

6 Bkz. <https://www.subaru.com/education/education-causes.html>

Eşitlik ve Kapsayıcılık” başlığı altında çeşitli burs programlarının yanı sıra konferanslar, öğrencilerin inovasyon programlarına katılımını teşvik amaçlı çeşitli faaliyetler, halkla açık seminerler, toplantılar bulunmaktadır. Bu başlık altında yer alan “Bilim, Etik ve Din Üzerine Diyalog” (DOSER) projesinin amacı bilim, teknoloji ve toplum konularında bilimsel ve dini topluluklar arasında diyalogu kolaylaştırmaktır. Proje, bilim insanlarının kamusal katılım için kültürel ve dini olarak kapsayıcı stratejiler ve beceriler geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. Halkla ilişkiler aracı olarak sempozyum, seminerler, atölyeler, paneller, kampüs etkinlikleri, ücretsiz halkla açık etkinlikler, yarışmalar, çalıştaylar kullanılan projede, dini liderlere bilimsel konularda rehberlik ve kaliteli bilim kaynaklarının sağlanması, ilgi çekici bilim insanları konusunda yapılan etkinlikler, dini liderlerin bilimle olan ilişkilerini artırmayı amaçlayan bilim eğitimi gibi uygulamalar dikkat çekmektedir. DOSER projesi kapsamında din muhabirlerine yönelik “Bilimi Din Muhabirlerinin Önüne Getirmek” başlığı altında paneller, toplantılar ve ödül programı oluşturulmuştur. Ayrıca projenin videolar, yazılı bültenler gibi herkesin kullanımına açık zengin bir kaynak koleksiyonu bulunmaktadır (scienceforseminaries.org/, 2020). Aynı başlık altında yer alan “SEA Değişim Ödülleri”, kolejler ve üniversiteler, fon sağlayıcılar, iş ve endüstri ve çeşitliliğe bağlı diğer paydaşları çevrimiçi ve yüz yüze eğitimler, toplantılar ve kurslar ile bir araya araya getirerek STEM yetenek havuzunu beslemek için iş birlikleri oluşturmayı amaçlamaktadır (aaas.org/, 2020).

“İnsan Hakları, Hukuk ve Etik” başlığı altında Diploması için Bilim/ Bilim halkla ilişkileri yaklaşımı çerçevesinde özellikle “Nöbetçi Bilim İnsanları” projesi dikkat çekmektedir. 11 farklı alanda 68 ülkeden 1350 gönüllü, tüm bilimsel disiplinlerden bilim insanının dâhil olduğu proje aracılığıyla insan hakları kuruluşları, çalışmalarını geliştirmek için teknik yardıma erişim elde etmekte ve bilim insanları, insan haklarına katkıda bulunarak, bu hakları daha iyi anlama fırsatına sahip olmaktadır. Web sayfasında insan hakları projelerini desteklemek için gönüllü üye olma olanağı ve Romanya, Çin gibi ülkelerde gerçekleşen birçok proje örneği bulunmaktadır. Yine bu başlık altında bulunan “Bilimsel Sorumluluk, İnsan Hakları ve Hukuk Programı” (SRHRL) bilimin, toplumun yararına olacak şekilde uygulanmasını teşvik eder ve kolaylaştırır. Bu başlık altında bulunan “Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Haklar Uluslararası Sözleşmesi”nin (ICESCR) 15. maddesini desteklemeye ve bilim insanlarını bu çabaya dâhil etmek için hayata geçirilen “İnsanın Bilim Hakkı” projesi “Bilimsel Sorumluluk, İnsan Hakları ve Hukuk Programı”nın bir parçası olarak devam etmektedir. Diğer başlık “Toplumsal Katılım” başlığıdır. Burada ise kamu ile ilişkileri kurma ve sürdürme amacıyla yapılan bilim halkla ilişkileri faaliyetleri dikkat çekmektedir. Örneğin, 2010 yılından beri yapılan ABD Bilim ve Mühendislik Festivali, AAAS Kolokyum, Derneğin New York’taki galerisinde yapılan sanat etkinlikleri, sergiler; karmaşık bilimsel bilgileri bilim insanlarına, gazetecilere, politikacılara ve halka etkin bir şekilde anlatmak için yapılan “Bilim İletişimi Atölyeleri” başarılı bilim halkla ilişkileri uygulamaları olarak kamuoyu ile paylaşılmaktadır. AAAS 2008 yılından bu yana 8500’den fazla bilim insanı ve mühendise 275 atölye gerçekleştirmiştir. Bununla birlikte “Kamusal Katılım için Bilim ve Teknoloji Merkezi”, bünyesinde bilim iletişimi üzerine araştırmalar yapılmakta,

değişim teorisi adı altında, kamusal katılım için kendi modellerini kamuoyuna sunmaktadırlar (aaas.org/, 2020).

Merkez ayrıca atölyeler, bilim aile günleri, blog, çevrimiçi etkinlikler gibi birçok halkla ilişkiler aracını kamuoyu ile etkileşim için verimli bir şekilde kullanmaktadır.

Tablo 3: AAAS Bilim Diplomasası ve Bilim Halkla İlişkileri

AAAS			
Diplomasıde Bilim	Bilim için Diplomasası	Diplomasası için Bilim	Bilim Halkla İlişkileri
Kamu Hususlarında Kamt Savunuculuğu	Bilim, Politika ve Toplum Programları Ofisi	NSF Robert Noyce Öğretmen bursu programı	NSF Robert Noyce Öğretmen bursu programı
Bilirkişi Seçimi		L'Oréal USA For Women in Science	L'Oréal USA For Women in Science
Bilim Adamlarını ve Mühendisleri Politikaya Dahil Etmek (ESEP Projesi)		ARISE — Yüksek İhtiyaç Duyulan Okul Bölgelerindeki Öğretmen Adaylarının STEM Eğitiminde Araştırma ve Yeniliğin Geliştirilmesi	ARISE — Yüksek İhtiyaç Duyulan Okul Bölgelerindeki Öğretmen Adaylarının STEM Eğitiminde Araştırma ve Yeniliğin Geliştirilmesi
Devlet İlişkileri Ofisi		Bilim, Politika ve Toplum Programları Ofisi	Bilim, Politika ve Toplum Programları Ofisi
Bilim, Politika ve Toplum Programları Ofisi		STEM'de Gelişen Araştırmacılar Ulusal Konferansı	STEM'de Gelişen Araştırmacılar Ulusal Konferansı
Bilim ve Teknoloji Politikası Bursları		HBCU Yapımı ve İnovasyon Girişimi	HBCU Yapımı ve İnovasyon Girişimi
Bilim ve Mühendislik Diasporaları		AAAS S-STEM Girişimi	AAAS S-STEM Girişimi
Uluslararası İlişkiler Ofisi		Bilim, Etik ve Din Üzerine Diyalog (DOSER)	Bilim, Etik ve Din Üzerine Diyalog (DOSER)
Araştırma Rekabet Edebilirlik Programı		SEA Değişim Projesi	Bilim Haberciliği Stajında Farklı Sesler
		Mahkemeye Atanan Bilimsel Uzmanlar (CASE)	Giriş Noktası
		Nöbetçi Bilim Adamları	SEA Değişim Projesi
		Bilimsel Sorumluluk, İnsan Hakları ve Hukuk Programı	Mahkemeye Atanan Bilimsel Uzmanlar (CASE)
		Bilim ve İnsan Hakları Koalisyonu	Bilimsel Sorumluluk, İnsan Hakları ve Hukuk Programı
		İnsanın Bilim Hakkı	Bilim ve İnsan Hakları Koalisyonu
		AAAS Arşivleri	İnsanın Bilim Hakkı
		Kitle İletişim Bilimi ve Mühendisliği Bursu	AAAS Arşivleri
		Bilim ve Teknolojiyle Kamusal Katılım Merkezi	Kitle İletişim Bilimi ve Mühendisliği Bursu
		Leshner Liderlik Bilime Kamusal Katılım Enstitüsü	Bilim ve Teknolojiyle Kamusal Katılım Merkezi
		Bilim Diplomasası Merkezi	Kamu Programları Ofisi
		Sınıfta Bilim	Mühendislik Festivali
		STEM Gönüllü Programı	AAAS Kolokyum
		AAAS Sınıfta Bilim Günleri	Bilim ve Teknoloji Sanatı Programı
		Project 2061	İletişim Bilimi Atölyeleri
		STEM Eğitim Programları	Merkez Araştırmaları
			Leshner Liderlik Bilime Kamusal Katılım Enstitüsü
			Bilim Diplomasası Merkezi
			AAAS-Lemelson Buluş Elçileri Programı
			Eğitim ve İnsan Kaynakları
			GSK Yazın Bilim Projesi
			Sınıfta Bilim
			STEM Gönüllü Programı
			AAAS Sınıfta Bilim Günleri
			Lisans STEM Eğitimi (IUSE) Girişimi Geliştirme Web Sitesi
			Project 2061
			Science NetLinks
			STEM Eğitim Programları
			Bilim ve Mühendislikte Savunuculuğun Katalizörlüğü Çalıştayı

Bilim Diplomasisi başlığı altında “Bilim Diplomasisi Merkezi” faaliyetleri dikkat çekmektedir. Merkez, bilim ve diplomasi arasındaki daha yakın etkileşimler yoluyla topluluklar, toplumlar ve uluslar arasında köprüler kurmayı ve ulusal/küresel zorlukları ele almak için bilimin dış politikadaki rolünü yükseltmeyi amaçlamaktadır. Merkez, tarihi boyunca, bilimsel iş birliği olasılığını keşfetmek için ABD ile Küba, Kuzey Kore gibi zorlu diplomatik ilişkilerin olduğu çeşitli diğer ülkelerle bilimsel anlaşmalar başlatmış veya kolaylaştırmıştır. Bunun yanında merkez bünyesinde hakemli dergi, bilim diplomasisi kursu, bilim diplomasisi ve liderlik çalıştay, bilim diplomasisi eğitim ağı, çevrimiçi bilim diplomasisi kursları gibi birçok etkinlik yapılmaktadır. Bu başlık altında “Diplomaside Bilim” yaklaşımına uygun olarak faaliyet gösteren “Bilim ve Mühendislik Diasporaları ve Uluslararası İlişkiler Ofisi” faaliyetleri gerçekleşmektedir.

Diğer başlık “Bilim Eğitimi” faaliyetleri olarak sınıflandırılmıştır. Bilim Halkla İlişkileri ve Diplomasi için Bilim/Bilim Halkla İlişkileri olarak nitelendirebileceğimiz faaliyetler çocukları bilime dâhil etme amaçlı yaz okulu, sınıfta bilim, STEM öğretmenlerinin eğitimi, bilim okuryazarlığı gibi birçok etkinliği kapsamaktadır.

Son başlık olarak “Bilim Politikasını Şekillendirme”de tüm boyutlara uygun olarak 11 ayrı birimde faaliyet yapılmaktadır. Örneğin 1996’dan beri süren “Araştırma Rekabet Edebilirlik Programı” (RCP), hükümetler, üniversiteler, vakıflar ve diğer STEM kuruluşları için stratejik değerlendirme, meslektaş değerlendirmesi, eğitim ve inovasyon ve girişimcilik programları sağlamak için çalışmaktadır.

Görüldüğü üzere AAAS bünyesinde bulunan birimler tarafından gerçekleştirilen birçok proje kapsamında, dört yaklaşımı da kullanarak özellikle iş birliği, bilimsel özgürlük, bilimsel sorumluluk ve tüm insanlığın yararı için bilimsel eğitim ve bilimsel erişim için faaliyet göstermektedir. Bu faaliyetlerin çoğunda ise bilim halkla ilişkileri araçlarını yoğun olarak kullanmaktadır.

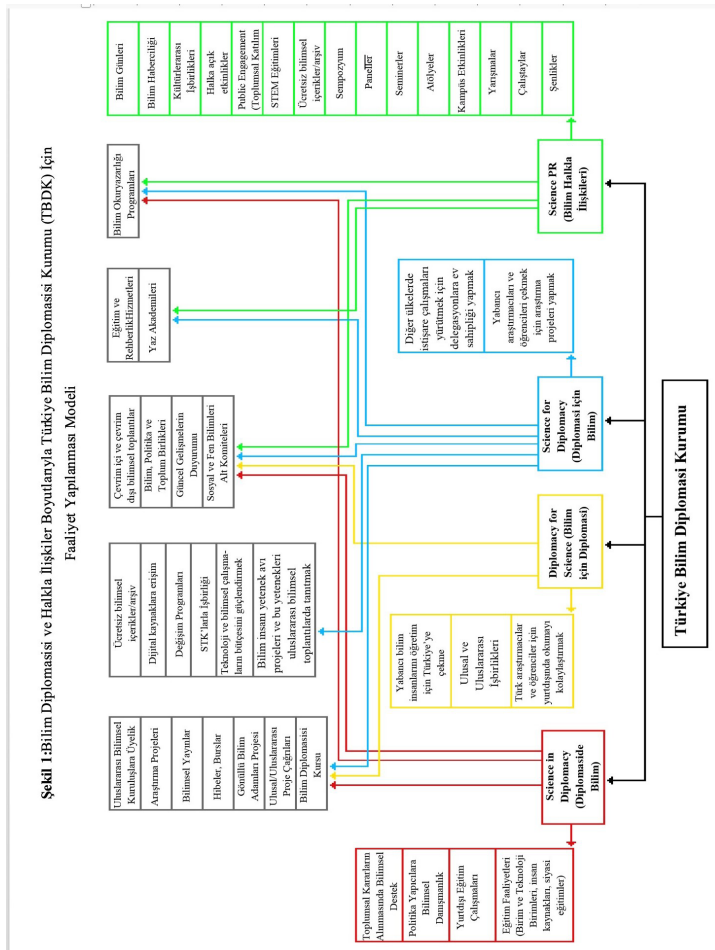
Değerlendirme ve Türkiye Bilim Diplomasisi için Model Önerisi

Türkiye’de bilim diplomasisi konusunda örnek bir model oluşturabilmek için öncelikle bilimle ilişkili kurumlar incelenmiştir. Türkiye’de konuyla ilgili olarak Dışişleri Bakanlığı’nın yanı sıra Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, YÖK, TÜBİTAK, Türkiye Bilimler Akademisi (TÜBA), Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA), İslam Ülkeleri İstatistik, Ekonomi, Sosyal, Araştırma ve Eğitim Merkezi, üniversiteler, teknokentler ve AR-GE merkezleri bilimsel çalışmalar, ortaklıklar ve iş birlikleri gerçekleştirmektedir (aa.com.tr, 2020). Bu kurumların web siteleri incelenmiş ancak salt “bilim diplomasisi” faaliyetlerinde bulunan özerk bir kurum yapısına rastlanmamıştır. Bununla birlikte bilim diplomasisi alanında uluslararası iş birliğini geliştirmek, akademik alanda uluslararası faaliyetleri, akademik ve bilimsel iş birliklerini artırmak ve tanıtmak amacıyla Yunus Emre Enstitüsü (YEE) ve Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK)

iş birliği ile 2016'da Türkiye Bilimsel ve Akademik İş Birliği Projesi (TABİP) hayata geçirilmiştir. TABİP bilim diplomasisi konusuyla ilgili olarak atılmış çok önemli bir adım olmakla birlikte "ilk sorun" bunun bir "proje" olarak yapılandırılmasıdır. TABİP için, 43 ülkede 54 kültür merkezi ve dünyada 139 irtibat noktasına sahip YEE'nin gücünden faydalanma hedefi, önemli bir başlangıç noktasıdır. Bununla birlikte, Türkiye'nin bilim diplomasisi faaliyetlerinin ayrı bir yapı olarak "kurumsallaşması", incelenen örneklerde olduğu gibi bilimsel gelişmelerin istikrarlı biçimde hem ulusal hem uluslararası toplumların faydasına sunulması gerekmektedir. Bu sebeple vizyon ve misyonunda; "Türkiye'nin akademik ve bilimsel kapasitesini dünyaya tanıtmak, akademik ve bilimsel iş birlikleri kurarak bilim diplomasisi faaliyetleri yürütmek, Türkiye'deki akademisyen ve bilim insanlarını desteklemek, yurt dışındaki Türk ve yabancı akademisyen ve bilim insanlarını bilgilerinden istifade ederek Türkiye'ye yarar sağlamak, yenilikçi akademik ve bilimsel proje girişimlerini desteklemek" gibi amaç ve hedefler sıralanan TABİP'in daha "kurumsal" bir yapıya dönüşmesi büyük önem arz etmektedir.

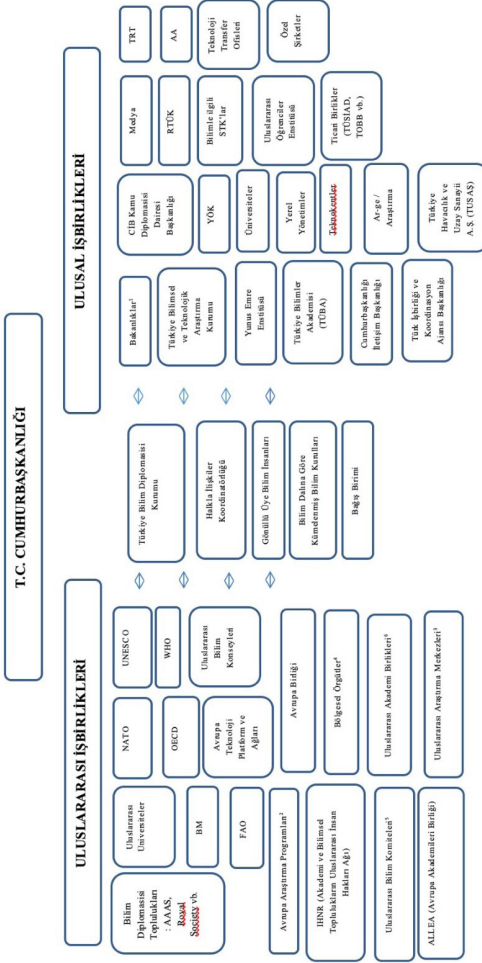
Araştırmada yapılan analiz çerçevesinde iki kuruluşun yaptığı faaliyetlerde kamuoyu farkındalığına ve toplumsal katılıma oldukça önem verdiği görülmektedir. Günümüzde, yeni kuşağın toplumsal konulara ve sorunlara oldukça duyarlı olması ve bu sorunların çözümüne dâhil olmak istemesi, diplomasiyi sadece devletlerarasında gerçekleşen bir kavram olmaktan çıkarıp, kamusal katılımın yoğun olduğu bir sosyal/siyasi sürece dönüştürmüştür. Dolayısıyla bu iki köklü kurum faaliyetleriyle bilimin, sadece devlet ya da bilim için değil, bilimin aynı zamanda halk için yapılması gerektiğini gösteren faaliyetler sürdürdüğü izlenmiştir.

Bu çalışmada Türkiye'nin bilim diplomasisi politikası doğrultusunda T.C. Cumhurbaşkanlığı'na doğrudan bağlı, hükümet destekli ancak çalışmalarıyla kamu/özel/STK gibi birçok kurumla iş birliği içinde "Türkiye Bilim Diplomasi Kurumu (TBDK)"nın kurulması önerilmekte ve bu kuruma yönelik bir "paydaş" ve "faaliyet modeli" önerisi sunulmaktadır. Bu modelde araştırma kapsamında incelenen kurumların faaliyetleri örnek alınarak, bilim diplomasisi faaliyetlerine etkin toplum katılımını sağlayacak ulusal/uluslararası birlikler, üniversiteler, STK'lar, özel kuruluşlar ve yerel yönetimler gibi tüm paydaşlarla ortak faaliyetler düzenleyecek bir yapı tasarlanmıştır (Şekil 1).



Şekil 1 ve Şekil 2’de model önerilerinde sunulduğu üzere TBDK merkezli Dışişleri Bakanlığı ve bilim/teknoloji alanında çalışan diğer bakanlıklar, kurum ve kuruluşlar arasında iş birliği ve ortak çalışma alanları oluşturulması, iletişim/bilgilendirme ağının kurulması, bilimi ülkenin iç ve dış çıkarlarının korunmasında önemli bir aktör haline getirebilir. TBDK kapsamında üyelik, bağış alma, fon oluşturma, topluluk oluşturma, halka açık etkinlikler, açık dersler, topluma açık arşiv, yaz okulu, çevrimiçi konferanslar, sınıf etkinlikleri, sergiler, workshoplar gibi bir dizi halkla ilişkiler faaliyeti yapılabilir. Bunun için bilim diplomasasının üç boyutu kapsamında ana konular, hedefler, projeler belirlenebilir, her bir başlık için de ayrı departmanlar, yürütme kurulları ve iletişim birimleri kurulabilir.

Şekil 2:TBDK Ulusal ve Uluslararası İşbirlikleri



¹ Dışişleri Bakanlığı, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı vb.

² COST (Bilim ve Teknik Alanında Avrupa İşbirliği), ESA (Avrupa Uzay Ajansı), EMBO (Avrupa Moleküler Biyoloji Örgütü) vb.

³ ICGEB (Uluslararası Gen Mühendisliği ve Biyoteknoloji Araştırma Merkezi), NAM S&T CENTRE (Bağımlı ve Gelişmekte olan Ülkeler Bilim ve Teknoloji Merkezi) vb.

⁴ KEI (Kardeleniz Ekonomik İşbirliği), EIT (Ekonomik İşbirliği Teşkilatı) vb.

⁵ NATO (SPS) Barış ve Güvenlik için Bilim Komitesi vb.

⁶ Asya Bilim Akademileri ve Toplulukları Birliği, Türk Dünyası Bilim ve Akademileri Birliği vb.

Sonuç

Bilim diplomasisi sadece dünyada evrensel sorunların çözümü için değil, dış politika hedeflerini bilimsel çalışmalarla desteklemek, uluslararası iş birlikleri kolaylaştırmak ve ülkeler arasındaki ilişkileri geliştirmek için bilim iş birliğini kullanmak amacıyla da büyük önem taşımaktadır. Öte yandan bilim diplomasisi

çerçevesinde, bilimsel çalışmaların ulusal ve uluslararası paylaşımı sivil/toplumsal katılımı da gerektirmektedir. Buradan yola çıkarak dünyada bilim diplomasisi konusunda önemli çalışmalar yürüten Royal Society ve AAAS'nin faaliyetleri incelendiğinde, bu kuruluşların tüm çalışmalarının temelinde genel olarak faaliyetlerini kamuoyuna aktarma misyonunun olduğu görülmektedir.

Bilim diplomasisinin uluslararası ilişkilerde etkin bir biçimde kullanılması için ülkelerin bilime gerçek anlamda maddi/manevi destek ayırmaları ve bilim diplomasisi konusunda resmi ve/veya sivil "yönetim mekanizmaları" oluşturmaları gerekmektedir. Çünkü dünyanın sorunları entegre bilgi ve kurumlarla ancak çözüme erişilebilir boyutlara varmıştır. 2020 Yılında küresel boyutlu Covid-19 Pandemi süreci bilimsel diplomasiinin en iyi örneklerinin yaşandığı bir dönem olmuştur. Sağlık diplomasisi de bilim diplomasisinin bir alt çalışma alanı olarak değerlendirildiğinde bu süreçte konuyla ilgili çok sayıda ortaklık ve iş birliği gerçekleştirilmiştir. Örneğin Endonezya ve Çin, yeni tip koronavirüs aşısı için iş birliği anlaşması imzalamıştır. Dünya Sağlık Örgütü, çalışmalar yapmak amacıyla farklı ülke temsilcilerinin yer aldığı bir komisyon kurmuştur. Afrika Birliği, aşı denemeleri için konsorsiyum oluşturmuştur. Dünya Sağlık Örgütü ve 30 ülke aşı, ilaç, test ve diğer sağlık teknolojileri konularında iş birliği yapmaya karar vermiştir. BM Teknoloji Bankası, BM Kalkınma Programı, BM Ticaret ve Kalkınma Konferansı ve Dünya Sağlık Örgütü ile birlikte Teknolojiye Erişim Ortaklığı'nı başlatmıştır.

Türkiye'de de özellikle üniversitelerimizin öncülüğünde örneğin COVID-19 ile ilgili birçok bilimsel çalışma yapılmaktadır. Bu gelişmeler birçok mecrada haber olarak yer almaktadır. Ancak bu gelişmelerin dünyaya duyurulması ve gerekli iş birliklerinin sağlanması için bir kurum şemsiyesi (TBDK) altında toplanması ve sistemli olarak bilim halkla ilişkiler çalışmaları yürütülmesi önemlidir. Türkiye'nin küresel ölçekte bilimsel çalışmalarda etkin bir rol oynayabilmesi için bilim diplomasisi faaliyetlerine önem vermesi gerekmektedir. Bilim süreklilik gerektiren ve destekle ilerleyen bir yapıya sahiptir. Bilgilerin birikimi ile ortaya çıkan birtakım buluşlar ve keşifler için bir bilim arşivinin ve arkasında yıllanmış kurumların olması elzemdir. Bu sebeple akademik ve bilimsel iş birlikleri kurarak bilim diplomasisi faaliyetleri yürütmek ve bu alanda kamusal katılımı sağlamak amacıyla kurumsal bir yapılanma kurulmalıdır.

Bu çalışma misyonu ve vizyonu bilim diplomasisi amaçları çerçevesinde şekillenecek bir bilim diplomasisi kurumu için bilim diplomasisinin üç boyutu ve bilim halkla ilişkileri kapsamında oluşturulacak bir paydaş ve faaliyet modeli önerisi sunmayı amaçlamıştır. Bu sayede uzun vadede hem bilimin topluma mal edilmesi ve toplumun bilime katılımı, hem de sınır ötesi konuları ele almak için yine bilimi kullanarak uluslararası kalıcı ağlar kurulup, sürdürülebilir iş birlikleri oluşturulabilir. Türkiye Dünya'da bu sayede bilim diplomasisi konusunda toplumla etkileşim halinde olan önemli uluslararası bir aktör haline gelebilir.

