

PAPER DETAILS

TITLE: Kamu Diplomasisi: Kavramlar, Yaklasimler ve Uygulamalar

AUTHORS: Fulya Aksu

PAGES: 211-230

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3908003>

Kamu Diplomasisi: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar ¹

Fulya AKSU ²

Başvuru Tarihi: 06.05.2024

Kabul Tarihi: 30.09.2024

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Öz

Kamu diplomasisi, hükümetlere yabancı halklarla ilişki kurmaları için yapılandırılmış bir yaklaşım sunan önemli bir araçtır. Kültürel değişimler, bilgi paylaşımı, eğitim programları ve medyaya erişim gibi etkinlikler aracılığıyla algıları şekillendirerek uluslararası ilişkileri yönetmek temeline dayanmaktadır. Kamu diplomasisinin uluslararası ilişkiler literatüründe kavramsallaştırılması görece yeni olsa da uygulama olarak geçmişte antik çağlara kadar dayandırılabilir. Nitekim tarihsel olarak da uluslar dış dünyaya yönelik imajlarını yönetme ve yabancı kamuoyunu etkileme ihtiyacı ile gerekli mekanizmaları kurmuş ve kullanmışlardır. Ancak dijitalleşme çağında bilgiyi paylaşma ve yayma olanaklarının artmış olması kamu diplomasisini uluslararası ilişkilerde ön plana çıkarmakla kalmamış, kavramsallaştırmasına ve yapılandırılmış bir mekanizma olarak ortaya koyulmasına da yol açmıştır. Bu makale temel olarak kamu diplomasisinin tarihsel gelişimini, teorik temellerini ve mevcut uygulamalarını inceleyerek öncelikle nasıl kavramsallaştırıldığını açıklamayı ve bu şekilde farklı ulusların kamu diplomasisi stratejilerini neden ve nasıl uyguladıklarının kavranmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu amaçla yola çıkılan makale, esas olarak analitik ve betimleyicidir. Bu bakımdan kamu diplomasisinin kavramsal evriminin farklı boyutları vurgulanarak bir haritalandırma ile başlamakta, ardından, kamu diplomasisinin antik köklerinden başlayarak modern kavramsallaştırmasına, araçlarının ve aktörlerinin evrimine kadar kamu diplomasisine tarihsel bir bakışla devam etmektedir. Tarihsel genel bakışın ardından, kamu diplomasisinin teorik temelleri, yumuşak güç, ulus markalaşması, iletişim teorileri, inşacılık ve eleştirel uluslararası ilişkiler teorileri odağında ele alınmakta ve söz konusu yaklaşımların kamu diplomasisi uygulamalarını nasıl desteklediğini tartışmaktadır. Uygulama kısmında NATO'nun kamu diplomasisi örneği ele alınmaktadır. Bu kapsamda NATO tarafından benimsenen kamu diplomasisi strateji ve uygulamaları incelenerek hükümetlerarası bir örgütün kamu diplomasisini nasıl etkin bir şekilde yürütebileceğine dair bir örnek ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kamu Diplomasisi, Yumuşak Güç, Ulusal Markalaşma, Kültürel Diplomasi, NATO Kamu Diplomasisi

Atıf: Aksu, F. (2024). Kamu diplomasisi: Kavramlar, yaklaşımlar ve uygulamalar. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(Özel Sayı), 211-230.

¹ Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

² Altınbaş Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, fulya.ereker@altinbas.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1747-2763

Public Diplomacy: Concepts, Approaches and Implementation

Fulya AKSU ³

Submitted by: 06.05.2024

Accepted by: 30.09.2021

Article Type: Research Article

Abstract

Public diplomacy is an important tool that provides governments with a structured approach to engaging with foreign publics, shaping perceptions through cultural exchanges, information sharing, educational programmes, and media outreach. While the conceptualisation of public diplomacy in the International Relations literature is relatively new, its practice dates back to ancient times since historically, nations sought to influence foreign public opinion to manage their external relations. However, the digital age has accelerated the prominence and development of public diplomacy as a structured mechanism. In this line this article aims to analyse the historical development, theoretical foundations, and current practices of public diplomacy, explaining how it was conceptualised in the first place, and in this way to provide an understanding of why and how different nations implement public diplomacy strategies. It begins with a mapping of the conceptual evolution of public diplomacy, paying special attention to its different dimensions. It then proceeds with a historical overview of public diplomacy, from its ancient roots to its modern conceptualization and the evolution of its tools and actors. Following the historical overview, the theoretical foundations such as soft power, nation branding, communication theories, constructivism, and critical international relations theories of public diplomacy are explored. The article discusses how these approaches underpin public diplomacy practices. The practical implementation is demonstrated through a case study of NATO's public diplomacy strategies. The case study indicates the strategies and practices adopted by NATO and serves as an example of how an intergovernmental organization can effectively carry out public diplomacy.

Keywords: Public Diplomacy, Soft Power, Nation Branding, Cultural Diplomacy, NATO Public Diplomacy

³ Altınbaş University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, Department of International Relations, fulya.ereker@altinbas.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-1747-2763

Giriş: Kamu Diplomasisini Tanımlamak ve Sınıflandırmak

Kamu diplomasisi, esasen farklı perspektiflerden farklı şekillerde tanımlanan, sınırları belirli kesin bir tanım üzerinde anlaşma olmayan bir kavramdır. En genel tanımı ile uluslararası bir aktörün yabancı bir halkla ilişki kurarak uluslararası ortamı yönetme girişimidir (Cull, 2009, s. 12). Bu yaklaşıma göre uluslararası aktör devletler yanında uluslararası örgütler, çok uluslu şirketler gibi devlet-dışı aktörleri de içermektedir. Bu yaklaşım doğru olmakla birlikte literatürde kamu diplomasisini yalnızca devletlerin kullandığı bir araç olarak görmek eğilimi yaygındır. Bu kapsamda kamu diplomasisi, hükümetlerin ulusal çıkar ve hedeflerine destek kazanmak amacıyla uluslararası kamuoyuna yönelik bilgilendirme, etkileme ve katılım faaliyetleri şeklinde tanımlanmaktadır. Her durumda kamu diplomasisi uluslararası bir aktörün kendi gündemi kapsamında uluslararası kamuoyunu etkilemek amacıyla kurulan iletişimi kapsamaktadır. Uygulama alanı olarak kökleri antik çağlara dayanan kamu diplomasisi, çağlar boyunca teknolojik gelişmelere ve değişen küresel ilişkilere uyum sağlayarak evrim geçirmiştir. Dijital dönüşüm çağında tüm dünya kamuoyuyla etkileşim kurmak mümkün olduğundan kamu diplomasisinin rolü ve önemi daha da öne çıkmış (Golan vd., 2015), yapılandırılmış bir mekanizma olarak geliştirilmek üzere kavramsallaştırılmıştır.

Kamu diplomasisinin merkezinde Joseph Nye tarafından ortaya atılan ve zorlamadan çok cezbetme yoluyla etkileme yeteneğinin altını çizen yumuşak güç kavramı yer almaktadır (Nye, 2004; 2019). Yumuşak güç ve kamu diplomasisi arasındaki ilişki, küresel algı ve tutumları olumlu katılım yoluyla etkilemenin geleneksel güç biçimlerinden daha sürdürülebilir ve etkili dış politika sonuçlarına yol açabileceği önermesine dayanmaktadır. Kamu diplomasisi, bilgi, kültür, eğitim ve dijital diplomasi gibi çeşitli boyutlarıyla, bir ülkenin yumuşak gücü için bir kanal görevi görerek, değerlerini ve ideallerini sınırların ötesine yansıtmasını ve olumlu bir uluslararası imaj geliştirmesini sağlar (Melissen, 2005, s. 4; Nye, 2019, s. 95). Bir başka deyişle kamu diplomasisi ve yumuşak güç birbiriyle bağlantılı kavramlar olmakla kalmaz, kamu diplomasisi yumuşak gücün dinamik bir aracı olarak hizmet eder (Nye, 2019: 95). Kamu diplomasisi ve yumuşak güç arasındaki bu ilişki kültürel çekicilik, siyasi değerler ve politikarlardan yararlanmaya yönelik stratejik bir önceliği vurgulamaktadır.

Nye'in yumuşak gücü ilk kez tanımlamasından bu yana kavram, kamu diplomasisinde somutlaşan daha geniş bir dizi faaliyet ve stratejiyi kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Örneğin kültürel ve ideolojik cazibe, bir ülkenin yumuşak gücünün önemli bir bileşeni olarak görülmeye başlanmıştır (Watanabe ve McConnell, 2008). Bir ülkenin kültürünün film, müzik ya da edebiyat yoluyla küresel çapta yayılması, o ülkenin çekiciliğini artırarak etkisini sınırlarının ötesine taşıyabilir. Yine dijital devrim kamu diplomasisi alanını daha da dönüştürmüş ve dijital diplomasiyi küresel kitlelerle etkileşim kurmak için kritik bir araç haline getirmiştir. Sosyal medya ve diğer çevrimiçi platformlar doğrudan iletişim ve etkileşim için fırsatlar sunarak ülkelerin yumuşak güçlerini destekleyen anlatılar oluşturmalarına ve yaymalarına olanak tanımaktadır (Metzgar, 2012). Bu dijital yön, kamu diplomasisinin değişen doğasının ve uluslararası kamuoylarına ulaşmak ve onları etkilemek için yeni teknolojilerden yararlanma kapasitesinin bir göstergesidir. Dahası, devlet dışı aktörlerin kamu diplomasisindeki rolü önem kazanmış ve yumuşak güç projeksiyonunun çok yönlü doğasını öne çıkarmıştır. Sivil toplum kuruluşları, kültür kurumları ve çok uluslu şirketler artık kendi ülkelerinin yumuşak gücüne katkıda bulunmada önemli roller oynamakta ve genellikle devlet öncülüğündeki kamu diplomasisi çabalarıyla uyumlu girişimlerde bulunmaktadır (Hocking, 2005: 39). Devlet ve devlet dışı aktörler arasındaki bu iş birliği dinamiği kamu diplomasisi ortamını zenginleştirmekte ve yumuşak gücün geliştirilip kullanılabileceği alanları genişletmektedir.

Kamu diplomasisini tanımlayan temel boyutlar, bilgi diplomasisi, kültürel diplomasi, eğitim diplomasisi, değişim diplomasisi ve dijital diplomasi. Sayılan her bir boyut temelde birbiriyle ilişkili, çoğu zaman iç içe geçmiş olmasına karşın özellikle son on yıllarda gösterdikleri gelişme dolayısıyla ayrı boyutlar olarak sınıflandırılmaktadır.

