

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI

TÜRKİYE VE PAKİSTAN ARASINDAKİ KAMU DİPLOMASİSİ
PRATİKLERİNİN MAHİYETİ VE EĞİLİMLERİNİN BİR ANALİZİ

Yüksek Lisans Tezi

Umair S. Khan

Ankara 2018

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI

TÜRKİYE VE PAKİSTAN ARASINDAKİ KAMU DİPLOMASİSİ
PRATİKLERİNİN MAHİYETİ VE EĞİLİMLERİNİN BİR ANALİZİ

Yüksek Lisans Tezi

Umair S. Khan

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Aslı Yağmurlu

Ankara-2018

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI

Umair S. Khan

TÜRKİYE VE PAKİSTAN ARASINDAKİ KAMU DİPLOMASİSİ
PRATİKLERİNİN MAHİYETİ VE EĞİLİMLERİNİN BİR ANALİZİ

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Aslı Yağmurlu

Tez Jürisi Üyeleri

Adı ve Soyadı

İmzası

Doç. Dr. Aslı YAĞMURLU

Doç. Dr. Melike AKTAŞ

Doç. Dr. Güçlü TÜLÜVELİ

Tez Sınavı Tarihi: 16/01/2018

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu belge ile, bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi ayrıca beyan ederim. (25/01/2018)

Tezi Hazırlayan Öğrencinin
Adı ve Soyadı

Umair S. Khan

İmzası

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	I
TABLOLARIN LİSTESİ	III
ŞEKİLLER LİSTESİ	IV
GİRİŞ	1
I. BÖLÜM: KURAMSAL ÇERÇEVE	4
1.1 Kamu Diplomasisini Açıklamak	4
1.2 Kamu Diplomasisinin Kavramsallaştırılması.....	8
1.2.1 Kamu Diplomasisi ve Geleneksel Diplomasi	10
1.2.2. Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç.....	12
1.2.3 Kamu Diplomasisi ve Ulusal Markalaştırma.....	14
1.2.4 Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler	18
1.2.5. Kamu Diplomasisi ve Devlet Dışı Aktörler.....	22
1.3 Kamu Diplomasisinin Amaçları ve Bileşenleri.....	24
1.4 Kamu Diplomasisi İletişim Piramidi.....	27
II. BÖLÜM: TÜRKİYE VE PAKİSTAN'IN KAMU DİPLOMASİSİ	38
2.1 Diplomatik Tarih	41
2.2 Türkiye ve Kamu Diplomasisi.....	52
2.3 Pakistan ve Kamu Diplomasisi.....	56
III. BÖLÜM: ARAŞTIRMA	61
3.1 Çalışmanın Amacı	61
3.2 Amaçlar	61
3.3 Çalışmanın Önemi ve Sınırları	62
3.4 Araştırma Soruları	64
3.5 Literatür İncelemesi.....	66
3.6 Yöntem	67
3.6.1 Yöntemlerin Veri Çeşitlemesi	68
3.6.2 Yöntem 1: Veri Toplama Yöntemi Olarak Görüşme.....	68
3.6.3 Yöntem 2: Veri Toplama Yöntemi Olarak İçerik Analizi	71
3.7 Bulgular ve Tartışma	74

SONUÇ	104
KAYNAKÇA	109
EK A	123
EK B	126
ÖZET	127
ABSTRACT	128

TABLULARIN LİSTESİ

Tablo 1: İki Ülkeye Dair Kısa Bilgiler.....	38
Tablo 2: Görüşme Araştırma Yöntemi için Araştırma Soruları.....	65
Tablo 3: İçerik Analizi için Araştırma Soruları	65
Tablo 4: Görüşmelerin Detayları.....	70
Tablo 5: İçerik Analizi Kategorileri	73

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Farklı küresel paradigmlar tarafından etkilenen tanımlar	7
Şekil 2: Kamu Diplomasisi İletişim Piramidi	27
Şekil 3: İletişim Piramidi Basamakları	30
Şekil 4: Pakistan Haritası	40
Şekil 5: Türkiye Haritası	40
Şekil 6: 2012 ile 2016 arasında kültür kategorisinde Pakistan ve Türkiye elçiliklerinin tarafından yürütülen faaliyetler	96
Şekil 7: 2013'te Pakistan'da En Çok İzlenen Diziler	97
Şekil 8: Pakistan'da en popüler Türk dizileri	98
Şekil 9: 2012 ile 2016 arasında ekonomik kategorisinde Pakistan ve Türkiye elçiliklerinin yürüttüğü faaliyetler	99
Şekil 10: 2012 ile 2016 arasında siyaset kategorisinde Pakistan ve Türkiye elçiliklerinin yürüttüğü faaliyetler	100
Şekil 11: 2012 ile 2016 arasında stratejik kategorisinde Pakistan ve Türkiye elçiliklerinin yürüttüğü faaliyetler	101
Şekil 12: 2012 ile 2016 arasında sosyal kategorisinde Pakistan ve Türkiye elçiliklerinin faaliyetleri	102
Şekil 13: 2012 ile 2016 arasında sosyal kategorisinde Pakistan ve Türkiye elçiliklerinin faaliyetleri	103

GİRİŞ

Bu çalışma kamu diplomasisi açısından Pakistan ve Türkiye arasındaki ilişkileri analiz etmeye çalışmaktadır. Üç bölümden oluşan çalışmanın birinci kısmı; çalışmanın kuramsal çerçevesini, kamu diplomasinin ne olduğunu, kavramsallaştırılmasını ve geleneksel diplomasi ile farklarını ve benzerliklerini; ulusal markalaşmayı, hükümetin halkla ilişkilerini ve yumuşak gücü tartışmaktadır. İkinci bölüm; Türkiye ve Pakistan arasındaki diplomatik ilişkilerin tarihini ele almaktadır. Bu bölüm aynı zamanda kamu diplomasisiyle ilgili olarak gerçekleştirilen etkinlikleri incelemekle birlikte, iki ülkenin her türlü kamu diplomasisi etkinliğini de tartışmaktadır. Üçüncü bölüm; araştırmacının çalışmasının amacını, hedeflerini, önemini, sınırlamasını ve yöntemini açıkladığı araştırma bölümüdür. Bulgular ve bu bulgulara dayalı yürütülen tartışmalar bu bölümde yer almaktadır. Sonuç bölümünde ise araştırmacı çalışmanın bir özetini sunmanın yanısıra, kamu diplomasisini yürütenler ve bu alanda çalışan diğer araştırmacılar için bazı önerilerde de bulunmaktadır.

Tarih ulus devletler arasındaki ilişkilerde belirleyici bir rol oynar. Pakistan'ın Türkiye ile ilişkileri tarih ve din gibi iki önemli temele dayanmaktadır. Pakistan ve Türkiye arasındaki samimi, güvenilir ve yumuşak seyreden ilişkiler diğer ülkeleri kıskandıracak düzeydedir. İslam; Pakistan ve Türkiye'nin ilerlemesinde geçmişte olduğu gibi günümüzde de önemli roller oynamaya devam etmektedir. İki devlet arasındaki yakın ilişkinin altında kültürel ve tarihsel bağlara dayalı faktörler yatmaktadır.

Geçmişten bugüne diplomasi kavramının mahiyeti değişiklik göstermiştir. Diplomasi artık hükümetlerin ve diplomatların tekelinden çıkarak çok sayıda aktörün rol oynadığı karmaşık bir faaliyet alanı haline gelmiştir. Küreselleşme ve yeni iletişim teknolojilerine bağlı olarak medya araçları çoğalmış, medyanın erişimi genişlemiş ve medya takipçilerinin sayısı önemli ölçüde artmıştır. Kamu diplomasisi günümüzde, küreselleşme ve iletişim teknolojisi çağında diplomasinin merkezinde yer almaktadır. Kamu diplomasisi kavramı uluslararası ilişkilerin yürütülmesinde önem kazanmıştır. Kamu diplomasisi stratejik ve siyasi iletişimin bir aracıdır. Bu, uluslararası aktörler ve yabancı ülkelerin vatandaşları arasında bir iletişim biçimidir. Uluslararası aktörler genelde dışişleri bakanları, hükümet dışı örgütler ve sivil toplum örgütleridir. Hedef kitle ise kültür, siyaset, sanayi, medya ve sivil toplum gibi hayatın farklı yerlerinden ve hükümet dışı örgütlerle genel anlamda toplumdaki profesyonellerdir. Kamu diplomasisi kamuyu anlamayı, bilgilendirmeyi ve etkilemeyi amaçlamaktadır. Kamu diplomasisi diyalojiktir, işbirliğine dayanır ve kapsayıcıdır.

Kamu diplomasi beş esas bileşenden oluşmaktadır: dinlemek, taraflılık, kültürel diplomasi, değişim diplomasisi ve uluslararası yayıncılık (Cull, 2008). Dinlemek, etkilenmesi amaçlanan toplum hakkında bilgi toplamak anlamına gelmektedir. Bilgi toplamanın bir yolu medyayı (radyo, yazılı basın, televizyon) takip etmektir. Bir diğer veri toplama yolu kamuoyu araştırmaları gerçekleştirmek ve bunları analiz etmektir. Taraflılık kısa vadeli bir önlem iken kültürel diplomasi tersine uzun vadeli hedeflere sahiptir. Kültürel diplomasi turlar, kültürel kurumlar, sanat ve dil yoluyla kültürel kaynakların tanıtımını içerir. Bu, diyalog ve kültürel alışveriş sayesinde değerlerin tanıtımını yapmayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda vatandaş diplomasisi olarak da adlandırılan değişim diplomasisi, uluslararası ilişkileri daha iyi kavramak adına vatandaşların yabancı ülkeleri ziyaret etmesi

anlamına gelmektedir. Eğitim bursları vermek değişim diplomasisini gerçekleştirmenin bir yoludur. Uluslararası yayıncılık yabancı dinleyicilere bilgi sağlamak için televizyon ve radyo gibi medya kanallarını kullanır. Kamu diplomasisini ifa ederken aktörlere odaklanılmalı, kamu diplomasisi yoluyla kavramsal çerçeve yayılmalı ve bu gibi çabalarda ülkenin güçlü ve zayıf yönleri tarif edilmelidir.

I. BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1 Kamu Diplomasisini Açıklamak

Geçtiğimiz yıllarda küreselleşme süreçleri uluslararası siyasi ve iktisadi rekabetin artmasına yol açtı (Van Ham, 2008: 131). Günümüzde gittikçe daha fazla sayıda ülke yabancı ülkelerde yaşayan halkların zihin dünyasında olumlu bir imaj yaratarak kendi etki ve prestijini artırmak için bir çaba içerisinde. Yabancı ülkelerde bu imajı yaratmak ve buna bağlı olarak ortaya çıkan politikalar üzerinde etkide bulunmak için başvurulan yollardan birisi geleneksel diplomasi (Wang, 2006: 93). Bir diğer yol ise bu ülkelerdeki vatandaşlara ulaşmak ve onları kendi kültürü ve toplumu hakkında bilgilendirmek; bu sayede de onlarla iletişim ve karşılıklı alışveriş sağlamaktır. Bu, kamu diplomasisi olarak adlandırılır (Cull, 2010: 12). Kamu diplomasisi geleneksel diplomasiin kamusal yüzüdür (Leonard, 2002:1). Geleneksel diplomasiin amaçları arasında devletlerin yetkili temsilcileri arasında müzakereler yoluyla uluslararası ilişkileri yönetmek ve uluslararası sıkıntıları barışçıl yollardan çözmek vardır (Melissen, 2005: 5). Her ne kadar geleneksel diplomasi genelde hükümetler seviyesinde ve diplomatik kişiler tarafından yönetilse (Wang 2006: 93) ve kapalı kapılar ardında vuku bulsa da; (Gilboa, 2000: 275) kamu diplomasisi önemli çıkar sahipleri arasında ilişkiler kurmak; kitleleri bilgilendirmek, etkilemek, bir diyalog yolu yaratmak ve bütün bunlarla yabancı bir ülkenin halkını etkilemek için iletişim yollarının kullanılması anlamına gelir (Melissen, 2005; Simonin, 2008: 24).

İsminin de gösterdiği üzere, kamu diplomasisinde iki ana kavram kamu ve diplomasıdır. Birincisi; bir başka deyişle kamu, bir örgüt, müşteri, çalışan, yatırımcı, medya, öğrenci, vb. ile doğrudan veya dolaylı ilişki içerisindeki geniş insan topluluklarına (gruplar halinde olsun ya da olmasın) gönderme yapar (Business Dictionary, 2017). Bununla birlikte, diplomasi bağlamında kamu, uluslararası ve kültürler arası iletişim faaliyetlerine katılan ve ülkeler arasında siyasi ilişkiler üzerinde bir etkiye sahip olan farklı bireyler, gruplar ve kurumlara işaret eder (Signitzer ve Coombs 1992: 139). İkincisi; yani diplomasi çok katmanlı bir anlam yapısına sahiptir ve dış politikanın uygulanması, dış politika teknikleri, uluslararası müzakereler ve diplomatlar arasındaki profesyonel faaliyetler anlamına gelir (Krajnc, 2005). Dış politikanın hayata geçirildiği esas yöntem basitçe, iletişim ve uluslararası ilişkilerin olağan araçları olarak tarif edilebilir. Diplomasi ülkeler ve ülkeler ile aktörler arasındaki ilişkileri dış politikaya yönelik tavsiyeler, bunun tasarlanması ve hayata geçirilmesi yoluyla yönetmek, belirli ve yaygın çıkarları koordine etmek ve bunları teminat altına almaktan sorumludur (Barston, 1988: 1).

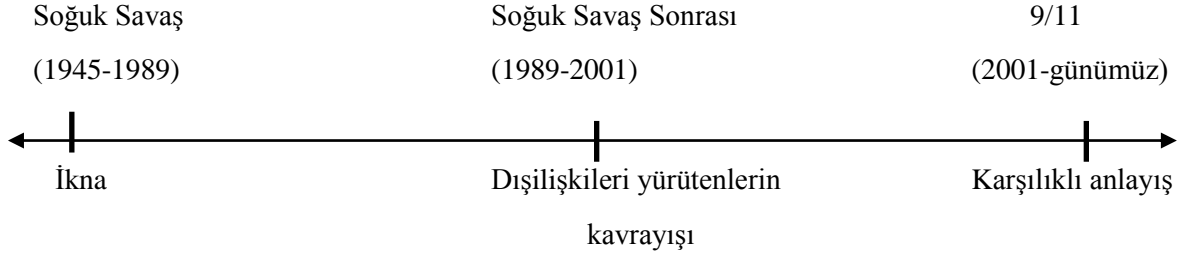
Wilson (1918) diğer ülkelerdeki halkların fikirlerinin kendi hükümetinin politikaları üzerinde bir etkide bulunabileceğini fark etmiştir. Kamu diplomasisi tabiri, 8 Ocak 1918 tarihli “On Dört İlke” başlıklı konuşmasında dile getirdiği üzere açık diplomasiyi açıklayan bir şekilde kullanıldı. Zamanın bir çok yazarı bunun için açık diplomasi ifadesini kullanmıştı, ancak kamu diplomasisi terimi de kullanılıyordu ve Fransızların “diplomatie publique” tabiri aracılığıyla gittikçe yaygınlık kazanıyordu.

Harold Nicholson (1988) diplomasiinin nasıl bir evrimden geçtiğini ve 20. yüzyılda diplomasiinin halkların ilgisini nasıl çektiğini açıklar. Bu modern diplomasi biçimi kendisini a) gizliden açık diplomasiye geçildiği, b) kamunun

fikirleri dış politikayı etkilediği, ve c) iletişim programlarının yaygın bir şekilde uygulandığı zaman belli etmişti. Nicholson bunun modern diplomasi olduğunu belirtir, günümüzde ise buna kamu diplomasisi denir. Diplomasinin artık hükümetlerin ve diplomatların tekelinde olmadığı açıktır. Diğer aktörler de bu alanda önemli bir rol oynamaktadır. Küreselleşme ve yeni iletişim teknolojisine bağlı olarak, diplomasi önemli bir dönüşüm geçirmiştir. Medya yaygınlaşmış, erişim alanı genişlemiş ve dinleyici kitlesi ciddi ölçüde artmıştır (Sharp, 2009).

Gilboa'nın belirttiği gibi (2008), kamu diplomasisi genel olarak kabul edilmiş bir kavram değildir. Ancak, böylesi bir konsensüsün yokluğuna dair bu sıkıntıya fazlasıyla vurgu yapmak çokta verimli değildir. Kamu diplomasisi günümüz küreselleşme ve iletişim teknolojisi çağında diplomasinin merkezinde durmaktadır. Kamu diplomasisi kavramı uluslararası ilişkiler faaliyetlerinde önem kazanmıştır. Bu stratejik ve siyasi iletişimin bir aracı, uluslararası aktörler ve yabancı ülkelerin vatandaşları arasında bir iletişim biçimidir. Uluslararası aktörler çoğunlukla dışişleri bakanları, hükümet dışı örgütler ve sivil toplum örgütleridir. Hedef kitle kültür, siyaset, sanayi, medya ve sivil toplum hayatın her alanından profesyoneller, hükümet dışı örgütler ve kamudur. Kamu diplomasisi kamuyu anlamak, bilgilendirmek ve etkilemek amacıyla. Kamu diplomasisi diyalojiktir, iş birliğine dayanır ve kapsayıcıdır.

Kamu diplomasisi terimi 1960'larda Edmund Gullion tarafından ortaya çıkarılmıştır. Kavramın içeriği uluslararası gelişmelere bağlı olarak zaman içerisinde değişti. Kamu diplomasisi kavramları ve tanımları üç farklı aşamada ele alınmaktadır. Bu üç aşama ve kamu diplomasisinin önde gelen amaçları aşağıdaki çizimde görülebilir.



Şekil 1: Farklı küresel paradigmlar tarafından etkilenen tanımlar (Kaynak: Auer ve Srugies, 2013)

Soğuk Savaş esnasında, kamu diplomasisinin odağında ikna vardı. Söz konusu dönemlerde, Gullion kavramı “hükümetlerin, özel grupların ve bireylerin dış politika kararlarına tesir edecek şekilde diğer halkların ve ülkelerin tutum ve düşüncelerini etkiledikleri araçlar” olarak tarif etmişti (Gullion, 1966, para. 3). Etki teriminin kullanımı ikna veya tek yönlü bir iletişim ima etmektedir. 1989’da Soğuk Savaş’ın bitişinden sonra kamu diplomasisinin temel amacı anlayışın sağlanması ve yabancı bir halk ile empati kurmak oldu. 1990’da Hans Tuch kamu diplomasisini “ulusal fikirler ve idealler, kurumlar ve kültür kadar ulusal amaçlar ve mevcut siyasetin anlaşılmasını sağlamak için bir hükümetin yabancı halklarla iletişim kurma süreci” olarak açıklamıştı (1990: 3). 9/11 saldırısından sonra, karşılıklı anlayış için bir arzu doğdu. Bu yeni dönemde yeni tanımın bir örneği Leonard ve arkadaşlarından geldi: “Kamu diplomasisi ilişki kurmak, diğer ülkelerin, kültürlerin, halkların ihtiyaçlarını kavramak, görüşleri iletmek, ortak bir ülkünün peşinden gidilecek alanları tarif etmektir” (2002: 8). Bu yeni tanım kamu diplomasisi faaliyetinde hangi aktörlerin yer alacağını belirtmez. Bundan ziyade, iletişim kurmak ve diğer tarafı anlamak üzerine güçlü bir vurgu yapar. Bu kamu diplomasisinin iki yönlü bir süreç olduğunu ve hükümet aktörleriyle sınırlı olmadığını göstermektedir.

Signitzer ve Coombs kamu diplomasisini “hükümetlerin, bireylerin ve grupların diğer hükümetlerin dış politika kararlarında doğrudan etkide bulunan kamusal tutum ve fikirleri doğrudan veya dolaylı olarak etkilediği yollar” olarak tarif etmişti (1992: 138). Gilboa, diğer taraftan kamu diplomasisini propagandayla yakından ve “tek taraflı bir iletişim modeli” olarak tarif eder (2000: 290). Yazar düşmanca ilişkilerde kullanılan, yabancı ülkelerin çatışmacı siyasetini ve tutumlarını bu faaliyette yer alan ulusun kamu diplomasinin çabaları ile pozitif olarak etkilenen kamuoyunun basıncı altında değiştirmeye zorlamak adına başvurulan bir araç olarak görür (Gilboa, 2000: 291). Diğerleri; örneğin Yepsen, kamu diplomasisini yürütenlerin iki yönlü iletişimi kullanmaları gerektiğinin farkında olduklarını, ancak bu bilginin pratikte halen çok nadiren kullanıldığını iddia eder (2012: 9). Signitzer ve Coombs tarafından yapılan tanım, bu araştırma için en uygunu olarak düşünülmüştür (Renken, 2014).

1.2 Kamu Diplomasisinin Kavramsallaştırılması

Kamu diplomasisi disiplinler arası bir alandır; halkla ilişkiler, uluslararası iletişim ve uluslararası ilişkiler ile yakından ilintilidir (Gregory, 2008: 286). Bu aynı zamanda hem kamu diplomasisi ve hem de ulusun markalaştırılması olarak kavramsal açıdan ulusal markalaştırmaya yakındır ve dış politika amaçları ile “içerdeki yumuşak gücü stratejileri ve hedeflerini” bir araya getirmektedir (Ham, 2008: 135). Yumuşak güç; örnek olarak devlet gibi bir siyasi varlığın kültürel ve ideolojik araçlar ile diğer siyasi varlıkların davranış ve çıkarlarını dolaylı olarak etkileyebilme kabiliyetidir (Nye, 1990). Ulusal markalaştırma bir ulusun imajının tanıtımını yapmak için markalaştırma ve pazarlama iletişim tekniklerinin uygulanmasına göndermede bulunmaktadır (Szondi, 2008).

Sistem teorisi bakış açısından kamu diplomasisi, “sonrasında dış politikanın prosedürel görevlerini (taktiklerini) uluslararası ilişkiler alanında tasarlayan bir devletin diplomatik sistemi içerisinde belirli bir iletişim fonksiyonu” olarak görülebilir (Signitzer, 1993: 230). Prosedürel görevler veya taktikler kısa erimli bir yönelime tekabül ederken, kamu diplomasisinin fonksiyonu uzun erimli yönelime sahip bir stratejidir.

Melissen kamu diplomasisi ve ulusal markalaştırmanın benzer araçları kullandığını ve aynı sonuçlara ulaştığını, ancak ulusal markalaştırmanın “kamu diplomasisinden çok daha fazla ve koordine bir çaba gerektirdiğini” belirterek buna bir ölçüde katılır (2005: 19). Szondi (2008) kamu diplomasisi ve ulusal markalaştırma arasındaki ilişkiye dair beş model geliştirmiştir. Bu her iki alanın da nasıl bir araya getirildiğine bağlı olarak kamu diplomasisi ve ulusal markalaştırmanın hiç bir ortak paydaya sahip olmayan, birbirleriyle tamamen alakasız kavramlar olduğunu iddia etmekten bu ikisinin tamamen aynı olduğunu belirtmeye kadar değişir. Bu son iddiaya göre, ulusal markalaştırma ve kamu diplomasisi aynı kavramlara denk düşmelerinden dolayı anlamdaştır (Szondi, 2008, özet). Bu çalışmanın yazarı kamu diplomasisinin ulusal markalaştırmayı sağlamak için bir araç olduğunu ve ulusal markalaştırmanın kamu diplomasisinin parçası olan faaliyetlerden bir tanesi olduğunu, ancak ikisinin de aynı olmadığını düşünmektedir.

Kamu diplomasisi yumuşak gücün bir aracı olup, siyaset bilimci Joseph Nye tarafından savunulan bir kavramdır. Bu yazara göre, dış politika amaçlarını yerine getirmek için en iyi yol askeri gücü ve baskıyı içeren sert güç yerine çekiciliği kullanmaktır. Sert güç “yabancı bir toprakta belirli hedefleri gerçekleştirmek için askeri güç veya baskı kullanımı” olarak tanımlanır (Nye,

1990). Bu cazibe biçimi ikna ve tesirin ötesine geçer ve belirli bir ülkenin kültürü kadar, siyasi idealleri ve politikalarının cazibesinden türer (Nye, 2004: 6).

Aşağıdaki satırlarda, kamu diplomasisinin geleneksel diplomasi, yumuşak güç, ulusal markalaştırma, hükümetin veya uluslararası halkla ilişkiler ve devlet dışı aktörler gibi ilgili terimlerle benzerlikleri ve farkları ele alınmaktadır:

1.2.1 Kamu Diplomasisi ve Geleneksel Diplomasi

Deniz aşırı misyonlarda kamu diplomasisini yürüten profesyonellerin ve geleneksel diplomatların bazı ortak özellikleri olduğu doğrudur. Her iki grup da politikaları sunmak ve açıklamak zorunda olan taraflardır. Her ikisi de sadece kendi ülkelerinin politikasına yönelik olarak değil, aynı zamanda gittikleri ülkenin politikasına, politik ve iktisadi sistemine, tarihi, toplumuna ve insanların düşünme şekline yönelik bir kavrayışa sahip olmalıdır. Ancak burada benzerlikler sona erer. Geleneksel diplomatlar ve kamu diplomasisi profesyonelleri çok farklı işler ifa ederler. Geleneksel diplomatlar öncelikli olarak dış politikayı temsil etmek ve devlete rapor vermekle yükümlü iken; kamu diplomasisi profesyonelleri sadece politikayı açıklamakla kalmaz, aynı zamanda ülkedeki iç politikanın, toplumun ve kültürün bir açıklamasını da sunar. Geleneksel diplomatlar öncelikle konuk ülkenin resmi görevlileri ile temas kurmakla yükümlü iken, kamu diplomasisi profesyonelleri çeşitli alanlardan çok fazla sayıda kanaat önderi, bir başka deyişle medya, akademi, sanat veya herhangi başka bir alanda kanaat önderi olan veya iletişimde etkili olan herhangi biriyle ilişkiye girerler. Geleneksel diplomatlar çoğunlukla gizli konulara dair faaliyetler yürütürken, kamu diplomasisi profesyonelleri işlerini neredeyse tamamen açık bir biçimde yürütürler. Kamu diplomasisi profesyonelleri, geleneksel diplomatların tersine eğitimler, seminerler,

değişim programları, basın açıklamaları, internet sayfası içeriği, vb. gibi insanların karşılaşmasına mahal veren bir çok faaliyet düzenleyerek yerel halk ve yabancı kişilerin karşılaşmalarını ve diyalog kurmalarını kolaylaştıran yöneticilerdir (Rugh, 2008).

Geleneksel diplomasi devletler arası ilişkilere odaklanır; diyalog ve müzakereler aracılığıyla her iki devletin resmi görevlileri arasında temaslar kurulur. Diplomatik süreçlere halk dahil edilmez. Geleneksel diplomasi diplomatik oturumlar için ülkelerin resmi görevlileri haricinde bir örgüt, temsilci, veya başka herhangi bir yetkili ile temas etmez. Geleneksel diplomasi gizli yürütülmesi gerekmektedir ve iki ülkenin resmi görevlileri arasındaki diyaloglar asla halka açıklanmaz (Javaid, 2017).

Bununla birlikte, kamu diplomasisi bir ülkenin hükümet yetkilileri ile diğer ülkenin halkı arasında olumlu ilişkileri ve işbirliğini geliştirmeye yönelik çaba gösterir. Kamu diplomasisi yaklaşımı samimi ilişkiler geliştirmek için çeşitli araç ve kurumlarla etkide bulunmaya çalışır. Kamu diplomasisi çabalarında en temel araç medyadır. Medya halkın düşüncelerini ve alımlama biçimini ciddi ölçüde etkiler (Cull, 2009). Pratikte, hükümetler dış politikanın artık tek başına geleneksel diplomatik faaliyetler ile yürütülemeyeceğini fark etmişlerdir (Tuch, 1990: 3). Bu amaç doğrultusunda, bir çok ülke dışişleri bakanlığına bağlı bir kamu diplomasisi bölümü kurmuştur. Bilgi ve halkla ilişkiler alanlarında eğitim alan görevliler bu bölümlerde görevlendirilir ve bu insanlar söz konusu departmanları yönetir. Söz konusu kişiler gazetecilik ve halkla ilişkilerden gelir; kitlesel medya ve halkla ilişkiler kurumlarında kayda değer deneyim biriktirmişlerdir. Diğerleri doğrudan kitle iletişimi ve halkla ilişkilerde kalifiye elemanlar oldukları için dışişleri bakanlıkları tarafından istihdam edilirler, bu da kamu diplomasisinin aynı zamanda geleneksel diplomasi ile aynı ihtisas alanında olduğu anlamına gelir.

1.2.2. Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç:

Yumuşak güç; örnek olarak bir devlet gibi siyasi bir organın siyasi ve kültürel araçlar ile diğer siyasi organların davranış veya çıkarlarını dolaylı olarak etkileyebilme kabiliyetini tarif etmek için uluslararası ilişkiler teorisinde kullanılan bir terimdir. Terim 1990 yılında Atlantic Monthly’de yayınlanan bir makalede kendisinin en önde gelen savunucusu olan Joseph Nye tarafından ortaya atılmıştır. Betimsel bir kuram olarak kullanışlılığı sorgulanmışken, yumuşak güç bu tarihten itibaren bir başkası üzerinde daha mutedil bir kültürel etkiyi, örneğin askeri faaliyet ve ekonomik yaptırım gibi doğrudan zora dayalı önlemlerden ayırmak için kullanılan bir tanım olarak popüler siyasi söyleme girmiştir.

Nye’ye göre, gücün en basit açıklaması istediğini elde etmek için diğerlerini etkileyebilme yeteneğidir. Bunu gerçekleştirmek için üç yol mevcuttur: bir tanesi sopayla tehdit etmek, ikincisi havuç göstermek ve üçüncüsü istediğini almak için ikna etmek veya işbirliği yapmak. Diğerlerinin ilgisinin çekilebilmesi durumunda, bu, havuç ve sopadan daha az maliyetli olacaktır.

Bir başka deyişle, yumuşak güç istediğini almak için bir üçüncü yol anlamına gelir. Dolayısıyla yumuşak güç, zor kullanmadan (sopa) veya ödülünden (havuç) ziyade ikna yoluyla istenen sonuçları elde etmek için, diğerlerini etkileme kabiliyetine göndermede bulunan güçlü bir kuramsal süreçtir (Nye, 2008). Bu dış politika tartışmalarında önemli bir analitik araç haline gelmiştir. Akademide liberal kurumsalcı araştırmacılar yumuşak güce devlet idaresinin önemli bir kaynağı olarak vurguda bulunurlar (Wilson, 2008). Yeni gerçekçilerin vurguladığı zor kullanma becerisine tekabül eden sert gücün aksine, yumuşak güç, ulusal hükümetlerin istenen sonuçları almak için diğerlerini ikna etmek ve gönülünü çelmek için kullanılan güçlü bir araçtır (Nye, 2008).

Nye (2008) bir ulusun yumuşak gücünün dikkat çekmek veya bir başka deyişle “baştan çıkarmak” kapasitesinde yattığını belirtir. Bir ulusun yumuşak gücünün altında kültürü, siyasi değerleri ve dış politikası olmak üzere birçok faktör vardır. Bütün bu faktörler kamu diplomasisinin alanına girer ve dolayısıyla bir ulusun yumuşak gücünün iyi bir şekilde tanıtılmasını sağlar. Birçok araştırmacı kamu diplomasisini yumuşak gücün bir aracı olarak görür; bu, ulusal hükümetlerin diğer ülkelerdeki temsilcilerin yanı sıra halk kitlelerinin de ilgisini çekmek için maddi olmayan kaynakları seferber ederek kullandığı bir araçtır (Smyth, 2001). İkna süreci yayıncılık, eğitim ve kültür alanlarında değişim programları, kamuoyu bilgilendirmesi ve siyasi faaliyeti içermektedir. şüpheciler: gündelik yumuşak güç; Nye tarafından ortaya konulduğu üzere “yumuşak güç önemli bir gerçekliktir” (Nye, 2008). Nye gerçekçilerin yumuşak gücün bir yanılığ olduğu yönündeki retoriklerini reddeder. Nye için, gerçekçi düşünürler somut bir yanılığ içine düşmektedirler. Onlar için ister bir şehrin, isterse bir kimsenin ayağının üzerinde fiziksel olarak test edilemeyen bir şey güç kaynağı değildir. şüpheciler aynı zamanda yumuşak gücü gündelik düzeyde değerlendirirler. Popülarite geçici olduğundan, yumuşak gücün dış politika pratikleri için bir rehber olamayacağını iddia ederler.

Uluslar arasında dayanışma ve işbirliğine ihtiyaç her zamankinden çoktur. Uluslararası ilişkilerde norm ve değerlerin önemi gerçekçi düşünce okulu tarafından göz ardı edilmiştir (Riordan, 2003). Bu okul için, dış politika ulusal çıkarların peşinde koşmak anlamına gelir. Dış politikaya dışişleri bakanı karar verir ve sonrasında diğer ülkelere dayatılır. Dahası, dış politika pratiklerinde yabancı halklarla pek ilişki kurulmaz. Bu varsayım bir ölçüye kadar doğrudur, zira uluslar kendi çıkarları temelinde işbirliğine gitmektedirler. Ancak Nye'nin de vurguladığı gibi bu işbirliğinin ölçüsünü diğer ülkenin ikna kabiliyeti de belirler.