Kaynakça

- Borcheld, R.E. (2008). Handbook of Public Communication of Science and Technology. Bucchi, M; Trench, B.,(Ed.) Public Relations in Science, Managing the Trust Portfolio içinde Routledge: Taylor&Francis e-library.
- Bose, S.; Roy, S.K.; Alwi S.F.S.; Nguyen B. (2020). Measuring customer based place brand equity (CBPBE) from a publicdiplomacy perspective: Evidence from West Bengal. Journal of Business Research. 116, 734-744.
- Burakgazi, S.G. (2017). Kritik Olaylar, Politik Dökümanlar, Raporlar ve Araştırmalar Işığında Türkiye’de Bilim İletişimi. Selçuk İletişim Dergisi. 10 (1), 232-261.
- Colglazier, E.W. (2018). Science Diplomacy and Future Worlds. Science & Diplomacy, September.
- Cowan, G. and Arsenault, A. (2008). Moving From Monologue to Dialogue to Collaboration: The Three Layers of Public Diplomacy. The Annals of American Academy of Political and Social Science. 616 (10), 10-30.
- Duke, S. (2002). Wired Science: Use of World Wide Web and e-mail in Science Public Relations. Public Relations Review, 28, 311-324.
- Entradas, M. ve Bauer M.M. (2016). Mobilisation for Public Engagement: Benchmarking the Practices of Research Institutes, Public Understanding of Science, Vol. 26, Issue 7, pp. 771-788.
- Fedoroff, N.V. 2009. Science Diplomacy In The 21st Century. Cell 136 (1): 9–11.
- Forman, J. (2015). Chemistry and Diplomacy: Science Education and Science Communication in Disarmament, Fall, ACS CHED CCCE Newsletter. <https://confchem.ccce.divched.org/sites/confchem.ccce.divched.org/files/2015FallCC-CENLP4.pdf>
- Gluckman, P. D., Turekian, V. C., Grimes, R. W. and Kishi, T. (2017). N 6 (4).
- Grimes R., Chamberlain Y. ve Oku A. (2014). The UK Response to Fukushima and Anglo-Japanese Relations, Science & Diplomacy, June.
- Hocking, B. (2005). Rethinking the ‘New’ Public Diplomacy (içinde) The New Public Diplomacy (Ed. Jan Melissen) New York, Palgrave Macmillan.
- Hutton, J. G. (1999). The Definition, Dimensions, and Domain of Public Relations. Public Relations Review, 25(2), 199-214.
- İslamoğlu, H. (2009). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. İstanbul: Beta Yayınları.
- Jasanoff, S. (2003). Technologies of Humility: Citizen Participation in Governing Science, Minerva 41(3), 223-244.
- Kaltofen, C. ve Acuto, M. (2018). Science Diplomacy: Introduction to a Boundary Problem. Global Policy, 9 (3), November, 8-14.

- Kanagarajan, S. and Sony, R. (2020). Science Communication at the Intersection of Science and International Relations: Success Stories and Learnings from the COVID-19 Pandemic. *Journal of Scientific Temper.* Vol 8(3&4), July-Dec pp. 119-134.
- Kelley, J. R. (2009). Between Take-offs and Crash Landings: Situational Aspects of Public Diplomacy. *Routledge Handbook of Public Diplomacy.* Newyork: Taylor&Francis,72-85.
- Krige, J ve Barth, K.H. (2006). Science, Technology, and International Affairs. *History of Science Society* 21 (1), 1-21.
- Leach, J. (2015). The Role of Science Communication in International Diplomacy. *Science Diplomacy, New Day or False Down?*, Ed. Davis, L.S. ve Patman R.G., World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 155-169.
- Lederbogen, U. ve Trebbe, J. (2003). Promoting Science on the Web. *Science Communication*, Vol. 24, No. 3, March 2003, 333-352.
- Legrand, T. ve Stone, D. (2018). Science Diplomacy And Transnational Governance Impact. *Br Polit*, 13, 392–408.
- Majumdar, M.G. (2018). The Art of Science Diplomacy. *SPE Communications*, March, 1-4.
- Melissen J. (2005). The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice, Melissen, J. (Ed.) *The New Public Diplomacy (içinde)*. New York: Palgrave Macmillan.
- Mitcham, C. (Ed) (2005). *Encyclopedia of Science, Technology, and Ethics*. Farmington Hill: Thomson Gale.
- Moomaw, W.R. (2018). Scientist Diplomats or Diplomat Scientists: Who Makes Science Diplomacy Effective? *Global Policy*, 9 (3), November.
- Neresini, F. ve Bucchi, M. (2011). Which Indicators fort he New Public Engagement Activities? An Exploratory Study of European Research Institutions, *Public Understanding of Science*, 20 (1), pp. 64-79.
- Nye, J.S. (2005). *Yumuşak Güç*. Ankara: Elips Kitap.
- Peltekoğlu, F. B. (2009). *Halkla İlişkiler Nedir?* İstanbul: Beta Basım.
- Rosenau, J. N. and Singh, J. P. (2002). *Information Technologies and Global Politics: The Changing Scope of Power and Governance*. SUNY Press.
- Rowe, D. and Brass, K. (2011). We Take Academic Freedom Quite Seriously: How University Media Offices Menage Academic Public Communication. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 7 (1): 3-20.
- Schafer, M.S. (2009). From Public Understanding to Public Engagement: An Empirical Assessment of Changes in Science Coverage. *Science Communication*, 30(4): 475-505.

Sharp, P. (2005). Revolutionary States, Outlaw Regimes and the Techniques of Public Diplomacy. Melissen. J. (Ed.). The New Public Diplomacy (içinde). New York: Palgrave Macmillan.

Signitzer, B. H. and Wamser, C. (2009). Public Diplomacy: A Specific Governmental Public Relations Function. Botan, C ve Hazelton, V. (Ed.). Public Relations Theory II (içinde) New York: Taylor & Francis, 382-411.

Signitzer, B. H. ve Coombs, T. (1992). Public Relations and Public Diplomacy: Conceptual Covergences. Public Relations Review 18 (2), 137-147.

Smith, F. L. (2014). Advancing Science Diplomacy: Indonesia And The US Naval Medical Research Unit. Social Studies of Science 44 (6), 825-847.

Snow, N. (2014). Public Diplomacy: New Dimensions and Implications. McPhail (Ed.). Global Communication: Theory, Stakeholders, and Trends (içinde) (Fourth ed) Chichester, United Kingdom: John Wiley & Sons, Inc., 64-79.

Stigoe, J.; Lock S.J.; Willsdon, J. (2014). Why Should We Promote Public Engagement with Science?, Public Understanding of Science, Vol. 23 (1), 4-15.

Szondi, G. (2009). Central and Eastern European Public Diplomacy: A Transnational Perspective on National Reputation Management. Routledge Handbook of Public Diplomacy, Newyork: Taylor&Francis, 292-313.

Thompson H. E. (2018). Science Diplomacy within Sustainable Development: A SIDS Perspective. Global Policy, 9 (3), November, 45-47.

Turekian, V. (2018). The Evolution of Science Diplomacy. Global Policy, 9 (3), November, 5-7.

Turekian, V., Macindoe., S., Copeland, D., Davis, L., Patman, R. and Pozza, R. (2014). The Emergence of Science Diplomacy, L. Davis and R. Patman (Eds.), Science Diplomacy: New Day or False Dawn? (içinde). Singapore: World Scientific, pp. 10-24.

Sütçü, G. (2012). New Mode of Diplomacy in the 21st Century Science Diplomacy, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13 (2), 1-14.

Weiss, C. (2005). Science, Technology and International Relations. Technology in Society, 27 (3), 295-313.

Yang, A.; Klyueva, A. and Taylor, M. (2012). Beyond a Dyadic Approach to Public Diplomacy: Understanding Relationships in Multipolar World. Public Relations Review 38(5), 652-664

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayınları.

Zaharna, R (2009). Mapping Out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives. Information and Relational Communication Frameworks. Routledge Handbook of Public Diplomacy, Newyork:Taylor&Francis, 86-100.

Zaharna, R., and Uysal, N. (2015). Going For The Jugular: The Challenge From The 4thquadrant Of A Relational Public Diplomacy Model. *Public Relations Review*. 42(1), 378–380. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.07.006>.

The Royal Society and AAAS Report (2010). *New Frontiers In Science Diplomacy Navigating The Changing Balance Of Power*. January, The Royal Society Science Policy Centre 6–9 Carlton House Terrace London.

https://www.aaas.org/sites/default/files/New_Frontiers.pdf. Erişim tarihi: 28.08.2020

AAAS Dialogue on Science, Ethics, and Religion, www.scienceforseminaries.org, Erişim tarihi 13.09.2020.

AAAS Kurumsal Web Sitesi, www.aaas.org, Erişim tarihi 13.09.2020.

AAAS, <https://www.influencewatch.org/non-profit/american-association-for-the-advancement-of-science/>. Erişim tarihi: 20.11.2020.

American Association for the Advancement of Science (2020). <https://www.britannica.com/topic/American-Association-for-the-Advancement-of-Science>. Erişim tarihi: 20.11.2020.

Anadolu Ajansı, “YEE ile TÜBİTAK’tan ‘bilim diplomasisi’nde güç birliği” (2018). <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/yee-ile-tubitaktan-bilim-diplomasisinde-guc-birligi/1101513>, Erişim tarihi: 26.11.2020.

National Research Council (2002). *Knowledge and Diplomacy: Science advice in the United Nations System*, Washington, DC: The National Academies Press, http://www.nap.edu/catalog.php?record_id=10577. Erişim tarihi: 22.11.2020.

STEMPRA Kurumsal Web Sitesi; <https://www.stempira.org/uk>, Erişim tarihi 20.09.2020.

Subaru Kurumsal Web Sitesi, <https://www.subaru.com/education/education-causes.html>, Erişim tarihi 20.09.2020.

TABİP Projesi Kurumsal Web Sitesi,

<https://www.tabip.global/ecosystem/views/portal>. Erişim tarihi 20.09.2020.

TASAM (Türk Asya Stratejik araştırmalar Merkezi) Kurumsal Web Sitesi, <https://tasam.org/>, Erişim tarihi 20.09.2020.

The Royal Society Kurumsal Web Sitesi. <https://www.royalsociety.org>. Erişim tarihi 20.09.2020.

The Royal Society Strategic Plan 2017 – 2022, <https://royalsociety.org/-/media/about-us/governance/royal-society-strategic-plan-summary-2017-2022.pdf?la=en-GB&hash=2BE607079802A929087AEA5E8C4E94B3>. Erişim tarihi: 20.09.2020

The Royal Society, British science society (2020) <https://www.britannica.com/topic/Royal-Society> . Erişim tarihi: 20.11.2020.

Ulusal Bilim Yazarları Derneği Kurumsal Web Sitesi. <https://www.nasw.org>. Erişim tarihi 20.09.2020.

Who we are? AAAS- American Association for the Advancement of Science, <https://www.aaas.org/>. Erişim tarihi: 20.09.2020.

Report of the Science and Society Session (2007). Commission European Public Engagement in Science, Portuguese Presidency Conference, The Future of Science and Technology in Europe, 2007. https://ec.europa.eu/research/swafs/pdf/pub_other/public-engagement-081002_en.pdf Erişim Tarihi: 23.11.2020.

Kamu Diplomasisinde İnsani Diplomasi Temelli Diyalog: Uluslararası İnsani Diplomasi Aktörlerinin Twitter Hesapları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz¹

Yaşar Şekerci

Araştırma Görevlisi
ysekerci@gsu.edu.tr

Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi
Orcid: 0000-0002-2574-7843

Abstract

Humanitarian Diplomacy Based Dialogue in Public Diplomacy: A Comparative Analysis on Twitter Accounts of International Humanitarian Diplomacy Actors

In the new world order where dialogue and relationship building are the main determinants, actors focus on strategic communication activities by turning to potential soft power resources. In this respect, states and non-state actors attempt to convince the international public and foreign peoples according to their own goals, objectives, and strategies through public diplomacy activities. Despite the complexities of the international community, the communication-based transformation that is mandatory in the 21st-century world order has increasingly emphasized being "people-centered". In the global system, many global issues and crises that affect the world, especially people, are increasing. The global increase in problems has raised the value of humanitarian diplomacy operations, which are part of public diplomacy. Accordingly, it has prompted humanitarian diplomacy players to make strategic use of emerging connectivity tools to participate in dialog and establish partnerships with crisis groups, stakeholders, and volunteers. This study aims to reveal at what level the Turkish Red Crescent, the American Red Cross, the British Red Cross, the German Red Cross, and the Canadian Red Cross, which are the main actors in humanitarian diploma-

¹ Bu makale Prof. Dr. Abdullah Özkan danışmanlığında tamamlanan "İnsani Diplomasi Aracı Olarak Sosyal Medyanın Kullanımı: Türk Kızılay Örneği" adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

cy international and who provide the most aid to the world, use social networks in matters of humanitarian diplomacy and if they interact with users based on dialogue. In this context, the study first outlined the new concepts of public diplomacy and humanitarian diplomacy. Then, using the quantitative content analysis method, the contents of the English Twitter accounts of these organizations, which are the key determinants of the resolution of humanitarian crises, the extent of social networks they use in terms of humanitarian diplomacy, and the dialog-based interaction hypotheses, were evaluated. As a result of the study, it was shown that most organizations do not use Twitter based on dialogue in humanitarian diplomacy activities and that there is a low degree of interaction with shared content.

keywords: *New public diplomacy, humanitarian diplomacy, social media, Turkish Red Crescent, the Red Cross*

Résumé

La diplomatie humanitaire basée sur le dialogue dans la diplomatie publique: une analyse comparative sur les comptes twitter des acteurs de la diplomatie humanitaire internationale

Dans le nouvel ordre mondial où le dialogue et l'établissement de relations sont les principaux déterminants, les acteurs se concentrent sur les activités de communication stratégique en se tournant vers les ressources de soft power existantes et potentielles. À cet égard, les États et les acteurs non étatiques tentent de convaincre le public international et les peuples étrangers en fonction de leurs propres buts, objectifs et stratégies à travers des activités de diplomatie publique, qui sont un processus de communication. Cette transformation obligatoire basée sur la communication dans l'ordre mondial du XXIe siècle a de plus en plus mis l'accent sur le fait d'être « axé sur les personnes » malgré les problèmes de la communauté internationale. Dans le système mondial, de nombreux problèmes et crises mondiaux qui affectent profondément le monde, en particulier les gens, se multiplient. L'augmentation mondiale des problèmes a accru l'importance des activités de diplomatie humanitaire, qui est un champ d'application de la diplomatie publique, et cette situation a obligé les acteurs de la diplomatie humanitaire à utiliser efficacement les nouvelles technologies de la communication afin d'établir un dialogue et de nouer des relations avec les parties à la crise, les parties prenantes et les volontaires. Dans cette étude, il vise à révéler à quel niveau le Croissant-Rouge turc, la Croix-Rouge américaine, la Croix-Rouge britannique, la Croix-Rouge allemande et la Croix-Rouge canadienne, qui sont les principaux acteurs de la diplomatie humanitaire internationale et qui fournissent le plus d'aide au monde, utilisent les réseaux sociaux en matière de diplomatie humanitaire et s'ils interagissent avec les utilisateurs basés sur le dialogue. Dans ce contexte, l'étude a d'abord esquissé les nouveaux concepts de diplomatie publique et de diplomatie humanitaire, et le contenu des comptes

Twitter anglais de ces institutions, qui sont les principaux déterminants de la résolution des crises humanitaires, le niveau des réseaux sociaux qu'elles utilisent en termes de diplomatie humanitaire, et les hypothèses d'interaction basée sur le dialogue. Il a été testé par la méthode d'analyse quantitative du contenu. À la suite de l'étude, il a été déterminé que la plupart des institutions n'utilisent pas Twitter sur la base du dialogue dans les activités de diplomatie humanitaire et le taux d'interaction avec les contenus partagés est faible.

mots-clés: Nouvelle diplomatie publique, diplomatie humanitaire, médias sociaux, Croissant Rouge, Croix Rouge

Öz

Diyalog kurma ve ilişki inşa etmenin ana belirleyici olduğu yeni dünya düzeninde, aktörler mevcut ve potansiyel yumuşak güç kaynaklarına yönelerek stratejik iletişim faaliyetlerine odaklanmaktadır. Bu bakımdan devletler ve devlet dışı aktörler bir iletişim süreci olan kamu diplomasisi faaliyetleri ile uluslararası kamuoyunu ve yabancı halkları kendi amaç, hedef ve stratejilerine göre ikna etmeye çalışmaktadır. 21. yüzyıl küresel siyasetindeki bu iletişim temelli zorunlu dönüşüm ise uluslararası toplumdaki sorunlara karşın "insan odaklı" olma vurgusunu giderek zorunlu kılmıştır. Küresel sistem içerisinde dünyayı, özellikle de insanları derinden etkileyen birçok küresel sorun ve kriz giderek yoğunlaşmaktadır. Sorunların küresel düzeyde artması, kamu diplomasisinin bir uygulama alanı olan insani diplomasi faaliyetlerinin önemini arttırmış, bu durum krizlerin tarafları, paydaşları ve gönüllüleriyle diyalog kurulması ve ilişki inşa edilmesi için insani diplomasi aktörlerinin yeni iletişim teknolojilerini de etkili kullanmalarını zorunlu kılmıştır. Bu çalışmada dünyada en çok yardım yapan ve uluslararası insani diplomasinin ana aktörleri olan Türk Kızılay, Amerikan Kızılhaçı, İngiliz Kızılhaçı, Alman Kızılhaçı ve Kanada Kızılhaçı'nın sosyal ağları insani diplomasi açısından hangi düzeyde kullandıklarının ve kullanıcılarla diyalog temelli etkileşime girip girmediklerinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda çalışmada öncelikle yeni kamu diplomasisi ve insani diplomasi kavramlarının çerçevesi çizilmiş, insani krizlerin çözümünde temel belirleyici olan bu kurumların İngilizce Twitter hesaplarındaki içerikler, sosyal ağları insani diplomasi açısından hangi düzeyde kullandıkları, diyalog temelli etkileşime girip girmediklerine yönelik hipotezler niceliksel içerik çözümlemesi yöntemiyle sınanmıştır. Çalışma sonucunda insani diplomasi faaliyetlerinde kurumların büyük bir kısmının Twitter'ı diyalog temelli kullanmadığı ve paylaşılan içeriklerde etkileşime girme oranının ise düşük olduğu saptanmıştır.

anahtar kelimeler: Yeni kamu diplomasisi, insani diplomasi, sosyal medya, Kızılay, Kızılhaç

GiriŖ

İletiŖim teknolojilerindeki geliŖmeler ile küreselleŖmenin hızlandırıcı etkisine koŖut olarak enformasyona eriŖme ve enformasyonu kullanma imkânının artması, kamuoyunu görece “daha belirleyici ve bilinçli” bir hale getirmiŖtir. Bu durum uluslararası aktörlerin meŖruiyet sağlama ihtiyaçlarının bir sonucu olarak yumuŖak güçlerine dayalı bir ikna stratejisi geliŖtirmelerini zorunlu kılmıŖtır. Bu sebeple devletler, uluslararası örgütler ve sivil toplum kuruluşları, temelinde belirledikleri amaç ve hedefleri için, bir stratejik iletiŖim faaliyeti olan kamu diplomasisi faaliyetleri ile uluslararası toplumu ve kamuoylarını ikna etmeye çalıŖmaktadır. Bir baŖka ifadeyle deęiŖen sistem içerisinde bir iletiŖim süreci olan kamu diplomasisi, uluslararası aktörlerin kamuoylarını ve yabancı halkları ikna etmek amacıyla kullandığı en temel uygulamalardan biri haline gelmiŖtir. İŖte bu noktada aktörler, yumuŖak güç kapasitelerine göre farklı kamu diplomasisi uygulama alanlarına yönelmekle birlikte günümüzde “insanı önceleyen”, toplumların ve kamuoylarının gündemindeki sorun ve krizlerin kalıcı çözümüne yönelmek, aktörler için anlamlı birer “kalp kazanma, cezp etme ve meŖruiyet sağlama” imkânına dönüşmüŖtür. Bu bakımdan bir kamu diplomasisi uygulama alanı olan insani diplomasi, kalıcı barıŖın tesis edilmesi, krizin mağdurlarının korunması, yardım çağrılarının farklı iletiŖim kanalları üzerinden ulaŖtırılması ve insani yardımların gerekli bölgelere dağıtılması ağından uygulamada önemli bir çözüm potansiyeli taŖımaktadır.

Öte yandan, uluslararası kamuoyunda ve yabancı halklar nezdinde insani sorun ve krizlere yönelik farkındalık ve hassasiyetlerin artmasına rağmen dünyadaki savaŖ, yoksulluk, temiz suya eriŖim, zorunlu göç, salgın hastalıklar, terörizm, çevre ve iklim sorunlarına maruz kalan insan sayısı giderek artmaktadır (Global Humanitarian Assistance Report, 2020). Bu noktada, dünya üzerindeki bu artan insani kriz ve sorunların çözümü için gerekli tüm noktaları içeren çok boyutlu bir insani diplomasi yaklaşımına ihtiyaç bulunmaktadır. Bu bakımdan insani diplomasi faaliyetlerinin çatısını oluŖturan, taraflar arasında diyalog ve iliŖki inŖa edilmesinde, kriz ile ilgili farkındalık ve iŖ birliği çağrılarında iletiŖim kanallarının açık ve Ŗeffaf bir Ŗekilde kullanılması, krizin operasyonel, siyasi ve hukuki sürecini derinden etkilemektedir. Bu sebeple, krizin çözümü için eyleme geçen aktörlerin uluslararası kamuoyunun desteğini talep etmesi, krizin taraflarının diyaloga çağırılması, insani diplomasi aktörlerine gerekli meŖruiyetin sağlanması, yabancı halklar nezdinde çevrimiçi yardım çağrılarının gerçekteŖtirilmesi ağından sosyal ağlar üzerinden diyalog ve etkileŖim odaklı bir iletiŖim yönetimi gerekmektedir.

Bu çalıŖmada dünyada en çok insani yardım yapan ve uluslararası insani diplomasinin ana aktörleri olan “Türk Kızılay International (TKI)”, “American Red Cross (ARC)”, “British Red Cross (BRC)”, “German Red Cross Worldwide (GRC)” ve “Canadian Red Cross (CRC)” kurumlarının² Twitter örnekleminde sosyal medyayı insani diplomasi ağından diyalog temelli ve etkileŖim kurmaya yönelik kul-

2 ÇalıŖmanın devamında kurumlar, IFRC, TKI, ARC, BRC, GRC ve CRC olarak kısaltma isimleri ile bahsedilecektir.

lanıp kullanmadığının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Çalışmada öncelikle küresel sistemdeki dönüşüm ve krizlere eşlik eden kamu diplomasisi ve insani diplomasi kavramları, aktör ve uygulamaları ele alınacak, özellikle krizin tarafları, uluslararası kamuoyu ve yabancı halklar nezdinde krize ilişkin iletişim yönetimi için gerekli olan sosyal ağların rolüne değinilecek, daha sonra insani diplomaside sosyal ağların diyalog ve etkileşime dayalı olarak kullanıp kullanılmadığının test edilmesi amacıyla insani diplomasinin ana aktörleri olan "Türk Kızılay International", "American Red Cross", "British Red Cross", "German Red Cross Worldwide" ve "Canadian Red Cross" kurumlarının İngilizce paylaşımında bulunan Twitter hesapları, niceliksel içerik çözümlemesi yöntemiyle incelenerek H1: "Uluslararası insani diplomasinin ana aktörleri olan "Türk Kızılay International", "American Red Cross", "British Red Cross", "German Red Cross Worldwide" ve "Canadian Red Cross" sosyal ağlarda kullanıcılarla diyalog temelli etkileşime dayalı bir insani diplomasi gerçekleştirmektedir." hipotezi sınanacaktır. Ardından bu kurumların sosyal medya kullanım düzeyinin karşılaştırmalı olarak araştırılması amacıyla "Türk Kızılay International", "American Red Cross", "British Red Cross", "German Red Cross Worldwide" ve "Canadian Red Cross" adlı Twitter hesaplarının sosyal medyada analiz araçlarıyla elde edilen verileri, niceliksel içerik çözümlemesi yöntemiyle analiz edilerek H2: "Uluslararası insani diplomasinin ana aktörleri olan "Türk Kızılay International", "American Red Cross", "British Red Cross", "German Red Cross Worldwide" ve "Canadian Red Cross" kurumları insani diplomasi faaliyetleri ile ortaya çıkan yumuşak güç kapasitelerini sosyal ağlarda yeterince kullanamamaktadır" hipotezi test edilecektir.