Kamu diplomasisinin ilk boyutu olan bilgi diplomasisi, yanlış anlamaları düzeltmek ve çeşitli medya organları aracılığıyla olumlu bir ulusal imaj sunmak için bilgi yaymayı amaçlar (Gilboa, 2008, s. 55). Bu boyut, bir ülkeyle ilgili olumsuz algıları gidermek amacıyla doğru ve güvenilir bilginin yabancı kitlelere yayılmasını içerir. Bilgi diplomasisinin bir örneği, hükümet yetkililerinin kilit mesajları ve politikaları uluslararası kitlelere iletme için haber bültenlerini ve basın açıklamalarını kullanmasıdır. Ancak diğer yandan bilgi diplomasisinin, bilgi paylaşımı ile algıları manipüle etme arasındaki çizginin bulanıklaştığı durumlarda propaganda sınırına gelebileceğine dair eleştirileri de göz ardı etmemek gerekir. Bu kapsamda genellikle bilgi diplomasisinin her zaman objektif veya tarafsız olmayabileceği ve aksine bir ulusun stratejik çıkarlarına hizmet etmek için manipülatif ve taraflı olabileceği öne sürülmektedir (Melissen, 2005, s. 18). Bilgi paylaşımı ile algıları şekillendirme arasındaki çizginin kolaylıkla bulanıklaşabilmesi eleştirilere haklı bir zemin hazırlamaktadır (Szostek, 2020). Yine bilginin gerçekliği de paylaşılan bilginin yalnızca belirli bir anlatıyı veya gündemi desteklemek için bir araç olup olmadığı bağlamında sorgulanmaktadır.

Kamu diplomasisinin ikinci boyutu olan kültürel diplomasi, kültürler arası anlayışı geliştirmek için kültürel alışverişi kolaylaştırmaya odaklanır. Bu çerçevede bir ulusun kültürel mirasını yabancı ülkelerdeki etkinlikler, sergiler ve performanslar aracılığıyla sergileyen kültürel diplomasi, farklı uluslardan bireylerin bir araya gelmesi, diyalog kurması ve birbirlerinin kültürleri hakkında bilgi edinmesi için fırsatlar yaratır (Melissen, 2005). Bu şekilde kültürel diplomasi genellikle karşılıklı anlayışı teşvik etmek için olumlu ve etkili bir araç olarak görülse de bilgi diplomasisine benzer şekilde eleştirilere açıktır. Bu bağlamda kültürel diplomasi de bir ülkenin siyasi gündemi tarafından bir tür yumuşak güç manipülasyonu olarak kullanılabileceği ve/veya algılanabileceği öne sürülmektedir. Örneğin, hükümetler stratejik olarak kültürlerinin belirli yönlerini sergilerken, arzu ettikleri imajla uyuşmayan diğer yönlerini ihmal edebilir veya önemsiz gösterebilirler (Zamorano, 2016, s. 179). Dahası, kültürel diplomasi her zaman kültürler arasında anlamlı alışverişlere veya gerçek bir anlayışa yol açmayabilir.

Kamu diplomasisine dair ilk çalışmalarda kültürel diplomasi bir alt alanı olarak ele alınan eğitim diplomasisi ise son on yıllarda kamu diplomasisinin üçüncü boyutu olarak kültürel diplomasiden ayrı ele alınmaktadır. Eğitim diplomasisi, uluslararası ilişkilerin ve karşılıklı anlayışın geliştirilmesinde eğitimin rolü ve önemine odaklanmaktadır (Şehitoğlu, 2024). Bu alt alan öğrenci değişimleri, akademik iş birliği, uluslararası burslar ve eğitim kaynaklarının ve iyi uygulamaların paylaşımı yoluyla kültürel bölünmeler arasında köprü kurabileceği, karşılıklı anlayışı teşvik edebileceği ve küresel olarak barış ve kalkınmaya katkıda bulunabileceği düşüncesine dayanır. Eğitim diplomasisine yönelik en önemli eleştirilerden biri, karşılıklı anlayış geliştirilmesi hedeflenen süreçlerde hükümetlere düşen rolle ilgilidir (Amirbek ve Ydyrys, 2014). Bu açıdan eğitim diplomasisinin uluslar arasındaki mevcut asimetrik güç dinamiklerinin sürdürülmesine ya da daha da kötüleşmesine hizmet edebileceğine yönelik eleştiriler öne çıkmaktadır. Eğitim diplomasisini eleştirenler genellikle programın etkinliği, adaleti ve altında yatan motivasyonlarla ilgili endişelerini dile getirmektedir. Yine eleştiriler eğitim diplomasisi programlarının, özellikle de prestijli burslar ve değişim fırsatlarının, genellikle ayrıcalıklı veya prestijli kurumlardan öğrenciler için daha erişilebilir olduğunu savunmaktadır (Mikhail, 2018, s. 19). Eğitim diplomasisinin gelişmekte olan ülkelerde beyin göçüne katkıda bulunabileceği de öne sürülmektedir. Yurtdışında okumak için burs alan öğrenciler eğitimlerini tamamladıktan sonra kendi ülkelerine dönmeyi tercih edebilmekte, bu da beyin göçü olgusunu daha da şiddetlendirmekte ve gelişmekte olan ülkeleri kendi kalkınmalarına katkıda bulunabilecek yetenekli bireylerden mahrum bırakmaktadır (Ma ve Pan, 2015, s. 307-308).

Kamu diplomasisinin dördüncü boyutu olan değişim diplomasisi eğitim değişimlerine odaklı ele alındığında eğitim diplomasisinin bir parçası olarak görülmekle birlikte burada değişim sadece eğitimle sınırlı değildir. Bu nedenle her türlü insandan insana etkileşimi içeren değişim diplomasisi kamu diplomasisinin dördüncü boyutu

olarak ortaya çıkar. Değişim diplomasisi genel olarak, karşılıklı anlayış ve iş birliğini teşvik etmek amacıyla farklı ülkelerden bireyler arasında fikir, bilgi, kültür ve deneyim alışverişini içerir. Kişiler arası etkileşim, bireylerin farklı kültür ve geçmişlerden gelen muhataplarıyla doğrudan ilişki kurmasını sağladığı için değişim diplomasisinde hayati bir rol oynar (L'Etang, 2009, s. 610-611). Değişim diplomasisi bireyler arasında doğrudan iletişim ve etkileşimi kolaylaştırarak kültürel alışverişini teşvik eder, karşılıklı anlayışı destekler ve uluslar arasında güven inşa eder. Değişim diplomasisinde insanlar arası etkileşim, bireylerin bakış açılarını, deneyimlerini ve fikirlerini paylaşmaları için bir platform görevi görerek karşılıklı ilgi alanlarına giren çeşitli konularda diyalog ve iş birliği fırsatları yaratır. Bu etkileşimler, eğitim değişimleri, kültürel etkinlikler, spor müsabakaları, gençlik programları, profesyonel stajlar ve vatandaş diplomasisi girişimleri gibi çeşitli kanallar aracılığıyla ve biçimlerde gerçekleşebilir. Değişim diplomasisinde insanlar arası etkileşimin en önemli yararlarından biri karşılıklı anlayış ve kültürel takdirin teşvik edilmesidir. Doğrudan etkileşim ve katılım yoluyla bireyler farklı kültürler, gelenekler ve bakış açıları hakkında ilk elden deneyim ve içgörü kazanabilirler. Öte yandan, değişim diplomasisini eleştirenler, insanlar arası etkileşimin her zaman olumlu sonuçlara yol açmayabileceğini savunmaktadır. Bazı durumlarda, halktan halka etkileşim gerçekçi olmayan beklentiler yaratabilir veya bireylerin yüzeysel kültürel alışveriş lehine kritik jeopolitik sorunları veya insan hakları ihlallerini göz ardı etmelerine yol açarak rehabet duygusunu besleyebilir. Yine kamu diplomasisinin diğer boyutlarına benzer şekilde değişim diplomasisinin siyasi manipülasyona açık olabileceği, hükümetlerin bunu kendi gündemlerini dayatmak ve iç sorunları örtbas etmek için bir araç olarak kullanabileceği de öne sürülmektedir (Scott Smith, 2020, s. 51-52).

Kamu Diplomasisinin Aktörleri ve Araçları

Kamu diplomasisi küresel iletişim, teknoloji ve uluslararası ilişkilerdeki değişimlere uyum sağlayarak geliştiğinden artık geleneksel ve yeni kamu diplomasisi olarak ikiye ayrılmaktadır. Geleneksel kamu diplomasisi öncelikle devlet odaklı olup, devletlerin uluslararası kamuoyuna yönelik faaliyetlerinden oluşmaktaydı. Yeni kamu diplomasisi ise hem devlet hem de devlet dışı aktörlerin diyalog kurarak uzun vadeli ilişkiler ve anlayış inşa etmesine odaklıdır. Yine yeni kamu diplomasisi geleneksel kamu diplomasisinin aksine doğrudan etkiyle değil, daha çok iş birliği ve katılımı ilgilidir (Melissen, 2005, s. 14).

Devlet dışı aktörlerin kamu diplomasisi süreçlerine dahil olması önemlidir. Öncelikle yeni aktörlerle birlikte yeni araç ve yöntemler de kamu diplomasisine dahil olmuştur. Örneğin, teknoloji şirketlerinin dijital diplomasi girişimleri ve kampanyalar için sosyal medya platformlarının kullanımı yeni iletişim kanalları açmıştır (Bjola, 2015, s. 4). Yine kamu diplomasisinin esasında en geleneksel araçları olan radyo ve televizyon da dünyadaki dijital dönüşüme ayak uydurmuş, daha geniş kitlelere ulaşmak için dijital içerik ve sosyal medyayı da içerecek şekilde kendini yenilemiştir. Günümüzde artık bir haber ağının etkin olabilmesi için YouTube platformunda da yayın yapması gereği vurgulanmaktadır. Dijital platformların, örneğin Twitter, Facebook ve Instagram gibi sosyal medya araçlarının kamu diplomasisi araçlarına dönüşmesi, uluslararası kamuoyuna hızlı ve doğrudan ulaşım sağlamıştır. Diğer yandan devlet dışı aktörler genellikle hükümetlerden daha fazla güven ve inanılabilirliğe sahiptir. Kızıl Haç ve Uluslararası Af Örgütü gibi kuruluşlar tarafsız olarak algılanır ve bu da kriz bölgelerine müdahalelerinin daha etkili olmasını ve memnuniyetle karşılanmasını sağlayabilir (Melissen, 2005, s. 12). Yine devlet dışı aktörler, devletlerin siyasi hassasiyetler nedeniyle göz ardı edebilecekleri veya kaçınabilecekleri konuların gündeme getirilmesinde önemli rol oynayabilirler.