Dolayısıyla istenen sonuçları elde etmek için yumuşak gücü önemsemek gerekir. Yumuşak gücün başarısı ciddi oranda uluslararası toplumda aktörlerin ünü kadar, aralarındaki bilgi alışverişine de dayanır. Bu anlamda yumuşak güç, genelde küreselleşmenin ortaya çıkışı ve neo-liberal uluslararası ilişkiler teorisi ile ilişkilendirilir. Popüler kültür ve medya genelde bir ulusal dilin yayılışı gibi yumuşak gücün bir kaynağı veya normatif yapıların belirli bir düzeneği olarak tarif edilir. Diğerleri yumuşak güce ve bunun gerektirdiği iyi niyete sahip olan bir ulusun kültüründen esinlenebilir, böylece de sert gücün fazlasıyla pahalı harcamalarının önüne geçilmiş olur (Fandom, 2005).

1.2.3 Kamu Diplomasisi ve Ulusal Markalaştırma:

Geçtiğimiz yıllarda küreselleşmenin gelişimi siyasi ve iktisadi ilgi çekmek adına uluslar arasında gittikçe artan bir rekabete yol açtı (Van Ham, 2008: 131). Günümüzde gittikçe daha fazla sayıda ülke, başka ülkelerin vatandaşlarının zihninde olumlu bir imaj yaratmak ve bu sayede etki ve prestijlerini arttırmak için yoğun çaba harcamaktadırlar. Bu çabaya genelde “ulusal markalaştırma” adı verilmektedir (Renken, 2014: 186). Bir diğer ülkede yaratılan bu imajı geliştirmenin ve bu imaja bağlı politikaları etkilemenin yollarından birisi geleneksel diplomasisidir. Bu, hükümetler arasında, genelde diplomatik işleri yürüten bireyler arasında iletişim anlamına gelir (Wang, 2006: 93). Bir diğer yol ise diğer ülkelerin vatandaşlarına ulaşmak ve onları tanıtımı yapılan ülkenin kültür ve toplumuyla temas ettirmek, ülke politikaları ve hükümetleri hakkında bilgi vermek ve stratejik iletişimi kullanarak diyalog ve değişim içerisine girmektir. Buna ise kamu diplomasisi adı verilir (Cull, 2010: 12).

Pozitif ve başarılı bir markanın kısa ve sıklıkla alıntı yapılan bir tanımı Doyle (1992) tarafından verilmiştir. Yazar, “başarılı bir markanın sürdürülebilir

bir farklılığa sahip olan belirli bir örgütün ürününü tarif eden bir isim, sembol, tasarım veya bunların bileşimi” olduğunu iddia eder. Amerika Pazarlama Birliği bir markanın benzer bir tanımını “bir satıcının mal ve hizmetlerini bir başka grup satıcıya tanıtmak ve bunları rekabet içerisinde olanlardan ayırtmak yönünde bir isim, terim, işaret, sembol, tasarım veya bunların bir bileşimi” olarak vermektedir (Doyle, 1992).

Simon Anholt tarafından 1990’lı yıllarda geliştirilen ulusal markalaştırma kavramı devletlerin tıpkı ürünler gibi marka haline getirilebileceği varsayımına dayanır. Ulusal markalaştırma bir ulusun imajını geliştirmek için markalaştırma ve pazarlama iletişim tekniklerini uygulamak olarak tarif edilebilir (Szondi, 2008: 4). Dolayısıyla, ulusal markalaştırma ve kamu diplomasisi devletin imajını geliştirmek için ortak bir nihai hedefe sahiptir.

Bununla birlikte, ulusal markalaştırma ve kamu diplomasisi kavramları bir kaç önemli farklılığa sahiptir. Kamu diplomasisi siyasi çıkarları savunmaya çalışır ve asıl olarak hükümetlerin kararlarını etkileyebilecek aktif vatandaşları ve elitleri hedef alır. Burada temel aktörler hükümet kurumları, Kültür Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı vb.’dir. Bu esnada, ulusal markalaştırmak iktisadi çıkarı da savunmaya çalışır ve genel kitleleri hedef alır (hem ülke içerisindeki ve hem de dışarıdaki) ve esas olarak ticaret ve turizm kurulları, ticaret odası vb. gibi aktörler tarafından uygulanır (Szondi, 2008: 17). Sonuç olarak, ulusal markalaştırma büyük oranda pazarlama disiplini içerisindeyken, kamu diplomasisi uluslararası ilişkiler ile ilgilidir.

Kısacası, kamu diplomasisi ve ulusal markalaştırma arasındaki temel fark ilkinin toplumu bir vatandaş grubu olarak ele alırken, diğerinin toplumu tüketiciler grubu olarak görmesidir. Kamu diplomasisi karşılıklı anlayış ve diyalogu geliştirmek için kültürel, eğitime dair ve bilgiyle ilgili değişimleri içerir ve

mesajın içeriğine çok önem verir. Ulusal markalaştırma mesajın içeriğinden çok imaj ile ilgilidir ve dolayısıyla kitle iletişim araçları aracılığıyla gönderilen görsellere ve sembolere dayanır. Dahası, G. Szondi'nin dikkat çektiği üzere, ulusal markalaştırma özgün öğelere işaret eder ve “bizi” “onlardan” ayırt eder, bununla birlikte kamu diplomasisi birleştirici öğelerin altını çizer (Szondi, 2008: 16). Farklı amaçlar doğrultusunda farklı stratejiler uygulanır. Kamu diplomasisi öncelikli olarak dış politika hedeflerini kavrayan bir ortam yaratmak için siyasi hedefler peşinde koştuğundan, insanları birleştirmek ve onların ilgisini çekmek için ortak değerleri tarif etmek zorundadır. Diğer yandan, ulusal markalaştırma yabancı yatırımcıyı ve turistleri çekmek için iktisadi çıkarlarla ilgili olduğundan, devletin küresel pazarda rekabetini arttırmak için devletin özgün niteliğinin altını çizer.

Gerçekten de, ulusal markalaştırma bir takım pozitif etkiler yaratabilir. Birincisi, başarılı bir ulusal markalaştırma kampanyası yabancı yatırımcıyı, turistleri ve yerleşimciyi çeker, bu da iktisadi gelişmeye ve devletin modernleşmesine fayda sağlar. Örnek olarak, İspanya'nın markalaştırma kampanyası olan “Güneşin Altındaki Her Şey” devleti dünyadaki en popüler ikinci turist uğrağı haline getirmiş ve devletin modernleşmesine katkı sağlamıştır. İkincisi, markalaştırma olumsuz algı ve stereotiplerle mücadelede fayda sağlar. Berlin şehri bir başarı hikayesidir. 1990'ların başında kurulan özel-kamu karışımı bir şirket olan “Berlin Partneri” çeşitli imaj kampanyaları, medya tanıtımları, iletişim avantajları aracılığıyla Berlin için “Kültür ve Yaratıcılığın Şehir” imajını yaratmıştır. Günümüzde Berlin modern ve güvenli bir kent olarak görülmekte ve dünya kamuoyu tarafından Nazi geçmişi ile artık daha fazla ilişkilendirilmemektedir (Stober, 2007: 170-176). Her ne kadar ulusal markalaştırma sadece toprak parçasını değil, aynı zamanda kültürü, dili, tarihi,

vb.'ni içerecek şekilde devletin daha karmaşık bir kimliğe sahip olması ile ilgili olarak şehir markalaştırmasından daha geniş bir kavram olsa da, şehir markalaştırması ve ulusal markalaştırma ilgili kavramlardır. Son olarak, ulusal markalaştırma günümüz modernleşmesindeki bir eğilimle mücadele eder. Modernleşmenin yeni eğilimi dünyadaki kültürel, siyasi ve iktisadi faktörleri birbirine benzeterek bütün küreyi homojen bir hale getirmektir (Freire, 2005: 357). Kısacası, küreselleşme geleneksel yerel kültürlerin, adetlerin ve kimliklerin evrensel anlamda tek tipleşmesine ve ortadan kalkmasına yol açar. Ulusal markalaştırma benzersizliğe vurgu yaptığından, dünya çapındaki ayrımlar devam ettirilir. Londra'daki Buckingham Sarayı'nda nöbetçi değişim seremonisinin turistler olmasaydı devam edip etmeyeceği, Roma kalıntıları ve Avrupa'daki ortaçağ kalelerinin korunup korunmayacağı meçhuldür. Bu gibi kültürel pratiklerin günümüzde hayli ticarileştirilmiş olması bunların korunmasını daha değersiz kılmaz.

Ancak ulusal markalaştırmanın rolü fazla abartılmamalıdır. Örnek olarak, İspanya'nın ulusal imajındaki değişim doğrudan ulusal markalaştırma kampanyalarının sonucu olmak yerine, bu ülkenin siyasi, ekonomik ve toplumsal sistemindeki köklü değişimler ile ilgilidir. Ulusal markalaştırma sadece bunların altını çizmek ve devletin bu başarılarını dünyaya göstermeye yaramıştır. Bir diğer deyişle, başarılı bir ulusal markalaştırma kampanyası iktisadi bir temele sahip olmalı ve ülkenin iç işleyişinde pozitif bir atmosfere dikkat çekmelidir. Bu anlamda, ulusal markalaştırma sadece kelimelerin arkasında gerçek eylemler ve politikalar olduğu zaman başarıya erişebilen kamu diplomasisine benzer.

Bütün bunları göz önüne aldığımızda, kamu diplomasisi ve ulusal markalaştırma çatışan değil birbirlerini tamamlayan kavramlardır. Birincisi, ulusal markalaştırma kendi iç işlerinde başarılı olan, ancak dünyada kendi tanıtımını

yapacak kadar güçlü olmayan devletler için mükemmel bir seçenektir. Çünkü, kamu diplomasisi daha fazla kaynak gerektirir. İkincisi, başarılı bir kamu diplomasisine sahip olan devletler bile ulusal markalaştırma ile ilgilienmelidir, zira bu, küreselleşen dünyada farklı kimliğin ve kültürel mirasın sürdürülmesine yarar. Üçüncüsü, modern toplum kitle iletişim araçları ve tüketim (imajların, ürünlerin, vb.'nin) tarafından gittikçe daha fazla etkilendiği müddetçe, imajların satılması yoluyla gerçekleştirilen ulusal markalaştırma gelecekte kamu diplomasisinden bile daha etkili bir araç olacaktır.

1.2.4 Kamu Diplomasisi ve Halkla İlişkiler:

Halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi de iki yakından ilintili kavramlardır. Amerika Halkla İlişkiler Topluluğu (2012) tarafından yapılan bir tanıma göre, “Halkla İlişkiler örgütler ve halk arasında karşılıklı olarak faydalı ilişkiler kuran stratejik bir iletişim sürecidir.” Örgütler herhangi bir devlet dairesi veya özel firma olabilirken, kamu herhangi bir şekilde örgütle bağlantılı olan insanları içerir. Halkla ilişkiler farklı teknikleri ve farklı kanalları kullanarak ilgili kamuyla ilişkilerin sürdürülmesidir.

Halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi siyasi iletişim altında sınıflandırılabilir (Gelders, Ihlen, 2010: 61). Siyasi iletişim siyasi hedefleri açıktan açığa veya örtülü olarak gerçekleştirmenin peşinde koşan, iknaya dayalı iletişim olarak tarif edilebilir. Hükümetin siyasi amacı ister bilgilendirmek, ister ikna etmek olsun, hükümet halkla iletişim kurmaktan çekinmeyecektir. Kamu diplomasisi siyasi iletişim olarak tarif edilebilir, zira bu, barışçıl bir çözüme ulaşmak için siyasi temsilciler arasındaki diyaloga işaret eder.

Halkla ilişkiler ile görünürde açık paralelliklere rağmen, araştırmacılar halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi arasında kavramsal ve pratik bağlantılar

olduğunu belirtmektedirler. Kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler arasında tarihsel deneyim ve kuramsal çerçeve açısından bir çok benzerlik vardır (Yağmurlu, 2007: 19). Bu her iki faaliyetin yürütücüleri de itibarın artırılması, ilişki yönetimi, diyalog, şeffaflık, güven, taahhüt ve çatışma çözümü için çaba harcarlar . Aynı zamanda kendilerinin genel kamuoyu ve çıkar sahipleri için vazgeçilmezliğini vurgulamaya ve diğer bütün iletişim kaynaklarını kullanmaya gayret ederler. Bunu da sistematik ve stratejik bir bilgilendirme kampanyası ile yerine getirirler.

Signitzer ve Coombs (1992) halkla ilişkiler ve kamu diplomasisinin hayli benzer olduğunu, zira bu ikisinin de benzer amaçlar peşinde koştuğunu ve benzer araçlar kullandığını belirtirler. Kamu diplomasisini “hem hükümet ve hem de bireyler ve grupların diğer hükümetlerin dış politika kararlarında doğrudan etkisi olan kamu tutumları ve fikirlerini doğrudan veya dolaylı olarak etkileme yolu” olarak tarif ederler (s. 138). Bu yenilikçi tarif önemlidir, çünkü yeni aktörleri bize gösterir ve kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler arasındaki ayrımı ortadan kaldırır. Söz konusu tarif devlet dışı aktörleri sürece dahil ederek ve bütün aktörler arasında gittikçe artan karşılıklı bağımlılığa vurgu yaparak uluslararası ilişkilerin alanını yeniden tarif eder. İkincisi, araştırmacılar hükümetlerin kamu diplomasisini, şirketlerin ve firmaların ise halkla ilişkileri yürüttüğünü iddia ederek hükümet ve diğer aktörler arasında bir ayrıma gitmişlerdir. Signitzer ve Coombs ise farklı düşünmektedir ve diğer halkla ilişkiler uzmanları da onları takip etmektedir. Wilcox, Ault, ve Agee (1992: 409-10) halkla ilişkileri “diğer ulusların politikaları ile karşılıklı olarak faydalı ilişkiler kurmak için bir şirketin, kurumun veya hükümetin planlı ve örgütlü çabası” olarak tarif ederler. Bu tarife hükümetin dahil edilmesinin ve “karşılıklı olarak faydalı ilişkilere” vurgu yapılmasının altı çizilmelidir.

Halkla ilişkilerin aksine kamu diplomasisi bireylerin karşısında hükümetlerle daha yakından ilgilidir. (Signitzer, Wamser, 2005: 436). Bu anlamda kamu diplomasisinin ulusal çıkarlar açısından daha uygun olduğu söylenir (Kovacs, 2001: 424). Örneğin, kamu diplomasisi uluslararası kamuyou tarafından tanınmayı sağlamak ve onların sempatisini kazanmak için uzun erimli bir “kalpleri ve akılları kazanma” kampanyası olarak nitelendirilebilir (L'Etang, 2009: 610). Bu, deniz aşırı sanat turları ve sergiler kadar Olimpiyatlarda da yürütülen bir faaliyettir. Söz konusu kampanyalar, muhtemelen kendi vatandaşlarının farklı duygusal ve kişisel deneyimlerini kapsamak isteyen bir ülke için toplumsal bir sorumluluğa dönüşebilir ve bir çok kuşak boyunca sürebilir (L'Etang, 2009: 610).

Halkla ilişkiler ve kamu diplomasisinin uzun pratik geçmişleri olmasına rağmen, formel kuramsal akademik yapılanmaları hayli yenidir. Örgütlerin ve hükümetlerin her iki alana da sıklıkla başvurduğu göz önüne alındığında, bunlar kısmen küreselleşme ve dijital iletişimin kolaylığına bağlı olarak pratikte birlikte gelişmişlerdir (L'Etang, 2009: 610-615; Signitzer, Wamser, 2005: 441-445; Wadsworth, 2006: 3-4). L'Etang'a (1996) göre, hem diplomatları ve hem de kamu diplomasisini ifa edenler bilgi toplama (araştırma, çevresel tarama), temsiliyet (retorik, savunma, hitabet), diyalojik (müzakere, arabuluculuk), ve danışmanlık (rehberlik) işlevlerini yerine getirirler (s. 15). Bunların her birisini mahiyetleri gereği kamu organları olan bir örgüt veya ulus devlet yerine getirir. Bunun anlamı halk ve örgüt arasında iki yönlü bir toplumsal ilişkinin mevcudiyetidir (Signitzer, Wamser, 2005: 442).

Son yıllarda, gitgide daha fazla sayıda araştırmacı ve uygulayıcı halkla ilişkiler teorileri, modelleri ve yöntemlerini kullanarak kamu diplomasisi üzerine çalışmalar yürütmüşlerdir. Signitzer ve Coombs (1992) kamu diplomasisi ve halkla ilişkilerin çok benzer olduğunu dahi iddia etmişler ve bu ikisinin birleşmesi

ve amprik araştırmalarda bu halkla ilişkiler teorilerinin kullanılması yönünde çağrı yapmışlardır. Van Ham (2002: 268) “Kamu diplomasisi ve halkla ilişkiler pazarlamasının birleşmekte” olduğunu belirtmiştir Wang (2006) “ulusal itibarı idare etmenin” kamu diplomasisinde anahtar bir kavram olduğunu varsaymıştır.

Grunig (1993) halkla ilişkiler modellerinin kamu diplomasisine uyarlanabileceğini iddia etmektedir. Yazar, modellerini birbirleriyle ilintili iki temel kavrama göre sınıflandırmıştır. İletişimin doğrultusunu açıklayan, tek yönlü iletişim ve iki yönlü iletişim ve iletişimin amacı yönünden, simetrik ve asimetrik. Tek yönlü iletişim bir yerden diğerine bilginin yayılmasına göndermede bulunurken, iki yönlü iletişim taraflar arasında bilgi alışverişi anlamına gelmektedir. Asimetrik ilişkilerde, halkla ilişkilerin amacı bir diğer devletin fikrini, politikasını ve tutumunu değiştirmektir; bununla birlikte, simetrik ilişkilerde devletin de kendi politika ve tutumunu değiştirmeye yönelik bir niyeti vardır. Grunig’in dörtlü modeli iki adet tek yönlü ve iki adet iki yönlü modele dayanmaktadır. Basın danışmanlığı ve kamuoyunu bilgilendirme asimetrik model içinde yer almakta, asimetrik ve simetrik halkla ilişkiler ise iki yönlü model içinde bulunmaktadır. Basın danışmanlığı medyada olumlu bir olay kaydı oluşturmak için tasarlanmış halkla ilişkiler programlarını tarif etmektedir. Kamuyou bilgilendirme, gazeteciymiş gibi davranan kurum için yazarlar tarafından kaleme alınan ve haber bültenleri, broşürler ve doğrudan posta gibi denetim altındaki medya aracılığıyla yayılan bilgiye işaret eder. İlk iki model tek yönlü iletişimi ve asimetrik ilişkileri gösterir. Üçüncü model, yani iki yönlü asimetrik model stratejik iletişimle, tutumların bilimsel ölçümü ve halkla ilişkiler kullanan devletin çıkarları doğrultusunda tutum alması için hedef devletin kamuoyunu ikna eden mesajların formülasyonuna dayanır. İki yönlü simetrik model de araştırmaya dayanır, ancak hem halkla ilişkiler kullanır, hem de hedef devletin politika ve

tutumunda değişimlere mahal tanır. Bu dörtlü farklı modelin başka ülkelere uygulanmasında, uygulayıcı ülkelerin aynı anda bir kaç modeli birden kullandığı görülmektedir.

Kısacası, halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi faaliyet açısından birbirlerine benzer amaçlara sahiptir. Her birisi kendi medya gündemlerini oluşturmak için farklı kaynaklardan gelen bilgiyi kontrol etmeye çalışır (L'Etang, 2009: 611). Bundan sonra, her birisi kamuoyu söylemi oluşturmak amaçlarını en iyi şekilde yerine getirmek için kamusal meseleleri nasıl sunacakları hakkında bir karara varabilir. Kamuoyu kamu diplomasisi veya hükümetin halkla ilişkilerine dair stratejik iletişim hedefleri ile uyum içerisinde olan bilgiye güven duymaya başladığı zaman, örgütler kayda değer bir siyasi avantaj kazanmış olurlar (L'Etang, 2009: 611).

1.2.5. Kamu Diplomasisi ve Devlet Dışı Aktörler:

Fitzpatrick'e (2010) göre her ne kadar kamu diplomasisinde devlet aktörlerin başat rol oynadığı düşünülse de, devlet dışı aktörler giderek artan bir öneme sahip bulunmaktadır (s. 198).

Kamu diplomasisinin farklı tanımları devlet dışı aktörlerin rolünü vurgulamaktadır. Gregory (2008) kamu diplomasisini "devletlerin, devlet kurumlarının ve devlet dışı aktörlerin kültürleri, tutumları ve davranışları anladığı, ilişki kurduğu ve srdrdğu ve kendini ve değerlerini geliştirmek için fikir ve faaliyetleri etkilediği yollar ve araçlar" olarak tarif eder (s. 276). Güney Kaliforniya niversitesi'nde bulunan Kamu Diplomasisi Merkezi'ndeki araştırmacılar kamu diplomasisinin sadece hükümetin fonladığı kültür, eğitim ve bilgiyle ilgili programları değil, aynı zamanda başka ülkelerin vatandaşlarını

bilgilendirmek ve etkilemek yoluyla bir ülkenin ulusal çıkarlarını geliştirmek için kullanılan vatandaş değişimlerini, özel ve medya yayıncılığını ve kurumsal iletişimleri de içerdiğini düşünmektedirler. Buna göre kamu diplomasisi resmi ve özel kişiler ve kurumlar aracılığıyla diğer kamuoyu ve toplumlarla iletişime geçmek için sarf edilen çabadır.

Uluslararası şirketlerin ister istemez kendi ülkelerinin itibar ve imajının tarif edilmesinde önemi büyüktür. Genelde yabancı ülkelerde diplomatlardan daha fazla sayıda iş adamı bulunur ve çok uluslu şirketler iletişime bir çok hükümetten daha fazla para yatırırlar (Reinhard, 2009; Zaharna, 2010). Deniz aşırı faaliyet yürüten iş adamları kayda değer bir etkiye sahip önemli bir diplomatik olumsuzluk yaratır. Konuk ülkelerde markalar ve ürünler ve kurumsal iletişim uluslararası şirketin ilintili olduğu ülkenin nasıl algımlandığını etkiler (Goodman, 2006; Lee vb., 2008; White, 2012). Şirketler büyük bir sembolik güce sahiptir ve kamuoyu fikrini etkilemek için kaynakları vardır. Aynı zamanda kendi hükümetleri ile işbirliği halinde veya bağımsız olarak yabancı ülkelerdeki siyasi kararları ve politika ve medya gündemini etkilemeye çalışırlar. Uluslararası şirketlerin kamu diplomasisine katılımına hükümet organları, kar amacı gütmeyen kurumlar, siyasi düşünce merkezleri ve akademisyenler destek vermiştir.

Özel sektörün kamu diplomasisinde bir rol oynama potansiyeline sahip olduğuna şüphe yoktur. İş adamları geniş yumuşak güç kaynaklarına, uluslararası kitleler, tüketiciler hakkında uzmanlığa ve aynı zamanda kamu diplomasisinde avantaj teşkil edebilen küresel fikirlere sahiptir. Küresel sorunlar uluslararası şirketlerin sağlayabileceği çok katmanlı, küresel çözümlere ihtiyaç duyar (Hocking, 2004). ABD Dışişlikiler Konseyi'ne ait bir rapor Birleşik Devletler 'de özel sektörün etkili bir kamu diplomasisi için gerekli olan anahtar stratejik alanlarda (teknoloji, sinema ve yayıncılık, pazarlama araştırması ve iletişim gibi)

lider olmasına rağmen, hükümetin bu konuda geride kaldığını vurgulamıştır (Peterson vb. 2003). İsviçre ve Birleşik Krallık'ta şirketler yabancı hükümetlerle doğrudan ilişki kurarak kamu diplomasisinde gittikçe artan bir rol oynarlar (Lee, 2004; Saner ve Yiu, 2005).

Dahası, bazı siyasi çevrelerde hükümet iletişimi genelde siyasi propaganda olarak algılanırken, ticaret hükümetten daha itibarlı ve güvenilir görünür (Szondi, 2008). Özel sektörün kamu diplomasisinin her alanına nüfuz edemeyeceği ve hükümetin her daim bu işin merkezinde duracağı açıktır. Bununla birlikte, kamu diplomasisi işbirliğine dayalı bir sürece dönüşmeye başlamıştır. Bu, diplomatik kanal ve süreçleri kullanan kamusal ve özel aktörlerin ortak çalışması olarak tarif edilebilir (Lee, 2004). Özel sektör araştırmaya, sahada yaygın ve yerel bağlantılara sahiptir, pazarın sesine kulak vermeye yatkındır ve yerele sızar, atak ve etkin olabilir (Reinhard, 2009). Uluslararası şirketler devasa iletişim bütçelerine, küresel bir etkiye sahiptir ve kültürler arası iletişime duyarlıdır, bunların tümü devlet kamu diplomasisi için büyük bir değerdir.

1.3 Kamu Diplomasisinin Amaçları ve Bileşenleri:

Kamu diplomasisi stratejik hedefler doğrultusunda kampanyaların yönetilmesi ve desteklenmesi için hükümet organlarının uyguladığı stratejik bir araçtır. Kamu diplomasisi faaliyetleri dünyada yaşayan insanların belirli bir ülkeyi algılayışına dair etkide bulunan eylemler dizisidir. Armstrong'un (2008) metaforu kullanılacak olursa, kamu diplomasisi faaliyetleri tıpkı bir müzik aletinin ses ve basının ayarlanmasına benzer şekilde ayarlanabilecek olan, örneğin kültürel sergiler, eğitim alanında değişim programları ve serbest ticaret sözleşmeleri gibi bir ülkenin bütün kaynakları (iletişime dayalı bir biçimde) olarak düşünülebilir.

Bu anlamda uluslar, kamu diplomasisi ile kendi seslerini etkileyici bir şekilde ayarlayarak olabildiğince çok hayran toplamaya çalışırlar.

Armstrong (2008), araştırmacılar ve kamu diplomasisi uygulayıcıları arasında belirli bir yere kadar genel kabul görmüş olan üç adet genel kamu diplomasisi faaliyetinin amacını tarif eder. Bunlar:

- a. Bilgi: Kısa dönem görüşlere vurgu yaparak bilginin idaresi ve dağıtımı;
- b. Etki: Yabancı kamuoyunun tutumunu değiştirmek için uzun döneme yönelik ikna kampanyaları (çekicilik); ve
- c. Taahhüt: Karşılıklı anlayışa dayalı uzun dönemli ilişkiler kurmak.

Bu her üç amaç da şu ya da bu ölçekte iletişime bağlıdır; yani, her üç kategoride de bir iletişim faaliyeti mevcuttur. Bu söz konusu çalışmada uygulanan Mükemmellik kuramının geçerliliğini pekiştirir.

Bununla birlikte, kamu diplomasisinin beş temel bileşeni şu şekildedir: dinlemek, taraflılık, kültürel diplomasi, değişim diplomasisi ve uluslararası yayıncılık. Kamu diplomasisi ile uğraşan uygulayıcıların esas görevi dinlemektir, bu, dış ülkelerdeki kamuoyunu dinlemek ve etkilenmeye çalışılan bir topluma dair politika geliştirmek ve bilgi toplamak için öğrenilen bilgiyi kullanmaktır. Bilgi toplamanın önemli bir yolu medyanın (radyo, basın, görsel yayıncılık) takip edilmesi ile gerçekleştirilir. Bir diğer veri toplama yolu kamuoyu araştırmaları gerçekleştirmek ve bunları analiz etmektir. Taraflılık bir ulusun politikalarının veya bakış açısının yabancı kamuoyuna açıklanması ve görüşleri etkilemek için fikir ve politikaların tanıtımına odaklanılmasıdır. Her ne kadar taraflılık kısa dönemli bir çözüm olsa da, kültürel diplomasi tam tersine uzun dönem etkilerde bulunmak ister. Kültürel diplomasi turlar, kültürel, sanatsal kurumlar ve dil kurumları aracılığıyla kültürel kaynakların tanıtımını içerir. Kültürel diplomaside

diyalog ve kültürel değişim yoluyla değerler tanıtılır. Aynı zamanda vatandaş diplomasisi olarak da göndermede bulunulan değişim diplomasisi, ülkelerin birbirlerini daha iyi tanıtmak amacıyla vatandaşların karşılıklı yaptığı ziyaretlerdir. Bu her iki ülke haklarının arasındaki doğrudan bir değişimdir. Eğitime sağlanan fonlar değişim diplomasisini bir örneğidir. Uluslararası yayıncılık ise başka ülkelerdeki insanlara bilgi vermek için örnek olarak televizyon ve radyo gibi medya kanallarını kullanır. Kamu diplomasisini yerine getirirken, odağa aktörlerin ve kamu diplomasisi yoluyla yayılması gereken kavramsal çerçevenin yerleştirilmesi gerekir. Bu kamu diplomasisinin kuvvetli yanlarını ve sınırlarını gösterir (Cull, 2009: 10).

Her ne kadar kamu diplomasisi çoğunlukla diğer ülkelerdeki kamuoyunu hedef alan hükümet iletişimini tarif etmek için kullanılsa da, ülke içerisinde kamuoyunu tarif etmek için de kullanılabilir. Burada kullanılan yollardan birisi ‘taahhüt’ yaklaşımıdır. Bu yaklaşım dış politikanın belirlenmesi için vatandaşlardan gelen bilgileri kullanmaktır. Diğeri ise ‘açıklama’ yaklaşımıdır. Açıklama yaklaşımında, diplomasi ve dış politika amaçları ülke içerisindeki kamuoyuna açıklanır (Szondi, 2008, s. 6). Melissen’e (2005: 13) göre, kamu diplomasisini (yabancı ülkelerdeki halkları hedefleyen) kamu işlerinden (ülke içerisindeki halkları hedefleyen) ayırmak gittikçe zorlaşmaktadır, zira günümüzde belirli bir kitleyi hedefleyen iletişim özellikle yeni iletişim teknolojisine bağlı olarak kolayca bir diğerine de etkiler.

Kamu diplomasisi günlük diplomatik faaliyetlerin giderek bir parçası haline gelmektedir ve hatta bunların “merkezi bir unsuru” olarak düşünülmektedir (Riordan, 2005: 180). Bu durum iktisadi ve siyasi olduğu kadar Avrupa veya ABD ve Kanada gibi sivil toplum düzeyinde de karşılıklı bağımlılık içerisinde olan bölgeler için özellikle geçerlidir (Melissen, 2005: 11). Dolayısıyla, kamu

diplomasisini, diplomatlar veya bu doğrultuda hizmet veren bakanlıklar gibi resmi yapılardan tamamen bağımsız bir şekilde ele alamayız.

1.4 Kamu Diplomasisi İletişim Piramidi



Şekil 2: Kamu diplomasisi iletişim piramidi (Kaynak: McClellan, 2004)

Şekil 2 kamu diplomasisini sistematik düşünebileceğimiz bir paradigma sunar. Piramidin tepesi kritik noktadır. Burada, hedef ülkenin siyasi, toplumsal ve ekonomik liderleri taraf ülkenin dış politikasını destekleyen somut faaliyetler üzerine çalışırlar. Ancak bu liderlerin harekete geçmesi için, genellikle daha geniş toplumsal tabakalardan bir miktar siyasi destek alması gerekir (bu, kritik bir aşiret, ulusal kurum, siyasi parti veya iktidarda önemli mevkilerde yer tutan diğer toplumsal veya siyasal grupların desteğine gereksinim duyan bir diktatörlük için dahi geçerlidir). Bütün kamu diplomasisi kampanyalarının asıl hedefi kamuoyudur. Bu çevrenin nasıl ve hangi amaçlar doğrultusunda etkilenmeye çalışıldığı kamu diplomatlarının stratejik misyonudur (Olsson, 2013).

Dinleyicilerin sayısı piramidin tabanına doğru gittikçe daha da artan bir çizgi izler. Bunlarla iletişim kurmanın maliyeti, üyenin piramitteki yerine göre artar veya azalır. Kişi başına olan maliyet tabanda en az miktardayken, tepede en fazla miktardadır. Genelde her bir katman bir alttakinin üzerinde yükselir ve her bir katman kendi üstündekine bir destek oluşturur. Örnek olarak; kişi bir çıkara sahip olması için ilk önce farkındalık geliştirmeli, bilginin peşine düşmesi için çıkar sahibi olmalı, bir taraf haline gelmesi için bilginin peşinde koşmalı ve eyleme geçmek için de taraf haline gelmelidir.

Eylem: Uluslararası örgütlerde alıcı ülkenin oyları, ticaret sözleşmeleri ve anlaşmalarının imzalanması; kanun çıkartmak, askeri ittifaklara girişmek, vb. taraf ülkenin konumunu etkiler.

Tarafılık: Tarafılığın, hedef ülkenin aynı zamanda kendi çıkarına (karşılıklılık) olduğu sonucuna dayanarak editörlerin, fikir üretenlerin, siyasi liderlerin, düşünce kuruluşu analistlerinin vb. taraf ülkeyi desteklemek için aldığı konular. Hitap kitleleri olan akademisyen ve profesyoneller değişim programlarına dahil olabilir, taraf ülkede eğitim görebilir ve taraf ülkenin dilini konuşabilir.

Bilgi: hedef ülkedeki kitle, taraf ülkenin kültürü, tarihi, ekonomisi, siyaseti, vb. hakkında konuşmacılar, eğitimciler, serbest kürsü yazarları, kütüphaneler, dersler ve seminerler, akademik programlar (örneğin üniversitelerde “Amerika Çalışmaları”, üniversiteler arası işbirliği ve ziyaretçi okutmanlar), kültürel etkinlikler vb. yoluyla aktif olarak daha fazla bilgi edinmek ister. Bu insanlar, örnek olarak öğrenciler, profesörler, entelektüellere, gazeteciler vb.’dir.