21. Yüzyılda Çok Boyutlu Yeni Kamu Diplomasisi

İkinci Dünya Savaşı'ndan Soğuk Savaş döneminin sonuna kadar devam eden iki kutuplu düzende devletler (Kaplan, 1957, s.83-89), birbirleriyle olan klasik diplomasi ilişkilerinde olduğu gibi dönemin düzeni içerisinde baskın bir aktör olarak kendi çıkarları doğrultusunda Potter'ın (2003, s. 3) ifade ettiği gibi "başka bir ulusun halkını ve aydınlarını, bu ulusun politikalarını kendi avantajına döndürmek amacıyla etkilemeye" çalışmışlardır. Geleneksel kamu diplomasisi olarak tanımlanan bu yaklaşım, salt "ulusal çıkar" odaklı olmayıp kapsamlı bir şekilde Tuch'un (1990, s. 3) vurguladığı gibi "...bir hükümetin kendi ulusunun düşüncelerini, ideallerini, kurumlarını, kültürünü, ulusal hedeflerini ve güncel politikalarını yabancı halklara anlatma amacı taşıyan bir iletişim sürecidir". Aynı zamanda bu dönemde devletler, kendi amaç ve çıkarlarına göre gerçekleştirdikleri geleneksel kamu diplomasisi faaliyetleri ile uluslararası kamuoyu ve diğer yabancı uluslar nezdinde politika ve eylemlerine yönelik tek taraflı bir meşruiyet sağlamayı da amaçlamışlardır. Böylece devletler, "Basından gerilla hareketlerine, entelektüel faaliyetlerden, uluslararası sivil toplum kuruluşlarına, TV yayınlarından çeşitli kültürel faaliyetlere kadar bütün bu gayri resmi nüfuz etme araçları bir devlete başka bir devletin hukuki anlamda mutlak egemenlik haklarının geçerli olduğu ülke sınırlarından içeri sızarak kendi amaçları doğrultusunda faaliyette bulunma imkânı" sağlamaktadırlar (Sönmezoğlu, 2012, s.35).

Öte yandan, Soğuk Savaş sonrası özellikle de 21. yüzyıl başında gerçekleşen 11 Eylül olayları sonrası, kültürel ve ekonomik küreselleşmenin hız kazanması, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, küresel boyutta toplumların enformasyona erişimlerini kolaylaştırmış, bu durum devletlerin kontrol mekanizmalarını sınırlandırırken (Pamment, 2013, s. 7), uluslararası sistemi çok aktörlü, çok boyutlu ve çok merkezli bir yapıya dönüştürmüştür (Heywood, 2013, s.133). Bu noktada kamu diplomasisi açısından 11 Eylül olaylarının önemli bir dönüm noktası olduğunu belirtmek yerinde olacaktır. 11 Eylül olayları “medeniyetler çatışması” kavramını (Huntington, 2000) ve uluslararası terörizmi tekrar gündeme getirmiş, bu açıdan devletlerin tek yönlü geleneksel kamu diplomasisi faaliyetleri sorgulanmaya başlamıştır. Bu sebeple devletler ve devlet dışı aktörler diyalog ve ilişki inşa etmeye dayalı yeni kamu diplomasisi uygulamalarına yönelmişlerdir (Melissen, 2005a, s. 4).

Yeni kamu diplomasisi ya da “21. yüzyıl kamu diplomasisi” kontrolün ön planda olduğu kısa süreli ve tek yönlü geleneksel kamu diplomasisi uygulamalarının tersine hedef kamuoyu ya da yabancı halkların beklenti ve ihtiyaçlarının temel alındığı uzun süreli bir diyalog ve ilişki inşa etme sürecidir. Bu bakımdan yeni kamu diplomasisi doğası gereği “simetrik” bir yaklaşıma sahiptir (Melissen, 2011, s. 10). Aynı şekilde çok aktörlü bir yapıya sahip olan yeni kamu diplomasisi “sadece devlet-kamuoyu arasında gerçekleşen tek yönlü geleneksel kamu diplomasisinin yeni devlet dışı aktörlerle birlikte etkileşim ve diyalog temelinde” ilerlemesi olarak da tanımlanmaktadır (Melissen, 2005b, s.11). Böylece yeni kamu diplomasisinde devletler, uluslararası örgütler, sivil toplum kuruluşları, çok uluslu şirketler gibi aktörler üzerinden karşılıklı, uzun dönemli ve güvenilir diyalogların kurulması mümkün kılınmaktadır (Gonesh ve Melissen, 2005, ss. 5-9). Yeni kamu diplomasisi ve geleneksel kamu diplomasisi arasında Szondi’nin (2008, s. 305) “bağlam, amaç, strateji, iletişim kurma yöntemi, mesajın içeriği ve hitap edilen hedef kitle” açısından belirttiği gibi geleneksel kamu diplomasisinde ideolojiler üzerinden devlet politikalarına odaklanma ve kamuoylarını yönetme bakış açısı hakimken yeni kamu diplomasisinde değerler ve fikirler üzerinden ikna ve anlayış oluşturma hedeflenmektedir. Sancar (2012, s. 93) ise yeni kamu diplomasisi ve geleneksel kamu diplomasisi arasındaki farkı Grunig ve Hunt’un dört modeli üzerinden ele alarak, geleneksel kamu diplomasisinde tek yönlü asimetric bir iletişimin ön plana çıktığı, yeni kamu diplomasisinde ise çift yönlü asimetric ya da simetrik bir iletişimin gerçekleştiğini belirtmektedir.

Günümüzde 21. yüzyılın uluslararası toplumu, kamuoyları ve halklarının beklentilerine uygun olarak yeni kamu diplomasisi çok aktörlü bir yapıda kültür, eğitim, sağlık, yemek ve müzik gibi yumuşak güç kaynaklarına göre farklı alanlarda çok boyutlu bir şekilde uygulanmaktadır. Yeni kamu diplomasisi faaliyetlerinin temel çıkış noktası olan diyalog ve ilişki inşa etme sürecinde hedef kamuoyu ya da halkları oluşturan insanların beklenti, sorun ve ihtiyaçlarının karşılanması, onların “dertleriyle dertlenilmesi” karşılıklı anlayış ve empatinin geliştirilmesi için

temel bir gerekliliktir. Bu sebeple öncelikle hedef halkların var olan ihtiyaç ve sorunlarının giderilmesi, daha sonra çok boyutlu yeni kamu diplomasisi stratejisinin ortaya konulması gerekmektedir.

“Önce İnsan”: Yeni Kamu Diplomasisi Uygulama Alanı Olarak İnsani Diplomasi

21. yüzyılın çok merkezli dünya düzeninde, daha önce belirtildiği gibi, ege-men aktörlerin uluslararası kamuoyu ve toplum odaklı zorunlu dönüşümü, “insan odaklı, insani önceleyen” yeni kamu diplomasisi uygulamalarının her alanda kapsamının genişlemesini sağlamıştır. Günümüz dünyasında çatışmaların artması, iklim değişikliği ve ekonomik kırılganlıklar temel insan ihtiyaçlarının karşılanmasını giderek zorlaştırmakta, önümüzdeki yıllarda bu eğilim ve kırılganlıkların devam etmesi ise yeni insani krizlerin habercisi olarak görülmektedir (Global Humanitarian Report, 2020). Birleşmiş Milletler İnsani Yardım Koordinasyon Ofisi’ne (OCHA) göre ise 2020 yılında yaklaşık 168 milyon insanın insani yardım ve korumaya ihtiyacı olduğu ön görülmüştür (unocha.org, 2020). Küresel olarak insani krizlerin şiddetini her geçen yıl daha fazla hissettirdiği bu düzende, insani diplomasi faaliyetleri, sorunların giderilmesinde önemli bir çözüm imkânına sahiptir.

Küresel insani krizlere karşı dünyanın en etkili yardım ağlarından birine sahip Uluslararası Kızılhaç ve Kızılay Dernekleri Federasyonu (IFRC), insani diplomasiyi “karar alıcıların ve kanaat önderlerinin her durumda savunmasız insanların çıkarını düşünerek temel insani değerlere saygı çerçevesinde hareket etmeye ikna edilmesi” (IFRC, 2020) olarak tanımlarken İnsan Hak ve Hürriyetleri İnsani Yardım Vakfı ise insani diplomasiyi çok boyutlu ve kapsamlı bir şekilde “kriz, savaş ve doğal afet yaşanan bölgelerde sivillerin korunması, kayıpların bulunması, esirlerin kurtarılması, krizlerin sonlandırılması için gerekli adımların atılmasına olanak sağlayan ve devletlerarası geleneksel diplomasinin uluslararası sorunların çözümünde yeterli olmadığı durumlarda aktif olarak kullanılan bir diplomasi” olarak ifade etmiştir (insamer, 2019)

İnsani diplomasiye ilişkin ilk kavramsallaştırmayı yapan Smith ve Minear (2007, ss. 37-40) 21. yüzyılda uygulanacak insani diplomasi faaliyetlerinin çerçevesini “insani diplomasi, insani organizasyonlar tarafından yürütülen faaliyetleri kapsamaktadır. Bu aktiviteler ise insani organizasyonların konuk ülkedeki varlığını tesis etme, yardım ve koruma gibi ihtiyaçlara muhtaç olan sivil halka ulaşma, yardım programlarını yönetme, uluslararası hukuk ve normlara saygı gösterme, yerel halkı ve merkezleri destekleme ile insani amaçlara sahip birey ve kurumları savunma gibi amaçlara sahiptir” şeklinde çizmiştir. Tüm bu tanımlar ve sahadaki sorunlar değerlendirildiğinde günümüz insani krizlerinin kalıcı ve etkili bir şekilde çözülmesi için diyalog ve iletişimi merkeze alan krizin siyasi, hukuki ve operasyonel taraflarının da dahil edildiği çok boyutlu ve holistik bir insani diplomasi yaklaşımına ihtiyaç bulunmaktadır.

Günümüz insani krizlerinin büyük bir kısmı “kompleks insani kriz” olup insan yaşamını sosyal, siyasal ve ekonomik açıdan tehdit eden grift etki ve sonuçlara sahiptir (IFRC, 2020). 21. yüzyıl insani krizlerinin bu doğası ve özgün şartları göz önünde bulundurulduğunda sahada çatışan tarafların “gözetiminde” yardımların doğru ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması, tarafların bir araya getirilerek arabuluculuk ve müzakere sürecinin doğru yönetilmesi, uluslararası meşruiyetin sağlanarak bireylerin haklarının hukuki zeminde savunulması, en önemlisi de karar alıcıların ikna edilmesi için diyalog kurmak ve ilişki inşa etmek; insani diplomasi faaliyetlerinin başarıya ulaşması için vazgeçilmez bir gerekliliktir.

Diyalog kurmanın, anlayış geliştirmenin ve ilişki inşa etmenin temel bir gereklilik olduğu insani diplomasi faaliyetlerinde iletişim kanallarının doğru zamanda, doğru hedef kitleye, doğru mesajla stratejik bir şekilde kullanılması gerekmektedir (Çınarlı, 2009, s.40). Bu noktada çözüm için daha fazla kişiye erişim, etki ve kapsamın geliştirilmesi, barışın tesisinde iletişim kanallarının kar topu etkisiyle pozitif bir “baskı aracına” dönüştürülmesi için dijital iletişim kanallarının da insani diplomasi aktörleri tarafından etkin bir şekilde kullanılmasını zorunlu kılmaktadır. Bu sebeple insani krizlerin çözüm arayışında aktörler sosyal ağlarda hedef kamuoyu ve halklar ile doğrudan diyalog odaklı etkileşime geçmelidir.

İnsani Krizler İçin Yeni Bir Çözüm Arayışı: Sosyal Ağlarda Diyalog Kurma ve Etkileşime Geçme

Günümüz internet ve dijital enformasyon çağında, bilgi ve iletişim teknolojileri insan hayatının artık birçok noktasına temas etmektedir. 2020 yılında dünyada 4,6 milyar insan internet erişimine sahip olup bu kullanıcılarının 4,1 milyarı %53 penetrasyon oranıyla sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmaktadır (Wearesocial, 2020). Benzer şekilde dünyada insani krizlere en çok yardım yapan ve uluslararası insani diplomasinin ana aktörleri olan ABD, Birleşik Krallık, Almanya ve Türkiye'nin (Global Humanitarian Assistance Report, 2020) ortalama internet penetrasyon oranı %87,5 ve ortalama aktif sosyal medya kullanıcı penetrasyonu ise %61,2 olarak tespit edilmiştir (Digital 2020 USA; Digital 2020 UK; Digital 2020 Germany). Öte yandan birçok insani kriz ve sorunun yaşandığı, 2020 yılında en çok insani yardım alan Filistin, Irak ve Suriye'de aktif sosyal medya kullanımı mevcut nüfusa oranla sırasıyla %54, %53 ve %35'tir (Digital 2020 Palestine; Digital 2020 Syria; Digital 2020 Iraq, 2020). Bu veriler ışığında insani krizlerin çözümü için hem yardım eden hem de yardım alan ülkelerin kamuoyları ve hedef halkları nezdinde sosyal ağların önemli bir diyalog kurma ve etkileşime geçme potansiyeli taşıdığı açıkça görülmektedir.

İnsani diplomasi faaliyetlerinin birçok farklı sürecinde aktörler iletişim kanallarını tüm taraflarla sürekli açık tutmak zorundadır. Bu durum çatışan taraflar arasında kalan ihtiyaç sahibi sivillere yardımların ulaştırılması, çözüm için gerekli meşru zeminin oluşturulması, yardım fonları için çağrılarının oluşturulması, kriz için uluslararası toplumun dikkatinin çekilmesi, uluslararası insancıl hukuk çerçevesin-

de insan haklarının savunulması, müzakere süreçlerinin başarıya ulaşabilmesi için diyalog ve iletişim kanalları hayati bir role sahiptir. Bu noktada IFRC'nin açıklamış olduğu temel insani diplomasi politikasından yola çıkarak (IFRC, 2009) krizlerin çözümünde ortaya konulması gereken insani diplomasi iletişim amaç ve hedeflerini aşağıda gibi sıralamak mümkündür.

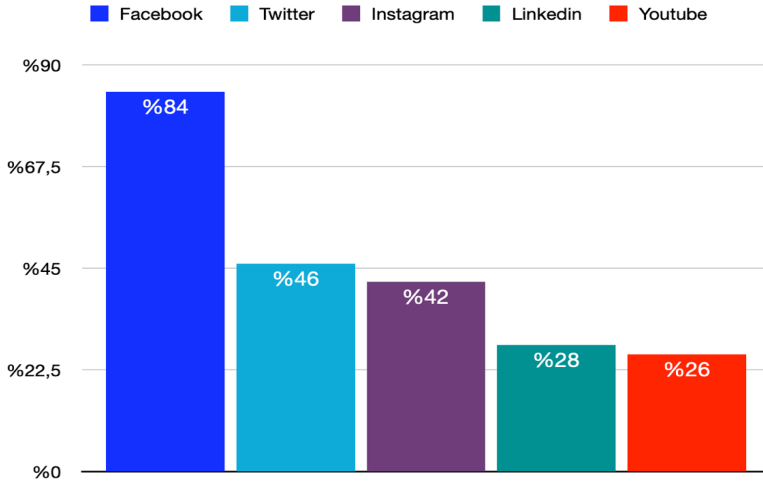
Tablo 1: İnsani Diplomaside İletişim Amaç ve Hedefleri

Amaç	İletişim Hedefi
İkna Etmek	Karar vericileri ve kamuoyu liderlerini savunmasız kişilerin çıkarlarının korunması ve krizin sonlandırılması için ikna edilmesi.
Yardım Çağrısında Bulunmak	İnsani krizlerden etkilenmiş gruplara, insani yardımların etkin bir şekilde ulaştırılması için çağrıda bulunulması ve sürdürülebilir destek sağlanması.
Bilgilendirme Yapmak, Farkındalık Oluşturmak	Uluslararası yardım kuruluşları ve medya aracılığıyla kriz ile ilgili kamuoyunun ve aktörlerin bilgilendirilmesi ve krizin tanıtılması.
Erişim ve Görünürlüğü Arttırmak	Krizin aktörlerine daha fazla erişim sağlanarak etkili bir şekilde karar alma süreçlerine nüfuz edilmesi ve kriz ile ilgili farkındalık oluşturması.
İş birliği ve Dayanışmayı Arttırmak	Savunmasız kişilerin ihtiyaçlarına cevap verirken etkili ortaklıkların ve iş birliklerinin kolayca gerçekleştirilmesinin sağlanması.

Tablo 1'de gösterildiği gibi 21. yüzyılda krizlerin çözümü ve kalıcı barışın tesisi için insani diplomasi aktörleri, yukarıdaki amaç ve hedefler doğrultusunda, sahada tüm iletişim kanallarını, krize çözüm bulma sürecinde ise hedef karar alıcıları, kamuoyunu ve halkları etkilemek, çatışan taraflar üzerinde barış için baskı oluşturmak, yardım çağrısında bulunmak, krizin sivil insanlar üzerindeki zararları üzerine farkındalık yaratmak, kriz ile ilgili gündem oluşturmak, yardımseverler ve gönüller arasında işbirliği ve dayanışmayı arttırmak amacıyla sosyal ağları etkili bir şekilde kullanmalıdır. Mevcut durumda birçok insani diplomasi aktörü tarafından sosyal ağlar bir çözüm arayışında kullanılmasına rağmen sosyal ağların hedef kullanıcılarla ne düzeyde diyalog kurarak içerik ürettiği, paylaştığı ya da etkileşime girdiği çözümde belirleyici olan önemli bir tartışma konusudur. Bu sebeple aktörlerin Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube ve Tiktok gibi yaygın sosyal ağların kullanımında kendi hedef kitlesi ve paydaşlarına göre "doğru içeriği, doğru kanalda" paylaşarak insani krizin çözümü için diyaloga davet etmesi ve böylece sosyal ağları stratejik bir şekilde amaca uygun olarak kullanması gerekmektedir.

Öte yandan belirtmek gerekir ki hükümetler özellikle de hükümet dışı kuruluşlar (NGO) ve sivil toplum kuruluşları (STK) insani krizlerin çözümünde sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmaktadır.

Şekil 1: Hükümet Dışı Kuruluşlar (NGO) Sosyal Ağ Kullanım Durumu
(Global NGO Technology Report, 2019, s. 29)



Şekil 1’de görüldüğü üzere 2019 Global NGO Technology Report’a (Küresel Hükümet Dışı Kuruluşlar Teknoloji Raporu) göre 160 ülkede 5,721 NGO ile gerçekleştirilen araştırma sonucunda hükümet dışı kuruluşlarının %47’si sosyal medyayı çevrimiçi yardım ve bağış toplamada çok etkili bir araç olarak bulurken (Global NGO Technology Report, 2019, s. 30) sivil toplum kuruluşlarının %84’ü Facebook, %46’sı Twitter, %42’si Instagram, %28 LinkedIn ve %26’sı YouTube sosyal ağlarını kullanmaktadır.

Yine araştırma sonucunda ortaya çıkan diğer önemli bir nokta da hükümet dışı kuruluşların %44’ü içeriklerini paylaşmadan önce sosyal medya stratejisi oluşturmakta ve STK’ların %90’ı destekçileri ve bağışçılarıyla etkileşim kurmak, %78’i sosyal değişim yaratmak ve %72’si çevrimiçi bağış toplamak için düzenli olarak sosyal medyayı kullanmaktadır (Global NGO Technology Report, 2019, s. 29). Bu noktada, sivil toplum kuruluşları amaç ve hedeflerine göre doğru sosyal ağı tercih ederek içerik paylaşmalıdır. Bu konuda özellikle insani diplomasi aktörlerinin sosyal ağlarda kendi politikalarıyla uyumlu, dikkat çekmek istedikleri, çevrimiçi bağış talebinde ya da yardımda buldukları veya kamuoyuna mesaj vermek istedikleri

konularda gönderi paylaşımları, sosyal medyada etkileşime girme oranlarını etkileyebilmektedir. Bu sebeple sosyal medyanın stratejik kullanımında hangi sosyal ağın tercih edileceği temel ve kritik bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

İnsani Diplomasi Aracı Olarak Twitter

2006 yılında Jack Dorsey, Noah Glass, Evan Williams ve Biz Stone tarafından kurulan Ekim 2020 itibarıyla 353 milyon kullanıcıya sahip (Statistica, 2020) ve günlük 143 milyon aktif kullanıcı tarafından ziyaret edilen (Oberlo, 2020) mikro blog Twitter, sosyal ağlarla birlikte hayatımıza giren hızlı, anlık ve etkileşimsel bir şekilde enformasyona ulaşma, kullanma ve paylaşma imkânı veren sosyal ağlardan biri haline gelmiştir. Özellikle sosyal ağlarda çevrimiçi olarak “anı paylaşma” durumu, Twitter’ın da kendini ifade ettiği “Twitter, tam olarak şu an dünyada olup bitenler ve insanların konuştukları konulardır.” (Twitter, 2020) şekliyle bireysel, toplumsal iletişim pratikleri ile kamu diplomasisi uygulamalarının da yapısında önemli değişikliklere neden olmuştur.

Küresel bir sohbet ve haber merkezine dönüşen Twitter, kullanıcıların dünyada neler olup bittiği ile ilgili anlık olarak diledikleri enformasyonu, “istedikleri şekilde” paylaşabilmelerine olanak tanımakta, iletişim teknolojilerindeki bu değişim hem devletlerin hem de devlet dışı aktörlerin Twitter aracılığıyla diplomatik amaç ve hedefleri doğrultusunda hedef kamuoyu ve halklarla diyalog kurmasına olanak tanımaktadır. Bu durum sadece devlet ve devlet dışı aktörlerin değil, bireylerin de uluslararası alanda bir “değiştirme ve dönüştürme” gücüne sahip olmasını sağlayarak dünya üzerindeki insani kriz ve sorunların anlık olarak kamuoylarıyla paylaşılma imkanını da yaratmıştır. Devletler, uluslararası örgütler, sivil toplum kuruluşları veyahut bireyler tarafından belirli bir ülke ya da bölgedeki insani krizlerle ilgili bilgilendirme, farkındalık oluşturma, yardım çağrısında bulunma, gönüller arasındaki iş birliğini artırma ve insan hakları ihlallerini engelleme amaçlı gerçekleştirilen tüm bu paylaşımlar, Twitter’ın bir insani diplomasi aracına dönüşmesini sağlamıştır. Bu konuda devletler dışişleri bakanlığı ya da büyükelçilik resmi Twitter hesapları üzerinden insani yardımda buldukları, dahil oldukları ya da insani krizin karar alıcılarına ya da taraflarına “mesaj verme” amaçlı gönderi paylaşımları gerçekleştirebilmektedir. Twitter’da devletler tarafından gerçekleştirilen gönderi paylaşımları, insani diplomasinin yardım ve bağış gibi operasyonel ya da tarafları müzakere ve barışa davet eden siyasi boyutlarını içerebilmektedir.

Resim 1: Rusya Dışişleri Bakanlığı Twitter Gönderisi (MFA Russia Twitter Hesabı, 2019)



Resim 1 görüldüğü gibi Rusya, Dışişleri Bakanlığı'nın resmi Twitter hesabından yaptığı gönderi paylaşımı ile Suriye, Halep'te 5000 kişiye gerçekleştirdiği gıda yardımını kamuoyları ile paylaşmaktadır. Rusya tarafından paylaşın bu Twitter gönderisi, ilk etapta bir insani yardım paylaşımı olarak kabul edilmekle birlikte Suriye krizinde çatışan taraflardan biri olan Esad yönetimine gösterilen siyasi ve askeri bir desteğin de (Foreign Affairs, 2019; Foreign Affairs, 2020) devamı olarak okumak mümkündür. Bu bakımdan Twitter devletler açısından insani diplomasi-nin siyasi, hukuki ve operasyonel tüm boyutlarında kullanılabilir.

Resim 2: IFRC Twitter Gönderisi (IFRC Twitter Hesabı, 2020)



Benzer şekilde Resim 2’de görüldüğü gibi Twitter, insani diplomasi alanında hükümet dışı kuruluşlar (NGOs) tarafından özellikle de etkileşime geçme, yardım ve bağış toplama faaliyetlerinde yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Öncelikle kavramsal olarak ifade etmek gerekir ki çalışmada bahsedilen hükümet dışı kuruluşlar (NGOs), daha kapsayıcı bir kavram olarak aralarında teknik bir fark olarak bulunmamakla birlikte devletlerden ve hükümetlerden bağımsız olarak çalışan sivil toplum örgütlerini de kapsamaktadır (Sönmezoğlu, 2012, s. 56). Bu konuda NGO’ların %47’si Twitter’ı düzenli olarak kullanmakta, %76’sı düzenli Tweet atmakta ve etiket kullanmakta, %30’u Tweet sohbetlerine katılmakta ve %20’si Twiter üzerinden Periscope aracılığıyla canlı yayın yapmaktadır (Global NGO Technology Report, 2019, ss. 29-30). Böylece insani krizlerin doğrudan ya da dolaylı olarak çözümüne katkı sağlamak amacıyla aktörler Twitter’da hedef kullanıcılarla diyalog kurmayı ve etkileşime girmeye çalışmaktadır.

Kamu Diplomasisinde İnsani Diplomasi Temelli Diyalog: Uluslararası İnsani Diplomasi Aktörlerinin Twitter Hesapları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz

Bu çalışmada, dünyada en çok insani yardım yapan ve uluslararası insani diplomasinin ana aktörleri olan “Türk Kızılay International (TKI)”, “American Red Cross (ARC)”, “British Red Cross (BRC)”, “German Red Cross Worldwide (GRC)” ve “Canadian Red Cross (CRC)” kurumlarının Twitter örnekleminde sosyal medyayı insani diplomasi açısından hedef kullanıcılarla diyalog temelli ve etkileşim kurmaya yönelik kullanıp kullanmadığının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda aşağıda belirtilen hipotezler sınanacaktır:

H1: “Uluslararası insani diplomasinin ana aktörleri olan “Türk Kızılay International (TKI)”, “American Red Cross (ARC)”, “British Red Cross (BRC)”, “German Red Cross Worldwide (GRC)” ve “Canadian Red Cross (CRC)” sosyal ağlarda kullanıcılarla diyalog temelli etkileşime dayalı bir insani diplomasi gerçekleştirmektedir.”