Devlet dışı aktörler hükümet-dışı uluslararası kuruluşlar, çok uluslu şirketler (ÇUŞ), kültürel, dini kuruluşlar, düşünce kuruluşları, uluslararası örgütler, bazı kaynaklara göre de bireyler olarak sayılmaktadır (Lee ve Ayhan, 2015; Gilboa, 2008). Devlet-dışı aktörlerin kamu diplomasisinde amaçları bakımından rolleri ve etkileri birbirinden farklı olabilir. Kamu diplomasisinin aktörleri olarak devlet-dışı aktörlerin kendi kamu diplomasisi

gündemleri vardır ve bu gündeme göre hareket ederler. Bunun yanında bazı devlet-dışı aktörler kendi amaçları doğrultusunda hareket ederken dolaylı olarak devletlerin kamu diplomasisi gündemlerine katkıda bulunabilirler (Lee ve Ayhan, 2015, s. 59).

Kamu diplomasisi süreçlerinde devlet-dışı aktörler olarak ilk akla gelen hükümet-dışı uluslararası kuruluşlardır. Hükümet-dışı uluslararası kuruluşlar özellikle insan hakları, çevre ve insani yardım gibi alanlarda uluslararası normları ve politikaları etkilerler. Bu kuruluşlara genellikle hükümetlerden daha fazla güven duyulur, bu nedenle küresel kamuoyuna etkili bir şekilde ulaşabilir ve onları harekete geçirebilirler. Örneğin Uluslararası Af Örgütü ve Greenpeace gibi örgütler, özellikle insan hakları ve çevrenin korunması gibi alanlarda uluslararası normları ve politikaları etkilemede rol oynarlar. Bu kapsamda uluslararası örgütleri de kamu diplomasisinin yeni aktörleri arasında saymak gereklidir. Soğuk Savaş sonrası dönemde uluslararası örgütler de kendi kamu diplomasisi gündemlerini uygulamaya başlamış, hemen her birisi kendi kamu diplomasisi birimlerini kurmuşlardır. Bunlar arasında ilk olarak Birleşmiş Milletler'i (BM) sayabiliriz. BM hem yeni kamu diplomasisinin dayanağı olan küresel diyalog için en önemli platform olma rolünü yerine getirir hem de insan hakları, yoksulluk ve ayrımcılıkla mücadele, çevresel sürdürülebilirlik gibi çok yönlü faaliyetleri aracılığıyla uluslararası normların yaratıcısı olarak kamu diplomasisinde önemli bir rol oynar. Küresel olmayan uluslararası örgütler de kamu diplomasisinin aktörleridir ve bu kapsamda en iyi örnek Kuzey Atlantik Anlaşması Örgütü (NATO) olacaktır. NATO hem müttefik hem de küresel kamuoyuna kendi yaklaşım ve politikalarını daha iyi anlatmak ve bu şekilde uluslararası destek sağlamak amacıyla 2003 yılında Kamu Diplomasisi Birimini (Public Diplomacy Division-PDD) kurmuştur. Bu birim ile NATO hem müttefik hem de uluslararası kamuoyuna ulaşmak için yeni programlar geliştirmiş, proje destekleri, yarışmalar, enformasyon merkezleri, çeşitlendirilmiş yayınlar, değişim programları, yaz okulları gibi yeni araçlarla kamu diplomasisini etkin bir şekilde yürütmeye başlamıştır (Oktay, 2012, s. 138).

Çok Uluslu Şirketler küresel iş uygulamaları ve kurumsal sosyal sorumluluk girişimleri aracılığıyla kamu diplomasisinde önemli roller oynamaktadır. Kendi kurumları yanında ülkeleriyle ilgili algıların şekillenmesine de yardımcı olurlar ve ekonomik yollarla uluslararası politikayı etkileyebilirler (Kochhar ve Molleda, 2015). Çünkü bu kurumlar geniş küresel ağlara ve mali kaynaklara sahiptir. Bu çerçevede Coca-Cola veya Apple'ı düşünebiliriz. ÇUŞ'ler kültürel etkinliklere sponsor olabilir, eğitim programlarını destekleyebilir veya olumlu algı yaratmak üzere sosyal sorumluluk girişimlerinde bulunabilirler.

Kamu diplomasisinin devlet-dışı aktörlerinden üniversiteler ve düşünce kuruluşları hem kültürler arası anlayışı pekiştirir hem de politika geliştirmesine katkıda bulunurlar. Bu kapsamda eğitimsel ve kültürel değişim programlarını yönetir, konferanslar, seminerler, araştırma, yayın ve eğitim programlarıyla politika geliştirilmesine katkıda bulunurlar. Üniversiteler ve düşünce kuruluşları kamuoyu için bilgi üretmekle kalmaz, aynı zamanda kamu diplomasisi uygulayıcıları olan hükümetlere de uzmanlık sağlarlar. Bu bağlamda teori ile pratik arasında köprü görevi görürler (Nye, 2004).

Özel medya kuruluşları da kamu diplomasisi uygulayıcılarıdır. Medya kuruluşları uluslararası meseleleri çerçeveleyerek ve kamuoyunun algısını şekillendirerek kamu diplomasisinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu kuruluşlar kamuoyunun bilgilendirilmesi için gerekli olan diyalog ve tartışma platformlarını sağlarlar ve küresel ölçekte hem politikaları hem de sosyal değişimi etkileyebilirler. Örneğin, El Cezire haber ağı Batı medyası tarafından genellikle görmezden gelinen bakış açılarını yayınlayarak hem Arap dünyası hem de uluslararası kamuoyunu etkilemiş, algıları şekillendirerek Orta Doğu siyasetinin daha farklı açılardan anlaşılmasını sağlamış ve bu şekilde kamu diplomasisine etkin bir şekilde dahil olmuştur (Gilboa, 2008, s. 63-64).

Son olarak yeni kamu diplomasisi anlayışı içinde bireylerin de kamu diplomasisi aktörleri olarak rolleri kabul edilmektedir. Yeni kamu diplomasisi bağlamında aktivistler, sosyal medya fenomenleri, ünlüler, akademisyenler ve iş dünyası liderleri gibi bireyler, çeşitli kanallar ve girişimler aracılığıyla küresel kamuoyu üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilirler. Örneğin ünlülerin şöhretlerinden küresel sorunlara dikkat çekmek, kamuoyunu etkilemek ve harekete geçirmek için yararlanılabilir. Angelina Jolie'nin mülteci krizleri ve insan hakları ihlalleri konusunda farkındalık yaratmak için BM İyi Niyet Elçisi rolü üstlenmesi buna bir örnektir. Benzer şekilde bireysel aktivistler de uluslararası kamuoyunu etkileyebilirler. Örneğin Greta Thunberg'in kişisel hikayesi ve aktivizmi iklim değişikliği meselesini öne çıkarmak için kullanılmıştır. Dijital çağda, sosyal medya fenomenleri algıları da şekillendirmede ve bu yolla kültürler arası diyalog yaratmada önemli bir güce sahip olduklarından amaçları kapsamında kamu diplomasisinin devlet dışı aktörleri olarak rol alma potansiyeline sahiptirler.

Kamu diplomasisinin aktörleri olarak devlet-dışı aktörlere kimlerin dahil olduğu tartışmasının ötesinde literatürde genel olarak devlet-dışı aktörlerin kamu diplomasisi aktörleri olarak sayılıp sayılmayacağı konusunda uzlaşma olmadığının ve bu nedenle başta sözü edilen geleneksel ve yeni kamu diplomasisi ayrımının yapıldığının bir kez daha altının çizilmesi önemlidir. Çünkü burada iki farklı anlayış söz konusudur ve geleneksel anlayış kamu diplomasisinin devlet merkezli olduğu, devlet-dışı aktörler araç olarak kullanılsa dahi bunun dolaylı da olsa devletin yumuşak gücüne hizmet amacı taşıdığı görüşünü savunmaktadır (Ayhan, 2019). Fakat bu noktada yeni kamu diplomasisi anlayışının geleneksel anlayıştan farklı şekilde tanımlandığı ve geleneksel anlayışta kamu diplomasisini tek yönlü bir bilgi aktarımı ve algı yaratımı süreci gibi görülürken yeni anlayışta karşılıklı diyalog, etkileşim ve iş birliğinin öne çıkarıldığı ve bu kapsamda devlet-dışı aktörlerin kendilerine yer bulabildiği göz ardı edilmemelidir. Makalenin son bölümünde bir örnek olarak değerlendirilecek olan NATO'nun kamu diplomasisi uygulamaları bu tartışmaya da açıklık getirmek konusunda destekleyici olacaktır.

Kamu Diplomasisinin Tarihsel Gelişimi

Kamu diplomasisi kavramı 20. yüzyılın ortalarında ortaya atılmış olmakla birlikte eski çağlara kadar uzanan bir olgudur. Çünkü yabancı halkları hedef alan diplomatik faaliyetler Antik Yunan, Roma, Bizans ve Rönesans İtalya'sında da vardı (Melissen, 2005, s. 3). Bu kapsamda örneğin Antik Yunan'da MÖ 776 yılında başlayan Olimpiyat Oyunları, bir tür kamu diplomasisi işlevi görmüştür. Bu oyunlar sadece atletizm yarışmaları değildi, aynı zamanda sık sık savaştan Yunan şehir devletleri arasında barışı teşvik etmek için bir araç işlevi de görüyorlardı. Olimpiyat ateşkesi ya da 'ekecheiria' oyunlar sırasında tesis edilmiş, katılımcılar için barış ve işbirliği mesajını teşvik etmiştir. Kaldı ki olimpiyatlar bugün dahi kamu diplomasisinin önemli araçlarından biri olmaya devam etmektedir. 15. yüzyılda matbaanın icadı, yabancı halklarla resmi iletişimin kapsamını değiştirmede önemli bir rol oynadı. Venedik diplomasisinde haber bültenlerinin dağıtılması yabancı halklarla sistematik iletişimin erken bir örneğiydi ancak on yedinci yüzyılın başlarında modern diplomasi babası sayılan Kardinal Richelieu gibi öncülerin yolunu açan esas şey Gutenberg'in icadıydı (Melissen, 2005, s. 3). Fransız devriminin özgürlük, eşitlik, kardeşlik ideallerinin tüm dünya halklarını etkilemiş olması da kamu diplomasisinin örneği olarak kabul edilmektedir (Oktay, 2012, s. 128).

Tarihsel olarak, kamu diplomasisi kabul edilen faaliyetler genellikle propagandadan ayırt edilemezdi. Örneğin Birinci ve İkinci Dünya Savaşları sırasında ülkeler destek toplamak ve düşman halkları etkilemek için propagandayı yoğun bir şekilde kullanmışlardır. İngilizler 1914 yılında bu amaçla propaganda yapan Wellington House'u kurdu. Benzer şekilde, Nazi Almanyası da 1933 yılında Joseph Goebbels başkanlığında Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı'nı kurmuştur (Pratkanis, 2020). Kamu diplomasisinin gelişiminde teknolojinin rolü, matbaanın icadında görüldüğü gibi her zaman önemli olmuştur. 20. yüzyılın başında radyo

sinyallerinin Atlantik ötesine ulaştırılması sınırların ötesindeki geniş halk kitlelerine ulaşma yeteneği sağladığından radyo kamu diplomasisi için güçlü bir araç haline geldi. Bu şekilde her iki dünya savaşında radyo, yabancı kamuoyunu şekillendirmek ve aslında propaganda amacıyla kullanılmaya başlandı.