İlgi: hedef ülkedeki dinleyici kitlesi taraf ülkedeyseniz dair haberler ve bilgileri daha aktif bir şekilde takip etmeye başlar. Kültürel etkinlikler (örnek

olarak konserler ve sergiler), dil eğitimleri, kütüphaneler ve kültürel merkezler ve diğer bilgi verici programlar dinleyici kitlesinin taraf ülkeye ilgisini çeker ve bunları daha da fazla bilgilendirir. Bilgi hedef ülkede konuşulan dil veya diller aracılığıyla yaygın bir şekilde aktarılabilir

Farkındalık: kitleler haberler, dış yardım projeleri, askeri faaliyetler, kamusal etkinlikler, radyo ve televizyon yayınları aracılığıyla taraf ülkenin mevcudiyeti ve faaliyetler hakkında farkındalık geliştirir. Geleneksel medya ilişkileri bunu destekler.

Mümkün Olan En Geniş Dinleyici Kitlesi Arasında Farkındalık Yaratmak farkındalığın ilk amacıdır. Farkındalık aşamasında en sık kullanılan kamu diplomasisi “araçları” radyo yayıncılığı, medya ilişkileri, kitlelere açık kültürel etkinlikler (örneğin taraf ülkenin sponsorluğunda düzenlenen konserlerin televizyondan yayını veya sanat sergisi gibi başka kültürel etkinliklerin medya tarafından sunulması), haberler (örneğin köylüler ve kırsal bölgelerden diğer insanlara yönelik destek projeleri hakkında), vb.’dir.

İletişim süreçlerinin bu aşamasında kullanılan kamu diplomasisi araçları normal olarak hedef ülkenin dilinde olacak ve genelde taraf ülkeden ziyade hedef ülkeden personelle çalışılacaktır. Burada amaç, hedef ülkeye ilgi ve alakayı gösterecek şekilde taraf ülkenin iştiğal ettiğİ herhangi bir faaliyet hakkında yerel dinleyicileri bilgi sahibi yapmak ve herhangi bir biçimde olası en geniş kitleye ulaşmaktır (CPD, 2015).

Bu gibi durumlarda, kamu diplomatı hedef ülkedeki hitap kitlesinde taraf ülkeye dair farkındalık yaratmak için yoğun bir çabaya girişir, ancak bunu savaş, felaket, skandallar veya diplomatik misyonun kontrolü dışında gerçekleşen benzer olayların yaratabileceğİ bir negatif farkındalık olarak değil de, bir “pozitif”

farkındalık yaratacak şekilde uygular. Kamu diplomatı hedef ülkede kendi ülkesi ile ilgili pozitif veya negatif herhangi bir imaj ile ilgilenmek durumundadır ve mesajın içeriğini ve bilgi kampanyalarını buna göre düzenlemelidir (McClellan, 2004).



Şekil 3: İletişim Piramidi Basamakları

Farkındalığa dayalı ilgi yaratılır. Hitap edilen kitlenin çoğu (elbette tamamı değil) farkındalık yoluyla taraf ülkeye dair bir ilgi geliştirecektir. Örnek olarak “Alman kalitesi” veya “Amerikan gücüne” (ancak bu olumsuz olabilir) veya “İtalyan tarzına” dair bir farkındalık, insanları söz konusu imajın ötesinde bu ülke, oranın halkı, veya kültürü hakkında daha fazlasını öğrenmeye sevk edebilir.

Bu aşamada, hedef ülkedeki hitap kitlesi taraf ülkenin kültürü, hükümet programları veya diğer faaliyetleri hakkında farkındalık geliştirecektir. Bu farkındalığın olumlu olması umut edilir, ancak elbette ki, farkındalık olumsuz da olabilir. Yetenekli kamu diplomatı pozitif farkındalık kadar negatif bir farkındalık (örneğin düşmanını tanı) ile de başa çıkmak durumundadır, ancak kamu diplomasi kampanyasında verdiği mesajlar farklı olacaktır.

Bu farkındalığın ilgiye dönüşmesi kamu diplomatının önündeki en zor sorundur, zira iletişim piramidinde üst kısımları bu aşamaya bağlıdır ve sadece hedef ülkedeki hitap kitlesi bu aşamaya ulaştınca kamu diplomatı aktif bir şekilde kamu diplomasisini uygulamaya koyup, süreçte pasif bir katılımcı olmaktan çıkar.

Bu aktarma sürecinde esas faktör, hedef hitap kitlesinin taraf ülke hakkında daha fazla şey bilmenin kendilerine de fayda sağlayacağını veya olumlu bir ilişkinin üzerine bina edilebileceği ortak değerleri fark etmesini sağlamaktır. Fayda ve kişisel çıkar bir çok insan için güdüleyici olacaktır, dolayısıyla kamu diplomatı mesajın içeriğini bu etkiyi göz önüne alarak belirlemelidir.

İlgi bir kere oluşturulduktan sonra, hedef kitle süreçte aktif bir katılımcı haline gelir ve kamu diplomatı esas olarak bilgiyi hitap kitlesinin kullanımına ve tüketimine hazır hale getirmek durumundadır. Bu amaç doğrultusunda çeşitli araçlar mevcuttur. Hükümetler geleneksel olarak, kültürel merkezleri kullanmış, bedava malzeme (örneğin broşürler, kitapçıklar, dergiler, çeviri ve orijinal kitaplar, vb.), film ve video programları yapmış ve ilgili kitleye bilgi sağlamak için konuşmacılar göndermişlerdir. Son yıllarda, bu araçlar internet siteleri ve elektronik posta adreslerinin olduğu listeleri de içermektedir, ancak bilginin özü aynıdır. Sadece iletişim araçları değişmiştir (ASP, 2017).

Özellikle dil eğitimi bu aşamada hayati bir rol oynayabilir. Eğer taraf ülkenin dili bir “dünya dili” (örneğin İngilizce, Almanca, Fransızca, İspanyolca veya Rusça) veya sanayi ve ticarete avantajlar sağlayan bir dil (örneğin Japonca, Çince, Korece veya Arapça) ise, dil kursları hedef ülkedeki insanlar için hayli çekici bir seçenek haline gelecektir. Aslında bu dil meselesi kamu diplomasisi açısından en güç meselelerden bir tanesidir (McClellan, 2004).

Bir kişinin bilgi aşamasına ulaşması ve ötesine geçmesi için taraf ülke aşağıdakilerin birinden veya ikisinden birden emin olmalıdır: 1) taraf ülke hakkında geniş bir bilgi demetinin hedef ülkenin dilinde veya hedef ülkede geniş bir şekilde erişilebilir olan bir dünya dilinde mevcut olması, ve/veya 2) taraf ülkenin dilinin hedef ülkede yaygın bir şekilde bilinir olması veya dil eğitiminin kolayca ulaşılabilir olması. Daha az bilinen bir dile sahip ülke, hedef ülke ile

iletişime geçmek için normal olarak daha yaygın bir dil kullanacak ve mümkünse yerel dil de dahil olmak üzere erişilebilir dillerde malzeme sağlayacaktır (Özyılmaz, 2014).

Dilin etkinliğine bağlı olarak, kitle iletişim araçları hem farkındalık, hem de ilgi aşamasında hedef hitap kitlesine ulaşmak için kullanılan etkili yollardır. Gazetelerde özellikle hedef ülkedeki büyükelçilik personeli tarafından kaleme alınan serbest kürsü sayfaları kadar röportajlar ve büyükelçiliğin dış yardım projeleri için tertiplelediği basın ziyaretleri yerel hitap kitlesine ulaşmak adına etkili araçlardır ve bunlar düzenli bir şekilde en fazla sayıda insana ulaşacaktır. Ne yazık ki, çoğu büyükelçilik bu araçları genelde ihmal etmekte ve bunların yerine rutin basın bültenini (şayet mevcutsa) tercih etmekte ve yerel ve bölgesel medyaya görüşme talebinde bulunacak inisiyatifini göstermek yerine ancak talep edildiği zaman röportajlar vermektedirler (McClellan, 2004).

İlgiye bağlı olarak bilgi yayılmaya çalışılmaktadır. Bir kez ilgi aşamasına ulaşıldıktan sonra, hedef ülkedeki kitle çeşitli ölçeklerde taraf ülkeden bilgi edinmek için aktif bir çaba içerisine girecektir. Tipik olarak ilgili kişiler taraf ülkenin kültürünü, tarihini, ekonomisini, siyasetini ve kurumlarını, ve diğer yönlerini öğrenmek isteyeceklerdir.

Bu aşamada uygun olan kamu diplomasisi araçları yoğun bir şekilde bilgi yönelimli olacaktır: kütüphaneler, dersler ve seminerler, akademik programlar (örnek olarak bir yerel üniversitedeki Amerika Çalışmaları), ve değişim programları ve bunların hepsini içeren çevirim içi seçenekler. İlgi duyan ve bilginin peşinde koşan kişiler büyük olasılıkla dil kurslarına kaydolacaklar, taraf ülkede eğitim almak için fırsatları araştıracaklar, taraf ülkenin sponsorluğunu yaptığı ticaret fuarları ve kültürel etkinliklere katılacaklar ve dışarıdan gelen radyo yayınlarını dinleyeceklerdir.

Aslında bu grup, kamu diplomatlarından en çok ilgiyi hak edendir. Eğer bu grup, nihai olarak hedef ülkede yeterince büyük ve aktif ise, taraf ülke ile hedef ülke arasında genelde iyi ilişkiler ortaya çıkar. Hedef hitap kitlesi mesajlara daha alıcıdır ve ortam olumlu ve kamuoyu fikirlerinin yetişmesi için elverişlidir.

Bu aşamada kamu diplomasisi programları bir şekilde maliyetli (daha alt seviyelerdeki programlara göre) ve uzun dönemli olmak eğilimindedir, ancak bunların önemi aşırı abartılmamalıdır. Aslında bunlar daha ziyade, maliyetlerine bağlı olarak çabuk ve ölçülebilir sonuçlar üretmediklerinden, taraf ülkedeki hükümetler tarafından genelde göz ardı edilir. Tam da bu programlar taraf ülkenin bağlılığını en gerektirenlerdir: hedef ülkedeki üniversitelerde, kültür merkezlerinde ve kütüphanelerde, üniversite işbirliklerinde, yurtdışında eğitim almak için lisans ve lisansüstü burslarında, hedef ülkede bursla gidilen akademik alanlarda, kitap çeviri programlarında, araştırma burslarında, dil kurslarında vb. “ülke çalışması” programları desteğe muhtaçtır (Özyılmaz, 2014).

Bu gibi programlar genel olarak çabuk, ölçülebilir “sonuçlara” (bir başka deyişle liderlerin ve hedef ülke politikalarının değişimi) yol açmadığından, bütçe sıkıntısı yaşandığında para akışının en kolay kesildiği alanlardır, ancak buradan verim almak ve değişen kamuoyu fikirlerini göstermek daha uzun zaman alır. Çoğu programlarda bir sonraki toplumsal ve siyasi liderler hedeflenir. Bu anlamda hitap kitlesi çoğunlukla öğrenciler, profesörler, entelektüeller ve gazetecilerden oluşmaktadır.

Dolayısıyla bir sonraki sorun mevcut toplumsal ve siyasi liderlere nasıl ulaşılacağıdır. Kısa erimli programlar iyi bir yaklaşımdır, ancak bunların katılımcı başına düşen maliyeti hayli yüksektir. Buradan katılımcıların dikkatli bir şekilde seçilmesi ve programlarının aşağıdaki dört amaç doğrultusunda oluşturulması şartıyla iyi bir karşılık alınabilir:

- * Taraf ve hedef ülkeler arasında insanlar nezdinde temas sağlamak (dille ilgili bir sorun olmadığını varsayarak);
- * Katılımcının açık bir şekilde anlamadığı veya yetersiz bilgisi olduğu bir konuda, ilk elden bir bakışa sahip olmasını sağlamak (örnek olarak taraf ülkede çevre ile ilgili faaliyetler, azınlıklara verilen eğitim fırsatları, veya dini azınlıklara karşı muameleler);
- * Taraf ülkenin insanları ve toplumu konusunda ilk elden bir deneyim yaşamamış bir katılımcıda, taraf ülkeye dair genel bir izlenim yaratmak;
- * Ve daha uzun süre boyunca katılımcı ve elçilik arasında temas sağlamak. Değişim programları da iletişim piramidinin bir sonraki aşamasında çok faydalı olacaktır--Taraflılık.

Bir sonraki aşama, **bilgiden taraflılık doğar**. Hedef ülkeden taraftarların çoğu bilgi aşamasında bulunan hitap kitesinden doğacaktır. Belirli bir konuda belirli bir miktar bilgiye sahip olan kişi, sadece bunun kendi kişisel çıkarına veya bir şekilde kendi ülkesinin çıkarına olduğunu düşündüğü takdirde taraf ülkenin konumunu benimseyecektir. İnsanlar askeri faaliyetten dolayı duydukları korkudan, rüşvet veya başka türlü teşvikler almalarından dolayı taraf haline gelebilirler, ancak bu gibi ikna yöntemleri kamu diplomasisinin alanına girmez (ASP, 2017).

Kamu diplomatları açısından ikna bu aşamada serbest kürsü yazarları ve medya röportajları ile yaratılır. Burada taraf ülkenin konumu dikkatli bir şekilde açıklanır ve hedef ülkenin ihtiyaçları ve bu ülkedeki meselelerle, kısa dönemli değişim programları ile (yukarıda açıklandığı üzere) ve mevzu bahis mesele üzerinde derinlemesine temas sağlamak amacıyla önemli fikir sahiplerine ve

küçük, ama hedef odaklı görüşmelere işaret eden ziyaretçi uzmanlar ve görevliler ile ilişkisi kurulur.

Bu aşamada hedef kitlesi editörler, gazeteciler, düşünce kuruluşlarından çalışan analizciler, sorumlu komitelerde yer alan belirli yasa yapıcılar, topluluk liderleri, bakanlıklar ve diğer kurumlardaki karar alıcılar ve önemli dini ve siyasi liderlerden oluşur. Bu, fikir sahiplerinin daha büyük bir topluluk arasında kamuoyu fikri oluşturmak için daha küçük sayıda hitap kitlesini etkilediği “iki aşamalı” klasik iletişim kuramıdır ve ikna süreci kamu diplomasisinin merkezinde yer almaktadır. Eğer kamuoyu fikri uygun bir şekilde biçimlendirilmişse, hedef ülkenin siyasi liderleri taraf ülkenin dış politika amaçları doğrultusunda faaliyete geçmeye hazır hale gelecektir (McClellan, 2004).

Sonuç olarak da taraftar eyleme götürür. Eğer fikir sahipleri arasında bir duruşun taraftarlığı yeterince yaygınlık kazanmışsa, hedef ülkedeki kamuoyu fikri siyasi liderliğini tutum belirlemesine, kararlar almasına ve taraf ülkenin arzuları hilafına eyleme geçmesine zorlayacak “eleştirel kitle” yaratacaktır. Bu kamuoyu fikri farklı biçimler alabilir.

Birincisi, taraf ülkenin imajı hedef ülkede siyasi liderler için çok az tartışmaya yol açarak ya da hiç tartışmaya yol açmadan, taraf ülkenin amaçlarını destekleyecek faaliyetlere girişmelerini kolaylaştırabilir. Bu gibi faaliyetlerin güzel bir örneği hedef ülkede olumlu bir etki yaratan uluslararası örgütlerde verilen lehte oylardır. Benzer şekilde, taraf ülkeye geçmişte hedef ülkeyi destekledikleri için duyulan minnet borcunu temsil eden faaliyetler bir çok siyasal itirazın önüne geçebilir. Her iki durumda da kamu diplomasisinin uzun erimli etkileri zaman içerisinde pozitif bir ortam oluşturması açısından çok faydalıdır (Özyılmaz, 2014).

İkincisi, kamu diplomasisi kampanyası ve fikir sahipleri hedef ülkedeki karar vericilerin taraf ülkeye bir göndermede bulunmadan belirli bir faaliyete girişmelerinin kendileri açısından faydalı olacağına inandıkları bir konu üzerinde yeterince uzlaşmış olabilirler. Uluslararası anlaşmalar imzalamak, ticari sözleşmeler yapmak, gümrük politikaları, barış misyonları, vb. bu kategori içerisinde. Bu süreçte kamu diplomasisinin rolü önemlidir, bununla birlikte söz konusu süreç bir önceki örnekte olduğundan daha sessiz ve gösterişsiz sürdürülebilir. Bununla birlikte, eğer taraf ülke hedef ülkede olumsuz bir imaja sahipse, kamu diplomatı taraf ülkeyi desteklemesine rağmen, istenen faaliyetin kendi çıkarlarına olduğu konusunda fikir sahiplerini ikna etmek için yoğun bir çaba sarf etmek zorunda kalabilir.

Üçüncüsü, karar alıcılar taraf ülkeyle siyasi bir ilişkiye geçmek için hedef ülkeye hiç bir maliyeti olmayan ya da çok az bir maliyeti olan bir karar alabilirler. Bu gibi kararlar kamuoyundan hiç bir destek gerektirmeyebilir, zira halk bunlara ilgi duymayabilir ve bu gibi kararlar gündelik meselelere veya önde gelen çıkar gruplarına doğrudan bir etkide de bulunmayabilir. Kamu diplomasisi; dolayısıyla, bu gibi eylemlerin sonucuna hiç bir etkide bulunamayabilir veya etkisi çok az olabilir.

Son olarak, hedef ülke taraf ülkenin iki yönlü eylemlerine açık bir şekilde denk düşebilecek kararlar alabilir. Tek yapılması gereken bu gibi kararları desteklemesi için genel kamuoyunu bunun kendi ülkeleri için adil bir anlaşma olduğuna ikna etmektir. Bu durumda, ortada kamu diplomasisine pek görev düşmez, zira mesele hedef ülkedeki siyasi liderlerin kendi halkına eylemlerini yeterli derecede açıklamasına kalmıştır (McClellan, 2004).

İstenen Eylem Etkili Kamu Diplomasisinin Sonucudur. Geleneksel diplomasi, bir başka deyişle hükümetler arası diplomasi esas olarak bir ülkenin

resmi görevlisinin harekete geçmesi için bir başka ülkenin resmi görevlisini ikna etmesine odaklanır. Bununla birlikte kamu diplomasisi hedef ülkede kamuoyu fikrini etkilemek amacındadır, böylece söz konusu ülkedeki resmi görevliler taraf ülkenin istediği ve genel kamuoyunun kabul edeceği eylemlere girişebilirler. Bu henüz demokrasiye geçmiş ülkelerde olduğu kadar mevcut yerleşik demokrasilerde ve açık toplumlarda hayli önemlidir.

Bahsedildiği üzere, kamu diplomasisi ne propaganda ne de halkla ilişkilerdir, daha ziyade hedef odaklı, uzun ve kısa dönemli sonuçlara yönelik, ve yabancı kamuoyunda ses getirecek bir ülkenin pozitif bir imajını yaratmak amacındaki belirli bir iletişim stratejisidir. Bununla birlikte en önemlisi de kamu diplomasisi geleneksel diplomasiinin amaçlarını desteklemelidir yoksa bir meslek olarak hayatta kalamayacaktır (McClellan, 2017).

Ancak kamu diplomasisi aynı zamanda uzun ve kısa dönemli amaçlara sahip olduğunu fark etmek zorundadır. Geleneksel diplomasi bazen kısa dönemli amaçlara fazla odaklanır, zira bunlar hükümetler arası ilişkilerin temelidir. Ancak, kamu diplomasisinin programatik içeriğinin çoğu uzun dönemlidir ve bu çabaların değeri kısa dönem gereksinimlerin altında ezilir.

Bununla birlikte akılcı bir diplomatik strateji kendi kısa dönemli amaçlarını gerçekleştirmek için yaptığı planlarda etkin bir kamu diplomasisi geliştirirken aynı zamanda kamuoyunu etkilemek gayretindeki bir sonraki diplomatlar kuşağı için daha iyi bir zemin teşkil edecek bir uzun dönemli strateji de yaratır (McClellan, 2004).

II. BÖLÜM

TÜRKİYE VE PAKİSTAN'IN KAMU DİPLOMASİSİ

Tablo 1: İki Ülkeye Dair Kısa Bilgiler

Kategori	Pakistan	Türkiye
Coğrafya	<ul style="list-style-type: none">• Güney Asya, Umman Denizi'ne sınırı mevcut, doğuda Hindistan ve batıda İran ve Afganistan, kuzeyde ise Çin ile komşudur.• Çin ile sınır uzunluğu yaklaşık 595 kilometredir.• Afganistan'la 2252 kilometrelik ortak sınıra sahiptir.• İran'la sınırı yaklaşık 805 km.'dir• Hindistan'la sınırı yaklaşık 11610 km.'dir.• Umman Denizi güneyinde yer almaktadır	<ul style="list-style-type: none">• Güney Doğu Avrupa ve Güney Batı Asya'da (Boğazın batısında yer alan Türkiye'nin bu toprak parçası coğrafik olarak Avrupa'nın bir parçasıdır), Karadeniz'e, Ege Denizi'ne ve Akdeniz'e sınırı vardır, komşuları arasında Bulgaristan ve Gürcistan, Yunanistan ve Suriye bulunmaktadır.• Eski Sovyetler Birliğinden oluşan bölgeler Kuzey'de iken, İran, Suriye ve Irak güney sınırlarında yer almaktadır.• Batı'da Yunanistan'la sınırı yaklaşık 182 km'dir.• Bulgaristan'la sınırı yaklaşık 269 km.'dir.• Suriye ile sınırı yaklaşık 822 km.'dir.
Toprak Kullanımı	<ul style="list-style-type: none">• Tarımsal alan: 35.2%• Orman: 2.1%• Diğer: 62.7% (2011 tahmini)	<ul style="list-style-type: none">• Tarımsal alan: 49.7%• Orman: 14.9%• Diğer: 35.4% (2011 tahmini)

Dil	<ul style="list-style-type: none"> • İngilizce ve Urduca resmi dil, ulusal dil Urduca • 48% Pencapça, % 12 Sintçe, % 10 Saraiki dili (Pencapça'nın bir türü), %8 Peştuca, % 8 Urduca , %3 Balochi dili, % 2 Hindko dili, % 1 Brahui dili, ve % 8 diğerleri 	<ul style="list-style-type: none"> • Türkçe resmi dil • Kürtçe, diğer azınlıkların dilleri
Yüzölçümü	796,095 km. ²	783,562 km. ²
Nüfus	204,924,861 (Temmuz 2017 tahmini)	80,845,215 (Temmuz 2017 tahmini)
Okuma yazma oranı	<ul style="list-style-type: none"> • Toplam nüfus: 57.9% • Erkek: 69.5% • Kadın: 45.8% (2015) 	<ul style="list-style-type: none"> • Toplam nüfus: 95.6% • Erkek: 98.6% • Kadın: 92.6% (2015)
Din	Nüfusun % 96.4'ü Müslüman (CIA, 2016)	% 99.8 Müslüman ve % 0.2 diğer (çoğunlukla Hristiyan ve Yahudi)
Kentleşme	<ul style="list-style-type: none"> • Kent nüfusu: Toplam nüfusun %39.7'si (2017) • Kentleşme hızı: Yıllık % 2.77'lik artış (2015-20 tahmini) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kent nüfusu: Toplam nüfusun % 74.4'ü (2017) • Kentleşme hızı: Yıllık % 1.54'lük artış (2015-20 tahmini)
Hükümet şekli	Federal Parlamenter Cumhuriyet	Parlamenter Cumhuriyet
GSMH – kişi başına (PPP):	\$5,100 (2016 tahmini)	\$24,900 (2016 tahmini)
İnternet kullanıcıları:	Toplam: 31,338,715 Nüfusa oranı: % 15.5 (Temmuz 2016 tahmini)	Toplam: 46,838,412 Nüfusa Oranı: % 58.3 (Temmuz 2016 tahmini)

Kaynak: Merkezi Haber Alma Teşkilatı (CIA), The World Factbook (2017)



Şekil 4: Pakistan Haritası

Kaynak: Merkezi Haber Alma Teşkilatı (CIA), The World Factbook (2017)



Şekil 5: Türkiye Haritası

Kaynak: Merkezi Haber Alma Teşkilatı (CIA), The World Factbook (2017)

2.1 Diplomatik Tarih:

Pakistan ve Türkiye arasındaki ilişkiler bir çok ülkenin kıskançlığına neden olabilir. Her iki ülke de Pakistan'ın doğuşundan beri mükemmel ilişkiler geliştirmiştir. Türkiye halkına duyulan ilgi ve samimiyet, Pakistan'ın ortaya çıkışından öncesine uzanır (Masood, 2016). Pakistan ve Türkiye arasındaki ikili ilişkiler Pakistan ortaya çıkmadan önce, ancak Pakistan Hareketi'nin devam ettiği yıllarda İngiliz Hindistan'ına kadar götürülebilir. 1924'e kadar, Hintli müslümanlar için İslam birliğinin sembolü ve İslam'ın halifesi olarak Osmanlı Sultanı görülüyordu ve dolayısıyla Türkiye'deki gelişmeler Hindistan'daki müslümanları etkiliyordu. 1877 Rus-Türk savaşında Kalküta'da ki camilerde dini hizmetler gerçekleştirildi ve yaralı Türkler için bağış toplandı. Sonraki bütün olaylarda Türkiye, Hintli müslümanların sempatisini kazandı. Bunların arasında Yunanistan (1897), İtalya (1911), ve Balkan Birliği (1912) ile savaşlar vardı. Balkan Savaşı esnasında Hintli müslümanlar, Türkiye'ye bir tıbbi misyon göndermişti (Ali, 1988).

Türkler için toplanan para, Hintli müslümanlar için olandan daha kolay toplanıyordu. Türkiye'nin kaybeden tarafta olduğu Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra, Hintli müslümanlar Sultanlığın toprak ve ruhani bütünlüğünün statusünü korunması için ellerinden geleni yaptılar. Meşhur bir Hintli lider olan Subhas Chandra Bose "Müslümanlar yaklaşık 1920'lerin ortalarından itibaren Hintli nüfusa nazaran daha güçlü bir şekilde İngilizlere karşı olumsuz hisler besliyorlardı" demişti (Bose, 1964).

Sultanlık uğruna İngiliz Başbakanı'na, George Lloyd, bir dilekçe vermek için ortaya çıkan Halifelik Hareketi, bir tanesine Maulana Muhammad Ali ve

diğerine Ağa Han'ın öncülük ettiği, iki delegasyon tarafından Hindistan'da başlatıldı (Quraishi ve Burke 1995). 1924'de Türkler, Halifelik kurumunu lağvettiler. Türkiye'de Halifeliğin ortadan kaldırılması Hindistan'da İslami politikaların seyrinde bir dönüm noktası oldu, zira müslümanlar siyasetlerinin ana hedefini kaybettiler ve kendi içlerine döndüler. Osmanlı İmparatorluğu'nun ortadan kalkması ve Halifeliğin lağvedilmesi konusunda Hintli müslümanların duyduğu derin üzüntü, Türkiye Cumhuriyeti'nin Sultanlığın küllerinden güçlü bir modern devlet olarak doğuşuyla hayranlığa dönüşmüştü. (Burke ve Ziring, 1990).

Mohammad Ali Jinnah, Pakistan'ın kurucu babası ve ilk Genel Valisi, modern Türkiye'nin kurucusu Atatürk'e derin hayranlık duyuyordu. 4 Mart 1948'de Pakistan'a gelen ilk Türk elçisinin itimatnamesinin sunulması esnasında, Jinnah "Pakistan halkı bir çok tarihi savaş alanında liderlerinizin kahramanlık dolu davranışlarını, büyük Atatürk'ün ortaya çıkışını ve yükselişini, devlet adamlığı, cesaret ve öngörüsü ile ulusunuzu yeniden ayağa kaldırışını gayet iyi bilmektedir" demişti (Jinnah, 1947).

Türkler yirminci yüzyılın başında İngiliz Hindistan'ındaki müslümanların kendilerine sunduğu desteği hep şükranla andılar. Bu, Türklerin Birinci Dünya Savaşı'nda Arap ihaneti olarak adlandırdıklarının tam zıddıydı. Dolayısıyla Türkiye, 1947'de bağımsızlığına kavuştuktan hemen sonra Pakistan gibi büyük sayıda Arap olmayan müslümana ev sahipliği yapan bir diğer ülke ile yakın ilişkiler kurmaya hevesliydi. Bu, Pakistan'ın müslüman dünyaya karşı güttüğü siyasetle örtüşmekteydi (Amin, 2000)

Bu anlamda Türkiye ile ilişkiler ilk günden itibaren samimiydi ve önce Bağdat Paktında ve ikincisi ise sonrasında mevcut Ekonomik İşbirliği Teşkilatı'na (EİT) dönüşecek olan Kalkınma için Bölgesel İşbirliği'nde (RCD) başlayan iki ülke arasındaki dostane işbirliğinin müjdecisiydi. Bu anlamda, 19 Şubat 1954

tarhinde Karaçi ve Ankara’da aynı anda yayınlanan bir ortak bildiriye, Pakistan ve Türkiye’nin siyasi, iktisadi ve kültürel alanlarda daha yakın iş birliği yolları kadar barış isteyen halkların çıkarları gibi kendi çıkarları için de barış ve güvenliği güçlendirmenin yollarını da araştırdığı” söyleniyordu (Burke ve Ziring 1990).

Türkiye ve Pakistan aynı zamanda 1955’de kurulan Bağdat Paktı’na taraftılar. Bağdat Paktı güvenlik ve savunma konusunda üyeleri arasında işbirliği sağlıyordu. Bu, Rusya’nın Hazar ve Karadeniz’e ve Orta Asya’nın içlerine doğru uzun süredir devam eden yayılma politikasına karşı kurulmuştu. Pakistan ve Türkiye’den başka, paktın diğer üyeleri Irak, İran ve İngiltere’ydi. ABD pakta resmi olarak hiç bir zaman katılmadı ancak çalışmalarına destek verdi. 1959 yılında Irak Pakt’tan çekildiğinde, örgütün ismi Merkezi Antlaşma Örgütü (CENTO) örgütü olarak değiştirildi. CENTO zaten kültürel, dini ve coğrafi bağlarla bağlanmış olan Pakistan, İran ve Türkiye arasında fiziki temasları, dostluğu ve karşılıklı anlayışı geliştirmek için çalıştı ve bu değerleri Temmuz 1964’de Kalkınma İçin Bölgesel İşbirliği (RCD) adıyla paralel bir örgüt kurarak somut bir kullanıma soktu. RCD Pakistan, İran ve Türkiye’nin Batı ülkelerine karşı gittikçe artan hayal kırıklığının bir ürünüydü. 1965’de Batı Pakistan’ın işgalinden hemen sonra Pakistan CENTO’ya başvurdu. İngiltere ve ABD bu pakt altında sorumluluk almayı reddetseler bile, İran ve Türkiye Pakistan’ın yardım çağrısına olumlu cevap verdi. Türkiye Başbakanı Hindistan’ın Kaşmir sorunu dışındaki bölgelerde düşmanlık yaratıcı politikalar izlemesinin Pakistan’ın CENTO müttefiki olan Türkiye’de derin endişeler yarattığı ifade eden bir açıklama yayınladı (Burke ve Ziring 1990).

1979’de İran Devrimi ve akabinde İran Şahı’nın tahtını kaybetmesi ile birlikte, RCD gücünü yitirdi, zira bu kurumun sekreterliği Tahran’daydı.

Sonrasında Pakistan Cumhurbaşkanı General Zia-ul-Haq 1980'lerin ortalarında RCD'yi tekrar ayağa kaldırmaya çalışsa da, girişimleri başarısızlıkla sonuçlandı. RCD'nin gelişimini sekteye uğratan bir başka gelişme 1979-89 arasında süren Afgan Savaşı'ydı. Sovyetler Birliği'nin çözülüşü ve Orta Asya devletlerinin doğuşu ile Türkiye, İran ve Pakistan yeni bir gerçekle karşı karşıya kaldılar. Türkiye'nin Orta Asya'ya hiç bitmeyen ilgisi tekrar canlandı ve yeni kurulan Orta Asya devletleri aralarındaki bağlar nedeniyle gözlerini Türkiye'ye diktiler. Bu gelişmelerin arkasından ve Pakistan'ın desteklediği Taliban ile Türkiye'nin de destek verdiği Kuzey İttifakı fraksiyonları arasındaki iç kavga ile birlikte iki ülke arasındaki ilişkiler bozuldu. Taliban'ın Pakistan tarafından Afganistan'ın merkezi hükümeti olarak tanınmasından sonra, ilişkiler durgunlaştı. Sonuç olarak, kökleri eskiye dayanan karşılıklı ilişkilerin duygusal sıcaklığı hem görünüş, hem de içerik açısından bir şekilde zayıflamıştı.

Tarih boyunca Afganistan, İsrail, nükleer gelişme ve demokrasi Türkiye ve Pakistan'ın algı ve çıkarlarının ayrıştığı dört mesele olmuştu ve kısa süren Bülent Ecevit'in Başbakanlığı esnasında Kaşmir meselesinde de bu iki ülke farklı tutum aldı. İsrail ve nükleer silahlar konusunda bu iki ülke birbirlerinin zorunluluklarını anlar gibi görünseler de Türkiye ve Pakistan arasındaki en sıkıntılı konu uzak ara Afganistan'dı. Bölgesel meselelerde Pakistan ve Türkiye politikalarının tarih boyunca süregelen uyumu, Afganistan'da Sovyet sonrası yerleşim hususunda bozuldu. Etnik bağlılıklar ve aşırı İslami akımlara Türkiye'nin içgüdüsel güvensizliği, Ankara'nın Taliban'ın güç kavgasına destek vermede isteksizliğinin nedeni idi (Ahmad, 2001).