H2: “Uluslararası insani diplomasinin ana aktörleri olan “Türk Kızılay International (TKI)”, “American Red Cross (ARC)”, “British Red Cross (BRC)”, “German Red Cross Worldwide (GRC)” ve “Canadian Red Cross (CRC)” kurumları insani diplomasi faaliyetleri ile ortaya çıkan yumuşak güç kapasitelerini sosyal ağlarda yeterince kullanamamaktadır.”

Araştırma Kapsamı ve Sınırlılıklar

Bu çalışma, belirlenen hipotezlerin sınanması amacıyla “Türk Kızılay International (TKI)”, “American Red Cross (ARC)”, “British Red Cross (BRC)”, “German Red Cross Worldwide (GRC)” ve “Canadian Red Cross (CRC)” Twitter hesaplarının Hipotez 1 için Mart 2019-Mart 2020, Hipotez 2 için Mart 2018-Mart 2020

tarihleri³ arasındaki takipçi, gönderi, beğeni, retweet, yanıt, bahsetme, etkileşim sayısı ve etkileşim oranı verilerinin niceliksel analizini kapsamaktadır.

Araştırmada Hipotez 1 ve Hipotez 2’de belirtilen “Türk Kızılay International (TKI)”, “American Red Cross (ARC)”, “British Red Cross (BRC)”, “German Red Cross Worldwide (GRC)” ve “Canadian Red Cross (CRC)” kurumlarının Twitter hesaplarının karşılaştırmalı analiz için örneklem olarak belirlenmesinde 2019 yılı Global Humanitarian Assistance Report’taki (Küresel İnsani Yardım Raporu) en çok yardım yapan ülke sıralaması temel alınmıştır. Rapora göre dünyada en çok yardım yapan ilk 10 arasında Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık, Almanya ve Kanada bulunmaktadır (Global Humanitarian Assistance Report, 2019, s.11). Bu sebeple araştırmada uluslararası insani diplomasinin ana aktörleri olan bu kurumların sosyal medya kullanımlarının değerlendirilmesi ve karşılaştırılması için Twitter’daki İngilizce yayın yapan muadil hesapları incelenmiştir. Ayrıca karşılaştırmalı analizdeki etkileşim oranları sadece niceliksel bir değerlendirme ile sınırlandırılmıştır. Etkileşim verilerinin niteliksel olarak etkisinin ölçülmesi farklı ve kapsamlı bir araştırma konusudur.

Araştırma Yöntemi

Araştırmada Hipotez 1’de belirtilen “Türk Kızılay International (TKI)”, “American Red Cross (ARC)”, “British Red Cross (BRC)”, “German Red Cross Worldwide (GRC)” ve “Canadian Red Cross (CRC)” adlı kurumların sosyal ağlarda kullanıcılarla diyalog temelli etkileşime girip girmediği ve Hipotez 2’de belirtilen yine aynı kurumların insani diplomasi faaliyetleri ile ortaya çıkan yumuşak güç kapasitesini sosyal ağlarda yeterince kullanıp kullanmadığının sınılanması amacıyla sosyal medya izleme (monitoring) araçları üzerinden elde edilen veriler niceliksel içerik çözümlemesi yöntemiyle analiz edilecektir. Böylece çalışmadaki kurumların Twitter hesaplarındaki “iletişim içerikleri kantitatif, sistematik ve nesnel” bir şekilde incelenecektir (Berelson’dan aktaran Binark, 2014, s.43).

Tablo 2: Temel Veri Analiz Ölçütleri

Veri Ölçütü	Kapsam
Tweet	Hesabın Yaptığı Tüm Paylaşımlar
Takipçi	Hesabı Takip Eden Toplam Kişi Sayısı
Beğeni	Gönderi Başına Beğeni ve Toplam Beğeni
Retweet	Gönderi Başına Retweet ve Toplam Retweet

3 Twitter’ın Hipotez 1 için gerekli yanıt ve bahsetmelerin (mention) görüntülenmesinde en son paylaşılan 3200 tweetin görüntülenmesine izin vermesi sebebiyle çalışmada her iki hipotez için farklı veri aralıkları seçilmiştir. Bkz. https://developer.twitter.com/en/docs/twitter-api/v1/tweets/timelines/api-reference/get-statuses-user_timeline, 10 Eylül 2020.

Yanıt	Hesabın Tweetlerine Verilen Tüm Cevaplar
Bahsetme (Mention)	Hesabın Kullanıcı Adıyla Diğer Kullanıcılar Tarafında Bahsedilmesi
Etkileşim Sayısı	Beğeni+Retweetlerin Toplamı
Etkileşim Oranı	Etkileşim Sayısı/Gönderi Sayısı/Takipçi Sayısı

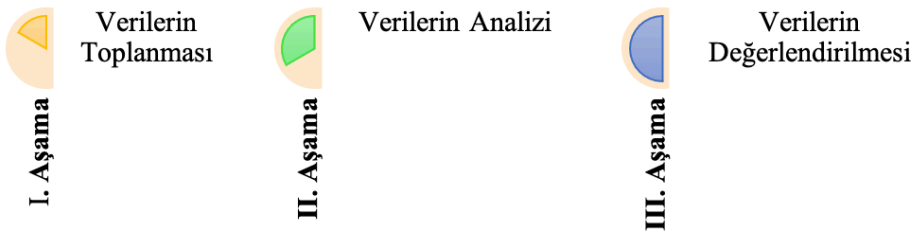
Çalışmada hipotezlerin sınanmasında yukarıda Tablo 2’de belirtilen analiz ölçütleri temel alınacaktır. Araştırmada Hipotez 1’in test edilmesinde kullanıcılarla diyalog kurulup kurulmadığının temel belirleyicisi olan “yanıtlar” ve diğer kullanıcıların Twitter hesabına seslenmesini, anmasını ya da hakkında bahsetmesini sağlayan (Twitter, 2020) “bahsetmeler” (mentionlar) analiz ölçütü kabul edilecektir. Hipotez 2’nin sınanmasında ise sosyal ağlarda ölçülebilir ve izlenebilir geçerli bir performans ölçütü olan etkileşim oranı parametresi temel alınacaktır. Etkileşim oranı, “kaynağın ve kullanıcıların birbirlerini karşılıklı olarak etkileyebilmesini, bağ kurmasını ya da değiştirmesini sağlayan bu faaliyetlerin bir bütünü ve sonucudur” (Smith ve Gallicano, 2015, s. 83). Bu sebeple kilit bir gösterge olarak her yıl kurum ve kuruluşlar etkileşim oranı üzerinden karşılaştırılmaktadır (Boomsocial, 2020).

Tablo 3: Etkileşim Oranı Formülasyonu

$$\text{Etkileşim Oranı} = (\text{Beğeni} + \text{Retweet} + \text{Yorum}) / (\text{Gönderi Paylaşım Sayısı} + \text{Takipçi Sayısı})$$

Çalışmada etkileşim oranları yukarıdaki Tablo 3’te belirtilen formülasyon üzerinden hesaplanacak ve karşılaştırmalı etkileşim oranları Tablo 4’te gösterilen veri işleme süreci kapsamında hazırlanacak interval ölçek ile değerlendirilecektir.

Tablo 4: Araştırma Veri İşleme Süreci



Araştırma Bulguları

Araştırmada, "Türk Kızılay International", "American Red Cross", "British Red Cross", "German Red Cross Worldwide" ve "Canadian Red Cross" adlı kurumların Twitter hesaplarındaki içerikler "Boomsocial", "Sociality" ve "Twitonomy" monitoring (analiz, takip ve izleme) araçları yardımıyla toplanmıştır. Çalışmada örneklem içerisindeki tüm hesapların içerikleri İngilizce olarak paylaşılmaktadır.

Çalışmada Hipotez 1'in sınanması için Mart 2019- Mart 2020 yıllarındaki "Türk Kızılay International", "American Red Cross", "British Red Cross", "German Red Cross Worldwide" ve "Canadian Red Cross" Twitter hesaplarına ait tweet, retweet, beğeni, yanıt ve bahsetme sayıları ayrı ayrı hesaplanmış ve karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Hipotez 1'in test edilmesinde diyalog temelli etkileşim metrikleri olan yanıt ve bahsetme sayıları analiz ölçütü olarak kabul edilmiştir.

Tablo 5: Mart 2019-Mart 2020 Karşılaştırmalı Twitter Hesapları Genel Durum

Tarih	Twitter Hesabı	Tweet Sayısı	Retweet Sayısı	Beğeni Sayısı	Yanıt Sayısı	Bahsetme Sayısı
Mart 2019 Mart 2020	Türk Kızılay International	791	225	565	186	135
	American Red Cross	1.156	97	865	383	517
	British Red Cross	2.091	407	1.412	837	1586
	German Red Cross	136	107	28	3	36
	Canadian Red Cross	2.079	520	1362	511	835

Tablo 5'te Mart 2019-Mart 2020 tarihleri arasındaki "Türk Kızılay International", "American Red Cross", "British Red Cross", "German Red Cross Worldwide" ve "Canadian Red Cross" Twitter hesaplarının genel durumu ortaya konmuştur. Buna göre Twitter hesapları tarafından toplam paylaşılan tweet başına retweet, beğeni, yanıt ve bahsetme dönüşüm oranları aşağıdaki gibidir:

Tablo 6: Mart 2019-Mart 2020 Karşılaştırmalı Tweet Başına Dönüşüm Oranları

Tarih	Twitter Hesabı	Retweet Oranı	Beğeni Oranı	Yanıt Sayısı Oranı	Bahsetme Oranı
Mart 2019 Mart 2020	Türk Kızılay International	0,28	0,71	0,23	0,17
	American Red Cross	0,08	0,74	0,33	0,44
	British Red Cross	0,19	0,67	0,40	0,75
	German Red Cross	0,78	0,20	0,02	0,26
	Canadian Red Cross	0,25	0,65	0,24	0,40

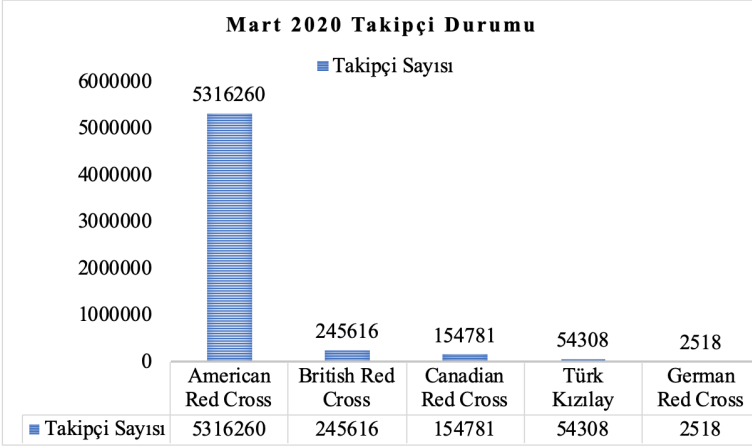
Tablo 6'daki Twitter hesaplarının Mart 2019-Mart 2020 tarihleri arasında paylaşmış oldukları toplam tweet başına düşen retweet, beğeni, yanıt ve bahsetme oranları gösterilmiştir. Twitter hesaplarının etkileşim oranının hesaplanmasında retweet ve beğeni sayısı temel metrik olarak kabul edilirken (Boomsocial, 2020), hesapların kullanıcılarla diyalog temelli etkileşim kurup kurmadıklarının temel göstergesi ise yanıt ve bahsetme oranlarıdır (Twitter, 2020).

Öte yandan insani diplomasi aktörlerinin sosyal medya kullanımlarının yeterli olup olmadığının değerlendirilmesinde bir performans metriği olarak toplam etkileşim sayısı ve etkileşim oranları da önemli göstergelerden biridir. Etkileşim sayısı ve oranın bu kadar önemli bir gösterge olarak kabul edilmesinde etkileşimin sosyal ağlarda "kullanıcı ve kaynak arasında anlamlı bir bağ kurma, ilgi gösterme, etkiyi ölçmeyi sağlayan dolaylı bir metrik" (Chirumallaa, Oghazic ve Parida, 2018, s.3) olmasıdır. Bu bakımdan sosyal medyadaki etkileşim, hesap ile kullanıcıların birbirlerini "karşılıklı olarak etkileyebilmesini, bağ kurmasını ya da değiştirmesini" sağlayabilmektedir. Ayrıca kilit gösterge konumundaki etkileşim, uygulanabilirlik ve tutarlılık bakımından kullanıcılar arasında bir karşılaştırma ve "başarı" parametresi olarak da kabul edilmektedir. Her yıl birçok farklı yüksek etkileşimli marka ve kurum, sosyal medya ölçüm ve analiz araçlarıyla elde edilen etkileşim oranları üzerinden karşılaştırılmaktadır (Social Brands, 2020). Bu sebeple çalışmada uluslararası insani diplomasi aktörü olan Türk Kızılay International, American Red Cross, British Red Cross, German Red Cross Worldwide ve Canadian Red Cross kurumlarının sosyal medya kullanımlarının yeterli olup olmadığı etkileşim oranı temelinde analiz edilmiştir.

Etkileşim oranı, daha önce bahsedilen etkileşim oranı formülasyonuna göre hesaplanmaktadır. Çalışmada öncelikle etkileşim oranlarının hesaplanabilmesi için gerekli olan takipçi, gönderi, etkileşim sayılarının ortaya konulmuştur. Daha sonra farklı sosyal medya takip ve analiz araçlarıyla elde edilen Mart 2018-Mart 2020 yılları arasındaki "Türk Kızılay International", "American Red Cross",

“British Red Cross”, “German Red Cross Worldwide” ve “Canadian Red Cross” hesaplarına ait veriler, etkileşim oranlarına dönüştürülmüştür.

Şekil 2: Karşılaştırmalı Takipçi Durumu



Çalışmada Şekil 2’de hesapların Mart 2020 itibariyle sahip oldukları takipçi sayısı karşılaştırılmıştır. Buna göre American Red Cross en fazla takipçiye sahip hesaptır. Öte yandan takipçi sayısı bakımında American Red Cross haricinde diğer kurumların takipçi sayıları arasında ciddi farklar bulunmamaktadır.

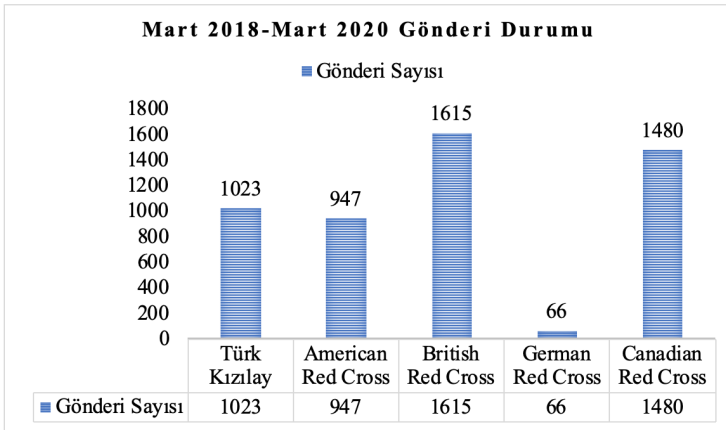
Takipçi sayısının az ya da fazla olmasının birçok farklı değişkeni bulunmaktadır. Bunlar, hesabın açılma süresi, etiket kullanımı, içerik, ücretli reklam yönetiminin olup olmaması gibi farklı değişkenlerdir. Günümüzde kurum ve markalar sosyal medya hesaplarındaki takipçi sayısının yüksek olması ile başarılı olduklarını ifade edebilmektedir. Takipçi sayısı, hesabın paylaştığı, hizmet ettiği ya da amaçladığı konularla ilgilenen kitleyi yansıtmaları açısından önemlidir.

Öte yandan takipçi sayılarının fazla olması hesapların performanslarının ölçülmesi açısından tek başına yeterli değildir. Önemli olan kurum ya da markaların etkileme ya da bağ kurma potansiyeli olan kitlelerle ne kadar diyaloga girdikleridir. Takipçi sayısı, etkileşim performansının sonucunu etkileyen bir metriktir. Ayrıca sosyal ağlardaki hesapların sahip oldukları takipçiler için bir nevi “sorumlulukları” da bulunmaktadır. Çünkü sahip olunan takipçi ile diyalog kurma ve etkileşime girme arasındaki korelasyon sosyal medya hesaplarının nihai başarısını belirlemektedir.

Şekil 1 bu bakımdan analiz edildiğinde, American Red Cross’un takipçi sayısının fazla olmasını, yüksek erişim ve etkileşim potansiyeline sahip olması bakımından olumlu bir gelişme olarak değerlendirmek mümkündür. Ancak ta-

kipçi sayısı tek başına anlamlı bir metrik olmadığından American Red Cross'un kullanıcılarla diyalog kurma performansının diğer kurumlara göre yüksek çıkması için yorum ve yoruma verilen cevap sayılarının da takipçi sayısına oranla optimal bir sayıda olmasını gerektirmektedir. Aynı durum diğer kurumların Twitter hesapları için de geçerlidir. Kurumların Twitter hesaplarındaki takipçi sayısından ziyade beğeni alma özellikle de hedef kullanıcıların hesaptan bahsetmesinin ya da tweetlere yanıt vermesinin sağlanması diyalog temelli bir etkileşim sağlayacaktır. Bu bakımdan Twitter hesaplarının beğeni, retweet, yanıt ve bahsetme sayıları önem taşımaktadır.

Şekil 3: Karşılaştırmalı Gönderi Durumu



Şekil 3'te hesapların Mart 2018-Mart 2020 tarihleri arasında yaptıkları gönderi paylaşımları incelenmiştir. Buna göre British Red Cross aylık ortalama 67 toplamda ise 1615 gönderi paylaşımı ile en çok paylaşım yapan hesap olmuştur. Türk Kızılay International ise aylık ortalama 42 toplamda ise 1023 gönderi paylaşımı ile 5 ülke arasından 3. sırada yer almıştır.

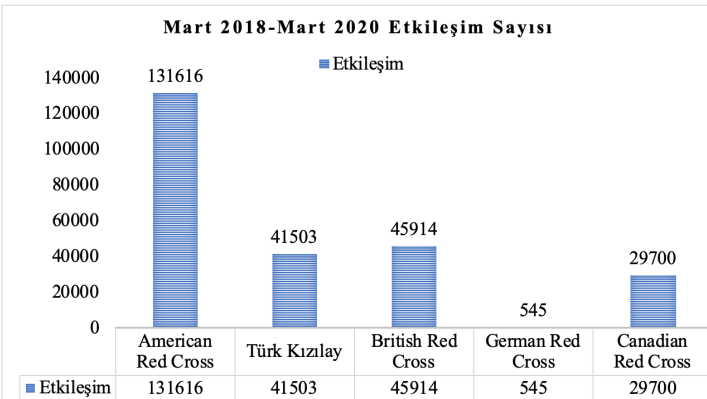
Gönderi paylaşımı, kullanıcıların etkileşim oranlarını etkileyeceğinden kurumlar, gönderi paylaşım sayılarını bulunduğu mecraya, takipçisine, konusuna ya da iletişim stratejisine göre hassas bir dengede tutmaları gerekmektedir. Kullanıcılara gönderilen mesajın azlığı ya da kullanıcıyı rahatsız edecek derece fazla yapılan paylaşımlar, etkileşim oranını olumsuz etkilemektedir. Sosyal ağlarda gerçekleştirilen her gönderi paylaşımı, okunmama ya da görülmeme riskini de beraberinde getirmektedir. Gönderi paylaşım sayısı ile ilgili üzerinde uzlaşmış ideal bir rakam bulunmama ile birlikte sosyal medyada hesapların kullanıcıları ile olan etkileşimini düzenli olarak sürdürmesi beklenmektedir. Bu bakımdan kullanıcıları "sıkmadan", kullanıcılarla olan etkileşimi olumsuz etkilemeden düzenli bağın devam ettirilmesi gerekmektedir.

Gönderi paylaşım sayısını etkileyen diğer bir konuda kurum ya da markaların stratejilerine bağlı olarak ulaşmak istedikleri amaçlarıdır. Her kurumun mesajını anlatma biçimi ya da olayın doğasının farklı olması gönderi paylaşım sayısını da etkilemektedir. Uluslararası refahı arttırmayı ya da farkındalık oluşturmayı amaçlayan uzun süreli bir içerik paylaşım planı ile bir bölgede acil olarak ulaştırılması gereken insani yardımlar için çağrı niteliğindeki gönderilerin paylaşım sıklığı ve tonu da farklı olacaktır.

Gönderi paylaşımında aslında temel ölçüt sosyal medya hesabının kendisidir. Ölçülebilir bir mecra olarak sosyal medya, kurum ve markalara eş zamanlı olarak ölçüm ve analiz etme imkanı sunmaktadır. Kurum ve markalar yapmış oldukları paylaşımları anlık, günlük ya da haftalık belirli periyotlarla ya da eş zamanlı olarak ölçebilmektedir. Gönderi paylaşımlarını anlık olarak ölçme imkanına sahip kurum ya da markalar, paylaşımının elde ettiği etkileşim oranına göre gönderi paylaşım durumunu optimum bir sayıya ulaştırması gerekmektedir. Aksi bir durum ise sosyal medya hesaplarında takipçi, etkileşim sayısı ve etkileşim oranı kaybına neden olacaktır. Bu bakımdan etkileşim sayıları ve oranları kilit bir role sahiptir.

Web 2.0 ile birlikte temeli atılan sosyal medyanın özünü etkileşim oluşturmaktadır. Mesajın artık çiftli yönlü olarak akmaya başlaması, alıcı ile kaynak arasındaki mesajın ölçülmesini de gerekli kılmıştır. Bu durumda kaynağın gönderdiği mesaja yönelik alıcı ile ilgili derin bir sorunsal karşımıza çıkmaktadır. Mesajın kaç alıcıya ulaştığı, alıcının mesaja yönelik bir geri bildirim vermediği ya da verilen geri dönütün anlamlandırılması sorunsalı etkileşimin çıkış noktası olarak değerlendirmek mümkündür. Etkileşim, yapılan paylaşıma kaç kullanıcının hangi geri bildirim cevap verdiğinin ölçülmesi açısından önemlidir. Etkileşim, sosyal medyada iletişim kurulup kurulmadığını ya da etkiyi ölçmeyi sağlayan bir turnusol görevi görmektedir. Dolayısıyla etkileşim, sosyal ağlardaki performansı ölçen anlamlı bir parametredir. Bu sebeple araştırmanın temel noktasını etkileşim sayıları ve etkileşim oranları oluşturmaktadır.

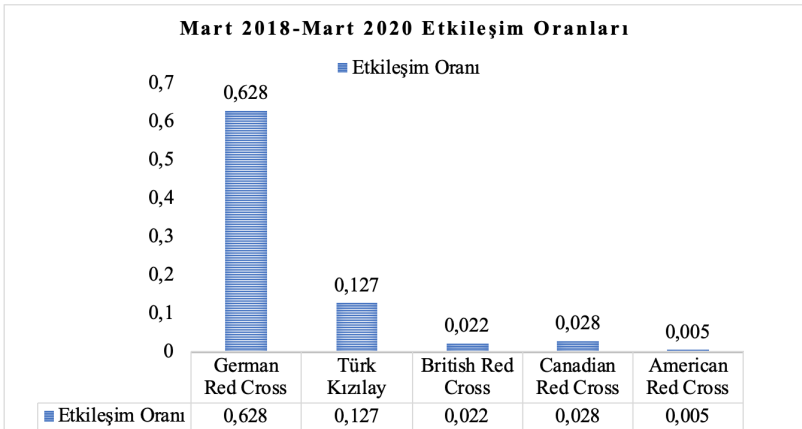
Şekil 4: Karşılaştırmalı Etkileşim Sayıları



Şekil 4'te "Türk Kızılay International", "American Red Cross", "British Red Cross", "German Red Cross Worldwide" ve "Canadian Red Cross" adlı kurumların Mart 2018-Mart 2020 tarihleri arasındaki Twitter hesabı etkileşim sayıları karşılaştırılmıştır. Karşılaştırmalı olarak analiz edilen etkileşim sayısı da takipçi sayısı ve gönderi paylaşım durumu gibi etkileşim oranını etkileyen temel bir metrik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Şekil 4'teki kurumların etkileşim sayısı karşılaştırmaları, hangi hesabın kaç defa etkileşime girdiğini göstermesi bakımından değerlidir. Buna göre, takipçileri ile en fazla etkileşime 131.616 ile "American Red Cross" girmiş, onu ikinci olarak 45.914 ile "British Red Cross" takip etmiş ve Türk Kızılay International ise 41.502 ile etkileşim sayısı bakımından üçüncü sırada yer almıştır. Etkileşim sayılarının etkisinin daha detaylı olarak incelenebilmesi için karşılaştırmalı olarak gönderi türüne göre etkileşim sayısı dağılımını da analiz etmek gerekmektedir.