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin (SSCB) öncülüğündeki ideolojik mücadele küresel kamuoylarının kalplerini ve zihinlerini kazanmayı askeri güç kadar önemli hale getirdiğinden Soğuk Savaş döneminde kamu diplomasisinin olgudan kavramsallaştırmaya geçişi süreci başlamış oldu. Bu noktada kamu diplomasisini propagandadan ayırma ve propagandanın yarattığı olumsuz çağrışımı bertaraf etme çabası olduğu da düşünülebilir. Örneğin ABD 1953 yılında kültürel değişimler, uluslararası yayıncılık ve bilgi yayma yoluyla Amerikan kamu diplomasisinde önemli bir rol oynayan Birleşik Devletler Enformasyon Ajansı'nı (USIA) kurdu (Cull, 2008). USIA'nın girişimleri arasında dünya çapında Amerikan haberlerini ve kültürel programlarını yayınlayan Amerika'nın Sesi ve eğitim değişimlerini teşvik eden Fulbright Programı gibi girişimler yer alıyordu. Soğuk Savaş'ın iki kutuplu dünyasında ülkeler kendilerini küresel kamuoyuna mümkün olan en iyi şekilde sunarak kamuoyunun algısını şekillendirmeye ve küresel destek kazanmaya çalıştılar. Soğuk Savaşın ardından ise yumuşak güç kavramı ortaya çıktı ve kamu diplomasisi kavramı değişen küresel dinamiklere yanıt olarak gelişmeye ve uyum sağlamaya devam etti.

Bu süreçte bilgi ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler küreselleşmenin etkisiyle birlikte kamu diplomasisi alanını daha da öne çıkardı. İnternet ve dijital iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışı, kamu diplomasisinin kapsamını ve etkinliğini önemli ölçüde genişletti. Sosyal medya platformları, bloglar ve diğer çevrimiçi forumlar, hükümetlerin yabancı halklarla doğrudan etkileşim kurması için hayati önem taşıyan araçlar haline geldi. Bu teknolojiler, yalnızca devlet aktörlerinin değil, aynı zamanda devlet dışı aktörlerin de küresel diyaloga katılmasına olanak tanıdı. Örneğin, Arap Baharı sırasında sosyal medya, halkları harekete geçirmede ve hem yurt içinde hem de yurt dışında kamuoyunu etkilemede kritik bir rol oynadı.

Günümüzde kamu diplomasisi, yukarıda anılan çok çeşitli boyutları da içerecek şekilde çok kapsamlı hale gelmiştir ve ulusal imajı geliştirmek için pazarlama stratejilerinin kullanılmasını içeren ulus markalaşması kavramı gibi yeni kavram ve boyutları da içerecek şekilde genişlemeye ve derinleşmeye devam etmektedir.

Kamu Diplomasisinin Kavramsal ve Kuramsal Temelleri

Kamu diplomasisi temel olarak uluslararası ilişkileri yönetmenin bir aracıdır, fakat kuramsal ve kavramsal alt yapısı farklı disiplinlerden katkıları da içerir. Bu kapsamda uluslararası ilişkiler yaklaşımları yanında iletişim kuramları ve kültürel sosyoloji kamu diplomasisinin kuramsal alt yapısına yaptıkları katkı bakımından öne çıkmaktadır. Yine kamu diplomasisinin kavramsal temellerini anlamak için yumuşak güç ve ulus markalaşması kavramlarının rolü önemlidir. Kamu diplomasisi ile bu iki kavram arasındaki içsel ancak aynı zamanda karmaşık ilişkinin kavranması kamu diplomasisini anlamak için önemlidir.

Yumuşak Güç: Kamu Diplomasisinin Anahtarı

Yumuşak güç Nye tarafından, askeri güç ve ekonomik yaptırımlara dayanan geleneksel sert güç kavramına alternatif olarak, başkalarını zorlama veya baskı olmadan istediğini yapmaya ikna etme yeteneği olarak tanımlamıştır (Nye, 1990, s. 166). Yumuşak güç, bu kapsamda bir ülkenin kültürünün, siyasi ideallerinin ve politikalarının çekiciliğinden ortaya çıkar. Nye'a göre, bir ülkenin kültürel ürünleri uluslararası alanda takdir edildiğinde, değerlerine saygı duyulduğunda veya politikaları meşru ve moral olarak uygun görüldüğünde o ülke uluslararası hedeflerine daha kolay ulaşabilir çünkü bu şekilde onun çıkarlarına gönüllü olarak uyum sağlanır (Nye, 2004). İkna ve cezbetmeye dayandığından yumuşak güç dolaylıdır.

Kültürel çekicilik yumuşak gücün önemli bir bileşenidir. Örneğin, Amerikan kültürünün Hollywood filmleri, müzik ve teknoloji aracılığıyla yarattığı küresel etki yumuşak gücün eyleme geçmesine önemli bir örnektir. Dahası, bir ülkenin özgürlüğe, insan haklarına ve demokrasiye olan bağlılığı uluslararası kamuoyu tarafından takdir gördüğünde yumuşak güç siyasi değerlerle de desteklenmiş olur. Yine yumuşak gücü moral değerlerle de desteklemek, bu çerçevede örneğin iklim değişikliği gibi küresel sorunları ele alan politikalarla öne çıkmak bir ülkenin yumuşak gücünü, dolayısıyla da küresel etkisini artırabilir. Yumuşak gücün bu şekilde kültürel çekicilik, siyasi ve moral değerlerden oluşan unsurları kamu diplomasisi ile olan ilişkisini de belirlemektedir.

Kamu diplomasisi ve yumuşak güç, uluslararası hedefleri güvence altına alma aracı olarak cazibe ve iknaya odaklandığından doğası gereği birbirleriyle bağlantılıdır. Yumuşak güç ve kamu diplomasisi stratejileri birbirlerinden farklı olmakla birlikte, karmaşık ama iç içe geçmiş bir ilişki içerisindeyler. Her ikisi de benzer şekilde bir ülkenin dünya sahnesindeki etkisini artırmada veya azaltmada hayati rol oynar. Ancak yumuşak güç ile kamu diplomasisi arasındaki bu ilişki tartışmalı bir konudur. Bu ilişkiyi olumlayan görüşler olduğu gibi bu ilişkiye karşı olanlar da bulunmaktadır.

Yumuşak güç ve kamu diplomasisi arasındaki ilişkiyi içsel gören ve olumlayan görüşler kamu diplomasisinin yumuşak gücün uygulanması için temel bir mekanizma olduğunu savunmaktadır (Melissen, 2005; Gregory, 2011; Pamment, 2013). Bu bağlamda aslında kamu diplomasisi doğrudan yumuşak gücün bir aracı olarak görülmektedir. Bu görüşe göre yumuşak güç sonuç, kamu diplomasisi ise bu sonucu elde etmeyi amaçlayan bir stratejidir. Bunun karşısında ise kamu diplomasisinin kültürel emperyalizm olarak algılanabileceği için cazibe yerine tepki yaratabileceği eleştirisi yer almaktadır (Hayden, 2012).

Ulus Markalaşması: Kamu Diplomasisi için Stratejik Bir Araç

İlk olarak 1996 yılında Simon Anholt (1996) tarafından ortaya atılan ulus markalaşması kavramı, pazarlama stratejileri yoluyla bir ülkenin uluslararası itibarını geliştirmeyi içerir. 20. yüzyılın sonlarına doğru küreselleşme yoğunlaştıkça ve pazarlar daha rekabetçi hale geldikçe ülkelerin kendilerini farklılaştırmaları gereği ortaya çıktığında kurumsal markalamaya benzer şekilde ancak bu defa ulusal kimliklere uygulamak üzere stratejilerin hayata geçirilmesi söz konusu oldu (Anholt, 2007).

Ulus markalaşması ortaya atıldığı ilk dönemde yalnızca ekonomik faydalara odaklanıyordu. Kavramın siyasi alanlara yayılması Nye'in yumuşak güç kavramını ortaya attığı dönemle aynı zamana denk gelmiştir. Yumuşak güç kavramıyla birlikte uluslararası imajın, ekonomik kazanımların ötesinde diplomatik etkiyi de artırabileceğinin farkına varılması iki kavramın birbirini desteklediği bir noktaya ulaştı. Buna göre güçlü bir ulusal markanın istikrar ve güvenilirlik algısını geliştirebileceği, uluslararası iş birliklerini kolaylaştırabileceği ve dış politika hedeflerini destekleyebileceği sonucunda anlaşmaya varıldı denebilir. Bu şekilde yumuşak güç kavramının kamu diplomasisi ile çakıştığı noktaya ulus markalaşması kavramı da katılmış oldu. Ulus markalaşması bir ülkenin politikalarını, kültürünü ve yatırımlarını daha çekici çekici hale getirmek için bir anlatı oluşturmakla ilgilidir ve bu çerçevede kamu diplomasisinin bir bileşeni olarak gelişmiştir. 21. yüzyılda daha da gelişen ulus markalaşması stratejileri günümüzde artık kamu diplomasisi stratejileriyle ayırt edilemez hale gelmiştir. Ticari fuarlardan ekonomi forumlarına, turizm kampanyalarından kültür festivallerine ve uluslararası spor müsabakalarına, kamu diplomasisi misyonlarından dijital kampanyalara kadar kamu diplomasisinin birçok boyutunu kapsamaktadır. Bu haliyle kamu diplomasisi ve ulus markalaşması olgusal düzeyde birbirine paralel olarak gelişmiş ve bir ölçüde iç içe geçmiş iki kavram olarak ortaya çıkmaktadır (Szondi, 2008, s. 37-38).