Dahası, Türkiye Orta Asya'da iktisadi ve siyasi çıkarlara sahipti ve Orta Asya bölgesinde aşırı İslamcılığın ortaya çıkışı yönünde bir tehdit teşkil eden Taliban'ın artan etkisinden hoşlanmıyordu. Türkiye Orta Asya ülkelerini ortak

etnik kökenlerine dayanarak kendi nüfuz bölgesi içerisinde sayıyordu. Orta Asya ülkeleri Afganistan’da Taliban’ı istikrarlarına bir tehlike olarak addetmişlerdi. Bu anlamda Türkiye Afganistan’daki Taliban rejimine karşı Orta Asya ülkeleri ile ortak bir dava geliştirdi. Ankara’nın Taliban karşıtı güçlere eğilimi Afgan-Özbek lider olan Rashid Dostum’un General Abdul Malik tarafından Haziran 1977’de Jumbish-e-Milli’de yerinden edilmesinden sonra İstanbul’a sığınmasından açık bir şekilde gözlemlenebilirdi. Taliban’a karşı Kuzey İttifakı’ndaki Tacik partneri olan Kumandan Ahmad Shah Masood Ankara’yı Nisan 1998’de ziyaret etti. Türkiye Burhanuddin Rabbani hükümetini Afganistan’ın tek yasal temsilcisi olarak tanıdı. Ankara Afganistan’da geniş katımlı bir sistem talep ediyordu, bu bütün etnik grupları içine alacaktı. Türkiye’nin eski Dışişleri Bakanı olan İsmail Cem Nisan 1998’de İslamabad’a yaptığı gezide şu gözlemde bulunmuştu: “Biz meselenin geniş tabanlı bir sistemle çözümüne yol açacak koşulların oluşması için bütün tarafların bir araya gelmesini ve bütün etnik gruplardan müteşekkil bir geçiş hükümeti kurulmasını istiyoruz” (Ahmad, 2001).

Pakistan’ın ekonomik geleceği açısından belki de Taliban’ın desteklemesinden dolayı yaşadığı en büyük sıkıntı Türkmenistan - Pakistan gaz boru hattı projesinin askıya alınması oldu. Türkmenistan ile 1997 yılında projeye dair anlaşmaya imza atan Eski Pakistan Başbakanı Navaz Şarif, boru hattının geçeceği topraklar boyunca; Talibanın Afganistan üzerindeki etkinliğine bel bağlayan Afganistan’da ki istikrara güveniyordu. İlk olarak, Afganistan’da istikrar korunamadı. İkincisi, Türkmen otoriteler Taliban’la ilgili ciddi çekinceler koydular. Sonunda projenin esas Batılı finansörü Onocal 1998’de projeden çekildi.

Türkmenistan-Pakistan boru hattı projesi ile ilgili olarak Türkiye Pakistan’ı bir rakip olarak görmedi, zira bu girişimin ve diğer olası boru hattı

projelerinin amacı petrol Orta Asya-Hazar denizi bölgesinden Pakistan'ın Gwadar limanına taşımak ve buradan Güney Doğu Asya ve Uzak Doğu bölgelerine aktarmaktı. 11 Eylül olayları Pakistan liderliğini politikalarını Afganistan politikasını değiştirmeye zorladı, bu Türkiye ve diğer Orta Asya Cumhuriyetleriyle ikili ilişkiler kurmasını sağladı (Katik, 2004).

Pakistan'ın Afgan politikasındaki değişim ve Adalet ve Kalkınma Partisi'nin (AKP) Türkiye'de iktidara gelişi ile Pakistan'ın Afganistan'da Taliban hükümetini desteklediği yıllarda bozulan ilişkilerin tekrar canlanmasına yol açtı. Bu Pakistan'ın komşularıyla ilişkilerini onarmasına yönelik büyük stratejisinin bir parçasıydı.

1990'larda, iki kardeş devlet arasındaki ticari ilişkiler artma eğilimindeydi. Pakistan'dan Türkiye'ye ithalat 1990-91 ila 1999-2000 arasında 16 (on altı) milyon ABD dolarından, 30 (otuz) milyon ABD dolarına çıkmıştır. Türkiye'den Pakistan'a ihracat ise aynı dönemde 10 (on) milyon ABD dolarından 53 (elli üç) milyon ABD dolarına çıktı. Bu on yıllık dönemde ihracat, bu iki müttefik ülke arasında 44 (kırk dört) milyon ABD doları değerindeki ödemeler dengesi ile birlikte artma eğiliminde olması bunun kanıtıdır. Türkiye Pakistan'ın bütün bölgede önemli bir ticaret ortağı olarak kaldı (Essay, 2017).

Yakın geçmişte, ikili ilişkiler Cumhurbaşkanı Musharraf devletin başına Ekim 1999'da geçtikten sonra önemli bir gelişme kaydetti. Kendisinin modern Türkiye'nin kurucusu ve örnek aldığı devlet adamı olan Atatürk'e derin hayranlığı kayıtlarda mevcuttur (Prusher, 2002). Türkiye Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan Haziran 2003'de İslamabad'ı ziyaret etmişti. Türkiye Başbakanı'nın turunda Türkiye'nin Pakistan'la ticareti ve iktisadi işbirliğini arttırmak istediğini gösterir şekilde 110 iş adamı bulunuyordu. İki taraf karayolu taşımacılığı, esrar kaçakçılığı ve çevre üzerine Anlaşım Memorandumlarını (MoU) imzaladılar.

19-21 Ocak 2004'de Cumhurbaşkanı Pervez Musharraf Türkiye parlamentosunda konuşma yapan ilk Pakistanlı lider oldu. Uluslararası terörizmle ve organize suçla mücadele kadar sağlık ve bankacılık sektörüne dair bir çok memorandum imzalandı. Cumhurbaşkanı Pervez Musharraf'ın Türkiye ziyareti Pakistan'ın Afganistan'da aşırı Taliban rejimini desteklediği yıllarda bir şekilde Türkiye ile bozulmuş olan ilişkilerini düzeltme amacını taşıyordu. Pakistan'ın Afganistan tarafında yer alması Kuzey İttifakı'nı zor durumlara sokmuş ve Özbek savaş beyi Rashid Dostam'ın Türkiye'ye kaçmak zorunda kalmasına neden olmuştu. Türkiye Afganistan'da Taliban düzenine karşı mücadele eden birçok devletle iş birliğine gitmişti. Her ne kadar Pakistan'la ilişkiler aşırı gerilmemeye çalışılsa da, ciddi bir ihtilaf durumu her zaman hissediliyordu.

21. yüzyılda yüksek seviyede yetkililer arasında sıklıkla gerçekleştirilen karşılıklı ziyaretler bu iki ülke arasında gelişen ilişkilerin açık bir kanıtıydı. İlişkiler artık çok daha yaygın bir alanı kaplamış ve siyasi, stratejik, ekonomik ve duygusal anlamda derin bağlar kurulmuştu. Pakistan Cumhurbaşkanı Asif Ali Zardari (2008-2013) döneminde ortak ilişkiler temelindeki önemli meselelere, stratejik ittifaka ve ekonomik faaliyetlerdeki gelişmelere daha da fazla önem gösterildi. Cumhurbaşkanı Zardari Türkiye'nin Ortak Asya Siyaseti 'ne ve Pakistan'ın Orta Asya devletleriyle ilişkilerini geliştirmesine verdiği desteğe saygı gösterdi ve şükranlarını sundu. Bu dönemde Türkiye Başbakanı İslamabad'daki Cumhurbaşkanlığı konutunda Cumhurbaşkanı Asif Ali Zardari tarafından Pakistan'ın en büyük sivil ödülllerinden olan Nişan-e-Pakistan ile ödüllendirildi.

27 Ekim 2009'da her iki ülke madencilik, petrol ve gaz, tekstil, tarım, hayvancılık ve mandıracılık, enerji altyapı ve inşaat alanlarında yatırımların teşviki için işbirliği alanlarında bir ortak proje grubu kurdu. 2013'de Başbakan Navaz Şarif en üst düzey Türk Sivil Ödülü olan Demokrasi Madalyasını aldı

(Essay, 2017). Pakistan Türkiye ilişkilerinin Pakistan Müslüman Birliği Partisi (PMLN) hükümeti esnasında sürdürülebilir iktisadi, toplumsal ve kültürel iş birliğine doğru ilerlediğinden bahsedilebilir. Pakistan farklı sektörlerde iyi dostane ilişkiler ve koşulsuz desteği sürdürüyordu.

Türkiye ve Pakistan şiddet ve terörizmden muzdarip iki müslüman ülkedir ve her ikisi de Batı ile iyi ilişkiler peşindedir. İki ülkede de terörizmle mücadele yönünde bir çıkar ve amaç ortaklığı ve Batı ile daha iyi ilişkiler kurma kaygısı mevcuttur (Dawn, 2001). 20 Ocak 2004 tarihli anlaşma'ya göre Ankara ve İslamabad terörizme dair uzman ve istihbarat alışverişinde bulunacak ve terörle mücadele konusunda yeni bir siyasi ittifakı ve ortak bir kararlılığı yansıtan bir strateji geliştirilecektir.

2005 yılında Kaşmir'de meydana gelen depremden sonra, Türkiye depremden etkilenen bölgede yaşayan Pakistan halkına yardım çabalarını arttırdı. Türkiye depremin etkilediği halka 150 milyon dolarlık bir yardım paketi hazırladığını ilan etti (Dawn, 2015). 26 Ekim 2009'da, Türkiye Başbakanı Pakistan Başbakanı Sayyed Yousuf Raza Gilani ile Azad Kaşmir şehrini ziyaret etti ve 2005 depreminden sonra Türkiye tarafından kurulan bir çok tesisi inceledi. Bu, dört yıl içerisinde Erdoğan'ın Muzaffarabad'ı ikinci ziyaretiydi. Söz konusu zaman zarfında Khurshid Ulusal Kütüphanesi'nin temellerini attı ve çimenliğe bir fidan dikti. Başbakan, "Türkiye uzak bir ülke olabilir, ancak halkı sizleri kalplerinde hissetmektedir" demişti (Dawn, 2009). Türk yardım kuruluşu, Kızılay, Hindistan'ın idaresi altındaki Jammu ve Kaşmir'e sınırı olan Pakistan'ın Azad Kaşmir bölgesine bir cami inşa etti. Bu cami Pakistan'ın Bagh bölgesinde Osmanlı stilinde kurulmuştu (World Bulletin, 2010). Benzer şekilde, Pakistan da 1999 depremi ve 2011 Van depremi esnasında Türkiye'ye yardım sağlamıştı (Pakistan Today, 2011).

2010'de Pakistan'daki sel sırasında, halkın yanı sıra Türkiye'den bir çok kurum ve dernek sadece ciddi boyutlarda yardım sağlamakla kalmadı, ancak selden etkilenen Pakistan halkına çeşitli felaket sonrası yardım projeleri hususunda destek verdi. Devlet Bakanı Egemen Bağış Türkiye'nin Pakistan'ın selden etkilenen halkına 5 (beş) milyon dolar bağışladığını açıklamıştı. Dahası, Türk iş adamları bu zor zamanda Pakistanlılara yardım etti ve selin etkilediği bölgelere çok sayıda su, yiyecek, battaniye, çadır ve ilacın yanı sıra 40 tonluk yardım sağladılar. Türkiye bu güç zamanında Pakistan'a yardım eden ilk ülke olmuştu.

Metro sistemi, rüzgar enerjisi projeleri ve Lahor semtinde katı atık toplama gibi bazı dev projeler de başlatıldı. Türk şirketleri Pakistan'da Lahor, Pencap'tan 110.000 yolcu taşıyacak metro otobüs hattının yapımında Pakistan yerel idarecileri ile işbirliğine gittiler. Erdoğan'ın Pakistan'a son ziyareti esnasında, iki ülke kendi özel ilişkilerini güçlü bir stratejik ortaklığa çevirme konusunda kararlılıklarını teyit etmişlerdi. Başbakan Navaz Şarif Kaşmir ihtilafının barışçıl çözümünde verdiği yardımlar ve Türkiye'nin Kaşmir'de dair OIC Temas Grubu'nda oynamış olduğu aktif rol için teşekkür etti. Aynı zamanda Türkiye'nin Nükleer Tedarikçiler Grubu'na üyelik başvurusunda verdiği güçlü destek için derin şükranlarını ifade etti.

Türkiye Kaşmir konusunda Pakistan'ın duruşunu geleneksel olarak desteklemişti, buna göre, Kaşmir'de BM gözetimi altında BM Güvenlik Konseyi Kaşmir kararında belirtildiği üzere özgür ve adil bir plebisit gerçekleştirilmeliydi. Ankara halen Kaşmir uyuşmazlığı konusunda BM'nin seçeneğini desteklemektedir ancak geçen bir kaç yılda meseleyi çözüme kavuşturmak için Hindistan-Pakistan arasında karşılıklı görüşmelerin önemini vurgulamaya başladı. Kaşmir konusunda Pakistan ve Türkiye liderlerini algı farkı Başbakan Bülent

Ecevit'in Mart-Nisan 2000'de gerçekleştirdiği Hindistan ziyaretinde kendisini belli etmişti. Her ne kadar Ecevit özel olarak Kaşmir sorunundan bahsetmese bile, sınır ötesi terörizme göndermede bulunmuş ve Türkiye ve Hindistan'ın bu konuda benzer sorunları paylaştığını vurgulayıp, Yeni Delhi'nin terörizm konusunda küresel konvansiyon önerisini desteklemişti.

Sınır ötesi terör konusunda Hindistan'ın vurgusu Kaşmir meselesi bağlamında anlaşılmalıdır. Bu konuda Hindistan sınır ötesi terör konusunda Pakistan'ı sorumlu tutmaktadır. Hindistan topraklarında böylesi açıklamalarda bulunmak Pakistan medyasının şiddetli tepkilerini çekmiş ve Ecevit'in sınır ötesi terörizm konusundaki göndermesi Türkiye'nin Kaşmir halkının kendi kaderini tayin hakkı konusundaki resmi siyasetinin akamete uğraması olarak yorumlanmıştır. En son ziyaretinde Türkiye Başbakanı Erdoğan Hindistan ve Pakistan arasında süregiden normalleşmeyi desteklemiş ve hükümetinin Kaşmir meselesinin barışçıl çözümünden yana olduğunu ifade etmiştir (Dawn, 2003). Daha öncesinde Türkiye Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer, Pakistan'a sürekli destek vermiş ve Kaşmir halkının isteklerine göre ve uluslararası hukuk temelinde bir çözüm çağrısı yapmıştır. Bu detaylar Kaşmir meselesi konusunda Türkiye'nin konumunun bir sefer haricinde karşılıklı ilişkiler doğrultusunda ortak olduğu gerçeğini gözler önüne sermektedir.

Yakın geçmişte, Türkiye Cumhurbaşkanı ve Başbakanı'nın her ikisi de Kaşmir meselesi konusunda Pakistan'a desteklerini gösterdiler. Kasım 2016'da Pakistan'a gerçekleştirdiği son ziyarette Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan Türkiye'nin Jammu ve Kaşmir konusunda Pakistan'a "en üst düzey desteği" vermeye devam edeceğini belirtti (APP, 2016). Aynı zamanda meselenin çözümünde Türkiye'nin işbirliğini önerirken, ihtilafın çözümünün Hindistan ve Pakistan arasındaki diyalogdan geçtiğini ifade ediyordu (Hindustan Times, 2016).

Pakistan KKTC konusunda meselenin en başından itibaren Türkiye'ye tam desteğini sundu. Aslında, Pakistan Türkiye'yi 1974 Kıbrıs harekatında destekleyen dünyadaki tek ülkeydi. 1962 gibi daha erken bir tarihte, Cumhurbaşkanı Makarios Kıbrıs'ta Türk azınlığın ayrıcalıklarını ortadan kaldırmaya çalıştığında, Pakistan endişelerini dile getirmiş ve Türkiye'ye tam destek vermişti. 1974'de Kıbrıs krizi sırasında sonradan Başbakan olacak olan Zulfikar Ali Bhutto Pakistan halkına Türkiye'ye yardım çağrısında bulundu. Bu açıklamada "Kalplerimiz tarihin bu önemli dönemecinde Türkiye halkıyla birliktedir. Pakistan halkı pederane Türk ulusunun yaşadığı sürece ilk kez samimi bir ilgi duymamaktadır. Kıbrıs'ta bir darbe gerçekleştiren askeri Cuntayı alaşağı etmek konusunda adil ve cesur davranan Türkiye hükümeti ve halkı Pakistan'ın tam anlayışı ve desteğine güvenebilir" diyordu (Hasan, 2001).

Ocak 1994'de sonradan Pakistan Başbakanı olacak olan Benazir Bhutto Türkiye'ye ziyaretinde şöyle demişti: "Pakistan Kıbrıs'ta Türk Toplumunun karşılaştığı sorunun her daim farkında olmuştur. Türk Kıbrıslıların hakları için verdiğimiz desteği buradan tekrar ediyorum. Biz her iki toplumun eşitliği temelinde iki toplumlu ve iki bölgeli bir çözümün arkasındayız" (Hasan, 2001). Kıbrıs meselesinin çözümü hakkında ne yazık ki hayata geçirilemeyen BM taslak planına dair Pakistan'ın aldığı konum Cumhurbaşkanı Pervez Musharraf tarafından Türkiye ziyaretinde konuşmasına yaptığı bir ekte sarıh kılındı: "Pakistan haklı davalarında Türkiyeli Kıbrıslılara tam destek vermektedir." Bu Pakistan'ın her daim karşılıklı bağlara sahip olduğu kardeş Türkiye devletine verdiği önemi gözler önüne serer. Aynı zamanda Pakistan'ın Türkiyeli Kıbrıslıların karşılaştığı sorunları unutmadığının altı çizilmiştir. KKTC Londra, Abu Dabi, Washington DC, Brüksel, İslamabad ve Birleşmiş Milletler' de

elçilikler ve temsilcilikler aracılığıyla temsil edilmektedir. Aşağıdaki bölümde, araştırmacı Türkiye ve Pakistan'ın yürüttüğü kamu diplomasisini açıklayacaktır.

2.2 Türkiye ve Kamu Diplomasisi:

Türkiye'nin son yıllarda artan gücü kamu diplomasisi stratejisini ve üst anlatısını şekillendirmede tayin edici bir rol oynadı. Bu anlamda Türkiye'nin kamu diplomasisi girişimlerde farklı stratejik güdüler vardır, bunların başında kendi gücünün arttırılması gelir. Kamu diplomasisi kamu diplomasisinin kurulmasında yardımcı olduğu bir anlatı (artan güç) doğrultusunda anlaşılması arzusuyla sürdürülür. Kalin'in (2011) açıkladığı üzere, Türkiye'nin yumuşak güç kapasitesi tarihi, kültürü ve coğrafyasından kaynaklanmaktadır. Bunları engel veya yük olarak görmekten ziyade, Türkler bunları, hem iç hem de dış siyasetlerinde stratejik değerlere çevirmişlerdir. Yeni Türk kamu diplomasisi Türkiye'nin Balkanlar, Orta Doğu ve Kafkaslar 'da artan yumuşak gücüne binaen şekillenmektedir. Türkiye bir yandan eski müttefikleri ile ilişkilerini sürdürürken, diğer taraftan yeni bölgelere ve aktörlere temas ettikçe bölgesel ve küresel bağlamda çeşitli yumuşak güç öğeleriyle stratejik iletişim açısından kapasitesini geliştirmektedir. Oluşmakta olan yeni Türkiye aynı zamanda çok boyutlu ve yüzlü yeni bir üst anlatı inşa etmektedir. Yeni Türk kamu diplomasisinin görevi küresel boyutta gitikçe genişleyen hitap kitlesine yeni Türkiye'nin hikayesini anlatmaktır. Türkiye eski korkularının üzerinden geldikçe ve kendisi için bir kimlik inşa ettikçe, ülkeyi dönüştüren değişim süreci Türkiye'nin iç ve dış siyasetini derinden etkileyecektir (Kalin, 2011).

Huijgh ve Warlick'e (2016) göre yükselen bir güç olan Türkiye ulusal çıkarların taraftarlanması ve sürdürülmesi için kamu diplomasisinin büyük gücünü

ve stratejik iletişimin etkinliği fark etmektedir. Bu diplomasi Türkiye'nin hikayesini dünyaya anlatmaya odaklanmıştır. Kamu diplomasisinin merkezi öğeleri inanç, milliyetçilik ve hoşgörüdür. Geçtiğimiz on ila on beş yıldı, Türkiye kendi mirasını yeniden keşfetmekte, kendi geçmişiyle yeniden bağ kurmaya çalışmaktadır. Tarih bağlayıcı bir güçtür. Kamu diplomasisinin sıcak noktası Balkanlar, Orta Asya ve Afrika'dır.

Türkiye'nin yeni aktörleri kendilerini tarihin izleyicileri değil, dış siyasetten iktisada kadar aktif katılımcıları olarak konumlandırmakta ve küreselleşme ile ilintili olarak bir değişim gereksinmekte ve daha demokratik ve adil bir düzenin peşinde koşmaktadırlar. Yeni uluslararası düzende kamu diplomasisi perspektifinden Türkiye'yi avantajlı kılacak bazı öğeler mevcuttur.

Dış politika hedeflerine ulaşmak için kamu diplomasisinin potansiyeli sonraki yıllarda daha daha da araştırılmıştır. Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) yeni siyasi elit ve Türkiye'nin yumuşak gücü olarak tarihi, coğrafi konumunu ve kültürünü tarif eden iç ve dış siyasette deneyim sahibi akademisyenler üzerinde hakimiyet kurmuştur. Bunlar aynı zamanda kamu diplomasisinin dış siyasete nasıl uyarlanacağını aktif bir şekilde araştırmışlardır (Kalın 2011).

Bunu kamu diplomasi süreçlerinin devlet ve toplum katında kurumsallaşması izledi. Başbakanlık bünyesinde T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü 2010'da akabinde ise Türkiye Cumhuriyeti Dışışleri Bakanlığı bünyesinde 2011'de Kamu Diplomasisi Ofisi ve 2012'de Halkla İlişkiler Ofisi kuruldu. Günümüzde, kamu diplomasinin Türkiye'nin dışışlerinde sağlam bir zemin kazandığı güvenle söylenebilir. Buna ek olarak yakın geçmişte İstanbul ve Ankara'da şubelere sahip Kamu Diplomasisi Enstitüsü kamu diplomasisi alanında akademik çalışmaları teşvik etmek için kuruldu (Özkan, 2013).

Hükümet ve hükümet dışı aktörlerin her ikisi de Türkiye'nin kamu diplomasisinin oluşumunda ve üst anlatısının şekillenmesinde önemli roller oynamaktadır. Her ne kadar her iki aktör birbirlerinden büyük oranda bağımsız bir şekilde hareket etseler de, Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nde kamu-özel ortaklığının gittikçe daha fazla ortak çalışmalar üretmesi güven vericidir. Sivil toplum faaliyetlerine hükümet müdahalesi ve karşı anlatıların baskılanması bir sorun teşkil etmektedir. Daha yapıyı diyalogların geliştirilmesi ve sivil toplumla ortaklık kamu diplomasisinin ülke içerisindeki gerek koşullarından birisidir.

Türkiye'de kamu diplomasisi tek başına hükümet tarafından ifa edilmez. Sivil toplum da buna katkıda bulunur. Bu anlamda değişim 1950'lerin sonlarında ve 1960'larda başlamıştı. Bu tarihlerde insanlar köyden kente göç ediyordu. Göçmenler kentte eğitim aldılar ve toplumsal tabakaların üst seviyelerine çıktılar, bu elitlere meydan okuyan bir güce dönüşmelerine yol açtı. 1970'lerden itibaren toplumsal ve dini görünüm değişti. İnsanlar ve topluluklar toplumsal yeniden üretim mekanizmalarında söz sahibi olmaya başladılar.

Bir çok kamu kurumu kamu diplomasisinin tanıtımı doğrultusunda çalışmaktadır. Bu alandaki iki önde giden kurum Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA) ve kültürel merkezlerdir. TİKA elliden fazla ülkede kuyuların kazılması, seyyar ve kalıcı hastanelerin işletilmesi, kütüphanelerin kurulması, burs sağlanması, vb. gibi faaliyetleri yürütmektedir. Kamu diplomasisi alanında; Türk Kızılayı, Turizm ve Kültür Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Avrupa Birliği Bakanlığı, Ulusal Televizyon, Yunus Emre Enstitüsü gibi diğer örgütler de mevcuttur.

Türk hükümeti 21. yüzyılda gücünü arttırmak istiyorsa, karşı anlatıların bastırılmaması, ancak bunlarla ilişkiye geçilmesi gerektiğini fark etmelidir, bunlar günümüzde bütünsel bir kamu diplomasisinin mantıksal ve hayati parçalarıdır.

Ezren (2012) kamu diplomasisini devletlerin kültürel ilgi aracılığıyla kamuoyunda bir algı farklılığı yaratarak yabancı ülkelerdeki kamuoyu fikrini etkileme çabası olarak tarif eder. Yazar, insanlar arası ilişkilerin devlet ve kamuoyu arasındaki ilişki kadar önemli olduğunu söyler ve kültürel diplomasi alanında diğer devletlerdeki insanlara ulaşmak için sivil toplum ve iş çevrelerinin rolünün altını çizer. Bu bağlamda, Türk dizileri Türkiye'nin çevresindeki bir çok bölgede yumuşak gücün önemli bir kaynağını oluşturmaktadır. Coşkun (2012) ise kamu diplomasisine güvenlik perspektifinden yaklaşır. Irak ve Afganistan'da Türkiye'nin deneyimine dayanarak, kamu diplomasisinin barış süreçlerinde ve sonrasında halk ile etkili bir iletişime geçerek devletler arası çatışmaların çözümünde önemli bir rol oynadığına dikkat çeker. Buna ek olarak, kamu diplomasisinin uluslararası barış operasyonlarının meşruiyetini arttırabileceğini ve diğer uluslararası aktörlerin imajlarına olumlu katkılar yapabileceğini iddia eder. Benzer bir şekilde Keyman (2013) Orta Doğu'da ve ötesinde devlet inşası, ulus inşası ve ekonomik kalkınma alanlarında halkların çabalarına verdiği destek ile Türkiye'nin diğer halkları etkileme kapasitesine işaret eder.

Şimşek (2011) Türkiye'nin Orta Doğu kamuoyuyla iletişiminde kamu diplomasisini etkili bir şekilde uyguladığını belirtmektedir. "Ortak coğrafya, tarih ve gelecek" retoriği, komşu ülkelerle uzun dönemli yapıcı ilişkiler kurmak ve sürdürmek hususunda hayli iyi iş görmüştür. Efgil, iç ve dış siyasette bir ayrıma gitmenin anlamsız olduğunu, zira kamu diplomasisinin insanların ulusal sınırları önemsemeden birbirleriyle etkileşime geçtiği küresel düzeyde işlediğini ve hükümetlerin dış politika amaçlarına ulaşmak için iç ve dış kamuoyunun her ikisini de ikna etmesi gerektiğini söyler.

Devran (2012) kamu diplomasisi uygulayıcılarının yabancı kamuoyu ile duygusal bir bağ kurması için etnik ve kültürel yakınlık kadar, tarihteki yapıcı

anıları da tekrar canlandırması gerektiğini belirtir. Bu anlamda Türkiye, Balkanlarda, Orta Doğu'da ve Orta Asya'da kullanılmayan büyük bir potansiyele ve dünyada yaygın bir Diaspora ağına sahiptir. Keyman (2013) Türkiye'nin yumuşak gücünün maliklerini ele alır ve dış politikanın sürdürülmesinin devletin küresel anlamda devlet inşası, ulus inşası ve ekonomik kalkınma çabalarına katkı kapasitesine bağlı olduğunu iddia eder.

2.3 Pakistan ve Kamu Diplomasisi:

9/11'den sonra, Pakistan bir çok olumlu yönüne rağmen bir imaj problem yaşamıştı. Bu kısmen, Pakistan'ın yumuşak güç ve imaj kurma çabalarına çok az önem vermesinin sonucudur. Zengin tarihi ve kültürel mirasına rağmen Pakistan, dünyanın ilgisini çekememişti (Ansari, 2014). Pakistan hakkında üretilen olumsuz anlatılara karşı çıkmanın anahtarı yumuşak güçten geçer. Bir ülke diğer devletlerin takdir ettiği ve öykündüğü değerlere sahip olduğunda ilgi çekici bir hale gelir. Pakistan hem sert hem de yumuşak güce sahiptir. Sorun ise diplomatların veya karar alıcıların yumuşak gücü sert güce ne zaman, neden ve nasıl tercih edecekleri veya bu ikisinin bir karışımını, bir başka deyişle, akıllı gücü kullanıp kullanmayacağıdır. Pakistan'ın ulusal gücünün örneğin ekonomi, coğrafya, askeri, nükleer güç, diplomasi, hükümet ve liderlik, tarım ve diğer doğal kaynaklar, nüfuz ve demografi, din, bilgi teknolojisi vb. gibi öğeleri devasa bir gelişme potansiyeline sahiptir, bu da yumuşak gücünü geliştirmek yolundaki çabalarına büyük bir katkı sağlayabilir. Bu ulusal güç öğeleri fark edilmeli, geliştirilmeli ve bir araya getirilmelidir ki zira bütünleşme ve entegrasyon olmadan bu öğeler kullanılamaz (Chandio, 2016).

Pakistan aşırı farklı ve çekici kùltürlere sahip çok kùltürlü bir toplumdur. Medya aracılığıyla bu kùltürel çeşitliliğin yansıtılması Pakistan'ın yumuşak gücünü gösterebilir. Pakistan zengin ve dünyanın en eski uygarlığına, yani Gandhara ve Indus Vadisi'ne (Mohen-jo-Daro) ev sahipliği yapmaktadır. Bu bölge İslam ve Budizm gibi dünyanın önde gelen bazı dinlerinin yuvası ve geçiş kapısıdır. Kuzey'de muazzam Karakoram'dan, Güney'de Indus Nehri'nin devasa alüvyon deltasına uzanan zengin bir turizm bölgesine sahiptir. Pakistan'da 7.000 metrenin üzerinde bir çok zirve bulunur. Pakistan zengin ve çeşitli bir flora ve faunaya sahiptir. Haşmetli Himalayalar, Karakoram ve yükseklerdeki meraları ve hiç erimeyen karları ile Hindukush sıra dağları, dağların eteklerinde yer alan kozalaklı ağaçlardan oluşan ormanları, büyük çöl ile birleşen devasa Indus düzlüğü, kıyıları ve sulak alanları bunlardan bazılarıdır. Turizmin bütün potansiyelini kullanmak için, hukuk ve düzen sağlanmalıdır. Pakistan kriket, hokey, squash ve bilyarda çok aşama kaydetmiştir. Ülke küresel düzeyde muadilleri ile ilişkiye geçebilecek kadar büyüyen ve zenginleşen bir düşünce kuruluşu kùltürüne sahiptir. Pakistan'da medya canlıdır ve sivil toplum gelişmektedir. Pakistan diasporası bütün dünyaya yayılmıştır.

Pakistan önemli bir stratejik donanım ve gelişme potansiyeline sahiptir. Stratejik anlamda Pakistan Orta, Güney ve Batı Asya'nın kesişim noktasıdır ve dolayısıyla devasa bir nüfusa, geniş ve çeşitli kaynaklara ve ticari anlamda kullanılmamış bir potansiyele sahip bir bölgesel pazarın dayanağıdır. Ekonomisi dünyanın en hızlı büyüyen ekonomilerinden birisi olma yolunda büyük bir potansiyel taşımaktadır. Benzer şekilde, "MSCI'nin yükselen piyasalar endeksi" ülkeyi dünyada geleceğin yükselen piyasalarından birisi olarak tarif eder. Çin - Pakistan Ekonomik Koridoru (CPEC) ekonomik kalkınma beklentisini açığa çıkartmıştır. Pakistan genç nüfus fazlasına sahiptir ve insan sermayesi/çalışan

nüfus oranı sağlamdır. Aynı zamanda Pakistan daha fazla doğrudan yabancı yatırım (FDI) çekmek için girişimlerde bulunmalıdır.

Pakistan'daki eğitim kurumları dünyanın en kalifiye profesyonellerinden bazılarını yetiştirmektedir. Bunların arasında doktorlar, mühendisler, bankacılar, finansçılar ve girişimciler vardır. Ülke genellikle dünyanın en iyi ilk beş yüz kurumu içerisinde yer alan yüksek eğitim kurumlarına sahiptir. Pakistan demokrasisi gittikçe kökleşmekte ve devlet kurumları kontrol ve denge sistemine doğru evrilmektedir. Pakistan silahlı güçleri sadece kendi sınırlarını savunmakla kalmaz, ayrıca terörizme karşı cesurca bir mücadele yürütür ve barış ordularını Birleşmiş Milletler (BM) misyonlarına göndererek dünya barışına katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda felaketzedelere ve insanlara yardımda bulunur ve altyapı çalışmalarına katkı yapmaktadır.

Pakistan güvenlik sorunlarına bağlı olarak yıllardır olumsuz bir bakış açısıyla değerlendirilmiştir, ancak son dönemde yaşanan gelişmeler yabancı düşmanlığının bir miktar önüne geçmek için etkili diplomatik önlemler alındığını ortaya koymuştur (Daily Times, 2016). Bununla birlikte, Pakistan'ın, Hindistan'ın Pakistan'ın tamamen önüne geçtiği ABD gibi ülkelerde daha etkili bir lobi faaliyeti yürütmesi gerektiği anlaşılmalıdır. Pakistanlı diplomatlar ve diğer ilgili resmi görevliler bazı dost ülkelerin güçlü düşünce kuruluşları ve siyasi elitleri ile yakın bağlar kurmak için bir strateji geliştirmelidir. Berlin, New York, Pekin, Londra, Manama ve diğer bölgeler merkezli misyonlar halihazırda ülkeye dair pozitif bir imaj yaratmak için çaba sarf etmektedir, ancak Pakistan'ın uzun ve kısa erimli dış politika hedefleri açısından çok kötü sonuçlar yaratmış olan bazı hükümetlerin geçmiş yanlışlarını düzeltmek hususunda, gidilecek daha çok yol vardır.