Şekil 5: Karşılaştırmalı Etkileşim Oranları



Şekil 5'te ise "Türk Kızılay International", "American Red Cross", "British Red Cross", "German Red Cross Worldwide" ve "Canadian Red Cross" adlı kurumların etkileşim oranları karşılaştırmalı olarak gösterilmektedir. Şunu net olarak ifade etmek gerekir ki araştırmada farklı farklı grafiklerle gösterilen takipçi durumu, gönderi durumu ve etkileşim sayıları etkileşim oranını belirleyen temel metriklerdir. Sosyal medya kullanımında hesapların yeterliliklerini etkileşim oranları belirlemektedir. Sosyal ağlarda etkileşim oranının belirleyici olmasının en önemli sebeplerinden biri daha önce belirtildiği gibi her gönderi ve takipçi sayısına göre bir etkileşim oranı dağılımını göstermesidir. Bu bakımdan tek başına takipçi, gönderi ya da etkileşim sayılarının bir anlamı bulunmamaktadır. Bu metrikler, birlikte değerlendirildiğinde anlamlı bir sonuç sağlayabilmektedir.

Sosyal ağ ekosistemi içerisinde etkileşim oranının kabul görmesinin bir diğer nedeni de her hesabının kendi içerisinde özgün metriklerine göre değerlendirilebilmesidir. Buna göre Şekil 6'daki etkileşim oranlarını değerlendirildiğinde Mart 2018-Mart 2020 tarihleri arasında 0,628 ile en yüksek etkileşim oranına sahip Twitter hesabı "German Red Cross" olmuştur. "German Red Cross" takipçi sayısı, gönderi durumu ve etkileşim sayısı bakımından diğer kurumlara oranla daha düşük bir sayıya sahipken etkileşim oranı bakımından yüksek çıkmıştır. Bu durum "German Red Cross'un takipçisine oranla yaptığı paylaşımlardaki etkileşiminin yüksek olduğunu göstermektedir. Bir başka deyişle, German Red Cross attığı her gönderiyi "hedefe" iyi bir şekilde isabet ettirmiştir.

Türk Kızılay International ise 0,127 etkileşim oranıyla ikinci sırada yer almaktadır. Türk Kızılay International (TKI) hesabı, American Red Cross ve British Red Cross'tan takipçi ve etkileşim sayısı bakımından daha düşük bir sayıya sahipken etkileşim oranı bakımından bu hesapları geçmiştir. Bu durum American Red Cross ve British Red Cross'a göre Türk Kızılay International'ın paylaşım başına daha fazla etkileşime sahip olduğunu göstermektedir.

British Red Cross hesabı için ise en fazla ön plana çıkan nokta gönderi paylaşımlarının çok fazla olmasıdır. Etkileşim sayısı açısından Türk Kızılay International'a göre daha fazla etkileşim sayısına sahip British Red Cross'un etkileşim oranı Türk Kızılay'ından düşük çıkmıştır. Bunun sebebi ise BRC'nin paylaşım başına etkileşim sayısının daha düşük olmasıdır. Bu durum ise sosyal medyada atılan her adımın bir dönüşünün beklenmesinden kaynaklanmaktadır. Aynı şekilde Canadian Red Cross da takipçisine oranla paylaşım sayısının fazla olmasından kaynaklı düşük bir etkileşim oranına sahip olmuştur.

Öte yandan American Red Cross, gönderi durumu ve etkileşim sayısı bakımından yüksek olmasına rağmen en düşük etkileşim oranına sahip hesap olmuştur. Bunun en temel nedeni takipçi sayısıdır. American Red Cross'un takipçi sayısına oranla düşük bir etkileşim sayısına sahip olması etkileşim oranını olumsuz etkilemiştir. Bu bakımdan altını çizmek gerekir ki etkileşim oranının yüksek çıkabilmesi için tek bir metrik yeterli olmayıp takipçi, gönderi, beğeni ve retweet gibi metrikler arasında doğrusal bir orantı da gerekmektedir.

Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Çalışmanın bu bölümünde, elde edilen bulgular daha önce belirtilen metrik ve ölçeklere göre hipotezlerin sınanması amacıyla değerlendirilmektedir. Çalışmada elde edilen bulgular öncelikle Hipotez 1 bağlamında sınanmakta daha sonra ise Hipotez 2 açısından test edilmektedir.

Günümüzde Twitter hesapları için 0,50 ve üzeri iyi, 1 ve üzeri ise çok iyi etkileşim oranı olarak kabul edilmektedir (Contental, 2020). Bu çalışmada ise kullanıcılarla diyalog kurulup kurulmadığının sınanması için genel etkileşim oranı yerine daha

önce belirtildiği gibi tweet başına yanıt ve bahsetme oranları analiz ölçütü olarak kabul edilmiştir. Bu sebeple hesapların diyalog temelli bir etkileşime girip girmediklerinin ölçülmesinde de 0,50 ve üstü yüksek, altı ise düşük olarak kabul edilmiştir.

Tablo 7: Mart 2019-Mart 2020 Yanıt ve Bahsetme Durumu

Tarih	Twitter Hesabı	Yanıt Sayısı Oranı	Bahsetme Oranı	Etkileşim Durumu
Mart 2019 Mart 2020	Türk Kızılay International	0,23	0,17	Düşük
	American Red Cross	0,33	0,44	Düşük
	British Red Cross	0,40	0,75	Yüksek
	German Red Cross	0,02	0,26	Düşük
	Canadian Red Cross	0,24	0,40	Düşük

Çalışmada Tablo 7'deki verilerden yola çıkarak "Türk Kızılay International", "American Red Cross", "British Red Cross", "German Red Cross Worldwide" ve "Canadian Red Cross" adlı Twitter hesaplarının kullanıcılarla diyalog temelli etkileşime girip girmedikleri analiz edildiğinde British Red Cross hariç diğer hesapların paylaştıkları tweetlere oranla yanıt alma ya da hakkında "bahsedilme, anma" (mention) bakımında düşük bir orana sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu açıdan H1: "Uluslararası insani diplomasinin ana aktörleri olan Türk Kızılay International, American Red Cross, British Red Cross, German Red Cross Worldwide ve Canadian Red Cross sosyal ağlarda kullanıcılarla diyalog temelli etkileşime dayalı bir insani diplomasi gerçekleştirmektedir." hipotezi British Red Cross'un etkileşim oranı yüksek çıksa da Türk Kızılay International, American Red Cross, German Red Cross Worldwide ve Canadian Red Cross tweet başına etkileşim durumu 0,50'nin altında kalıp yorum ve bahsetmeye dayalı etkileşim oranı düşük olarak saptandığı için H1 doğrulanamamaktadır.

Çalışmada elde edilen etkileşim oranı bulgularının kurumların sosyal ağların kullanımında yeterli olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla çoklu sosyal medya performans ölçekleri hazırlanmıştır. Böylece çalışmada Hipotez 2'nin test edilmesi amacıyla elde edilen etkileşim oranı bulguları, hazırlanan ölçekler bağlamında analiz edilmiştir.

Tablo 8: Sosyal Medya Performans Ölçeği 1

Çok Düşük	Düşük	Orta	Yüksek	Çok Yüksek
≤0,020	≤0,046	0,046-0,055	0,056-0,3	> 0,3

Sosyal Medya Performans Ölçeği 1'in ölçek metriklerinin belirlenmesinde Tablo 8'de yer alan 2018, 2019 ve 2020 yılında Rival IQ tarafından gerçekleştirilen sosyal medya etkileşim raporlarındaki tüm sektörlerin ortalama etkileşim oranı

temel alınmıştır. Rival IQ, 2012 yılında kurulmuş web ve sosyal medya analiz aracıdır.⁴

Tablo 9: Rival IQ Twitter Ortalama Etkileşim Oranları
(Rival IQ 2018; Rival IQ 2019; Rival IQ 2020)

Rivalıq Twitter Ortalama Etkileşim Oranları		
Yıl	Kapsam	Etkileşim Oranı
2018	Tüm Sektörler	0,046
2019	Tüm Sektörler	0,048
2020	Tüm Sektörler	0,045
	Aritmetik Ortalama	0,046333333
	Standart Sapma	0,001247219

Tablo 9’da görüldüğü gibi 2018, 2019 ve 2020 yıllarında Twitter’daki tüm sektörlerin ortalama etkileşim oranı 0,046 bu üç etkileşim oranının standart sapması ise 0,001 olarak tespit edilmiştir. Bu sebeple 0,046 ölçek 1 için orta performans değeri olarak belirlenmiştir. 0,046’dan daha az bir etkileşim oranı düşük olarak kabul edilmiş, 0,046 ile 0,055 arası orta, 0,055 ile 0,3 arası yüksek ve 0,3 üstü çok yüksek olarak nitelendirilmiştir. Ölçek 1 içerisinde 0,055 üstünün yüksek performans olarak değerlendirilmesinin nedeni aynı raporlara göre kâr amacı gütmeyen kuruluşların ortalama etkileşim oranının bu şekilde belirtilmesidir. Ayrıca yüksek ve üstü etkileşim oranlarının kabul değerlerinin belirlenmesinde Twitter etkileşim oranı ile ilgili yapılmış diğer araştırmalardan da faydalanılmıştır (Contentcal, 2020).

Tablo 10: Ölçek 1 Performans Sonuçları

Hesap	Etkileşim Oranı	Sonuç
German Red Cross	0,628	Çok Yüksek
Türk Kızılay International	0,127	Yüksek
British Red Cross	0,022	Düşük
Canadian Red Cross	0,028	Düşük
American Red Cross	0,005	Çok Düşük

Tablo 10’daki Ölçek 1 Performans Sonuçları’na göre karşılaştırmalı olarak “Türk Kızılay International”, “American Red Cross”, “British Red Cross”, “German Red Cross Worldwide” ve “Canadian Red Cross” hesaplarının Mart 2018-Mart 2020 dönemi etkileşim sonuçları değerlendirildiğinde German Red Cross hesabı 0,628’lik bir etkileşim oranı ile çok yüksek, Türk Kızılay International 0,127’lik etki-

4 Bkz.: <https://www.rivaliq.com/>

leşim oranı ile yüksek, British Red Cross 0,022'lik bir etkileşim oranı ile düşük, Canadian Red Cross 0,28'lik bir etkileşim oranıyla düşük ve American Red Cross ise 0,005'lik bir etkileşim oranıyla çok düşük bir etkileşim oranına sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu açıdan H2: "Uluslararası insani diplomasinin ana aktörleri olan "Türk Kızılay International", "American Red Cross", "British Red Cross", "German Red Cross Worldwide" ve "Canadian Red Cross" kurumları insani diplomasi faaliyetleri ile ortaya çıkan yumuşak güç kapasitelerini sosyal ağlarda yeterince kullanamamaktadır" hipotezi British Red Cross, Canadian Red Cross ve Amerikan Red Cross hesaplarının genel etkileşim oranları 0,046'nun altında kalıp genel etkileşim oranları düşük ve çok düşük olarak saptandığı için H2 doğrulanmaktadır.

Tablo 11: Sosyal Medya Performans Ölçeği 2

Çok Düşük	Düşük	Orta	Yüksek	Çok Yüksek
$\leq 0,020$	$< 0,060$	0,060-0,071	0,072-0,3	$> 0,3$

Sosyal Medya Performans Ölçeği 2'nin ölçek metriklerinin belirlenmesinde Tablo 11'de yer alan 2018, 2019 ve 2020 yılında Rival IQ tarafından gerçekleştirilen sosyal medya etkileşim raporlarındaki kâr amacı gütmeyen kurumların Twitter hesaplarının ortalama etkileşim oranı temel alınmıştır (Rival IQ 2018; Rival IQ 2019; Rival IQ 2020).

Tablo 12: Rival IQ Twitter Ortalama Etkileşim Oranları

Rivaliq Twitter Ortalama Etkileşim Oranları		
Yıl	Kapsam	Etkileşim Oranı
2018	Kar Amacı Gütmeyen Kurumlar	0,055
2019	Kar Amacı Gütmeyen Kurumlar	0,062
2020	Kar Amacı Gütmeyen Kurumlar	0,063
	Aritmetik Ortalama	0,060
	Standart Sapma	0,003559026

Tablo 12'de görüldüğü gibi 2018, 2019 ve 2020 yıllarında Twitter'daki kar amacı gütmeyen kurumların ortama etkileşim oranı 0,060, bu üç etkileşim oranının standart sapması ise 0,003 olarak tespit edilmiştir. Bu sebeple 0,060 Ölçek 2 için orta performans değeri olarak belirlenmiştir. 0,060'dan daha az bir etkileşim oranı düşük olarak kabul edilmiş, 0,060 ile 0,071 arası orta, 0,071-0,3 arası yüksek, 0,3 üstü çok yüksek olarak nitelendirilmiştir. 0,060 ve üzerinin yüksek etkileşim olarak değerlendirilmesinin nedeni aynı raporlara göre kâr amacı gütmeyen kuruluşların aritmetik ortalamasının bu şekilde belirtilmesidir. Yüksek ve üstü etkileşim oranlarının kabul değerlerinin belirlenmesinde Twitter etkileşim oranı ile ilgili yapılmış diğer araştırmalar da örnek alınmıştır (Contentcal, 2020).

Tablo 13: Ölçek 2 Performans Sonuçları

Hesap	Etkileşim Oranı	Sonuç
German Red Cross	0,628	Çok Yüksek
Türk Kızılay	0,127	Yüksek
British Red Cross	0,022	Düşük
Canadian Red Cross	0,028	Düşük
American Red Cross	0,005	Çok Düşük

Çalışmada Hipotez 2'nin doğru bir şekilde sınanabilmesi için daha önce belirtildiği gibi iki ölçeğe göre değerlendirilmiştir. Bu bakımdan Tablo 13'teki Ölçek 2'ye göre karşılaştırmalı olarak "Türk Kızılay International", "American Red Cross", "British Red Cross", "German Red Cross Worldwide" ve "Canadian Red Cross" hesaplarının etkileşim oranları değerlendirildiğinde German Red Cross hesabı 0,628'lik bir etkileşim oranı ile çok yüksek, Türk Kızılay International 0,127'lik etkileşim oranı ile yüksek, British Red Cross 0,022'lik bir etkileşim oranı ile düşük, Canadian Red Cross 0,28'lik bir etkileşim oranıyla düşük ve American Red Cross ise 0,005'lik bir etkileşim oranıyla çok düşük bir etkileşim oranına sahip olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada Ölçek 2 açısından da H2: "Uluslararası insani diplomasinin ana aktörleri olan "Türk Kızılay International", "American Red Cross", "British Red Cross", "German Red Cross Worldwide" ve "Canadian Red Cross" kurumları insani diplomasi faaliyetleri ile ortaya çıkan yumuşak güç kapasitelerini sosyal ağlarda yeterince kullanamamaktadır" hipotezi British Red Cross, Canadian Red Cross ve American Red Cross hesaplarının genel etkileşim oranları 0,060'ın altında kalıp genel etkileşim oranları düşük ve çok düşük olarak saptandığı için H2 yine doğrulanmaktadır.

Tartışma ve Sonuç

Dünya üzerinde insani kriz ve sorunlar giderek artmakta, bu krizlerin büyük bir kısmı kompleks insani kriz olarak tanımlanan insan yaşamını siyasi, ekonomik, sosyal ya da sağlık açısından tehdit eden karmaşık krizlerdir. Tek nedenli ya da tek sonuçlu bir özelliğe sahip olmayan bu karmaşık insani krizlerin çözümü için de tarafların hepsini sürece dahil eden çok boyutlu bir yaklaşım gerekmektedir. Bu noktada devletlerarası geleneksel diplomasi kanallarının yanında krizlerin kalıcı olarak çözülebilmesi için önemli bir potansiyel taşıyan yeni kamu diplomasisi uygulama alanı olarak insani diplomasi çalışmalarına yönelmek gerekmektedir.

Günümüzde insani diplomasi çalışmaları diyalog ve ilişki inşa etme temelinde çok boyutlu stratejik bir perspektifle ele alınmalıdır. İnsani diplomasi faaliyetlerinin tüm boyutlarıyla başarılı olabilmesinin yegâne yolu ise tüm iletişim kanallarının etkili bir şekilde kullanılmasından geçmektedir. Dolayısıyla insani krizlerin çözümü ve barışın tesis edilmesinde, yardım ve bağışların toplanılması, krizle ilgili

farkındalık oluşturulması, gönüllüler arasında iş birliği ve dayanışmanın arttırılması ile iletişim kanallarının kar topu etkisiyle barış için pozitif bir "baskı aracına" dönüştürülmesi için dijital iletişim kanalları da etkili bir şekilde kullanılmalıdır. Bu sebeple uluslararası insani diplomasi aktörleri de sosyal ağlarda hedef kamuoyu ve halklar ile doğrudan diyalog odaklı etkileşime geçmeleri gerekmektedir.

Çalışmada krizlerin çözümünde önemli birer role sahip Uluslararası Kızılay ve Kızılhaç Federasyonu'na (IFRC) bağlı "Türk Kızılay International (TKI)", "American Red Cross (ARC)", "British Red Cross (BRC)", "German Red Cross Worldwide (GRC)" ve "Canadian Red Cross (CRC)" kurumlarının Twitter hesapları örnekleminde sosyal medyayı insani diplomasi açısından hedef kullanıcılarla diyalog kurma ve etkileşime geçmeye yönelik veyahut etkileşim oranı açısından ne düzeyde kullanılıp kullanılmadığının ortaya konulması amaçlanmıştır. Çalışmada öncelikle küresel sistemdeki dönüşüm ve krizlere eşlik eden kamu diplomasisi, yumuşak güç ve insani diplomasi kavramları, aktör ve uygulamaları ele alınmış, özellikle krizin tarafları, uluslararası kamuoyu ve yabancı halklar nezdinde krize ilişkin iletişim yönetimi için gerekli olan sosyal ağların rolüne değinilmiştir.

Çalışmanın araştırma bölümünde ise insani diplomaside sosyal ağların diyalog ve etkileşime dayalı olarak hangi düzeyde kullanılıp kullanılmadığının incelenmesi amacıyla "Türk Kızılay International (TKI)", "American Red Cross (ARC)", "British Red Cross (BRC)", "German Red Cross Worldwide (GRC)" ve "Canadian Red Cross (CRC)" kurumlarının Twitter hesaplarında öncelikle kullanıcılarla ne düzeyde diyalog temelli etkileşime girip girmediğinin ortaya konulması Türk Kızılay International, American Red Cross, British Red Cross, German Red Cross Worldwide ve Canadian Red Cross adlı Twitter hesaplarının kullanıcılarla diyalog temelli etkileşime girip girmedikleri analiz edildiğinde British Red Cross hariç diğer hesapların paylaştıkları tweetlere oranla yanıt alma ya da hakkında "bahsedilme, anma" (mention) bakımında düşük bir orana sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu açıdan H1: "Uluslararası insani diplomasinin ana aktörleri olan Türk Kızılay International, American Red Cross, British Red Cross, German Red Cross Worldwide ve Canadian Red Cross sosyal ağlarda kullanıcılarla diyalog temelli etkileşime dayalı bir insani diplomasi gerçekleştirmektedir." hipotezi British Red Cross'un etkileşim oranı yüksek çıksa da Türk Kızılay International, American Red Cross, German Red Cross Worldwide ve Canadian Red Cross'un tweet başına etkileşim durumu 0,50'nin altında kalıp yorum ve bahsetmeye dayalı etkileşim oranı düşük olarak saptandığı için H1 doğrulanmamıştır.

Çalışmanın devamında Türk Kızılay International, American Red Cross, German Red Cross Worldwide ve Canadian Red Cross hesaplarının sosyal ağları yeterli düzeyde kullanılıp kullanılmadığının tespit edilmesi amacıyla etkileşim oranları analiz edilmiştir. Araştırmada elde edilen etkileşim oranlarının yeterli olup olmadığına ortaya konulması için 2018, 2019 ve 2020 yıllarında gerçekleştirilen sosyal medya araştırmalarından faydalanarak 2 adet sosyal medya ölçeği hazırlanmıştır. Bu bakımdan Sosyal Medya Ölçeği 1'e göre H2: "Uluslararası insani diplomasinin

ana aktörleri olan "Türk Kızılay International (TKI)", "American Red Cross (ARC)", "British Red Cross (BRC)", "German Red Cross Worldwide (GRC)" ve "Canadian Red Cross (CRC)" kurumları insani diplomasi faaliyetleri ile ortaya çıkan yumuşak güç kapasitelerini sosyal ağlarda yeterince kullanamamaktadır" hipotezi British Red Cross, Canadian Red Cross ve American Red Cross hesaplarının genel etkileşim oranları 0,046'nun altında kalıp genel etkileşim oranları düşük ve çok düşük olarak saptandığı için H2 doğrulanmıştır. Yine hazırlanan Sosyal Medya Ölçeği 2'e göre de British Red Cross, Canadian Red Cross ve American Red Cross hesaplarının genel etkileşim oranları 0,060'ın altında kalıp genel etkileşim oranları düşük ve çok düşük olarak saptandığı için H2 yine doğrulanmıştır.

Çalışmanın sonunda uluslararası diplomasinin ana aktörlerinin büyük bir kısmının sosyal ağları kullanırken hedef kullanıcılarla diyalog temelli bir etkileşime girmedikleri tespit edilmiştir. Yine insani diplomasi aktörlerinin çoğunluğunun niceliksel açıdan çok fazla gönderi paylaşımı yapmasına karşın etkileşim oranlarının düşük olduğu görülmüştür. Bu durum kullanıcılarla kurulan ilişki ve bağın kuvvetli olmadığını göstermektedir. Bu sebeple uluslararası insani diplomasi aktörleri kendi belirledikleri sosyal medya amaç, hedef ve stratejilerine göre kullanıcılarla diyalog kurarak etkileşime girmelidir. Öte yandan altını çizmek gerekir ki insani diplomaside sosyal medyanın stratejik kullanımı, insani krizleri tek başına çözmek için yeterli değildir. Ancak tamamen "gerçek dünyanın" problemi olan insani krizlerin Baudrillard'ın (1988) kavramsallaştırdığı gibi hiper-gerçeklik üretim alanı olan sosyal medyada da güçlü bir şekilde belirtilmesi ve insani krizlere neden olan, gerçekliği simüle eden krizin aktör/faktörlerine karşı, dünyanın gerçek krizleriyle ilgili, sosyal medyada etkili bir stratejik bir iletişim yürütmek, çatışan taraflar üzerinde kamuoyu baskısının oluşturulması, kriz ile ilgili yardım çağrısında bulunulması, yardım faaliyetlerinin koordinasyonu, erişim ve görünürlüğün artırılması, farkındalık temelli gönüllüler arasında iş birliği ve dayanışmanın geliştirilmesi açısından krizin tarafları ve kurbanları için erişilebilir bir çözüm potansiyeli taşımaktadır.

Kaynakça

İnsamer (2019). Ayşe Aktaş, İnsani Diplomasi Kavramına Genel Bir Giriş Denemesi (III), Erişim 12 Kasım 2019, https://insamer.com/tr/insani-diplomasi-kavramina-genel-bir-giris-denemesi-iii_46.html

Binark, M. (2014). Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Boomsocial. (2020). Erişim 12 Kasım 2020, <https://www.boomsocial.com/>

Boomsocial. (2020). Social Brands. Erişim 12 Kasım 2020, <https://www.boomsocial.com/social-brands>

Chirumalla, K., Oghazi, P., & Parida, V. (2018). Social Media Engagement Strategy: Investigation of Marketing And R&D Interfaces in Manufacturing Industry. *Industrial Marketing Management*, 74, 138-149.

Contentcal. (2020). What is a Good Social Media Engagement Rate?. Erişim 13 Kasım 2020,

<https://www.contentcal.io/blog/what-is-a-good-social-media-engagement-rate/>

Çınarlı, İ. (2009). Stratejik İletişim Yönetimi. İstanbul: Beta Basım Yayım.

Faruk, S. (2012). Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi. İstanbul: Der Yayınları.

Foreign Affairs. (2019). What Putin Really Wants in Syria. Erişim 11 Kasım 2020, <https://foreignpolicy.com/2019/02/01/what-putin-really-wants-in-syria-russia-as-sad-strategy-kremlin/>

Foreign Affairs. (2020). Time to Recommit to Syria. Erişim 11 Kasım 2020, <https://foreignpolicy.com/2019/02/01/what-putin-really-wants-in-syria-russia-as-sad-strategy-kremlin/>

Global Humanitarian Assistance Report. (2020). Erişim 10 Ekim 2020,

<https://devinit.org/resources/global-humanitarian-assistance-report-2020/#downloads>

Global Humanitarian Assistance Report. (2019). Erişim 10 Eylül 2019, <http://devinit.org/wp-content/uploads/2019/09/GHA-report-2019.pdf>

Heywood, A. (2013). Küresel Siyaset. (N. Uslu ve H. Özdemir, Çev.). İstanbul: Adres Yayınları.

Huntington, S. P. (2000). The clash of civilizations?. Culture and politics içinde (99-118). Palgrave Macmillan, New York.

IFRC. (2009). Humanitarian Diplomacy Policy. Erişim 3 Kasım 2020,

<https://www.ifrc.org/en/what-we-do/humanitarian-diplomacy/humanitarian-diplomacy-policy/#:~:text=Humanitarian%20diplomacy%20is%20persuading%20decision,respect%20for%20fundamental%20humanitarian%20principles>

IFRC. (2020). Complex/Manmade Hazards: Complex Emergencies, Erişim 2 Eylül 2020,

<https://www.ifrc.org/en/what-we-do/disaster-management/about-disasters/definition-of-hazard/complex-emergencies/>

Baudrillard, J. (1988). The hyper-realism of simulation. Jean Baudrillard: selected writings, 143-147.

Kaplan, M. A. (1957). Balance of power, bipolarity and other models of international systems. The American Political Science Review, 51(3), 684-695.

Melissen, J. (2005a). The new public diplomacy: Between theory and practice. In The new public diplomacy (pp. 3-27). Palgrave Macmillan, London.