İki kavramın birbirinden ayrıştırılarak ele alınması gerektiğine dair bir yaklaşımın olduğu da göz önüne alınmalıdır. Bu yaklaşım temel olarak her iki kavramın da uluslararası algılamaları etkilemeyi amaçlamasına

rağmen, amaç, yöntem ve sonuçlarının oldukça farklı olabileceğini, bu nedenle ayrı ayrı ele alınması gerektiğini ileri sürmektedir. Öncelikle kamu diplomasisi ile ulus markalaşmasının beslendiği kaynaklar farklıdır. Kamu diplomasisi uluslararası ilişkiler ve halkla ilişkilerden beslenirken, ulus markalaşması pazarlama ve reklamcılıktan beslenmektedir (Yağmurlu, 2019, s. 135). Yine ulus markalaşması kültür unsurlarından faydalanmakla birlikte bunu öncelikle ekonomik kazanç odaklı yaparken kamu diplomasisinde kültürel alışverişle daha fazla karşılıklı etkileşim ve anlayış geliştirilmesi hedeflenir (Anholt, 2007). Yine ulus markalaşmasını yönlendiren ticari çıkarların kamu diplomasisinin daha incelikli hedefleriyle çatışması riski olduğu gibi ulus markalaşması belirli semboller üzerine odaklanmış belirli stratejilere dayandığından ülkenin kültürünün özünü yakalamakta başarısız olabilir ve yanlış anlamalara yol açabilir (Jansen, 2008, s. 122). Yine bu çerçevede ulus markalaşmasının markalaşma ölçütleri ve yatırım getirisine odaklanılarak daha çok bir iş gibi yönetilirken, kamu diplomasisinin daha çok siyasi etkiyle ilgili hedeflerle bir politika girişimi gibi yönetildiği vurgulanmaktadır. Her birinin farklı odak noktası, yöntemleri ve sonuçları olduğundan iki kavramın ayrı ele alınması doğru bir yaklaşım olmakla birlikte birbirlerine bağlı ve tamamlayıcı oldukları, dahası birbirlerini besleyerek geliştikleri gerçeği de göz ardı edilmemelidir.

Kuramsal Yaklaşımlar ve Etkiler

Kamu diplomasisinin uluslararası ilişkiler literatüründeki artan yeri ve önemine karşın henüz sistematik bir kuramsal perspektif geliştirilebildiğini söylemek zordur (Gilboa, 2008). Kamu diplomasisi tek bir kuram altında sınıflandırılmadığı gibi kendi içinde de sistematik bir kuram haline gelmiş değildir. Bu nedenle farklı kuramsal yaklaşımlardan beslenerek gelişmiştir.

Kamu diplomasisinin temel kavramsal temelini oluşturan ve Nye'nin geliştirdiği yumuşak güç kavramı, çoğunlukla liberal uluslararası ilişkiler teorisiyle ilişkilendirildiğinden kamu diplomasisinin liberal teori çerçevesinden değerlendirilmesi söz konusudur. Gerçekten de yumuşak güç kavramsallaştırması, liberal uluslararası ilişkiler teorisinin iş birliğine, kültürel alışverişin ve kurumsal katılımın rolüne vurgusunu, kültürel çekicilik, değerler ve politikalar yoluyla başkalarını hedeflerinize ikna etmenin önemine odaklanmasıyla tamamlar. Yumuşak güç kavramının yaratıcısı da kariyeri boyunca hem realizm hem de liberalizmle ilişkilendirilmiştir. Ancak yumuşak güç zorlayıcı olmayan uluslararası politika araçlarına yönelik liberal odakla uyumlu olsa da liberal uluslararası ilişkiler teorisinde eksik olan kültürel ve ideolojik etkinin stratejik boyutunu da öne çıkarmaktadır. Bu nedenle yumuşak güç kendine has bir yaklaşım, bir sentez olarak görülmelidir.

Bu noktada kamu diplomasisine kuramsal bir çerçeve olmaya en yakın yaklaşımın inşacılık olduğu söylenebilir. Fikirlerin, normların ve kimliklerin uluslararası ilişkileri şekillendirmedeki rolünü vurgulayan inşacılık bu açıdan kamu diplomasisine derin bir bakış açısı sunar. İnşacı uluslararası ilişkiler kuramı maddi güç ve kurumsal yapılara odaklanan realizm ve liberalizmden farklı olarak devletlerin sosyal gerçekliklerini nasıl inşa ettikleri ve bu yapıların küresel sahnedeki etkileşimlerini nasıl etkilediğine odaklandığından (Adler, 1997) uluslararası algıları etkilemek ve bundan sonuçlar yaratmak amacıyla olan kamu diplomasisi için yönlendirici ve destekleyicidir. İnşacılığın temelinde ulusal kimliklerin uluslararası etkileşimler yoluyla sürekli ve karşılıklı olarak yeniden inşa edildiği argümanı yatmaktadır (Wendt, 1992). Kamu diplomasisi ise bir ülkenin uluslararası alanda nasıl algılandığını etkileyen kültürel değerleri, siyasi idealleri ve ulusal öncelikleri ileterek bu sürece aktif olarak katılmaktadır. Örneğin, Japonya'nın İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra kendine inşa etmeye çalıştığı barışçıl ve teknolojik açıdan gelişmiş devlet kimliğini desteklemek için kamu diplomasisini kullanması, küresel imajını önemli ölçüde yeniden şekillendirmiştir (Vlahos, 2009, s. 31).

İNşacı kuramın bir diğer kolu normların uluslararası ilişkilerdeki rolü ve etkisine daha fazla odaklanmakta bu bağlamda da kamu diplomasisini desteklemektedir. Kamu diplomasisi bir ülkenin dış politika hedefleriyle uyumlu belirli norm ve değerleri teşvik eder. Bu şekilde hem ortak bir anlayış geliştirilmesi hem de ülkeler

arasında normlarda uyumlaşmayı teşvik eder, bu ise uluslararası işbirliğini kolaylaştırabilir (Finnemore ve Sikkink, 1998). Örneğin, Batılı ülkelerin demokrasi ve insan hakları değerlerine vurgusu, kamu diplomasisi çabalarında ortak temalardır.

Kamu diplomasisi iletişim kuramlarından da önemli ölçüde beslenir. İletişim kuramları özellikle kamu diplomasisinin işlediği mekanizmalar ve süreçleri destekleyicidir. Ana argümanı etkili iletişimin anlayış, tutum ve davranışlarda değişikliklere yol açabileceği yönünde olan iletişim kuramları başarılı bir kamu diplomasisinin merkezinde yer alır. Örneğin medya zenginliği kuramı iletişim araçlarının bilgiyi etkili bir şekilde iletme kapasitelerinin farklılık gösterdiğini öne sürer. Bu kamu diplomasisi girişimlerinde mesajların farklı uluslararası kitlelere etkili bir şekilde iletilmesi için uygun medya kanallarının seçilmesi için yol göstericidir. Dijital medya çağında, farklı medya kanallarının nasıl etkileşime girdiğini anlamak, küresel kamuoyuyla etkili bir şekilde etkileşim kurmak için çok önemlidir (Fullerton ve Kendrick, 2017). Yine gündem belirleme ve çerçeveleme gibi iletişim kuramları da kamu diplomasisi ile ilgilidir. Gündem belirleme kuramı, medyanın kamuoyunda hangi konuların önemli görüleceğini büyük ölçüde etkilediğini ortaya koyarken çerçeveleme teorisi bu kapsamda konuların nasıl sunulduğu ve algılandığı ile ilgilenir (Tokgöz ve Tanyıldızı, 2023). Kamu diplomasisi bu yaklaşımları uluslararası kamuoyunun ilgisini ülkenin stratejik çıkarlarını destekleyen belirli konulara veya anlatılara odaklamak ve küresel söylemi yönlendirmek için kullanır.

Bu şekilde gerek inşacılık gerekse iletişim kuramları gibi perspektifler kamu diplomasisinin uluslararası normları, kimlikleri ve algıları nasıl şekillendireceğine, dolayısıyla da uluslararası kamuoyunu etkileme pratiğine yol gösterir. Bununla birlikte disiplinde kamu diplomasisine daha yapılandırılmış bir çerçeve sunmak yerine amaçlarını ve etkilerini eleştirel bir şekilde analiz edecek araçları sağlayan ve kamu diplomasisini bu şekilde etkileyen kuramlardan da söz etmek gerekir. Bu kapsamda eleştirel uluslararası ilişkiler kuramının etkisi yadsınamaz. Eleştirel kuram, temelde tüm geleneksel ve baskın anlatılara meydan okuyarak uluslararası ilişkilere daha eşitlikçi bir yaklaşımı savunur ve bu bakış açısıyla kamu diplomasisi sadece devlet gücünü genişletmenin bir aracı ve güç ilişkileri ile hegemonyanın yeniden üretildiği bir alan olarak görülür. Bu kapsamda eleştirel teorisyenler örneğin Batılı devletlerin kamu diplomasisini kendi değer ve normlarını yaymak, diğer kültür ve perspektifleri bastırmak ya da marjinalleştirmek pahasına nasıl kullandıklarını analiz etmeye odaklanır. Eleştirel kuramın bu duruşu kamu diplomasisine doğrudan bir kuramsal katkı değildir, ancak kamu diplomasisine daha etik bir yaklaşım getirilmesini savunur ve kamu diplomasisinin sadece kendi çıkarlarına hizmet eden devletin gücünü genişletmenin bir aracı olarak kullanılması yerine, gerçekten küresel anlayış ve barışı teşvik etmeyi amaçlayan bir olguya dönüşmesi için katkıda bulunur.

Kamu Diplomasisinin Uygulanması: Stratejiler ve Değerlendirme

Kamu Diplomasisinin etkili bir şekilde uygulanması, stratejik planlama, hedef kitle analizi, etkili mesaj oluşturma, ölçme ve değerlendirmeyi içeren çok boyutlu ve kapsamlı bir yaklaşımı gerektirir.

Kamu diplomasisinde stratejik planlama, öncelikle jeopolitik koşulların doğru şekilde anlaşılması ile hedeflerin net bir şekilde tanımlanmasıyla başlar. Jeopolitik ortamın iyi okunması ve kamu diplomasisi stratejilerinin daha geniş dış politika hedefleriyle uyumlu hale getirilmesi, uluslararası kamuoyuna verilecek mesajlarda tutarlılık ve bütünlük sağlamak için çok önemlidir (Entman, 2008, s. 88). Bu kapsamda hedeflerin spesifik, ulaşılabilir, ölçülebilir ve koşullara uygun olması da çok önemlidir ve bunun için öncelikle hedef kitlenin iyi analiz edilmesi ve anlaşılması gerekir. Demografik, kültürel ve psikografik analizler yapılarak kitle, eğitim, siyasal kültür, medya tüketim alışkanlıkları gibi kategorilere ayrılarak analiz edilir. Bu şekilde ne tür mesajların ilgili kitle üzerinde etkili olacağı belirlenebileceğinden daha etkili mesajlarla hedef kitleye ulaşmak mümkün olacaktır. Örneğin, bir bölgede gençler hedefleniyorsa bu durumda gençleri hedefleyen programlar, dijital

katılım ve eğitim fırsatları düşünülmelidir. Hedef kitle iş dünyası olduğunda odak noktası değişir, yatırım fırsatları ve ticari ortaklıklar öne çıkar. (Banks, 2011, s. 236). Hedef kitle analizi yapılırken sosyal medya analizleri ve pazar araştırması anketleri gibi araçlar kullanılır.