Chandio (2016) Pakistan dış politikasının bir çok sıkıntı (hem içerde, hem de dışarıda) ile karşılaştığı bir zamanda, ülkenin mevcut bütün araçlarla (geleneksel ve yeni) yumuşak gücünü göstermesi ve bunu geliştirmesi gerektiğini söyler. Pakistan yabancı basında kendi imajını değiştirmek için iç ve dış performansını arttırmalıdır. Pakistan kamu diplomasisinden olması gerektiği kadar yararlanmamaktadır. Aslına bakılırsa Pakistan, Hindistan kadar kendi yumuşak gücünü yansıtamamaktadır. Örnek olarak azınlıklara karşı artan hoşnutsuzluk, yoksulluk, yolsuzluk vb. gibi bütün olumsuz yanlarına rağmen Hindistan kendi yumuşak tarafını dünyaya yansıtmak için yoga ve Bollywood'u kullanmaktadır.

Pakistan'ın ülke hakkında olumsuz stereotipleri pekiştirmeye niyetli; önyargılı ve düşmanca bir uluslararası medya ile çevrelendiğinin bilincinde olan Dışişleri Bakanlığı (MOFA) 2012 bir kamu diplomasisi ofisi kurmuştur (Akhlaque 2013). Bunun esas amacı çeşitli seviyelerde ülkenin olumlu imajını etkin bir şekilde arttırmaktır. Bu kurum Pakistan'ın olumlu yanlarını, toprak ve halk çeşitliliğini ve kendisine miras sanatsal ve kültürel zenginliğini göstermek için etken bir kamu diplomasisi girişimini başlatmıştır. Sufizme dair mistik şiirlerin, müziğin ve kitapların İngilizce çevirisine dair projeler yürütülmektedir. Pakistan hakkında belgeseller, filmler, oyunlar ve Sufi müzik bir çok dünya başkentinde tanıtılmış ve gösterime sokulmuştur. Kamu diplomasisinin bir parçası olarak, MOFA aynı zamanda Pakistanlı sanatçıları dış ülkelerdeki misyonlarında performanslarını sergilemeleri için teşvik etmekte ve vize almalarını kolaylaştırmaktadır. Daha geniş anlamda, Pakistan'ın dış ülkelerdeki etkin misyonlarının çoğu Pakistan'ın imajını ve profilini geliştirecek şekilde kamu diplomasisi ile iştigal etmektedir (Akhlaque 2013).

Ancak, bütün bunlar söz konusu bölgedeki diğer ülkelerin çok gerisinde kalmaktadır. Tıpkı diğer ülkeler gibi Pakistan da kamu diplomasisi yönünde temel

adımları atmalıdır, zira mevcut jeopolitik durumda bu bir ülkenin gelişmesinin önemli bir koşulu haline gelmiştir (Zehra 2016). Pakistan'ın kamu diplomasisini bir çok sebepten yola çıkararak geliştirmesi gerekir, bunun en başında ise ikili ilişkilerin geliştirilmesi gelir. Hindistan'ın komşusu olan Pakistan'ın yumuşak gücünü geliştirmesi için daha fazla çaba sarf etmesi lazımdır, zira Hindistan bölgede Pakistan ile karşılaştırıldığında daha fazla yumuşak güç kabiliyetine sahiptir.

Önceden de belirtildiği üzere, Pakistan yumuşak gücü hayata geçirmesi ve kamu diplomasisini kullanması açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Yumuşak gücü yansıtmaya gerekli koşullar önemli ölçüde değişmiştir, zira son yılların bilgi devrimi ve küreselleşmesi ulus aşırı şirketlerin ve hükümet dışı aktörlerin daha büyük rol oynadığı dünyayı dönüştürmekte ve küçültmektedir. Benzer şekilde önceden vurgulandığı gibi Pakistan yurtdışında potansiyelinin altını çizerek imajını geliştirebilecek canlı bir elektronik medyaya ve sivil topluma sahiptir. Kamu diplomasisini kullanırken dikkatli olmak gerekir, zira bu propaganda veya lobi faaliyeti değil, ancak Pakistan'ın gerçek potansiyelinin açık ve dürüst bir şekilde ortaya çıkarmasıdır. Pakistan örneğinde kamu diplomasisi medya, sivil toplum kuruluşları (STK), ekonomik özneler, bireyler, sivil toplum, vb. aracılığıyla ülkenin dışarıda etkili bir şekilde tanıtılması ve markalaştırılması olarak ele alınmalıdır.

III. BÖLÜM

ARAŞTIRMA

3.1 Çalışmanın Amacı:

Bu çalışmanın temel amacı Pakistan-Türkiye ilişkilerinin, birbirlerine yönelik olarak kamu diplomalarının ve her iki ülke arasındaki ilişkilerde yeni gelişmelerin bir analizini yapmaktır. Bu bağlar karşılıklı işbirliği sayesinde daha da fazla yaygınlaşmış ve derinleşmiştir.

3.2 Amaçlar:

* Pakistan ve Türkiye'nin birbirleriyle ilintili diplomatik faaliyetlerini çalışmak

* İki ülke arasındaki ilişkilerde ortaya çıkan yeni boyutları Kamu Diplomasisi açısından değerlendirmek

* Kamu diplomasisi ile ilintili belirli olay ve figürleri ve Pakistan ve Türkiye arasındaki ilişkilerin yeni eğilimlerini ve gelecekte alacağı yönü değerlendirmek

* Pakistan ve Türkiye arasındaki Kamu Diplomasisinin gidişatına daha bütünsel bir kavrayış geliştirmek

3.3 Çalışmanın Önemi ve Sınırları:

Türkiye ve Pakistan halkı sadece tarihsel olarak köklü değil, aynı zamanda ortak değerlere ve ulusal çıkarlara dayalı kardeşçe bir ilişki geliştirmişlerdir. Pakistan'ın kuruluşundan beri her iki ülke de en zor zamanlarında emsal teşkil edecek şekilde birbirlerine destek vermişlerdir. Açıkçası Türkiye Cumhuriyeti ve Pakistan stratejik ortaklardır diyebiliriz. Her iki ülke de kendi halkları ve bölge halkları için barışı ve refahı geliştirmek adına yoğun bir çaba sarf eden vazgeçilmez ortaklardır. Eski Türkiye Başbakanı olan Sn. Ahmet Davutoğlu Pakistan'ın güvenliğinin Türkiye'nin güvenliği, Pakistan'ın bayrağının Türkiye'nin bayrağı olduğunu ve Türkiye'nin her daim Pakistan'ın yanında olacağını üzerine basa basa söylemiştir. Uzun yılların kültürel, dini ve jeopolitik bağlarıyla gelişen her iki ülkenin halkları arasındaki yakınlığın, devletler arasındaki ilişkiler tarihinde neredeyse eşi benzeri yoktur. Bununla birlikte böylesi bir ilişkiye dair çok az çalışma mevcuttur, bu anlamda da söz konusu ilişkiyi karşılıklı kamu diplomasi açısından çalışmak önemlidir. Dahası, bu çalışma kamu diplomasisi, istikrar ve kalkınma için işbirliğini geliştirmesi açısından da önemlidir. Bu çalışma söz konusu ilişkileri güçlendirmek için etkili bir rol oynayabilecek kamu diplomasisi uygulayıcıları, hükümetler, kamuoyu ve diğer herkes için çok kullanışlı olacaktır. Söz konusu çalışma tamamlandığı zaman, alanla ilgili halkla ilişkiler, kamu diplomasisi öğrencileri ve araştırmacıları için hayli faydalı olacaktır.

Bu çalışmayı okurken akılda tutulması gereken bazı sınırlar mevcuttur. Birincisi, Görüşmeleri ve içerik analizi yöntemini kullanmanın teknik dezavantajları tartışılmakta ve sonrasında bazı kontrol edilemez koşullara bağlı olarak çalışmanın sınırları açıklanmaktadır. Görüşme yöntemi açısından, elde

edilen bilgi ilgisiz, dağınık, ulaşılamaz veya eski tarihli olabilir. Dahası bu, önyargılı bazı cevaplarla malul olabilir. Benzer şekilde, bilgi eksik veya yanlış olabilir. Bir çok belgeyi toplamak, gözden geçirmek ve analiz etmek diğer yöntemlerle karşılaştırıldığında harcanan vakte ve seyahat etmeye bağlı olarak zaman alıcı ve maddi açıdan masraflı olabilir. Yapısallaştırılmış görüşmeler genelde esnek değildir ve dolayısıyla yeni sorular ortaya koymaz, zira bu gibi bir görüşme örüntüsünün izlenmesi gereken belirli bir zaman sınırı vardır. Dahası, yapılandırılmış görüşmeler niteliksel veriler ortaya çıkarır ve bu anlamda detaylardan yoksundur. Bu görüşmeye gerçekleştiren kişinin görüşme yapılanın neden bu şekilde davrandığını anlamamasına yol açacaktır. Görüşmeye gerçekleştiren kişileri ve eğitimcileri istihdam etmek masraflı olabilir. Görüşmeye gerçekleştirenler olguları çarpaz kontrolden geçirmeli ve adayın gerçekten de ilgili, tamamen adapte olabilen ve görüşmeye katılabilecek kadar yetenekli olduğundan emin olmalıdır.

Kullanılan diğer yöntem olan içerik analizi tamamen betimsel bir yöntemdir. Bu yöntem mevcut şeyi tarif eder, ancak gözlemlenen örüntü için altta yatan mekanizmaları açığa çıkartmayabilir. Analiz, materyallerin kullanılabilirliği tarafından sınırlandırılmıştır. Medyada gözlemlenen trendler gerçekliğin doğru bir yansıması olmayabilir; örnek olarak katastrofik olaylar, daha az dramatik kabul edilen olaylardan daha fazla yer tutar. Metinlerin ilk başta kodlanması analiz edilecek kategorilerin ortaya çıkartılmasında önemlidir. Eğer kodlama yanlışsa, sonrasında bulgular da geçerli olmayacaktır. Araştırmacı kelimelerin içinde geçtiği bağlamı göz ardı edebilir. Dahası, aşırı derecede zaman alıcı olabilir, ve özellikle ilişkisel analiz daha yüksek bir yorumlama seviyesine geçmek için kullanıldığında gittikçe artan yanlışlarla bezeli olabilir. Son olarak bu bilgileri otomatize etmek veya bilgisayara geçirmek zor olabilir (Phil, 2013).

İçerik analizi için elde edilen verilerin zaman dilimi sadece 5 yıl için yani 2012-2016 arası için geçerlidir.

Dahası veriler yapılan bütün işleri kaydetmeyen ve yayınlamayan elçiliklerden alınmıştır. Benzer şekilde, olaylar birden çok kez kaydedilmiş olabilir, zira tek bir olay üzerine yazılmış birden fazla metin mevcuttur. Bu çalışma söz konusu alanda hayli önemli işler yapan özel sektörü içermemektedir.

Benzer şekilde görüşme kısmı sadece dört görüşmeciden oluşmaktadır. Her ne kadar bu gibi bir çalışmaya en uygun kişiler seçilmiş olsa da, farklı insanlar konu hakkında farklı ve daha önemli görüşler öne sürebilirdi. Bununla birlikte, daha fazla görüşme yapmak bu çalışmayı sadece uzatırdı. Araştırmacının da bu çalışmayı gerçekleştirmek için süresinin kısıtlı olmasından dolayı araştırmacı bütün uygulayıcılara yaklaşma fırsatı bulamadı.

Dahası görüşmeler görüşmecilerin ana dili olan Urdu dili ve Türkçe gerçekleştirildi, zira herkes kendi fikirlerini kendi dilinde ifade ederken daha rahattı. İngilizce sınırlı bir şekilde kullanıldı. Bununla birlikte, bu çalışma açısından görüşmeler in Türkçeye çevrilmesi gerekti. Çünkü bu gerçekten görüşmecilerin ne kastettikleri konusunda fikirlerinin çözülmesinde okuyucu için faydalıydı.

3.4 Araştırma Soruları:

İki ülke arasındaki kamu diplomasisinin mahiyetini incelemek amacıyla olan bu çalışma iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım etkinlik, engeller ve iki ülkenin önündeki fırsatlarla ilgilenmektedir. Birden dörde kadar olan araştırma soruları Tablo 2'de gösterilen birinci kısımla ilgilidir. Ancak ikinci kısım

toplumsal, kültürel ve eğitimle ilgili alanlarda mevcut kamu diplomasisi faaliyetleri ile ilgilidir. Soru 5 ve 6 tablo 3’de bahsedilen ikinci kısım ile ilgilidir.

Tablo 2: Görüşme Araştırma Yöntemi için Araştırma Soruları

Araştırma Yöntemi	Araştırma Sorusu	Görüşme Soruları
<i>Görüşme</i>	<i>S1. İki ülke arasındaki kamu diplomasisi ne kadar etkindir?</i>	Türkiye Pakistan ilişkisi ne kadar güçlüdür?
		Bu ülkelerin birbirleriyle bağlantılı kamu diplomasisini nasıl değerlendiriyorsunuz?
	<i>S2. İki ülkenin birbirleriyle bağlantılı kamu diplomasisi faaliyetleri nelerdir?</i>	Bu minvalde ne gibi faaliyetler gerçekleştirilmektedir?
	<i>S3. Kamu diplomasisinin amaçlarına ulaşılmasında ne gibi engeller mevcuttur?</i>	Size göre kamu diplomasisinin engelleri veya bu faaliyetler esnasında karşılaşılan sorunlar nelerdir?
	<i>S4. İki ülke arasındaki kamu diplomasisini geliştirmek için ne gibi adımlar atılmalıdır?</i>	Pakistan ve Türkiye arasındaki kamu diplomasisini geliştirmek için ne gibi adımları önerirsiniz?

Tablo 3: İçerik Analizi için Araştırma Soruları

Araştırma Yöntemi	Araştırma Sorusu
<i>İçerik Analizi</i>	S5. Toplumsal, kültürel, siyasi ve iktisadi açıdan 2012-2016 arasında kamu diplomasisi faaliyetlerinin eğilimleri nelerdi?
	S6. Siyasi, Toplumsal, İktisadi ve Kültürel açılardan Pakistan ve Türkiye arasındaki ilişkiler gelişmekte midir?

3.5 Literatür İncelemesi

Ortak din, kültür ve tarih Pakistan Türkiye ilişkilerine güçlü bir zemin teşkil etmektedir. Türkler Osmanlı Halifeliğinin çöküşünde kıtadaki müslümanlardan aldıkları ahlaki ve maddi desteği sevgiyle hatırlamaktadır. Ahmad (2004) Pakistan ve Türk halklarının arasındaki yüzyıllardır süren kadim bağlar ve çok boyutlu ilişkilerden bahseder. Her ne kadar ideolojik olarak kutup olsalar, yani Türkler sekülerizmi ve Pakistanlılar İslamcılığı benimsemiş olsalar da iki halk arasındaki arkadaşlık bundan zarar görmez. Bununla birlikte, geçtiğimiz bir kaç yılda Türkiye ve Pakistan'ın algısı ve çıkarları Afganistan'daki savaş, Kaşmir meselesi, İsrail, nükleer gelişmeler ve demokrasi gibi bir çok önemli meselede ayrışmaya başlamıştır. Pakistan'ın Taliban'a desteği Orta Asya bölgesinde "İslamcı aşırılığın" yayılmasına yönelik bir tehdit olarak görülmüştür. Bununla birlikte, ticaret iki halkı halen birbirine yakın tutmaktadır. İkili ilişkiler Nisan 2000'de Hindistan'ın ziyaret ettiği ve bu ülkenin demokrasisine övgüler düzüp, Hindistan'ın "sınır ötesi terörizme" karşı tavrını ve BM toplantısında uluslararası terörizm hususunda verdiği tasarımı destekleyen Türkiye Başbakanı Bülent Ecevit zamanında en kötü seviyesine geldi (Hussain 2008).

Hussain (2008) on yıl süren durağan ilişkilerden sonra, Pakistan Türkiye ilişkilerinin gelişmeye başladığını ve Pakistan ve Türkiye'nin algı ve çıkarları ticaret, iş ortaklığı, yatırım, savunma, turizm, eğitim ve kültürel ilgili işbirliği, gibi bir çok önemli konuda tekrar bir araya geldiğini iddia etmektedir. Bununla birlikte, Pakistan ve Türkiye arasındaki ticaret bu ilişki ve ortaklığın potansiyelinin çok altında kalmaktadır.

Suvankulov ve Ali'ye (2012) göre, Pakistan'ın Türkiye ile ekonomik bağları geçtiğimiz yıllarda daha da artmıştır. Ticaret cirosu 2000'de 150 milyon

dolardan 2009’da 570 milyon doların üzerine çıkmıştır. Halen iki ülkenin de bunu daha da geliştirmesi lazımdır. Pakistan’ın Türkiye ile ticaret fazlası, ithalatlarının benzer olması ve sınai ticaretleri bu iki ülke arasındaki sağlam sinerji için önemli fırsatlar yaratmaktadır. Akabinde bu Pakistan’a daha büyük değer katacak ve ithalatı için daha geniş bir pazar imkanı sunacaktır (Gul, 2014).

3.6 Yöntem

Araştırma bir çok boyuta sahip olmak üzere bazı ortaklıklar da barındırmaktadır. Faaliyet araştırması, değerlendirme aşaması, etnografi, fenomenoloji ve diğerlerinin ne gibi ortak yönleri vardır? Ortak yönlerden bir tanesi veri toplama ihtiyacıdır. Veri toplama görüşme, odak grubu, inceleme, telefon görüşmeye, içerik analizi, kasete alınmış toplumsal etkileşim veya anket gibi bir çok yöntemle gerçekleştirilebilir (Heaton, 2004: 37).

Veri toplama belgeler, işyeri, Internet araştırması, odak grubu, saha notları, anketler ve kasete alınmış toplumsal etkileşim ve görüşmeler gibi bir çok kaynağa dayanarak yerine getirilebilir (Heaton, 2004: 37).

Veri toplama araştırmanın vazgeçilmez bir parçasıdır. Veri toplama karmaşık ve zor bir görevdir. Dahası en iyi veri toplama yöntemini bulmak da büyük oranda zor bir iştir. O’Leary (2004: 150) “sağlam verileri toplamak zor bir iştir ve bir veri toplama yöntemini diğerinden daha iyi olduğuna dair özsel bir değerlendirme yapılamayacağını akılda tutmak gerekir,” der. Dolayısıyla, hangi veri toplama yönteminin kullanılacağı araştırmanın amaçlarına ve her bir yöntemin avantaj ve dezavantajlarına bağlıdır (Ibid.)

3.6.1 Yöntemlerin Veri Çeşitlemesi:

Araştırmacı daha doğru ve geçerli sonuçlara ulaşmak için yöntemlerin veri çeşitlemesini kullanmıştır. Yöntemlerin veri çeşitlemesi niteliksel ve niceliksel araştırma yaklaşımlarını ve verilerini harmanlar. Bir çok araştırmacı bir yönetime dair bir uzmanlık geliştirir, ancak farklı yaklaşımlar birbirlerini tamamlayabilir. Her ikisini de kullanan bir çalışma daha zengin ve kapsayıcı olacaktır (Neuman, 1997).

Bir çok gözlemi, yöntemi, teori ve ampirik malzemeyi kullanarak, araştırmacı tek bir yöntem, gözlemci ve kuramdan kaynaklı zayıflıkları veya önyargıları ve sorunları aşabilir. Creswell'e (2010) göre, veri çeşitlemesine yönelik ihtiyaç tek bir veri kaynağının yeterli olmayacağı veya ikinci yöntemin çalışmayı zenginleştirebileceğinden çıkmıştır. Dolayısıyla bu çalışma alanla ilgili önde gelen kişilerle araştırmacının gerçekleştirdiği görüşmelerden elde edilen niteliksel analizi ve her iki ülkenin dışişlerinin verdiği verilerin niceliksel içerik analizine dayanmaktadır.

3.6.2 Yöntem 1: Veri Toplama Yöntemi Olarak Görüşme:

Görüşmeler insanlarla konuşmak ve dinlemek için sistematik bir yoldur (<http://www.who.int>) ve konuşma yoluyla bireylerden veri toplamanın bir yöntemidir. Görüşmeye gerçekleştiren araştırmacı genellikle açık sorulara başvurur. Veri görüşmeyen yapıldığı kişiden toplanır. Araştırmacının görüşmeye gerçekleştiren kişinin konu hakkındaki görüşlerinin önemli olmadığını hatırlaması gerekir. Görüşme yapılan kişi veya muhatap bu çalışma için ilk el kaynaktır.

Görüşme veri toplamak kadar bireylerden bilgi edinmenin de bir yoludur. Kvale (1996: 14) görüşmeler hakkında "karşılıklı ilginin olduğu bir konuda iki

veya daha fazla sayıda insan arasında görüş alış verişidir, bilgi üretimi için insan etkileşimini merkeze koyar ve araştırılan verinin toplumsal yerleşikliğini vurgular,” der.

Görüşmeler katılımcıların dahil olduğu ve kendi görüşleri hakkında konuştukları faaliyetlerdir. Dahası, görüşmeyen yapıldığı kişiler verili bir durumda kendi algı ve yorumlarını tartışabilirler. Bu kendi bakış açılarından kendi ifadeleridir. Cohen, Manion ve Morrison’a (2000: 267) göre: “görüşme basitçe hayat hakkında veri toplamak değildir, bu hayatın kendisinin bir parçasıdır, insanın buradaki varlığından kaçınmak mümkün değildir.”

Görüşmeler ayrıca “az sayıda muhatapla belirli bir fikir, program veya durum hakkında onların bakış açılarını araştırmak için yoğun bireysel görüşmeler gerçekleştirilmeyi” içeren bir niteliksel araştırma tekniğidir (Boyce ve Neale, 2006: 3).

Veriyi toplamak ve bunu bir araştırma enstrümanı olarak kullanmak için görüşmeleri kullanmanın bir çok nedeni vardır. Gray (2004: 214) bunları hayli kişiselleşmiş verilere ulaşmak için bir gereksinim, daha derine inmek için fırsatların varlığı, getirisinin fazla olması, bir kimsenin ana dilinde fikirleri ifade etmenin kolaylığı olarak özetler. Yapılandırılmış görüşme, yarı yapılandırılmış görüşme, yapılandırılmamış görüşme, yönlendirici olmayan görüşme olmak üzere bir çok görüşme türü vardır.

Araştırma soruları 1-4 için, görüşme yöntemi en iyisidir, zira bu yöntem en ilgili kişilerden konu üzerine detaylı bilgi sağlar. Görüşme yapılan kimselere sorulan sorular tablo 2’de verilmiştir. Bu araştırma için görüşme yapılanlar kamu diplomasisi ile ilgili çeşitli alanlardan seçilmiştir, bunlar Pakistan’ın Türkiye büyükelçisi Sn. Sohail Mahmood, Yunus Emre Enstitüsü Müdürü Prof. Dr. Halil

Tokar, Türk dili ve edebiyatından mezun Pakistanlı bir medya mensubu olan Dr. Furqan Hameed, Pakistan'daki bir okuldan mezun olan, Güney Asya Stratejik Araştırma Merkezi'nin Başkanı Sn. Cemal Demir'dir. Her birisinin kısa özgeçmişini Ek A olarak sunulmuştur.

Araştırmacı kişisel olarak tüm katılımcılarla, yüzyüze ve yarı yapılandırılmış görüşme düzenlemiştir. Görüşmeler sağlıklı bir ortamda, katılımcılar arasından öncelikli randevular ile yapılmıştır. Görüşmelerin ortalama süresi 60-80 dakikadır. Araştırmacı görüşmenin notlarını ve ses kayıtlarını almıştır. Görüşmeler hakkındaki detaylı bilgiler Tablo.4'te belirtilmiştir.

Tablo 4: Görüşmelerin Detayları

Adı Soyadı	Görevi	Görüşme Tarihi	Görüşme Yeri	Görüşme Süresi
Sn. Sohail Mahmood	Pakistan Büyükelçisi	03/02/2017	Pakistan Büyükelçiliği Ankara	78 Dakika
Dr. Furqan Hameed	Pakistanlı yazar ve gazeteci	05/04/2017	TRT Ankara	64 Dakika
Dr. Halil Tokar	Yunus Emre Enstitüsü Başkanı, Pakistan	19/04/2017	Pakistan Büyükelçiliği Ankara	72 Dakika
Sn. Cemal Demir	GASAM Başkanı	13/04/ 2017	Fatih Belediyesi İstanbul	68 Dakika

3.6.3 Yöntem 2: Veri Toplama Yöntemi Olarak İçerik Analizi:

İçerik analizi iletişim içeriğinin bilimsel incelenmesi olarak tarif edilir. Bu yöntem mesajlardaki anlamlara, bağlamlara ve niyetlere gönderme ile içeriğin incelenmesidir. 1952 yılında Bernard Berelson Communication Research'de içerik analizini yayınlamıştır, bu sosyal bilimler ve medya araştırmacıları için çok yönlü bir gereç olan bir tekniğin doğuşunun müjdecisidir. Bazı yazarlar bunu tarihsel ve siyasal çalışmalar için de uyarlamıştır (Holsti, 1968).

Bununla birlikte bu yöntem bir iletişim araştırması yöntemi olduğu kadar sosyal bilimler araştırmacıları arasında daha fazla popülerite kazanmıştır (Wimmer vı Dominick, 1994: 163). Bilimsel bir yöntem olarak içerik analizinin gelişimi ABD hükümetinin düşman propagandasını değerlendirmek için Harold Lasswell'in yönetimi altında bir proje yürüttüğü İkinci Dünya Savaşı'na kadar gider. Araştırmaya sunulan kaynaklar ve proje kapsamında incelenen sorular bağlamında elde edilen yöntemsel ilerlemeler içerik analizi yönteminin doğuşuna kayda değer bir katkı yapmıştır.

İçerik analizi gözlem ve belge analizinin ara yüzüne denk düşer. Bu insanlardan sorulara cevap vermesini istemelerinden ziyade, “insanların ürettiği iletişimi ele alan ve iletişime dair sorular soran” bir gözlem yöntemi olarak tarif edilir (Kerlinger, 1973). Dolayısıyla örtülü ve reaktif olmayan (zorlayıcı olmayan) bir sosyal bilim araştırma yöntemi olarak da görülmektedir.

Neuman (1997) içerik analizini önemli bir reaktif olmayan (zorlayıcı olmayan) araştırma yöntemi olarak görür ve şu şekilde tarif eder: “Metnin içeriğini toplamak ve incelemek için bir teknik. ‘İçerik’ iletilebilen kelimelere, anlamlara, resimlere, sembollere, fikirlere, temalara veya herhangi bir mesaja

göndermede bulunur. ‘Metin’ iletişim aracı işlevi gören herhangi yazılı, görsel veya ifade edilen bir şey olabilir” (s. 272–273).

İçerik analizi bağlama duyarlıdır ve dolayısıyla verilerin sembolik anlamlarını işleyebilir. Her ne kadar aslen niceliksel bir yöntem olarak görülse de, niteliksel içeriği de etkili bir şekilde ortaya çıkartabilir (Stempel, 1989: 121). Yöntemin bağlama duyarlı olması haber içeriklerinin olumlu ya da olumsuz olarak görülmesi gibi niteliksel boyutların ifade edilmesi için de kullanışlıdır. Bu araştırmacının gerekli bilginin bir kısmının kayıp veya yanlış kodlandığını bulduğu takdirde, metne dönmenin ve kayıp veriyi tamamlamanın mümkün olması anlamında güvenilir bir yöntemdir. Bu deneysel araştırmalarda veya tarama araştırmalarında her zaman mümkün değildir (Woodrum, 1984).

Bu çalışmanın son iki sorusu 2012-2016 yıllarında Pakistan ve Türkiye arasında kamu diplomasisi faaliyetlerinde ortaya çıkan eğilimlerle ilgilidir ve bunu yapmanın en iyi yolu dışişleri ofislerinin yazılı olarak verdiği verilerin içeriğini analiz etmektir, zira bu söz konusu meselede gerçekleştirilen faaliyetlerin detaylarını en iyi şekilde gösterir. Veriler Türkçe ve İngilizcedir ve bu veriler aşağıdaki kaynaklardan alınmıştır:

- Pakistan Büyükelçiliği, Dışişleri Bakanlığı, Pakistan
(<http://www.pakembassyankara.com>)
- Dışişleri Bakanlığı, Türkiye
(<http://www.mfa.gov.tr/press-information.en.mfa>)

Elde edilen veriler sonrasında ABD kamu diplomasisini değerlendirirken kamu diplomasisi üzerine Birleşik Devletler danışma kurulu tarafından belirtilen boyutlar göz önüne alınarak aşağıdaki şekilde kategorize edilmiştir: Söz konusu olan soyut bir modeldir ve Wallin’in (2013) kamu diplomasisinin etkisinin

ölçülmesi hakkındaki makalesine dayanır. İçerik analizi için kod tablosu Ek B olarak sunulmuştur. Kategorilerden tablo 5’de bahsedilmektedir.

Tablo 5: İçerik Analizi Kategorileri

Kategori	Tarif
<i>Kültürel</i>	Yiyecek, kıyafet, sanat, müzik, fotoğraf, dil ve benzerleri gibi kültürle ilgili bütün faaliyetleri içermektedir.
<i>Sosyal</i>	Örnek olarak doğal afetlerde yardım etmek, geliştirmekte olan bölgelerde inşaat kurmak, dezavantajlı kesim için çalışmak ve benzeri gibi toplumsal bir anlam ifade eden bütün faaliyetleri içermektedir.
<i>Ekonomik</i>	Örnek olarak ticaret fuarları, karşılıklı ticareti arttırmak için MoUs imzalamak, diğer ülkeden iş adamlarına yardımcı olmak ve benzerleri gibi ülkelerin ekonomilerini geliştirmek adına düzenlenen bütün faaliyetleri içermektedir.
<i>Siyasi</i>	Bu iki ülkenin birbirlerine desteklerini ifade ettikleri, demokratik süreçlerini güçlendirmek için yardım ettikleri ve cumhurbaşkanlarının, bakanlarının veya diğer resmi görevlilerin diğer ülkeye yaptıkları ziyaretler gibi bütün faaliyet ve etkinlikleri içermektedir.
<i>Diğer</i>	Yukarıdaki kategorilere girmeyen ve kamu diplomasisi ile ilişkisi olmayan bütün diğer faaliyet ve etkinlikleri içermektedir.

3.7 Bulgular ve Tartışma

Bu bölümde, çalışmanın görüşmeler ve içerik analizi ile elde edilen bulguları tartışılmaktadır. Bu çalışma iki ülke arasındaki kamu diplomasisinin mahiyetini incelemek amacı taşımakta ve iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm kamu diplomasisi açısından bu iki ülkenin ilişkilerinin mahiyetini, amaçlarını, etkinliğini, önündeki engelleri ve fırsatları ele almaktadır. Bu araştırma için görüşme yöntemi kullanılmıştır. Tablo 2’de bahsedilen araştırma sorusu bu kısım ile ilgilidir. Bu çalışma için görüşme yapılan kişiler ve detaylı bilgiler Tablo 4’te sunulmuştur.

Soru 1: İki ülke arasındaki kamu diplomasisi ne kadar etkindir?

Birinci soru için görüşme yapılan kişilere Pakistan - Türkiye ilişkilerinin ne kadar güçlü olduğunu düşündükleri ve bu iki ülke arasındaki kamu diplomasisini nasıl değerlendirdikleri sorulmuştur. Her birisi Pakistan ve Türkiye arasındaki bağların devletlerin bağımsızlıklarından çok öncesine dayandığını ve tarihin bölgedeki müslümanların her daim Osmanlı Sultan’ına kalplerinin en derinlerinde bir yer açtığını gösterdiğini vurgulamıştır. Bu aidiyet duygusu, Sultanlığın çöküşünden ve bağımsızlığın kazanılmasından sonra bile müslümanlar arasında yaşamaya devam etmiştir.

Pakistan ve Türkiye arasındaki devletler arası ilişkiler istisnai bir sıcaklığın, karşılıklılığın ve birbirine güvenin hakim olduğu eşsiz bir emsal teşkil eder. Pakistan ve Türkiye arasındaki ilişkilere dair Sn. Furqan şöyle demiştir: “Azerbaycan ve Türkiye örneğini ele alırsanız, her ikisi de tek bir ulustan gelmedir ve aynı doğaya sahiplerdir, ancak yine de Pakistan ve Türkiye arasındaki

ilişkiler eşsizdir.” İki ulus arasındaki sevgi diğer ülkeleri kıskandırabilir. Hatta bazıları bunu bir aşk hikayesine benzetir, Sn. Cemal Demir’in söylediği gibi:

“hatta bunun tıpkı ünlü aşk masala Leyla ile Mecnun’a benzediğini söyleyebiliriz ...”

Bu kardeşçe bağlar ortak bir inanç ve tarih ve kültürel ve dile dayalı yakınlıklar ile beslenir. Pakistan’ın büyükelçisi olan Sn. Sohail Mahmood bu bağdan aşağıdaki sözlerle bahsetmiştir,

“Bence herkes Pakistan ve Türkiye’nin İslam dünyasının hayli yakın üyeleri olduğunu ve kendi bölgelerinde çok önemli bir rol oynadığının farkındadır, dolayısıyla ne kadar daha fazla işbirliğine giderlerse sadece kendi karşılıklı değerleri için değil ama aynı zamanda bölgesel barış, güvenlik ve refah için de iyi olur.”