Melissen, J. (2005b). Wielding soft power: the new public diplomacy (p. 4). Netherlands: Netherlands Institute of International Relations, Clingendael.

Melissen, J. (2011). Beyond the new public diplomacy. Hollanda: Netherlands Institute of International Relations' Clingendael'.

Nonprofit Tech for Good. (2019). Global NGOs Technology Report. Erişim 17 Kasım 2020

<https://funraise.org/techreport>

OCHA. (2020). Global Humanitarian Overview. Erişim 3 Mart 2020, https://www.unocha.org/sites/unocha/files/GHO-2020_v9.1.pdf

Oberlo. (2020). 10 Twitter Statistics Every Marketer Should Know In 2020. Erişim 9 Kasım 2020, <https://www.oberlo.com/blog/twitterstatistics#:~:text=Here's%20a%20summary%20of%20the,are%20between%2035%20and%2065>

Pamment, J. (2013). New public diplomacy in the 21st century: A Comparative Study of Policy and Practice. Routledge.

Potter, E. (2003). Canada and the new public diplomacy. *International Journal*, 58(1), 43-64.

Rival IQ. (2018). 2018 Social Media Industry Benchmark Report. Erişim 02 Nisan 2020 <https://www.rivaliq.com/blog/2018-social-media-industry-benchmark-report/>

Rival IQ. (2019). 2019 Social Media Industry Benchmark Report. <https://www.rivaliq.com/blog/2019-social-media-benchmark-report/>, Erişim Tarihi: 02.04.2020.

Rival IQ. (2020). 2020 Social Media Industry Benchmark Report. Erişim 02 Nisan 2020 <https://www.rivaliq.com/blog/social-media-industry-benchmark-report/>

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

Smith, H. A., & Minear, L. (2007). *Humanitarian Diplomacy: Practitioners and their craft*. United Nations University Press.

Statista. (2020). Most popular social networks worldwide as of October 2020, ranked by number of active users, <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>, Erişim Tarihi: 9.11.2020.

Szondi, G. (2008). Central and Eastern European public diplomacy: A transitional perspective on national reputation management. In *Routledge handbook of public diplomacy* (pp. 312-333). Routledge.

Smith, B. G., & Gallicano, T. D. (2015). Terms of engagement: Analyzing public engagement with organizations through social media. *Computers in Human Behavior*, 53, 82-90.

Sociality. 2020. Social Media Management Platform. Erişim 12 Kasım 2020, <https://sociality.io/>

Tuch, H. N. (1990). *Communicating with the world: US public diplomacy overse-*

as. New York: St. Martin's Press.

The International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies. (2019). Humanitarian diplomacy policy. Erişim 3 Ocak 2020, <http://www.ifrc.org/en/what-we-do/humanitarian-diplomacy/humanitarian-diplomacy-policy/>

Twitter. (2020). Hakkında. Erişim 9 Kasım 2020, <https://about.twitter.com/tr.html>

Twitter. (2020). MFA Russia. Erişim 10 Nisan 2020, https://twitter.com/mfa_russia?lang=tr

Twitter. (2020). IFRC Twitter Account. <https://twitter.com/ifrc/status/1265986211409276935>

Twitter. (2020). GET statuses/user_timeline. Erişim 13 Kasım 2020, https://developer.twitter.com/en/docs/twitter-api/v1/tweets/timelines/api-reference/get-statuses-user_timeline

Twitter. (2020). Twitter'daki Sohbetler Hakkında. Erişim 13 Kasım 2020. <https://help.twitter.com/tr/using-twitter/twitter-conversations>

Twitonomy. (2020). Home. Erişim 12 Kasım 2020, <https://www.twitonomy.com/auth.php>

Twitter. (2020). Hakkında. Erişim 15 Ekim 2020, <https://about.twitter.com/tr.html>

Twitter. 2020. Yanıtlar ve Bahsedenler Hakkında, Erişim 13 Kasım 2020, <https://help.twitter.com/tr/using-twitter/mentions-and-replies>

We Are Social. (2020). Digital 2020 October Global Statshot Report. Erişim 13 Kasım 2020,

<https://wearesocial.com/blog/2020/10/social-media-users-pass-the-4-billion-mark-as-global-adoption-soars>

We Are Social. (2020). Digital 2020 USA. Erişim 13 Kasım 2020,

<https://datareportal.com/reports/digital-2020-united-states-of-america>

We Are Social. (2020). Digital 2020 UK. Erişim 13 Kasım 2020,

<https://wearesocial.com/uk/blog/2020/02/digital-2020-the-uk-what-you-need-to-know>

We Are Social. (2020). Digital 2020 Germany. Erişim 13 Kasım 2020,

<https://datareportal.com/reports/digital-2020-germany>

We Are Social. (2020). Digital 2020 Turkey. Erişim 13 Kasım 2020,

<https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey>

We Are Social. (2020). Digital 2020 Palestine. Erişim 13 Kasım 2020,

<https://datareportal.com/reports/digital-2020-palestine>

We Are Social. (2020). Digital 2020 Iraq. EriŖim 13 Kasım 2020,
<https://datareportal.com/reports/digital-2020-iraq>

We Are Social. (2020). Digital 2020 Turkey. EriŖim 13 Kasım 2020,
<https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey>

Dijital Diplomaside Instagram Aracılığıyla Sosyal Medya Fenomenlerinin Kullanımı: Troya Ören Yeri Örneği

İlgar Seyidov

Dr. Öğr. Üyesi

ilgar.seyidov@atilim.edu.tr

Atılım Üniversitesi İşletme Fakültesi

Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü

ORCID: 0000-0001-8420-1413

Beris Artan Özoran

Dr. Öğr. Üyesi

bartan@ankara.edu.tr

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

ORCID: 0000-0002-1814-4323

Abstract

Use of Influencers via Instagram in Digital Diplomacy: Case Study Analysis of Troya Ruins

After the Cold War, while the concept of "hard power" lost its influence, a new concept called "soft power" in the field emerged, and this new concept has been discussed in various studies since 1990. The soft power concept represents a diplomacy process that is carried out without applying oppressive and coercive power and restrictions. Another concept that emerged within the framework of soft power was public diplomacy. Public diplomacy aims to create a positive image and to gain trust by influencing the public with different fields such as culture, tourism, music, language, food, education. Technological developments, the internet and developing network systems, new media tools have reshaped public diplomacy practices and created the concept of "digital diplomacy". Digital diplomacy focuses on the use of different digital platforms and social networking sites for more effective and interactive public diplomacy

activities. One of these effective tools is the photo/video sharing platform Instagram. Within the scope of this study, the understanding of digital diplomacy is discussed through Instagram. As a research object, the Instagram accounts of five social media influencers who were invited to Çanakkale by the Ministry of Tourism and Culture, due to the 20th anniversary of Troy Ruins being included in the World Cultural Heritage list in 2018, were chosen. As the research, a descriptive case study was conducted. The findings showed that while the interactive potential of Instagram was not used sufficiently, the use of emotion and visual cultural elements in terms of digital diplomacy was used effectively.

keywords: Digital diplomacy, Instagram, Troya Ruins, social media influencers, case study

Résumé

Utilisation d'influenceurs via Instagram dans la diplomatie numérique : étude de cas sur les ruines de Troya

Après la guerre froide, le concept de « puissance dure » a perdu de son influence, un nouveau concept dans le domaine de la diplomatie, le « puissance douce », a émergé et fait l'objet de diverses études depuis 1990. Le concept décrit essentiellement un processus de diplomatie mené sans appliquer de pouvoir et de restrictions oppressifs et coercitifs. Un autre concept qui a émergé dans le cadre du concept de puissance douce est la diplomatie publique. La diplomatie publique vise à créer une image positive et à gagner la confiance en influençant l'autre public dans différents domaines tels que la culture, le tourisme, la musique, la langue, la nourriture et l'éducation. Les développements technologiques, l'Internet et le développement du système de réseau, les nouveaux outils médiatiques ont remodelé les pratiques de la diplomatie publique et créé le concept de « diplomatie numérique ». La diplomatie numérique se concentre sur l'utilisation de différentes plateformes numériques et sites de réseaux sociaux pour mener des activités de diplomatie publique plus efficaces et interactives. L'un de ces outils efficaces est le site de partage de photos / vidéos Instagram. Dans le cadre de cette étude, la compréhension de la diplomatie numérique est discutée sur Instagram. Ce sont les comptes Instagram de 5 phénomènes de médias sociaux invités à Çanakkale par Le Ministère du Tourisme et de la Culture en raison du 20e anniversaire de l'inscription des ruines de Troya sur la liste du patrimoine culturel mondial en 2018 font l'objet de recherche. L'étude de cas descriptive a été choisie comme technique de recherche. Les résultats ont montré que le potentiel interactif d'Instagram n'était pas suffisamment utilisé, mais que les éléments culturels émotionnels et visuels en termes de diplomatie numérique étaient utilisés efficacement.

mots-clés: Diplomatie numérique, Instagram, ruines de Troya, phénomènes des médias sociaux, étude de cas

Öz

Soğuk Savaş sonrası “sert güç” kavramının etkisini kaybetmesiyle, diplomasi alanında yeni bir kavram olan “yumuşak güç” ortaya çıkmış ve 1990 yılında itibaren çeşitli araştırmalarla tartışılmıştır. Yumuşak güç anlayışı temelde baskıcı ve zorlayıcı güç, kısıtlama uygulamadan yürütülen bir diplomasi sürecini betimlemektedir. Yumuşak güç anlayışı çerçevesinde ortaya çıkan diğer bir kavram ise kamu diplomasisi olmuştur. Kamu diplomasisi, karşı kamuyu kültür, turizm, müzik, dil, yemek, eğitim gibi farklı alanlarla etkileyerek olumlu bir imaj oluşturma ve güven kazanma amacını içermektedir. Teknolojik gelişmeler, internet ve gelişen ağ sistemi, yeni medya araçları kamu diplomasisi uygulamalarını da yeniden şekillendirerek, “dijital diplomasi” kavramını ortaya çıkarmıştır. Dijital diplomasi, kamu diplomasisi faaliyetlerinin daha etkili, interaktif ve etkileşimli yürütülmesi için farklı dijital platformlar ve sosyal ağ sitelerinin kullanımına odaklanmaktadır. Bu etkili araçlardan biri de fotoğraf/video paylaşım sitesi Instagram’dır. Bu çalışma kapsamında dijital diplomasi anlayışı Instagram üzerinden ele alınmaktadır. Instagram’ın dijital diplomasi aracı olarak kullanılması “Troya Ören Yeri” örnek olayı çerçevesinde betimsel örnek olay tekniği ile incelenmiştir. 2018 yılında Troya yılı kapsamında Troya Ören Yeri’nin UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi’ne alınmasının 20’ci yılı nedeniyle Turizm ve Kültür Bakanlığı tarafından Instagram üzerinden beş sosyal medya fenomeni bölgeye davet edilmiş ve sosyal medya fenomenleri Türkiye’nin tanıtımı için Instagram üzerinden paylaşımlar gerçekleştirmiştir. Bulgular, Instagram’ın etkileşimli potansiyeline karşın genel olarak yeterince yönetilemediğini ortaya koyarken, sosyal medya fenomenlerinin ağırlıklı olarak tarihi ve turistik bilgiler paylaştığını göstermiştir.

anahtar kelimeler: Dijital diplomasi, Instagram, Troya Ören Yeri, sosyal medya fenomenleri, örnek olay incelemesi

Giriş

Soğuk Savaş ve sonrasında uluslararası ilişkiler alanında yeni bir diplomasi anlayışı olarak- “yumuşak güç” kavramı tartışılmaya başlanmıştır. Uzun yıllardır kullanılan, askeri müdahale ve baskıcı stratejiler gibi özellikleri barındıran “sert güç” artık gelişmekte olan iletişim sistemi ve teknolojileri ile birlikte önemini kaybetmeye başlayarak yerini iletişimsel pratikleri içeren bir anlayışa bırakmıştır. Kamu diplomasisinin önemli bir parçası haline gelen yumuşak güç, 2000’li yıllarla ortaya çıkan dijital medya teknolojileri ile birlikte etkileşimsel boyut kazanarak tarih ve kültür, eğitim, turizm, müzik gibi alanları kullanarak yeni bir boyut kazanmıştır.

Diplomasi, uluslararası ilişkilerin “makine dairesi” olarak tanımlanabilir (Adesina, 2017, s.2). Kavram etimolojik olarak Eski Yunanca bir terim olan ve “ikiye katlamak” anlamına gelen “diploma” sözcüğünden gelmektedir. Bu şekilde anlamlandırılmasının nedeni ise diplomanın Eski Yunan’da ve Roma İmparatorluğu’nda resmi ve yabancı topluluklarla ilişkilere yönelik bilgileri içeren belgelerin katlanmış biçimde korunması ve arşivlenmesi ile ilgilidir. 1976 yılında Edmund Burke tarafından uluslararası ilişkiler alanı çerçevesinde tanımlanana kadar, diplomasi arşiv alanı içinde değerlendirilmiştir. Edmund Burke diplomasiyi uluslararası ilişkilerin yürütülmesi ya da yönetilmesi şeklinde tanımlamıştır. (Köse, 2017, s.2349). Soğuk Savaş sonrasında diplomasi kavramı, farklı şekillerde ancak benzer içeriklerle tanımlanmıştır. Örneğin, Bull’a (1997) göre diplomasi, uluslararası düzeyde devlet kurumlarının resmi temsilcilerinin barışçıl yollara başvurarak yürüttüğü davranışlar bütünüdür. Watson (1984) ise diplomasiyi resmi olarak bağımsızlığı tanınan siyasi varlıklar arasındaki müzakere süreci olarak tanımlamıştır. 2000’li yıllarla birlikte “yumuşak güç” anlayışına dayalı “kamu diplomasisi” kavramı popüler hale gelmiş ve uluslararası arenada yaygın şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Kamu diplomasisi, ulusların diğer ülkelerin kamularında olumlu imaj/algı oluşturma ve desteğini kazanma amacıyla yürüttüğü çabaları kapsamaktadır. Bu anlamda “yumuşak gücün” etki alanını artıran en önemli araç ise internet ve dijital uygulamalardır (Harris, 2013, s.18).

Yumuşak güç kavramı, ilk kez 1990 yılında Joseph S. Nye tarafından kullanılmıştır. Nye’a (2004, s.256) göre yumuşak güç, baskı ve zorlayıcı güç kullanılmadan istenilen hedefe ya da amaca ulaşmayı ifade etmektedir. Zıt anlamlısı olan “sert güç” ise ekonomik veya askeri gücün diplomatik amaçlar için kullanılması anlamına gelmektedir. Özellikle “güç” sorunsalına odaklanan Nye (2009, s.160), kavramı başkalarının davranışlarını değiştirmeye yönelik bir etki süreci olarak yorumlamaktadır. Bu anlamda üç temel yoldan bahsetmektedir: baskı, finansal güç ve ilgi çekme (cazibe). Sert güce dayalı diplomasi, baskı ve finansal gücü -ekonomik olarak karşı tarafı kendinde bağımlı hale getirme- aktif olarak kullanırken, yumuşak güç odaklı kamu diplomasisi, çeşitli etkileşimsel araçlarla karşı tarafın ilgisini çekerek etkilemeye çalışmaktadır.

Yumuşak güçte temel amaç, alıcı ülkedeki kamulara olumlu mesajlar ileterek etki yaratmaktır. Bu nedenle yumuşak gücün başarılı olması için gönderilen mesajın kaynağı, içeriği ve alıcı tarafın algısı önemli etkenlerdir (Çavuş, 2012, s.26). Diğer taraftan yumuşak güce sahip olmak yumuşak gücü tam anlamıyla kullanabilmek anlamına gelmemektedir. İster sert ister yumuşak güç olsun temelde üç koşulun sağlanması gerekmektedir: (i) devletlerin diğer aktörleri etkileyebilmesi için yeterli kadar imkân ve varlığa sahip olması; (ii) aktörlerin bu güce sahip olma bilinçleri ve (iii) diğer aktörlerin bu gücün farkına varması. Diğer bir ifadeyle, güç oluşturma davranışsal olarak tanımlansa da etkileşimsel olarak uygulanmaktadır (Yapıcı, 2015, s.9). Bir devletin tarihi ve kültürü yumuşak güç için kullanılabilir en önemli kaynaklardır. Örneğin, ABD ve Çin yumuşak güç anlamında ticari gücü etkili şekilde kullanmaktadır. Japonya, kültürel göstergeler üzerine odaklanarak kendine özgü müzik ve çizgi filmlerini, video oyunları ve gastronomiyi öne çıkarmaktadır (Heng, 2010, ss.277-288). Almanya başarılı bir spor diplomasisi tercih ederken, Katar ise turizm, markalaşma ve ticaret gibi farklı yumuşak güç unsurlarına odaklanmıştır (Grix ve Brannagan, 2016, ss.263-267). Rusya, "olumlu bir ülke imajı" oluşturmak amacıyla "yüksek kültür" anlayışını benimseyerek çeşitli sanat etkinliklerini hem eski Sovyet bölgesinde hem de uluslararası arenada etkin şekilde kullanmıştır (Sergunin ve Karabeshkin, 2015, ss.353-355). Türkiye de yumuşak gücün önemini anlayan ve bu konuda stratejiler geliştiren ülkelerden biridir. Türkiye'nin uyguladığı yumuşak güç kaynakları arasında diziler, kültürel ve turistik gezi programları, eğitim, insani yardımlar ve benzeri öğeler önemli yere sahiptir (Çavuş, 2012, s.29; Sancar, 2016, s.17). Bu uygulamaların gerçekleşmesinde ise dijital medya etkin bir rol oynamaktadır. İnternet ve dijital teknolojilere bağlı olarak gerçekleştirilen kamu diplomasisi süreçleri ise dijital diplomasi anlayışı çerçevesinde ele alınmaktadır.

Bu çalışmada Instagram'ın dijital diplomasi aracı olarak işlevi tartışılmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın örneklemini Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın desteğiyle 2018 yılında yedi sosyal medya fenomeninin davetiyle gerçekleştirilen Troya Ören Yeri'nin tanıtımı oluşturmaktadır. Çalışmanın amacı dijital medya platformu olan Instagram'ın aynı zaman bir diplomasi aracı olarak nasıl kullanıldığını seçilen örneklem üzerinden incelemektir. Dijital diplomasi uygulamalarına yönelik farklı çalışmalar (Korkmaz ve Büyük, 2019; Çömlekçi, 2019; Tuncer, 2020; Özlü ve Alan, 2020) yapılmış olsa da temelde Twitter ve Facebook'un etkisi ve önemi vurgulanmıştır. Türkçe literatür incelendiğinde Instagram ve diplomasi ilişkisine odaklanan yalnızca bir çalışma olduğu görülmüştür. Sancar (2017b) tarafından yapılan çalışmada "Come See Turkey" örneği üzerinden Instagram'ın dijital diplomasi açısından önemi ve etkisi ele alınmıştır. Bu makale kapsamında ise, diğerlerinden farklı olarak, dijital diplomaside Instagram kullanımı, sosyal medya fenomenlerinin paylaşımları üzerinden ele alınmaktadır. Örnek olay olarak, "Troya Ören Yeri"nin tanıtımı için gerçekleştirilen dijital diplomasi çalışması seçilmiştir. Sosyal medya fenomenlerinin paylaşımları betimsel vaka analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma kapsamında sosyal medya fenomenlerinin kaç paylaşım gerçekleştirdiği, paylaşımların içeriği, Türkiye'nin hangi özellikleriyle ilgili bilgiler paylaşıldığı ve paylaşımların etkileşim düzeyi ele alınmıştır.

Dijital Diplomaside Sosyal Medya Kullanımı

Geleneksel anlamıyla diploması iki uluslararası aktörün etkileŖim kurarken ulusal bir çevrede yönetim giriŖiminde bulunması anlamına gelmektedir. Kamu diplomasısı ise uluslararası bir aktörün yabancı bir kamuoyu ile etkileŖime girerek o çevreyi yönetme giriŖimidir. Kamu diplomasısı çeŖitli kültürel alanları içinde barındırmaktadır. Kültürel çatı altında eğitim, dil, müzik, yemek, sanat, bilim ve turizm gibi kültürlerarası diyalogun geliŖmesine etki gücüne sahip faktörler ön plana çıkmaktadır. Özellikle turizm alanı kamu diplomasısının en güçlü araçlarından biri olarak görülmektedir. Nedeni ise turizmin devletlerin yabancı kamulara ulaŖmasında ve farklı kamular arasında en kolay iletiŖimin sağlanmasında etkin rol oynamasıdır (Sancar, 2017a, s.90). Diğer taraftan internetin yaygınlaŖması, teknolojik yenilikler ve ortaya çıkan yeni iletiŖimsel ve sosyo-kültürel deđiŖimler kamu diplomasısı ile diplomasının iç-içe girmesine neden olurken, küresel boyutta toplumlar arası etkili halkla iliŖkiler stratejilerinin oluŖmasına zemin yaratmıŖtır. Sonuç olarak diplomasının de daha etkileŖimli olmasına katkı sađlamıŖtır (Özlü ve Alan, 2020, s.1347).

Yeni iletiŖim teknolojilerinin ortaya çıkması diploması anlayıŖını da dönüŖtürmüŖtür. Geleneksel kamu diplomasısı, hükümet ve diŖiŖleri uzmanları tarafından gerçekteŖtirilmektedir. Resmi ve bilimsel bilgi aktarımına dayanmaktadır. Geleneksel kamu diplomasısında kamunun pasif olduğu kabul edilmektedir, tek yönlü, asimetrik ve bilgiye dayalı olarak gerçekteŖmektedir. Aynı zamanda davranıŖ deđiŖikliđi hedefi bulunmamaktadır. Yeni kamu diplomasısı ise gelenekselin tersine, hükümet diŖi uygulamacılar tarafından gerçekteŖtirilmektedir. Resmi olmayan kanallar kullanılmakta ve kamunun aktif olduğu kabul edilmektedir. Geleneksel anlayıŖın tersine, iki yönlü, simetrik ve diyaloga dayalı olarak gerçekteŖmektedir. Aynı zamanda yeni kamu diplomasısı anlayıŖı, davranıŖ deđiŖikliđini hedeflemektedir (Snow, 2009, s.8). Yeni kamu diploması anlayıŖının iki yönlü, simetrik ve diyaloga dayalı olarak gerçekteŖmesi hedefi, yeni iletiŖim teknolojilerinin diploması için önemini artırmıŖ, yeni iletiŖim teknolojileri üzerinden diploması çalıŖmaları yürüten çalıŖmalar çođalmıŖtır.

Dijital teknolojiler, iŖ yerlerini dijitalleŖtirmekte, nesnelere yönetmekte, ulaŖılabilir ve yeniden kullanılabilir bir veri haline getirmektedir. Böylece, büyük güçler, küçük ölçekli STK'lar (Sivil Toplum Kuruluşları) ve diplomatlar amaçlarını, çıkarlarını ve düşüncelerini kullanılabilir bir yazılım haline getirebilmektedir. Sosyal, politik ve ekonomik faaliyet aynı zamanda teknolojik bir önem de kazanmaktadır (Melissen, 2017). Çünkü temelde internet bilgi depolama, deđiŖ-tokuŖu ve yayılımı gibi önemli olanaklar sağlayarak çeŖitli kamusal ve özel iletiŖim platformlarının oluŖmasına zemin yaratmaktadır (Adesino, 2017, s.2).

Teknolojik yenilikler kamu diplomasısında de yenilikleri ortaya çıkarmıŖtır. İnternet, akıllı telefonlar ve sosyal medya üçlüŖü, geniŖ kitlelere kolay ulaŖma ve siyasal olarak hem yerel hem de küresel anlamda etkili olmaya zemin yaratmıŖ-

tır. Geleneksel diplomasi anlayışındaki tek yönlü iletişim pratikleri artık işlevsiz kalmıştır. Kitleler, kamular artık daha interaktif ve yinelemeli bir iletişime ihtiyaç duymaktadır (Collins, DeWitt ve LeFebvre, 2019, s.80). Diğer taraftan sert gücün yerine artık yumuşak gücün daha etkili kullanılmasıyla birlikte dijital platformlar önemli iletişim araçları haline gelmiştir. Bu bağlamda “dijital diplomasi” dış politikanın dijital medya üzerinden yürütülmesini içeren bir kavram olarak popülerlik kazanmıştır (Özlü ve Alan, 2020, s.1348).

Dijital diplomasi kavramı ilk kez 2001 yılında iki düşünce üzerine kurulu olarak tanımlanmıştır. İlki, kamu diplomasisinin yürütülmesinde yeni sistem olarak, ikincisi ise yabancı topluluklarla aktif bir şekilde etkileşim kurulmasına yönelik bir diyalog süreci olarak yorumlanmıştır (Köse, 2017, s.2354). Hanson’a (2012) göre internet ve bilgi iletişim teknolojilerinin gelişimi dijital diplomasi anlamında sekiz temel prensibi içermektedir:

- 1- Bilgi Yönetimi: Resmi bilgilerin sürdürülmesi, paylaşımı ve uluslararası arenada ulusal çıkarların korunmasına yönelik kullanımı;
- 2- Kamu Diplomasisi: Çevrimiçi göç yoluyla yabancı kamularla irtibata geçme ve önemli mesajlarla etkileme;
- 3- Enformasyon Yönetimi: Yoğun enformasyon akışını kontrol etme ve politika geliştirme için kullanma;
- 4- Konsolosluk İletişimi: Doğrudan ve kişisel iletişim kanallarıyla vatandaşların seyahat ve kriz durumlarını çözme;
- 5- Afete Müdahale: Karmaşık ağ teknolojilerini afete müdahale durumlarında kullanma;
- 6- İnternet Özgürlüğü: Demokrasi bağlamında interneti açık ve özgür tutmak için teknolojileri kullanma;
- 7- Dış Kaynaklar: Gerekli dış kaynaklardan ulusal çıkarlar için kullanma;
- 8- Politika Planlama: Dijital araçların kullanılmasıyla ulusal politikaların ve bürokrasinin kurumsallaşmasında koordinasyon kurma ve yönetme.