Halkların dikkatini çekecek, ilgi uyandıracak mesajların ve anlatıların geliştirilmesi kamu diplomasisinin özüdür. Mesajların stratejik hedeflerle uyumlu olması çok önemlidir ancak aynı zamanda hedef kitlenin değer ve beklentilerini de kapsamalıdır. Bu mesajların hazırlanması, hedef bölgedeki kültürel normların ve iletişim tercihlerinin incelikli bir şekilde anlaşılmasını gerektirir (Pahlavi, 2007, s.264). Anlatılar özgün, ilgi çekici olmalı ve ülkenin kültürü, politikası ve insanların olumlu yönlerini aktarmalıdır. Örneğin "Amerikan Rüyası" anlatısı, fırsat ve özgürlük imajını yansıtarak ABD kamu diplomasisinde merkezi bir tema olmuştur.

Kamu diplomasisi girişimlerinin başarı ve etkinliğinin ölçülmesi önemlidir. Genel olarak değerlendirme hem nitel hem de nicel yöntemleri içerir. Niteliksel değerlendirmeler kamuoyu yoklamalarını, mülakatları, odak gruplarını ve içerik analizini içerebilir. Anketler ve izleyici verileri gibi nicel yöntemler de etkiye dair ölçülebilir kanıtlar sunar.

Anketler ve kamuoyu yoklamaları, ilgili bölgelerdeki kamuoyu algısındaki değişiklikleri izlemek için gereklidir. Örneğin, Pew Global Attitudes Survey⁴ veya Gallup World Poll⁵ gibi yoklamalar buna örnek verilebilir. Medyada yer alan haberlerin analiz edilmesi, kamu diplomasisi çabalarının ne ölçüde ve ne şekilde görünürlük kazandığının ölçülmesine yardımcı olur. Bu kapsamda kamu diplomasisi kampanyalarından hem önce hem de sonra duyarlılığı ve etkiyi ölçmek için makalelerin, yayınların ve sosyal medya paylaşımlarının içerik analizi yapılır. Dijital diplomasiin yükselişiyle birlikte, X, Facebook ve Instagram gibi platformlarda beğeniler, paylaşımlar, yorumlar ve retweetler gibi ölçütler, etkileşimin anında ve ölçülebilir göstergeleri olarak hizmet vermektedir. Google Analytics gibi araçlar erişim, etkileşim ve kitle demografisi hakkında veri sağlar (Sevin ve Ayhan, 2021: 64).

Daha dolaylı olsa da uygulanan kamu diplomasisi stratejileriyle ilişkili olarak hedeflenen ülkelerden gelen ticaret, yatırım ve turizmdeki artışlar ya da uluslararası öğrenci sayısındaki artış gibi kamu diplomasisi faaliyetleri ile ekonomik katılım düzeyleri arasındaki korelasyona bakmak da kamu diplomasisini değerlendirmenin bir yöntemidir (Nye, 2004).

Kamu diplomasisinin değerlendirilmesi söz konusu olduğunda etik sorunlar da göz önüne alınmaktadır. Bu kapsamda kamu diplomasisinin değerlendirilmesinde şeffaflık, doğruluk ve kültürel farklılıklara saygı gibi etik ölçütlerin varlığına bakılmaktadır. Kamu diplomasisinin şeffaflık ve dürüstlük üzerine inşa edilmesi gerekir. Yanlış bilgilendirme veya propaganda bir ülkenin güvenilirliğini hızla zedeleyebilir, ulusal itibara ve uzun vadeli diplomatik ilişkilere zarar verir (Cull, 2009). Kültürel farklılıklara saygı da bu noktada önemlidir. Kültürel duyarsızlık yanlış anlama ve hatta çatışmaya yol açabilir ve bu durumda kamu diplomasisi girişimi başarısız olacağı gibi kültürel emperyalizm veya manipülasyon olarak da algılanabilir (Melissen, 2005).

NATO ve Kamu Diplomasisi: Bir Örnek Olay

NATO, İkinci Dünya Savaşı'nın ardından 1949 yılında Avrupa'da ortaya çıkan güvenlik ihtiyacının sonucunda bir kolektif savunma ittifakı olarak Sovyet yayılmacılığını caydırmak, Avrupa'da milliyetçi militarizmin

⁴ Pew Global Attitudes Survey, ABD merkezli bir düşünce kuruluşu olan PEW Research Center tarafından gerçekleştirilmektedir. PEW, dünyayı şekillendiren konular, tutumlar ve eğilimler hakkında kamuoyunu bilgilendirme amacıyla, kamuoyu yoklaması, demografik araştırma, içerik analizi ve diğer veri odaklı sosyal bilim araştırmaları yürütmektedir.

⁵ Küresel çapta gıda erişimi, iş ve ekonomi, eğitim, istihdam, sağlık, göç, refah ve basın özgürlüğü gibi önemli konuları takip eden Gallup World Poll, ABD merkezli bir araştırma ve danışmanlık şirketi olan GALLUP tarafından gerçekleştirilmektedir.

yeniden ortaya çıkmasının önüne geçmek ve Avrupa'da siyasal bütünleşmeyi teşvik etmek amaçları temelinde kurulmuştur. Soğuk Savaş süresince kollektif savunmaya ve Sovyet tehdidine odaklı rolünü bir bütünlük içinde yerine getiren ittifak, Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle önemli bir dönüşüm sürecine girmiştir. Soğuk Savaş'ın sona ermesi ve NATO'nun ana tehdit kaynağı olarak tanımlandığı Sovyet Bloğunun çöküşü ile bir ittifak olarak NATO'nun varlığının sorgulanması dönüşümün esas kaynağı olmuştur (Aksu Ereker, 2019).

İttifak bir yandan Soğuk Savaş sonrası dönemin etnik ve bölgesel çatışmalar, aşırı milliyetçilik ve radikalleşme, göç, kitle imha silahlarının yayılması, uluslararası terörizm, uyuşturucu ticareti, silah ve insan kaçakçılığı gibi yeni güvenlik tehditlerine uyum sağlamaya çalışırken diğer yandan eski Sovyet Bloku ülkelerini ittifaka dahil ederek başladığı genişleme sürecine girmiştir. Bu kapsamda NATO antlaşmasının 5. maddesinde belirtilen geleneksel misyonu dışına kayarak insani krizlere yanıt vermek gibi geleneksel olmayan görevlere kaymış, ittifakın operasyonel kapsamı Balkanlar'dan Orta Doğu'ya ve hatta Afrika'ya uzanan operasyonları içerecek şekilde genişlemiştir (Aksu Ereker, 2019). Bu dönüşümü uluslararası kamuoyuna doğru şekilde anlatmak ve zaten Soğuk Savaş'ın sona erişile gittikçe azalmış olan kamuoyu desteğini sağlamak ittifak için elzem olmuştur.

NATO kuruluşundan itibaren kamuoyu desteğine yönelik faaliyetlere önem vermiştir. Genel olarak kamu diplomasisi uygulamasında görüldüğü üzere yapılandırmış bir çerçevesi olmadan ya da bir bakıma adı bu şekilde konulmamış bir çerçevede kamu diplomasisi faaliyetleri yürütülmüştür. Bu kapsamda, NATO Enformasyon Birimi 1950 gibi erken bir tarihte kurulmuştur. 1953 yılında ise Enformasyon ve Kültürel İlişkiler Komitesi kuruldu. Böylece 1953'ten itibaren iletişim ve enformasyon programlarının geliştirilmesi için her türlü mekanizma mevcuttu. Fakat 2003 yılında sözü edilen dönüşümle paralel bir şekilde, çeşitli kamu diplomasisi ve iletişim faaliyetlerini tek bir yapı altında birleştirmek üzere NATO Kamu Diplomasisi Birimi kurulmuştur (NATO, 2022). 2003 yılı bu bakımdan bir tesadüf de değildir. 11 Eylül saldırıları sonrası tarihinde ilk kez 5. maddeye başvurarak Afganistan'a askeri müdahaleye destek olan NATO, ardından 2003 yılında Uluslararası Güvenlik Gücü'nün (ISAF) komutasını üstlenmiş ve ittifakın operasyonel odağının küresel terörle mücadele haline gelmesi kamu diplomasisine daha sofistike bir yaklaşımı da gerekli kılmıştır. Yine 2004 yılında Kuzey Atlantik Konseyi'nin (NAC) danışma organı olarak Kamu Diplomasisi Komitesi kurulmuştur. Enformasyon ve Kültürel ilişkiler komitesinin yerini alana komite, NATO'nun amaçlarının kamuoyu tarafından anlaşılması ve desteklenmesinin nasıl teşvik edilebileceği konusunda tavsiyelerde bulunmakla yükümlüdür ve bu bağlamda NATO'nun kamu diplomasisi stratejisinin planlanması, uygulanması ve değerlendirilmesinden sorumludur (NATO, 2022).

Hükümetler arası uluslararası bir örgüt olarak NATO'nun kamu diplomasisi faaliyetleri bir yandan üye ülke halklarına ulaşmak ve ittifaka destek sağlamak diğer yanda ise ittifakı uluslararası kamuoyuna anlatmak ve destek sağlamak şeklinde esasında iki yönlüdür. İttifakın üye ülke halklarına yönelik faaliyetlerinin kamu diplomasisi mi olduğu yoksa halkla ilişkiler olarak mı ele alınması gerektiği ise tartışılan bir konudur. Ancak Oktay'ın (2012) da belirttiği üzere ayrı bir birimin varlığı, kullanılan kamu diplomasisi stratejileri ve bu kapsamda örgütü markalaştırma çabaları üzerinden değerlendirildiğinde NATO'nun kamu diplomasisinden söz etmek yerindedir. Bu kapsamda NATO'nun kamu diplomasisi stratejilerini üye ülkeler ve küresel kamuoyu olarak ikiye ayırmak mümkündür.

NATO'nun üye ülkelere yönelik kamu diplomasisi stratejileri öncelikle ittifak içindeki dayanışma ve uyumu güçlendirmeyi hedeflemektedir. Üye ülkeler, kolektif savunma ve güvenlik konusunda ortak bir çıkarı paylaşmakla birlikte farklı tarihsel deneyimlere, kültürel geçmişlere ve NATO'ya ve faaliyetlerine karşı farklı kamuoyu duygularına sahiptirler. Bu nedenle NATO üye ülke halklarına yönelik iletişim ve katılım, eğitim ve etkinlik programlarını kullanır.

Düzenli bilgi paylaşımı kamuoyuyla iletişimin önemli araçlarından birisidir. NATO üye devletlerin kamuoylarıyla basın açıklamaları, resmi bildiriler ve medya bilgilendirmeleri gibi çeşitli kanallar aracılığıyla düzenli olarak iletişim kurar (NATO, 2022). Düzenli yayımladığı *NATO Review* dergisi de hem iç hem dış kitleye yönelik bilginin yayılmasında etkilidir. Yine halka açık forumlar, zirveler de hem görünürlüğü yüksek olduğundan hem de NATO temsilcileri ile halk arasında doğrudan etkileşime olanak tanıdığından önemlidir. Kamu Diplomasisi hibe programları ile üye ve seçilmiş ortak ülkelerdeki sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, düşünce kuruluşları ile diğer ilgili sivil toplum kuruluşlarının NATO ile ilgili projelerinin desteklenmesi de kamu diplomasisinin önemli bir aracıdır.