Türkler yirminci yüzyılın başlangıcında Hindistan - Pakistan müslümanlarının kendilerine uzattıkları eli hatırlamaktadırlar ve dolayısıyla İngiliz Hindistan’ında yaşayan müslümanların desteğine duydukları şükranına bağlı olarak her daim Pakistan’ın varlığını sürdürmesine yardımcı olmuşlardır. Türklerin verdiği destek kendilerinin Birinci Dünya Savaşı’nda Arapların ihaneti olarak düşündükleri durum ile de bir başka boyut kazanmıştır.

Kültürel ve dini mirasla örtüşen bu önemli desteğe ek olarak, her iki ülke de bir çok bölgesel ve uluslararası gelişmede ortak bir vizyona sahiptirler. Her iki ulus Kaşmir ve Kıbrıs meselesi gibi ulusal davalarda karşılıklı destek verdikleri bir geleneğe sahiptir. Dr. Furqan’ın da vurguladığı gibi;

“Kaşmir veya diğer uluslararası meselelere bakıldığı zaman, Pakistan ve Türkiye her daim birbirlerinin bakış açılarını desteklemişlerdir.”

Türkiye geleneksel olarak Pakistan'ın Kaşmir konusundaki resmi pozisyonunu desteklemiştir, buna göre BM Güvenlik Konseyi kararının da belirttiği gibi Kaşmir'de BM gözetimi altında serbest ve adil bir plebisit gerçekleştirilmelidir. Türkler bütün oturumlarda Pakistan'ı desteklemiştir. Dr. Furqan:

“...Türk halkı Kaşmir meselesine gerçek bir duyarlılık göstermektedir. Türkiye Pakistan'ın bu kadar açık destekleyen tek ülkedir. Diğer müslüman ülkeler de desteklerini sunmakta, ancak bunu Türkiye kadar yapmamaktadırlar.”

Benzer şekilde, Pakistan'da Kıbrıs konusunda hep Türkiye'nin yanında olmuştur. Görüşme yapılan kişilere göre Pakistan her daim Türkiye'nin Kıbrıs konusundaki pozisyonunun arkasında olmuştur. Hiç bir ülke yanında yer almazken dahi Pakistan Türkiye'yi desteklemiştir. Bu Türk halkının neden halen Pakistan'ı sevdiğinin ve Pakistan uyruklulara saygı gösterdiğinin bir nedenidir. Dr. Furqan'ın da belirttiği gibi,

“Buraya göç ettiğimiz zaman, taksi şoförleri bile Pakistan'lılardan para almayı reddederdi, zira Pakistan Kıbrıs meselesinde onlara destek vermişti.”

Hem Türkiye, hem de Pakistan kültürel bir miras paylaşmaktadır. Bu iki ülke söz konusu geleneksel bağları güçlendirmek ve yaygınlaştırmak arzusundaydı. Yıllar boyunca kültürel alışveriş hep arttı. Siyasi sınırların

içerisinde kalmayan kültür, uluslar arasında iyi niyet ve anlayışın en güçlü destekçisidir ve ortak bir kültürel mirası paylaşmak Türkiye ve Pakistan arasındaki ilişkilere daha derin bir anlam katmaktadır. Burada dil önemli bir rol oynamaktadır. Türkçe, üniversiteler de dahil olmak üzere Pakistan'ın farklı kurumlarında öğretilmektedir. Son yıllarda Yunus Emre Enstitüsü Pakistan'ın iki önemli şehrinde açılmıştır. Benzer şekilde, Urdu dili Türkiye'deki üniversitelerde uzun zamandır okutulmaktadır. 2015'de Urdu dilinin Türkiye'deki 100. yılı kutlanmıştır. Dr. Halil Tokar bu konudaki görüşlerini şöyle açıklamıştır:

“Türk öğrenciler sadece uluslar arasındaki bu bağ ve sevgi nedeniyle söz konusu dili öğrenmektedirler. Türk hükümeti okullarda da Urdu dilini seçmeli olarak okutmaya başlamıştır.”

Her ne kadar her alanda uzlaşmaya gitseler de Pakistan ve Türkiye'nin yapması gereken daha çok şey vardır. Siyasi ve stratejik alanların yanı sıra bu iki ülke kültürel ve iktisadi alanda işbirliğini arttırmalıdır. Sn. Celal Demir'in vurguladığı gibi:

“Pakistan ve Türkiye ilişkilerinin olması gereken yerde olduğunu düşünmüyorum.”

Güvenlik sorunlarından dolayı Pakistan uzun yıllardır olumsuz bir yargı altındaydı. 9/11'den sonra Pakistan bir çok olumlu yönüne rağmen bir imaj sorunu yaşıyordu. Bu kısmen Pakistan'ın yumuşak güç oluşturma ve ulusun imajını parlatma meselelerine çok az önem vermesinden kaynaklanıyordu. Zengin tarihi ve kültürel mirasına rağmen, Pakistan dünyanın dikkatini çekememişti. Pakistan hakkındaki olumsuz yargıları kırmanın yolu yumuşak güçten geçmektedir. Bir ülke diğer devletlerin takdir ettiği ve taklit etmek istediği değerlere sahip olduğu

zaman çekici hale gelir. Bu mesele konusunda acil ihtiyaç duyan Pakistan Dışişleri Bakanlığı devlet politikalarını yansıtmak, pozitif bir imaj inşa etmek ve Pakistan içinde ve dışında dış politika kararlarının daha iyi anlaşılmasını sağlamak için çok sayıda hükümet ve hükümet dışı grupla olan iletişimini arttırmak adına bir Kamu Diplomasisi bölümü kurdu (MOFA Pakistan, 2017).

Kendi resmi internet sitesinde yer aldığı kadarıyla Pakistan kamu diplomasisinin amaçları Pakistan'ın zengin, çeşitli, açık ve hoşgörülü kültürünü tanıtmak, Pakistan ekonomisini girişimler ve yenilikler kaynağı olarak yansıtmak, Pakistan'ın imajını bir demokrasi ve barış ve istikrar destekçisi olarak göstermek, karar alıcılar ve fikir önderleri ile ilişkiler kurmak, önemli meselelerde ulusal politikaları desteklemek için etkili iletişim kurmak ve bu amaçlar doğrultusunda modern teknoloji ve iletişim ağlarını kullanmak olarak belirtilmektedir (MOFA Pakistan, 2017).

Pakistan'da kamu diplomasisi faaliyeti henüz çok yenidir ve bu alanda çok daha fazla gelişme gösterilmesi gerekir. Ancak kardeşçe bağı olan Türkiye gibi ülkelerde kendi politikalarını ve pozitif imajını tanıtmak çok daha kolaydır. Türkiye'de Pakistan'ın kamu diplomasisi amaçları sadece hükümet düzeyinde değil, sıradan insanlar arasında da kardeşçe ilişkileri kuvvetlendirmektir. Türkiye'deki Pakistan Büyükelçisi Sn. Sohail Mahmood'a göre,

“Biz bütün alanlarda bu ilişkiyi zenginleştirmek için liderliğimizin sadece her iki ülkenin genel kamuoyu tarafından değil, ancak bu süreci destekleyen çıkar sahipleri arasında da aynı şekilde iyi bilinmesi için çaba sarf etmekteyiz.”

Dünyadaki diğer ülkelerin aksine, Türkler Pakistan'a olumlu bir şekilde bakmakta ve hakkında iyi şeyler düşünmektedirler. Ancak bazen, terör olayları veya diğer siyasi olaylar vuku bulduğu zaman, insanlarda şüpheler oluşmaktadır. Uluslararası medya sadece olayların olumsuz yanını sunduğu için, Türkiye'deki Pakistan Büyükelçiliği olumlu yönlerin altını çizmeye çalışmakta ve genel kamuoyunun iki ülke arasındaki güçlü iktisadi ve kültürel bağların farkına varmasını istemektedir. Büyükelçinin belirttiği gibi:

“Genelde siyasi olaylar daha fazla yer tutmaktadır, bu anlamda bizim çabamız ilişkimizin zamanla daha da güçlenen iktisadi ve yatırım ile ilgili boyutlarına ve eğitim, kültür alanlarındaki değişim ve temas ve halklar arasındaki iletişime de dikkat çekmek yönündedir.”

İnsanların Pakistan hakkında daha olumlu bir imaja sahip olmaları ve Pakistan'ı kardeş ülke olarak görmelerini sağlamak için bu iki ülkenin işbirliğinin altını çizmek önemlidir. Bu, Pakistan büyükelçisinin kamu diplomasisinin Türkiye'deki insanlar arasında Pakistan'a dair farkındalık yaratmak için vaatkar olması ve kardeşçe ilişkiler geliştirmek için çaba sarf etmesi gerektiği görüşünün altında yatan nedendir.

“Eğitim veya kültürle ilgili herhangi bir etkinliğin altını çizdiğiniz zaman, bu kamuoyunun farkındalığını artırır ve ilgili alanlarda daha fazla işbirliği için yeni kanallar açar.”

Pakistan elçiliği genel kamuoyunun ilgisini çeken örneğin sanat ve kültürel benzerlikler gibi karşılıklı ilişkilerin farklı yönlerine dikkat çekmek için ciddi

aba içerisinde. Elçilik Pakistan’ın kamu diplomasisi amaçlarına ulaşmakta çok yardımcı olabilecek sanat camiasıyla ilişki kurmaya uğraşmaktadır.

“...açık bir tercihin ürünü olan siyasi ve iktisadi faaliyetlerin altını çizmenin yanı sıra, sanat ve gelenekteki benzerliklerimizi sergilemeye ve sanat camiasını ve diğer ilgili birimlerin dikkatini çekmeye çabalıyoruz.”

Türkiye’nin dışışleri bakanlığı internet sayfasına göre, kamu diplomasisi Ofisi’nin esas amacı Türkiye’nin uluslararası alanda tanıtımını yapmak ve tanınırlığını arttırmak için kamu kurumları ve STK’lar arasında, işbirliğini arttırmaktır. Bu amaçları özetlerken kullanılan bir satır şu şekildedir:

“Hikayenizi doğru bir şekilde diğer tarafa aktarmak”

Türk kamu diplomasisi Türkiye’nin yeni “hikayesini” etkili ve kapsamlı bir şekilde dünyaya faaliyetidir. Türk dış politikasının derinliği bu arka planın stratejik bir değere çevrilmesiyle doğrudan orantılıdır. Yeni Türk kamu diplomasisinin görevi, yeni Türkiye’nin hikayesini küresel çapta geniş bir dinleyici kitlesine aktarmaktır. Türkiye eski korkularından sıyrılıp, kendisi için yeni bir kimlik inşa etmeye bařladıķa, ülkeyi dönüştüren değişim süreci Türkiye’nin iç ve dış siyasetinde derin bir etkide bulunacaktır.

Türkiye’nin Pakistan gibi bir ülkede kendi imajını kurmak için çok çaba harcamasına gerek yoktur, zira Pakistan halkı Türkiye halkına zaten derin bir sevgi duymaktadır. Gerekli olan bu insanları birbirine daha çok yaklaştırmaktır. Sn. Celal Demir’in Pakistan’da Türk kamu diplomasisi hakkında söylediği gibi:

“sadece hükümetler arasında değil her iki ülke halkı arasında da ilişkileri güçlendirmeyi amaçlamaktayız.”

Bu konuda Dr. Halil Tokar şöyle demektedir,

“Kamu diplomasisi farklı iki ulustan insanları aynı platformda bir araya getirmekte çok önemli bir faktördür ve bu, kamu diplomasisinin temel amacıdır.”

Halkları ortak bir platforma taşımak için yapılması gereken hala çok iş vardır. Örnek olarak, konferanslar, öğrenciler ve akademisyenler için eğitimle ilgili değişim programları düzenlenebilir, öğrencilere ve araştırmacılara burs sağlanabilir, dil öğrenimi için kurslar açılabilir. TİKA, YTB, Yunus Emre Enstitüsü, Türk Kızılayı ve diğer bir çok hükümet kurumu Pakistan’da bu alanlarda faaliyet yürütmektedir. Dr. Halil Tokar’a göre:

“Bu gibi etkinlikler sadece halkları bir araya getirmekle kalmaz, aynı zamanda ülkelerin ilişkilerini de güçlendirir.”

ve Sn. Cemal Demir’e göre:

“Karşılıklı projeler, diyaloglar, seminerler, konferanslar, araştırma ve kalkınma hamleleri, tanıtım ikili ilişkileri ve görüşmeleri geliştirir.”

İleride değinileceği üzere bir çok özel kurum da bu alanda çalışmaktadır. Ancak halklar arasındaki ilişkiler açısından kültürel bağlar önemlidir ve kültürlerin tanıtımı amaçlı etkinlikler bu kurumlar tarafından düzenlenmektedir. Sn. Cemal Demir’e göre elçilikler tek başına yeterli değildir. Aynı zamanda kişisel düzeyde sürdürülen ilişkiler de bağları güçlendirmede önemli bir rol oynar. Dr. Halik Tokar’a göre:

“Ben Pakistan ulusuna bağlıyım ve byleyi Őeylerin özellikle aynı kültürel bağları paylaŐtıđımız zaman önemli olduğunu düŐünüyorum.”

Soru 2: İki ülkenin birbirleriyle ilintili kamu diplomasisi faaliyetleri nelerdir?

Görüşme yapılan kişilerden kamu diplomasisini geliştirmek için yapılan bazı faaliyetleri aydınlatmaları istenmiŐtir. Bu kişilere göre, Pakistan ve Türkiye bu hususta eğitimle ilgili değişimler, medya ilişkileri, iktisat ve ticaret, dil ve kültürün diğer alanlarında faaliyet yürütmektedir. Bir çok seminer ve çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir. Güney Asya Stratejik Araştırması için bir Türk rgt olan GASAM da ilgili faaliyetlerde bulunmaktadır. Kurucu yesi Sn. Cemal Demir’in de belirttiği gibi:

“GASAM Güney Doğu lkeleri üzerine çalışmaktadır ve GASAM’ın Başkanı olarak ben birçok etkinlik düzenledim. rnek olarak Kaşmir, Pakistan ve FET zerine bir diyalog tertip edildi, buraya her iki ülkeden de bir çok strateji uzmanı ve araştırmacı katıldı ve ortak bir sonuca vardılar. Bu sonrasında yayınlandı ve bir çok platformda paylaŐıldı.”

Demir bu insanların özellikle eğitim alanında çalıŐtıđını ve her iki taraftan da insanları bilgilendirdiğini söylemektedir:

“alıŐtıđımız alanlar akademi, iktisat, ticaret ve medyayı içermektedir. Esas olarak her iki halkın da zamanın

ihtiyaçlarını anlaması için diyalog üzerine çalışmaktayız.”

İlişkileri geliştirmek için kamu diplomasisinin öğelerinden birisi hükümet düzeyinde gerçekleşen öğrenci değişimleri veya kendi kaynaklarıyla öğrenimini sürdüren öğrencilerdir. Benzer şekilde, Pakistan ve Türkiye aynı zamanda hükümetlerin sunduğu değişim programları ve burslarına sahiptir veya bunlar kendi kendilerini finanse etmektedirler. Ancak her iki ülkenin de çok daha fazla potansiyeli olmasına karşın, öğrenci sayısı halen çok azdır. Sn. Cemal Demir'in belirttiği üzere:

“Pakistanlı birçok öğrenci ya burs alarak, ya da kendi kaynaklarıyla Türkiye’de eğitim görmektedirler. Bununla karşılaştırıldığında Pakistan’daki Türk öğrenci sayısı azdır. Örnek olarak, ben bir Pakistan üniversitesinden mezun oldum ve o tarihten sonra bu üniversitelerin Avrupa ve Amerika’daki muadilleri ile aynı standartlara sahip olduğu göz önüne alındığında öğrenci sayısı halen düşüktür.”

Eğitimle ilgili değişimler dışında, medya da ilişkiyi kuvvetlendirmek konusunda önemli bir rol oynamaktadır. GASAM bu konuda da faaliyet yürütmektedir.

“GASAM’ın bir parçası olarak, her iki ülkenin medya ilişkilerini kuvvetlendirmek için uğraşmaktayız, zira medya kamu diplomasisinde önemli bir rol oynamaktadır.”

Benzer şekilde, uzun yıllardır TRT için çalışan Sn. Furqan Hameed deneyimini şu sözlerle paylaşmaktadır:

“Diplomasi alanında coğrafya bölümünden öğrencilerin de dahil olduğu TRT işbirliği ile ‘Bahar-e-Pakistan’ adlı bir programı ilk kez gerçekleştirdiğimde, moda gösterileri düzenlendi ve Pakistanlı bir oğlanın bir Türk kıza aşık olduğunu ve her şeyi geride bırakıp Türkiye’ye taşındığını anlatan bir müzikal oynandı. Bundan sonra, Pakistanlı öğrencilerle birlikte Ankara’da kültürel bir program gerçekleştirdik ve öğrenciler de üniversitelerde oyunlar ve programlar düzenlediler.”

Bu anlamda medya iki halkı yakınlaştırmak konusunda faydalı bir işlev olarak görülmektedir. Türk dizilerinin dublajları yapılmakta ve bunlar Pakistan’da geniş bir kalabalığa hitap etmektedirler. Benzer şekilde Pakistan yapımı diziler Türkçeye çevrilmekte ve izlemek isteyenler bunlara internetten erişebilmektedir. Bunun yanı sıra, söz konusu diziler bazı televizyon kanallarında yayınlanmaktadır. Lakin, bu alanda yapılacak çok şey olmasına rağmen, çalışmalar halen sınırlıdır.

Benzer şekilde, dil yabancı topraklarda bir kültürün tanıtılmasında diğer bir etkidir. Urdu ve Türk dilleri her iki ülkenin üniversitelerinde uzun zamandır öğretilmektedir. Elçilikler kendi dillerini yaymak için çalışmaktadır. Yunus Emre Enstitüsü gibi dil merkezleri bu anlamda önemli bir rol yerine getirmektedir. Dr. Halil Tokar’a göre:

“...2015’de İstanbul Üniversitesi’nde Urdu dilinin 100 yılını kutladık. Ancak daha fazla faaliyet düzenlemek yönünde acil bir ihtiyaç vardır. Genelde sınırlı da olsa, bu işlerle Pakistan elçiliği ve konsolosluk

uğraşmaktadır. Ayrıca Pakistan’da Yunus Emre Enstitüsü’nün açılması da ilişkileri hızlandıracaktır.”

2015’de Türkiye’de Urdu dilinin 100 yılı doldu ve diğer Türk enstitüleri ile birlikte bir çok etkinlik düzenlendi. Pakistan Büyükelçisi Sn. Sohail Mahmood’un belirttiği üzere:

“İstanbul Üniversitesi Urdu dilinin öğretildiği ilk Türk kurumudur. Urdu dili ve edebiyatı araştırmacılarının katıldığı ve tebliğ sunduğu uluslararası bir konferans düzenledik. Yıldönümünü kutladık ve insanlar bizim sadece dilsel bir yakınlık değil, aynı zamanda Urdu dilinin Türkiye’de engin bir tarihi olduğu yönünde genelde bilinmeyen bir gerçeği öğrendiler. Bu, Türklerin kalbinde Pakistanlılara yönelik sevgiyi çoğalttı.”

Pakistan hükümeti aynı zamanda Urdu dilinin Türkiye’deki 100. yılı için özel pullar bastı. Bunların amacı Türkiye’deki kamuoyunda farkındalığı arttırmaktı. Pakistan büyükelçisinin sözleriyle:

“Pakistan hükümeti bu etkinlik için özel pullar çıkardı ve bunlardan 500.000 adet bastı. Bunu görenler Pakistan ve Türkiye arasındaki ilişkilerin yeni yönelimlerini tahmin edebilirler.”

Dahası sanatla ilgili başka kültürel faaliyetler de düzenlenmektedir. Örnek olarak, Chughtai Sanat Ödülü, Chinar Genç Yazarlar Ödülü Pakistan Büyükelçiliği tarafından Türk öğrencilere verilmektedir. Pakistan Büyükelçisi’nin sözleriyle:

“...sanatla ilgili devam eden etkinliklerimiz var. Chughtai Sanat Ödülü veriyoruz ve bu esasında Türkiye’deki yüksek okul öğrencilerine verilmektedir. Kendilerine Pakistan ve Türkiye arasındaki kültürel işbirliği ile ilgili bir tema önerilmektedir. Öğrenciler kendi sanat eserlerini hazırlarlar ve bunları yarışmada sunarlar. İlk üç kişiye ödül verilir. Bugüne kadar çok heyecan dolu eserlerle karşılaştık. Bir diğer girişimimiz Türkiye’de Eğitim Bakanlığı ile işbirliği halinde düzenlediğimiz Chinar Genç Yazarlar Ödülü’dür. Yüksek okul öğrencilerinin yaklaşık bin kelimelik bir metinle bu ödüle katılması beklenmektedir. Başvurmak isteyenlere Pakistan ve Türkiye arasındaki ilişkiler hakkında bir konu verilmektedir. Öğrenciler araştırmalarını yaparlar ve makalelerini yazarlar. Sonrasında bir jüri bunları değerlendirir. Geçtiğimiz yıl ödülü kazananlara ödülleri Eğitim Bakanı verdi.”

Büyükelçi’ye göre yüzyıllar boyunca gelişen ve her bir kuşakla birlikte kuvvetlenen bu şanlı ilişki tarihini gelecek kuşaklara da taşımak için çaba sarf edilmelidir. Bu faaliyetlerin bir çoğu Türkiye’de gençleri ilgilendirmektedir ve onlar da bu mesajı almakta ve süreçlere katılmaktadır. Pakistan büyükelçiliği sadece kendi başına etkinlik düzenlemekle kalmaz, aynı zamanda daha fazla faaliyette bulunmak için Türkiye’deki kurumlarla işbirliğine gider. Farklı üniversitelerde öğrenim gören Pakistanlı öğrenciler de bu faaliyetlerin düzenlenmesine katılırlar. Pakistan büyükelçisi Sn. Sohail Mahmood’un bahsettiği gibi:

“Bundan başka Ankara’deki bazı ilçelerle yakın işbirliği içerisindeyiz. Pakistan kültürünün tanıtıldığı kültürel geceleri düzenli olarak gerçekleştirmekteyiz ve bu çabamıza Türkiye’de öğrenim gören Pakistanlı öğrencileri de dahil etmekteyiz. Öğrenciler, moda gösterilerinden, müziğe ve Pakistan kültürünün diğer yönlerine kadar bu çabaya muhteşem katkı vermekteler, çok ciddi hazırlıklar yapmakta ve çağrıldıkları her zaman izleyicilerin derin takdirini kazanan programlar gerçekleştirmektedirler.”

Pakistanlı öğrenci topluluğunun kendisi de kamu diplomasisi programı kadar bu mesajın yayılmasında büyükelçiliğin kullanabileceği önemli bir kaynaktır. Dolayısıyla büyükelçiliğin yanında, insanlar da kendi kültürlerini tanıtmak için çaba göstermektedirler. Büyükelçi’nin belirttiği üzere yiyecek ve kıyafet gibi kültürün diğer öğeleri de sergilenmektedir:

“Andrography Sergileri, Mango Partileri, çeşitli yiyeceklerin sunulduğu yiyecek festivalleri gibi başka örnekler de mevcuttur ve bunlar Pakistan ve Türkiye arasındaki benzerlikleri göstermektedir.”

Ancak daha yapılması gereken çok iş vardır. Her iki ülkede potansiyeline ulaşamamıştır. Sn. Cemal Demir’e göre:

Aslında GASAM bu ihtiyaçları karşılamak için 2001’de kuruldu, zira sektörde büyük bir boşluk vardı. İki ülkeyi yakınlaştırmak konusunda kamusal gösterilerin rolü çok

büyüktür. Biz sektörde daha çok seminer, sempozyum, akademik etkinlik düzenlemeyi planlıyoruz.

Aynı şekilde, Dr. Halil Tokar da benzer bir görüşteydi:

“Şu an farklı üniversitelerde öğrenim gören sadece bazı öğrenciler çeşitli etkinlikler gerçekleştirmektedir, ancak daha fazlasını yapmak yönünde acil ihtiyaç bulunmaktadır.”

İki ülkenin arasındaki bağlar kuvvetli olmasına rağmen, kamu diplomasiyi zayıftır. Sn. Furkan’a göre:

“... aramızda güçlü bir bağ var, ancak kamu diplomamız eksik. Kültürel ilişkilerimiz o kadar güçlü değil. Bana göre, biraz zayıf ve kamu diplomasi konusunda daha çok şey yapmamız gerekiyor. Elçilik girişimlerde bulunmalı ve Türkiye’de daha fazla kültürel program düzenlemelidir, zira kişisel düzeyde öğrenciler için maddi kaynak bulmak zor olmaktadır. Örnek olarak Kültür Bakanlıkları gibi her iki ülkenin kültürel kanadı da önemli bir rol oynayabilir, ancak halen bir ölçüde sıkıntı vardır. Bu sorumluluğu çoğunlukla öğrenciler üstlenmekte ancak yerine getirmekte zorlanmaktadırlar. Yine de yılda en az bir kez kültürel programlar düzenleyebilmektedirler.”

Ancak, Sn. Furkan Pakistan’ın girişimlerini yeterli bulmaz. Görüşlerini şu sözlerle açıklamaktadır:

“Bir kaç gün önce, Pakistan okulu ve Ankara Üniversitesinde Pakistanlı şair ve yazarların katıldığı bir etkinlik düzenledi, ancak bu istenen seviyede olmadı. Geliştirmemiz gereken daha çok şey var. Bunu daha düzgün planlarla yapabiliriz.”

Bu anlamda görüşme yapılan kişilere göre çeşitli kamu ve özel kurumlar faaliyet yürütülmekte ancak bunlar daha fazla dikkat ve planlama gerektirmektedir.

Soru 3: Kamu diplomasisinin amaçlarına ulaşılmasında ne gibi engeller mevcuttur?

Üçüncü araştırma sorusu kamu diplomasisinin amaçlarına ulaşmakta karşılaşılan engeller ile ilgilidir ve görüşme yapılan neredeyse herkes Pakistan ve Türkiye arasındaki kamu diplomasisinin çok etkili olmadığını ve bu uğurda daha fazla çaba harcanması gerektiğini belirtmişlerdir. Sn. Cemal Demir’in belirttiği üzere:

“Bana göre ilişkiler istenen seviyede değildir. Arada iletişim devam etmekle birlikte somut sonuçlar üretmemektedir.”

Benzer şekilde, hepsi de kamu diplomasisi alanındaki bu eksikliğin esas sebebi olarak finansal sorunları göstermektedir. Pakistan büyükelçisi Sn. Sohail Mahmood’a göre:

“Kanımca bize güçlük çıkartan zaman ve kaynak sıkıntısı her daim yaşanmaktadır, ancak bu gibi etkinliklere herkesin kucak açtığı Türkiye’de olduğumuz için şanslıyız.”

ve Dr. Halil Tokar şöyle söylemektedir:

“Süreç çok yavaş ilerlemektedir ve çok sınırlı bir bütçeyle maluldür. Bütçe arttırılmalı, sorumluluk duygusu geliştirilmelidir.”

Sn. Furqan finansal kısıtların esas sorun olduğuna katılmaktadır. Eskiden İstanbul’da daha sık moda gösterilerinin, kitap etkinliklerinin ve bu gibi başka programların düzenlendiğini ancak zaman geçtikçe bunlarda bir azalma olduğunu ifade etmiş ve sözlerine şöyle devam etmiştir:

“...finansal sorunlarla karşı karşıyayız. Bu programların gerçekleştirilmesindeki sıkıntı buradan kaynaklanmaktadır.”

Dahası Sn. Furqan düzgün bir planlamanın ve sorumluluk devrinin olmayışını genel sebeplerden saymakta ve şöyle söylemektedir:

“Ortada düzgün bir planlama yoktur. Kimin kültürü tanıtacağı ve programları düzenleyeceği hiç kimse sorumluluk almamaktadır.”

Sn. Cemal Demir de STK ve özel sektörün bu konuda kamu sektörü ile çalışması halinde, daha fazla işin iki kültürü ve halkı birbirine yakınlaştırabileceğini belirtmektedir. Örnek olarak, diğer taraftan bir ortak veya işbirlikçi bulmak zor değildir, zira her iki taraf da bu gibi faaliyetlerin tanıtılmasında isteklidir. Pakistan Büyükelçisi’nin belirttiği gibi:

“Yaklaştığımız her kurum işbirliği yapmaya heveslidir. Örnek olarak, Fotoğraf Sergisi’nden bahsedecek olursak, meşhur Yunus Emre Enstitüsü bu sergiyi organize etmekte bize el vermiş ve sergi Ankara’nın en önemli

sanat galerilerinden birinde gerçekleştirilmiş ve yüksek bir beğeni toplamıştır. Benzer şekilde bir çok etkinliğe dair, Türk tarafından planların ve faaliyetlerin tam anlamıyla yürütülmesinde yardımcı olan ortaklar bulmaktayız.”

Soru 4: İki ülke arasındaki kamu diplomasisini geliştirmek için ne gibi adımlar atılmalıdır?

Birinci kısım için son araştırma sorusu ilişkileri kuvvetlendirmek ve kamu diplomasisini yaygınlaştırmak için atılacak bazı adımlar ile ilgilidir. Pakistan büyükelçisine göre, medya bu güçlü ilişkiyi ve bunu da daha da pekiştirmek için yapılan faaliyetleri yaymak konusunda önemli bir role sahiptir. Elçiye göre:

“Pakistan ve Türkiye arasındaki ilişkilerde meydana gelen olumlu gelişmeleri yansıtmak amacındaki bütün girişimlerin yazılı, elektronik ve sosyal medya olmak üzere her alanda altı çizilmelidir.”

Medyanın sadece ilişkileri yaygınlaştırmak hususunda değil, ülkelerin birbirleri hakkındaki yanlış algılarını düzeltmek yönünde de bir potansiyeli vardır. Başka bir medya kanalından alınan bilgi manipüle edilebilir ve yanlış anlamalar ortaya çıkabilir. Bu Sn. Sohail Mahmood’un her iki ülkenin kamu ve özel medya kurumlarının arasındaki işbirliğinin meydana gelen olayların doğru bir şekilde yansıtılması yönünde gerçekleştirilmesi gerektiği fikrinin altında yatan nedendir.

“Çoğunlukla bilginin batı medyasından geldiğine şahit olmaktayız. Her bir ülkenin imajının tamamen kendi uzmanları veya sözcüleri aracılığıyla yansıtıldığından

emin olmak bizim sorumluluğumuzdur. Benzer şekilde ortak araştırma projeleri kamu ve özel medya arasında daha fazla işbirliğine yol açabilir ve bu bağlamda söz konusu işbirliği çok yararlı olacaktır.”

Geleneksel medyanın haricinde, sosyal medya da iki ülkenin kamu diplomasisi amaçlarını yerine getirmede büyük öneme sahiptir. Sosyal medya aracılığıyla, en sıradan insan bile bir ülkenin veya kültürünün temsilciliğini yapabilir ve bunu yayabilir. Özellikle gençlik bu hususta önemli bir rol oynamaktadır. Sn. Sohail Mahmood bu gibi görüşleri aşağıdaki şekilde ifade etmektedir:

“Sosyal medya artık mesajları yaygınlaştırmayı çok kolay bir hale getirdi ve gençlik buna çok hızlı adapte oldu. Sosyal medya kullanan öğrenciler mesajları kitlelere taşıyabilir.”

Sn. Furqan Hameed de sosyal medyanın bu bağlamda çok faydalı olabileceği konusunda aynı görüşteydi. Sosyal medya insanları bir araya getirme ve plan yapma gücüne sahip olduğu için, bu olanağı kullanan insanlar elçiliklerin çabalarına önemli bir katkı sağlayabilecek şekilde kültürle ilgili bir çok etkinlikler düzenleyebilir. Furqan’a göre:

“Facebook veya Whatsapp gibi sosyal medyada öğrenciler için bir çok ortak platform olmalıdır. Sosyal medya Türkiye’de yaşayan Pakistan toplumunu bir araya getirmekte hayli faydalı olabilir.”

Medyanın haricinde, bu gibi faaliyetlerin yaygınlaştırılmasında esas rolü öğrenciler veya sanat çevreleri oynar. Dolayısıyla burslar ve değişim programları

teşvik edilmelidir. Türkiye’de Pakistanlı öğrenci sayısı artmaktadır ve Pakistan’da öğrenim gören Türk öğrencilerin sayısının da artacağı ve öğrenci/akademisyen değişimlerinin düzenli bir şekilde gerçekleştirileceği umulmaktadır. Gençlik değişim ve sanatçı değişim programları çok önemlidir. Büyükelçi bu konuda şunları söylemiştir:

“Belirttiğim gibi, sanat çevreleri arasında daha büyük değişim programları çok faydalı olabilir. Her iki ülkeden de gençliği buraya dahil etmeliyiz, zira, ben, öğrencilerin, genç profesyonellerin, genç siyasi figürlerin çok önemli olduğunu ve bunların yoğun etkileşimi ve değişimlerinin bu süreçte çok faydalı olduğuna inanıyorum.”

Öğrenciler bir ülkeden diğer ülkeye gittiklerinde, kamu diplomasisini yaymakta büyük fayda sağlayabilirler. Kültürü yakından öğrendikleri ve aynı zamanda sanatçılardan daha uzun süreler kaldıkları için, kendi kültürlerini de yayma fırsatı bulurlar. Dolayısıyla, her iki taraf için de faydalıdırlar. Bu anlamda, Sn. Furqan kendi fikirlerini şöyle açıklamıştır:

“Pakistanlı öğrenciler kendi derneklerini kurabilirler. Örnek olarak, Ankara Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi gibi üniversitelerde dernekler kurulabilir ve öğrenciler her iki ülkede kendi kültürlerini yaymakta çok önemli bir rol oynayabilir, zira bunlar tıpkı Pakistan ve Türkiye büyükelçileri gibidir ve kendi hizmetlerini sunabilirler.”