Günümüzde dijital diplomasi, kamu diplomasisi için yeni olanaklar ve araçlar sunmaktadır. Özellikle hükümetler, küresel medya ekolojisi içerisinde daha uzun vadeli ilişkiler kurma ve sadece bilgi aktarımından öte, iki yönlü- simetrik iletişim kurmaya çalışmaktadır (Kampf, Manor ve Segev, 2015, s.337). Dijital diplomasi, geniş anlamda Whatsapp uygulamasından e-posta sistemine, video konferansa kadar çeşitli iletişim yöntemlerini içerse de dar anlamda sosyal medya platformlarını kapsamaktadır (Yağmurlu, 2019, s.1272). Bu anlamda simetrik iletişim ve ilişki kurmaya yönelik özellikle sosyal medya araçları etkin olarak kullanılmaktadır. Sosyal medya ülkeler arasında bağlantılar kurmakta ve böylece kamu diplomasisi bu bağlantıları kullanarak çeşitli halkla ilişkiler teknikleri uygulamaktadır (Boyle, 2019, s.122). Sosyal medyanın küresel boyutta siyasal katılım için potansiyeli Arap Baharı ile birlikte dikkat çekmiş ve uluslararası çevrede farklı diplomatik amaçlar için geniş

şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Twitter, Arap Baharı sürecinde genç aktivistlere muhalif söylemi yaymada, anlatıları oluşturmada ve devrimin canlı görüntülerini tüm dünyaya ulaştırmada en önemli ve etkili iletişimsel ortamı sunduğu için “Twiplomasi” yani Twitter diplomasisi kavramını da ortaya çıkarmıştır (Rashica, 2018, s.25).

Sosyal medya dijital diplomasi anlayışı çerçevesinde “arabulucu” bir görev üstlenmektedir. Özellikle kriz durumlarında siyasal kurumların veya kişilerin sadece iç ve dış kamulara değil aynı zamanda diğer medya kuruluşlarına da en kısa zamanda ulaşmasında ve etkileşim oluşturmada etkili rol oynamaktadır. Diğer bir ifadeyle eş zamanlı bir diplomasi sürecini ortaya çıkarmaktadır. Bu anlamda Twitter etkin şekilde kullanılmaktadır. Özellikle ülkelerin Dış İşleri Bakanlıkları Twitter aracılığıyla kamuların çıkarlarını öğrenebilmekte ve çevrimiçi stratejiler belirleyebilmektedir (Manor ve Crilley, 2020, 2. 71-72). Herhangi önemli bir kriz ya da sorun ile ilgili hızlı şekilde öğrenilen ve iletilen bilgiler, çözümlerin daha sistematik ve hızlı şekilde oluşturulabilmesine olanak sağlamaktadır. Örneğin, herhangi bir bölgede ortaya çıkan kriz durumunun kendi ülkesindeki kamuya nasıl yansıtacağını anlamak, süreci izlemek ve hızlı bilgi akışını sağlamak amacıyla elçiliklerde oluşturulan Whatsapp grupları etkili olmaktadır. Bu tür çevrimiçi gruplar, kriz yönetimini kolaylaştırmakta ve gerçek-zamanlı bilgi toplamaı etkinleştirmektedir. Bu da karar alma mekanizmalarına ve kamuyu bilgilendirme sürecine olumlu şekilde katkı sağlamaktadır (Rashica, 2018, s.81).

Twitter metin odaklı bir sosyal medya platformu iken, Instagram görsel odaklanmaktadır. Instagram’ın görsel odaklanması, kamu diplomasisinin karşı kamuyu kültür, turizm, yemek gibi farklı alanlarda etkileme ve ülke için olumlu bir imaj oluşturma hedefi düşünüldüğünde oldukça önemlidir. Instagram üzerinden uygulanan diplomasi çalışmalarında görsel ön plana çıkmaktadır. Böylelikle ülkenin turistik bölgeleri, kültürel zenginliği ya da yemekleri karşı kamuya görsel olarak sunulabilir. Dolayısıyla Instagram, ülkenin görsel olarak sunulması fırsatını sunmaktadır.

Genel anlamda sosyal medyanın hem devlet hem de diğer devlet-dışı aktörlerle (STK’lar, aktivist gruplar, vd.) bağlantı kurma ve örgütlenmeye yönelik olanaklar sunması etkili bir halkla ilişkiler aracı olarak kullanılmasına zemin yaratmıştır (Spry, 2018, s.63). Bu bağlamda dijital diplomasi literatürü sosyal medyanın ülkelerin “olumlu imajının” oluşmasında katılım ve diyalog kurulması açısından önemli bir araç olduğunu vurgulamaktadır. Bunun temel nedeni devlet yetkililerinin dijital ortam aracılığıyla iç ve dış kamulara doğrudan ulaşabilmesidir (İtfeaq, 2019, ss.50-53).

Sosyal medya uygulamalarının dijital diplomaside önemli rol oynamasının temel nedenlerinden biri de örgütsel olarak kapsamlı bir iletişim stratejisi için olanaklar sunmasıdır. Dijital dünyanın eş zamanlı iletişim, etkileşim, geliştirilebilir içerik, küresel erişim ve çoklu medya ortamı seçeneği gibi özellikleri hem örgütlere hem de bireylere etkili ilişki kurabilme fırsatı sağlamaktadır. En önemlisi ise geleneksel medyadan çok daha ucuz ve hızlı bir donanıma sahiptir. Mekân-zaman ayrımı olmaksızın hizmet sunabilmektedir (Yağmurlu, 2019, s.1275). Straus ve arkadaşlarına

(2015) göre dijital diplomaside sosyal medya kullanımı altı etkin iletişim stratejisini ortaya çıkarmaktadır: tarafların dâhil edildiği etkileşimli iletişim, kişiselleştirilmiş iletişim, duygu kullanımı, güncel konulara ilişkin bilgi paylaşımı, şeffaf iletişim ortamı ve ağ oluşturma. Paydaşları, kitleleri, tarafları “dâhil etme” önemli bir süreçtir. Çünkü bu dâhil etme süreci verici ülkenin alıcı kamuya doğru şekilde ulaşmasına ve olumlu imaj oluşturmaya katkı sağlamaktadır (Harris, 2013).

Yöntem

Soğuk Savaş sonrasında “sert güç” ün etkisini kaybetmesi ve “yumuşak güç” ün önem kazanmasıyla birlikte “kamu diplomasisi” devletler için etkili bir araç haline gelmiştir. Uluslararası kamuyu kültür, turizm, müzik gibi alanlarla etkileyerek olumlu bir imaj oluşturma amacını taşıyan kamu diplomasisi için, yeni iletişim teknolojileri önemli fırsatlar sunmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerini kullanan dijital diplomaside interaktif ve etkileşimli bir ortamı mümkün kılmaktadır. Bu araştırma, dijital diplomaside aracı olarak Instagram üzerine odaklanmaktadır. Instagram, “We are Social and Hootsuite 2020” (We Are Social Raporu, 2020) raporuna göre Facebook ve Youtube’un ardından bir milyar kullanıcı sayısı ile, en çok kullanılan üçüncü sosyal medya platformudur. Türkiye örneğinde Facebook ve Youtube’un devlet kurumları tarafından dijital diplomaside aracı olarak kullanıldığı bir örnek bulunmadığı için, araştırmada Instagram’a odaklanılmıştır.

Araştırma kapsamında örnek olay olarak “Troya Ören Yeri” için gerçekleştirilen dijital diplomaside çalışması seçilmiştir. Turizm, bir ülkenin kamu diplomaside mesajlarının iletilmesi açısından önem taşımaktadır. Türkiye bağlamında düşünüldüğünde ise, turizm konusunda gerçekleştirilen tanıtım ve iletişim çalışmalarının diğer ülke kamularının Türkiye ile ilgili düşünceleri üzerinde etkili olduğu bilinmektedir. Türkiye Cumhuriyeti Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2023 hedefleri doğrultusunda, turizm iletişimi konusunda yenilikler gerçekleştireceğini açıklamıştır. Turizm ve Kültür Bakanı Nuri Ersoy, yeni strateji planları çerçevesinde iletişimin değiştiğini ve bu nedenle sosyal medya ve dijital tanıtımların ön plana çıktığını, yeni çalışmalarında sosyal medya fenomenlerinin de kullanılacağını belirtmiştir. Bu kapsamda Türkiye’nin turizm iletişimi hedefleri için sosyal medya fenomenlerini kullandığı çalışmaların ortaya çıkmaya başladığı görülmektedir.

Bölge turizminin sosyal medya fenomenlerinin tanıtılması için “Troya Ören Yeri” örneğinden önce gerçekleştirilen çalışmalar bulunmaktadır. 2017 yılında Isparta’da bulunan “Lavanta Bahçeleri”nin tanıtımı için bölgeye yerli sosyal medya fenomenleri davet edilmiştir.¹ Aynı yıl Muğla Büyükşehir Belediyesi, Muğla’nın tanıtımı için dünya çapında 30 milyon takipçisi olan sosyal medya fenomenlerini davet etmiştir.² Bu araştırmada “Troya Ören Yeri” örneğinin seçilmesinin nedeni çalışmanın hem uluslararası alanda etkisi olan sosyal medya fenomenleri davet

1 Lavanta Bahçeleri Tanıtımı. Erişim 22 Aralık 2020, <https://isparta.ktb.gov.tr/TR-183615/siz-hala-lavanta-kokulu-koyu-gormediniz-mi.html>

2 Büyükşehir Muğla Sosyal Medya Fenomenleri ile Buluşuyor. Erişim 23 Aralık 2020, <https://www.muqla.bel.tr/haber/buyuksehir-muglayi-sosyal-medya-fenomenleri-ile-dunyaya-tanitiyor>

edilerek gerçekleştirilmesi hem de Turizm ve Kültür Bakanlığı tarafından desteklenmesidir. Seçilen dijital diplomasi uygulaması, Turizm ve Kültür Bakanlığı'nın "Troya Ören Yeri"ni ve Türkiye'yi uluslararası kamuoyuna tanıtmak için oluşturduğu stratejinin bir parçasıdır.

Troya Ören Yeri'nin UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi'ne alınmasının yirminci yılı nedeniyle Turizm ve Kültür Bakanlığı çeşitli çalışmalar gerçekleştirmiştir. Bu çalışmalardan biri Troya'ya sosyal medya fenomenlerinin davet edilmesiyle, bölge ve Türkiye ile ilgili bilinirliğin artırılmasıdır. Etkinlik kapsamında farklı ülkelerden gelen yedi sosyal medya fenomeni ve içerik üreticisi Gelibolu Yarımadası, Çanakkale Şehitleri Anıtı, Truva Antik Kenti, Bozcaada, Alexandria Troas Antik Kenti ve Assos gibi turistik noktaları ziyaret etmiştir. Proje Güney Marmara Kalkınma ajansı ve bir seyahat platformu olan Gezimanya tarafından organize edilmiştir.³ Amaç, davet edilen sosyal medya fenomenlerinin paylaşımları aracılığıyla farklı ülke kamularının Çanakkale ve Türkiye hakkında bilgi sahibi olmalarının sağlanmasıdır.

Proje kapsamında da Sylvia Matzkowiak, Hoda Rostami, Dave Jones, Harjinder Kukreja, Vanessa Zilletti, John ve Jacinta Bender davet edilmiştir.⁴ Sylvia Matzkowiak, Polonya doğumlu, Alman vatandaşı olan bir sosyal medya fenomenidir. Almanca gezi yazılarını yayınladığı lifestyle-adventures.com isimli bir web sayfası ve 36.000 takipçisi bulunan "Goldie Berlin" isimli bir Instagram bloğu bulunmaktadır. Matzkowiak kendisini "Influencer Pazarlama Müdürü" olarak tanımlamaktadır.⁵ Hoda Rostami, İran'ın en bilinen sosyal medya fenomenlerinden biridir, Instagram'da 446 bin takipçisi bulunmaktadır. Instagram'da kendisini gezgin ve "hikâye anlatıcısı" olarak tanımlamaktadır.⁶ Kendisini "profesyonel gezi bloggeri" olarak tanımlayan Amerikalı olan Dave Jones'un, jonesaroundtheworld isimli bir Web sayfası ve aynı isimde bir Instagram hesabı bulunmaktadır.⁷ Instagram hesabında 65,2 bin takipçisi bulunmaktadır. Harjinder Kukreja, Hintli bir sosyal medya fenomenidir. Singh Lions isimli bir bloğu bulunmaktadır ve Instagram'da 220 bin takipçisi vardır.⁸ Kendini içerik üreticisi ve makyaj sanatçısı olarak tanımlayan Vanessa Zilletti, İtalyan bir sosyal medya fenomenidir ve Instagram hesabında 183 bin takipçisi bulunmaktadır.⁹ Son olarak Josh ve Jacinta Bender "travel with bender" bloklarıyla ün kazanmıştır ancak daha önce Instagram hesaplarında yaklaşık 170.000 takipçi bulunan çift¹⁰, hesaplarını kapattıkları için araştırma dışında tutulmuştur.

3 Dünyanın Tanınmış Sosyal Medya Fenomenleri Çanakkale'de. Erişim 22 Aralık 2020, <http://www.ezine.gov.tr/dunyanin-taninmis-sosyal-medya-fenomenleri-canakkalede>

4 Dünyanın Tanınmış Sosyal Medya Fenomenleri Çanakkale'de. Erişim 22 Aralık 2020, <http://www.ezine.gov.tr/dunyanin-taninmis-sosyal-medya-fenomenleri-canakkalede>

5 Erişim 23 Aralık 2020, https://www.instagram.com/goldie_berlin/?hl=tr

6 Erişim 22 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/hodarostami/?hl=tr>

7 Erişim 22 Aralık 2020, <https://www.jonesaroundtheworld.com>

8 Erişim 22 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/harjinderkukreja/?hl=tr>

9 Erişim 22 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/vanessazilletti/?hl=tr>

10 Erişim 22 Aralık 2020, <https://travelwithbender.com/>

Araştırmanın amacı, dijital diplomasi çalışmasında fenomenlerin gerçekleştirildikleri paylaşımları incelemek ve Türkiye'nin hangi özelliklerinin uluslararası kamuoyu ile paylaşıldığını ortaya çıkarmaktır. Bu bağlamda şu soruların yanıtları aranmıştır:

- Sosyal medya fenomenleri kaç paylaşım gerçekleştirmiştir?
- Paylaşımların içeriği (metin, fotoğraf, etiket) nasıldır?
- Paylaşımlarda Türkiye'nin hangi özellikleriyle ilgili bilgiler yer almaktadır?
 - Türkiye'nin tarihi ile ilgili hangi bilgiler verilmiştir?
 - Türkiye'nin turistik özellikleriyle ilgili hangi bilgiler verilmiştir?
 - Türkiye'nin kültürel özellikleriyle ilgili hangi bilgiler verilmiştir?
- Paylaşımların interaktiflik düzeyi nedir? En çok beğeni ve yorum alan paylaşımlar hangileridir?
- En çok etkileşim alan paylaşımların diğer paylaşımlardan farkı nedir?

Soruların araştırılması için betimsel vaka analizi araştırma tekniği olarak kullanılmıştır. Vaka analizi ya da diğer adıyla örnek olay çalışması, bir olayın ya da sorunun detaylı olarak incelenmesinde niteliksel araştırma yöntemleri arasında en çok tercih edilen tekniklerden biridir. Bu teknik hem tekli hem çoklu biçimde kullanılabilir. Başka şekilde ifade edilirse, bir vaka birey, grup, kurum, olay ya da büyük bir topluluk olabilir. Bu nedenle seçilen vaka analizi türü hem tek hem de birden fazla farklı olayı ortak kategoriler altında incelemeye olanak sağlamaktadır. Niteliksel bir araştırma tekniği olarak vaka analizinde "kapsamlı anlatım" ve "süreç-izleme" en önemli odak noktalarıdır (Given, 2008, s.22-68; Gilham, 2000). Buna istinaden vaka analizi bir olay ya da konuyu yapısal ve dinamik özelliklerinin anlaşılmasını amaçlayan bir araştırma stratejisidir (Eisenhardt, 1989, s.534).

Vaka analizi sadece bir veri toplama aracı değildir, aynı zamanda çeşitli veri-inceleme analizlerini de içermektedir. Bu anlamda çeşitli vaka analizi tasarımları vardır. Araştırmacının amacı ve seçilen araştırma konusunun niteliğine göre değişiklik gösterebilmektedir. Ancak genel anlamda üç ana kategori altında toplanmaktadır: keşifçi, açıklayıcı ve betimsel. Diğerlerinden farklı olarak betimsel vaka analizinde herhangi konu/sorun/olay(lar) belirli bir kuramsal çerçevede ve sistematik olarak daha kapsamlı incelenebilmektedir (Berg, 2001, s.225-230). Sistematik bir betimsel vaka analizi için Yin (1994, s.21) beş temel özelliğin altını çizmektedir:

- a- Araştırma sorusu
- b- Kuramsal çerçeve
- c- Araştırma nesnesinin belirlenmesi
- d- Mantıksal çerçeve
- e- Bulguları yorumlama

Sosyal medya fenomenlerinin, proje süresince gerçekleştirdiği paylaşımlar üç ana kategori altında incelenmiştir. İlk kategori paylaşımların içeriğidir. Bu kategoride Instagram paylaşımlarında kullanılan fotoğraflar, fotoğrafların altında yer alan metin ve etiket'ler incelenmiştir. İkinci kategori, paylaşımlarda Türkiye'nin temsilidir. Bu kategoride Türkiye ile ilgili hangi bilgilerin paylaşıldığı araştırılmıştır. Son kategori etkileşimli ortamdır. Dijital diplomasinin ayırt edici özelliği etkileşim ve karşılıklı ilişkinin kurulmasına olanak sağlamasıdır. Bu bağlamda paylaşımların etkileşim düzeyi ve en çok etkileşim alan paylaşımlar incelenmiştir.

Bulgular

Betimsel örnek olay çalışması ile yapılan araştırmada bulguların daha detaylı incelenmesi için üç ana başlık belirlenmiştir. Her bir başlık kamu diplomasinin temel özelliklerine uygun şekilde hazırlanmıştır. Araştırma kapsamında Alman, İranlı, Amerikalı, Hintli ve İtalyan beş Instagram fenomeninin hesapları incelenmiştir. Proje kapsamında Çanakkale'de ağırlanan ve tarihi, kültürel bölgeleri gezen sosyal medya fenomenleri 1 Ekim ile 5 Ekim 2018 tarihleri arasında çeşitli paylaşımlar gerçekleştirmiştir. Bu paylaşımlar bir yandan bölgeyi turistik olarak tanımlarken, diğer yandan Türkiye ve Türkiye tarihi ile ilgili ve Türkiye'nin nasıl bir ülke olduğu ile ilgili fikir vermektedir. Dolayısıyla fenomenlerin paylaşımları hem kültürel hem de turistik özellikleriyle temel olarak Instagram üzerinden gerçekleştirildiği için, bir yumuşak güç unsuru olarak kabul edilen "dijital diploması" çerçevesinde ele alınmıştır.

Paylaşımların İçeriği

Paylaşımların içeriği üç kriter doğrultusunda incelenmiştir: fotoğraf, metin ve etiket. Kullanılan fotoğraflar Türkiye'nin nasıl gösterildiği, metin ise nasıl tanımlandığını göstermesi açısından önemlidir.

Tablo 1. Instagram Paylaşım ve Fotoğraf Sayısı

	Paylaşım Sayısı	Fotoğraf Sayısı
Harjinder Kukreja	7	11
Hoda Rostami	3	4
Dave Jones	3	3
Goldie Berlin	5	5
Vanessa Zilletti	4	4
Toplam	22	27

Farklı ülkelerden gelen beş sosyal medya fenomeni, Instagram hesapları aracılığıyla toplam 27 fotoğraf paylaşmıştır. En çok fotoğraf (11), Hindistan'dan gelen Harjinder Kukreja tarafından paylaşmıştır. En az fotoğraf ise Dave Jones tarafından paylaşmıştır. Fotoğraflara ek olarak, Harjinder Kukre-

ja, bir video da paylaşmıştır. Video öncelikle çay bardağını göstermekte, daha sonra Kukreja çay içerken görülmektedir.¹¹

Tablo 2. Fotoğraf İçerikleri

Fotoğraf İçeriği	Sayı
İstanbul (manzara)	2
Gelibolu (anıt)	2
Zeus Altarı	1
Gelibolu (Anzak Anıtı)	3
Troya Atı	2
Bozcaada Polante Feneri	2
Bozcaada (sokaklar, kafeler)	6
Asos Athena Tapınağı	2
Çay	1
Çanakkale Manzara (Wind-Rose Sunset Point)	3
Feribot	1
Asos Antik Tiyatro	1
Türkiye dışı	1
Toplam	27

Tablo 2’de paylaşılan fotoğrafların içerikleri verilmektedir. Bu bağlamda en çok Bozcaada’nın renkli sokakları, kafeleri ve kapılarının fotoğraflarının paylaşıldığı görülmektedir. Bu kategoriye, Çanakkale manzara fotoğrafları ve Gelibolu Anzak anıtının fotoğrafı takip etmektedir. Fotoğrafların yalnızca üçünde Türkiye’de yaşayan insanlar resmedilmiştir. Bir tanesi Feribot’ta çekilmiştir ve yolculuk eden bir kişi fotoğraflanmıştır, diğeri Bozcaada sokaklarında köpeğini gezdiren yaşlı bir adamdır ve sonuncusu Troya Anıtı önünde Harjinder Kukreja ve kazı çalışmalarında önemli bir isim olan Arkeolog Prof. Dr. Rüstem Aslan’ın fotoğrafıdır¹². Fotoğrafların ağırlıklı olarak manzara resimlerinden oluştuğu görülmektedir. Hoda Rostami’nin paylaştığı fotoğraflardan biri¹³ ise, Türkiye ile ilgili değildir.

Tablo 3. Metin İçerikleri

Bozcaada ile ilgili bilgi	7
Tarihi bilgi	5
İstanbul’un güzelliği	1
Türk çayı	2
Atatürk	1
Sihlerle ilgili metin	1
Günbatımının güzelliği	3
Diğer	1

11 Erişim 22 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/BoXCSOSlwk7/>

12 Erişim 23 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/BogfYuqFSaI/>

13 Erişim 23 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/BojBmO9l8YX/>

Paylaşımların altında bulunan içerikler kategoriler altında incelendiğinde, yedi paylaşımın Bozcaada ile ilgili olduğu görülmektedir. Paylaşımlarda Bozcaada'ya nasıl gidileceği, nasıl vakit geçirileceği ve bölgenin güzelliği ile ilgili bilgiler bulunmaktadır. İkinci olarak tarihsel olaylarla ilgili bilgi paylaşımı yapıldığı görülmektedir. Beş paylaşımında Truva Savaşı, Athena Tapınağı, Gelibolu Savaşı ile ilgili tarihsel bilgiler bulunmaktadır. Üç paylaşımında Çanakkale'de günbatımından söz edilmiş, iki paylaşım çayın Türk kültüründeki yeri ile ilgili bilgi verilmiştir. Atatürk, İstanbul ve Sihler ile ilgili birer paylaşım bulunurken, Türkiye ve bölgeyle ilgili herhangi bir bilgi içermeyen bir metin bulunmaktadır.

Tablo 4. Etiketler

#Canakkale	20
#Homeoftroy	15
#Turkey	8
#Gallipoli	1
#Sikh	1
#Türkiye	1
#Polente	1
#Bozcaada	1
#Troy	1
#Trojanhorse	1
#Trojanwar	1
#Greeks	1
#AltarofZeus	1
#Ataturk	1
#Istanbul	1
#Withgalaxyturkey	1
#Troy2018	1
#Vanessaonthego	1
#Visitturkey	2
#Beautiful destination	1
#Adv	1

Instagram'da etiket kullanımı içeriklerin daha fazla kişiye ulaşmasını, paylaşımların daha çok beğeni ve yorum almasını sağlamaktadır. Bir konunun Instagram'da duyulması için bir etiket stratejisi oluşturulması gerekmektedir. Paylaşımlarda bir etiket stratejisi olmadığı zaman, hedef kitleye ulaşmak zorlaşmaktadır. Dijital diplomasi çalışması incelendiğinde bir etiket stratejisi olmadığı görülmektedir. En çok kullanılan etiketler #Canakkale, #homeoftroy ve #turkey'dir. Ancak bu etiketler bütün paylaşımlarda kullanılmamıştır. #visitturkey iki, diğer etiket'ler ise yalnızca birer kez kullanılmıştır. Bu durum paylaşımların daha fazla kişiye ulaşmasını engellemektedir.

Paylaşımlarda Türkiye'nin Temsili

Kamu diplomasisinin amacı, uluslararası kamuoyunda ülke ile ilgili olumlu bir imaj oluşturmak, ülke ile ilgili bilgilenmelerini sağlamaktır. Bu bağlamda Instagram paylaşımlarının Türkiye'nin hangi özelliklerini tanıttıklarının incelenmiştir. Paylaşımlar incelendiğinde Türkiye'nin temsiline üç tema etrafında şekillendiği görülmektedir: Tarih, turistik özellikler ve kültürel özellikler.