NATO'nun küresel kamuoyuna yönelik kamu diplomasisi faaliyetleri içinde en öne çıkan ise üye olmayan ülkelerle iş birliği ve diyalogu geliştirmek üzere tasarlanan ortaklık programlarıdır. Barış İçin Ortaklık (BİO), Akdeniz Diyalogu ve İstanbul İş birliği Girişimi gibi programlar eğitim ve öğretimi de içermektedir. Yine NATO dijital platformları, sosyal medyayı ve resmi NATO web sitesini kullanarak küresel bir kitleye ulaşmaktadır. Dijital platformlar NATO'nun barışı koruma misyonlarını ve uluslararası güvenlikteki rolünü açıklamak için çok dilli içerik dağıtımını da içerir. Yine herhangi bir uluslararası kriz veya askeri müdahale söz konusu olduğunda ise daha spesifik, hedefe yönelik iletişim stratejileri kullanılır (NATO, 2022). İletişim bağlamında NATO'nun son dönemde üzerinde en fazla durduğu konulardan birisi de çok yaygın hale gelmiş olan dezenformasyona yönelik mücadeledir. NATO dezenformasyonu, "üye ülkeler içinde ve arasında bölünmeleri derinleştirmeyi ve İttifak'ı zayıflatmayı amaçlamayan düşmanca bilgi faaliyetleri" olarak tanımlanan çok çeşitli taktik, teknik ve prosedürleri temsil eden bir şemsiye terim olarak kullanılır (NATO, 2023a). Örneğin "Geleceği Korumak" (*Protect the Future*) kampanyası gibi özel iletişim kampanyaları yürütür. Böyle kampanyalar kapsamında NATO, genç içerik yaratıcılarıyla çalışarak onların NATO Karargâhı'nın perde arkasını görmelerini, uzmanlarla tanışmalarını ve NATO'nun faaliyetlerini keşfetmelerini sağlamakta ve gençlere NATO'nun hikâyesini kendi yöntemleriyle anlatma konusunda söz hakkı vermektedir. İletişim kampanyaları NATO'nun dezenformasyona karşı "ön-çürütme" (*pre-bunk*) yapmasında önemli bir araçtır (NATO, 2023b).

NATO'nun kamu diplomasisi faaliyetleri değerlendirilirken bütünlüklü bir devlet aygıtından değil, hükümetler arası uluslararası bir örgütten söz edildiği unutulmamalıdır. NATO'da karar alma oybirliğine dayanır ve 30 üyeden oluşan örgütün tek bir ses olarak politika ve strateji yürütmesi kolay değildir. Yine bu bağlamda ittifakın kamu diplomasisi faaliyetlerinin devletlerde olduğu gibi uluslararası kamuoyuna değil hem ittifak içi hem küresel kamuoyuna yönelik olması da anlaşılır bir durumdur. Hatta bir bakıma üye ülke halklarına yönelik faaliyetlerin küresel kamuoyuna yönelik olanların önüne geçmesi de bu kapsamda anlaşılır.

Sonuç Yerine

Kamu diplomasisinin tarihsel gelişimi, teorik temelleri ve pratik uygulamaları devletlerin ve devlet-dışı aktörlerin dış politika hedeflerini gerçekleştirmek için bu stratejik kaynağı nasıl ve neden kullandıklarını ortaya koymaktadır. Kamu diplomasisi, uluslararası ilişkilerde karmaşık ve çok yönlü bir yaklaşım olarak ortaya çıkmakta, küresel kamuoyunu etkilemek ve onlarla etkileşim kurmak için kültürel diplomasi, eğitim girişimleri ve dijital katılım gibi çok farklı araçları bir araya getirmekle kalmamakta, sürekli gelişmeye devam etmektedir. Söz konusu sürekli gelişimi kamu diplomasisinin tarihsel köklerinden günümüzdeki uygulamalarına kadar geçirdiği dönüşümde görmek olanaklıdır.

Dijital çağ, kamu diplomasisinin rolünü önemli ölçüde artırmıştır. Hızlı bilgi yayma ve küresel katılım kapasitesi geleneksel diplomatik uygulamaları dönüştürmüştür. Devletler bir yana NATO gibi devlet dışı aktörler de hem üye ülkeler içinde hem de küresel ölçekte meşruiyetlerini ve kamuoyu desteğini sağlamak ve

korumak için kamu diplomasisini kullanma konusunda uyum sağlayabildiklerini göstermişlerdir. Nitekim NATO'nun Kamu Diplomasisi Bölümü'nün geçirdiği evrim, kamu diplomasisi uygulamalarındaki daha geniş eğilimleri yansıtacak şekilde ittifakın uyumunu artırmaya ve etkisini genişletmeye yönelik stratejik dönüşümünü gösteren iyi bir örnektir.

Devletler ve devlet dışı aktörler küresel ilişkilerin karmaşık ortamında yol alırken, kamu diplomasisi stratejik cepheneliklerinde vazgeçilmez bir araç olmaya devam ediyor. Bu aracı etkin bir şekilde kullanmak, dış politika çıkarlarını desteklemenin yanında daha anlayışlı bir küresel topluma katkıda bulunacaktır. Bu nedenle kamu diplomasisinin yalnız sürekli olarak iyileştirilmesi değil, aynı zamanda ve daha önemli olarak etik bir şekilde uygulanması gerçek küresel etkileşime katkıda bulunulabilmesi açısından elzemdir. Bunun sağlanmasında kamu diplomasisinin yumuşak güç çerçevesinden ayrı, tek taraflı çıkarları gerçekleştirmek için bir araç olmanın ötesinde, gerçek küresel etkileşim ve işbirliğine odaklı anlayışa yaklaşması, zor olsa da gereklidir.

Kaynakça

- Adler, E. (1997). Seizing the middle ground: Constructivism in world politics. *European Journal of International Relations*, 3(3), 319-363. <https://doi.org/10.1177/1354066197003003003>
- Aksu Ereker, F. (2019). Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü - NATO", *Güvenlik Yazıları Serisi*, No.28. Erişim adresi: https://trguvenlikportali.com/wp-content/uploads/2019/11/NATO_FulyaAksuEreker_v.1.pdf.
- Anholt, S. (1996). Making a brand travel. *Journal of Brand Management*, 3(4), 357-364. <https://doi.org/10.1057/bm.1996.17>
- Anholt, S. (2007). Implementing competitive identity. *Competitive identity: The new brand management for nations, cities, and regions* içinde (s. 113-128). London: Palgrave Macmillan.
- Amirbek, A. ve Ydyrys, K. (2014). Education and soft power: Analysis as an instrument of foreign policy. *Procedia: Social & Behavioral Sciences*, 143, 514-516. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.428>
- Ayhan, K. J. (2019). The boundaries of public diplomacy and nonstate actors: A taxonomy of perspectives. *International Studies Perspectives*, 20(1), 63-83. <https://doi.org/10.1093/isp/eky010>
- Banks, S. (2011). *A resource guide to public diplomacy evaluation*. Los Angeles: Figueroa Press.
- Bjola, C., (2015). Making sense of digital diplomacy. *Digital diplomacy: Theory and practice* içinde (s. 1-9). London & New York: Routledge.
- Cull, N. J. (2009). *Public diplomacy: lessons from the past*. Los Angeles: Figueroa Press.
- Cull, N. J. (2008). *The cold war and the United States Information Agency: American propaganda and public diplomacy, 1945-1989*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cummings, M. C. (2003). *Cultural diplomacy and the United States government: A survey*. Washington: Center for Arts and Culture.
- Entman, R. M. (2008). Theorizing mediatized public diplomacy: The U.S. case. *The International Journal of Press/Politics*, 13(2), 87-102. <https://doi.org/10.1177/1940161208314>

- Fullerton, J. A. ve Kendrick, A. (2017). Shaping international public opinion: a model for nation branding and public diplomacy. *Journal of International and Intercultural Communication*, 10(2), 102-118. <https://doi.org/10.1057/s41254-018-00110-6>
- Golan, G. J., Yang, S. U. ve Kinsey, D. F. (2015). *International public relations and public diplomacy: Communication and engagement*. New York: Peter Lang.
- Gregory, B. (2011). American public diplomacy: Enduring characteristics, elusive transformation. *The Hague Journal of Diplomacy*, 6(3-4), 351-372. <https://doi.org/10.1163/187119111X583941>
- Gilboa, E. (2008). Searching for a theory of public diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55-77. <https://doi.org/10.1177/0002716207312>
- Hayden, C. (2012). *The rhetoric of soft power: Public diplomacy in global contexts*. Lanham, Boulder: Lexington Books.
- Hocking, B. (2005). Rethinking the 'New' Public Diplomacy. *The new public diplomacy: soft power in international relations* içinde (s. 28-43). Houndsmill: Palgrave Macmillan.
- Jansen, S. C. (2008). Designer nations: Neo-liberal nation branding – Brand Estonia. *Social Identities*, 14(1), 121-142. <https://doi.org/10.1080/13504630701848721>
- Khademi, M. (2014). The importance of international cultural exchanges: some normative considerations. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 29 (1), 47-52. <https://doi.org/10.1080/10632929909597285>
- Kochhar S. ve Molleda J.C. (2015). The Evolving Links Between International Public Relations and Corporate Diplomacy. *International public relations and public diplomacy: Communication and engagement* içinde (s. 51-71). New York: Peter Lang.
- L'Etang, J. (2009). Public relations and diplomacy in a globalized world: an issue of public communication. *American Behavioral Scientist*, 53(4), 607-626. <https://doi.org/10.1177/00027642093476>
- Lee, G. ve Ayhan, K. (2015). Why do we need non-state actors in public diplomacy? theoretical discussion of relational, networked and collaborative public diplomacy. *Journal of International and Area Studies*, 22(1), 57-77. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/pdf/43490280.pdf>
- Ma, Y. ve Pan, S. (2015). Chinese returnees from overseas study: an understanding of brain gain and brain circulation in the age of globalization. *Frontiers of Education in China*, 10(2), 306-329. <https://doi.org/10.1007/BF03397067>
- Melissen, J. (Ed.). (2005). The new public diplomacy: Between theory and practice. *The new public diplomacy: soft power in international relations* içinde (s. 3-28). Houndsmill: Palgrave Macmillan.
- Metzgar, E. T. (2012). Is it the medium or the message? Social media, American public diplomacy & Iran. *Global Media Journal*, 11(21), 1-16. Erişim Adresi: <https://www.academia.edu/14944016/>
- Mikhail, P. (2018). Power imbalances and education diplomacy. *Childhood Education*, 94(3), 16-19. Erişim adresi: https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_69275.htm