Kültürün yaygınlaştırılması adına, film gösterileri veya ortak müzik konserleri gibi etkinlikler düzenlemek görüşme yapılan kimselerin söylediği gibi çok faydalı olabilir. Dilin yaygınlaştırılması için, kurumlardaki eğitimler yoğunlaştırılmalıdır. Aynı zamanda her iki dilde de zenginlik arz eden edebiyat eserlerinden çeviriler yapılabilir. Türkiye Pakistan’da Türk dilinin yaygınlaştırılması için yakın tarihte Yunus Emre Enstitüsü’nü kurdu. Pakistan’ın da ülkenin ulusal dili olan Urdu dilini yaygınlaştırması için bu gibi kurumlar açması gerekmektedir. Dr. Halil Tokar’ın belirttiği üzere:

“Halkların arasındaki bağı güçlendirmek için Yunus Emre Enstitüsü konseptine dayanan bir kurum Pakistan Hükümeti tarafından Türkiye’de açılmalıdır.”

Benzer şekilde, Sn. Furqan bir diğer ülkede kültürü yaymak için büyükelçilikler nezdinde bir kültür bürosu açılmasını talep etmektedir. Kendisine göre:

“Kültür bürosu Pakistan ve Türkiye büyükelçiliklerinde kurulmalıdır. Bunlar çok önemli bir rol oynayabilir ama ortada halen böyle bir şey yoktur. Pakistan’ın Türk büyükelçiliği ve Ankara’nın Pakistan elçiliğinde, kültür büroları meydana getirilmelidir.”

Görüşme yapılan kimseler aynı zamanda iki ülke arasında daha sıkı ekonomik ilişkiler üzerinde durdular. Pakistan, Türkiye ve Afganistan arasında bir demiryolu sistemi iyi bir adım olarak düşünülmektedir. Lojistik, teknolojik, akademik, ve kültürel araştırmalar açısından Pakistan ve Türkiye arasındaki daha fazla işbirliğinin teşvik edilmesi önerilmektedir. Sn. Cemal Demir bu görüştedir:

“Türkiye ve Pakistan, Çin ve Pakistan arasında olduğu gibi aynı ticaret koridorunda faaliyet göstermelidir, zira Türkiye Avrupa’ya açılan kapıdır.”

Kendisi aynı zamanda herhangi bir alanda gelişme ve ilerlemenin diğer ülke ile paylaşılması gerektiğini düşünmektedir.

“Birbirlerinin büyümesine paylaşılarak yardım etmelidirler. Örnek olarak, eğer Pakistan bir şeyde iyiye, bunu Türkiye ile paylaşabilir ve bunun tersi de gerçekleşebilir.”

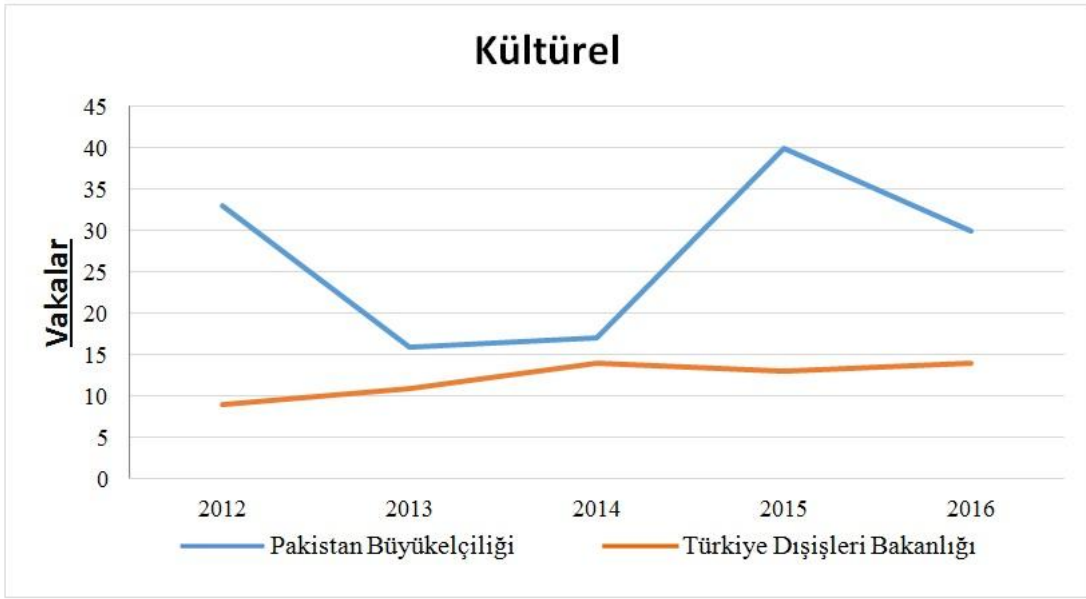
Sn. Demir aynı zamanda kamu diplomasisini güçlendirmek için konferansların ve toplantıların düzenlenmesiyle iki ülke arasında bu sürece her alandan insanın katılmasını önermiştir:

“Bu anlamda daha fazla sayıda seminer ve konferans düzenlenmesine ihtiyaç vardır. Aynı çıkarlar doğrultusunda kamu dernekleri oluşturulmalıdır. Daha fazla sayıda kamu temsilcisi olmalıdır. Sonuçta, ben Pakistan ve Türkiye’den bu soylu dava uğruna bütün halkı tek bir platformda bir araya getirecek güçlü bir birlik kurulmasını öneriyorum. Bunlar siyasetçiler, kamu temsilcileri, öğrenciler ve meselenin önemini kavramış her türden insan olabilir.”

Bu çalışmanın ikinci kısmı Türkiye ve Pakistan arasındaki kamu diplomasisi faaliyetlerinin eğilimleri ve gelişimi ile ilgilenmektedir. Tablo 3’de bahsedildiği üzere bu çalışmanın son iki araştırma sorusunun cevabı olarak 2012-

2016 arasıyla ilgili olarak iki ülkenin dışişleri bakanlığı tarafından sağlanmış verilerin içerik analizi gerçekleştirilmiştir.

Bakanlıklar tarafından sağlanan verilerin analizine göre, Türkiye'nin Pakistan'daki faaliyetleri ile karşılaştırıldığında Pakistan Türkiye'de kendi kültürünü yaymak için çok daha fazla faaliyet yürütmektedir. 2012 ila 2016 arasında, Pakistan elçiliği Türkiye'de gerçekleştirilen yaklaşık 136 kültürel faaliyetten bahsederken, Türkiye tarafından gelen rakam sadece 61'dir.

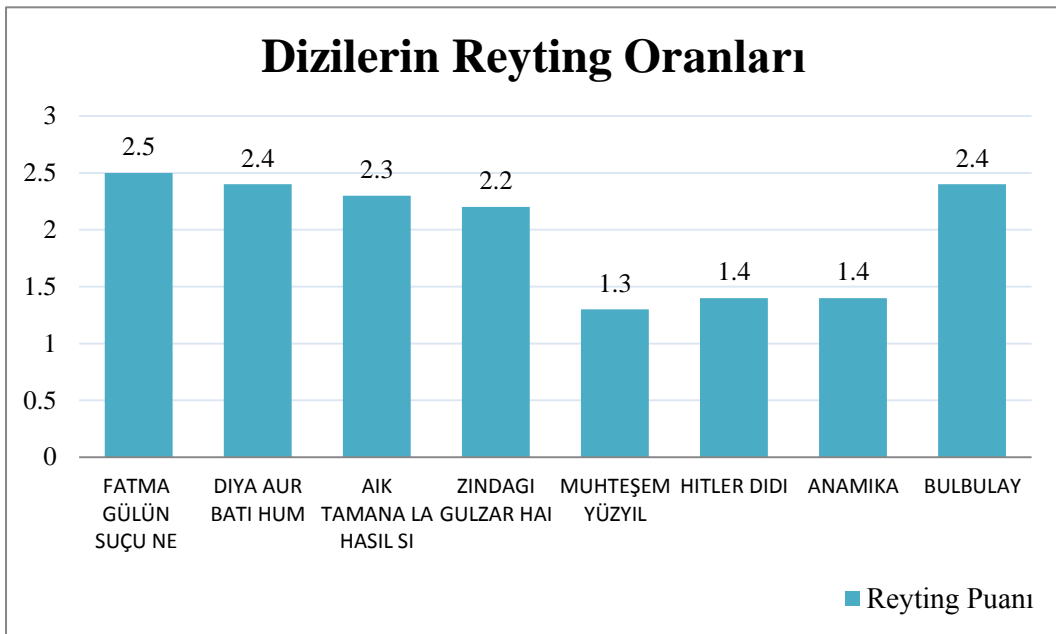


Şekil 6: 2012 ile 2016 arasında kültür kategorisinde Pakistan ve Türkiye elçiliklerinin tarafından yürütülen faaliyetler

Şekil 6, 2013 ve 2014'de Pakistan'ın en az sayıda faaliyeti yürüttüğünü göstermektedir, bu rakam yine de herhangi bir zaman zarfında Türk büyükelçiliğinin Pakistan'da düzenlediği faaliyet sayısından daha fazladır. Bununla birlikte bu yıllarda Pakistan'da Türk büyükelçiliğinin düzenlediği faaliyetlerde hafif bir artış gözlemlenmektedir. Ancak, Pakistan'ın istikrarsızlığı bir yılda 16 ila 33 arasında değişmektedir. Ortalama olarak Pakistan kültürel açıdan Türkiye'de bir yılda 27 faaliyet yürütürken, Türkiye sadece 12 faaliyet

düzenlemektedir. Bu etkinlikler Pakistan'ın geleneksel zanaatlarının ve yiyecek tezgahlarının sergilenmesini, edebiyat etkinliklerini, bayramlaşma, kültür gecelerini, Pakistan kültürü üzerine basılı ve elektronik makale ve belgeleri ve kültürel iş birliğinin teyidini içermektedir. Tablo Türklerin kendi kültürlerini yaygınlaştırmak ve Pakistan halkına kendilerini daha fazla yaklaştırmak için çok daha fazla çaba sarfetmeleri gerektiğini göstermiştir.

Yukarda belirtilen aktivitelerin dışında, Pakistanda yayınlanan Türk dizileri hakkında konuşmak da ayrıca önemlidir. Türk dizileri, kaliteli prodüksiyonları ve cazibeleri sebebiyle, Pakistan'daki dizi izleyicilerinin büyük kısmının favorisi olmuştur. Gallup araştırmasına göre, yaklaşık yüzde ön Pakistanli, son beş yılda en az bir kere bu dizileri izlemiştir (Gallup Pakistan 2016).



Şekil 7: 2013'te Pakistan'da En Çok İzlenen Diziler

Kaynak: Parhlo.com (2017)

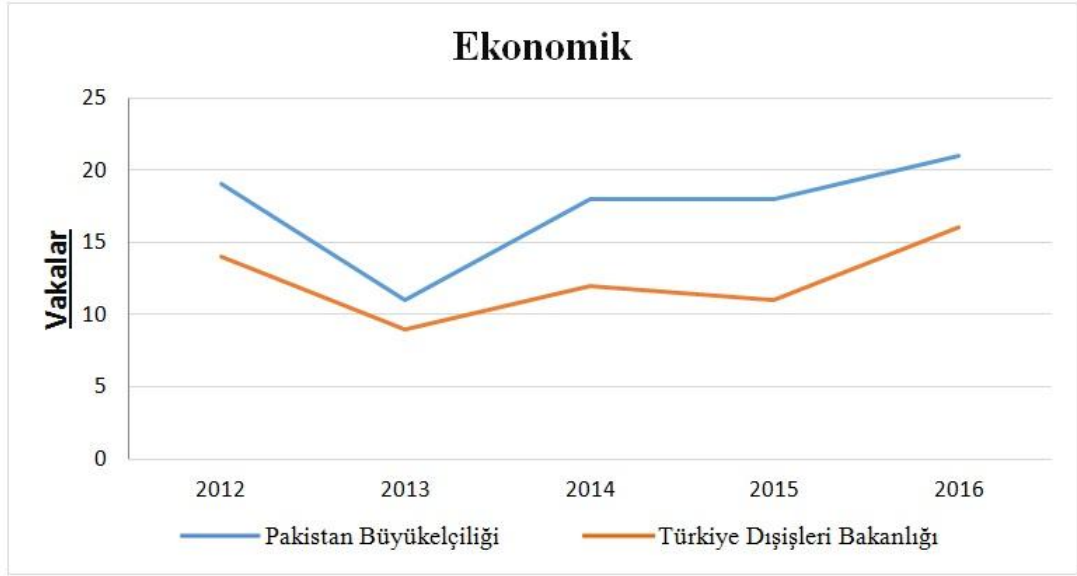
Şekil 7, 2013 yılında Pakistanda en çok izlenen televizyon dizileri gösterilmiştir ve “Fatma Gülün Suçu Ne” listede en çok izlenen dizi olmuştur. “Muhteşem Yüzyıl” dizisi de 8. sıradadır. Diğer popüler Türk diziler ise Ishq-e-Mamnoon (Aşk-ı Memnu), Minahil ve Khalil (Meneşke ile Halil) , Bewafai (Öyle Bir Geçer Zaman Ki), Noor (Gümüş), Fareeha (Adını Feriha Koydum), Mein Ayesha Gül (İlişki Durumu Evli), Muhabbat (Ezel), İntikam, Yeh hai Meri Kahani (Son), Asi, Meera Pyar Meenay (Bir Çocuk Sevdim), Junoon Tere Pyar Ka (Lale Devri)’dır ve daha fazlası tüm kanallarda en çok izlenen saatlerde yer almaktadır.



Şekil 8: Pakistan'da En Popüler Türk Dizileri

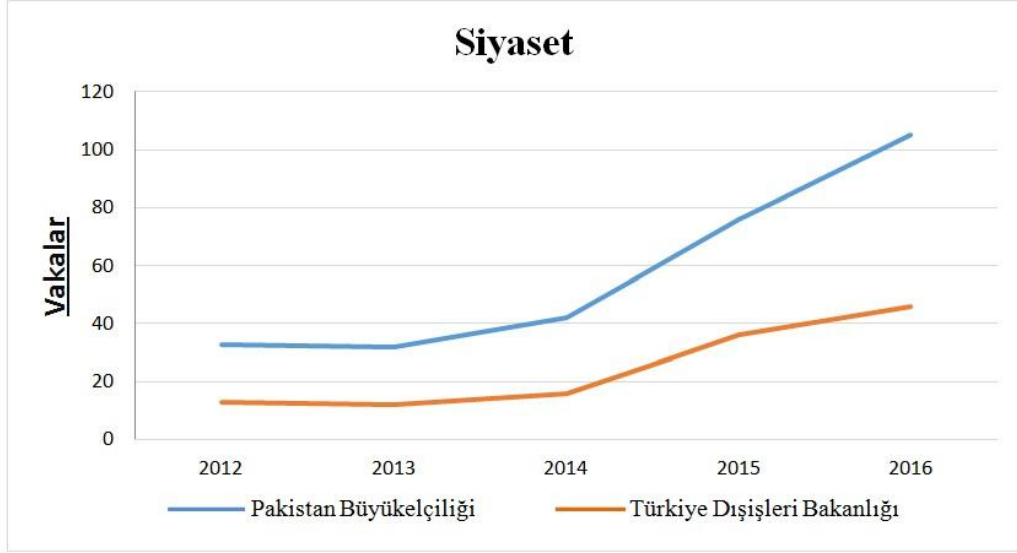
Kaynak: Parhlo.com (2017)

En popüler dört Türk dizileri Fatima Gül, Fariha, Manahil or Khalil ve Mera Sultan'dır ve gorselleri Şekil 8'de gösterilmiştir. Türk dizileri, halkın her grubu tarafından sevilmeğe ve Pakistan halkı üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Türk dizilerinin, Türk kültürünü Pakistan halkına aktarması için önemli bir rolü vardır.



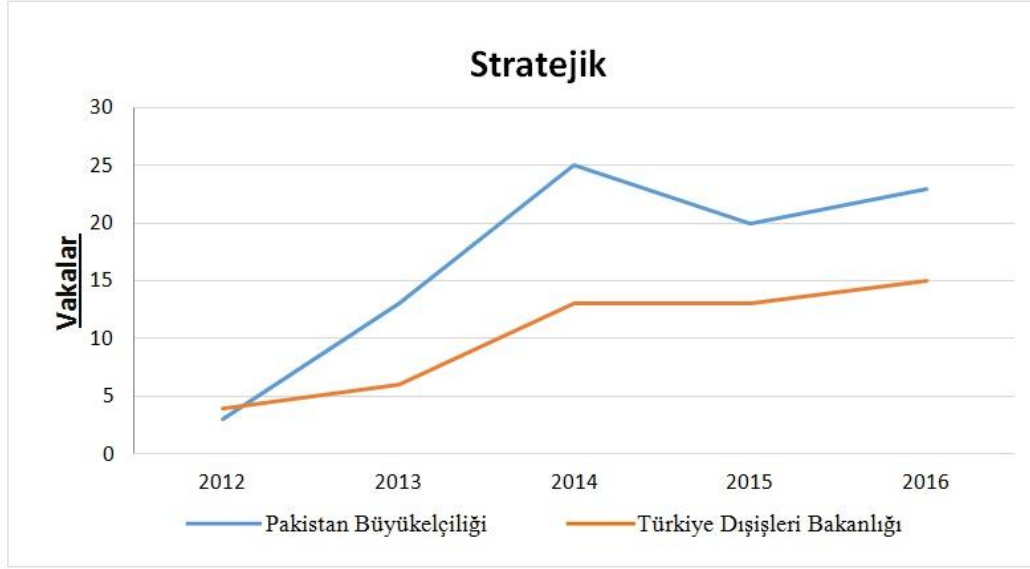
Şekil 9: 2012 ile 2016 arasında ekonomik kategorisinde Pakistan ve Türkiye elçiliklerinin yürüttüğü faaliyetler

İktisadi açıdan, Ankara’da Pakistan elçiliğinin gerçekleştirdiği 87 etkinlik varken, İslamabad’da Türkiye Dışişleri Bakanlığı iktisadi değeri haiz 62 etkinlik düzenlemiştir. Her iki tarafından geçtiğimiz 5 yıldaki etkinliklerinde bir miktar artış vardır (Şekil 9). Bu artış çok düşük olsa da, bu halen iyi bir gelişmedir, ancak ikili ticaret daha da fazla geliştirilmelidir. İki ülkenin kardeşçe ve arkadaşça ilişkileri göz önüne alındığında, ticaret yoluyla birbirlerine verilen iktisadi destek yeterli değildir. Ticaret arttırılmalı, vergiler hafifletilmeli, iş çevreleri teşvik edilmeli ve ticareti geliştirmek için bu çevrelere yönelik vize serbestliği sağlanmalıdır. Bu zaman zarfında, ticaret görüşmeleri ilerleme kaydetmiş, iki ülkenin iş potansiyeli ülkelerdeki iş çevrelerini tanıtılmış, bu insanlar farklı alanlarda yatırım yapmaya davet edilmiş ve Serbest Ticaret Sözleşmeleri imzalanmıştır.



Şekil 10: 2012 ile 2016 arasında siyaset kategorisinde Pakistan ve Türkiye elçiliklerinin yürüttüğü faaliyetler

Halihazırda açıklandığı üzere siyasi kategori bu ülkenin birbirlerinin istemlerini desteklemek için yan yana durdukları ve demokratik süreci güçlendirmek için birbirlerine yardım ettikleri bütün faaliyet ve etkinlikleri kapsamaktadır. Örnek olarak, Kaşmir ve Kıbrıs için verilen destekler, parlamento ziyaretleri ve buralardaki konuşmalar, 15 Temmuz darbe girişimi ve Pakistan ve Türkiye’de terörist saldırılar gibi olaylara karşı bunları kınayan ve devletlere desteklerini ifade edilen açıklamalar verilebilir. Şekil 10’de gösterildiği üzere genel eğilim söz konusu yıllarda gerçekleşen bu gibi olayların sıklığında hayli büyük bir artışa tekabül etmektedir. Pakistan elçiliğinden alınan rakamlara göre siyasi ilişkiler üzerine 2012 yılında mevcut makale sayısı 33 iken, bu rakam 2016’da 105’e çıkmıştır. Her ne kadar Türk tarafından gelen veriler daha az sayıda makale olduğunu söylüyorsa da, burada rakamlarda halen bir artış gözlemlenmektedir. Bu rakam 2012’de 13’den 2016’da 46’ya yükselmiştir

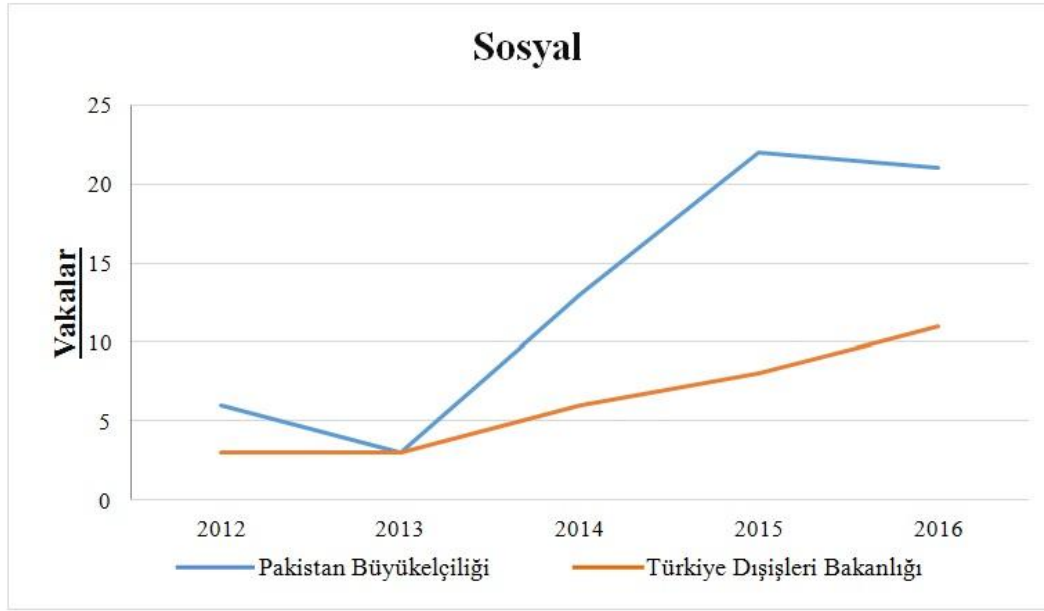


Şekil 11: 2012 ile 2016 arasında stratejik kategorisinde Pakistan ve Türkiye elçiliklerinin yürüttüğü faaliyetler

Benzer şekilde, stratejik bağlar anlamında makalelerin sıklığı her iki taraf için de bu yıllarda artmıştır. Makale sayısındaki bu artış söz konusu zaman dilimi içerisinde stratejik bağların güçlendiğini göstermektedir. Bu konuda Türk tarafı bir kez daha Pakistan'ın gerisindedir, ancak sıklıktaki artış her iki taraf için de geneldir. Şekil 11'de görülebileceği üzere Pakistan için bu rakam 3'den 23'e çıkarken, Türkiye için 4'den 15'e artmıştır.

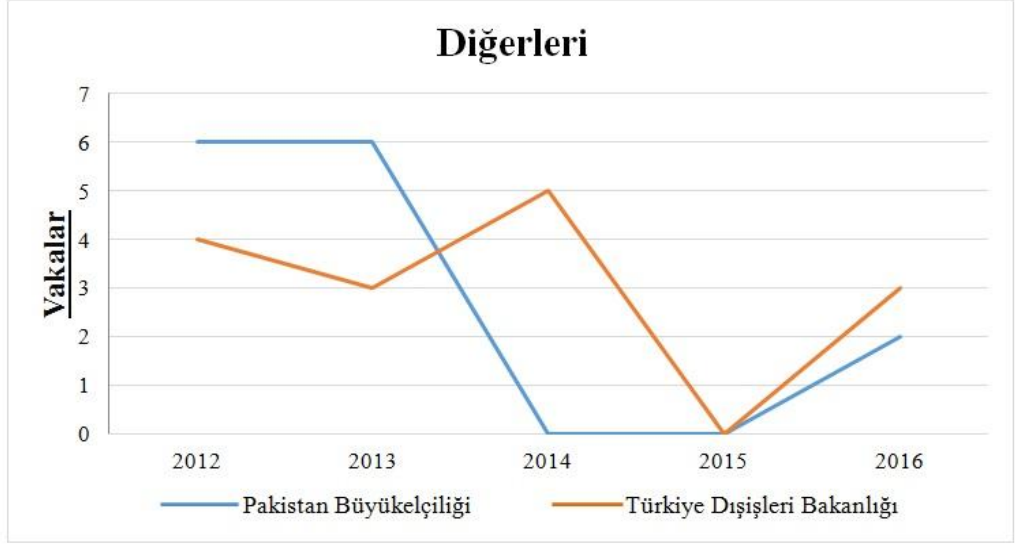
Sosyal faaliyetler açısından, Pakistan için olan rakamlar 6'dan 21'e çıkarken, Türk tarafı için 3'den 11'e yükselmiştir (Şekil 12). Ancak bu rakamların toplam faaliyet sayısını göstermediği akılda tutulmalıdır, zira bakanlıkların sağladığı verilerde mevcut bütün projelerden bahsedilmemektedir. Her ne kadar çok daha fazla sayıda faaliyet yürütülüyor olsa da, geleneksel veya sosyal medyada her bir projeden yeteri kadar bahsedilmemektedir. Bahsedilen bazı faaliyetler ulusal liderler ve ünlü kişilerin doğum ve ölüm yıldönümleri, felaket yönetimi ve eğitim sektöründeki işbirlikleridir.

Bu sonuncusu kütüphaneler ve eğitimle ilgili değişimlerin sayısını arttırmak için yüksek eğitim kurumları arası anlaşmaları içermektedir. Benzer şekilde, tarım, konut ve enerji sektöründe de işbirliği artmıştır. İhtiyacı olanlar için hastaneler, camiler ve başka binalar inşa edilmiştir.



Şekil 12: 2012 ile 2016 arasında sosyal kategorisinde Pakistan ve Türkiye elçiliklerinin faaliyetleri

Ekonomik, siyasi, kültürel, sosyal ve stratejik bağlar hususunda kamu diplomasisi alanındaki bütün eğilimler söz konusu yıllarda bu faaliyetlerde bir artışa tekabül etmektedir. Bununla birlikte, her bir kategoride Pakistan Türkiye'den daha fazla çaba sarf etmektedir, ancak her iki tarafın da daha fazla çaba içerisine girmesi gerekmektedir.



Şekil 13: 2012 ile 2016 arasında sosyal kategorisinde Pakistan ve Türkiye elçiliklerinin faaliyetleri

SONUÇ

Pakistan ve Türkiye arasındaki kamu diplomasisi üzerine olan bu çalışma bu alandaki profesyonellerle yapılan görüşmelere ve 2012 ila 2016 yılları arasında bu konuda elçiliklerin yürüttüğü faaliyetler hakkındaki verilerin içerik analizlerine dayanmaktadır. Çalışma her iki ülkenin de etkinlik düzenlemek ve kendi aralarındaki kamu diplomasisini geliştirmek için çaba sarf etmekle birlikte, yapılması gereken çok daha fazla iş olduğunu göstermektedir. Ülkeler fotoğraf sergileri, kültürel gösteriler, eğitimle ilgili değişimler, medya ilişkileri, ticaret fuarları, makale ve sanat yarışmaları ve bu türden daha bir çok etkinlik düzenlemektedir. Bu faaliyetlerin amacı iki halkın bir araya gelmesini sağlamak ve aynı zamanda ülkeler hakkındaki yaygın yanlış anlamaları gidermektir. Her ne kadar çeşitli etkinlikler düzenlense de, sıklıkları yeterli değildir. Bunların sayısı daha fazla olmalı ve daha çok insana ulaşmayı hedeflemelidir, zira etkinlikler yalnızca başkentlerde veya bir ya da iki kentte düzenlenmektedir. Etkinliklerin sayısının fazla olmasının yanı sıra, bu etkinliklerin daha fazla sayıda insana ulaşması da her iki ülkenin çıkarıdır. Bununla birlikte, kaynakların ve düzgün işleyen kurumların yokluğu kamu diplomasisinin amaçlarına ulaşmaktaki temel engeldir. Hükümet organlarının da kültürü yaymak ve kamu diplomasisinin diğer amaçlarına ulaşmak için özel sektörü desteklemesi gerekmektedir. Medya bu konuda önemli bir rol oynayabilir. Pakistan'da Türk dizileri halihazırda dublajlı olarak gösterilmektedir, bunlar Urdu dilinde dublajı yapılmakta ve çok sayıda izleyici çekmektedir. Benzer şekilde, Pakistan dizilerinin bazıları Türkçe 'ye çevrilmekte ve internet sitelerinde Türkçe altyazı ile gösterilmektedir. Bununla birlikte, kitlesi çok sınırlıdır, zira büyük televizyon kanalları bunları

yayınlanmamaktadır. Tıpkı Türk dizileri gibi bunlar da uygun bir şekilde dublajı yapıldığı ve televizyon kanalları tarafından gösterildiği takdirde, Türkiye’de Pakistan kültürünün yayılmasında kesinlikle çok ciddi fayda sağlayacaklardır. Benzer şekilde, medya bir ülkenin imajının diğerinde yayılması ve yanlış anlamaların kaldırılması için büyük fayda sağlayabilir. Geleneksel medyadan başka sosyal medyanın gücü de uygun bir şekilde kullanılmalıdır. Günümüzde, Facebook ve diğer sosyal medya sayfaları sadece düzenlenen etkinlikler ve yayınlanan açıklamalar hakkında bilgi yaymak için kullanılmaktadır. Sosyal medya halen geleneksel medyanın bir türü gibi kullanılmaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya geleneksel medyanın bir başka biçimi olmaktan çok daha büyük bir potansiyele sahiptir. Sosyal medya sıradan halkı hükümet işlerine dahil etmek ve insanları karar alıcılarla doğrudan temasa geçirmek için kullanılabilir. Bu potansiyel gerçekleştirilmeli ve pratiğe dökülmelidir. Gençlik, özellikle değişim öğrencileri sosyal medyayı kamu diplomasisi etkinliklerini yaymak için bir platform olarak kullandıkları takdirde bu konuda önemli bir rol oynayabilirler.

Medya haricinde değişimler de çok önemlidir. Bir ülkeden sanatın herhangi bir alanından bir sanatçı diğer ülkeye gittiği zaman bir kültür elçisi işlevi görür. Sergiler yoluyla gösterilen çalışmalar ülkesinin kültürünün anlaşılmasında önemli bir araçtır. Yazarlar da benzer şekilde kültürün benzerlik ve farklılıklarını açıklamakta kelimeleri kullanırlar. Bu anlamda edebiyatın yazarın ülkesiyle yakınlaşmaları için okuyucunun ülkesinin diline çevrilmesi gerekir. Bu anlamda, bir ülkede yazılan ünlü kitapların diğer ülkenin diline çevrilmesi ve hükümet desteğiyle satılması veya dağıtılması gerekir. Sadece sanatçılar değil öğrenci toplulukları da kamu diplomasisinde önemli bir rol oynarlar. Öğrenciler sadece kendi ülkelerinin kültüründen bahsetmezler, aynı zamanda diğer ülkelerin kültürü hakkında da çok şey öğrenirler ve kendi ülkelerine döndükleri zaman elçi görevi

görürler. Kendi ülkelerinin insanlarına gittikleri ülkelerde yaşadıkları deneyimleri anlatarak bu ülkenin pozitif bir imajını yaratırlar. Türkiye ve Pakistan öğrencilere bir takım burslar sağlamaktadır. Türkiye’de çok sayıda Pakistanlı öğrenci vardır, ancak Pakistan’da Türk öğrencilerin sayısı çok azdır. Bu duruma dikkat edilmeli ve Pakistan Türk öğrencilere daha fazla burs sağlamalıdır ve tam bir burs sağlamak mümkün olmasa bile, kısa dönem için girişimler başlatılmalı ve diğer kültürel turlar da düzenlenmelidir. Özel sektör bu anlamda teşvik edilmelidir.

Türkiye son yıllarda Pakistan’ın iki şehrinde Yunus Emre Enstitüsü açmıştır. Bu Pakistan’da Türkçe’yi yayınlattırmak için önemli bir adımdır. Urdu dili Türkiye’de üniversite düzeyinde okutulmakta, ancak Türkiye’de Urdu dilinde çok daha fazla sayıda insanın katılıp bu dili öğreneceği kısa dönemli kurslar açan Yunus Emre gibi bir enstitü bulunmamaktadır.

Bu çalışma kamu diplomasisi, istikrar ve kalkınma için işbirliğini geliştirmek hususunda önemlidir. Çalışma kamu diplomasisini hayata geçirenler, hükümetler, halk ve Pakistan ve Türkiye arasındaki ilişkileri geliştirmekte herhangi bir rol oynayabilecek herkes için çok kullanışlı olacaktır. Dahası bu alanda çalışan halkla ilişkiler ve kamu diplomasisi öğrencileri ve araştırmacılar için de fayda sağlayacaktır. Bu çalışma sayesinde uygulayıcılar ve araştırmacılar nelerin yapıldığına, yapılıyor olduğuna ve daha nelerin yapılması gerektiğine dair bir bakışa sahip olabilirler. Benzer şekilde, araştırmacılar da bu çalışmanın boşlukta bıraktığı konulara ışık tutabilirler.