Tarih teması altında, paylaşımlarda Türk topraklarında yaşanan savaşlar ve bulunan anıtlar ile ilgili tarihi bilgiler paylaşılmıştır. Goldie Berlin, Asos'ta bulunan Athena tapınağının, M.Ö. 530 yılında inşa edildiğini ve Anadolu'daki Dor düzeni (doric style) ile yapılan tek tapınak olduğunu paylaşmıştır.¹⁴ Asos'taki Amfi Tiyatro'nun resmi altında ise, Asos'un tarihiyle ilgili bilgi vermiştir. Asos'un aynı zamanda Behremkale ya da Behram olarak bilindiği, Çanakkale'nin Ayvacık bölgesinde küçük ama tarihi olarak zengin bir kasaba olduğunu ifade etmiştir.¹⁵ Dave Jones, Bozcaada'nın Yunan adalarını anımsattığını ancak Bozcaada'da daha önce Yunanlılar ve Türklerin birlikte yaşadığını öğrendiği için bunun doğal olduğunu yazmıştır.¹⁶ Harjinder Kukreja, Truva Savaşı'nın hikâyesini paylaşmıştır. Truva Antik şehrinde bulunmanın çok güzel olduğunu belirten Kukreja, Yunanlıların Truva şehrine girip savaşı kazanmak için kullandıkları hilenin hikâyesinin çok ilginç olduğunu söylemiştir. 10 yıllık sonuçsuz bir kuşatmadan sonra Yunanlıların büyük tahta bir at yaptığı ve seçkin askeri içine sakladığı bilgisini paylaşmıştır. Bunun yanı sıra Kukreja, Çanakkale Savaşı ile ilgili duygularını paylaşmış ve Gelibolu'da bulunan Anzak Anıtı'nın önünde paylaştığı fotoğrafa, 1. Dünya Savaşı askerlerine saygılarını ilettiğini yazmış. Ve "Modern Türkiye'nin kurucusu Atatürk"ün, Gelibolu'da hayatını kaybeden askerleri onurlandırdığı yazısını paylaşmıştır.¹⁷

"Kanlarını döken ve yaşamlarını yitiren kahramanlar... Şimdi dost bir ülkenin topraklarında yatıyorsunuz. Huzur içinde uyuyunuz. Bizim ülkemizin topraklarında yan yana yatan Coniler ile Mehmetlerin arasında bize göre bir fark yoktur. Siz, oğullarını uzak ülkelere gözyaşları içinde gönderen anneler... Sizin oğullarınız şimdi huzur içinde bizim bağrımızda yatıyorlar. Onlar da bu topraklarda yaşamlarını yitirdikten sonra, bizim çocuklarımız olmuşlardır" Atatürk, 1934.

Turistik özellikler temasının altında bölgenin turistik özellikleriyle ilgili bilgiler yer almaktadır. Çanakkale'nin "çok güzel ve resim gibi"¹⁸ (Goldie Berlin) bir yer olduğu belirtilmiş, "tarihi, anıları ve tarihi binaları" (Goldie Berlin)¹⁹ bulunduğu ve manzaranın ne kadar güzel olduğu (Harjinder Kekreja²⁰, Goldie Berlin²¹, Dave

14 Erişim 23 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/BoeF4kCH3GQ/>

15 Erişim 23 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/BodUO1unHvy/>

16 Erişim 23 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/BokB3dPBjve/>

17 Erişim 23 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/BoZTxBKICzX/>

18 Erişim 24 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/Boitsdynq89/>

19 Erişim 24 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/Boitsdynq89/>

20 Erişim 24 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/BojMSmUFkP7/>

21 Erişim 24 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/BoZTxBKICzX/>

Jones²²) vurgulanmıştır. Bunun yanı sıra Çanakkale ve civarında neler olduğu anlatılmıştır: Butik oteller, B&B'ler, barlar, rengârenk boyanmış evlerle dolu Yunan mahallesi (Goldie Berlin)²³ şarap tadımı, günbatımı (Dave Jones²⁴). Bölgenin görülmesi gereken bir yer olduğunu ifade eden Goldie Berlin²⁵ ve Dave Jones²⁶, Bozcaada'ya nasıl gidileceğini tarif etmiştir, Eceabat'tan 30 dakikalık bir yolculukla bölgeye ulaşılabilirliği bilgisi paylaşmıştır.

Dave Jones, Türkiye'yi "yatırım yapılabilecek bir ülke" olarak tanımlamış, "buraya yazın gelmeye can atıyorum" ifadesiyle görülmesi gereken bir yer olduğunu vurgulamıştır.²⁷ Bunun yanı sıra Çanakkale'yi "etkileyici", "güzel" ve "inanılmaz" ifadeleriyle tanımlamıştır. Kukreja'nın İstanbul'da Sultanahmet Cami önünde paylaştığı fotoğrafın altında Alphonse de Lamartine'nin "Dünyaya bir kez bakmak zorundaysan, İstanbul'a bak" sözü yer almaktadır.

Kültürel özellikler temasının altında Türkiye'nin yeme-içme kültürü ve misafirperverliğinden de söz edilmiştir. Ancak bu bilgileri içeren paylaşımların sayısı diğerlerine kıyasla oldukça azdır. Hoda Rostami, Bozcaada'da bir kahvaltı masasının fotoğrafının altında hem Bozcaada'yı betimlemiş hem de Türk kültürü ile ilgili bilgi vermiştir. Rostami paylaşımında masada bulunanları ve konuşulanları hikâyeleştirerek anlatmıştır. Buldukları yeri edebi bir dille "sakin bir suyun yanında", "rüzgârda sallanan botlar" gibi ifadelerle tanımlamıştır. Masanın üzerinde bulunan "el işlemleri mendiller", "el yapımı seramik fincanlarda" servis edilen Türk kahvesinden, kadınların elleriyle yaptığı "peynir, tereyağı, reçeller ve ekmek" ten söz etmiştir. Aynı paylaşımının sonunda "komşu ülkenin bölge turizmini tanıtmak için gerçekleştirdiği bu etkinlik ve blog yazarlarını davetinin" ona ilginç geldiğini ve bu nedenle proje sorumlusuna bunun ne kadar etkili olacağını düşündüklerini yazmıştır. Ve proje sorumlusunun yanıtını paylaşmıştır: "Kahvenizi yudumlayın ve düşünün. Her bin kişiden biri Çanakkale adını hatırlasa, bugün ve gelecek için işimizi yaptık demektir."²⁸

Kukreja, Türklerin çayı tadı için içtiklerini ama aynı zamanda misafirliğin bir simgesi olarak sunduklarını ifade ederken, Zilletti, misafirperverliği simgelediğini söylediği çayın günün herhangi bir saatinde kendine özgü bir bardakla servis edildiği bilgisini paylaşmıştır. Aynı zamanda çaya âşık olduğunu yazmıştır.²⁹

Etkileşimli Ortam

Etkileşimli ortama olanak sağlaması, dijital diplomasinin önemli özelliklerinden biridir. Instagram bağlamında düşünüldüğünde etkileşimi gösteren iki faktör bulunmaktadır: Beğeni sayısı ve yorum. Aynı zamanda paylaşımlara gelen

22 Erişim 24 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/BohC4YBBm8Y/>

23 Erişim 24 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/Boitsdyng89/>

24 Erişim 24 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/BofQfGzBWdJ/>

25 Erişim 24 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/Bof692AnaPe/>

26 Erişim 24 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/BokB3dPBjve/>

27 Erişim 24 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/BokB3dPBjve/>

28 Erişim 24 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/Bof9YtxF2Mj/>

29 Erişim 24 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/BoeGpUhgQ7Z/>

yorumların, sosyal medya fenomenleri tarafından cevaplanıp, cevaplanmadığı da etkileşimi gösteren önemli değişkenlerden biridir. Sosyal medya fenomenlerinin paylaşımları toplan 163.106 beğeni ve 2.321 yorum almıştır. Tablo 5'te görüldüğü üzere en çok beğeni ve yorum alan paylaşımlar büyük bir farkla Hoda Rostami'nin paylaşımlarıdır. En az beğeni ve yorum alan paylaşımlar ise Dave Jones'a aittir.

Tablo 5. Beğeni ve Yorum Sayısı

	Paylaşım Sayısı	Toplam Beğeni Sayısı	Toplam Yorum Sayısı
Harjinder Kukreja	6 ³⁰	15.575	256
Hoda Rostami	3	87.593	1.249
Dave Jones	3	10.017	155
Goldie Berlin	5	22.175	469
Vanessa Zilletti	4	27.746	192
Toplam	22	163.106	2.321

Bu bölümde sosyal medya fenomenlerinin en çok beğeni ve yorum alan paylaşımları incelenmiştir. Goldie Berlin hesabının gerçekleştirdiği paylaşımlarda en çok beğeni (5.352 beğeni) alan paylaşım, Rüzgârgülü Günbatımı noktasında paylaştığı fotoğraftır.³¹ Fotoğrafın altında Çanakkale'nin tarihi ve güzel bir bölge olduğu yazılmıştır.

Ancak en çok yorum (114 yorum) alan paylaşım, Hoda Rostami'nin Bozaca-da'daki bir kapı önünde çekilmiş fotoğrafını gerçekleştirdiği paylaşımdır. Bu fotoğrafın altına gelen yorumların hemen hemen hepsi fotoğrafın ve fotoğraf çekilen bölgenin ne kadar güzel olduğu ile ilgilidir. Goldie Berlin bu yorumların, 19'una teşekkür ederek cevap vermiştir. Türkçe yazılan bir "günaydın canım" yorumuna ise Türkçe "günaydın canım" şeklinde yanıt vermiştir.³¹

Dave Jones'un en çok beğeni alan (4.357 beğeni) ve en çok yorum alan (91 yorum) paylaşımı aynıdır. Bu fotoğraf, Goldie Berlin hesabının paylaştığı fotoğrafla aynı noktada çekilmiştir. Fotoğrafın altında manzaranın ne kadar harika olduğundan bahsedilmektedir. Gelen yorumlar genellikle fotoğrafın ne kadar güzel olduğu ve kristal topun nereden alındığı ile ilgilidir bu yorumların 35'ine yanıt verilmiştir. Gelen yorumlardan biri "bölgenin gerçek dışı" görüldüğünü ve buraya geleceğini içermektedir. Dave Jones yanıt olarak, Türkiye'nin harika bir ülke olduğunu söylemiştir.³²

Harjinder Kukreja'nın en çok beğeni (3.280 beğeni) ve yorum (60 yorum) alan paylaşımı aynıdır. Paylaşımında Kukreja, Anzak Anıtının önünde poz vermiş ve açıklamada kendisiyle ilgili çıkan haberin linkini paylaşmıştır. Haberde Çanakkale Savaşı'nda hayatını kaybeden Sihlere saygılarını sunduğu ifadesi bulunmaktadır. Bu paylaşımında Çanakkale ya da Türkiye ile ilgili bir bilgi bulunmamaktadır. Paylaşım-

30 Paylaşım sayısı olarak 7 yerine 6 verilmiştir. Çünkü Instagram'da video paylaşımı yapıldığı zaman, beğeni değil "görüntülenme sayısı" bilgisi paylaşılmaktadır.

31 Erişim 24 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/Boitsdynq89/>

32 Erişim 24 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/BofQfGzBWdJ/>

mın altına gelen yorumların hepsi, Kukreja'yı tebrik etmektedir. Kukreja, yalnızca birine "kalp" emoji göndererek yanıt vermiştir.³³

Vanessa Ziletti'nin paylaşımlarında en çok beğeni (10.076) ve en çok yorum (67 yorum) paylaşım Ziletti'nin gün batımında Asos'ta paylaştığı fotoğrafıdır. Bu paylaşım, diğer sosyal medya fenomenlerinin arasında da en çok etkileşim alan paylaşımıdır. Paylaşımında yalnızca "Muhteşem Günbatımı" ifadesi yer almaktadır. Yorumların çoğu beğeni ifadesi içermektedir ve Ziletti yalnızca bir yoruma "teşekkür ederim" şeklinde cevap vermiştir. Ziletti'nin yalnızca bir yoruma yanıt vermesi, etkileşimin düşük olduğunu göstermektedir.³⁴

Son olarak Hoda Rostami'nin en çok beğeni (36.000) ve en çok yorum (631) alan paylaşımı, Bozcaada'da bir kapının önünde çekilen fotoğrafıdır. Bu fotoğrafın altında Rostami, nasıl başarılı bir blogger haline geldiğini, yaşadığı zorlukları, geçirdiği hastalıkları anlatmıştır. Bu fotoğrafın altında Çanakkale ya da Türkiye ile ilgili bir ifade bulunmamaktadır. Yorumların çoğu empati ve takdir ifadeleri içermektedir.

En çok etkileşim alan fotoğraflar incelendiğinde beş fotoğrafın üçünün günbatımı fotoğrafı olduğu görülmektedir. Diğerleri ise Hoda Rostami'nin renkli kapı önündeki ve Harjinder Kukreja'nın Anıt önündeki fotoğraflarıdır. Etkileşimi düşük olan fotoğraflarda ise ağırlıklı olarak tarihi mekânların paylaşıldığı görülmektedir. Sosyal medya fenomenlerinin kendilerinin görünmediği fotoğraflar daha az etkileşim almıştır. Hem sosyal medya fenomenlerinin bulunduğu hem de "güzel bir manzara" içeren fotoğraflar diğerlerinden daha fazla etkileşim almıştır. Harjinder Kukreja'nın Anıt önündeki fotoğrafının en çok etkileşim alan paylaşım olmasının ise altına yazılan mesaj olduğu düşünülmektedir. Kukreja bu fotoğrafın altında Sihler ve Çanakkale savaşı ile ilgili duygusal bir metin paylaşmıştır.

Sonuç

Yapılan çalışmada Instagram bir kamu diplomasisi aracı olarak ele alınmış ve sosyal medya fenomenlerinin kullanıldığı bir dijital diplomasi çalışması örnek olay olarak seçilmiştir. Örneklem çerçevesinde 2018 yılında Troya yılı kapsamında Troya Ören Yeri'nin UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi'ne alınmasının yirminci yılı nedeniyle Turizm ve Kültür Bakanlığı tarafından Instagram üzerinden yedi sosyal medya fenomeni katılımıyla gerçekleştirilen etkinlik ele alınmıştır. İki fenomenin hesabını kapatması nedeniyle sadece beşinin paylaşımlarına erişilmiştir.

Çalışma kapsamında geleneksel diplomasi anlayışının artık tek yönlü işlevinin yetersiz kaldığı ve kitlelerin, kamuların daha interaktif ve yinelemeli bir iletişime ihtiyaç duydukları (Collins, DeWitt ve LeFebvre, 2019), bu doğrultuda başta sosyal ağ siteleri olmak üzere dijital platformların önemli bir "yumuşak güç" bileşenlerine dönüştükleri görülmüştür. Bu anlamda "dijital diplomasi", dış politi-

33 Erişim 24 Aralık 2020, https://www.instagram.com/p/BogNseiF_OK/

34 Erişim 24 Aralık 2020, <https://www.instagram.com/p/Boem3b6gpkf/>

kanın dijital medya üzerinden yürütülmesini içeren bir kavram olarak ele alınmıştır (Özlü ve Alan, 2020). Dijitalleşme sürecinin hızla geliştiği günümüz dünyasında dijital diplomasi, kamu diplomasisi için yeni olanaklar ve araçlar sunmuştur. Özellikle hükümetlerin küresel medya ekolojisi içerisinde tek yönlü iletişim biçimleri yerine, iki yönlü- simetrik iletişim kurma fırsatı sunduğu görülmektedir (Kampf, Manor ve Segev, 2015, s.337). Sosyal medya araçları ülkeler arasında bağlantılar kurmakta ve kamu diplomasisi faaliyetlerinde bu bağlantıların farklı halkla ilişkiler stratejilerine yönelik olarak etkin kullanılmaktadır (Boyle, 2019, s.122).

Çalışmada Instagram'ın dijital diplomasi bağlamında daha da etkili kullanılabilmesi için öneriler araştırma bulgularına göre belirlenmiştir. Bu anlamda öncelikle Instagram'ın görsel ve sözel özellikleriyle dijital diplomasi için etkili ve etkileşimli bir platform sunduğu vurgulanabilir. Ancak çok daha büyük potansiyel olmasına karşın, dijital diplomasi açısından bakıldığında Türkiye'nin "yumuşak güç" araçlarından biri olması için daha başarılı ve kapsamlı stratejilerin hazırlanması ve uygulanması gerekmektedir. Sosyal medya fenomenleri tarafından gerçekleştirilen paylaşımlar incelendiğinde, paylaşımların ağırlıklı olarak kültürel ve turistik bilgiler içerdiği görülmüştür. Türkiye'nin kültürel özellikleriyle ilgili yalnızca "misafirperverlik" öne çıkarılmıştır. Misafirperverlikten yalnızca iki sosyal medya fenomeni söz etmiştir. Etiketler incelendiğinde de bir tutarlılık olmadığı görülmektedir. Örneğin Türkiye'nin etiketlenmesi için bazen #turkey, bazen #turkiye bazense #visitturkey kullanılmıştır. Ziyaret edilen kültürel mekânlar için de benzer şekilde farklı etiket'ler kullanıldığı görülmektedir. Bu durum Türkiye kurumları tarafından gerçekleştirilen bir dijital diplomasi etkinliğindeki strateji eksikliğini göstermektedir.

Bunun yanı sıra, sosyal medya araçlarının diplomasi için sunduğu en önemli fırsat etkileşimli bir ortam yaratmasıdır. Etkileşim beğeni ve yorum sayıları üzerinden değerlendirilmiştir. Gerçekleştirilen paylaşımlara gelen yorum sayısının fazla olmadığı görülmektedir. Sosyal medya fenomenlerinin paylaşımlarının altında Türkiye özelinde bir diyalog oluşmamıştır. Aynı zamanda fenomenlerin yapılan yorumlara genellikle yanıt vermedikleri, verdikleri yanıtların ise diyalogu sürdürmeye yönelik olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışma kapsamında, Instagram'ın etkileşim özelliğinden çok da yararlanılmadığı düşünülmektedir. Sosyal medya araçları üzerinden yapılan etkinliklerin çok daha fazla sistemli ve kontrollü yapılması dijital diplomasi bağlamında amaçlara ulaşmada önemlidir.

Çalışmanın sınırları çerçevesinde spesifik bir örneklemin incelenmesi ile elde edilen bulguların genelleştirilmesi mümkün olmasa da ileride yapılacak çalışmalara kuramsal ve uygulama olarak katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Gelecekte daha kapsamlı çalışmalarla farklı ülke bağlamlarının karşılaştırılmasıyla daha farklı sonuçlar ve öneriler ortaya çıkabilir. Instagram'ın daha farklı özelliklerinin kullanılabilirliğine yönelik stratejiler geliştirilebilir.

Kaynakça

- Adesina, S. O. (2017). Foreign policy in an Era of Digital Diplomacy. *Cogent Social Sciences*, 3 (1), 1-13.
- Boyle, J. (2019). Twitter Diplomacy Between India and The United States: Agenda-BUilding Analysis of Tweets during Presidential Visits. *Global Media and Communication*, 15 (1), 121-134.
- Bull, H. (1997). *The Anarchical Society: A Study of Order in World Politics*. Houndmills: Macmillan
- Collins, D. S., DeWitt, R, J. ve Le Febvre, K, R. (2019). Etiket Diplomacy: Twitter as a Tool for Engaging in Public Diplomacy and Promoting US.Foreign Policy, 15, 78-96.
- Çavuş, T. (2012). Dış Politikada Yumuşak Güç Kavramı ve Türkiye'nin Yumuşak Güç Kullanımı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2 (2), 23-36.
- Çömlekçi, F. M. (2019). Dijitalleşen Diploması ve Sosyal Medya Kullanımı: Büyükelçilik Facebook Hesapları Üzerine bir Araştırma. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 1-13.
- Eisenhardt, K.M. (1989). Building Theories from Case Study Research. *The Academy of Management Review* 14 (4), 532-550
- Gilhem, B. (2000). *Case Study Reseah Methods*. New York: Continuum.
- Given, M. L. (2008). *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. Thousand Oaks: Sage.
- Grix, J. ve Brannagan, M. P. (2016) Of Mechanisms and Myths: Conceptualising States' "Soft Power" Strategies through Sports Mega-Events. *Diplomacy & Sta-tecraft*, 27 (2), 251-272.
- Hanson, F. (2012). Baked in and Wired: eDiplomacy@State. *Foreign Policy Paper Series no 30*, 1-41.
- Harris, B. (2013). Diplomacy 2.0: The Future of Social Media in Nation Branding. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*. 4, 17-31.
- Heng, Y-K. (2010). Mirror, Mirror on the Wall, Who is The Softest of Them All? Evaluating Japanese And Chinese Strategies in The 'Soft' Power Competition Era. *International Relations of the Asia-Pacific*, 10, 275-304.
- Huijgh E. (2016). Public diplomacy. Constantinou CM, Kerr P ve Sharp P (Ed.), *The SAGE Handbook of Diplomacy*(437-450). London: Sage.
- Ittefaq, M. (2019). Digital Diplomacy via Social Networks: A Cross-National Analysis of Governmental Usage of Facebook and Twitter for Digital Engagement. *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 18 (1), 49-69.

Kampf, R., Manor, I. Ve Segev, E. (2015). Digital Diplomacy 2.0? A Cross-National Comparison of Public Engagement in Facebook and Twitter. *The Hague Journal of Diplomacy*, 10, 331-362.

Korkmaz, A. ve Büyük, M. (2019). Sosyal Medya Ortamlarının Diploması İletiŖiminde Kullanımı: Weibo Sosyal Medya Platformu Örneği. *Simetrik İletiŖim AraŖtırmaları Dergisi*, 1 (1), 37-47.

Köse, E. (2017). Dijital Diplomasinin Sosyo-Ekonomik ve Sosyo-Politik Yapıya Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22 (15), 2347-2370.

Manor, I. Ve Crilley, R. (2020). The Mediatisation of MFAs: Diplomacy in the New Media Ecology. *The Hague Journal of Diplomacy*, 15, 66-92.

Melissen, J. (2013). Public diplomacy. A. Cooper, J. Heine, R. ve Thakur (Ed.), *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy* (436-452). Oxford: Oxford University Press.

Melissen, J ve de Keulenaar, E. V. (2017). Critical Digital Diplomacy as a Global Challenge: The South Korean Experience. *Global Policy*, 8 (3), 294-302.

Nye, S. J. (2004). Soft Power and American Foreign Policy. *Political Science Quarterly*, 119 (2), 255-270

Nye, S. J. (2009). Get Smart: Combining Hard and Soft Power. *Foreign Affairs*, 88 (4), 160-163.

Özlü, Ö. Ve Alan, A. G. (2020). Kamu Diplomasisi OluŖturulmasında Dijital Diplomasinin Etkisi: Türkiye’de Bulunan Büyükelçiliklerin Twitter Kullanımı. *Erciyes İletiŖim Dergisi*, 7(2), 1345-1366).

Rashica, V. (2018). The Benefits and Risks of Digital Diplomacy. *SEEU Review*, 13 (1), 75-89.

Sancar, A. G. (2016). YumuŖak Güç Kaynağı olarak Kültür ve Türkiye’nin YumuŖak Gücünde Kültür Faktörü. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4), 16-26.

Sancar, A. G. (2017a). Turizm Diplomasisi Kapsamında Yer Markalama: Turkey Home Kampanya Analizi. *Selçuk İletiŖim*, 9 (4), 89-108.

Sancar, A. G. (2017b). Dijital Diplomaside Instagram’ın Rolü: Come See Turkey Örneği. Öztürk, G. ve Eken, İ. (Ed.), *1st International Conference on New Trends in Communication* (371-381). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.

Spy, D. (2018). Facebook Diplomacy: A Data-Driven, User-Focused Approach to Facebook use by Diplomatic Missions. *Media International Australia*, 168 (1), 62-80

Sergunin, A. ve Karabeshkin, L. (2015). Understanding Russia’s Soft Power. *Politics*, 35 (3-4), 347-363.

Snow, N. (2009). Rethinking Public Diplomacy. Nancy Snow & Philip M. Taylor (Ed.), Routledge Handbook of Public Diplomacy (1-9). New York: Routledge International Handbooks.

Straus, N., Kruikemeier, S., Van der Meulen, H., ve Van Noort, G. (2015). Digital Diplomacy in GCC Countries: Strategic Communication of Western Embassies on Twitter. *Government Information Quarterly*, 32, 369-379.

Tuncer, F. F. (2020). Uluslararası İlişkilerin Dijital Dönüşümü: Twitter Diplomasisi. İ.E. Çelik (Ed.), *Dijital Dönüşüm: Ekonomik ve Toplumsal Boyutlarıyla (195-209)*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Watson, A. (1984). *Diplomacy: The Dialogue Between States*. New York: Routledge.

Yağmurlu, A. (2019). Dijital Diploması: Kamu Diplomasisi Çerçevesinden Avrupa Birliği Üye Ülkeleri ve Türkiye Dışişleri Bakanlık İnternet Uygulamaları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 267-295.

Yapıcı, U. (2015). Yumuşak Güç Ölçülebilir mi? *Uluslararası İlişkiler/International Relations*, 12 (47), 5-25.

Yin, K. R. (2003). *Case Study Research: Design and Methods*. Thousand Oaks: Sage.

We Are Social Raporu 2020. Erişim 22 Aralık 2020, <https://wearesocial.com/digital-2020>