- NATO. (2022). Communications and public diplomacy. Erişim adresi: https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_69275.htm.
- NATO. (2023a). NATO's approach to countering disinformation. Erişim adresi: https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_219728.htm.
- NATO. (2023b). NATO's approach to countering disinformation. Erişim adresi: https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_219728.htm.
- Nye, J. S. (1990). Soft power. *Foreign Affairs*, 80, 153-171. <https://doi.org/10.2307/1148580>
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
- Nye, J. S. (2009). *The powers to lead*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Nye, J. S. (2019). Soft power. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94. <https://doi.org/10.1177/000271620731169>
- Oktay, E. (2012). NATO'nun dönüşümü ve kamu diplomasisi'nin artan rolü. *Uluslararası İlişkiler*, 9(34), 125-149. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/uidergisi/issue/39282/462600>
- Pahlavi, P. (2007). Evaluating public diplomacy programmes. *The Hague Journal of Diplomacy*, 2(3), 255-281. <https://doi.org/10.1163/187119007X240523>
- Pamment, J. (2013). *New public diplomacy in the 21st century: A comparative study of policy and practice*. New York: Routledge.
- Pratkanis, A. (2020). Public diplomacy in international conflicts: A social influence analysis. *Routledge Handbook of Public Diplomacy* içinde (s. 111-153). New York, London: Routledge.
- Scott-Smith, P. (2020). Exchange programs and public diplomacy. *Routledge Handbook of Public Diplomacy* içinde (s. 50-56). New York, London: Routledge.
- Sevin, E. ve Ayhan J. K. (2021). Evaluation in public diplomacy. *Communicating with Purpose and Value: ASEF Public Diplomacy Handbook* içinde (s. 61-68). Singapore: Asia-Europe Foundation.
- Szostek, J. (2020). What happens to public diplomacy during information war? critical reflections on the conceptual framing of international communication. *International Journal of Communication*, 14(2020), 2728-2748. Erişim adresi: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/13439/3092>
- Şehitoğlu, R. (2024). Eğitim diplomasisi ekosisteminde eğitim müşavirlerinin rolü, *International Journal of Eurasia Social Sciences (IJOESS)*, 15(55), 314-331. <http://dx.doi.org/10.35826/ijoess.4426>
- Tokgöz, E. ve Tanyıldızı, N. (2023). Gündem belirleme ve çerçeveleme teorileri bağlamında TASS ve Ukrinform haber ajanslarının Rusya-Ukrayna savaş sunumlarının incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), 61-92. <https://doi.org/10.16953/deusosbil.1238337>
- Vlahos, M. (2009). Public diplomacy as loss of world authority. *Routledge Handbook of Public Diplomacy* içinde (s. 24-38). New York, London: Routledge.
- Watanabe, Y. ve McConnell, D. L. (2008). Soft power superpowers: Cultural and national assets of Japan and the United States. Armonk, New York: M.E. Sharpe.

- Wendt, A. (1992). Anarchy is what states make of it: the social construction of power politics. *International Organization*, 46(2), 391-425. https://doi.org/10.1007/978-1-349-23773-9_7
- White, C. L. (2015). Exploring the role of private-sector corporations in public diplomacy. *Public Relations Inquiry*, 4(3), 305-321. <https://doi.org/10.1177/2046147X156148>
- Yağmurlu, A. (2019). Kamu diplomasisi ve ulus markalaşması: Bir elmanın iki yarısı mı? *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (49), 122-138. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ikad/issue/69411/992336>
- Zamorano, M. M. (2016). Reframing cultural diplomacy: The instrumentalization of culture under the soft power theory. *Culture Unbound*, 8, 166-186. <https://doi.org/10.3384/cu.2000.1525.1608165>

Extended Abstract

Purpose

The general aim of the article is to provide a comprehensive overview of the evolution and underpinnings of public diplomacy, along with an understanding of the mechanisms and logic behind it. The article analyzes the historical development, theoretical base, and practical implementation of public diplomacy. Additionally, the article tries to assert the relationship between soft power and public diplomacy by emphasizing the vital role played by attraction and persuasion in international relations. Criticism of public diplomacy has also been addressed to illuminate the blurred line between public diplomacy and cultural imperialism, including other ethical considerations. The main purpose is to demonstrate the strategic value of public diplomacy in promoting global understanding.

Design and Methodology

The article is mainly analytic and descriptive. It opens with a mapping of the conceptual evolution of public diplomacy, paying special attention to its different dimensions. It then proceeds with a historical overview of public diplomacy, starting from its ancient roots up to its modern conceptualization and the evolution of its tools and actors. Following the historical overview, the theoretical foundations of public diplomacy are explored through consideration of applicable and associated practices such as soft power, nation branding, communication theories, constructivism, and critical international relations theories. The article discusses how these approaches underpin public diplomacy practices.

In the practical implementation section, emphasis is placed on a case of NATO's public diplomacy. The case study indicates the strategies and practices adopted by NATO and serves as an example of how an intergovernmental organization can effectively carry out public diplomacy. The analysis of NATO covers its historical context, and the inception of its public diplomacy division, and details all the strategies used for informing both members of the alliance and the broader non-member global audience. It also delves into how NATO uses digital diplomacy, information campaigns, and educational programs to influence international perceptions about its policies along with its battle against disinformation.

The article offers a critique of public diplomacy by acknowledging the negative connotations and ethical considerations involved in such practices. This includes an analysis of how cultural imperialism, propaganda, and influencing of public opinion are likely to occur, in addition to ethical considerations and cultural sensitivity in public diplomacy initiatives.

Findings

The findings of this article demonstrate that public diplomacy has evolved from its early methods into its current formalized and deliberate form, significantly shaped by technological evolution and the ever-changing face of global realities. The historical analysis shows that while the practice of influencing foreign publics is ancient, the term public diplomacy in its current understanding has been newly formulated. During the 20th century, especially during the Cold War, public diplomacy became an important activity in international relations. Over this century, public diplomacy developed through transnational broadcasting, cultural exchange, and educational programs.

Theoretical foundations underscore the fact that public diplomacy is inextricably associated with the concept of soft power, as formulated by Joseph Nye. Soft power is based on attraction and persuasion, not coercion; it means cultural appeal, political values, and foreign policies that are considered legitimate and have moral authority. The analysis also shows when looked through the lenses of the soft power approach public diplomacy has been understood and used as a tool to exercise soft power, creating global images and influencing global public opinion. The article delves deeper into the role of nation branding and communication theories in directing public diplomacy strategies. Nation branding is the process of creating a positive national image to enhance a country's attractiveness, and communication theories help develop and deliver messages that gain wide acceptance among global citizens. The analysis also covers constructivist and critical international relations theories, in an attempt to demonstrate how and where public diplomacy fits better within theories of international relations.

Public diplomacy is put into practice through the case of NATO. NATO uses various instruments such as direct engagement through forums and partnerships, educational outreach, digital diplomacy and information campaigns. As an intergovernmental organization, NATO's public diplomacy activities are twofold, reaching out to member states and gaining support for the alliance and on the other hand, explaining the alliance to the international public and gaining support. In 2003 with the establishment of the Public Diplomacy Division NATO adopted a more systemic approach, and it mainly aims to foster understanding of its missions and values.

The findings suggest that ethical consideration is important, especially for the success of public diplomacy. Both cultural sensitivity and truthfulness are key in this regard. Public diplomacy should aim for mutual understanding and genuine engagement, not just advancing national interests. Therefore, the article also highlights criticisms and ethical considerations in public diplomacy, including the potential for it to be viewed as cultural imperialism, where a country enforces its values and culture on others, and the risk of propaganda, where information is manipulated for political ends.

Research Limitations

This paper, while providing a comprehensive overview and analysis of public diplomacy, has several limitations. It draws heavily on secondary sources such as academic articles, books, and official documents, which may not fully capture the latest changes and real-time dynamics of public diplomacy, especially those brought about by digital technologies and social media. Additionally, the focus on a single case study, NATO, means the unique nature of its intergovernmental organization with specific historical and political backgrounds may not be transferable to other cases. However, as an introductory article for a special issue with different case studies on public diplomacy of EU countries, it sets the stage for more detailed analysis.

Implications

The findings from this study on public diplomacy have theoretical, practical, and social implications. The study theoretically contributes to the understanding of public diplomacy by relating it to the concept of soft power

and showing that constructivism is the closest among other international relations theories that provide a general theoretical framework for public diplomacy. Emphasizing the role of ideas, norms and identities in shaping international relations, constructionism offers a deeper perspective on public diplomacy. Unlike realism and liberalism, which focus on material power and institutional structures, constructivist international relations theory focuses on how states construct their social realities and how these structures affect their interactions on the global stage. Since constructivism is based on the argument that national identities are constantly and reciprocally reconstructed through international interactions, and since public diplomacy actively participates in this process by communicating cultural values, political ideals and national priorities that influence how a country is perceived internationally, it fits well into this theoretical framework. In line with the relationship between soft power and public diplomacy, the article explores how public diplomacy can strengthen soft power strategies but does not take sides with the claim public diplomacy needs to be exclusively an instrument of soft power. The relationship between public diplomacy and nation branding and communication theories is also highlighted which demonstrates the interdisciplinary nature of public diplomacy.

The case study of NATO's public diplomacy with instruments like educational outreach, information campaigns and digital diplomacy can inspire other organizations and even other states. NATO's focus on transparency and battling misinformation is also crucial in today's digital world.

The article highlights the role of public diplomacy in enhancing global understanding and cooperation. Public diplomacy, through cultural exchanges, educational programs, and information sharing, can reduce cultural and political barriers and thus promote mutual understanding. By addressing criticisms of cultural imperialism and ethical considerations the article demonstrates that public diplomacy efforts should be respectful of diverse cultures and perspectives and avoid manipulation for national interests.

All in all, the role of public diplomacy is crucial in shaping international perceptions. Future research is important to improve theoretical models and practical frameworks and ethical and culturally sensitive practices are essential for more cooperative international relations.

Originality/Value

This article analyzes public diplomacy by combining its historical evolution, theoretical foundations, and contemporary practices. Its novelty comes in its analysis of the connection between public diplomacy and soft power, as well as its attempt to position it within a constructivist framework. Through a case study of NATO, the article integrates public diplomacy into practical knowledge providing insight into how international organizations undertake public diplomacy. The article also discusses criticisms and ethical considerations, highlighting the significance of transparency, cultural sensitivity, and ethical behaviour in public diplomacy. This emphasis on ethical issues requires more responsible public diplomacy.

Overall, the article adds to our understanding of public diplomacy and its role in regulating international views and promoting global understanding.

Araştırmacı Katkısı: Fulya AKSU (%100).