Bu çalışma sadece kamu diplomasisinin mahiyeti ve belirli bir zaman dilimindeki eğilimleri ele aldığı için, gelecekteki çalışmalar iki ülkenin kamu diplomasisinin etkililiği hakkında yapılabilir. Diğer ülkelerin kamu diplomasisi faaliyetleri ile ilgili karşılaştırmalara gidilebilir. Sadece kamu diplomasisini yürüten bazı kimselerle görüşmeler gerçekleştiren bu çalışmanın yanına, diğer

araştırmacıların diğer topluluklar ve öğrenciler ve sıradan halk gibi kamu diplomasisi ile ilgili insanlarla yapacağı görüşmelere dayanan çalışmalar eklenebilir. Konu hakkında daha fazla bilgi edinmek için daha uzun bir zaman dilimi ele alınabilir. Dahası, bu çalışma özel sektörün yaptıklarını da içermemektedir. Özel sektörün yürüttüğü işler de aynı önemi haizdir.

Bu çalışmayı gerçekleştirdikten sonra, elde ettiğimiz veriler ışığında Türkiye ve Pakistan devletlerinin kamu diplomasisi uygulayıcılarına ve karar alma organlarına aşağıda ifade edilen bazı tavsiyeler sunulmuştur.

- Geleneksel medya kültürü yaymak ve yanlış anlaşılmaları ortadan kaldırmak için daha fazla kullanılmalıdır.
- Sosyal medyanın potansiyeli maksimum ölçekte kullanılmalıdır.
- Gençlik sosyal medya platformları aracılığıyla iki halkı bir araya getirme uğraşına dahil edilmelidir.
- Yabancı bir ülkeye giden öğrencilere kendi ülkesini olumlu bir şekilde nasıl temsil edeceğine dair kısa bir eğitim verilmelidir.
- Filmler, diziler ve bu benzeri ürünler çevrilmeli ve dublajları yapılmalı ve diğer ülkede televizyonun en çok izlendiği saatlerde yayınlanması teşvik edilmelidir.
- Yabancı öğrencilere verilen bursların sayısı arttırılmalıdır.
- Sanatçılar ve çalışmaları diğer ülkelerde daha sıklıkla sergilenmelidir.
- Öğrenciler dernekler kurmalı ve ülkelerinin kültürü ve amaçlarını yaymak için çalışmalıdır.
- Pakistan Urdu dilini yaymak için Türkiye’de Yunus Emre gibi kurumlar açmalıdır.

- Elçiliklerde kültürel ofisler açılmalı ve bunlar sadece kültürün yaygınlaştırılması için uğraşmalıdır.
- Pakistan ve Türkiye arasında lojistik, teknolojik, akademik ve kültürel açıdan işbirliğinin arttırılmasına teşvik edilmelidir.
- Bir ülkede herhangi bir alanda gerçekleştirilen gelişme diğer ülke ile paylaşılmalıdır.
- Yazar ve şairlerin çalışmaları çevrilmeli ve diğer ülkelerdeki okuyuculara ulaştırılmalıdır.

Bu öneriler dikkate alarak ve halihazırda sürdürülen işleri geliştirerek, dostça ilişkiler sürdüren iki ülke daha da yakınlaşabilir ve sadece hükümet değil aynı zamanda halk arasında da dünyada herhangi bir güç tarafından tehdit edildiğinde tek vücut olarak davranabilir.

KAYNAKÇA

- Ahmad I., (2001), Turkey's role in Afghanistan. **Pakistan Observer**
http://www.ishtiaqahmad.com/item_display.aspx?listing_id=271&listing_type=1
- Ahmad I., (2004), **Turkey and Pakistan: Bridging the Growing Divergence Perceptions**. Cilt: 5, Sayı: 3, S. 154-169.
- Akhlaque Q., (2013), **Public Diplomacy as a Global Phenomenon: Pakistan Gift of 'Ishq' in the offing**.
<http://nation.com.pk/national/07-Oct-2013/gift-of-ishq-in-the-offing>
- Ali C. M., (1988), **The Emergence of Pakistan**, University of Punjab, Lahor, S. 20.
- Amin S. M., (2000), **Pakistan's Foreign Policy: A Reappraisal**, Oxford University Press, London, S. 129-130.
- Ansari K. Y., (2014), **Critical Analysis of Social Media Usage in Foreign Affairs of Pakistan**, Institute of Communication Studies, University of the Punjab. Lahor, Pakistan.
- Armstrong, Matt., (2008) — Rethinking Smith-Mundt. **Small Wars Journal**.
28 Temmuz 2008,
<http://smallwarsjournal.com/blog/2008/07/rethinking-smithmundt/>
- APP., (2016), Erdogan assures 'highest degree of support' on Kashmir issue,
Associated Press of Pakistan
<https://www.app.com.pk/erdogan-assures-highest-degree-of-support-on-Kashmir-issue/>

- Barston, R.P., (1988), **Modern Diplomacy**. London, New York: Longman.
- Bose S. C., (1964), **The Indian Struggle**, Asia Publishing House, London, 1964,
S. 41.
- Boyce, C ve Neale., (2006), “Conducting in-depth Interviews: A Guide for
Designing and Conducting In-Depth Interviews.”, **Pathfinder International
Tool Series**
- Business Dictionary., (2017) publics.
<http://www.businessdictionary.com/definition/publics.html>
- Chandio K., (2016), **Potential of Pakistan’s Soft Power and Public Diplomacy**,
IPRI Building Cosensus.
<http://www.ipripak.org/potential-of-pakistans-soft-power-and-public-diplomacy/>
- CIA., (2016), **The World factbook**
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/pk.html>
- Cohen, L. Manion, L. ve Morrison K., (2000), **Research Methods in Education**.
London: Routledge Falmer.
- Coşkun, Bezen Balamir., (2012), ‘Güvenlik Sorunları ve Kamu Diplomasisi’
Abdullah Özkan ve Tuğçe Ersoy Öztürk ed. *Kamu Diplomasisi*. İstanbul:
Tasarım, **Kamu Diplomasisi Enstitüsü**, 1. Serisi.
- Creswell J. W. ve Clark L. P., (2010), **Designing and Conducting Mixed
Methods Research**. University of Nibreska-Lincoln, 2. Baskı.
- Cull, N. J., (2009), **Public diplomacy: Lessons from the past**. CPD
Perspectives on Public Diplomacy, Paper 2. Los Angeles, CA: USC Center
on Public Diplomacy.

Cull, N. J., (2008), Public Diplomacy: Taxonomies and Histories. **The Annals of the American Academy.** ANNALS, AAPSS, 616, Mart 2008. DOI: 10.1177/0002716207311952.

DailyTimes., (2016), **Pakistan’s cultural and public diplomacy.**
<http://dailytimes.com.pk/editorial/14-May-16/pakistans-cultural-and-public-diplomacy>

Dawn., (2001), **Pakistan-Turkey unanimity.** DAWN - Editorial; 28 Ekim 2001.
<http://www.dawn.com/news/1062211>

Dawn., (2003), **Cooperation with Turkey** DAWN - Editorial; 19 Haziran 2003.
<http://www.dawn.com/news/1064680>

Dawn., (2009), **Turkey's help for Azad Kaşmir to continue: Erdogan.**
<http://www.dawn.com/news/847751>

Dawn., (2015), **Turkey offers \$150m relief.**
<http://www.dawn.com/news/162218/turkey-offers-150m-relief>

Devran, Yusuf., (2012), “Türk Tarihi Perspektifinden Kamu Diplomasisi Olgusuna Bakış Ya da Tarihi Potansiyeli Yeniden Düşünmek” **Abdullah Özkan ve Tuğçe Ersoy Öztürk ed., Kamu Diplomasisi, İstanbul: Tasarım, Kamu Diplomasisi Enstitüsü Serisi.**

Doyle, P., (1992), “Branding” M.J. Baker, ed. **The Marketing Book,** Butterworth-Heinemann, UK.

Essay UK., (2017), **Pakistan - Turkey Relations In A Historical Perspective.**
Retrieved from

<http://www.essay.uk.com/free-essays/history/pakistan-turkey-relations.php>

- Ezren, Meltem Ünal., (2012), ‘Kamu Diplomasinin Kapsamı ve Geleceği’
Abdullah Özkan ve Tuğçe Ersoy Öztürk ed. *Kamu Diplomasisi*, İstanbul:
Tasarım, **Kamu Diplomasisi Enstitüsü Serisi**.
- Fandom. (2005), **Public Diplomacy and Soft Power**.
http://publicdiplomacy.wikia.com/wiki/Soft_power
- Fitzpatrick K., (2010), **The Future of US Public Diplomacy: An Uncertain Fate**, Leiden: Brill.
- Freire, J., (2005), “Geo-Branding: Are We Talking Nonsense? A Theoretical Reflection on Brands Applied to Places”, **Place Branding and Public Diplomacy**, Cilt: 1, Sayı: 4.
- Gallup Pakistan., (2016). 10% Pakistanis claim to have viewed Turkish dramas on local channels like Urdu One (60%) and Express Entertainment (33%).
GILANI POLL/GALLUP PAKISTAN. As retrieved from:
<http://gallup.com.pk/10-pakistanis-claim-to-have-viewed-turkish-dramas-on-local-channels-like-urdu-one-60-and-express-entertainment-33-gilani-pollgallup-pakistan/>
- Gelders, D., Ihlen, O., (2010), “Government communication about potential policies: Public relations, propaganda or both?” **Public Relations Review**, Cilt: 36, Sayı: 1, S. 59-62.
- Gilboa, E., (2000), “Mass communication and diplomacy: A theoretical framework.” **Communication Theory**, Cilt: 10, Sayı: 3, S. 275-309.
- Goodman MB (2006), “The role of business in public diplomacy.” **Journal of Business Strategy**, Cilt: 27, Sayı: 3, S. 5–7.

Gray, D. E., (2004), *Doing Research in the Real World*. London: **SAGE Publications**.

Gregory, B., (2008), "Public diplomacy: Sunrise of an academic field." **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, Cilt: 616 Sayı: 1, S. 274-290.

Gul A., (2014), "Analyzing Pakistan's Trade Opportunity with Turkey." **The Lahor Journal of Economics**, Cilt: 19, S. 349–370

Gullion, E., (1966), Edward R. Murrow center of public diplomacy: **Definitions of public diplomacy**.

<http://fletcher.tufts.edu/Murrow/Diplomacy/%20Definitions>

Ham, P. V., (2008), "Place Branding: The State of the Art." **The Annals of the American Academy of Political and Social Science** Cilt: 616, Sayı: 1, S. 126-149.

Hasan R., (2001), **Pakistan Turkey Relations**. PhD dissertation, University of Karachi, Pakistan.

Heaton, J., (2004), *Reworking Qualitative Data*. London: **SAGE Publications**.

Hindustan Times., (2016), **Events in Kaşmir** 'hurt our conscience': Erdogan.
<http://www.hindustantimes.com/world-news/events-in-Kaşmir-hurt-our-conscience-erdogan/story-xllqTgbUnvTatC1vCt3XXM.html>

Hocking B., (2004), "Privatizing diplomacy?" **International Studies Perspectives**, Cilt: 5, S.147–152.

Holsti, O.R., (1968), "Content Analysis." G.Lindzey ve E.Aronson eds., **The Handbook of Social Psychology** (2. Baskı) Cilt II, New Delhi: Amerind Publishing Co.: S. 596-692.

Huijgh E. ve Warlick J., (2016), **The Public Diplomacy of Emerging Powers, Part 1: The Case of Turkey, CPD Perspectives on Public Diplomacy.** Figueroa Press, Los Angeles.

Hussain M., (2008), "PAK-TURKEY RELATIONS: On the Common Ties. Alternatives", **Turkish Journal of International Relations**, Cilt: 7, Sayı: 2 - 3, Yaz ve Güz 2008.

Iqbal S. (2017)., **Turkish Soap Operas And Their Rise In Pakistan Will Leave A Legacy.** Parhlo. As retrieved from:

<https://www.parhlo.com/turkish-soap-operas/>

Javaid N., (2017), **Public Diplomacy in Comparison to Traditional Diplomatic Approach.** AcademiaEdu

https://www.academia.edu/11292698/Public_Diplomacy_in_Comparison_to_Traditional_Diplomatic_Approach

Kerlinger, F.N., (1986), **Foundations of behavioural research** (3. Baskı), New York: Holt.

Keyman, Fuat (2013), "Rethinking Turkish Foreign Policy", **The Journal of Turkish Weekly,**

<http://www.turkishweekly.net/columnist/3758/rethinking-turkish-foreign-policy.html>

Kovacs, R., (2001), "Relationship building as integral to British activism: its impact on accountability in broadcasting" **Public Relations Review**, Cilt: 27, Sayı: 4, S. 421-436

Kalin I., (2011), "Soft Power and Public Diplomacy in Turkey." **Perceptions**, Güz 2011, Cilt: XVI, Sayı: 3, S. 5-23.

- Krajnc K. P., (2005), **Public Diplomacy: Basic Concepts and Trends**. Ifimes.
<http://www.ifimes.org/en/8020-public-diplomacy-basic-concepts-and-trends>
- Kvale, D., (1996), **Interviews**. London: **SAGE Publications**.
- Lee D., (2004), "The growing influence of business in UK diplomacy."
International Studies Perspectives Cilt: 5, S. 50–54.
- Lee S, Toth EL ve Shin H., (2008), "Cognitive categorization and routes of national reputation formation: US opinion leaders' view on South Korea."
Place Branding and Public Diplomacy, Cilt: 4 Sayı: 4, S. 272–286
- L'Etang, J., (1996), Public relations as diplomacy. J. L'Etang ve M. Pieczka eds.
Critical perspectives in public relations London: International Thomson Business Press, S. 14–34.
- L'Etang, J., (2009), "Public Relations and Diplomacy in a Globalized World: An Issue of Public Communication" **The American Behavioral Scientist**, Cilt: 53, Sayı: 4, S. 607-626.
- Leonard, M., Stead C. ve Smewing C., (2002), **Public diplomacy**. London: **The Foreign Policy Centre**.
- Manheim, J. B., (1994), "Strategic public diplomacy and American foreign policy: **The evolution of influence**," Oxford: Oxford University Press.
- Marshall C., (2016), **Face-to-Face Interviews** - Advantages and Disadvantages.
<https://www.linkedin.com/pulse/face-to-face-interviews-advantages-disadvantages-charlie-marshall>
- Masood T., (2016), "Turkey, the dependable ally." **The Express Tribune**
<https://tribune.com.pk/story/1232331/turkey-dependable-ally/>

McClellan M., (2004), Public Diplomacy in the Context of Traditional Diplomacy. **Vienna Diplomatic Academy.**

<http://www.publicdiplomacy.org/45.htm>.

Melissen, J., (2005), “The new public diplomacy: Between theory and practice” J. Melissen ed., *The New Public Diplomacy: Soft power in International Relations* Basingstoke: **Palgrave Macmillan**: S. 3-27.

Katik M., (2004), ‘Turkey and Pakistan sign anti-terrorism pact,’ **Eurasianet commentary**, 22 Ocak 2004.

MOFA Pakistan., (2017), Overview. **Ministry of Foreign Affairs Government of Pakistan.**

<http://www.mofa.gov.pk/>

Neuman, W., (1997), **Social research methods: qualitative and quantitative approaches.** Needham Heights, MA: Allyn ve Bacon.

Nye S. J., (2004), **Soft Power: The Means to Success in World Politics**, US Public Affairs

Nye J. S. (2008), “Public Diplomacy and Soft Power,” **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, Cilt: 616, S. 96,

<http://www.jstor.org/stable/25097996>.

Nye J. S. (2008), “Soft Power and American Foreign Policy,” **Political Science Quarterly**, Cilt: 119, Sayı: 2, S. 256

<http://www.jstor.org/stable/20202345>

O’ Leary A., (2004), *The Essential Guide to Doing Research.* London: **SAGE Publications.**

‘On Spiritual and sentimental ties with Turkey,’ Quaid-i-Azam Mohammad Ali
Jinnah: Speeches

Özkan B., (2013), **Public Diplomacy of Turkey**. Faculty of European Studies,
Department of Political Science, Riga Stradins University. Latvia.

Özyılmaz B., (2014), Rhetoric and Public Diplomacy: Analysis of a Double
Dimensional Link İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi
<http://iibfdergisi.gazi.edu.tr/index.php/iibfdergisi/article/view/747>

Pakistan Today., (2011), **Punjab govt sends tents to Turkey earthquake
victim.**

<http://www.pakistantoday.com.pk/2011/10/30/punjab-govt-sends-tents-to-turkey-earthquake-victims/>

Peterson PG., Bloomgarden K., Grunwald H., vb. (2003), Finding America’s
voice: A strategy for reinvigorating U.S. diplomacy. Council on Foreign
Relations, **Independent Task Force on Public Diplomacy**, New York,
Haziran.

http://www.cfr.org/content/publications/attachments/public_diplomacy.pdf

Phil A., (2013), **Advantages and disadvantages of Content Analysis.**

https://getrevising.co.uk/grids/advantages_and_disadvantages_of_content_analysis

Prusher I. R. ‘A Turkish path for Pakistan?’ **The Christian Science Monitor**,

<http://www.csmonitor.com/2002/0124/p01s04-wosc.html>

Reinhard K., (2009), “American business and its role in public diplomacy.” Snow
N. ve Taylor PM eds. **Routledge Handbook of Public Diplomacy** New
York: Routledge, S.195–200.

- Renken W., (2014), **Social Media Use in Public Diplomacy: A case study of the German missions' Facebook use**. MSc Thesis MSc in Strategic Public Relations jointly delivered by the University of Stirling and Lund University <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOID=4770251&fileOID=4770252>
- Riordan S. (2003), **The New Diplomacy**. Cambridge: Malden, MA: Polity Press.
- Riordan, S., (2005), "Dialogue-Based PublicDiplomacy: **A new Foreign Policy Paradigm**, J.Melissen. ed. **The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations**, Basingstoke: Palgrave, S. 180-195.
- Rugh W. B., (2008), Enabling Public Diplomacy Field Officers to Do Their Jobs. **The Public Diplomacy Council**. WWW.PublicDiplomacyCouncil.org
- Salim Al-Din Quraishi ve S.M. Burke (1995), **The British Raj in India: An Historical Review**, Oxford University Press, S. 227.
- Saner R ve Yiu L., (2005), "Swiss executives as business diplomats in the new Europe: Evidence from Swiss pharmaceutical and agro-industrial global companies." *Organizational Dynamics*, Cilt: 34, Sayı: 3, S. 298–312.
- Sharp P., (2009), **Diplomatic Theory of International Relations**, Cambridge University Press; Cmabridge
- Signitzer, B. H., ve Coombs, T. (1992). "Public relations and public diplomacy: Conceptual convergences. **Public Relations Review**, Cilt: 18, Sayı: 2, S.137-147.
- Signitzer, B. ve Wamser C., (2005), "Public diplomacy: A specific governmental public relations function." **Public Relations Theory II**, Cilt: 4, Sayı: 33, S. 435-464.

Signitzer, B., (1993), "Anmerkunge zur begriffs- und funktionswelt von public diplomacy." W. Armbrrecht vb. ed., **Image und PR. kann image gegestand einer public relations-wissenschaft sein?** Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 199-211.

Simonin, B. L., (2008), "Nation branding and public diplomacy: Challenges and opportunities." **Fletcher Forum of World Affairs**, Cilt: 32, Sayı: 3, S. 19-34

S. M. Burke ve Lawrence Ziring, (1990), **Pakistan's Foreign Policy**, Oxford University Press, S. 67.

State Department of the U.S.A.. **The United States Advisory Commission on Public Diplomacy**. Assessing U.S. Public Diplomacy

<https://www.state.gov/documents/organization/262381.pdf>

Smyth R., (2001), "Mapping US Public Diplomacy in the 21st Century," **Australian Journal of International Affairs**, Cilt: 55, Sayı: 3, S. 424, <http://journals2.scholarsportal.info/tmp/4298593292624208136.pdf>.

Stempel, G.H. (1989), "Content analysis." G.H.Stempel ve B.H.Westley eds., **Research methods in mass communications**, Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.

Stober, B., (2007), "Place Branding: How the Private Creates the Public", Krause Hansen,H. and Slaskov-Iverson, D. eds. **Critical Perspectives on Private Authority in Global Politics**, Palgrave Macmillan.

Suvankulov F. ve Ali W., (2012), "Recent Trends and Prospects of Bilateral Trade between Pakistan and Turkey: A Gravity Model Approach" **Journal of International and Global Economic Studies**, Cilt: 5, Sayı: 1, Haziran, 5772.

Statements 1947-48, (1989), **Research Society of Pakistan**, Lahor, 1989, S. 161.

Szondi, G. (2008), "Public diplomacy and nation branding: Conceptual similarities and differences." *Clingendael Discussion Paper in Diplomacy*, Cilt: 112, S.11-53.

Şimşek Ö., (2011), 'Küresel İletişim Çağında Kamu Diplomasisi', **TÜİÇ Akademi**, Uluslararası Çalışmalar Derneği,
<http://www.tuicakademi.org/index.php/kategoriler/turk-dis-politikasi/1220-kuresel-iletisim-caginda-kamu-diplomasisi>

Tuch, H. N., (1990), **communicates with the world: U.S. public diplomacy overseas**. New York: St. Martin's Press.

Van Ham, P. (2005), "Opinion Peace: Branding Europe Power", **Place Branding and Public Diplomacy**, Cilt: 1, Sayı: 2.

Wadsworth, (2006), Winning the war of ideas: **Assessing the effectiveness of public diplomacy**.
<http://oai.dtic.mil/oai/oai?verb=getRecord&metadataPrefix=html&identifier=ADA448271>

Wallin M., (2013), Measuring the Effect of Public Diplomacy. **American Security Project**.
<https://www.americansecurityproject.org/measuring-the-effect-of-public-diplomacy/>

Wang, J., (2006), "Effectively Managing National Reputation: Strategic Diplomacy Revisited. " **Annual meeting of the International Communication Association**. New York: 10 Ekim 2008.

White C., (2012), “Brands and national image: An exploration of inverse country-of-origin effect.” **Place Branding and Public Diplomacy**, Cilt: 8, S. 110–118.

Wilson E. J., (2008), “Hard Power, Soft Power, Smart Power”, **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, Cilt 616, S. 114,
DOI: 10.1177/0002716207312618.

Wilcox, D., Ault, P., Agee, W ve Cameron, G. (2000), **Public Relations Strategies and tactics**, (9. Baskı). Boston, MA; Allyn ve Bacon.

Wimmer, R.D., ve Dominick, J.R., (1994), **Mass media research: An introduction** (4 baskı), California: Wadsworth.

World Health Organization, (2005), Interviews. (erişim 18/07/2005).

<http://www.who.int>

Woodrum, E., (1984), “Mainstreaming content analysis in social science: Methodological advantage-obstacles and solutions,” **Social Science Research**, Cilt: 13 Sayı: 2, S. 1-9.

World Bulletin, (2010), **Turkey Red Crescent building mosque in Pakistan's Kaşmir**

<http://www.worldbulletin.net/index.php?aType=haber&ArticleID=61352>

Yağmurlu A., (2007), ‘Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi’, **İletişim Araştırmaları Dergisi**; Cilt: 5, Sayı: 1, S. 9-38.

Yepsen, E. A., (2012), “Practicing successful twitter public diplomacy: A model and case study of U.S. efforts in Venezuela.” CPD Perspectives on Public Diplomacy, paper Los Angeles, CA: **USC Center on Public Diplomacy**.

Zaharna RS., (2010), **Battles to Bridges: US Strategic Communication and Public Diplomacy after 9/11**, New York: Palgrave MacMillan

Zehra S., (2016), Public diplomacy & Pakistan. **Pakistan Observer**
<http://pakobserver.net/public-diplomacy-pakistan/>

EK A

Görüşme Yapılan Kişilerin Özgeçmişleri

Sohail Mahmood. Büyükelçi H. E. Sn. Sohial Mahmood Pakistan Dışişleri Bakanlığı'na 1985'de girmiş bir kariyerli diplomattır. Yurtdışındaki ilk görevi 1991-1994 yıllarında görev yaptığı Pakistan'ın Ankara Büyükelçiliğidir. Kendisi Pakistan Dışişleri Bakanlığı'nın Türkçe bilen en kıdemli görevlilerinden birisidir. İçlerinde Washington, New York, Ankara'nın da olduğu farklı Pakistan misyonlarında görev yapmış olup geniş bir diplomatik hizmet deneyimine sahiptir. Sn. Sohail Mahmood Pakistan'ın Tayland Büyükelçisi olarak 2009-2013'de görev yapmıştır. Ankara'da göreve gelmeden önce, Sn. Sohail Mahmood İslamabad'daki Dışişleri Bakanlığı'nda Ek Sekreter görevinde bulunmuştur. Burada daha öncesinde Genel Müdür (2005-2009), Müdür (1995-1998) ve Şube Müdürü (1986-1991) görevlerinde bulunmuştur. 1962'de doğan Sn. Sohail Mahmood Tarih ve Uluslararası İlişkilerde yüksek lisans derecesine sahiptir.

Prof. Dr. Halil Tokar İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi'nde Urdu Dili ve Edebiyatı Bölümü'nde profesörlük yapmıştır. Urdu dili ve Farsça 'da uzmanlaşmış olsa bile, Hintçe, Pencapça ve Hindko gibi kıtada konuşulan bazı diğer dilleri de bilmektedir. Kendisinin 45 adet yayınlanmış kitabı ve Türkçe, Urdu dili ve İngilizce 'de yayınlanmış yüzden fazla makalesi vardır. Kendisinin İslam dünyasının meşhur düşünür ve şairi olan Dr. Muhammad Iqbal'e özel bir ilgisi vardır ve bu kişi hakkında çeşitli araştırmalar yapmıştır. Dr. Tokar Türkiye'de Urdu dili ve edebiyatına yaptığı katkılar ve Pakistan-Türkiye kültürel işbirliğini güçlendirmesinden ötürü 23 Mart 2017'de İslamabad'da bulunan Aiwan-e-Sadr'da düzenlenen özel resmi seremonide Pakistan Devleti tarafından "Sitara-i İmtiaz (Ayrıcalıklı Yıldız Madalyası)" ile ödüllendirilmiştir. Dahası

kendisine Ekim 2015 tarihinde Panjab-Lahor Pakistan Üniversitesi tarafından Urdu Dilinin Zenginleştirilmesi ödülü verilmiştir.

Dr. Tokar 30 yıldan fazladır kıymetli hizmetler ve katkılarda bulunmuştur. Dr. Tokar bir çok farklı konuda kitap ve makaleler kaleme almış mümtaz bir yazar, şair ve edebiyat adamıdır. Dr. Tokar yazıları aracılığıyla Güney Asya müslümanları ve Osmanlı İmparatorluğu arasındaki ilişkileri açığa çıkartmakla kalmamış, aynı zamanda Pakistan ve Türkiye arasındaki sonsuz bağların bir nişanesi olarak Urdu dilini geliştirmek için etkin bir faaliyet yürütmüştür. Türkiye’de Urdu dilinin öğretilmesinin 100. yılının kutlandığı uluslararası bir semineri Ekim 2015’de düzenlemek için gösterdiği olağanüstü çaba her iki ülkenin de takdirini kazanmıştır. Urdu Dili ve Edebiyatı hakkında bir çok çalışma yürütmüş ve kitap ve akademik eserler yayınlamış olan Dr. Tokar şu anda Yunus Emre Enstitüsü’nün Lahor Müdürü’dür.

Cemal DEMİR, Orta öğretimini Tokat İmam Hatip Lisesi, Lisansını Pakistan/Karaçi, Ankara İlahiyat Fakültesi ve Yüksek Lisansını Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimin de tamamlamıştır. Cemal Demir Güney Asya konulu analizler yazmıştır. Birçok ulusal ve uluslar arası panel ve sempozyumları organize etmiştir. Güney Asya’daki siyasi ve ekonomik gelişmeler hakkında Ulusal ve uluslararası televizyon kanallarına yorumlarda bulunmuştur. 2004 yılında kurulan düşünce kuruluşu; Güney Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi (GASAM)’ın kurucularındandır. 2015 Aralık Olağan Genel Kurulunda GASAM Başkanlığına seçilmiştir.

Dr. Furqan Hameed. Dr. Furkan Hamit 1961 yılında Pakistan’ın Rawalpindi şehrinde doğdu. 1982’de Pencap Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı bölümünden mezun oldu. 1984-1988 yılları arasında Pakistan Radyosu Türkçe yayınları bölümünde spiker olarak çalıştı. 1988 yılında Türkiye Cumhuriyeti

tarafından verilen bursu kazanarak, Türk dili ve Edebiyatı alanında Yüksek Lisans yapmak üzere Ankara'ya geldi. 1990'da devlet bursuyla Ankara Üniversitesi Dil Tarih ve Coğrafya Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümündeki Yüksek Lisans çalışmalarını pekiyi derece ile bitirdi. 1993 yılında Türk dili ve Edebiyatı Bölümünde Doktora yapan ilk Pakistanlı oldu. 1994 yılında Ankara Üniversitesi Urdu Dili ve Edebiyatı bölümünde uzman olarak çalışmaya başladı ve hala ders vermeye devam etmektedir. Aynı zamanda TRT Urduca Servisinde Mütercim-spiker olarak görevini sürmektedir. 2002 yılında Pencap Üniversitesi Urdu Dili ve Edebiyatı Bölümünde uzman olarak ders verdi.

1995-2007 yılları arasında Pakistan resmi haber ajansı APP'nin Türkiye temsilcisi olarak görev yaptı. Uzun bir süre BBC'nin Urdu dili servisinde muhabir olarak çalıştı. 2005 yılında Pakistan'ın en yüksek tirajlı gazetesi JANG'da köşe yazarı ve GEO televizyon temsilcisi olarak çalıştı. 2006 yılında Türkiye'nin resmi kanalı olan TRT'de Pakistan Mili günü için hazırladığı “Pakistan Baharı” müzikal oyununun yapımını üstlenen ilk Pakistanlı oldu. Türkiye'de bulunduğu süre içerisinde Devlet Ekranına tercümanlık hizmeti verdi. 2008 yılında Sn. Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ün Pakistan ziyaretinde Danışman olarak görev aldı. Kendisi Türkiye'nin değişik televizyon kanallarında Pakistan Uzmanı olarak gönüllü hizmet vermektedir.

EK B
Kod Cetveli

Yıl	Faaliyet Sayısı						
		Kültürel	Sosyal	Stratejik	Siyasi	Ekonomik	Diğer
2012	Ocak						
	Şubat						
	Mart						
	Nisan						
	Mayıs						
	Haziran						
	Temmuz						
	Ağustos						
	Eylül						
	Ekim						
	Kasım						
	Aralık						

ÖZET

Bu çalışma, Pakistan ve Türkiye arasındaki kamu diplomasisi etkinliklerine odaklanmaktadır. Dünyadaki teknolojik değişimlerle birlikte, diplomasiinin mahiyeti de değişmiştir. Önceleri yalnız hükümetler arasında kurulan ilişki biçimleri, günümüzde hükümet ile toplum ve toplumlar arası ilişkilere doğru evrilmiştir. Pakistan ve Türkiye Pakistan'ın kuruluşundan itibaren iyi ilişkiler geliştirmiş ve iki ülke halkı arasında eşî benzeri görülmemiş bir dostluk tesis edilmiştir. İki ülkenin kamu diplomasisini yürütenlerle gerçekleştirilen görüşmelere ve bu ülkelerin dışişleri bakanlarının gerçekleştirdiği etkinliklerin analizine dayanan bu çalışma, Pakistan ve Türkiye arasındaki kamu diplomasisinin mahiyetini ve 2012-2016 yılları arasında geçen eğilimleri açıklamayı amaçlamaktadır. Yine bu çalışma, her iki ülkenin de bu alanda çabaları olmasına rağmen, bu çabaların yeterli olmadığını iddia etmektedir. Söz konusu zaman diliminde etkinliklerde bir nebze artış gözlenmiştir. İlgili kurumların yetersizliği ve finansal sınırlar kamu diplomasiinin amaçlarının gerçekleşmesi önündeki esas engellerdir. Ana akım medya ve sosyal medyanın gücünden yararlanarak kültür sanat ve öğrenci değişim programları gibi etkinlikler düzenlemek iki halkı birbirine daha da fazla yaklaştırabilir.

Anahtar kelimeler: Kamu diplomasisi, Türkiye, Pakistan, Yumuşak Güç, Kültürel Diplomasi

AN ANALYSIS OF NATURE AND TRENDS OF PUBLIC DIPLOMACY PRACTICE BETWEEN TURKEY AND PAKISTAN

Umair S. Khan

Master's Degree Thesis

ABSTRACT

This research studies the public diplomacy activities of Pakistan and Turkey directed towards each other. With the technological change in the world, the nature of diplomacy has also been changed. From the earlier government to government relations, the focus is now on government to public and public to public relations. Pakistan and Turkey have been enjoying good friendly relations from the very foundation of Pakistan and the love between the people of the two countries is unrivalled. This study, through interviewing the practitioners of public diplomacy from both the countries and doing a content analysis of the activities done by the foreign ministries of these countries in this regard, aims at understanding the nature of public diplomacy between Pakistan and Turkey and trends followed during the time period 2012-2016. The study found out that although the two countries were doing some work in this field but that was not enough. The activities increased slightly during the selected time period. Lack of proper bodies and financial limitations were the main hindrances in achieving the objectives of public diplomacy. Through using the power of traditional and social media, increasing artists and student exchanges and holding more cultural events the two publics could be made even closer to each other.

Key words: Public Diplomacy, Turkey, Pakistan, Soft Power, Cultural Diplomacy